T.C.
ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
İşletme Bölümü

KATILIM BANKACILIĞINDA DAVRANIŞSAL FİNANS ETKİSİ

Fatma PARLAK

Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Doç. Dr. Muzaffer AYDEMİR

İstanbul, 2022

KATILIM BANKACILIĞINDA DAVRANIŞSAL FİNANS ETKİSİ

Fatma PARLAK

İşletme

Yüksek Lisans Tezi

ALTINBAŞ ÜNİVERSİTESİ

2022

"Fatma PARLAK" tarafından hazırlanmış ve 15.08.2022 tarihinde sunulmuş "KATILIM BANKACILIĞINDA DAVRANIŞSAL FİNANS ETKİSİ" başlıklı tez İşletme Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak **oy birliği/**oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Akademik Ünvan Name SURNAME

Danışman

Tez Savunma Sınavı Jüri Üyeleri:

Doç. Dr. Muzaffer AYDEMİR	Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Altınbaş Üniversitesi	
Dr. Öğr. Üyesi Emir Kaan CENGİZ	Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Altınbaş Üniversitesi	
Prof. Dr. İbrahim Sani MERT	İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Antalya Bilim Üniversitesi	

Bu tezin Yüksek Lisans. Tezi olarak bütün şartları sağladığını beyan ederim.

Tezin Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne teslim tarihi: ____/____/____

Bu tezdeki tüm bilgilerin akademik kurallara ve etik davranışlara uygun olarak edinildiğini ve sunulduğunu beyan ederim. Ayrıca, bu kuralların ve davranışların gerektirdiği şekilde, bu çalışmada, orijinal olmayan tüm materyalleri ve sonuçları tamamen alıntı yaptığımı ve referans gösterdiğimi de beyan ederim.

Fatma PARLAK

ÖZET

KATILIM BANKACILIĞINDA DAVRANIŞSAL FİNANS ETKİSİ

PARLAK, Fatma

Yüksek Lisans, İşletme, Altınbaş Üniversitesi

Danışman: Doç.Dr. Muzaffer AYDEMİR

Tarih: Ağustos, 2022

Sayfa: 133

Davranışsal finans, davranışsal ve bilişsel psikolojik teoriyi geleneksel ekonomi ve finans ile birleştirerek insanların ekonomik kararları için açıklamalar sağlamaya çalışan, nispeten yeni fakat hızla genişleyen bir alandır. Davranışsal finans araştırmalarının gelişimini hızlandıran, rasyonel yatırımcıların etkin piyasalar çerçevesinde geleneksel beklenen fayda maksimizasyonunun birçok ampirik modeli açıklamadaki yetersizliği olmuştur. Davranışsal finans, hem bireysel hem de grup olarak insan davranışına dayalı açıklamalar getirerek bu tutarsızlıkları çözmeye çalışmaktadır.

Davranışsal finans, duygu, bilişsel önyargılar ve diğer psikolojik faktörlerin finansal karar verme ve dolayısıyla finansal piyasalar üzerindeki etkisini inceleyen davranışsal iktisat ile yakından ilgili bir alandır. Özellikle davranışsal finans, bu tür faktörlerin irrasyonel yatırım davranışında oynadığı rolü ve bunun piyasa dalgalanmalarındaki sonuçlarını vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın amacı Katılım Bankacılığında davranışsal finans etkisinin ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen anket çalışmasına Katılım Bankalarında çalışan 372 kişi katılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların yaşı, eğitim durumu, medeni durumu, kurum hizmet yılı, mesleki kıdem ve gelir durumu ile Davranışsal Finans Etkisi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmakta iken; katılımcıların cinsiyet durumu ile Davranışsal Finans Etkisi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finans, Davranışsal Finans, Katılım Bankacılığı.

ABSTRACT

BEHAVIORAL FINANCE EFFECT IN PARTICIPATION BANKING

PARLAK, Fatma

M.A, Business Administration Altınbaş University

Supervisor: Doc.Dr. Muzaffer AYDEMİR

Date: August, 2022

Page: 133

Behavioral finance is a relatively new but rapidly expanding field that combines behavioral and cognitive psychological theory with traditional economics and finance to provide explanations for people's economic decisions. The inability of rational investors to explain many empirical models of traditional expected utility maximization within the framework of efficient markets has accelerated the development of behavioral finance research. Behavioral finance attempts to resolve these inconsistencies by providing explanations based on human behavior, both individually and as a group.

Behavioral finance is a field closely related to behavioral economics that examines the impact of emotion, cognitive biases, and other psychological factors on financial decision making and thus financial markets. Behavioral finance, in particular, emphasizes the role that such factors play in irrational investment behavior and its consequences in market fluctuations.

The aim of this study is to reveal the effect of behavioral finance in Participation Banking. 372 people working in Participation Banks participated in the survey conducted for this purpose. As a result of the research, while the participants' age, education level, marital status, years of service in the institution, professional seniority and income status and Behavioral Finance Effect differ significantly; It was concluded that the gender status of the participants did not differ significantly in terms of Behavioral Finance Effect.

Keywords: Finance, Behavioral Finance, Participation Banking.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

TABLO LİSTESİ ..... **x**

ŞEKİL LİSTESİ ..... **xii**

KISALTMALAR ..... **xiii**

GİRİŞ **1**

1. FİNANS VE DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMLARI **2**

1.1 FİNANS VE FİNANSMAN KAVRAMI 2

1.2 FİNANSAL YÖNETİM KAVRAMI VE AMAÇLARI 6

1.3 DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMI VE AMACI 8

1.4 DAVRANIŞSAL FİNANSIN DİĞER BİLİM DALLARI İLE İLİŞKİSİ 10

1.4.1 Psikoloji 11

1.4.2 Sosyal Psikoloji 12

1.4.3 Sosyoloji 13

1.5. DAVRANIŞSAL FİNANS MODELLERİ 14

1.5.1 Barberis, Shleifer ve Vishny'nin Temsili Yatırımcı Modeli 14

1.5.2 Hong ve Stein Modeli 15

1.5.3 Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam Modeli 17

1.6 DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN YATIRIMCI EĞİLİMLERİ 19

1.6.1 Bilişsel Eğilimler (Cognitive Bias) 21

1.6.2. Duygusal Eğilimler (Emotional Bias) 25

1.6.3. Kendini Kandırma Eğilimi (Self-Deception) 27

2. BANKACILIK VE KATILIM BANKACILIĞI **31**

2.1 BANKA VE BANKACILIĞIN TANIMI 31
2.2 BANKALARIN FONKSİYONLARI VE TÜRLERİ 33
2.3 TÜRK BANKACILIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ 36
2.4. KATILIM BANKACILIĞININ TANIMI VE İLKELERİ 42
2.5 KATILIM BANKACILIĞININ AMAÇLARI VE HEDEFLERİ 44
2.6 KATILIM BANKACILIĞININ DOĞUŞ SEBEPLERİ 45
2.7 KATILIM BANKACILIĞINDA YÖNTEM VE FAALİYETLER 46
2.8 KATILIM BANKACILIĞI ALANINDA KURULUŞLAR 47
2.9 KATILIM BANKACILIĞININ SORUNLARI 48
2.10 KATILIM VE GELENEKSEL BANKACILIK ARASINDAKİ FARKLAR 49
3. KATILIM BANKACILIĞI VE DAVRANIŞSAL FİNANS İLİŞKİSİ 52
3.1 KATILIM BANKACILIĞININ DAVRANIŞSAL FİNANS YÖNÜ 52
3.2 KATILIM BANKACILIĞININ TERCİH EDİLME SEBEPLERİ 54
3.2.1 Dini Sebepler 55
3.2.2 Sosyal Sebepler 56
3.2.3. Ekonomik Sebepler 58
3.3 KATILIM BANKACILIĞI ÜRÜN İSİMLERİ 59
3.4 KATILIM BANKACILIĞI DİLİ VE ÇALIŞAN PROFİLİ 71
4. ALAN ARAŞTIRMASI 73
4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ 73
4.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ 73
4.3. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI 74
4.3.1. Davranışsal Finans Ölçeği 74
4.4. EVREN VE ÖRNEKLEM 74
4.5. VERİ TOPLAMA ARACININ GÜVENİRLİĞİ 74
4.6. VERİLERİN ANALİZİ 76

4.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI 79
4.7.1. Demografik Bulgulara İlişkin Değerlendirme 79
4.7.2. Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları 84
4.7.3. Fark Testleri 85
5. SONUÇ 99
REFERANSLAR 103
EK A 120

TABLO LİSTESİ

Tablo 2.1: Katılım ve Geleneksel Bankacılığın karşılaştırması. 50

Tablo 4.1: Güvenilirlik Analizi Bulguları. 75

Tablo 4.2: Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri. 77

Tablo 4.3: Çarpıklık ve Basıklık Değerleri. 79

Tablo 4.4: Cinsiyet Durumu Dağılımı 80

Tablo 4.5: Medeni Durum Dağılımı. 80

Tablo 4.6: Yaş Durumu Dağılımı. 80

Tablo 4.7: Kurum Hizmet Yılı Dağılımı. 81

Tablo 4.8: Meslek Kıdemi Dağılımı. 81

Tablo 4.9: Gelir Durumu Dağılımı. 82

Tablo 4.10: Eğitim Durumu Dağılımı. 82

Tablo 4.11: Katılımcıların Tasarruf Etme Durumlarına Göre Dağılım. 82

Tablo 4.12: Katılımcıların Tasarrufu Yatırıma Dönüştürme Durumuna Göre Dağılım 83

Tablo 4.13: Portföydeki Yatırım Araçları Dağılımı 83

Tablo 4.14: Katılımcıların Finansal Yatırım Araçlarına Yatırım Yapma Sürelerine Göre Dağılım. 83

Tablo 4.15: Katılımcıların Yeni Yatırım Yapma Sebeplerine Göre Dağılım 84

Tablo 4.16: Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları. 84

Tablo 4.17: Medeni Durum Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması. 86

Tablo 4.18: Cinsiyet Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması 87

Tablo 4.19: Yaş Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması. 88

Tablo 4.20: Eğitim Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması 90

Tablo 4.21: Kurum Hizmet Yılı Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması 92

Tablo 4.22: Kıdem Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması..... 94

Tablo 4.23: Gelir Durumu Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması..... 96

Tablo 4.24: Hipotez Değerlendirmesi (Fark Testleri) 98

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1.1: Finansın Disiplinlerarası Doğası. 4

Şekil 1.2: Davranışsal Finansın Diğer Bilim Dalları İle Olan İlişkisi 11

Şekil 1.3: Önyargının Neden Olduğu Sorunların Sınıflandırılması. 20

Şekil 2.1: Bankaların işlevleri. 36

Şekil 4.1: Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği 78

KISALTMALAR

İMKB : İstanbul Menkul Kıymetler Borsası

GİRİŞ

Finans, bankacılık, kaldıraç veya borç, kredi, sermaye piyasaları, para ve yatırımlar ile ilgili faaliyetleri tanımlayan geniş bir terimdir. Temel olarak finans, para yönetimini ve gerekli fonları edinme sürecini anlatmaktadır. Finans ayrıca, finansal sistemleri oluşturan para, bankacılık, kredi, yatırımlar, varlıklar ve borçların yönetimini, oluşturulmasını ve incelenmesini de kapsamaktadır (Kurt, 2022).

Finansı, analitik, problemleri çözmek için istatistik, olasılık ve matematiği kullanan, ekonomik ilkelere dayanan, finansal karar vermede girdi olarak muhasebe bilgilerini kullanan, perspektifte küresel, nasıl para toplanıp verimli bir şekilde yatırım yapılacağını inceleyen bir disiplin şeklinde tanımlamak da mümkündür (Drake ve Fabozzi, 2010: 2). Finans, doğası gereği, muhasebe, karar bilimleri, ekonomi ve davranış bilimleri dâhil olmak üzere bir dizi farklı disiplinden yararlanmaktadır

Finans, bir kuruluşun faaliyetlerinin geçmiş veya şimdiki durumu hakkında bilgi sahibi olabilmek için muhasebeciler tarafından toplanan ve sunulan bilgileri kullanmak suretiyle muhasebeden yararlanmaktadır. Bu bilgiler, finansal yöneticilere, gelecekteki projeler veya finansman gereksinimleri hakkında kararların verilebilmesi için gereken verileri sağlamaktadır.

Bu çalışmanın asıl konusu olan Davranışsal finans ise; duygu, bilişsel önyargılar ve diğer psikolojik faktörlerin finansal karar verme ve dolayısıyla finansal piyasalar üzerindeki etkisini inceleyen davranışsal iktisat ile yakından ilgili bir alandır. Özellikle davranışsal finans, bu tür faktörlerin irrasyonel yatırım davranışında oynadığı rolü ve bunun piyasa dalgalanmalarındaki sonuçlarını vurgulamaktadır.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde finans ve davranışsal finans kavramları detaylı olarak anlatılmaya çalışılmıştır.. Çalışmanın ikinci bölümünde bankacılık ve katılım bankacılığı konusuna yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde katılım bankacılığı ve davranışsal finans arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise katılım bankacılığında davranışsal finans etkisini ve aralarındaki ilşkiyi ortaya koymak amacı ile bir alan araştırmasına yer verilmiştir

1. BÖLÜM

FİNANS VE DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMLARI

1.1 FİNANS VE FİNANSMAN KAVRAMI

Finansın tanımı, rolü geliştikçe zaman içinde değişime uğramıştır. Yirminci yüzyılın başlarında finans, bireyler ve şirketler adına fonların alınması ve yönetimi ile ilgiliydi. Bu dönemde servet transferinde kullanılan menkul kıymetler (veya finansal araçlar), borç verenler (yatırımcılar) ve borç alanlar arasında aracılık yapan kurumlar ve faaliyet gösterdikleri finansal piyasalar üzerinde durulmuştur. Zamanla tanım, bir firmanın finansman gereksinimlerini kapsayacak şekilde genişletilmiş ve sonuç olarak vurgu, dışsal (veya firma dışı) bir yaklaşımdan, bir firmanın iç finansman gereksinimlerini dikkate alan bir yaklaşıma dönüşmüştür. Bu nedenle, finansın kıt kaynakların zaman içinde tahsisi ile ilgili olduğu söylenebilir. Bu kaynaklar finansal (para, hisse senetleri, tahviller) veya taşınmaz (mülk, madenler, mallar) olabilir ve bu farklı türde kararlar alınmasını gerektirebilir. Finansal kararlar, fon elde etmeyi ve ardından bunları belirli bir amaç için tahsis etmeyi kapsamaktadır. Finansman ve yatırım faaliyetleriyle ilgili maliyetlerin ve faydaların belirlenmesi önemlidir çünkü (Bennett ve diğerleri, 2017: 4):

i. Belli bir süreye yayılırlar ve
ii. Kesin olarak bilinmezler.

Başka bir ifadeyle, maliyetler ve faydalar gelecek dönemlerde ortaya çıktığı için, bu tahmini maliyet ve faydaların gerçekten gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konusunda bir belirsizlik mevcuttur (Bennett ve diğerleri, 2017: 4).

Finans, bankacılık, kaldıraç veya borç, kredi, sermaye piyasaları, para ve yatırımlar ile ilgili faaliyetleri tanımlayan geniş bir terimdir. Temel olarak finans, para yönetimini ve gerekli fonları edinme sürecini anlatmaktadır. Finans ayrıca, finansal sistemleri oluşturan para, bankacılık, kredi, yatırımlar, varlıklar ve borçların yönetimini, oluşturulmasını ve incelenmesini de kapsamaktadır (Kurt, 2022).

Finansı, analitik, problemleri çözmek için istatistik, olasılık ve matematiği kullanan, ekonomik ilkelere dayanan, finansal karar vermede girdi olarak muhasebe bilgilerini

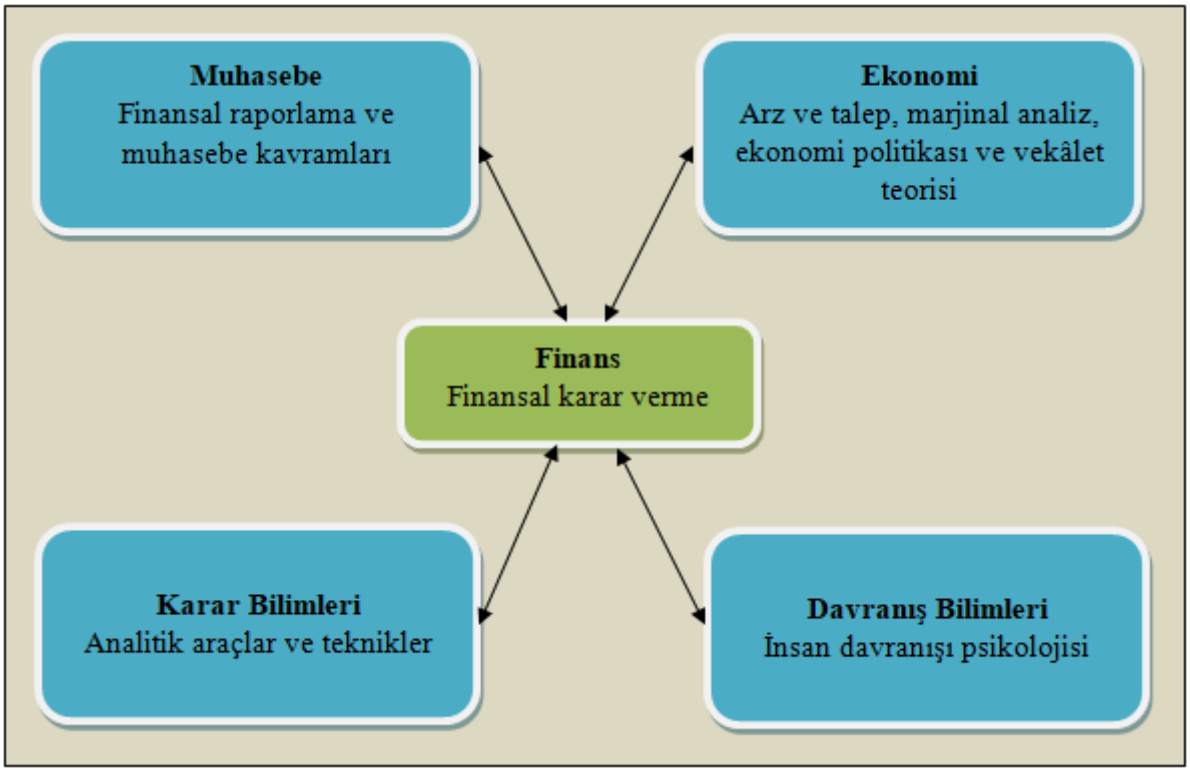
kullanan, perspektifte küresel, nasıl para toplanıp verimli bir şekilde yatırım yapılacağını inceleyen bir disiplin şeklinde tanımlamak da mümkündür (Drake ve Fabozzi, 2010: 2).

Finansman ise, ticari faaliyetler için fon sağlama, satın alma veya yatırım yapma sürecini ifade etmektedir. Bankalar gibi finansal kurumlar, işletmelere, tüketicilere ve yatırımcılara hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için sermaye sağlarlar. Finansman kullanımı, şirketlerin hemen ulaşamayacakları ürünleri satın almalarına izin verdiği için herhangi bir ekonomik sistemde hayati öneme sahiptir (Hayes, 2021).

Finans, fonları nasıl elde edeceğimiz ve bunları elde ettikten sonra ne yapmamız gerektiğine dair kararlar almak için bir çerçeve sağlamaktadır. Fonları olan kuruluşlardan fon ihtiyacı olan kuruluşlara fonların transfer edildiği platformu sağlayan finansal sistemdir (Drake ve Fabozzi, 2010: 1). İnsanlar gereksinimlerini karşılamak ve şirketler de yatırım yapma kararı verirken finansal sisteme bakmaktadır.

Finansal sistem, yatırımcıları ve borçluları bir araya getirerek finansal karar alma sürecine yardımcı olmaktadır. Sistem, hisse senetleri, tahviller, döviz ve diğer finansal araçlar için bir dizi piyasa aracılığıyla işlemektedir. Bankalar, sigorta şirketleri ve finans şirketleri gibi finansal aracılar olarak hareket etmekte ve yatırımcılar ile borç alanlar arasında fon akışına yardımcı olmak için faaliyet göstermektedir. Yatırımcılar, fon fazlası olan kesimi, borç alanlar ise finansal taahhütlerini yerine getirmek için ek fonlara ihtiyaç duyan kesimi temsil etmektedir. Finansal sistemin diğer tarafları, finansal hizmet organizasyonlarını ve düzenleyici kurumları içermektedir. Finansal hizmet kuruluşları, bireylere ve şirketlere ücret veya komisyon bazında finansal tavsiye sağlarken, finansal sisteme katılanların faaliyetlerini denetlemek ve yönetmek için düzenleyici kurumlar mevcuttur (Bennett ve diğerleri, 2017: 5).

Finans, doğası gereği, muhasebe, karar bilimleri, ekonomi ve davranış bilimleri dâhil olmak üzere bir dizi farklı disiplinden yararlanmaktadır (Şekil 1.1).



Şekil 1.1. Finansın Disiplinlerarası Doğası [Bennett ve diğerleri, 2017: 7]

Finans, bir kuruluşun faaliyetlerinin geçmiş veya şimdiki durumu hakkında bilgi sahibi olabilmek için muhasebeciler tarafından toplanan ve sunulan bilgileri kullanmak suretiyle muhasebeden yararlanmaktadır. Bu bilgiler, finansal yöneticilere, gelecekteki projeler veya finansman gereksinimleri hakkında kararların verilebilmesi için gereken verileri sağlamaktadır. Muhasebe ve finans disiplinleri arasında iki temel fark bulunmaktadır. İlk olarak, muhasebeciler mali tabloları derlemek amacıyla verileri kaydederken bir tahakkuk yöntemi kullanırlar ve bu süreçte belirlenmiş muhasebe prosedürlerini takip ederler. Şirketin faaliyetlerinden elde edilen karları (veya zararları) rapor ederler. Finans yöneticileri ise şirketin nakit akışlarının giriş ve çıkışı üzerinde dururlar ve bu fonları şirketin değerini maksimize edecek şekilde yönetirler. Bunu yaparak, kuruluşun mali yükümlülüklerini ve yeni projelerdeki yatırım programını karşılamak için yeterli fon bulunduğundan emin olurlar. İkincisi, muhasebeciler finansal bilgileri kaydetmek ve raporlamak, finans yöneticileri ise bu bilgileri değerlendirmek ve ek bilgi toplamak amacıyla kullanmaktadır. Finansal karar vermeye yardımcı olmak için finansta kullanılan analitik araçlar ve teknikler, karar bilimlerinden alınmıştır. Bu teknikler, örneğin nakit girişleri ve çıkışları arasındaki ilişkiyi tanımlayarak gerçekliği modellemeye çalışmaktadır, dolayısıyla çeşitli projeler

arasında karşılaştırma yapmaya izin vermektedir. Excel gibi elektronik tablo paketleri, projelerin nicel analizine ve bunlarla ilişkili risklere büyük ölçüde yardımcı olmaktadır. İktisat teorileri, finansta kullanılan birçok kavram ve tekniğin temelini oluşturmaktadır. Örneğin, tüm bireyler ve işletmeler bulundukları ülke ve küresel ekonomi içinde faaliyet göstermektedir ve bu nedenle bu ekonomik çerçevenin finansal kararlar üzerindeki etkilerini anlamak büyük önem taşımaktadır. Davranış bilimleri ise, insan davranışını anlamamıza yardımcı olmaktadır. Finans bağlamında, insan davranışını anlamak, kişisel yatırımcılar ve işletme yöneticileri tarafından alınan yatırım ve finansman kararlarının nedenlerini anlamamızı sağlamaktadır. Herkesin şahsi risk algıları ve risk almak için kabul etmeye hazır oldukları ödülleri vardır. Bu nedenle, bireylerin sahip olduğu değişken kişilik özellikleri hakkında bilgi sahibi olmak, yatırım veya finansal tavsiye sağlayanlara yardımcı olacaktır (Bennett ve diğerleri, 2017: 6-7).

Finans genel olarak üç kategoriye ayrılabilir: Kişisel finans, kurumsal finans ve kamu (devlet) finansmanı.

i. Kişisel finans**:** Kişisel finans, bir bireyin veya ailenin zaman içinde para kazanmak, birikim yapmak, para biriktirmek ve harcamak için vermesi gereken tüm finansal kararları ifade etmektedir. Bu kararlar genellikle çeşitli finansal risklere ve geleceğe yönelik planlamalara dayanmaktadır (Ramsey, 2014: 12).
ii. Kurumsal finans: Kurumsal finansman, işin amaçlarını gerçekleştirmek için şirket fonlarının verimli ve etkin yönetimi ile ilgili olup, sermaye arzını tahmin etmeyi ve izlemeyi, fonların dağılışını ve kaynakların denetimini (fonların etkin bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı) içermektedir (Watson ve Head, 2016). Kurumsal finansman, yatırım ilkesi (şirketlerin fonlarını nereye yatırdıklarını belirler), finansman ilkesi (yatırımları finanse etmek için ortaya konan finansman - borç ve öz sermaye karışımını yönetir) ve temettü ilkesinden (Firmaya yeniden yatırım yapılması gereken kazanç miktarını ve şirket sahiplerine ne kadar geri ödenmesi gerektiğini belirler) oluşmaktadır (Damodaran, 2014). En büyük amaç, sermaye sağlayanlar, özellikle de hissedarlar için serveti artırmaktır (Vernimmen ve diğerleri, 2018). Bu nedenle, finansal yönetimde zaferin sırrı, değeri artırmaktır (Brealey ve diğerleri, 2018). Yasal olarak, yöneticilerin hissedarlara karşı güvene dayalı bir yükümlülüğü bulunmaktadır, bu da yönetimin hissedarların çıkarlarını kendi

çıkarlarından daha öncelikli tutması gerektiği anlamına gelmektedir (Parrino ve diğerleri, 2011).

iii. Kamu (devlet) finansmanı: Kamu finansmanı, bir ülkenin gelirlerinin, giderlerinin ve borç yükünün çeşitli devlet kurumları aracılığıyla yönetilmesidir. Kamu finansmanının ana bileşenleri, gelir toplama, toplumu desteklemek için harcamalar yapma ve bir finansman stratejisi uygulama (devlet borçlanması gibi) ile ilgili faaliyetleri içermektedir. Ana bileşenler şunları kapsamaktadır: Vergi toplamak, bütçe yapmak, harcama yapmak, bütçe açığı/ bütçe fazlası, kamu borcu (Corporate Finance Institute, 2015a).

1.2 FİNANSAL YÖNETİM KAVRAMI VE AMAÇLARI

Finansal yönetim, bazı genel amaçlar göz önünde bulundurularak varlıkların elde edilmesi, finansmanı ve yönetimi ile ilgilenmektedir (Van Horne ve Wachowicz, 2008: 2). Finansal yönetim becerisi, finansal kontrol sistemlerini uygulama ve yönetme, finansal verileri toplama, finansal raporları analiz etme ve analize dayalı olarak sağlıklı finansal kontrol kararları verme sürecidir (Chase, 2010). Akademik bir disiplin olarak finansal yönetim, kapsamı bakımından köklü değişikliklere uğramıştır. Daha önceki yıllarda kavram, fon yaratma ile eşanlamlı olarak ele alınmıştır. Daha sonraki yıllarda ise fon temini ve kaynakların verimli ve etkin kullanımı şeklinde ele alınarak kavramın kapsamı daha geniş hale gelmiştir. Finans çalışmasına yönelik bu toplam yaklaşım, finansal yönetim olarak adlandırılmaktadır (Sarva, 2019). Finansal yönetim, personel, pazarlama ve üretim gibi çeşitli fonksiyonel departmanlarla doğrudan ilgili olan genel yönetimin önemli parçalarından biridir. Finansal yönetim çok boyutlu yaklaşımlarla geniş bir alanı kapsamaktadır. Aşağıda finansal yönetimin önemli faaliyet alanları verilmiştir (ICWAI, 2010: 7).

i. Belirli bir dönem için toplam fon gereksinimlerini tahmin etmek;
ii. Maliyet etkinliğini göz önünde bulundurarak, hem ulusal hem de uluslararası çeşitli kaynaklardan fon temin etmek;
iii. İşletmenin günlük işletme sermayesi gereksinimlerini finanse etmek;
iv. Borçlulardan zamanında tahsilat ve alacaklılara zamanında ödeme yapmak;
v. Fonları ve hazine işlemlerini yönetmek;
vi. Tüm hissedarlara tatmin edici bir getiri sağlamak;
vii. Borçlara faiz ödemek;

viii. Borç verenlere vade tarihlerinde geri ödeme yapmak;
ix. Sermaye piyasaları ile arayüz oluşturmak;
x. Finansal piyasalardaki en son gelişmelerden haberdar olmak;
xi. Firmanın piyasadaki rekabetçi finansal gücünü artırmak ve
xii. Kurumsal yönetimin gerekliliklerine bağlı kalmaktır.

Finansal yönetimin amaçları genel olarak (1) Kar maksimizasyonu ve (2) Servet maksimizasyonu olmak üzere iki bölüme ayrılabilir (Paramasivan ve Subramanian, 2009: 5-7).

1. Kar maksimizasyonu: Her türlü ekonomik faaliyetin temel amacı kar elde etmektir. Bir ticari müessese de esas olarak kar elde etme amacıyla faaliyet göstermektedir. Kar, ticari müessesenin iş verimliliğini anlamak için ölçüm tekniğidir. Kar maksimizasyonu aşağıdaki önemli özelliklerden oluşmaktadır;

    i. Kar maksimizasyonu ticari faaliyetleri maksimize etmeye yol açmaktadır.
    ii. Ticari firmanın nihai amacı kar elde etmektir, dolayısıyla firmanın karlılığını arttırmanın tüm olası yollarını dikkate almaktadır.
    iii. Kar, firmanın verimliliğini ölçmenin parametresidir.
    iv. Kâr maksimizasyonu hedefleri, işletmenin riskini azaltmaya yardımcı olmaktadır.
2. Servet maksimizasyonu: Servet maksimizasyonu, iş alanında en son yenilikleri ve iyileştirmeleri içeren modern yaklaşımlardan biridir. Servet terimi, hissedarların serveti veya ticari müesseseye dâhil olan kişilerin serveti anlamına gelmektedir. Servet maksimizasyonu, değer maksimizasyonu olarak da bilinmektedir. Değer, şirketin hisse senetlerinin piyasa fiyatı ile temsil edilmektedir. Bu amaç, iş alanında evrensel olarak kabul edilen bir kavramdır. Servet maksimizasyonu ise şu özelliklerden oluşmaktadır;

    i. Servet maksimizasyonu, ticari işletmenin hem zamanını hem de riskini dikkate almaktadır.
    ii. Servet maksimizasyonu, kaynakların verimli bir şekilde tahsis edilmesini sağlamaktadır.

iii. Toplumun ekonomik çıkarlarını sağlamaktadır.

1.3 DAVRANIŞSAL FİNANS KAVRAMI VE AMACI

Davranışsal finans, davranışsal ve bilişsel psikolojik teoriyi geleneksel ekonomi ve finans ile birleştirerek insanların ekonomik kararları için açıklamalar sağlamaya çalışan, nispeten yeni fakat hızla genişleyen bir alandır. Davranışsal finans araştırmalarının gelişimini hızlandıran, rasyonel yatırımcıların etkin piyasalar çerçevesinde geleneksel beklenen fayda maksimizasyonunun birçok ampirik modeli açıklamadaki yetersizliği olmuştur. Davranışsal finans, hem bireysel hem de grup olarak insan davranışına dayalı açıklamalar getirerek bu tutarsızlıkları çözmeye çalışmaktadır. Örneğin davranışsal finans, piyasaların neden ve nasıl verimsiz olabileceğini açıklamaya yardımcı olmaktadır. (Baker ve Nofsinger, 2010: 3). Davranışsal iktisat'ın bir alt disiplini olarak davranışsal finans, psikoloji ve sosyolojiden elde edilen bulguları teorilerine dâhil eden finanstır. Davranışsal finans modelleri, rasyonel modeller yeterli açıklama sağlamadığında genellikle yatırımcı davranışını veya piyasa anomalilerini açıklamak için geliştirilmektedir (Glaser ve diğerleri, 2004: 527).

Davranışsal finans, duygu, bilişsel önyargılar ve diğer psikolojik faktörlerin finansal karar verme ve dolayısıyla finansal piyasalar üzerindeki etkisini inceleyen davranışsal iktisat ile yakından ilgili bir alandır. Özellikle davranışsal finans, bu tür faktörlerin irrasyonel yatırım davranışında oynadığı rolü (örneğin, finansal bilgilere yetersiz veya aşırı tepki) ve bunun piyasa dalgalanmalarındaki (örneğin, finansal balonlar, panikler) sonuçlarını vurgulamaktadır (Fallaw, 2021).

Davranışsal finansın bir tüccara sağlayacağı yararlar şunlardır (Pruden, 2007: 33-34):

i. Daha fazla ve daha iyi bilgi. Davranışsal finansa dayalı piyasa davranış modelleri, kullanılan göstergelerin sayısını ekonomik hale getirmekte, ayrıca her göstergeden ve göstergelerin karşılıklı ilişkilerinden de daha fazla bilgi elde edilmesine yardımcı olmaktadır.
ii. Test ve teşhis için bilimsel bir temel. Davranışsal finans modelleri, piyasaların nasıl ve neden işlediğini anlamamızı sağlayan bilimsel bir mantık sağlamaktadır. Ayrıca piyasa göstergelerinin seçimi, entegrasyonu ve yorumlanması için de güvenilir bir kılavuz sağlamaktadır.

iii. Yaratıcılık. Davranışsal finans modelleri, piyasaları incelemenin yeni yollarını keşfetmeye yardımcı olmakta, böylece gözden kaçmış göstergeleri ve çok değerli teknikleri ön plana çıkarabilmektedir.
iv. Ticarette kendine güvenme avantajı. Bir ticaretin temelinde yatan bilimsel bir gerekçe, tüccara ticarete girme, ticaretten çıkma ve eğilimleri takip etme konusunda daha fazla güven verebilmektedir.
v. Öz gelişim. Davranışsal finans, tüccar psikolojisi ve zihinsel durum kontrolü hakkında bir anlayış oluşturmak için sağlam bir zemindir.

Davranışsal finans, yatırımcıların çeşitli yatırım kararları almak için bilgileri nasıl yorumladığına ve bu bilgilerin çeşitli yatırım kararları alırken onları nasıl etkilediğine odaklanmaktadır. (Kumar ve Gupta, 2020: 8, 13). Davranışsal finans, psikoloji, ekonomi ve sinirbilimin çeşitli karar verme bilimlerinden teorilere, önyargılara ve araştırma yöntemlerine dayanan disiplinler arası bir alandır (Ricciardi 2006). Davranışsal finans, psikolojinin yatırımcıların veya finansal analistlerin davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Aynı zamanda piyasalar üzerindeki müteakip etkileri de içermektedir. Yatırımcıların her zaman rasyonel olmadıkları, kendi kontrollerinin sınırları olduğu ve kendi önyargılarından etkilendikleri gerçeğine odaklanmaktadır. Davranışsal finans, kişisel önyargıların yatırımcılar üzerindeki etkisini anlamaya çalışmaktadır. Yaygın finansal önyargılar şunlardır: Aşırı güven ve kontrol yanılsaması, kendine atıf önyargısı, geri görüş önyargısı, onay önyargısı, anlatı yanılgısı, temsili önyargı, çerçeveleme önyargısı, ankraj önyargısı, kayıptan kaçınma, sürü zihniyeti (Corporate Finance Institute, 2015b).

Davranışsal finans, zihinsel faktörlerin ve duygusal etkilerin bireyler, gruplar, organizasyonlar ve piyasalar üzerindeki rolüne odaklanmaktadır. Bu önyargılar yalnızca tesadüfi davranış türleri değildir; tam tersine bu tür sonuçlar, bireylerin defalarca tekrar etme eğiliminde oldukları sistematik yanlış adımlardır (Baker ve Ricciardi, 2014). Aşağıda, finansal davranışın bazı önemli temalarına genel bir bakış sunulmuştur (Ricciardi, 2017: 270):

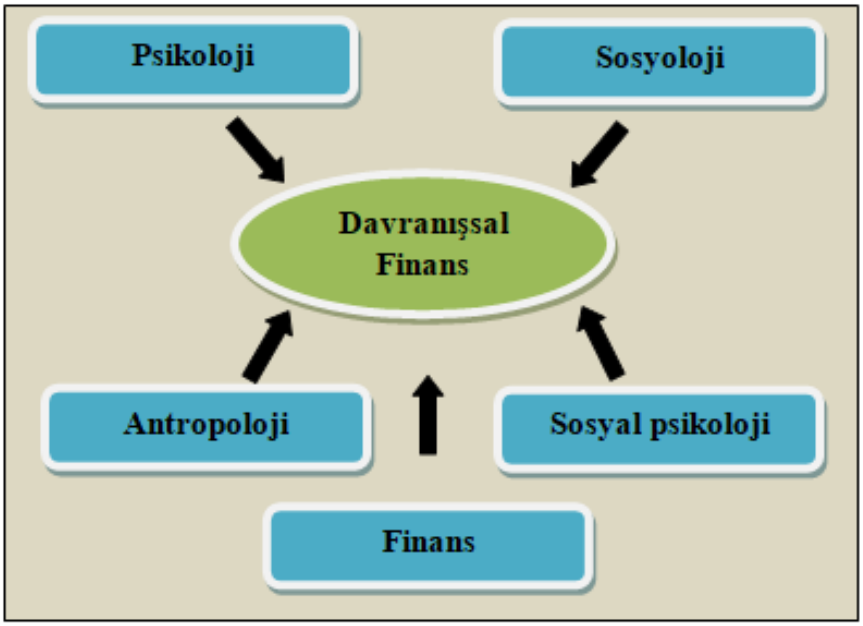
i. Yatırımcıların kötü karar veya hataları kabul etme isteksizliği;
ii. Ciddi düzeyde kayıp, endişe ve pişmanlık yaşayan bireyler;
iii. Karar verme sürecinde buluşsal yöntem olarak bilinen bilişsel araçları veya zihinsel kısa yolları kullanan bireyler;

iv. Aşırı düzeyde gurur, açgözlülük ve aşırı güven sergileyen yatırımcılar;
v. Eşdeğer bir kazançtan iki kat daha üzücü bir kayıp yaşayan yatırımcılar;
vi. Yatırım zamanı ufkunu tam olarak ölçemeyen yatırımcılar ve
vii. Sosyal aidiyet ihtiyacına ve grupların her zaman daha iyi kararlar verdiği efsanesine dayanan, kalabalığın bir parçası olma arzusuna sahip bireyler.

Davranışsal ekonomi, psikolojiden gelen bilgileri ekonomik modellere ve analizlere dâhil etmeye çalışan nispeten yeni bir ekonomi alanıdır. Psikologlar gibi çoğu ekonomistler de bireylerin nasıl davrandığını ve etkileşim kurduğunu incelemektedir. Bununla birlikte, psikologlar genellikle bireysel veya sosyal grup düzeyinde bu davranışların derin temellerini incelerken, ekonomistler bir sistemde davranış ve etkileşimlerin ekonomik sonuçları şekillendirmede nasıl rol oynadığını anlamaya çalışmaktadır. Davranışsal finans, ekonomik modellere bireysel davranış hakkında psikolojiden daha fazla gerçekçilik ve anlayış katmayı amaçlayan, ekonomi içinde gittikçe büyüyen bir alandır. Bu hareketin amacı, ekonomik ilkeleri çürütmek değil, ekonomistlerin daha iyi tahminler yapmasına ve daha iyi ekonomik politikalar önermesine izin verecek şekilde davranış anlayışımızı geliştirmeye yardımcı olmaktır (Pope ve Sydnor, 2015: 800-801).

1.4 DAVRANIŞSAL FİNANSIN DİĞER BİLİM DALLARI İLE İLİŞKİSİ

Davranışsal finans, davranışsal ve psikolojik teorileri geleneksel finansla birleştirerek bireyin iktisadi, finansal ve yatırımla ilgili kararlarına açıklamalar sağlamaya çalışan bir alandır (Singh, 2016: 234-235). Davranışsal finansın çıkış noktasını etkileyen disiplinler incelendiğinde özellikle davranış bilimlerinin alt disiplinleri göze çarpmaktadır (Şekil 1.2).



Şekil 1.2 Davranışsal Finansın Diğer Bilim Dalları İle Olan İlişkisi [İmamoğlu ve Çevik, 2020: 254]

Davranışsal finansın alt disiplinlerini oluşturan psikoloji, sosyal psikoloji, sosyoloji ve antropoloji disiplinleri, davranışsal finansın gelişmesinde etkin rol oynamakta ve ekonomik teorilerin bakış açılarında önemli değişiklikler meydana getirmektedir (İmamoğlu ve Çevik, 2020: 254). Bu çalışmada psikoloji, sosyal psikoloji ve sosyoloji ile ilgili bilgiler verilecektir.

1.4.1 Psikoloji

Günümüzde insan ve insana has özellikler bilimin farklı branşlarında olduğu gibi finans alanında da öne çıkmaya başlamıştır. Yatırımcıların finansal kararlarını verirken sergiledikleri davranışların psikolojik, sosyolojik vb. faktörlerden etkilendiği gözlenmektedir. Finansın bir alt dalı olan davranışsal finans, bu faktörlerin finans bilimine aktarılarak finansal davranışların incelenmesidir (Göçer ve Karaca, 2019).

Davranışsal finans, para yönetimi ve yatırımda karar vermenin bilişsel eğilimlerden nasıl etkilenebileceğini araştıran bir psikoloji ve ekonomi dalıdır. Dolayısıyla davranışsal finans çalışmalarının köklerinin bilişsel psikolojiye uzandığını söylemek mümkündür. Bilişsel psikoloji ise, "görsel işleme, hafıza, düşünme, öğrenme, hissetme, problem çözme ve karar verme, yargılama ve dil gibi içsel zihinsel süreçlerin incelenmesiyle ilgili bir psikoloji dalı" şeklinde tanımlanmaktadır (akt. Kasemsap, 2015: 95).

Psikolojinin üzerinde çalıştığı konulardan birisi de düşünme ve düşünme sürecidir. Davranışsal finans ile yakınlığı bilişsel psikoloji ve düşünme süreçleri üzerine yapılan çalışmalara dayanmaktadır. Aklı anlamaya yönelik çalışmaların çerçevesini bilgilenme süreci oluşturmaktadır. Algı, öğrenme, sorun çözme, hafıza, dikkat, dil ve duygu psikolojinin başlıca ilgi alanlarıdır. Bu nedenle, yatırım kararı veren yatırımcıların, karar alma süreçlerinde etkilendikleri olay ve olgular psikoloji biliminin çalışma alanına girmektedir. Ayrıca, kişilik de psikolojinin ilgi alanı içerisinde yer almaktadır. Aktif, pasif, sakin, çabuk karar veren-vermeyen kişilik özellikleri davranışsal yönden anlam ifade ettiği gibi, karar vericinin davranışsal boyutuna da atıfta bulunmaktadır (Tufan, 2006: 45).

İnsanlar bazen rasyonel düşünce yerine duyguya dayalı finansal kararlar alırlar. Bazı zamanlarda da, hatalı bilgilere dayanarak kararlar verirler. Sırasıyla "duygusal önyargılar" ve "bilişsel önyargılar" olarak adlandırılan bu iki tür karar verme sıklıkla gerçekleşmektedir. Bu tür önyargılarla ilgili bilgiler ise davranışsal finans olarak bilinen nispeten yeni bir disiplin aracılığıyla keşfedilmiştir. Davranışsal finans teorisi, finans alanını psikoloji ile birleştirmektedir. İnsanların parayı nasıl ele aldıklarına ve mali yönetimlerini etkileyebilecek hangi önyargılara sahip olabileceklerine odaklanmaktadır. Başka bir deyişle, bu disiplin, öz kontrol sahibi olup olmadıkları da dâhil olmak üzere yatırımcıların nasıl davrandığına bakmaktadır. Sonuç olarak davranışsal finans, yatırımlar, ödemeler, risk ve kişisel borç gibi konulardaki finansal kararların, bilgiyi işleme ve bunlara yanıt vermede insani duygulardan, önyargılardan ve zihnin bilişsel sınırlamalarından nasıl etkilendiğini anlamamıza yardımcı olmaktadır (Hayes, 2021b).

1.4.2 Sosyal Psikoloji

Sosyal psikoloji, bireylere ve bunların etkileşimlerinin sosyal organizasyonları ve sosyal kurumları nasıl etkilediğine odaklanan insan sosyal ilişkilerini anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Sosyal psikoloji bilimi, sosyoloji, psikoloji, ekonomi, eğitim ve işletme gibi çeşitli entelektüel okullardan kaynaklanan çeşitli teorik perspektifler, metodolojik araçlar ve önemli uygulamaları içermektedir (Eisenberg, 2007: 1). Sosyal psikoloji, çevremizdeki insanlar hakkında ne hissettiğimizin, ne düşündüğümüzün ve onlara karşı nasıl davrandığımızın ayrıca duygularımızın, düşüncelerimizin ve davranışlarımızın bu insanlardan nasıl etkilendiğinin bilimsel çalışmasıdır (Stangor ve diğerleri, 2012: 10). Sosyal psikoloji ve sosyoloji birçok yönden farklıdır. Şöyle ki, sosyal psikoloji bireylere

odaklanmaktadır, toplumun ve sosyal faktörlerin bireylerin davranışlarını nasıl etkilediğini incelemektedir. Sosyoloji ise, insanların bir sosyal sistemin parçası olarak nasıl davrandığını anlamak için sosyal sistemlere odaklanmaktadır, toplumdaki grupları ve bir bütün olarak toplumu incelemektedir.

Davranışsal finansın, ileri sürdüğü insanların rasyonel davranmayabilecekleri savı, sosyal psikoloji tarafından da desteklenmektedir. Örneğin, …çok sınırlı bilgi ve ipucuna dayanarak başkalarına ilişkin izlenimler oluşturma, insanlarda önemli bir evrensel eğilimdir. Buna dayanarak, yatırımcıların da yeterli bilgi sahibi olmadıkları hisse senetlerine sadece ilk izlenimlerinin olumlu olması nedeniyle yatırım yapabileceklerini söyleyebiliriz (Tufan, 2006: 46).

Yatırımcılar, piyasa ile alakalı edindikleri bilgileri kendilerine göre değerlendirmekte ve bu doğrultuda kararlar almaktadırlar. Burada, algılama durumu devreye girmektedir. Algıyı, kişilerin çevreleri ile ilgili bilgiyi (uyarıyı) duyma, anlama ve değerleme süreci olarak tanımlamak mümkündür. Algı, duyu organlarından gelen verilerin (bilgi, uyarı) organize edilmesi ve onlara anlam verilmesi ile ilgili süreci ifade etmektedir. Burada önemli olan, kişinin göstereceği davranışı, bu davranışa yol açan uyarının algılanma biçiminin etkilemesidir. Bu nedenle, iki farklı kişi aynı uyarıyı/bilgiyi farklı algılayabilir. Algılardaki bu farklılığın sebepleri; kişilerin sahip oldukları değer yargıları, amaç ve hedefleri, gereksinimleri, içinde yetiştikleri kültürel ortam, bilgileri, hisleri, geçmişteki deneyimleri ve hatta fiziksel özellikleridir (Koçel, 2003: 532-533).

1.4.3 Sosyoloji

Bottomore (1977)'a göre sosyoloji, toplumsal antropoloji ile beraber, toplumun belli bir tarafını değil de, toplumsal yaşamı bir bütün olarak incelemek isteyen; toplumu meydana getiren sosyal gruplar ve kurumlar arasındaki dokusal ilişkileri ele alan bir bilim dalıdır. Bu açıdan sosyolojinin temel iddiası, toplumsal yapıdır; yani belli bir toplumdaki eylem ya da davranış formları arasındaki sistematik karşılıklı ilişkilerdir (Bottomore, 1977: 15).

Sosyoloji, sosyal yapı içerisinde geçerli olan kuralları saptamakla kalmaz, ayrıca bu kuralların ekonomik, politik ve güncel hayata nasıl yansıyacağını da araştırmaktadır. Bununla birlikte, çeşitli ekonomik ve sosyal olayları araştırarak elde edilen sonuçların iş hayatında, politik hayatta ve benzeri ortamlarda nasıl kullanılabileceği, bu sonuçların

kullanılması sonucu sosyal yapıda veya bireysel davranışlarda ne tür gelişmelerin çıkabileceği de sosyolojinin çalışma alanları arasındadır (Erdoğan, 1997: 18). Nitekim finansal kararlar, toplumdan kopuk izole bir ortamda verilmemektedir. Birey ve toplum karşılıklı etkileşim içerisindedir. Dolayısıyla bireysel yanılgılar kitlesel yanılgılara dönüşebilmektedir (Kübilay ve Bayrakdaroğlu, 2017).

1.5. DAVRANIŞSAL FİNANS MODELLERİ

Davranışsal finans modellerine göre piyasalar aktif değildir ve bunun en önemli kanıtı piyasa anomalileridir. Davranışsal finans, bu anomalileri teorik ve ampirik olarak açıklamaya çalışmaktadır. Anomaliler, irrasyonel hareketler sonucunda ortaya çıkan ve teoriyle uyumlu fiyat ve getiri hareketleridir. Bu nedenle, geleneksel finans teorilerinin de açıklamakta zorluk çektiği anomaliler, davranışsal finans teorileri ve modelleri ile açıklanmaya çalışılmaktadır (Çömlekçi ve Özer, 2018: 316). Bu çalışmada literatürde yaygın olarak kabul edilen üç model üzerinde durulacaktır.

1.5.1 Barberis, Shleifer ve Vishny'nin Temsili Yatırımcı Modeli

Barberis, Shleifer ve Vishney (1998) tarafından geliştirilen modelin temel amacı, yatırımcıların gelişen finansal piyasalara tepkisini belirlemeye çalışmaktır. Barberies ve diğerleri (1998), yatırımcıların davranışlarındaki farklılıkları belirlemeye çalışırken, piyasa koşullarında yatırımcının piyasa hakkında aldığı iyi ve kötü haberlere verdikleri tepkinin yetersiz veya tam tersine beklenenden fazla olduğunu tespit etmişlerdir (Barberies ve diğerleri, 1998: 332). Ayrıca bu bulgular Griffin ve Tversky (1992) tarafından elde edilen bulgularla da paralellik göstermektedir. Griffin ve Tversky (1992) yaptıkları çalışmada, yatırımcıların irrasyonel davranışlar sergilediklerini ve yatırım kararlarını verirken kendilerine sunulan seçenekler arasından istatistiksel olarak kayda değer yatırım tercihlerinden ziyade sunum yoluyla daha güçlü görünen yatırımları tercih ettiklerini bulmuşlardır. Griffin ve Tversky (1992), yatırım kararlarını etkileyecek bilgi gücünü sabit tutarak farklı sunum yoğunluklarında yatırımcılara sunmuşlar ve yatırımcıların sunumların yoğunluğuna verdikleri tepkilerin aynı yönde değiştiğini tespit etmişlerdir (Griffin ve Tversky, 1992). Bu durum, Barberies ve diğerleri (1998)'ne göre yatırımcılara sağlanan bilgilerin oluşturduğu istatistiksel oran sabit tutulduğunda, piyasadaki algı farklılıklarının yatırımcılar tarafından aşırı tepki ve yetersiz tepki olarak ortaya çıkacağı gerçeğiyle paralellik göstermektedir (Barberies ve diğerleri, 1998).

Barberis ve diğerleri (1998), piyasadaki mevcut fiyat hareketleri ile yatırımcı davranışları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında yatırımcıların iki tür davranış sergileyeceklerini belirlemişlerdir. Bunlar temsil edilebilirlik yanlılığı ve muhafazakârlıktır. Yatırımcılarda gözlemlenen muhafazakâr davranış, geçmiş tecrübelerinden edindiği bilgilerin etkisinden çıkamayan yatırımcıların sergilediği yatırım davranış kalıbı olarak ifade edilmektedir. Bir başka ifadeyle muhafazakârlık, piyasada yeni olan bilgilerin bireylerin geçmişteki davranış kalıplarını ve zihinsel kısa yollarını değiştirmemesidir. (Barberies ve diğerleri, 1998). Diğer yandan temsil edilebilirlik yanlılığı ise, yatırımcıların yargıya varırken en son en fazla göze çarpan ve olağan dışı görünen unsurlara aşırı ağırlık vermesi ve dağılım popülasyonunun istatistiki özelliklerini göz ardı etme eğilimidir (Ülkü, 2001: 106). Barberis ve diğerleri (1998), modelde yetersiz reaksiyonu muhafazakârlık, aşırı reaksiyonu da temsil edilebilirlik yanlılığı olarak açıklamışlardır.

Barberis ve diğerleri (1998), firma karlarının aslında rastgele bir yapıya sahip olduğunu ancak muhafazakârlık ve temsil etkisiyle çarpıtıldığını belirtmiştir. Yatırımcılar, yükseliş trendini yakalayan firmaların kademeli olarak ortalamaya döneceğine ve belirli bir trende gireceğine inanmaktadır. Modele göre eksik reaksiyon yükseliş trendini yakalayan menkul kıymetlerin ortalamaya döneceği inancıyla, aşırı reaksiyon ise artıştan sonra belirli bir trendin gerçekleşeceği inancıyla meydan gelmektedir. Ayrıca yazarlar, momentum stratejisini kanıtlayan araştırmalarda ortaya çıkan menkul kıymet gelirlerinin geçmiş dönemlerle pozitif korelasyonlarını da eksik tepki olarak tanımlamış ve piyasaya gelen bilgilerin zamanla fiyatlara yansıdığını göstermişlerdir (Barberis ve diğerleri, 1998).

1.5.2 Hong ve Stein Modeli

Hong ve Stein'ın (1999) etkileşimli ilişki modeli, diğer modellerden farklı olarak, psikolojik temelde ortaya çıkan rasyonel davranışları sorgulamaktan ziyade, yatırımcıların yatırım davranışlarını nasıl sergilediklerini belirlemeye ve yatırımcı davranış türlerini bulguları doğrultusunda açıklamaya çalışmaktadır (Hong ve Stein, 1999). Hong ve Stein (1999) yatırımcı davranışı türünü ikiye ayırmaktadır. Bunlardan ilki, piyasadaki gelişmeler ve elde edilen bilgiler doğrultusunda yatırım davranışlarını belirleyen haber avcılarıdır. İkinci yatırımcı davranış türü, kamuya alenen açıklanmış veya kendilerine ait özel bilgileri dikkate almayan ve geçmiş fiyat hareketlerini temel bilgi olarak kabul eden ve buna göre yatırım yapan momentum yatırımcılarıdır (Hong ve Stein, 1999: 2144–2145). Her iki yatırımcı da

stil olarak tamamen rasyonel değildir ve sınırlı rasyonel olarak kabul edilmektedir. Bu iki davranış türü yatırımcı tepkileri ile ilişkilendirildiğinde, haber avcılarının piyasadan elde edilen bilgilerin yayılma hızının düşük olması ve doğruluğunun kabul edilmesinin belirli bir süre alması nedeniyle yetersiz tepkiler gösterdiği görülmektedir. Momentum yatırımcılarının ise piyasadan gelen bilgileri takip etmek yerine yatırım aracının geçmiş dönemlerdeki durumunu inceleyerek tahminlerde bulunması nedeniyle aşırı tepki verdikleri gözlemlenmektedir (Hong ve Stein, 1999: 2143).

Her iki yatırımcıda da kamuya, açıklanan bilgilerin belirli kısımlarına göre hareket edebilir. Kişisel bilgiler, haber avcıları arasında yavaş yavaş yayılır. Yani sadece haber avcılarının olduğu piyasada bilgiler yavaş yavaş fiyatlara yansıyacak ve eksik tepkiye neden olacaktır. Bu durumda kesinlikle aşırı tepki olmayacaktır. Momentum yatırımcılarının piyasaya girmesiyle, haber avcılarının neden olduğu eksik tepki, yeterli risk toleransına sahip arbitraj nedeniyle piyasadan uzaklaştırılacak ve piyasa momentum yatırımcıları tarafından etkinleştirilmeye zorlanacaktır. Fakat bu değişiklik bir noktadan sonra aşırı tepkiye neden olacaktır. Temel bilgilerle ilgilenmeyen ve sadece fiyat hareketlerini dikkate alan yatırımcılar olması gereken fiyatı bilmedikleri için, farkına bile varmayacaklardır. Erken farkındalığa ulaşan yatırımcılar, geç kalanlardan kar elde edeceklerdir (Hong ve Stein, 1999: 2145).

Bu modelde izlenen temel yaklaşım, iki temel yatırımcı davranış türünün psikolojik tutumlarının davranışlar üzerindeki etkisini araştırmak yerine, yatırımcı davranışlarının birbirleri ve piyasa üzerindeki etkilerini farklı yollar izleyerek incelemektir (Hong ve Stein, 1999: 2144).

Yatırımcı davranışlarının birbirleri üzerindeki etkilerine bakıldığında her iki yatırım davranış türünün de kendine has zayıf yönleri olduğu ve bu zayıflıkların birbirini etkilediği görülmektedir. Haber avcılarının zayıf noktası, piyasadan gelen bilgilere zamanında tepki verememeleri, yatırım fırsatlarını ve yatırım fırsatlarından elde edilen kazançları kaybetmeye açık olmalarıdır. Momentum yatırımcılarının temel zaafı ise, yatırım aracını sadece geçmiş koşullara bakarak ve piyasadan elde edilen bilgileri görmezden gelerek değerlendirmeleridir. Bu da momentum yatırımcılarının yatırım kararlarının risk düzeyini artırmaktadır. Zayıf noktaların birbirleri üzerindeki etkisine bakıldığında, haber avcılarının tepki göstermemesi, yatırım aracının piyasa değerinin gerekli seviyeye ulaşmasını

engellemekte ve yatırımcıların tahminlerinde başarılı olmaları durumunda beklenen kazanç seviyesinin altında ivme kazanmalarına neden olmaktadır. Momentum yatırımcılarının tarihsel verilere dayalı olarak yaptıkları yatırımlar, yatırım aracının piyasa durumunu şişirerek haber avcılarını yanlış yönlendirmekte ve bu durum onların yanlış yatırımlar yapmasına neden olabilmektedir. Her iki yatırımcı türünün ortak noktalarına bakıldığında, yatırımcıların rasyonel davranıştan ziyade sınırlı rasyonel davranışa sahip oldukları görülmektedir (İmamoğlu ve Çevik, 2020: 260).

1.5.3 Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam Modeli

İnsanlar yatırım kararları verirken birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörler hem kişisel özelliklerden hem de çevresel faktörlerden kaynaklanmaktadır. Bolhuis ve Goodman (2005), yatırımcıların yatırım kararları verirken geçmiş deneyimlerden yararlanma, kayıptan kaçınma ve aşırı güven gibi belirli faktörlerden etkilendiğini ve hareket ettiğini belirtmektedir (Bolhuis ve Goodman, 2005: 62). Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam (1998), yatırımcıların yatırım kararlarını verirken etkilendikleri psikolojik faktörlere odaklanarak iki temel duygunun ortaya çıktığını belirtmektedir. Bunlar aşırı güven ve kendine atfetme önyargısı'dır (Daniel ve diğerleri, 1998).

Aşırı güven, bireylerin kişisel bilgilerine duydukları ezici güvendir. Kendine atfetme, sahip oldukları güvene ve yatırım kararları ile bu güvenle alınan yatırım kararları arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Bireyler, kazançtan kaynaklanan kararların kendilerinden geldiğini, zararın sonucu olan kararların ise dış etkenlerden kaynaklandığını ileri sürerek önyargılıdırlar (Lawrance 2001: 18).

Daniel ve diğerleri (1998) çalışmalarında, yatırımcıların yatırım araçları hakkında piyasayla paylaşılan gerçek bilgilerin yanlış yorumlanmasından dolayı etkilendiği iki psikolojik durumu temel almaktadır. Gerçek bilgileri görmezden gelen bu iki temel psikolojik duygunun sonuçları, yatırımcıları yanıltmakta ve yanlış yatırım kararları almalarına neden olmaktadır. (Daniel ve diğerleri, 1998: 1865).

Daniel ve diğerleri (1998), yatırımcıların varlıklarının değerini artırmak için yatırım davranışı sergileme konusunda kendilerini üstün gördüklerine dikkat çekerek, yatırımcıların yatırım kararlarında aşırı güven yanılsaması ile hareket ettiklerini belirtmektedir. Yatırımcıları yanlış bir yatırım kararı almaya yönlendiren bir diğer hata da kendine atfetme

yanılgısıdır. Yatırımcılar, önceki yatırımlarının başarısından etkilenirler ve yatırım kararları verirken kendi başarılarını kendileri yaratırlar. Bu bağlamda yatırım davranışını uygulayan yatırımcılar, yatırım kararları başarılı olursa bu duyguları pekişmektedir. Yatırım kararlarının başarısız olması durumunda ise olayı şansa bağlayarak kendilerini kandırmaktadırlar. (Daniel ve diğerleri, 1998: 1844).

Daniel ve diğerleri (1998) tarafından yapılan araştırmalar, menkul kıymet fiyatlarının özel bilgilere aşırı tepki verdiği ve kamuoyunun açıklanan bilgilere yanıt veremeyecek durumda olduğu gerçeğine dayanmaktadır. Bu modelde yatırımcı, kamuoyuna açıklanan teyitli bilgilerin güveni artırdığını, ancak teyit edilmeyen bilgilerin sadece güven kaybına neden olduğunu belirtmektedir. Bireysel yatırımcıların piyasada yetenekleriyle ilgili ön yargılardan uzak hareket etmeleri halinde, kamuya açıklanan yeni bilgiler ortalama olarak onların özel bilgilerini teyit edecektir. Bu da önceki kişisel bilgilere daha fazla aşırı tepki verilmesine neden olacaktır. Böylece devam eden aşırı tepki, menkul kıymet fiyatlarında ivmeye neden olacak, ancak açıklanan bilgilerin düşmesiyle birlikte kamu kademeli olarak ana noktaya dönecektir. Böylece, kendine atfetme yanılgısı kısa vadede ivmeye neden olacak, ancak uzun vadede tersine dönecektir (Daniel ve diğerleri 1998:1842).

Gervais ve Odean (1992), kendisine aşırı güven duyan yatırımcının davranışlarında agresif bir tutumun olumlu sonuçlarına işaret ederek, aşırı güvenle hareket etmenin yatırımcılara avantaj sağlayacağını ve rakiplerin bu duruma tepkisiz kalabileceğini öne sürmektedir (Gervais ve Odean, 1992). Odean (1998), yatırımcıların aşırı güven yatırım davranışlarından piyasaların etkileneceğini ve piyasa dalgalanmaları yaratabileceğini savunmaktadır. Yazar, piyasa dalgalanmalarının yüksek olduğu bir yatırım ortamında yatırımcıların eksik ve yanlış bilgilere göre hareket edeceklerini ve bununda onları yanıltacağını, özellikle aşırı güvenle hareket edenlerin ise bundan daha fazla etkileneceğini belirtmektedir (Odean, 1998: 1887).

Coval ve Shumway (2005) ise, geçmiş yatırımlarında başarılı sonuçlar elde eden yatırımcıların, gelecekteki yatırımlarıyla ilgili yatırım kararlarında kendine atfetme davranışı sergilediklerini ve her başarılı yatırımda da kendine atfetme davranışına daha fazla güvendiklerini belirtmektedir (Coval ve Shumway, 2005: 5). Bu durum yatırımcıları gerçek bilgilerin istatistiksel değerlerinden ziyade daha risk odaklı olmaya ve kendi yorumlarına göre hareket etmeye sevk etmektedir. Bu psikolojik durumdan etkilenen ve mantıksız davranışlar sergileyen yatırımcılar da Daniel ve diğerleri (1998) tarafından önerilen modeli

desteklemektedir. Sonuç olarak Daniel ve diğerleri (1998) tarafından geliştirilen davranışsal finans modelinde, yatırımcıların aşırı güven ve kendine atfedilebilirlik yanılgısından etkilenerek hareket edecekleri ve mantıksız davranışlar sergileyecekleri belirlenmiştir (İmamoğlu ve Çevik, 2020: 259).

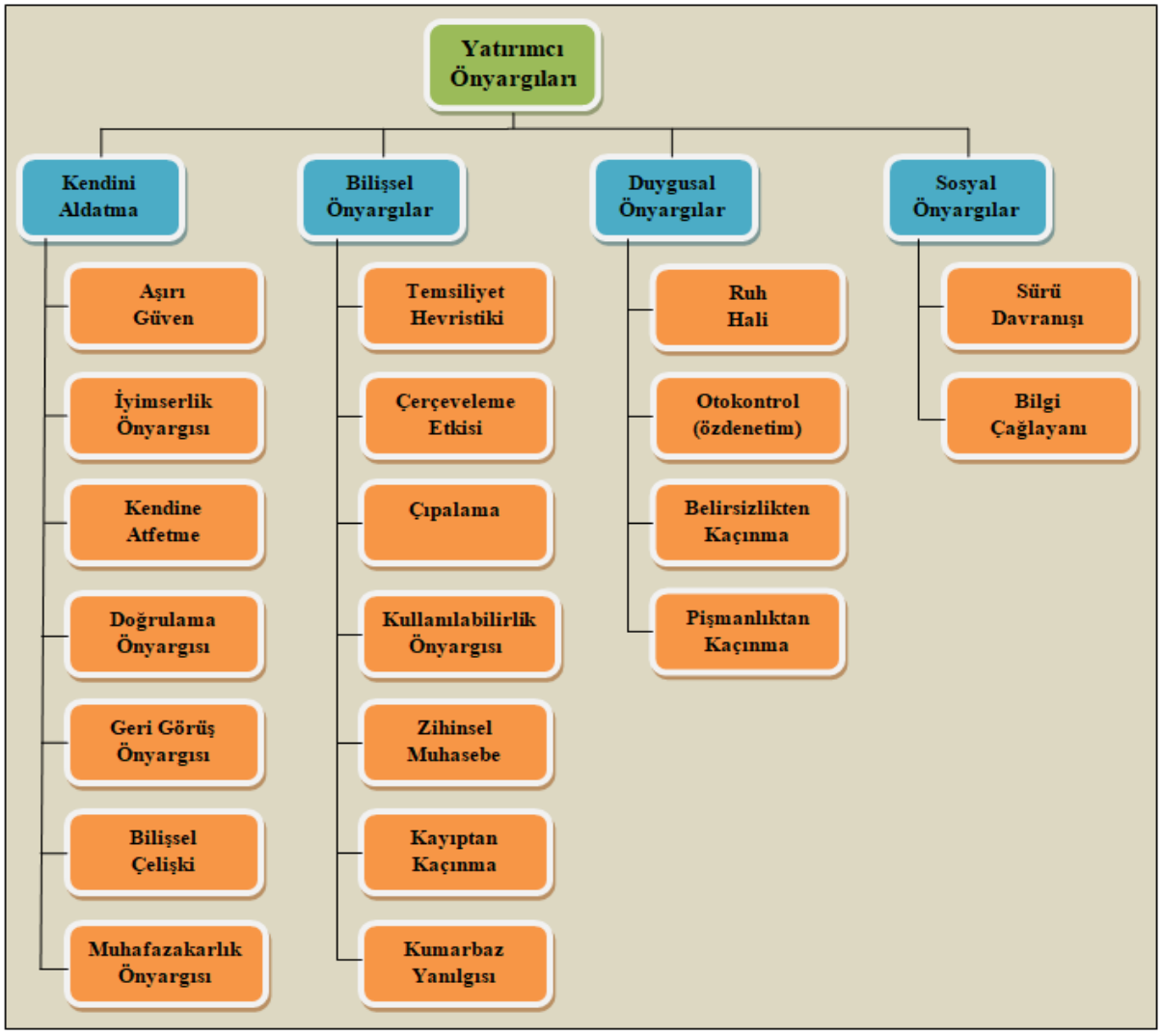
1.6 DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN YATIRIMCI EĞİLİMLERİ

Yatırımcıların karar verme süreci, yatırım ürününün veya finansal hizmetin özelliklerine bağlı olarak hem nicel (objektif) hem de nitel (sübjektif) bir özellik içermektedir. Yatırımcı davranışı, finansal planlama ve yatırım yönetimi sürecinde bireylerin, finansal uzmanların ve tüccarların ortaya koyduğu zihinsel süreçleri ve duygusal sorunları incelemektedir. Uygulamada, bireyler geçmiş olaylara, kişisel inançlara ve tercihlere dayalı olarak kararlar verirler. Zaman kazandıran ancak onları rasyonel, uzun vadeli düşünceden uzaklaştıran kestirme yollar veya buluşsal yöntemler oluştururlar. Yatırımcı davranışını anlamak, yatırımcıları bu önyargılar hakkında bilgilendirebilir ve yatırım hizmetlerini, ürünlerini ve stratejilerini seçerken karar verme süreçlerini iyileştirmelerine yardımcı olabilir (Baker ve Ricciardi, 2014: 7-8).

Davranışsal finans modelleri, geleneksel finans modellerinin temel varsayımlarından hareketle bireylerin rasyonelliğinin çeşitli psikolojik ve sosyolojik faktörler tarafından bozulduğunu ortaya koyarken, diğer taraf mantıksızlığın nedenlerini açıklamaya çalışmaktadır. Burada gerçek bilgilere dayalı söylentilerden kaynaklanan "gürültü" kavramı ve bireylerin bu bilgi ile söylentiler karşısında aşırı iyimser veya karamsar olabilecekleri nedeniyle "yatırımcı duyarlılığı" kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu yatırımcılara gürültü işlemcileri de denilmektedir. Gürültü tüccarlarının zaman zaman yaptığı gürültü işlemleri aşırı tepkiler içerebilmekte ve bu durum piyasada önemli dalgalanmalara neden olabilmektedir (Binswanger, 1999: 146–148).

Yatırımcı duyarlılığı kavramı, yatırımcıların finansal varlıkların geri dönüşüne ilişkin beklentilere veya alınan iyi veya kötü haberlere karşı aşırı iyimserlik ve karamsarlık göstermeleridir. Yatırımcı duyarlılığının ortaya çıkmasında fiyat eğilimlerine ilişkin inançlar ve beklentiler olmak üzere iki temel gerekçeden bahsetmek mümkündür. Bu ikisi de bir arada olmalı; çünkü beklentiye rağmen inanç güçlü değilse, bireylerin kararları da hızla değişebilmektedir (Plummer, 2003:1).

Finansal kararlar verecek olanlar, bu kararları etkileyecek birçok faktörle karşı karşıya kalmaktadır. Ekonomistler, bireylerin karar vermede yaptıkları hataların birbirinden bağımsız olduğunu savunsalarda, deneysel psikoloji alanında yapılan araştırmalar, bireylerin benzer önyargılara sahip olduğunu ve karar verirken benzer hatalara düştüğünü göstermektedir. Karar verme sürecinde yapılan hatalar dört temel nedene dayanmaktadır. Bu nedenler kendini aldatma, bilişsel, duygusal ve sosyal önyargılardır (Hirshleifer, 2001).



Şekil 1.3. Önyargının Neden Olduğu Sorunların Sınıflandırılması [Pompian, 2006; Jaya ve diğerleri, 2010]

Bu bölümde ilk üç neden üzerinde durulacaktır.

1.6.1 Bilişsel Eğilimler (Cognitive Bias)

İnsanlar, sonuçlarından emin olmadan, hem bilinçli hem de bilinçsiz olarak sürekli yargılar oluşturmakta ve kararlar almaktadırlar. Hisse senetlerine para yatırma, yeni bir proje başlatma veya yeni bir eve taşınma kararı, genellikle önceden hisse senedi fiyatlarının yükselip yükselmeyeceği, içsel ve bağlamsal başarı faktörlerinin nasıl gelişeceği veya o başka yerde yaşamanın nasıl bir şey olduğu bilinmeden verilmektedir. Rasyonel seçim teorisi, verilen problemler ve olasılıklar için optimal bir seçim sağlayan yöntemlerin (algoritmaların) geliştirilmesi ile ilgilidir. Rasyonel karar vericinin, mevcut tüm bilgileri, olayların olasılıklarını, potansiyel maliyetleri ve olası sonuçların faydalarını mümkün olduğunca hesaba kattığı ve en uygun eylem seçimini yaptığı varsayılmaktadır (Homans, 1961; Scott, 2000).

Bununla birlikte, çoğu durumda insanlar, resmi seçim modellerinin varsayımlarından önemli ölçüde saparak, kararları daha sezgisel bir şekilde alırlar. İnsan karar verme, genel olarak, mantık kuralları, olasılık akıl yürütme, resmi maliyet-fayda modelleri ve sağduyulu değerlendirmeler tarafından belirlenen kriterleri karşılamaz. (Gigerenzer ve Gaissmaier, 2011; Kahneman, 2011; Shafir ve LeBoeuf, 2002; Tversky ve Kahneman, 1974). “Sezgisel” veya “zihinsel kısayol” terimleri, tipik olarak, karmaşık, belirsiz veya zaman açısından kritik olan karar durumlarıyla başa çıkmanın akıllı ve verimli yolunu nitelendirmek için kullanılmaktadır (Gigerenzer ve Gaissmaier, 2011; Hardman, 2009; Myers, 2010). Bilişsel önyargı kavramı, en yaygın olarak, insan karar verme sürecindeki bu sapmaları tanımlamak ve nitelendirmek için kullanılmaktadır (Tversky ve Kahneman, 1974).

Bilişsel önyargılar, genel olarak, sonuçlarını yanlış veya yetersiz yapacak şekilde bilgi süreçlerini çarpıtan sistematik ve evrensel olarak meydana gelen eğilimler şeklinde tanımlanabilir (Lichtenstein ve Slovic, 1971; Tversky ve Kahneman, 1981). Birçok bilişsel önyargı, bilimsel literatürde kapsamlı bir şekilde gösterilen, tanımlanan ve analiz edilen sağlam ve evrensel psikolojik olgular gibi görünmektedir. Sadece günlük hayatımızda değil, siyaset, hükümet, iş dünyası ve medya gibi profesyonel kurumlarda da, toplumun her düzeyinde ve her kesiminde (neredeyse) herkes için geçerlidir. (Eigenauer, 2018; Pronin ve diğerleri, 2002; Risen, 2015). Bilişsel önyargıların en sık rastlanan oluşumları, temsil etme önyargısı, çerçeveleme etkisi, çıpalama önyargısı, kullanılabilirlik önyargısı, zihinsel muhasebe, kayıptan kaçınma önyargısı, kumarbaz yanılgısı olarak sıralanabilir.

Temsiliyet Hevristiki (Representativeness Bias): Temsili buluşsal yöntem, insanların bir kişinin veya nesnenin bir kategoriye ait olduğunu, matematiksel kanıtlara (örneğin, taban oran) değilde, kişinin veya nesnenin o kategorinin ne kadar "tipik" veya "temsilcisi" olarak algılandığına dayalı olarak tahmin etme eğilimidir. Temsili buluşsal yöntem, algıyı şekillendiren tarihsel ve kategorik faktörlerden yararlanarak bazı tahminlerin hızını ve verimliliğini iyileştirebilse de, aynı zamanda önemli yargı hatalarına neden olabilen bilişsel bir önyargıdır (Pope, 2013). Temsil edilebilirlik buluşsal yöntemiyle değerlendirilen bir olasılık, hedef nesnenin hedef kategoriyi ne kadar temsil ettiği ile belirlenir (Kahneman ve Tversky, 1972: 430). Örneğin, mevcut doktora tezinin (hedef nesne) onaylanma olasılığı, daha önce onaylanmış doktora tezlerini (hedef kategori) ne kadar temsil ettiğine bağlıdır. Varsayım, tezin daha önce onaylanmış tezlerle birçok özelliği paylaşıyorsa, onaylanma olasılığının yüksek olacağı, aksi takdirde düşük olacağıdır (Nilsson, 2008: 13). Temsil etme eğilimi, yatırımcıların bir yatırımı son performansına göre iyi veya kötü olarak etiketlemesine neden olmaktadır. Sonuç olarak, fiyatlar yükseldikten sonra bu artışların devam edeceğini umarak hisse senedi satın alırlar ve fiyatları içsel değerlerinin altına düştüğünde hisse senetlerini görmezden gelirler (Baker ve Ricciardi, 2014: 8).

Temsiliyet hevristiği, olasılıkların öznel değerlendirmesiyle ilgilenmektedir. Tversky ve Kahneman (1974), temsiliyet hevristiğini, olasılıkların değerlendirilme şekli olarak tanımlamaktadır "... A'nın B'yi temsil derecesi, A'nın B'ye benzeme derecesidir". Beyin, benzer niteliklere sahip şeylerin oldukça benzer olduğunu varsaymaktadır (Tversky ve Kahneman, 1974: 1124).

Çerçeveleme Etkisi (Framing Effect): Bilginin sunulma şekli, ayrıntılar nesnel olarak eşdeğer kalsa bile, bu bilgilere yönelik algıları ve tepkileri sistematik olarak değiştirmektedir. Bu algısal değişimler daha sonra kararları değiştirmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979; Tversky ve Kahneman, 1981). Tversky ve Kahneman'a (1981) göre çerçeveleme etkisi, eşit sonuçlara sahip iki problemin farklı kararlara yol açabileceğini ortaya koymaktadır. Değişiklikler, problemin formülasyonundaki değişikliklerden kaynaklanmaktadır (Tversky ve Kahneman, 1981).

Çerçeveleme önyargısı, karar vericilerin, bir seçimin sunulduğu (çerçevelenmiş) bağlama bağlı olarak çeşitli durumlara farklı tepki verme eğilimini belirtmektedir. Bu, kelime problemlerinin nasıl tanımlandığı, verilerin tablolarda ve grafiklerde nasıl sunulduğu ve

şekillerin nasıl gösterildiği dâhil olmak üzere birçok bağlamda gerçekleşebilir (Pompian, 2012: 143).

Finansal piyasalar sadece finansal gerçekleri yansıtmamaktadır. Yatırımcıların inançları, algıları ve arzuları, çoğu araç ve endeks üzerinde muazzam bir etkiye sahiptir. Portföy performansına ilişkin yatırımcı ve danışman beklentileri birbirini tamamlamadığında, danışmanlık ilişkisi hızla bozulabilir. Bu nedenle, bir uygulayıcının müşterinin zihniyetini doğru bir şekilde ölçmesi önemlidir; bu sadece müşteri önemli soruları yanıtlarken onu dikkatlice dinlemek anlamına gelmemektedir. Bazen, sorunun formülasyonu da önemlidir çünkü çerçeveleme referans noktalarını belirler ve beklentileri tanımlar. Her yatırımcı kendi kişisel finansal hedeflerini ifade etme hakkına sahiptir ve bu arzulara göre yatırım planlarının oluşturulmasını beklemektedir. Danışmanın doğru soruları sorması ve müşterinin cevaplarını anladığından emin olması gerekmektedir. Yatırımcı risk toleransının değerlendirilmesi, çerçevelemenin özellikle etkili olabileceği bir süreçtir; bu nedenle uygulayıcılar ve müşteriler, neyin risk oluşturduğuna dair kesin ve ortak bir anlayışa sahip olduklarından emin olmalı ve tam olarak ne kadar riskin tolere edilebileceğine karar vermelidir. Sonuç olarak, soru çerçeveleme uygun bilgiyi ortaya çıkarmayı belirlemektedir (Pompian, 2012: 152).

Çıpalama Önyargısı (Anchoring Heuristics): Tversky ve Kahneman'a (1974) göre, çıpalama önyargısı, insanlar önceden var olan bilgilere veya karar verirken buldukları ilk bilgilere (çapa) çok fazla güvendiğinde ortaya çıkmaktadır. Daha sonra bu algıya göre ayarlama yapılmaktadır. Bu önyargıdan etkilenen yatırımcılar, bilginin ilk elde edilip edilmediğine veya insanların ona çok güvenmesini sağlayan mevcut tek bilgi olup olmadığına bakmadan, yatırım kararlarının temelini belirli bir bilgiye dayandırma eğilimindedir (Tversky ve Kahneman, 1974). Başka bir ifadeyle mevcut farklı bilgilere rağmen, insanlar bir karar verirken ilk sahip olunan bilgilere yönelme eğilimindedir (Ackert ve Deaves, 2010).

Kullanılabilirlik Önyargısı (Availability Heuristic): Kullanılabilirlik önyargısı, insanların aklına hızla gelen bilgilere dayalı olarak bir olayın olasılığına ilişkin yaptıkları yargılardır. İnsanlar karar verirken, genellikle bir olayla ilgili ön bilgilere güvenmektedir. Sonuç olarak, insanlar bir olayın meydana gelme olasılığını, sadece akıllarına çabucak geldiği için abartma eğilimindedir. Bu tür zihinsel kısa yollar, hızlı karar vermeyi sağlamaktadır, ancak bu kararlar yanlış da olabilmektedir. Kullanılabilirlik önyargısının bir örneği, özellikle yeni

halka açık şirketler için hisse senedi fiyatlarıdır. Birçok yatırımcı, önümüzdeki birkaç yıl içinde hisse senedi fiyatının önemli ölçüde artacağı umuduyla yeni halka arzlara yatırım yapma eğilimindedir. Yatırımcılar, şirketin temellerini analiz etmek yerine, Amazon veya Apple gibi son derece başarılı olan halka arzları hatırlamaktadır. Çoğu ilk halka arzın düşük performans gösterdiği gösterilmiş olsa da, yatırımcılar akla gelen önceki örneklere dayanarak başarılı bir halka arz şansını olduğundan fazla tahmin etme eğilimindedir (Corporate Finance Institute, 2022).

Zihinsel Muhasebe (Mental Accounting): Zihinsel muhasebe kavramı, ilk olarak Thaler (1980) tarafından tanıtılmıştır. Thaler (1980), insanların paranın değerini farklı değerlendirdiğini ve bunun onları irrasyonel karar vermeye maruz bıraktığını belirtmiştir. Basit bir ifadeyle, kavram, bireylerin parayı öznel kriterlere dayalı olarak farklı şekilde sınıflandırdığını ve çoğu zaman insanları irrasyonel harcamalara ve finansal olarak verimsiz yatırım kararları almaya yönlendirdiğini anlatmaktadır (Thaler, 1980).

Kayıptan Kaçınma Önyargısı (Loss Aversion): Kayıptan kaçınma, finansal karar vermede basitçe tolere edilemeyen bir önyargıdır. Yatırımcıların istediğinin tam tersini teşvik etmektedir: daha düşük getiri ile artan risk. Yatırımcılar, kayıpları azaltmak için değil, kazançlarını artırmak için risk almalıdır. Kaybedenleri tutmak ve kazananları satmak portföye zarar vermektedir. Kayıptan kaçınma, yatırımcıların kaybedilen yatırımları çok uzun süre tutmalarına neden olmaktadır. Bu, yatırımcıların kaybettiklerini geri alma ümidiyle yatırımlarını kaybetmeye devam ettikleri ıstıraptır. Bu davranış, portföy getirilerini azaltarak ciddi şekilde olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Kayıptan kaçınma ayrıca, yatırımcıların, satmazlarsa kârlarının buharlaşacağı korkusuyla kazananları çok erken satmalarına da neden olabilmektedir (Pompian, 2012: 194).

Bu önyargı, yatırımcıları irrasyonel karar vermeye yönlendirmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979). Bu önyargıda, yatırımcılar zarara uğramaktan o kadar korkarlar ki, kazanç sağlayabilecek portföylere yatırım yapmayı bırakırlar. Burada, kaybın acısı bir yatırımdaki kazançtan çok daha fazlasıdır. Yatırımcılar, her zaman kaçınmak istedikleri kayıplara karşı çok hassastır ve bu nedenle kararları etkilenir (Amonlirdviman ve Carvalho, 2010). Kayıptan kaçınma, suçluluk, korku, ıstırap duygularıyla ilişkilidir (Godoi ve diğerleri, 2005).

Kumarbaz Yanılgısı (Gambler Fallacy): Kumarbaz yanılgısı, kişilerin rasgele gerçekleşen birbirinden bağımsız olaylar dizininde daha önce gerçekleşmiş sonuçlara bakarak bir sonraki sonucu tahmin edebileceklerini düşünmeleridir. Bu yanılgı sermaye piyasalarında, yatırımcıların yükselen hisselerden "çok yükseldi artık düşmeli" düşüncesiyle erken çıkmasına, düşen hisseleri ise "çok düştü artık muhakkak yükselecektir" düşüncesiyle ellerinde varsa tutmaya devam etmesine sebep olmaktadır. Bu gibi durumlar da yatırımcıların düşük kar ile realizasyon yapmalarına ve düşen hisseleri gereğinden fazla tutarak portföylerinin daha da düşmesine sebep olmaktadır (Ertan, 2007).

1.6.2. Duygusal Eğilimler (Emotional Bias)

Duygusal önyargı, düşüncede duygusal faktörlerin neden olduğu bir çarpıtma olarak tanımlanabilir. Normal olarak, duygusal önyargılar, bir karar verilirken veya ondan önce kendiliğinden ortaya çıkar ve kişisel duygu ve deneyimlerden etkilenir. Duygusal önyargılara meyilli olan insanlar, kararlarında kendilerini rahat hissetmek için genellikle olumlu duygusal deneyimler yaşarlar ve hoş olmayan duygulardan kaçınırlar. Shah ve diğerleri (2012), duyguların yatırımcılar üzerinde büyük bir etkisi olduğunu, çünkü finansal piyasalardaki kararların onların inançlarından ve ruh hallerinden etkilendiğini, dolayısıyla uzun süre rasyonel kalamayacaklarını belirtmektedir (Shah ve diğerleri, 2012). Başlıca duygusal önyargılar ruh hali, otokontrol önyargısı belirsizlikten kaçınma ve pişmanlıktan kaçınmadır.

Ruh Hali: İnsanlar iyi ve kötü ruh halleri yaşamaktadır. Ruh hallerinin, bazen ciddi şekillerde, eylemleri etkilediği durumlar vardır. Aslında, psikolojideki pek çok araştırma, duyguların ve ruh hallerinin davranışı nasıl etkilediğini belgelemektedir (Schwarz and Clore, 1996).

Belirsizlik altındaki insanların geleceğe yönelik beklentileri ruh halinden etkilenmektedir. İnsanlar iyi (mutlu) bir ruh halinde iyimser olurken kötü (üzgün) bir ruh halinde kötümser olmaktadır (Wright ve Bower, 1992). Bu ruh hali, piyasanın beklentilerine ve yorumlarına da yansımaktadır. Yatırımcılar, iyi bir ruh halinde olduklarında yüksek getiri sağlayacaklarına, kötü bir ruh halindeyken varlık fiyatlarının düşeceğine inanmaktadırlar (Çömlekçi ve Özer, 2018: 323).

Otokontrol (özdenetim) Önyargısı (Self-Control): Öz-denetim önyargısı, öz disiplin eksikliği nedeniyle insanların uzun vadeli, kapsayıcı hedeflerine ulaşmak için harekete geçmemesine neden olan bir davranışsal eğilimdir. Özdenetim önyargısı, yatırımcıların gelecek için tasarruf yapabilmek adına bugün daha fazla harcama yapmasına neden olabilmektedir. Öz-denetim önyargısı, varlık tahsisi dengesizliği sorunlarına da neden olabilmektedir. Örneğin bazı yatırımcılar bugünün harcama zihniyetinden dolayı gelir getirici varlıkları tercih edebilirler. Bu davranış, uzun vadeli servet için riskli olabilir, çünkü çok fazla gelir getiren varlıklar, bir portföyün enflasyona ayak uydurmasını engelleyebilmektedir. Öz-denetim önyargısı ayrıca yatırımcıların bileşik faiz, dolar maliyeti ortalaması ve buna bağlı kalındığında uzun vadeli servet yaratmaya yardımcı olabilecek benzer temel finansal ilkeleri gözden kaçırmalarına neden olabilmektedir (Pompian, 2012: 211, 215).

Belirsizlikten Kaçınma (Ambiguity Aversion): Belirsizlik, gelecekte yaşanacak bir olay veya olgunun sonucuna dair risk parametrelerinin bilinememesidir. Belirsizlik ve risk birbirinden ayrılmaktadır. Risk söz konusu olduğunda olayın olası sonuçları hakkında matematiksel bir fikir yürütülebilirken, belirsizlik durumunda sonuca dair herhangi bir fikir yürütülememektedir (Otluoğlu, 2009). Bu eğilim ilk olarak 1961 yılında Ellsberg tarafından ele alınmıştır. Ellsberg, yaptığı çalışmada insanların belirsizlik içeren durumlarda bulunmaktan ötürü rahatsızlık duydukları ve sonuca dair herhangi bir tahmin yürütmek istemediklerini belirtmektedir. Ellsberg belirsizlikten kaçınmayı "İnsanların bilinmeyen ihtimallerden çok bilinen ihtimalleri tercih etmesi" olarak tanımlamıştır (Böyükaslan, 2012). Bu bağlamda yatırımcılar, olasılık dağılımını tahmin edebilecekleri finansal varlıkları satın alacaklar ve belirsizlikten kaçınma davranışına örnek olarak aynı getiri düzeyinde en düşük riski tercih edecektir.

Pişmanlıktan Kaçınma (Regret Aversion): Pişmanlıktan kaçınma, kötü ya da yetersiz bir seçim olduğu ortaya çıkan bir seçim yaptıktan sonra yaşanan pişmanlık duygusunu tanımlamaktadır. Beklenen pişmanlıktan etkilenen yatırımcılar, daha az risk almaya motive olurlar çünkü bu, kötü sonuçların potansiyelini azaltmaktadır (Baker ve Ricciardi, 2014: 8). Temel olarak, bu önyargı, kötü karar vermeyle ilişkili pişmanlıktan kaynaklanan duygusal acıdan kaçınmayı amaçlamaktadır. Pişmanlıktan kaçınma önyargısından mustarip insanlar olumsuz yatırım sonuçlarıyla karşılaştıklarında, içgüdüsel olarak tasarruf etmeye, geri

çekilmeye ve yaralarını sarmaya yönlendirilmiş hissederler. Pişmanlıktan kaçınma, yalnızca bir kaybın ardından devreye girmez; aynı zamanda bir kişinin yatırım kazançlarına tepkisini de etkileyebilmektedir. Pişmanlıktan kaçınma sergileyen insanlar, örneğin, değeri son zamanlarda yükselen bir hisse senedini satmak konusunda isteksiz olabilir - nesnel göstergeler çekilme zamanının geldiğini gösterse bile. Pişmanlıktan kaçınma, yatırımcıların yatırım tercihlerinde çok muhafazakâr olmalarına neden olabilmektedir. Geçmişte kayıplar yaşamış (yani riskli bir yatırımla ilgili yanlış bir kararın acısını hissetmiş) birçok insan yeni cesur yatırım kararları vermekten çekinmektedir ve yalnızca düşük riskli pozisyonları kabul etmektedir. Bu davranış, uzun vadeli düşük performansa yol açarak yatırım hedeflerini tehlikeye atabilmektedir. Bununla birlikte pişmanlıktan kaçınma, yatırımcıların kaybeden pozisyonlarını çok uzun süre elde tutmalarına neden olabilir. İnsanlar yanıldıklarını kabul etmekten hoşlanmazlar ve kaybedilen bir yatırımı satmaktan (yani gerçekle yüzleşmekten) kaçınmak için büyük çaba harcarlar. Kayıptan kaçınmaya benzer bu davranış, kişinin serveti için tehlike oluşturacaktır (Pompian, 2012: 243, 147).

1.6.3. Kendini Kandırma Eğilimi (Self-Deception)

Kendini aldatma önyargıları, insanların olumlu bir benlik imajı arzusundan kaynaklanan hatalarının onların akıl yürütmelerini ve karar vermelerini nasıl etkilediğini incelemektedir. Olumlu benlik imajı, halk arasında "kendini iyi hissetmek" olarak tanımlanabilir ve faydalı bir kişilik özelliği olarak görülebilir. Ancak bu doğal arzunun olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Kendini aldatma önyargıları, insanlar olumlu bir benlik imajı elde etmek veya sürdürmek için kendilerini kandırdığında ortaya çıkmaktadır (Dowling ve Lucey, 2010: 317). Kendini kandırma önyargıları; aşırı güven, iyimserlik, kendine atfetme, doğrulama, geri görüş ön yargısı ile bilişsel çelişki ve muhafazakârlıktır.

Aşırı Güven Önyargısı (Overconfidence Bias): Plous (1993)'a göre, "yargılama ve karar vermede hiçbir sorun, aşırı güvenden daha yaygın ve potansiyel olarak daha yıkıcı değildir" (Plous, 1993, 217). İnsanların gerçekte bildiklerinden daha fazlasını bildiğine inanma ve kendi yeteneklerini gerçekte olduğundan daha üstün görme eğilimine "aşırı güven önyargısı" denmektedir (Pompian 2006: 51). Kendine aşırı güvenen yatırımcılar, bir şirketi potansiyel bir yatırım olarak değerlendirme yeteneklerini abartırlar. Sonuç olarak, normalde bir hisse senedi alımının yapılmaması gerektiğine veya hâlihazırda satın alınmış bir hisse senedinin satılması gerektiğine dair bir uyarı işareti gösterebilecek herhangi bir olumsuz bilgiye kör

olabilirler. Kendine aşırı güvenen yatırımcılar, başkalarının sahip olmadığı özel bilgilere sahip olduklarına inanmanın bir sonucu olarak aşırı ticaret yapabilirler. Aşırı alım satım davranışının zamanla düşük getirilere yol açtığı kanıtlanmıştır. Kendilerine aşırı güvenen yatırımcılar, bilmedikleri, anlamadıkları veya tarihsel yatırım performansı istatistiklerini dikkate almadıkları için aşağı yönlü risklerini hafife alabilirler. Sonuç olarak, beklenmedik bir şekilde düşük portföy performansından zarar görebilirler (Pompian, 2012: 211, 202).

Sonuç olarak kendine aşırı güvenen yatırımcılar, riskli varlığın varyansını düşük değerlendirirler. Ayrıca, bireysel düzeyde, kendine aşırı güvenen yatırımcılar daha agresif ticaret yaparlar: Yatırımcının aşırı güven derecesi ne kadar yüksekse, yatırımcının işlem hacmi de o kadar yüksek olmaktadır. Odean (1998) bu sonucu "aşırı güvenin en güçlü etkisi" olarak adlandırmaktadır (Odean, 1998:1888).

İyimserlik Önyargısı (Optimism Bias): Öngörme yeteneği, bilişin bir özelliğidir. Gelecekte ne olacağına dair çıkarımlar yapmak, karar vermede kritik öneme sahiptir ve eylemlerimizi zarardan kaçınmak ve ödül kazanmak için hazırlamamızı sağlamaktadır. Bu gelecek projeksiyonlarının önemi göz önüne alındığında, beynin doğru ve tarafsız bir öngörüye sahip olması beklenebilir. Bununla birlikte, insanlar yaygın ve şaşırtıcı bir önyargı sergilerler: Yarın, gelecek hafta veya bundan elli yıl sonra başlarına ne geleceğini tahmin etmeye gelince, olumlu olayların olasılığını abartırlar ve olumsuz olayların olasılığını da hafife alırlar. İyimserlik önyargısı, bir kişinin beklentisi ile onu takip eden sonuç arasındaki fark olarak tanımlanır. Beklentiler gerçeklikten daha iyiyse, önyargı iyimserdir; gerçeklik beklenenden daha iyiyse, önyargı karamsardır. Bu fenomen iyimserlik önyargısı olarak bilinen, psikoloji ve davranışsal ekonomide belgelenen en tutarlı ve en yaygın önyargılardan biridir (Sharot, 2011: 941). Bu eğilim, insanların bilgiye gereğinden fazla güvenmelerine ve bilgilerini abartmalarına, olayları kontrol etme yeteneklerini abartmalarına ve riskleri küçümsemelerine neden olan bir önyargıdır (Barak, 2008).

Kendine Atfetme Önyargısı (Self Attribution Bias): Kendine atfetme önyargısı, bireylerin başarılarını yetenek veya öngörü gibi doğuştan gelen etkenlere atfetme, başarısızlıkları ise çoğunlukla kötü şans gibi dış etkenlere yükleme eğilimini ifade etmektedir. Kendine atfeden yatırımcılar, başarılı bir yatırım döneminden sonra (bir çeyrek veya bir yıl gibi), başarılarının kontrolleri dışındaki faktörlerden ziyade yatırımcı olarak sahip oldukları zekâdan

kaynaklandığına inanabilirler. Bu davranış, yatırımcıların davranışlarına çok fazla güvenmeleri nedeniyle çok fazla risk almaya yol açabilir. (Pompian, 2012: 165, 168).

Doğrulama Önyargısı (Confirmation Bias): Onay yanlılığı, bir bireyin hemfikir olduğu ve onayladığı sonuçları arama ve bulma eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Kanıtları tarafsız bir sonuca varmak için objektif olarak değerlendirmek yerine, doğrulama yanlılığı sergileyen bireyler, bilgiyi doğrulamak için kendi inançları, görüşleri veya tercih ettikleri sonuçları doğrulamak için hipotezleriyle tutarlı bir şekilde bilgiyi zımnen veya açıkça arayacak, destekleyecek, hatırlayacak, yorumlayacak ve manipüle edeceklerdir (Ryan ve Wright, cilt 1, 2021: 370). Finansal piyasalardaki etkisine bakıldığında yatırımcıların ellerindeki hisse senetlerini, yeni gelen bilgiler ışığında erken satma imkânı varken, yeni gelen bilgiler kendi bilgileriyle çelişmesi sebebiyle geç karar alıp yüksek kar ile satış yapma ve düşük zararla hisse senedinden çıkma imkânını engellemektedir (Yaşar, 2008).

Geri Görüş Önyargısı (Hindsight Bias): Geri görüş önyargısı, insanların olayları gerçekte olduğundan daha öngörülebilir olarak görme eğilimine işaret etmektedir. Geri görüş önyargısı, olayları gerçekte olduğundan daha öngörülebilir görmemize neden olmaktadır. Bir olaydan sonra insanlar genellikle olayın sonucunu o olay gerçekleşmeden önce bildiklerine inanırlar (Boyd, 2015). Geri görüş önyargısının yatırımcılar için en ciddi sonucu, yatırımcılara yatırım kararları verirken yanlış bir güvenlik hissi vermesidir. Bu, aşırı risk alma davranışında kendini göstererek insanların portföylerini riske atmaktadır (Pompian, 2012: 109).

Bilişsel Çelişki (Cognitive Dissonance): Yeni edinilen bilgiler önceden var olan anlayışlarla çatıştığında, insanlar genellikle zihinsel rahatsızlık yaşarlar. Bu bilişsel uyumsuzluk olarak adlandırılan psikolojik bir olaydır. Bilişler, psikolojide tutumları, duyguları, inançları veya değerleri temsil etmektedir; bilişsel çelişki, uyumsuz bilişler kesiştiğinde ortaya çıkan bir dengesizlik durumudur. Bilişsel uyumsuzluğa sahip yatırımcılar, geçmiş değerleri, duyguları veya düşünceleri değiştirmeye veya kendi kararlarını haklı çıkarmaya çalışmaktadır. Bu nedenle yatırımcılar yanlış yatırımlar yaparak zarar edebilirler (Ricciardi ve Simon 2000).

Muhafazakârlık (Conservatism Bias): Muhafazakârlık önyargısı, insanların yeni bilgileri kabul etmek yerine önceki görüşlerine veya tahminlerine bağlı kaldıkları zihinsel bir süreçtir. Örneğin, bir yatırımcının bir şirketin kazançlarıyla ilgili bazı kötü haberler aldığını

ve bu haberin önceki ay yayınlanan başka bir kazanç tahminiyle olumsuz olarak çeliştiğini varsayalım. Muhafazakârlık önyargısı, yatırımcının güncellenmiş bilgilere göre hareket etmek yerine önceki tahminden elde edilen izlenimleri sürdürerek yeni bilgilere yetersiz tepki vermesine neden olabilmektedir. Böylece yatırımcılar, yeni bilgileri kabul etmek yerine önceden sahip oldukları bir inanca azimle/ısrarla devam ederler (Pompian, 2012: 63).

2. BÖLÜM

BANKACILIK VE KATILIM BANKACILIĞI

2.1 BANKA VE BANKACILIĞIN TANIMI

Banka, nakit girişleri, çıkışları, krediler vb. ile ilgilenen bir finans kuruluşudur. Bankalar ihtiyaç sahiplerine borç para veren, mevduat kabul eden, borç verenler ile borç alanlar arasında aracılık yapan kurumlardır (Vetrova, 2017). Banka'nın pek çok tanımı yapılmıştır. Aşağıda bu tanımların bazılarına yer verilmiştir (akt. Prabhavathi ve Dinesh, 2018: 745):

i. David Kinley'e göre banka, "Kişilere gerekli ve güvenli bir şekilde para avansı veren ve ihtiyaç duymadıkları zamanlarda da kişilerin paralarını emanet ettikleri bir kuruluştur."
ii. Dee Ward Hock'a göre banka, "yalnızca parayla para yaratan bir kurumdur."
iii. Cambridge dictionary'de banka, "Kişilerin ve işletmelerin yatırım yapabileceği veya para ödünç alabileceği, yabancı paraya çevirebileceği vb. bir kuruluş veya bu hizmetlerin sunulduğu bir bina" şeklinde tanımlamıştır.
iv. Merriam-Webster dictionary'de banka "saklama, borç verme, takas etme veya para basma, kredi uzatma ve fonların iletilmesini kolaylaştırma için bir kuruluş" şeklinde tanımlanmıştır.

Banka, mevduat, avans ve diğer ilgili hizmetler ile ilgilenen bir finans kuruluşudur. Birikim yapmak isteyenlerden mevduat şeklinde para toplayarak ihtiyacı olanlara borç para vermektedir. Banka, mevduat kabul eden ve bu mevduatları doğrudan borç verme veya sermaye piyasaları aracılığıyla dolaylı olarak borç verme faaliyetlerine yönlendiren bir finansal kuruluş ve finansal aracıdır. Banka, sermaye açığı olan müşteriler ile sermaye fazlası olan müşteriler arasındaki bağlantıdır (Sangale ve diğerleri, 2013).

Bir banka, genellikle para olarak dolaşıma girmesi amaçlanan bonolarını (banknot olarak bilinir) ihraç etme yetkisine sahip bir kurumdur. Banka, ayrıca başkalarının paralarını genel mevduat olarak almak, kurumun kendi yararına kullanmak üzere ortak bir fon oluşturmak, geçici kredi ve iskonto yapma amaçlarından biri veya birkaçı için; senet, yabancı ve yerli kambiyo senetlerinin takası, madeni para, külçe altın, kredi ve para gönderme işlemleri veya her iki yetkiye ve bu temel yetkilere ek olarak, kurum bu tür işlerle uğraşmayı uygun gördüğü

takdirde, kıymetli evrak sahipleri için özel mevduat alma ve tahsilat yapma imtiyazlarına da sahiptir. Modern anlamıyla bankacılığın izleri, ortaçağ ve erken Rönesans İtalya'sına, kuzeydeki Floransa, Lucca, Siena, Venedik ve Cenova gibi zengin şehirlere kadar izlenebilir. Bardi ve Peruzzi aileleri, 14. yüzyılda Floransa'da bankacılığa egemen olmuşlar ve Avrupa'nın diğer birçok yerinde şubeler açmıştır. En ünlü İtalyan bankalarından biri, 1397'de Giovanni di Bicci de' Medici (1360- 1429) tarafından kurulan Medici Banka'sıdır. Bilinen en eski devlet mevduat bankası is, Banco di San Giorgio (St. George Bankası), 1407'de İtalya'nın Cenova kentinde kurulmuştur (Singh, 2009: 2).

Bankalar geleneksel olarak nihai tasarruf sahipleri ve borç alanlar arasında finansal aracılar olarak hareket ederek finansal sistemde kilit rolü oynamışlardır. Varlık transformatörleri olarak, bir takım özellikte mevduat kabul etmişler ve farklı bir takım özellikte varlıklar yaratmışlardır; bilhassa bilançonun her iki tarafında yer alan borç sözleşmeleri ile vade dönüşümü gerçekleştirmişlerdir. Ayrıca ödeme sistemi içinde merkezi mekanizma olmuşlardır. Bu ve diğer nedenlerle (özellikle ödeme gücü olan bankaların ödeme aczine düşmesine neden olabilecek potansiyel bir mevduat tehlikesi ve bu nedenle tahakkuk edebilecek sistemik sonuçlar), bankalar geleneksel olarak finansal sistem içinde özel olarak kabul edilmiştir. Ayrıca aynı nedenlerle, diğer finansal kurum türlerinden de daha yoğun düzenlemelere tabi tutulmuşlardır. Bir bankanın yaptıklarının mahiyeti son yirmi yılda kökten değişmiştir ve önümüzdeki yıllarda daha da değişecektir. Bununla birlikte bankacılık işini yürüten kurumların türü de değişmiştir. Bankalar mevduat almaktan ve kredi vermekten (geleneksel finansal aracılık işleri) çok daha geniş bir iş yelpazesini yürütmeye başlamışlardır. Bankalar finansal hizmet firmaları haline gelmişler ve birçok ülkede bankaların bilanço dışı gelirleri, geleneksel finansal aracılık işinden elde edilen geliri aşmıştır. Dolayısıyla artık bir bankanın tam olarak ne olduğu, hangi işi yaptığı tam olarak tanımlanamamaktadır. Bankaların işlerini çeşitlendirmesi ve yeniden tanımlamasıyla aynı zamanda, çok çeşitli yeni firma türleri geleneksel bankacılık hizmetlerini sunmaya başlamıştır: işlem mevduatları, tasarruf hesapları ve çeşitli krediler. Bu tür firmalar arasında süpermarketler, kamu hizmeti şirketleri, sigorta şirketleri, yatırım fonları ve hatta bir otomobil üreticisi (Almanya'da BMW) bulunmaktadır. Yani bankalar geleneksel tekel avantajlarını kaybetmişlerdir. Üstelik bankalar ödeme sistemindeki tekellerini bile kaybetmektedir. Bir bankanın ödeme sürecinde aracı olduğu fikrine, fiziksel medyanın kaldırılması ve elektronik medyanın gelişmesiyle meydan okunmaktadır: e-para. Hatta bazı

ödeme sistemleri bankaları tamamen hariç tutmaktadır (Llewellyn, 1999: 9). Bu konu yelpazesi bankaların tanımlanmasındaki zorluğu ortaya koymaktadır.

2.2 BANKALARIN FONKSİYONLARI VE TÜRLERİ

Bankacılık sektörü toplumun çeşitli kesimlerine hitap etmektedir. Bu nedenle bankacılığın faaliyetleri çeşitlenmekte, farklı ürün, hizmet ve yöntemlerle müşterilerin farklı ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bu çeşitli ihtiyaçları karşılamak için ise, karmaşık ticari ve sosyal ihtiyaçlara hitap eden farklı türde bankalara gereksinim duyulmuştur; perakende bankaları (ya da bireysel bankacılık), ticari bankalar, kooperatif bankaları, yatırım bankaları, merkez bankalarından çeşitli diğer ihtisas bankalarına kadar çeşitli bankacılık kurumları. Bankacılığın odak noktası çeşitlidir, dolayısıyla ihtiyaçları ve yöntemleri de farklıdır. Bankacılık kurumları, tasarruf hesaplarındaki mevduatlardan konut ve işletme kredilerine, çek takas işlemlerinden, sigortalama hizmetleri ve kredi kartlarına kadar çeşitli hizmetler sunmaktadır. Dünya büyük bir hızla değişmektedir ve teknolojik gelişmelerle birlikte küreselleşme bankacılık sektörünün çalışma yapısını da değiştirmiştir. Günümüzde hem bireyler hem de kurumsal müşteriler daha hızlı ve yenilikçi ürün ve hizmetler talep etmektedir. Bu nedenle, farklı türde bankalar, çeşitli iş taleplerini, sosyal ihtiyaçları ve küresel karmaşıklıkları karşılamak için evrim geçirmiştir. Böylece farklı bankacılık kurumları faaliyetlerini farklı bir şekilde yürütmeye başlamıştır. Bankaları işlevlerine, hizmet verilen müşterilere ve sunulan ürün veya hizmetlere göre aşağıdaki gibi sınıflandırmak mümkündür (Ionescu, 2012: 166-167):

i. Bireysel bankacılık: Tüketici bankacılığı veya perakende bankacılık olarak da bilinen bireysel bankacılık, işletmeler yerine bireysel tüketicilere finansal hizmetler sağlayan bankacılıktır. Bireysel bankacılık, bireysel tüketicilerin paralarını yönetmelerinin, krediye erişmelerinin ve mevduatlarını güvenceye almanın bir yoludur. Perakende bankaların sunduğu hizmetler arasında çek ve tasarruf hesapları, ipotekler, kişisel krediler, kredi kartları ve mevduat sertifikaları bulunmaktadır (Majaski, 2021).
ii. Ticari bankalar: Ticari bankalar, mevduat kabul eden, çek hesabı hizmetleri sunan, çeşitli krediler veren, bireylere ve küçük işletmelere mevduat sertifikaları ve tasarruf hesapları gibi temel finansal ürünler sunan bir finans kuruluşunu ifade etmektedir. Ticari bankalar, ipotek, otomobil kredisi, işletme kredisi ve bireysel kredi gibi

kredilerden faiz sağlayarak ve para kazanırlar. Müşteri mevduatları, bankalara bu kredileri vermeleri için gereken sermayeyi sağlamaktadır. Ticari bir banka, çoğu insanın bankacılık işlemlerini yaptığı yerdir (Kagan, 2021).

iii. Yatırım bankaları: Bir yatırım bankası, büyük ve karmaşık finansal işlemlerde aracı olarak hareket eden bir finansal hizmetler şirketidir. Bir yatırım bankası genellikle, bir başlangıç şirketi ilk halka arzını başlatmaya hazırlanırken ve bir şirket bir rakip şirketle birleştiğinde devreye girmektedir. Aynı zamanda emeklilik fonları gibi büyük kurumsal müşteriler için bir komisyoncu veya mali danışman rolüne de sahiptir. Küresel yatırım bankaları arasında JPMorgan Chase, Goldman Sachs, Morgan Stanley, Citigroup, Bank of America, Credit Suisse ve Deutsche Bank bulunmaktadır. Bu isimlerin birçoğu aynı zamanda topluluk bankacılığı hizmetleri sunmaktadır ve yüksek net değerli bireylerin yatırım ihtiyaçlarını karşılayan bölümlere sahiptir (Hargrave, 2020).

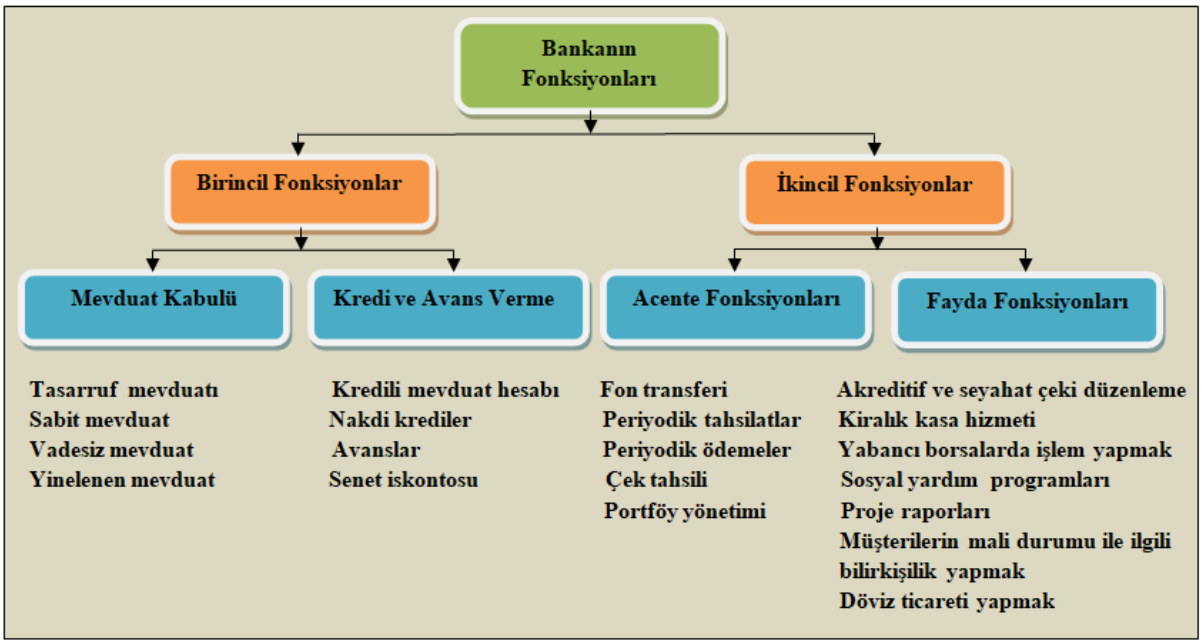
iv. Kooperatif bankaları: Kooperatif bankaları, kredi birliklerini, diğer kooperatifler tarafından kurulan bankaları (Birleşik Krallık'taki The Cooperative Bank gibi) ve yapı kooperatiflerini de içeren daha geniş bir finansal kooperatif kategorisine aittir (Fiordelisi ve Mare, 2014). Bu tür bankalar tipik olarak belirlenmiş bir alan içinde faaliyet gösterirler, böylece özellikle uzak bölgelerde müşterileri ile yüksek derecede yakınlık elde ederler; başlıca faaliyetleri, mevduat almak, hanelere, bireysel girişimcilere ve yerel KOBİ'lere kredi sağlamaktır (Lang ve diğerleri, 2016).

v. Merkez bankaları: Merkez bankası, bir ülkenin veya bir grup ülkenin para sistemini ve politikasını denetlemekten, para arzını düzenlemekten ve faiz oranlarını belirlemekten sorumlu olan bir finans kuruluşudur. Birçok merkez bankasının temel amacı fiyat istikrarıdır. Ancak bazı ülkelerde, merkez bankalarının yasalarca tam istihdamı destekleyecek şekilde hareket etmesi gerekmektedir. Merkez bankası ticari bir banka değildir. Kişi merkez bankasında hesap açamaz veya ondan borç isteyemez ve kamu kurumu olarak kâr amacı gütmez. Ticari bankalar, genellikle çok kısa vadeli ihtiyaçları karşılamak üzere merkez bankasına borç para almak için başvurabilirler. Ancak merkez bankasından borç almak için teminat vermek zorundadırlar - devlet tahvili veya şirket tahvili gibi değeri olan ve parayı geri ödeyeceklerini garanti eden bir varlık. Ticari bankalar kısa vadeli mevduatlara karşı uzun vadeli borç verebildikleri için, "likidite" sorunlarıyla karşı karşıya kalabilirler. Merkez bankaları

son çare olarak burada devreye girmekte ve ticari bankalara borç vererek finansal sistemin istikrarlı kalmasına yardımcı olmaktadır. Merkez bankalarının para politikası dışında çok çeşitli görevleri bulunmaktadır; para basmak, bankalar ve işlem gören finansal araçlar için ödeme sistemlerinin aksamadan çalışmasını sağlamak, döviz rezervlerini yönetmek ve halkı ekonomi hakkında bilgilendirmek. (Segal, 2020).

vi. İhtisas bankaları: İhtisas bankaları faaliyetlerini ya uzman oldukları belirli konulara yoğunlaştırırlar (Örneğin ihracat kredisi veren bankalar gibi) ya da belirli alanlara özgülerler (Örneğin: Alman ve Hollanda liman şehirlerinde görülen gemi ipoteği karşılığında kredi veren bankalar gibi). Belirli kesimlere kredi veren bankalar da bu gruba girmektedir. Örneğin, çiftçiye, esnafa, turizm sektörüne kredi veren bankalar gibi…

Kaynakların verimli ve etkin kullanımı her bankacının temel amacıdır. Günümüzde bankalar, en rekabetçi iş ortamlarının birinde bulunmaktadır. Mevzuat gerekliliklerini karşılarken müşterileri elde tutmak, yenilerini çekmek ve yeni ürünler sunmak her zamankinden daha zor olmaya başlamıştır. Ayrıca, banka dışı kuruluşlardan artan rekabet, teknolojik yenilik ve bankacılık konsolidasyonu, performanslarını iyileştirmeleri için bankalar üzerinde güçlü bir baskı oluşturmaktadır. Bu nedenle, bankalar verimli çalışırlarsa daha rekabetçi olacak ve dolayısıyla işlerini sürdürmede başarılı olacaklardır. Bankaların verimliliğinin iyileştirilmesi sadece bankalara değil, aynı zamanda diğer finansal kurumlara da üretkenliklerini önemli ölçüde artırma fırsatları vermektedir ve bu da yaşam standardını iyileştirmektedir. Banka etkinliğinden bahsederken yapılması gereken ilk şey, modern bir ekonomide banka kurumunu ve temel işlevlerini tanımlamaktır. Ayrıca ekonomik dünyada verimliliğin nasıl tanımlandığı konusunda hala bir fikir birliği de yoktur. Bu adımlar olmadan bankaların verimli çalışıp çalışmadığını belirlemek ise imkânsızdır. Verimlilik, genellikle belirlenen hedeflere ulaşma yeteneği olarak tanımlanmaktadır.



Şekil 2.1 Bankaların işlevleri [Vetrova, 2017: 32]

Burada banka işlevlerini tanımlamak büyük önem taşımaktadır. Modern bankalar çeşitli işlevleri yerine getirmektedir. Ticari bankaların temel işlevleri birincil işlevler ve ikincil işlevler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (şekil 2.1) (Vetrova, 2017: 30-32).

2.3 TÜRK BANKACILIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşü İmparatorluğun son dönemlerinde bağımsızlığını kazanan yeni Türkiye Cumhuriyeti'ne de büyük bir yük bindirmiştir. Genç Türk Devletinin ilk yılları miras kalan insan sermayesinin çok az oluşu ve İmparatorluktan aktarılan çok ağır bir dış borç yükü ile sermaye oluşumu potansiyelinin eksikliği ile karakterize edilmiştir. O ilk yıllar sermaye olmadan, miras kalan borcu ödemek için ek kaynaklar yaratmanın zorluklarıyla geçmiştir. Osmanlı borcunun son taksiti ancak 1954 yılında ödenmiştir. Mali azgelişmişlik, Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarının temel özelliklerinden biriydi. Para kazanma eksikliği, ticaret ve işlemlerde para dışı bir tabanın egemenliğine yol açmış ve bu etkin bir takas ekonomisini beraberinde getirmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin bağımsızlığının ilanından hemen sonra, açlığın önlenmesi ve yoksulluğun azaltılmasına kaçınılmaz olarak öncelik verilmiştir, Tarımın egemen olduğu, Osmanlı'dan fiziki veya beşeri sermayenin mirasının olmadığı, bunun yerine yalnızca borcun olduğu, ulusal bir merkez bankasının bulunmadığı ve yabancı bankalar tarafından yönlendirilen kredilerin olduğu neredeyse kapalı bir ekonomi olarak, uzun dönemde özel bankaların ortaya çıkma

şansı hiç yoktu. Bankacılık alanında, bu dönemde çoğunlukla yabancı sermayeli yabancı bankalar ve tek şubeli birkaç yerel banka bulunmaktaydı. (Görmez, 2008: 12).

1930'da ulusal bir merkez bankasının kurulmasına kadar, 419 şubesi olan yaklaşık 22 küçük yerli ve 13 büyük yabancı banka vardı (Akgüç, 1989). Genç Cumhuriyetin ilk on yılında, yabancı sermayeye yönelik güçlü olumsuz bir tepki olsada, bir millileştirme politikasının izlenilmesi yüksek ölçüde teşvik ediliyordu. Ancak yabancı bankalar, ucuz ve uzun vadeli finansman sağlayabildikleri için kapatılmadı. Bu dönemde büyüme ve ticaret için finansın önemi anlaşılarak, yerel bankaların bölgesel kalkınma için güçlendirilmesi sağlanmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında bankacılığı öğrenmek, finansal krizden kaçmak ve hatta Amerika Birleşik Devletleri'nin 1929 Büyük Buhranı'nın etkilerine neredeyse mükemmel bir mali disiplinle direnmek, finansal yeniden gelişimin ve yeniden yapılanmanın yükünü hafifleten karma bir özel-kamu bankacılığı sisteminin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Görmez, 2008: 12).

Milli sermaye birikimini desteklemek amacıyla 1924 yılında Türkiye İş Bankası'na özel banka olarak ruhsat verilmiştir. Ayrıca Ziraat Bankası'nın tarımsal desteklemeye yönelik yeniden yapılanması tamamlanmıştır. Ziraat Bankası'nın sermayesi, tarım sektörüne daha iyi koşullarda daha fazla kredi sağlamak amacıyla 1924 yılında artırılmıştır. Banka, tarımsal kredi vermenin yanı sıra her türlü bankacılık işlemlerini yapmaya yetkili kılınmış ve statüsü anonim şirket olarak değiştirilmiştir. 1923-1932 yılları arasında yerel tüccarların kredi talebini karşılamak amacıyla çok sayıda yerli ve yabancı sermayeli tek şubeli banka kurulmuştur. (Apak ve diğerleri, 2007: 6).

İmalatı desteklemek amacıyla 1925'te Türkiye Sanayi Bankası (Sınai ve Maadin) kurulmuştur. 1927'de ise Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur. Banka konut kredisi vermekle görevlendirilmiştir. Adı 1946 yılında Emlak ve Kredi Bankası olarak değiştirilmiştir. Cumhuriyet döneminde bankacılık sektöründe atılan en önemli adımlardan biri 1930 yılında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın kurulmasıdır (Coşkun ve Başer, 2002: 25). Genç Cumhuriyet'in ikinci on yılının başında, bir merkez bankasının oluşturulması ve özel bankaların ortaya çıkmasıyla temel finansal mimari neredeyse tamamlanmıştı. Sermaye oluşumunu daha da desteklemek için kamu bankaları finansal sisteme dâhil edildi. Genç Cumhuriyeti güçlendirmek için bir kamu ve özel işbirliği, refah artışına giden yol olarak kabul edilmiştir. Ayrıca, öncelikli kalkınma alanlarına teşvik

sağlamak amacıyla sektörel bankalar oluşturulmuştur. Örneğin, 1933 yılında tekstil sektörünün gelişmesini teşvik etmek amacıyla Sümerbank kurulmuştur. Ayrıca bölgesel kalkınma için Belediye Bankası, demir-çelik dâhil doğal kaynaklar için Etibank, deniz hatları ve denizciliğin kalkınması için Denizbank ve küçük ve orta ölçekli işletme kredileri için Halk Bankası kurulmuştur. 1933'te Mevduat Sigortası Kanunu'nun, 1936'da ise Bankacılık Kanunu'nun onaylanmasıyla bankacılık sektörünün modernizasyonu hızlanmıştır. Ancak, Büyük Buhran'ın güçlü etkileri, faaliyet gösteren bankaların ve tek şubeli yerli bankaların kronik iflaslarına neden olmuş, bankaların şube sayıları azalmıştır. Avrupa'da İkinci Dünya Savaşı'nın başlamasıyla gerek iç gerekse küresel çalkantı nedeniyle beklentiler en düşük seviyesine inmiş, temel ihtiyaçları karşılama ve savunma harcamalarını artırma girişimleri bankacılık ve finansın öncelikleri arasında yerini almıştır. Genel olarak, bu dönem, muhafazakâr kredi genişlemesi ile neredeyse en düşük finansal gelişme seviyesini sergilemiştir. Kamu sektörü endüstriyel gelişmeyi desteklemiş, ancak savaşın sonuna kadar bankacılık ve finans ivmesini yitirmiştir. (Görmez, 2008: 14).

Cumhuriyetin ilk on yılında özel teşebbüse dayalı liberal bir ekonomi politikası benimsenmiş, sanayileşme sürecinde özel sektör teşvik edilmiş ve öncelik verilmiştir. Bununla birlikte, bu strateji, sermaye, altyapı ve girişimci sıkıntısı nedeniyle başarısız olmuştur. Bu nedenle 1930'ların ortalarından sonra bu ana politikalardan vazgeçilmiş ve ithal ikamesine dayalı daha muhafazakâr politikalara geçilmiştir. Böylece devlet ekonomiye müdahale etmeye ve kalkınma yolunda ilk adımlarını atmaya karar vermiştir (Karluk, 1994: 62). Sermaye kontrolleri, faiz oranı kontrolleri ve sabit döviz kuru rejimi 1940'larda izlenen ekonomi politikalarının temel unsurları olmuştur. Reel faiz oranları pozitif kalmıştır. 1940'ların ikinci yarısında, düşük sermayeli küçük bankalar hızla ortadan kaybolmuştur. Hızla büyüyen özel bankaların sayısı ise 30'a ulaşmıştır. Örneğin 1946'da Yapı Kredi ve Garanti, 1948'de Akbank, 1953'te Demirbank, 1954'te Şekerbank ve Vakıfbank kurulmuştur. Faiz kontrolleri nedeniyle şube sayısında patlama ve fiyat dışı rekabette artış yaşanmıştır. 1958 yılına gelindiğinde bankalar bir araya gelerek Türkiye Bankacılar Birliği'ni kurmuştur (Görmez, 2008: 15; (Akgüç, 1989: 48).

1950'lerin ilk yarısında, kalkınma için ekonomik politikalarda keskin bir değişiklik olmuş: liberal bir kalkınma yaklaşımı öncelik haline gelmiştir. Bu dönemde hükümetler yabancı sermaye yatırımlarına ilişkin yasaları yeniden düzenlemiş ve Türkiye'deki yabancı

yatırımları teşvik etmeye başlamıştır (Yentürk ve diğerleri, 2004). Ayrıca hükümetler öncelikli sektörleri belirleme, para basma ve kredi olarak verme stratejisi izleyerek kalkınmaya ivme kazandırmaya çalışmışlardır. Ancak nihai etki enflasyon ve merkez bankası kredilerinde patlama olmuştur. Ardından 1958'de devalüasyonlu bir bankacılık krizi yaşanmıştır. 10'dan fazla banka iflas etmiştir. Bankacılık Kanunu da bu yıl içinde revize edilmiştir. 1960 yılında, 1950'lerin liberal ekonomi politikalarının çöküşüyle biriken şüpheli alacakları yönetmek amacıyla Merkez Bankası tarafından Bankacılık Ödeme Gücü Fonu ortaya atılmıştır (Görmez, 2008: 15-16).

Soğuk savaş tüm dünyada siyasi gerilimi artırırken, Türkiye de 1960 askeri darbesine yol açan bir belirsizlik dönemi yaşanmıştır. Yeni düzen, liberal kalkınma stratejilerine son vermiş ve sıkı bir şekilde düzenlenmiş ithal ikameci büyüme stratejisini dayatmıştır. Bu ithal ikamesi döneminde, emekleme aşamasında olan bazı endüstrileri dış rekabete karşı korumak amacıyla kapalı bir ekonomi modeli benimsenmiştir. Bu doğrultuda faiz oranları ve döviz kurları dünya piyasalarından bağımsız olarak hükümet tarafından belirleniyordu. Kalkınma planında öncelik verilen sanayi, bayındırlık, enerji, ulaştırma, madencilik, ihracat gibi sektörlerin finansman ihtiyaçlarını daha düşük maliyetle karşılamak amacıyla negatif reel kredi faizi politikası uygulanmıştır. Buna paralel olarak, bu sektörlerin ithal girdi maliyetlerini azaltmak amacıyla TL'nin aşırı değerlenmesine neden olan bir döviz politikası izlenmiştir (Apak ve diğerleri, 2007: 13).

1970'lerin başında, finansal yenilik eksikliği, liberalizm ve devlet planlaması arasındaki çatışma, sert planlama ve merkez bankacılığı ile karakterize edilen faiz ve döviz kuru kontrolleri, sürdürülebilir büyüme üzerindeki baskıyı artırmıştır. İki petrol krizi, ithal ikamesine dayalı planlı kalkınma stratejisinin kazanımlarının neredeyse tamamını silip süpürmüştür. Finansal krizler ve para birimi üzerindeki sürekli devalüasyon baskıları, finans ve bankacılığın yeniden yapılandırılması ihtiyacını gündeme getirmiştir (Görmez, 2008: 17).

Planlı dönemde hızlı bir gelişme trendi yakalanmış olsa da sanayileşme sürecinin finansmanında kullanılan yöntemlerin enflasyona yol açması ve yeni ortaya çıkan sanayinin sadece iç tüketime hizmet etmesi nedeniyle 1970'lerde ciddi bir döviz darboğazı yaşanmış ve yüksek enflasyon ortamında ihracat gerçekleştirilememiştir (Apak ve diğerleri, 2007: 14). Döviz rezervlerinin eksikliğinden kaynaklanan bitmeyen döviz kuru riskleri nedeniyle dolarizasyon hızla artmıştır. Bu zorlu konjonktürde ve IMF'nin de katılımıyla, dış borçların

yeniden yapılandırılması için bir Paris Kulübü anlaşması yapılmış ve Ocak 1980'de yeni bir ekonomi politikası paketi açıklanmıştır. Bankacılık ve finans için yeni ekonomik paketin temel amacı, yoğun şekilde düzenlenmiş bankacılık uygulamalarını kaldırmak ve finansal hizmetlerin kalitesine dayalı rekabetçi ve açık bir bankacılık sistemini hızlı bir şekilde başlatmaktı. Temmuz 1980'de liberalleşme yoğunlaştıkça faiz oranlarının belirlenmesi piyasaya bırakılmıştır. Döviz kuru rejimi, sabit bir kur rejimi yerine esnek yönetilen bir kur rejimine geçildi ve dönemsel olarak beklenmeyen devalüasyonlara son vermek için Mayıs 1981'den itibaren döviz kurları günlük olarak ilan edildi (Görmez, 2008: 17-18).

Serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte Türk mali sistemi, finansal piyasaların serbestleştirilmesine yönelik önemli kurumsal ve yasal reformların gerçekleştirilmesine olanak tanıyan yeni bir yeniden yapılanma dönemine girmiştir. Bu olumlu reform süreci bankacılık sektörünü de olumlu etkilemiş, bankaların daha rekabetçi bir ortamda faaliyet göstermesine neden olmuştur. Bu reformlar, bankaların hizmet ve ürünlerinin çeşitlenmesine ve yenilenmesine, kurumsal altyapının geliştirilmesine ve nihayet bankacılık sektörünün mali sistemdeki payının artmasının yolunu açmıştır (Apak ve diğerleri, 2007: 16).

1985 yılında 3182 sayılı Bankacılık Kanunu yürürlüğe girmiştir. Mevduat ve Sigorta Fonu ve İnterbank kuruldu. Türkiye'de yerleşik kişilerin döviz mevduat hesabı tutmasına izin verildi. İstanbul Menkul Kıymetler Borsası 1986 yılında faaliyetlerine başlarken, merkez bankası 1987 yılında açık piyasa işlemlerine başlamıştır. 1988 yılında döviz piyasası kurulmuştur. 1989'da döviz ticareti ve sermaye hareketleri tamamen serbest bırakılmıştır. Türk Lirası 1990 yılında konvertibl hale gelmiştir (Keskin, 1993). 1980'lerin temel özellikleri, ithal ikamesinin sona ermesi, ihracata dayalı büyümenin ortaya çıkması, finansal serbestleşme, piyasalaştırma, girişimciliğin ve özel mülkiyetin desteklenmesi ile özelleştirme teşvikleri olmuştur. Güvenilir bir istikrar programının olmayışı ve kamu borcunun kötü yönetimi ile 1993 yılında TCMB operasyonlarına örtülü ve açık araçlarla yapılan müdahaleler finansal stresin birikmesine neden olmuş ve 1994 yılında yıkıcı bir bankacılık krizi yaşanmıştır. 1990'lar, ülkenin bankacılık ve finansal kalkınma beklentileri için başka bir kayıp on yıl olarak değerlendirilebilir. Birçok ulusal politika hatası olmasına rağmen, küresel finansal koşullar da elverişli değildi. Kuveyt'in işgali ve birinci Irak Savaşı, Güneydoğu Asya ve Rusya krizleri ile bağlantılı küresel çalkantılar ve Avrupa Döviz Kuru Mekanizmasının çöküşü, iç politikaların finansal stres kısır döngüsünden çıkma kabiliyetini

engellemiştir. Bununla birlikte bankacılık sektörünü ayakta tutacak ve bu zor zamanlarda yükünü hafifletecek olan yapısal reformların büyük bir kısmı da, siyasi taahhüt eksikliği nedeniyle ertelenmiştir (Görmez, 2008: 21).

IMF ile 1998 yılının ikinci yarısından itibaren personel izleme programı anlaşması imzalanmıştır. Buna göre temel makroekonomik sorunlar çözülecek, mali piyasaların denetimine ilişkin düzenlemeler yapılacak ve vergi kanun taslağı yasallaştırılacaktı. Aynı şekilde, düzenlemeden hemen sonra vadeli teslimat işlemleri ve bankaların açık pozisyonları sınırlandırılmıştır (Apak ve diğerleri, 2007: 19).

1999 yılı, Türk bankacılık tarihinde ilk kez hızlı kredi büyümesine sahne olmuştur. Fiyat istikrarına tam bağlılık ve çıkış stratejisi ile altı çeyrek boyunca önceden açıklanan döviz kurları korunmuştur. Ancak, özelleştirmeye tam bağlılık gösterilmediği için programın çeşitli bileşenleri bozulmuştur. Söz verilen yapısal reformlarda bitmeyen gecikmeler döviz riskini keskin bir şekilde artırmış ve Kasım 2000'de birkaç banka batmıştır. IMF'den ek bir ekonomik paket, 1999 programının ani çöküşüyle birlikte 2001 yılının Şubat ayında yaşanan korkunç bir mali krizi önlemeye yetmemiştir. Son kriz ile birlikte, serbest dalgalanma kaçınılmaz hale gelmiştir ve döviz riski piyasalara bırakılarak, aşırı risk almayı önleyecek sorumlu yatırım kararları için teşvikler devreye alınmıştır. Yeni ekonomik program, ihtiyatlı maliye ve para politikalarının yanı sıra, sürdürülebilir düşük enflasyonlu büyüme yolunda iyi bir yere sahip olacak bir ekonominin temellerini içeren yapısal reformları hedefliyordu Nihai hedefler, ekonomiyi olumsuz şoklara karşı daha dayanıklı, krizlere karşı daha az savunmasız, gelir dağılımında daha adil, yabancı ve yerli yatırımlara daha elverişli hale getirmek olarak belirlenmiştir (Görmez, 2008: 21-24).

2001 mali krizinden sonra IMF'nin istikrar programı izlenerek tek haneli enflasyon hedefine ulaşılmış, büyüme hızı artmış ve dış ticarette önemli iyileşmeler gözlenmiştir. Ancak kapsamlı bir vergi reformunun olmaması, TL'nin döviz kuru karşısında değer kazanması ve işsizliğin devam etmesi yapısal makroekonomik sorunlar ortaya çıkarmıştır (Apak ve diğerleri, 2007: 20).

Sonuç olarak, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin Ankara'da açılmasından bu yana Türk bankacılık sistemi, birçok önemli badire atlatmıştır: 1958, 1979, 1983, 1994 ve 2001 krizleri, 1929 bunalımı gibi küresel şoklar, Avrupa'da rekabetçi devalüasyonlar, İkinci Dünya Savaşı,

Bretton Woods, Soğuk Savaş, Marshall Yardımı, Bretton Woods'un çöküşü, 1970'lerin petrol fiyatı şokları, 1970'lerin sonuna kadar küresel enflasyon, 1980'lerin Latin Amerika Borç krizleri, Glasnost ve Perestroika, Doğu Avrupa'da geçiş, Güneydoğu Asya'da, Tekila ve Rusya'da yaşanan mali krizler, Almanya'nın birleşmesi, Avrupa Döviz Kuru Mekanizması (ERM) krizleri, avronun doğuşu ve enerji ve gıda fiyatlarındaki şoklar.

2.4. KATILIM BANKACILIĞININ TANIMI VE İLKELERİ

Katılım bankacılığı, tasarruf sahiplerinden toplanan fonları faizsiz finansman prensipleri dâhilinde ticaret ve sanayide değerlendiren, neticesinde oluşan kâr ve zararı tasarruf sahipleriyle paylaşan bankacılık sistemidir (Sayım, 2015: 93).

Katılım bankacılığı sistemi, "fıkıh-ı mu'amalat" olarak bilinen bir ticaret yasasına dayanmaktadır. Bu yasa, tüm ticari işlemlerde sosyal adalet, eşitlik ve adalet konularını dikkate almakta ve girişimciliği teşvik etmektedir, mülkiyet haklarını korumakta ve Allah'ın ilahi yasasına ve son elçisi Hz. Muhammed'e göre sözleşme yükümlülüklerinin şeffaflığını vurgulamaktadır (Ariss, 2010).

İslami finans kurumları, amaç ve işlemlerinde Kur'an ilkelerine göre hareket eden kurumlardır. Bu nedenle, bu tür dini kaygıları olmayan "geleneksel" kurumlardan ayrılırlar. Katılım bankaları, İslam'ın dini emirlerine uygun ticari hizmetler sunmaktadır. Katılım bankaları müşterilerine faizsiz hizmet vermekte olup, tüm işlemlerde faiz verilmesi ve alınması yasaktır. Bu yasak, katılım bankacılığı sistemini geleneksel bankacılık sisteminden ayıran temel farktır (Kettell, 2010: 2-4).

Katılım bankacılığı sistemi, inanç temelli bir finansal sistemdir ve temeli Şeriat hukuku ile İslam ekonomisinin ilkelerine dayanmaktadır. Katılım bankacılığının yol gösterici ilkeleri, sadece kâr maksimizasyonu değil, eşitlik, adalet, empati, işbirliği, girişimcilik, etik ve çevrenin ve toplumun genel iyiliğini vurgulamaktadır. Katılım bankacılığı sisteminin, ilkelerini aşağıdaki gibi tanımlayarak onu daha anlaşılabilir kılmak mümkündür (Habib, 2018: 3):

i. Dini temel. Katılım bankacılığı sistemi, İslami inanç ve hukuktan türetilen kural ve düzenlemelere dayanırken, geleneksel finansın dini kısıtlamaları yoktur. Tüm İslami finans ve bankacılık sözleşmeleri, Şeriat hukuku tarafından kabul edilebilir olmalıdır.

ii. Faiz yasağı. Katılım bankacılığının özünde faiz veya tefecilik anlamına gelen ve kredi miktarına zaman geçtikçe ilave edilen riba yasağı vardır. Paradan para kazanmak yasaktır. İslam'da yasak olan paranın zaman değeridir. İslam, parayı bir mübadele aracı olarak tanımlar, ancak daha fazla para kazandırabilecek içsel bir değere sahip değildir. Buna karşılık, faiz ödemek ve faiz işletmek, geleneksel finansın merkezinde yer almaktadır.

iii. Gerçek varlıklara bağlantı. Paranın daha fazla para kazanmasını önlemek için, tüm İslami finansal işlemler gerçek bir varlığa bağlıdır ve mal ve hizmet alışverişi vardır, bu da onları daha az riskli hale getirmektedir.

iv. Ortak olarak banka. Ticari bankalar mevduat sahiplerinden fon ödünç alıp bu fonları borçlulara/girişimcilere ödünç verirken, katılım bankaları hem mudiler hem de borç alanlar için bir ortak olarak hareket etmektedir.

v. Kar ve zarar paylaşımı. Ticari bankalar mevduat sahiplerine faiz öderler ve kredi verdikleri borçlulardan da faiz alırlar. Buna karşılık, katılım bankacılığında önceden belirlenmiş kredi ödemeleri yasaklanmıştır; bunun yerine sistem kar ve zarar paylaşımı esasına göre çalışmaktadır. Katılım bankaları finansman sağladığı müşterinin kârından pay almakta ve ayrıca işin uğradığı zararı da paylaşmak zorundadır. Mevduat tarafında ise, katılım bankaları, kâr ve zararını mevduat sahipleriyle, mevduat miktarları ile orantılı olarak paylaşmaktadır.

vi. Daha ihtiyatlı seçim. Katılım bankaları, müşterisinin ortağı olarak, borçlunun girişiminin hem kârını hem de zararını paylaşmakta ve bu, katılım bankaları müşterilerini ve finanse ettikleri projeleri seçerken daha ihtiyatlı olmaya teşvik etmektedir. Ticari bankalar, müşterinin kar veya zarar etmesine bakmadan borçlularından sabit faiz almaktadır, bu nedenle müşterinin kredibilitesi ve ticari başarılarından ziyade teminat verme yetenekleri ile daha fazla ilgilenmektedirler. Katılım bankaları ise projenin fizibilitesine ve girişimcinin yeteneklerine daha fazla önem vermektedir. Ayrıca, iş türlerinin de İslam'ın esaslarına uygun olması gerekmektedir. Örneğin, işletme, alkollü içecekler, kumarla ilgili işler, pornografi veya zararlı olduğu düşünülen veya toplumun refahını bozabilecek herhangi bir iş türünde doğrudan veya dolaylı olarak yer almamalıdır.

vii. Gereksiz ve aşırı risk. İslam, belirsizliğe yol açan aşırı ve gereksiz risk almaya dayalı her türlü işlemi yasaklamaktadır. Bu nedenle katılım bankacılığı sisteminde spekülatif işlemlere izin verilmemektedir.

2.5 KATILIM BANKACILIĞININ AMAÇLARI VE HEDEFLERİ

Esasen katılım bankacılığının amaç ve hedefleri, İslami ekonomik sistemin genel hedefleri bağlamında tam olarak anlaşılabilir. Birçok önde gelen İslam iktisatçısı (örneğin: Chapra, 1985; 2000a, 2000b; Ahmad, 2000; Siddiqui, 2001; Naqvi, 2003), katılım bankacılığının, Şeriat'ın hedeflerinde derin bir şekilde yer alan adil ve dengeli bir toplum için çabalayan genel İslami ekonomik sistemin bir alt kümesi olduğunu iddia etmektedir. Buna göre, birçok yasak (örneğin faiz, kumar, aşırı riskler vb.), piyasa işlemlerinde yer alan tüm tarafların çıkarlarını ve çıkarlarını korumak ve sosyal uyumu teşvik etmek için eşit şartlar sağlamak içindir (Chapra, 1985; 1992; 2000a; 2000b; Ahmad, 2000; Siddiqui, 2001; Naqvi, 2003). Ayrıca, İslam Şeriat hukukunun etik ve ahlaki çerçevesine dayanan bir sistem olarak katılım bankacılığı, aynı zamanda etik normlar ve sosyal taahhütlerle de karakterize edilmektedir (Ahmad, 2000; Mirakhor, 2000; Warde, 2000). Dolayısıyla katılım bankacılık sistemi, faiz almaktan kaçınmak ve İslami finansal ürünler sunma konusundaki yasal teknik ve gerekliliklere uymaktan çok daha fazlasını ifade etmektedir. Katılım bankacılığı, sosyo-ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesine ve adil bir toplumun yaratılmasına katkıda bulunmayı amaçlayan bir sistemdir (Siddiqui, 2001; Haron ve Hisham, 2003; Hassan ve Musa, 2003). Katılım bankacılık sistemi, iş yapma sürecinde, tüm toplum için daha iyiye ulaşmak adına kazanç ve harcama arasında kalıcı bir denge kurmayı hedeflemektedir (Haron, 1995; Al-Omar ve Abdel-Haq, 1996).

İslami dünya görüşünde bankacılık, büyük bir yaşam sistemi olarak İslam'ın bir parçası olarak kabul edilmektedir. Böylece dinin öğretilerini, normlarını ve ilkelerini, tüm boyutları ile kucaklamış olmaktadır. Bu bakış açısıyla, katılım bankacılık sisteminin, insan ekonomisinin olumsuz durumunu düzeltmek, mevcut uygulamalarda eksik olanı tamamlamak ve insanı nihai refahı elde etmeye yönlendirmek için yeni ve daha iyi bir bakış açısı sunmak gibi büyük hedefleri bulunmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için ise, Şeriat'ın kapsamlı bir şekilde anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Amaç, endüstrinin nasıl yapılandırılması gerektiğini ve finansal alanda ve finansal ürün ve hizmetlerde İslami vizyonun nasıl uygulanabileceğini stratejilendirmektir. (Ariff ve diğerleri, 2014: 45).

2.6 KATILIM BANKACILIĞININ DOĞUŞ SEBEPLERİ

Katılım bankacılığının ortaya çıkmasına neden olan nedenler dini, ekonomik, sosyal veya siyasi olabilir. İslam dinine göre, topluma, ekonomiye ve ahlaka çeşitli zararlar verebileceğinden, bazı şeylerin yasaklanması ve kabul edilmesinin sebepleri bulunmaktadır. Faiz, gelir dağılımını bozmak, kalkınmayı engellemek, yatırım işletmelerinde aşırı maliyet ve riske neden olmak, kârı düşük ama sosyal verimliliği yüksek projelerin gerçekleştirilmesini engellemek gibi çeşitli zararlara yol açması nedeniyle yasaklanmıştır. Sosyal olarak her toplum bireylerden oluşmakta ve bu bireylerin farklı fırsatlara sahip olması toplumda farklı sınıflar yaratmaktadır. Bu sınıfların ilişkilerini sürdürebilmeleri için sınıflar arasındaki ekonomik farklılıkların en aza indirilmesi gerekmektedir. Faizsiz bankacılık sistemi ile faizsiz kâr elde etmek isteyen tasarruf sahipleri birbiriyle bağlantılı olup, tasarruflardan elde edilen kazançlar üretimde, ticarette ve sanayide değerlendirilerek istihdama katkı sağlanmaktadır. Böylece toplumdaki sınıflar ve bireyler arasındaki eşitsizlikler azaltılmaktadır (Kaya, 2013: 9-11).

Modern İslami finans kavramı, 20. yüzyılın ortalarında, Müslüman çoğunluklu Asya ve Arap ülkelerinin Batılı sömürgeci güçlerden bağımsızlık kazanması, kendi kimliklerini araması ve hem Batılı kapitalist hem de Doğu sosyalist modellerinden farklı İslam ekonomisinden ilham almasıyla ortaya çıkmıştır. İslami finans ve katılım bankacılığı, kar ve zarar paylaşımı sistemine dayanan İslami ekonomi kavramlarından evrimleşmiştir ve daha adil ve istikrarlı olarak kabul edilmektedir (Chapra, 2007; El-Gamal, 2006; Siddiqi, 2006). Faizsiz finansman fikri İslam'ın doğuşundan beri var olsa da, finans dünyasına girişi sadece birkaç on yıllıktır (Habib, 2018: 12).

Modern İslami bankacılık yaklaşık 60 yaşındadır. Kalkınma bankacılığının yol gösterici ilkesi, faiz ödenmesini veya alınmasını yasaklayan ve banka ile müşterileri arasında risk ve kâr/zararın paylaşımını tavsiye eden Şeriat kanunudur. İslami finans ayrıca sosyo-ekonomik adaleti ve servetin adil dağılımını da vurgulamaktadır (Amin ve diğerleri, 2009). Bu, öncelikle faiz esasına ve kâr maksimizasyonu ilkesine göre faaliyet gösteren geleneksel bankaların tam tersi bir durumdur. Daha önce faiz yasağı, dünya genelinde ve özellikle Körfez bölgesinde, din odaklı Müslümanlar için bankacılığı zorlaştırıyordu - ya paralarını geleneksel bankalarda faizsiz cari hesaplarda tuttular ya da küresel finans piyasaları ile Körfez İşbirliği Konseyi arasındaki serbest sermaye akışını engelleyen resmi bankacılık

sisteminin tamamen dışında kaldılar. Petrolün keşfi ve petro-dolarların kullanılmaya başlanmasıyla birlikte bölgede refahın artması sorunu iyice büyütmüş ve katılım bankacılığı, farklı bir finansal araç olarak tanıtılmıştır. Katılım bankacılığı, böylece İslami siyasi aktivistlerin, Müslüman hukuk bilginlerinin, ekonomistlerin ve iş adamlarının çabalarıyla, Şeriat hukukunu modern ekonomiye uygulayarak ve müşterilere geleneksel bankalarla bağlantılı hizmetlerin çoğunu Şeriat kısıtlamaları dâhilinde sunmak için geleneksel İslami finansal araçlarını yenilikçi bir şekilde yapılandırarak kavramsallaştırılmıştır (Smith, 2006). Günümüzde katılım bankaları dünya çapında yerini almış ve hizmetlerini sürdürmektedir.

2.7 KATILIM BANKACILIĞINDA YÖNTEM VE FAALİYETLER

Katılım bankaları, özel cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak ve topladığı fonları faizsiz finans prensiplerine uygun yöntemlerle kullandırmak üzere faaliyet gösteren bankalardır. Katılım bankacılığı sistami kar – zarar ortaklığı esasına dayanmaktadır. Katılım bankalarında temel prensip faizin olmamasıdır. Bu sistemde para ticari bir ürün olarak alım – satıma tabi değildir. Katılım bankaları mevduat kabulü ve kredi kullandırmanın haricinde, her çeşit bankacılık hizmetlerini müşterilerine sunabilmektedir. Katılım bankalarında temel olarak fon toplama ve fon kullandırma biçiminde faaliyetler geçerlidir. Katılım bankaları çeşitli bankacılık hizmetleri ile beraber mal ticareti gerçekleştirmektedir. Özel cari hesap ve katılma hesabı adı altında fon sahiplerinden kaynak sağlanmaktadır. Katılım bankalarını geleneksel bankalardan ayıran hesap türü, katılım hesabıdır. Burada kuruluş ile müşteri arasında bir ortaklık söz konusu olmaktadır (Özulucan ve Deran, 2009: 94). Katılım bankaları, katılım hesaplarındaki fonları ekonomik faaliyetlerde değerlendirerek ticari kazanç sağlamaya çalışmakta ve kar gerçekleşirse, gerçekleşen karı ortağı durumundaki katılım hesabı sahipleriyle paylaşmaktadır (Erol ve Güneş, 2016: 96).

Risk paylaşımı katılım bankalarının temel ilkelerinden biridir (Ibrahim ve Alam 2017). Herhangi bir kâr ve zararın bankalar ile girişimciler veya mudiler arasında paylaşılacağı kâr ve zarar paylaşımı sözleşmelerine yerleştirilmiştir. Bankalar ve müşteriler arasındaki ilişki bu nedenle borca dayalı değil, öz sermayeye dayalıdır. Kâr – zarar ilkesine göre, yükümlülük tarafında, katılım bankaları fon yöneticisi olarak hareket ederken, mevduat sahipleri yatırımcı veya yatırım hesabı sahibi olarak kabul edilmektedir. Geleneksel mudilerin aksine, katılım bankası mudileri sabit bir getiri talep edemezler çünkü bu getiri bankaların finansman faaliyetlerinden elde ettikleri nihai kâra bağlı olacaktır. Aksine, varlık tarafında,

katılım bankaları, ticari faaliyetlerinden elde edilen kâr veya zararları bankayla paylaşacak olan müşterilerine fon sağlayan yatırımcılar olarak hareket etmektedir. Dolayısıyla bu mekanizma, faiz yasağı nedeniyle katılım bankacılığını geleneksel bankacılıktan farklı kılan İslami bankacılık faaliyetlerinin bel kemiği olarak görülmektedir (Mesliera ve diğerleri, 2020: 1).

Katılım bankaları nakdi kredi kullandırmamaktadır. Katılım bankalarında murabaha, mudarebe, müşareke, icare, karz-ı hasen, selem ve istisna gibi çeşitli fon kullandırma yöntemleri mevcuttur. Katılım bankaları sağladıkları fonları reel sektörde (üretim – ticaret) değerlendirmek mecburiyetindedir. Bu sebeple, katılım bankaları ile fonu kullananlar arasında ticari bir bağ oluşmaktadır. Yani, katılım bankaları mal ve ticari amaçla gayrimenkul alım – satımı yapabilmektedirler. Bunun yanında fonun kullandırılmasında projenin karlılığı önem taşımakta ve fon kullanımında vade (genellikle) uzun olmaktadır. Katılım bankaları, finansal kiralama yöntemiyle müşterilerine doğrudan kaynak aktarabilirler. Yani katılım bankalarının, finansal kiralama yapma yetkileri de bulunmaktadır. Bu sistemde müşteriler kar ve zarara ortak oldukları için riski önceden kabul etmektedirler. Dolayısıyla bu sistemde "güven" esastır. Yani, bu sistemde teminat ve ipotek kadar "ortak olunan projenin sağlamlığı" da önemlidir. Ayrıca fonu kullanan müşterinin belirli bir vade sonunda ödeyeceği tutar da bellidir ve sonradan ekonomik konjonktüre göre değişmemektedir. Katılım bankalarının fon kullandırmada dikkat ettikleri en önemli faktör; finansmanın şirkete değil, değerlendirilen projeye yapılmasıdır. Katılım bankalarının fon kullandırmalarında gerçekleştirilecek olan işlemlerin gerçek mal ve hizmetlere dayanması gerekmektedir. Ayrıca özü itibari ile İslam hukuku ilkelerine dayanan katılım bankaları, gerçekleştirecekleri finansal faaliyetlerde kumar, alkollü içecek çeşitleri, zararlı gıda malzemeleri, tütün ve tütün mamulleri ve bunlar gibi topluma ve çevreye zararı olacak alanlarda yatırım faaliyetlerinde bulunamazlar (Özulucan ve Deran, 2009: 94).

2.8 KATILIM BANKACILIĞI ALANINDA KURULUŞLAR

Türkiye, İslami bankacılık ile 1984 yılında kurulmaya başlanan "Özel Finans Kurumları" sayesinde tanışmıştır. 16.12.1983 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı'na istinaden Albaraka Türk Özel Finans Kurumu, 21.01.1985 tarihi itibariyle faaliyet izni alarak Türkiye'de kurulan ilk özel finans kurumu unvanını elde etmiştir (Atar, 2017). 2005 yılında özel finans kurumlarının Katılım Bankası adını alması ve Bankacılık Kanunu'na tabi tutulmaları faizsiz

bankacılığın ülkemizdeki gelişimini desteklemiştir (Tetik ve Şahin, 2021: 51). Şu an Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları şunlardır (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, 2022):

i. Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.
ii. Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.
iii. Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş.
iv. Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.
v. Vakıf Katılım Bankası A.Ş.
vi. Ziraat Katılım Bankası A.Ş

2.9 KATILIM BANKACILIĞININ SORUNLARI

Katılım bankaları, dünyanın alışkın olduğu geleneksel bankalardan önemli ölçüde ayrılmaktadır; faizsiz ve kâr-zarar temelli bir mekanizma ile çalışmaktadır. İslami finansın niş segmenti küresel platformda geliştikçe çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Aşağıda bunlardan bazıları verilmiştir (Habib, 2018: 67):

i. Kar ve zarar sistemi. Dünyanın her yerindeki finans piyasaları faize dayalı bir sistemle işlerken, katılım bankaları kâr ve zarar paylaşım sistemi üzerinden faaliyet göstermektedir. Bu operasyonel mekanizma, ne sektör ne de müşteriler tarafından iyi kabul görmemekte veya anlaşılmamaktadır.
ii. Düzenleyici sorunlar. Küresel olarak çoğu hükümet ve düzenleyici kurum, faize dayalı finans sektörü için tasarlanmıştır ve katılım bankacılığının benzersiz özelliklerine hitap etmemektedir.
iii. Nitelikli çalışanlar. Bilgi ve farkındalık eksikliğinin yanı sıra katılım bankacılığı alanında eğitim ve öğretim tesislerinin genel eksikliği, sektör için vasıflı ve deneyimli çalışanların eksikliğine yol açmaktadır.
iv. Ortaklık girişimleri. Katılım bankaları genellikle finanse ettikleri girişimin kâr ve zararını paylaşan ortaklar olarak hareket ettiklerinden, yatırımlarını geri kazanmak için daha uzun bir süreye ihtiyaçları vardır.
v. Vergi konuları. Çoğu gayrimüslim coğrafi bölgesinde, bir katılım bankası tarafından borçlu veya girişimciye ödenen kâr, geleneksel bir bankaya yapılan faiz ödemeleri gibi vergiden düşülebilir bir gider değildir. Bu, katılım bankalarının müşterileri için büyük bir dezavantaja neden olmaktadır.

vi. Küresel denetim standartları. Bu standartlar geleneksel bankacılık sistemi için geliştirilmiştir ve her zaman katılım bankacılığı sistemine uymamaktadır veya ona hizmet etmemektedir. İslami denetim ve standart belirleme organları hala çok yenidir ve henüz küresel endüstrinin tam güvenine de sahip değillerdir.

vii. Risk yönetimi. Risk yönetimi, sınırlı kaynak, yüksek maliyet ve riski zamanında değerlendirecek ve izleyecek teknolojik unsurların eksikliği nedeniyle İslami finans piyasalarında az gelişmiştir. Katılım bankaları, çeşitli risk türlerine maruz kaldıklarından dolayı risk yönetimi stratejilerini geliştirmede önemli sorunlar ile karşı karşıya kalmaktadır (Malim, 2015: 68).

viii. Konsantre Bankacılık. Katılım bankaları, yoğun bir mevduat veya varlık tabanına sahip olma eğilimindedir. Genellikle birkaç seçilmiş sektöre odaklanırlar ve doğrudan rekabetten kaçınırlar. Örneğin, bir katılım bankası tarım sektörünün finansmanında uzmanlaşırken, bir diğeri inşaat sektöründe aynı şeyi yapabilir ve hiçbiri diğer sektörlere çeşitlendirmeye çalışmayabilir. Bu uygulama, katılım bankalarını belirli bir sektördeki döngüsel şoklara karşı savunmasız hale getirmektedir (Iqbal, 2007: 3-4).

2.10 KATILIM VE GELENEKSEL BANKACILIK ARASINDAKİ FARKLAR

Uygulama ne olursa olsun, teorik olarak katılım ve geleneksel bankacılık türleri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır (Beck ve diğerleri, 2013). Spesifik olarak, katılım bankacılığının iş modeli, faizsiz, varlığa dayalı, risk paylaşımı, spekülatif davranışların yasaklanması ve aşırı belirsizlik olarak karakterize edilmektedir (Iqbal ve Molyneux, 2005). Risk transferi, faiz oranı ve spekülatif davranışlar katılım bankacılığının adalet ve hakkaniyet ilkesine aykırı olduğu için yasaklanmıştır. Ayrıca Şeriat ilkeleri doğrultusunda, katılımcı bir bankanın tüm faaliyetleri maddi bir varlık içeren reel bir ekonomik işlemle desteklenmelidir (Beck ve diğerleri, 2013). Bu özellikler, aşırı risklere daha az maruz kalma, dolayısıyla daha iyi istikrar anlamına gelse de (Imam ve Kpodar, 2016), katılım bankaları riskten muaf değildir; iş modellerine özgü farklı risk biçimlerine maruz kalmaktadırlar (Ali ve Azmi, 2017). Aşağıdaki Tablo 2.1, katılım ve geleneksel bankacılık sistemleri arasındaki temel farklılıkları özetlemektedir.

Tablo 2.1. Katılım ve Geleneksel Bankacılığın karşılaştırması [Parsa, 2020: 4]

Özellikler	Katılım bankacılığı	Geleneksel bankacılık
Yasal Temel	Katılım bankacılığı İslami Şeriat ilkeleri tarafından yönlendirilmektedir; Riba (faiz), Maysir (spekülatif faaliyetler) ve Gharar (belirsizlik). İslam hukukunda yasadışı ilan edilen işletmelere yatırım yapmak yasaktır.	Geleneksel bankalar liberal ve laik yasalara dayanmaktadır. Tamamen faize dayalıdırlar ve çeşitli projelere serbestçe ticaret ve yatırım yapabilirler.
Müşterilerle İlişki	Katılım bankaları kar ve zarar paylaşımına dayalı enstrümanlar kullandıklarından, banka ve müşteri ilişkisi ortaklık ve yatırımcı-girişimci ilişkisidir.	Geleneksel bir banka ile müşterileri arasındaki ilişki, borçlu-alacaklı ilişkisidir.
Paranın yönetimi	Para, yalnızca bir değişim aracı ve değer saklama aracıdır, kiraya verilemez veya nominal değerinden daha yüksek bir fiyata alınıp satılamaz.	Para bir meta olarak kabul edilir. Geleneksel bankalar, daha düşük bir oranda fon satın alarak ve daha yüksek bir orandan bu fonları yeniden satarak kar elde ederler.
İş modeli	Katılım bankacılığının iş modeli, kar/risk paylaşımı ve reel ekonomik faaliyetlere odaklanmıştır.Ticareti yapılan emtiaların fiziksel varlığının gerekli olduğu enstrümanları kullanırlar.	Geleneksel bankalar, kredi yaratmak için emtiaların fiziksel varlığına önem vermezler.
Sosyal Yönelim	Katılım bankacılığının iş modeli, gelirin yeniden dağıtımı için zekat (hayır kurumu) adı verilen bir mekanizma içermektedir.	Geleneksel bankalar kar odaklıdır. Bu çeşit hayırsever bağış mekanizmaları bulunmamaktadır
Danışma Kurulu	Katılım bankalarının, bankanın araçlarını ve ticari faaliyetlerini doğrulayan bir denetleme kurulu vardır.	Geleneksel bankaların böyle bir ekstra maliyet birimi yoktur.

Klasik bankalar mudilerine kredi (faizli borç) vermektedir. Katılım bankaları ise ticaret yöntemiyle fon kullandırırken müşterisinin ihtiyaç duyduğu malı, hizmeti veya hakkı satıcısından satın almakta ve üzerine kâr ekleyip müşterisine vadeli olarak satmaktadır. Klasik bankacılıkta kredide ödeme banka müşterisine yapılmakta veya satıcıya yapılsa bile bu malın alış bedeli değil müşteri namına kullandırılan kredinin satıcıya ulaştırılması işlemidir. Katılım bankacılığında ise ödeme banka müşterisine değil, malın satıcısına yapılmakta ve bu bedel malın katılım bankası tarafından alış bedelidir. Klasik bankacılıktaki kredi sisteminde müşteri ile banka arasında imzalanan sözleşme, kredi (faizli borç) sözleşmesi biçimindedir. Katılım bankacılığındaki ticaret yönteminde ise müşteri ile katılım bankası arasında akdedilen sözleşme alım-satım sözleşmesi biçimindedir. Klasik bankacılıkta mudinin kullandığı kredinin bir mal veya hizmet karşılığı olması koşulu bulunmamaktadır. Katılım bankacılığındaki ticaret yönteminde ise herhangi bir alışveriş veya proje olmadan para ödenmemektedir. Finansman kesinlikle bir mal alımı veya

kiralanması ya da ortaklık projesi ile ilişkilendirilmektedir (Albayrak ve Özsoy, 2021: 85). Klasik bankacılıkta kanuni olan her çeşit faaliyet işleme konu olabilmektedir. Katılım bankacılığında ise İslami yönden meşru kabul edilen ve serbest olan faaliyetler işleme konu olabilmektedir. Klasik bankacılık sisteminde gelir sağlamada faiz temel araç olarak kullanılırken, katılım bankacılığında kâr payı temel araç olarak kullanılmaktadır (Özsoy, 2012: 115).

3. BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞI VE DAVRANIŞSAL FİNANS İLİŞKİSİ

3.1 KATILIM BANKACILIĞININ DAVRANIŞSAL FİNANS YÖNÜ

Davranışsal finans hala gelişmekte olan bir çalışma alanı olmaya devam etmektedir. Yatırımcıların karar verme sürecinde psikolojinin ve diğer sosyal faktörlerin rolünü araştırmaktadır (Kourtidis ve diğerleri, 2011). Davranışsal niyet, tüketicilerin bir ürün veya hizmete sahip olmak, elden çıkarmak ve kullanmak için ürün veya hizmetle ilgili algılanan memnuniyetin sonuçlarına dayalı olarak belirli bir şekilde davranma arzusudur (Mowen ve Minor, 2002). Davranışsal niyet, yalnızca bir ürün veya hizmeti kullanma arzusunu ölçmekle kalmaz, aynı zamanda onu sürekli veya sürdürülebilir bir şekilde kullanma olasılığını da ifade etmektedir (Suhartanto, 2019). Dindarlık, dinin bir kişinin davranış ve eylemleri üzerindeki etkisini ölçmektedir (Kaawaase ve Nalukwago, 2017). Kişi, özellikle uzun bir süre dinini icra ediyorsa, dini inançlarına aykırı bir şey olduğunda hisler geliştirmeye başlayacaktır (Bananuka ve diğerleri, 2019). Önceki araştırmalar, dindarlığın katılım bankalarının müşteri davranışsal niyetleri üzerinde bir etkisi olduğunu belirtmektedir (Abou-Youssef ve diğerleri, 2015; Souiden ve Rani, 2015). Bir kişinin dindarlığı ne kadar yüksekse, katılım bankaların işlerini şeriat ilkelerine göre yürüttüğüne inandığı sürece katılım bankalara yönelik davranışsal niyeti de o kadar fazladır (Suhartanto, 2019). Bu ifadelere dayanarak katılım bankalarında müşterilerin tasarruf etme davranışsal niyetleri bağlamında dindarlık faktörünün davranışsal niyeti olumlu etkilediğini varsaymak mümkündür (Amini ve diğerleri, 2020).

Algılanan risk, müşterilerin bir ürün veya hizmeti satın almanın belirsizliğine ve potansiyel olumsuz sonuçlarına ilişkin algıları olarak tanımlanmaktadır (Bauer, 1960). Algılanan risk, müşteriler tarafından gerçekleştirilen bilgi işleme sürecinin önemli bileşenlerinden biridir. Müşteriler, yüksek riskli satın alma ürünleriyle karşı karşıya kaldıklarında satın almaktan kaçınmak için giderek daha fazla motive olmaktadır (Assael, 1998). Thambiah vd. (2011), belirsizliğin müşterilerin katılım bankacılık hizmetlerini kullanma davranışsal niyeti üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu belirlemiştir (Thambiah ve diğerleri, 2011).

Istiarni (2014)'ye göre algılanan fayda, kullanıcıların sunulan bir ürünü kullanarak, ürünü kullanmaktan elde edilecek faydaları deneyimleyeceklerine inandıkları düzeydir (Istiarni, 2014). Algılanan fayda, olumlu yönde etkilediği veya motive ettiği ve bir ürün için satın alma kararlarında birincil faktör olan kar algısı olarak da düşünülebilir (Park ve diğerleri, 2016). Bir ürün müşterilerin gözünde ne kadar üstünse, tüketicilerin katılım bankacılığı da dâhil olmak üzere ürünü seçme olasılığı o kadar yüksektir. Amin vd. (2013) algılanan faydanın, katılım bankalarında konut finansmanı kullanmaya yönelik müşteri davranışsal niyeti üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu belirlemiştir. Katılım bankalarında algılanan fayda ne kadar yüksekse, müşteri davranışının katılım bankacılığı ürünlerini kullanma niyeti o kadar olasıdır (Amin, 2013).

Çerçeveleme etkisi mevcut literatürde dikkate değer bir önyargı olarak kabul edilmektedir. Bireylerin bir bankacılık ve finansman fırsatının nasıl pazarlandığı veya çerçevelendirildiği konusundaki hassasiyeti, mantıksız kararlara yol açabilmektedir. Fon taahhüdü gerektiren herhangi bir faaliyette olduğu gibi, bireyler mevcut çeşitli seçeneklerin kendilerine nasıl sunulduğuna bağlı olarak tercihler oluştururlar. Gallery ve diğerleri (2011)'ne göre, çerçeveleme etkisi, türetilebilir kazanç veya kayıpların nasıl çerçevelendiğine bağlı olarak yatırımcıların kararlarını yönlendirmektedir (Gallery ve diğerleri, 2011: 7). Bu itibarla Nofsinger (2014), getirileri olan alternatif yatırım seçeneklerinin, riskin nasıl çerçevelendiğine bağlı olarak farklı tepkiler ortaya çıkarabileceğini belirtmiştir (Nofsinger, 2014). İslami bir yatırım bakış açısından, Gallery ve diğerleri (2011)'nin inanç primi olarak adlandırdıkları şeye karşı duyarlılık, bu tür çerçeveleme etkisi eğilimine yol açabilmektedir (Gallery ve diğerleri, 2011: 9). Bunun nedeni, finansal faydaların yanı sıra, inanca dayalı yatırımların, bankacılık ve finansman faaliyetlerinin çoğunun, örneğin ahiret hayatında getiriler gibi başka getiri biçimlerine sahip olarak sunulmasıdır. Bu, finansal getirisi İslami olmayan alternatif yatırımlara kıyasla daha düşük olsa bile, birçok Müslümanı katılım bankacılığı ve finansman yatırımlarıyla meşgul olmaya etkileyebilir (Adeyemi ve Haron, 2016: 96).

Tversky'nin beklenti teorisini izleyen bilişsel uyumsuzluk, daha önce alınan bir yatırım kararının yanlış varsayımlara veya inanca dayandığını gösteren ikna edici kanıtlar olduğunda ortaya çıkmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979). İnançlı insanlar ve özellikle Müslümanlar, bankacılık, finansman ve yatırım da dâhil olmak üzere hayatlarının birçok

alanında bilişsel uyumsuzluğa eğilimli olma eğilimindedir. Bunun nedeni, Müslümanların bu tür ekonomik davranışlarını hem manevi hem de finansal filtrelerden geçirmesi gösterilebilir.

Ajzen ve Fishbein (1980), belirli bir davranışı gerçekleştirme veya yapmama niyetinin, bir kişinin davranışa karşı tutumu ve davranışı yapması veya yapmaması gerektiğine dair sosyal veya normatif baskı algısı tarafından belirlendiğini belirtmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980). Kaawaase ve Nalukwago (2017) ile Lajuni ve diğerleri (2018), bir kişinin katılım bankacılığı ürünlerini kullanma niyetini açıklamada tutumun en etkili faktör olduğunu belirlemiştir (Kaawaase ve Nalukwago, 2017; Lajuni ve diğerleri, 2018).

Aşırı güven, bireyler ekonomik dünyanın karmaşıklığını anlama yeteneklerini abarttığında ve dolayısıyla yanlış bilgilendirilmiş kararlarının istenmeyen sonuçlarından kaçınmak için yeterince önlem almadığında ortaya çıkmaktadır. Nathie (2009) çalışmasında, kendine aşırı güvenen yatırımcıların daha riskli portföylere yatırım yapma eğiliminde olduğunu ve piyasa duyarlılığına aşırı tepki verme eğiliminde olduğunu belirlemiştir (Nathie, 2009; 105). Bu tür yatırımcıların geçmişteki başarılarını kişisel yetkinliklerine, yatırım konusundaki üstün bilgi ve uzmanlıklarına bağlama olasılığı yüksekken, bu tür başarılar olumlu bir piyasa koşulu nedeniyle de kaydedilmiş olabilir (Ricciardi, 2008: 14). Sonuç olarak, kendine aşırı güvenen yatırımcılar, aşırı alım satıma veya düşük performansa oldukça yatkındır. En uç durumda, bu kendine atfetme yanlılığına da yol açabilir. Bu durumda bir kişi kaydedilen başarıları kendi üstün niteliklerine bağlayabilir, buna karşın kötü ekonomik kararları için diğer kişisel olmayan faktörleri suçlayabilir. Tahir ve Brimble (2011) ile Leon ve Pfeiffer (2013)'in Müslüman yatırımcıların nispeten riskten kaçındıkları iddiası, onların aşırı güven önyargısına karşı düşük duyarlılıklarının bir tezahürü olabilir (Tahir ve Brimble, 2011; Leoni ve Pfeifer, 2013: 2).

3.2 KATILIM BANKACILIĞININ TERCİH EDİLME SEBEPLERİ

Katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerine yönelik tüketici davranışı çalışmaları son dönemde daha fazla ilgi görmeye başlamış ve bu araştırmalarda müşterileri katılım bankacılığını tercih etmeye teşvik eden çeşitli faktörler tespit edilmiştir. Ancak, katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri için tüketici tercihini etkileyen değişkenlerle ilgili sonuçlar çelişkilidir (Hafiane ve Allouch, F. (2021: 43).

Farklı bağlamlarda yürütülen çeşitli araştırmalar (Haron ve diğerleri, 1994; Metawa ve Almossawi, 1998; Naser ve diğerleri, 1994; Okumuş ve Genc, 2005; Dusuki ve Abdullah, 2007; Souiden ve Rani, 2015; Abou-Youssef ve diğerleri, 2015; Obeid ve Kaabachi, 2016; Mahdzan ve diğerleri, 2017; Butt ve diğerleri, 2018; Maryam ve diğerleri, 2019), inançların katılım bankacılığını tercih etmede birincil motivasyon kaynağı olduğunu belirleyerek, katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerine ilişkin tüketici kararlarında dini inançların önemli bir rol oynadığı fikrini ampirik olarak desteklemişlerdir. Bu bulguların aksine, birçok çalışma, katılım bankacılığı hizmetlerini tüketicilerin tercih etmesinde dini inançların tek belirleyici faktör olmadığını belirlemiştir. Çalışmalarda bankanın itibarı ve imajı, iyi kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, rahatlık, samimiyet ve kişisel bankacılık yetkinliği, hizmetlerin kalitesi, mahremiyet, fiyatlandırma politikası (yüksek kâr oranı, ürün fiyatlandırması ve düşük hizmet ücretleri), medya reklamcılığı, sosyal etki ve tüketici bilinci gibi faktörlerin de tüketicilerin katılım bankacılığı seçiminde belirleyici faktörtör olarak rol oynadığı görülmüştür (Haron ve diğerleri, 1994; Gerrard ve Cunningham, 1997; Metawa ve Almossawi, 1998; Dusuki ve Abdullah, 2007; Rammal ve Zurbrugg, 2016; Amin ve diğerleri, 2011; Thambiah ve diğerleri, 2011; Thambiah ve diğerleri, 2012; Wahyuni, 2012; Faisal ve diğerleri, 2012; Ismail, 2014; Kashif ve diğerleri, 2015).

3.2.1 Dini Sebepler

Din, tüketici satın alma kararlarını derinden etkileyen temel bir faktör olarak kabul edilmektedir (Forghani ve diğerleri, 2019). İslam dini, kapsamlı bir yaşam tarzı sunmakta ve Müslüman müşterilerin davranışlarını, hem bu hayatta ve hem de ahirette tatmin olmak için kontrol etmektedir (Swimberghe ve diğerleri, 2011). Dini inançlar (örneğin, helal gıda ve hizmet ile ilgili), dini yönergeleri aktif olarak takip eden Müslümanlar için hizmet ve gıda tercihlerini belirlemede en iyi yol gösterici ilkedir, çünkü bu kurallar İslam'ın ilkelerine hitap etmektedir (Asri ve Aziz, 2019). Müslüman müşterilerin karar verme süreçlerini etkilemede din önemli olduğundan, bu güvene dayalı bir ilişki ile sonuçlanmaktadır. Katılım bankalarının müşterileri, katılım bankacılığı sisteminin Şeriat ilkelerine göre çalıştığına ve dürüst davrandığına inanmaktadır (Ashraf ve diğerleri, 2015; Asadullah, 2016).

Roy ve diğerlerine (2012) göre güven, müşterinin bir hizmet sağlayıcının ihtiyaçlarını karşılayacağına ve o sağlayıcının istenmeyen sonuçlara yol açacak herhangi bir olumsuz eylemden kaçınacağına olan inancıdır (Roy ve diğerleri, 2012). Sosyal mübadele teorisine

göre güven, herhangi bir sözleşme veya ilişki için bir ön koşuldur (Blau, 1964). Kalkınma bankaları bağlamında, güven, toplumdaki diğer kişilerle iş yaparken veya etkileşimde bulunurken bireylerin ahlaki bir yükümlülüğü olarak tanımlanmıştır (Amin ve diğerleri, 2013). Katılım bankalarının Şeriat uyumlu olması beklendiğinden, müşteri ile banka arasındaki ilişkiye güven otomatik olarak yerleştirilmiştir (Hassan ve Lewis, 2007; Tameme ve Asutay, 2012]. Önceki çalışmalar, Müslüman müşterilerin katılım bankalarını dini bakış açılarına dayalı olarak destekliklerini göstermiştir (Butt ve Aftab, 2013; Haron ve diğerleri, 1994). Çünkü katılım bankaları hiçbir koşulda faiz ödeme ve alma, alkollü içecek ticareti, kumar endüstrisi veya domuz eti ticareti veya Şeriat tarafından açıkça yasaklanan diğer faaliyetlerde bulunamazlar (Al-Omar ve Abdel-Haq, 1996). Sonuç olarak, Müslüman müşteriler Şeriat uyumlu hizmetleri nedeniyle katılım bankalarına güvenmekte ve dini görevleri ya da ahirette cezalandırılma korkusu ile katılım bankalarını seçebilmektedir (Amin ve diğerleri, 2013; Ullah ve diğerleri, 2016; Azzam ve Rettab, 2011).

Chapra'ya (1985) göre, İslam'da neyin helal (izin verilen) ve neyin haram (yasak) olduğu konusunda açık ve net kurallar verilmiştir. İslam, insanlığın refahı için tüm ekonomik faaliyetlerde kardeşliği, sosyal eşitliği ve adaleti teşvik etmektedir. Bazı araştırmalar, tüketicilerin katılım bankacılık sistemini seçmelerinde Şeriata uygunluk özelliğinin en yüksek öncelik olduğunu tespit etmişlerdir (örn. Abduh ve diğerleri, 2012).

Devlin ve Gerrard (2004) ise, tüketicilerin çoğunluğunun katılım bankacılığını dini motifleri ve teşvikleri nedeniyle tercih ettiğini belirlemiştir (Devlin ve Gerrard, 2004). Dini teşvikler içerisinde, faizsiz krediler, İslami öğretiler, Şeriat uyumu, İslam bilgisi ve dini çevre katılım bankacılığına motive eden temel faktörler olarak tespit edilmiştir (Khan, 2014; Reni, 2013).

3.2.2 Sosyal Sebepler

Topluma hizmet eden reel ekonomi, kaynakları toplumsal güçlenme, ekonomik dayanıklılık ve çevresel yenilenme sağlayan faaliyetlere yönlendiren finansal kurumlara ihtiyaç duymaktadır (Benedikter, 2011; Yesuf ve Aassouli, 2020). Başta bankacılık sektörü olmak üzere finansal kuruluşlar, finansal aracılık sağlayarak ekonomik kalkınma ve büyümede hayati bir rol oynamaktadır. Bankacılık sektörü çoğu ekonomide finansal sistemin en merkezi kısmıdır ve bu nedenle finansal sistemin istikrarı için de ana önemli sektördür

(Parsa, 2020). Bankacılık sektörünün finansal sağlamlığı ve dayanıklılığı, bir bütün olarak finansal sistemin istikrarı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Swamy, 2013).

Küresel finansal krizin ardından bankalar geleneksel model azaltma ve istikrara odaklanma stratejileri izlemişlerdir. Küresel finansal kriz, finansal kurumları faaliyetlerini gözden geçirmeye ve daha dayanıklı ve sürdürülebilir iş modelleri geliştirmeye zorlamıştır (BIS [Uluslararası Ödemeler Bankası], 2018). Bu bağlamda, bankacılık kurumları, özellikle değer temelli bankalar, daha yenilikçi ve değer temelli finansal hizmetler ve daha geniş bir paydaş yelpazesine hizmet etmek için gerekli ürünleri sunarak ekonomik sürdürülebilirliği teşvik eden yeni modellerle ortaya çıkmıştır (GABV [Değerler Üzerine Bankacılık için Küresel İttifak]. 2019).

Genel olarak değer temelli bankacılık, kooperatif bankaları ve kredi birlikleri gibi sosyal yönelimli bankaların yanı sıra topluluk bankacılığı, etik bankacılık ve yeşil bankacılık dahil olmak üzere diğer modellerle ortak özellikleri paylaşan dinamik bir eğilimi ifade etmektedir (De Clerck, 2009; UNEP [Birleşmiş Milletler Çevre Programı, 2015]. De Clerck (2009) değer temelli bankacılığı, sürdürülebilir, etik, alternatif, sosyal, yoksulluğun azaltılması ve kalkınma bankacılığını kapsayan, finansal olmayan nitelikteki müzakerelere dayalı ürün ve hizmetler sunan bir şemsiye terim olarak tanımlamıştır. Bu eylemler çevreyi, insanları, kültürü ve genel olarak toplumu olumlu yönde etkilemektedir (Weber ve Remer, 2011; Weber ve Duan, 2012). Değer temelli bankalar, tasarruf hesapları, yatırım yönetimi ve risk sermayesi fonları dâhil olmak üzere geleneksel bankalara benzer bir hizmet yelpazesi sunmaktadır. Ancak onları geleneksel bankalardan farklı kılan, bunu nasıl başardıkları, nasıl yönettikleri ve müşterilerinin parasını nereye yatırdıkları, ekonomiyi, toplumu ve çevreyi nasıl destekledikleridir (New Economy and Social Innovation, 2017). Değer temelli bankacılığın nihai hedefi, kurumsal sosyal sorumluluktan daha fazlası olan değer temelli bir strateji izleyip bankacılık hizmetleri ve yatırım ürünleri sunarak istikrarlı ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınma elde etmektir (GABV, 2019). Aynı zamanda hissedarlarına sürdürülebilir ve pozitif getiri sağlarlar (Mykhayliv, ve Zauner, 2018; Karl, 2015). Ancak değere dayalı bankacılıkta kâr maksimizasyonu bankaların nihai hedefi değildir; bunun yerine amaç, toplumu destekleyerek reel ekonomide değeri sürdürmek ve büyütmektir (GABV. 2012). Değer temelli stratejilerin altında yatan ilke, “kârdan önce insanlar” ilkesidir (New Economy and Social Innovation, 2017).

Geleneksel bankaların aksine, değer temelli bankalar, sosyal veya ekolojik etkisi olan etik projelere yatırım yaparak ve fonları eşitlik, istihdam edilebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik, işbirliği, bağlılık ve yeniden yatırımı teşvik eden yüksek etkili endüstrilere kanalize ederek kar elde etmektedir (Climent, 2018). Değer temelli stratejilerin hedefleri, İslami finansın teorik özlemleriyle uyumludur ve katılım bankacılığı için doğal bir ilerleme olarak görülmektedir. Ana akım bankacılığın aksine, Maqasid al-Shariah (Şeriatın Amaçları) tarafından yönlendirilen katılım bankacılığı, değer temelli bir ekonomi ve sosyal adalet yaratmaya dayanmaktadır (Parashar ve Venkatesh, 2010). Şeriat yönergeleri, katılım bankalarını öncelikle adalet, paylaşım, ortaklık, refah gibi sosyo-ekonomik değerlerle ilgili etik ve ahlaka odaklanmaya teşvik etmektedir (Lusch ve Vargo, 2014). Dolayısıyla, katılım bankalarının bu sosyal hedefleri müşterilerin tercihlerinde önemli bir rol oynayabilir.

3.2.3. Ekonomik Sebepler

Bankacılık sektörü, ekonomik büyüme ve kalkınmada hayati bir rol oynamaktadır. Finansal sistemin istikrarını önemli ölçüde etkileyebilecek önemli bir sektördür. Bankacılık sistemindeki aksaklıklar, tüm sistemdeki genel dalgalanmaları kötüleştirme eğilimindedir (Parsa, 2020). Son küresel finansal kriz, birçok bankada bir dizi başarısızlığa neden olmuş ve finansal ve ekonomik şoklara direnebilen ve bunları atlatabilen istikrarlı bir finansal sistemin önemini vurgulamıştır (Tok ve Yesuf, 2022: 4). 2007/8 küresel mali krizi, ana akım bankacılık ve finansal sistem hakkındaki düşünceyi değiştirmiştir. Kriz, bankacılık sistemindeki önemli zayıflıkları ve geleneksel bankacılık ve finansal sistemin finansal krizlere karşı savunmasızlığını ortaya çıkarmıştır (Parsa, 2020; BIS, 2018). Kriz, bankacılık sektöründe önemli yapısal değişikliklere ihtiyaç olduğunu göstermiştir. Düzenleyiciler, gerekli reformları yaparak ve denetimi güçlendirerek krize yanıt vermiştir. Bu reformların temel hedefleri bankaların dayanıklılığını artırmak olmuştur. Bankalar, bir yandan yeni faaliyet ortamlarına uyum sağlarken, bir yandan da bilanço yapıları ve faaliyet kapsamları da dâhil olmak üzere iş stratejilerini ve modellerini yeniden değerlendirmişler ve düzenlemişlerdir. Etkisinin doğası ve büyüklüğü değişse de, kriz hem İslami hem de geleneksel tüm büyük bankacılık sistemlerini etkilemiştir (BIS, 2018).

Küresel finansal kriz sırasında ve sonrasında İslami ve geleneksel bankaların tepkisini araştıran kapsamlı bir literatür bulunmaktadır. Buna göre katılım bankaları, reel ekonomik faaliyetlere dayandıkları, toksik finansal türevlerden kaçındıkları ve daha yüksek likit

varlıkları tuttukları için küresel finansal kriz sırasında geleneksel emsallerine kıyasla önemli bir esneklik ve direnç göstermişlerdir (Saunders ve Wong, 2011). Başka bir çalışma, katılım bankalarının daha yüksek kapitalizasyonları ve likiditeleri nedeniyle bu tür çalkantılara karşı geleneksel bankalardan daha dayanıklı olduğunu göstermiştir (Hasan ve Dridi, 2011). Katılım bankalarının kriz sırasındaki dayanıklılığının temeldeki İslami finans ilkelerinden kaynaklandığını savunan araştırmacılar da mevcuttur (Hassan ve Mohamad Nor, 2019).

Katılım bankacılığı sisteminin küresel finansal krizlere karşı bu direnci, bankacılık müşterilerinin dikkatini katılım bankacılık piyasasına çekmiştir. Katılım bankacılığı sisteminin gösterdiği bu direnç, müşterilere fonları için bir güvenlik duygusu sağlamış ve böylece hem Müslüman hem de Müslüman olmayan müşteriler arasında katılım bankaları rağbet görmüştür (Asif ve diğerleri, 2016: 202). Bir başka ifadeyle, küresel finansal krizler katılım bankacılığı sistemine daha fazla ivme kazandırmış ve nihayetinde alternatif bir bankacılık ve finans sistemine olan talebi teşvik etmiştir (Khan, 2010).

3.3 KATILIM BANKACILIĞI ÜRÜN İSİMLERİ

İslami bankacılığın en yaygın ürünleri, Mudarebe ve Muşareke gibi bir dizi öz sermaye temelli finansman ve Murabaha, Selem, İstisna gibi varlığa dayalı veya satışa dayalı finansman olarak da adlandırılan borca dayalı finansmandır (Parsa, 2020: 4). Vadesiz mevduat için katılım bankaları, Karz-ı Hasen (yardım kredileri) gibi karşılıksız vadesiz mevduat araçlarını kullanmaktadırlar. Karz-ı Hasen, ciddi ihtiyaç sahibi kişilere verilen ve borçlunun sadece anaparayı taksitler halinde ödemekle yükümlü olduğu ücretsiz bir kredi imkânıdır (Beck ve diğerleri, 2013).

i. Murabaha (Finansal Alım-Satım Sözleşmesi): Geleneksel bankacılık, para ve emtiaları ve bunların ticaretini aynı şekilde ele almaktadır. İslam parayı emtialardan farklı görmektedir. Para, yalnızca içsel değeri olmayan bir değişim aracıdır ve kendi başına hiçbir ihtiyacı karşılamaz. Aksine emtiaların içsel değeri bulunmaktadır ve bazı ihtiyaçları karşılamaktadır. Emtialar farklı niteliklere sahiptir ve işlem gördüklerinde spesifikasyonlarla tanımlanabilir. Aynı model yeni veya kullanılmış bir araba aynı değerde değildir, ancak yeni veya eski bir banknot aynı değere sahiptir. Bu bakımdan para bir meta olarak ele alınamaz ve bu nedenle para ödünç vermek ve ondan sabit bir getiri olan faiz elde etmek yasaktır. Katılım bankacılığı sisteminde, her finansal işlemin gerçek bir varlığa bağlanması gerekmektedir. Şeriat kurallarına göre, bir satış sözleşmesi ancak mal zaten

mevcutsa, satış anında satıcıya aitse ve satıcı mal üzerinde fiili hâkimiyete sahipse yapılabilir. Aşağıda açıklanacağı üzere bu kuralın iki istisnası bulunmaktadır; Selem ve İstisna sözleşmeleri. Murabaha'yı normal satışlardan ayıran özellik, satıcının maliyetini alıcıya göstermesi ve belli bir kârın eklenmesi olduğundan, murabahaya güven satışı da denmektedir; alıcı, gerekli ürünü satın almak ve müşteriye ürünün kalitesini veya özelliklerini ve fiili maliyeti ve üzerine eklenen kârı açıkladığı için satıcıya güvenmektedir. Satıcının ürünü alıcıya teslim ederken yaptığı depolama, nakliye veya diğer masraflar varsa, bu maliyete eklenmektedir. Malların teslimatı hemen yapılmaktadır. Müşteri anında ödeme yapabildiği gibi ertelenmiş ödeme de yapabilmektedir. Ancak satışlar çoğunlukla ertelenmiş ödeme ile yapılmaktadır, dolayısıyla kredi uzatılmaktadır ve bu, müşteri mal satın almak için paraya ihtiyaç duyduğunda bir finansman yöntemi olarak kullanılmaktadır. Ertelenmiş ödeme, ödemenin tamamını ertelenmiş bir dönemde veya taksitler halinde yapma seçeneğine sahip olup, ikincisi daha yaygın olarak tercih edilmektedir. Böylece Murabaha, müşteriye varlığı edinme ve kullanma, ondan kâr elde etme ve bu elde edilen kârı vadeli taksitler halinde geri ödemede kullanma avantajı sağlamaktadır. Murabahanın iki çeşidi mevcuttur; Normal murabaha ve vaatle murabaha satışı. İlkinde müşteri, bankadan satın almak istediği bir varlığı satın alma taahhüdünde bulunmadan almasını istemektedir. Vaat ile murabaha satışında ise müşteri, banka ürünü aldığında ürünü satın alacağına dair söz vermektedir. Katılım bankaları, müşterinin bankadan kendileri için almasını istediği varlığı satın alacağını garanti etmek istediklerinden bu tür daha yaygındır. Taahhütlü murabaha'da malın şartnameye uygun ve sözleşme zamanında teslim edilmeme riski müşteriye, normal Murabaha'da ise teslim edilememe riskinin tamamı bankaya aittir. Banka, ertelenmiş ödemelerin temerrüde düşmesine karşı kendini korumak için ipotek, garanti, ücret veya rehin olarak teminat alabilir. Temerrüt halinde banka menkul kıymeti satabilir ve alacağını tahsil edebilir, ancak kar elde etmeyecek ve menkul kıymetin satışından kalan fazlalık müşteriye iade edilecektir (Habib, 2018: 79-81).

ii. Mudarebe (Emek-Sermaye Ortaklığı): Mudarebe, modern İslami finansta popüler olan ve bir tür ortaklık içeren iki hisse bazlı sözleşmeden ilkidir. Mudarebe bir tür güven finansmanı iken Muşareke bir ortak girişim ortaklığıdır. Katılım bankaları, bu ortaklık sözleşmelerini başarılı bir şekilde finansal araçlara dönüştürmüştür. Mudarebe'de bir taraf sermayenin tamamını sağlarken diğeri iş girişiminde zaman ve emek sağlamaktadır.

Sermaye sağlayıcıya Rab al Maal, zamanını, uzmanlığını, yönetim ve girişimcilik becerilerini kullanarak işi yöneten ve işleten girişimciye Mudarib denmektedir. Rab al Maal, işin günlük işleyişine müdahale etmemekte, ancak işin yönetimi ile ilgili bazı koşulları belirleyebilmektedir. Rab al Maal, ticari faaliyetin fiili yönetimine dâhil değildir ve bu nedenle uyuyan ortak olarak adlandırılırken Mudarib yönetici ortaktır. Rab al Maal, bilgi edinme ve faaliyetleri izleme hakkına sahiptir. Bir limited şirketteki limited ortak veya bir yatırım fonu şirketindeki yatırımcı gibidir. İki taraf, sözleşmenin başlangıcında, yatırılan orijinal sermaye hariç, işletme tarafından elde edilen fiili kâra dayalı bir kâr paylaşım oranı üzerinde karşılıklı olarak anlaşmaktadır. Ancak parasal kayıp tamamen finansör Rab al Maal tarafından karşılanmaktadır. Mudarebe'de Rab al Maal'ın sorumluluğu yalnızca sermaye katkılarıyla sınırlı olmaktadır. Mudarebe sözleşmesi, her zaman tek taraflı olarak feshedilebileceği gibi her iki tarafça makul bir ihbar süresi verildikten sonra karşılıklı olarak da feshedilebilmektedir. Mudarebe, faize dayalı finansmana alternatif sağlayan en eski ve en saf İslami finans araçlarından biridir. Kısıtlı ve kısıtsız olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Kısıtlı Mudarebede, Mudarib'e bazı kısıtlamalar getirilmektedir. Bu kısıtlamalar genellikle yatırımın türü, yatırımın yeri veya ticari girişimin zamanı ile ilgili olmaktadır. Kısıtsız Mudarebede Mudarib, Helal, Şeriat uyumlu ve yasal olması koşuluyla herhangi bir proje türünü seçme konusunda tam yetki ve özgürlüğe sahiptir. Girişimin yeri ve zamanı da Mudarib'in seçimine bağlıdır (Habib, 2018: 95, 97).

Özetle bankacılık işinde Mudarebe iki aşamada işlemektedir: 1. Müşteriler birikimlerini bankaya sağlar; bu durumda mudiler sermaye sahibidir ve banka fon yöneticisidir. 2. Fon ihtiyacı olan girişimciler bankadan borç alır; bu durumda banka finansör, girişimciler ise fon yöneticisi olarak hareket ederler (Doumpos ve diğerleri, 2017).

iii. Muşareke (Kâr/Zarar Ortaklığı): Muşareke, sermaye ve emeğini karşılıklı güvene dayalı olarak bir araya getiren, ortak girişimin kâr ve zararına ortak olan ve benzer hak ve yükümlülüklere sahip iki veya daha fazla kişinin ortaklığıdır. Muşarekede kârlar önceden kararlaştırılan bir orana göre, zararlar ise öz sermaye katkılarına göre paylaşılmaktadır. (Usmani, 2002: 87). Muşareke, kredilerden faizi yasaklayan Şeriat ilkelerine dayalı ticari faaliyetlerin finansmanında önemli bir rol oynamaktadır. Muşareke, finansöre önceden belirlenmiş bir orana göre getiri elde etmesini sağlamaktadır; ancak, kayıp olması

durumunda, finansör de zararı girişimci ile paylaşacaktır (Usmani, 1999). Muşareke, uzun vadeli yatırım projelerini finanse etmenin yanında, girişimcilere hammadde satın almak için işletme sermayesini finanse etmek için de yaygın olarak kullanılmaktadır (Ahmed, 2008; Usmani, 1999). Ayrıca muşareke, ithalat ve ihracatın finansmanı için de kullanılmaktadır (Usmani, 1999). Bir ihracatçı veya ithalatçı, muşareke temelli tek bir işlem düzenleyerek kârı önceden kararlaştırılan bir orana göre finansörle paylaşabilmektedir. Muşareke sözleşmelerini tanımlayan önemli ilkeler aşağıda verilmiştir (Usmani, 1999):

1) Muşaraka girişimi ve ortakları. Tüm İslami finans sözleşmelerinde olduğu gibi, muşareke girişimlerinde ortakların bir sözleşme akdetmeye yetkin olmaları gerekmektedir. Ayrıca, muşareke tarafından finanse edilecek işin Helal ve Şeriat'a uygun olması gerekmektedir.
2) Sermaye. Muşaraka girişiminin sermayesinin tam olarak tanımlanması, var olması ve hemen kullanılabilir olması gerekmektedir. Ortaklar, sermayeye eşit oranlarda katkıda bulunabilir veya bulunmayabilir. Sermaye, para ve/veya mal, makine veya gayrimenkul gibi maddi varlıklar şeklinde olabilir.
3) Yönetim ve emek. Tüm ortaklar muşareke girişiminde çalışabilir ve herhangi bir ortağın işletmenin yönetimine veya operasyonlarına dâhil olması yasaklanamaz. Öte yandan, tüm ortaklar kabul ederse, herhangi bir ortak işi tek başına da yönetebilmektedir.
4) Garanti. Her ortak, diğer tüm ortakların fonlarının mütevellisi olarak hizmet etmektedir, ancak fonlar için yalnızca ihmal veya yanlış yönetime karşı bir garanti sağlamaktadır. Muşareke girişimi, ihmal ve kötü yönetime karşı bir teminat veya ipotek veya garanti alabilir, ancak sermayeyi veya belirli bir miktarda kârı garanti altına almak için bir teminat alınması yasaktır.
5) Kar ve zarar. Muşareke sözleşmesinin başlangıcında kar-paylaşım oranı üzerinde anlaşmaya varılmaktadır. Genellikle sermaye katkısıyla orantılı olmaktadır.
6) Ortaklıkta değişiklikler. Genel olarak ortaklık, bağlayıcı olmayan bir sözleşmedir. Bu itibarla her ortak dilerse ortaklıktan ayrılmaya karar verebilir, ancak bu, diğer ortakların menfaatlerinin zedelenmemesi için onların bilgisi dâhilinde olması gerekmektedir. Bunun yanında herhangi bir ortak, ortaklıktaki payını muşareke içindeki bir ortağa veya yeni bir ortağa takas etmek veya ona satmak isterse, payın

değeri orijinal sermaye katkısına değil, satış zamanındaki payın gerçeğe uygun değerine dayanmalıdır. Ayrıca, diğer tüm ortakların mutabakatı ile herhangi bir yeni ortak getirilebilir.

7) Sonlandırma. Muşareke sözleşmesi, öngörülen projenin tamamlanmasından veya tasfiyenin gerçekleşmesinden sonra sona ereceği gibi, projenin iflasının ilan edilmesi veya tüm ortakların girişimi sona erdirmek istemesi durumunda da sona ermektedir. Muşareke girişiminin sona ermesi durumunda, nihai bir kar zarar hesabı düzenlenmekte ve özel karşılık hesabında tutulan tutar buna eklenmektedir. Tüm alacaklılara ödeme yapıldıktan sonra, kalan bakiye ortaklar arasında orijinal sermaye katkılarıyla orantılı olarak dağıtılmaktadır.

iv. Karz-ı Hasen (Güzel Borç/Faizsiz Ödünç): İslam, sosyal adalete, sosyal içermeye ve zenginler ile olmayanlar arasında kaynakların paylaşımına büyük önem vermektedir. İslami finans, finansal ve sosyal içerme konusunu iki yönden ele almaktadır: birincisi, geleneksel borca dayalı finansmana uygulanabilir bir alternatif sağlayan risk paylaşım sözleşmelerini teşvik ederek; diğeri ise toplumdaki zenginliğin gönüllü ve gönülsüz yeniden dağılımı araçları yoluyla. Hem risk paylaşımlı finansman araçları hem de yeniden dağıtım araçları, finansal ve sosyal içermeyi artırmak, yoksulluğu ortadan kaldırmak, sağlıklı ve canlı bir ekonomi oluşturmak için birbirini tamamlamaktadır (Iqbal ve Mirakhor, 2013).

İslam, zenginler arasında fakirlere ve mali yardıma ihtiyacı olanlara yardım etmek için bir sosyal hizmet biçimi olarak krediye izin vermektedir. İslam'da borç iki şekilde alınabilir: (i) Geri ödemeli borç ve (ii) karşılıksız ve hediyesiz borç. Ancak İslam, borçlunun yararına olan faizli bir borç tanımamakta, yalnızca karşılıksız krediyi tanımaktadır ve bu Karz-ı Hasen olarak bilinmektedir. Karz-ı Hasen'in ana hedefleri şunlardır (Ismail ve Possumah, 2010):

1) İhtiyaç sahiplerine yardım etmek;
2) Fakir ve zengin arasında daha iyi ilişkiler kurmak;
3) Toplumdaki tüm insanlar arasında refahın seferber edilmesi;
4) Ulusal ekonomiyi güçlendirmek;
5) Yoksulların yeteneklerini, becerilerini ve uzmanlıklarını kullanarak yeni iş piyasası ve ticari girişimler yaratma fırsatları yoluyla aşırı yoksulluğu ortadan kaldırmak;

6) Duyarlı bir toplum oluşturmak;
7) Yoksulluk ve işsizlik sorununu toplumdan uzaklaştırmak;
8) Toplumdaki sosyal ve ekonomik ayrımcılığı yok etmek.

Karz-ı Hasen (hayırlı kredi), kredinin vadesi boyunca sadece anaparanın geri ödenmesinin gerekli olduğu faizsiz bir kredidir. Karz-ı Hasen uygulaması, temel sosyal haklardan yoksun topluluklar arasında yayılmıştır. Evliliklerde, eğitimde, maaş veya ücretlerde uzun süreli gecikme gibi başvuru sahibinin kontrolü dışındaki durumlarda toplumların sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılmıştır (Farook, 2007).

v. Selem (Para Peşin, Mal Veresiye Satış): İslam, toplumun çeşitli ticari işlemleri yasal ve uygun bir şekilde gerçekleştirmesi için kurallarında pratik esnekliğe izin vermektedir. Selem ve İstisna, bu Şeriat düzenlemelerine uymayan iki İslami finans ürünü olmakla birlikte, izin verilen istisnalardır. Selem sözleşmesinde, ödemenin tamamı sözleşmenin yapıldığı tarihte peşin olarak yapılmakta ve varlığın teslimi gelecekte belirli bir tarihe ertelenmektedir. Bir Selem sözleşmesi, geleneksel finanstaki avans ödemeli ve ertelenmiş teslimatlı bir vadeli satış sözleşmesi gibidir. Çoğu Selem sözleşmesi kısa vadelidir ve üretim finansmanı için kullanılmaktadır. Bu itibarla, Selem daha çok bir ticaret sözleşmesidir ve bir kredi değildir. Selem sözleşmeleri, şeker, kahve, yağ, pamuk vb. gibi emtia benzeri özelliklere sahip ve piyasada serbestçe bulunabilen homojen mallar için en uygundur. Niteliği veya miktarı kesin olarak belirlenemeyen mallar, Selem akdi ile satılamaz. Ayrıca aynı olmayan mallar da Selem ile satılamaz. Örneğin, her biri farklı olan çiftlik hayvanları, her biri farklı boyut, şekil, berraklıktaki değerli taşlar vb. Varlık veya emtia sözleşme anında mevcut olmasa da, sözleşmede ayrıntılı bir tanım, nitelik ve nicelik belirtilmelidir. Selem sözleşmeleri, tarım, ticaret, inşaat, imalat, proje finansmanı ve işletme sermayesindeki işlemleri finanse etmek için uygundur ve yaygın olarak kullanılmaktadır. Bir Selem sözleşmesi, ödemenin önceden yapıldığı ve teslimatın gelecekte olduğu Murabaha'nın tam tersidir. Selem sözleşmesi satıcılar için faydalıdır çünkü onlar malın fiyatını önceden alırlar ve onu Şeriat uyumlu bir finansman alternatifi olarak kullanabilirler ve böylece faize dayalı finansmanla herhangi bir ilişkiden kaçınabilirler. Bir Selem sözleşmesi ayrıca alıcılara da fayda sağlamaktadır. Çünkü Selem sözleşmesinde peşin fiyat spot fiyattan daha düşük olduğundan alıcılar varlıkları veya malları indirimli fiyattan almaktadırlar. Ayrıca bir Selem sözleşmesinde, alıcının, malın

zamanında teslim edilmesini sağlamak için satıcıdan güvenlik istemesine izin verilmektedir. Bu ipotek veya kesin teminat olabilir. Salam sözleşmesi, bir para borcu değil, sözleşme konusu olan malın yükümlülüğüdür. (Habib, 2018: 145-146, 148).

vi. İstisna (Eser Sözleşmesi): İstisna, alıcının satıcıyla herhangi bir varlığın belirli bir şartname, tarifname, nitelik ve niceliğe uygun olarak, belirli bir süre içinde ve anlaşılan bir fiyatla imal etmek, üretmek, inşa etmek, monte etmek veya işlemek için sözleşme yaptığı bir satış sözleşmesidir. Varlık, satıcının hammaddeleri ve/veya emeği kullanılarak üretilmektedir. Tüm bu koşullar ve detaylar, her iki tarafın karşılıklı rızası ile önceden kararlaştırılmaktadır. İstisna, Selem sözleşmesi gibi henüz mevcut olmayan bir varlığın satışıdır. İstisna, ödeme ve teslimat açısından en esnek İslami finans sözleşmelerinden biridir. Alıcı, önceden belirlenmiş bir ödeme planına göre veya varlığın inşası veya imalatındaki ilerlemeyle bağlantılı ödemelerde, inşaat sırasında, teslimatta veya ileri bir tarihe ertelenmiş olarak toplu veya taksitli ödeme seçeneklerine sahiptir. Varlık üzerinde çalışma başladıktan sonra sözleşme, taraflardan herhangi biri tarafından tek taraflı olarak feshedilemez. Esnek ödeme seçenekleri, İstisna'yı inşaat ve proje finansmanı için uygun bir sözleşme şekli haline getirmektedir ve bir sermaye kalemi inşa etmeyi veya üretmeyi içeren uzun vadeli projelere uygulanmaktadır (Habib, 2018: 155). İstisna sözleşmeleri ile ilgili genel özellikler aşağıda verilmiştir (Usmani, 1999):

1) Geçerli satış sözleşmesi istisnası. İstisna, bir satış sözleşmesinin geçerli olması için yerine getirilmesi gereken Şeriat kurallarının bir istisnasıdır. Bu kurallar, satışta yer alan varlığın sözleşme anında mevcut olması, satıcıya ait olması ve satıcının fiili zilyetliğe sahip olması gerektiğidir.
2) Sağlanacak varlığın özellikleri. Henüz üretilmemiş bir varlığa ilişkin tüm belirsizlikleri azaltmak veya ortadan kaldırmak için, varlığın tanımı, kalitesi ve miktarı ile ilgili önemli özelliklerin sözleşmeye dâhil edilmesi ve taraflar arasında karşılıklı olarak mutabakata varılması gerekmektedir. Bu aynı zamanda sözleşmedeki herhangi bir belirsizliği (Gharar) ortadan kaldırma amacına da hizmet etmektedir.
3) Malzeme kaynağı. Bu, üreticinin sorumluluğundadır ve üzerinde anlaşıldığı gibi varlık özelliklerine uygun olmalıdır.

4) Fiyat. Bu, iki taraf arasında karşılıklı olarak kararlaştırılmaktadır ve sözleşmeye dâhil edilmektedir. Daha sonra gerekli olan herhangi bir değişiklik ancak karşılıklı rıza ile yapılabilmektedir.
5) Teslimat. Sözleşmede belirli bir teslim tarihi kararlaştırılmaktadır ve satıcı bu teslim tarihine uymakla yükümlüdür. Alıcı ise, sözleşmede belirtilen özelliklere uygun olması koşuluyla, belirtilen tarihte malı teslim almakla yükümlüdür. Alıcı, bariz bir kusuru olmadıkça, imal edildikten sonra varlığı kabul etmeyi reddedemez.
6) Ödeme seçenekleri. Bir İstisna sözleşmesi, çeşitli ödeme seçenekleriyle tasarlanabilir. Alıcı, sözleşme sırasında toplu, inşaat süresi boyunca taksitler halinde, teslimat sırasında toplu veya gelecekte belirli bir tarihte toplu olarak veya teslimattan sonra belirli bir süre içinde taksitler halinde ödeme seçeneğine sahiptir. Ödemeler, varlığın inşası veya üretimindeki ilerlemeye göre kademeli olarak da yapılabilmektedir.
7) Sözleşmenin iptali veya feshi. Taraflar, sözleşmeyi ancak varlığın üretimi ile ilgili çalışmalara başlamadan önce tek taraflı olarak feshedebilirler. Çalışma başladıktan sonra tek taraflı iptale izin verilmemekle birlikte, taraflar karşılıklı olarak iptal etme konusunda anlaşabilmektedir.

vii. Sukuk (Kira Sertifikası): İslami sermaye piyasalarının önemli bir ürünü, geleneksel tahvillere İslami bir alternatif olarak tanımlanabilecek Sukuk'tur. AAOIFI (İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Kurumu), Sukukları maddi varlıklar, intifa hakları, hizmetler, belirli projeler veya özel yatırım faaliyetlerindeki bölünmemiş mülkiyet paylarını temsil eden eşit değerdeki sertifikalar olarak tanımlamaktadır (AAOIFI, 2008: 307). Günümüzde sukuklar, modern İslami finansta varlığa dayalı menkul kıymetleştirme yoluyla alternatif bir finansman kaynağı olarak kullanılmaktadır. Sukuk, geleneksel bir tahvilin aksine, mülkiyet veya kira sözleşmesi şeklinde bir dayanak varlığa ihtiyaç duyan yasal bir araçtır, finansal bir sertifikadır (Habib, 2018: 218). Sukuk sertifikası, bir varlığa veya işletmeye mülkiyet veya intifa hakkı sağlamaktadır. Bu itibarla, ihraççı kuruluş borçlu ve tahvil sahibi borç veren olmak üzere bir borçlanma aracıdır (Hasan, 2014). Aşağıda Sukuk'un özellikleri sıralanmıştır (Habib, 2018: 218-219):

1) Dayanak varlık. Dayanak varlık, maddi bir varlık veya bir varlığın veya hizmetlerin intifa hakkı veya belirli bir proje veya özel yatırım faaliyeti veya bir kuruluş olabilir.

Sukuk sertifikaları yatırımcılara ihraç edildiğinde, dayanak varlıkta eşit ve oransal mülkiyeti temsil etmektedir.

2) Mülkiyet. Sukuk sertifikaları, yatırımcıların dayanak varlık üzerindeki belirli oransal mülkiyetini temsil etmektedir ve mülkiyete ilişkin hak ve yükümlülüklere sahiptir.
3) Şeriat uyumu. Sukukun dayandığı dayanak varlık ve işlem, İslam Şeriat hukukunda kabul edilebilirdir. Sukuk sahipleri, dayanak varlığın kısmen sahibi olduklarından, Sukuk'tan elde edilen gelir Şeriat'a uygundur. Sukuk sahipleri, dayanak varlığın kısmen sahibi olduklarından, Sukuk'tan elde edilen gelirde Şeriat'a uygundur.
4) Sukuk'ta Taraflar. Sukuk sözleşmesinde taraflar aşağıdakileri içermektedir.
   a) İhraççı ve borçlu;
   b) Düzenleyici veya banka;
   c) SPV (special purpose vehicle - özel amaçlı şirket) veya ihraççı;
   d) Yatırımcılar ve
   e) Özel amaçlı şirket (SPV)'in yöneticisi.
5) Kar ve zarar. Genellikle, Sukuk dayanak varlığından düzenli dönemsel gelir elde edilmektedir ve Sukuk varlıklarından kaynaklanan tüm getiri ve kayıplar Sukuk sertifikası sahipleriyle paylaşılmaktadır.
6) Sukuk güvenliği. Gerçek dayanak varlıklar, Sukuk sahipleri için teminat görevi görmektedir ve Sukuk sahiplerine yapılan ödemeleri gerçekleştirmek için kullanılabilmektedir.
7) Ticaret. Sukuklar, birincil piyasada ihraççıdan alınabilir ve aktif bir ikincil piyasa mevcut olduğunda da Şeriat uyumlu ikincil sermaye piyasasında alınıp satılabilmektedir.
8) Sukuk derecelendirme. IIRA (Islamic International Rating Agency - İslami Uluslararası Derecelendirme Kuruluşu) ve geleneksel derecelendirme kuruluşları, Sukukları değerlendirmekte ve derecelendirmektedir. Ancak sukuk derecelendirmesi, bir dayanak varlığa dayandığından ve çeşitli şekillerde modellenebildiğinden, geleneksel tahvil derecelendirmesinden daha karmaşıktır.
9) Sukuk ödemeleri. Sukuk sahiplerine, kupon gibi bir faiz yükümlülüğü olmayan düzenli aralıklarla beklenen bir hedef getiri ödenmektedir. Bu ödeme, Sukuk'un yönetimi ile ilgili tüm giderler düşüldükten sonra yapılmaktadır. Dayanak varlığın

sahipleri olarak, hamillerin yalnızca varlık üzerinde oluşmuş herhangi bir getiri ile ilgili finansal hakları yoktur, aynı zamanda oransal mülkiyetlerinden kaynaklanan riski de üstlenmektedirler. Sukuk sahiplerinin dayanak varlığa ilişkin sorumluluğu, sahip oldukları Sukuk sertifikasının değeri ile sınırlıdır. Ayrıca, dayanak varlığın değerindeki herhangi bir amortisman veya değer artışı da Sukuk sahibine aittir.

viii. Katılım Sigortası (Tekafül): Tekafül, karşılıklı koruma ve tazminat anlamına gelen Arapça bir kelimedir: Bir taraf diğerlerine yardım sağlarken aynı zamanda onlar tarafından tazmin edilmektedir. Bu karşılıklı koruma fikri, geleneksel mülkiyet sigortasının altında yatan kâr güdüsünün tam tersidir. Tekafül kavramı, geleneksel mülkiyet sigortası ile yakınlıkları olmasına rağmen, geleneksel karşılıklı sigortadan temel olarak farklıdır. Basitçe söylemek gerekirse, geleneksel mülkiyet sigortası, belirli bir miktar para için koruma veya tazminat satma işidir. Sigortalı, sigortacının sağlayacağı koruma ve tazminattan, sigortacı ise sigortalının ödediği primden yararlanmaktadır. Sigortacı, sigorta sözleşmesini kendi risk ve ödül profiline sahip tamamen ticari bir sözleşme olarak gördüğünden karşılıklılık unsuru yoktur. Tekafül ise karşılıklılık ilkesini esas almakta ve sigortacı (sigorta şirketi) ile sigortalı arasında herhangi bir ticari sözleşme yapmaktan kaçınmaktadır. Aslında tekafül işletmecisi, geleneksel sigorta piyasalarında anlaşıldığı gibi bir sigortacı değil, sadece tekafül operasyonlarını yöneten bir işletmecidir (Bakar, 2009: 31).

Tekafül, geleneksel sigortaya İslami bir alternatiftir ve mevcut İslami finans endüstrisinin önemli bir parçasıdır. Günümüz dünyasında sigorta, riskten korunmanın gerçekleştirildiği önemli bir mekanizmadır. Geleneksel sigorta, tamamı Şeriat hukuku tarafından yasaklanan Riba (faiz), Gharar (belirsizlik) ve Maysir (kumar) unsurlarını içermektedir. Garar, işlem açısından belirsizlik veya şüphedir. Ödenen primin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği belirsiz bir menfaat için olması ve gerçekleşmezse sigortalının primi kaybetmesi nedeniyle geleneksel sigortacılıkta mevcuttur. Maysir tamamen kumar veya şans oyunları ile ilgilidir. Maysir, bir taraf kazandığında diğer tarafın kaybettiği anlamına gelmektedir. Geleneksel sigorta tarafında, sigorta şirketi, dönem içinde yapılan tazminat taleplerinin tahsil edilen primlerden çok daha az olacağı beklentisi ile prim tahsil etmekte ve kar sağlamaktadır. Sigortalı açısından bakıldığında, beklenmedik bir kayıp çok daha büyük miktarda gerçekleştiğinde kayıplarının tazmin edilebileceği beklentisiyle az miktarda prim öderler. Bu Maysir'e benzer ve en çok hayat sigortasında görülmektedir. Geleneksel sigorta şirketleri de fonlarını genellikle faize dayalı ürünlere uygulamakta, dolayısıyla gelirlerine

Riba'yı da dâhil etmektedir. Geleneksel sigortada olduğu gibi, Tekafül'ün amacı, insanların hayatlarında veya mallarında veya işyerlerinde karşılaştıkları öngörülemeyen risklere veya felaketlere karşı makul finansal koruma sağlamaktır. Ancak, sigortalının refahından ziyade tamamen kâr maksimizasyonu hedeflerine dayanan geleneksel sigortadan farklı olarak Tekafül, karşılıklı yardım esasına dayanmaktadır. Tekaful sözleşmelerine yönelik genel esaslar ve özellikleri aşağıda sunulmuştur (Habib, 2018: 170, 172-174):

1) Taawun – karşılıklı yardımlaşma, sorumluluk ve koruma. Tekafül katılımcıları, belirsiz olaylardan kaynaklanan risklere karşı birbirlerini karşılıklı olarak garanti altına almayı kabul ederler. Bu, katılımcıların birbirlerini tazmin etmek ve birbirlerinin risklerini paylaşmak için fonlarını bir araya getirdikleri geleneksel kooperatif veya karşılıklı sigortaya benzemektedir. Poliçe sahipleri veya katılımcılar karşılıklı olarak birbirlerini garanti altına alırlar ve sonuç olarak her biri hem sigortalı (öngörülemeyen kayıplara karşı korunur) hem de sigortacıdır (fona katılan diğer kişilere koruma sağlar). Tekafül operasyonları kâr sağlamaktadır, ancak bu onların asıl amacı değildir, asıl amaçları karşılıklı yardımlaşmak ve birbirlerini korumak ve gruptaki herhangi birinin karşılaşabileceği tanımlanmış kayıplardan sorumlu olmaktır.
2) Tabarru – bağış. Tekafül'de katılımcılar, herhangi bir belirsiz riske karşı risk koruması satın almak için sadece prim ödemezler, primlerini bağış veya hediye olarak Tekafül fonuna katkıda bulunurlar. Primin bu şekilde bağışlanması, yalnızca katılımcı için değil, aynı zamanda gruptaki diğer kişiler için de zarar koruması sağlamayı amaçlamaktadır. Böylece işbirlikçi risk koruması, sosyal sorumluluk ve süreçte diğerlerine özen göstermeyi içermektedir. Ayrıca, prim bağışı, primlerin birisine fayda sağlayacağının kesinliğini de sağlamaktadır. Bu mekanizma sayesinde hem Gharar (belirsizlik) hem de Maysir (kumar) tekafülden elenmektedir.
3) Şeriat yasalarına uygunluk. Şeriat uyumlu olmak için, Tekafül operasyonlarının geleneksel sigortada var olan Gharar, Maysir ve Riba'dan yoksun olmalarını sağlamaları gerekmektedir. Riba, Gharar ve Maysir, tüm İslami finans işlemlerinde başlıca yasaklardır.
4) Açık finansal ayrım. Geleneksel sigorta şirketleri, poliçe sahiplerinin taleplerinden kaynaklanan mali zararları üstlenen sigortacı ve kâr amacı güden kuruluşlardır. Bu sigorta şirketlerinin hissedarları ortaktır ve şirketlerin yılsonunda alacakları tazminatları ve diğer tüm masrafları karşıladıktan sonra elde edecekleri kar veya zarar

kendilerine aittir. Buna karşılık, Tekafül şirketleri sigortacı değildir, katılımcıların kendileri birbirlerini sigortalamakta ve Tekafül şirketleri, katılımcılar adına Tekafül fonunun işletmecisidir. Tekafül'de, katılımcıların yaptığı katkılar normalde iki fona, aracılık fonu ve yatırım fonuna konmaktadır. Aracılık fonu, katılımcının bağış olarak katkısının sağlandığı fon olup, katılımcıların fondaki kayıplarından kaynaklanan alacakların karşılıklı yardımlaşması için kullanılmaktadır. Yatırım fonu, kâr ve zararına ortak olan katılımcılar adına tasarruf ve yatırım amaçlı kullanılmaktadır. Sorumlulukların bu şekilde bölünmesi ve fonların ayrılması nedeniyle, Tekafül şirketlerine genellikle sigorta şirketi denmemekte onun yerine Tekafül operatörü denmektedir.

5) Tekafül'ün dört temel şartı. Tekafül şirketleri, onları geleneksel sigorta şirketlerinden ayıran dört özel koşul altında faaliyet göstermektedir.
    a) Uzmanlık koşulu - Tekafül fonu katılımcılarının birbirlerine karşı ortak garanti ve ortak risk almaları.
    b) Ortaklık şartı - Tekafül operatörü ve fondaki tüm katılımcılar ortaktır ve fon tarafından yapılan her türlü kâr veya zararı paylaşmaktadır.
    c) Yatırım koşulu - Şeriat uyumlu olması için Tekafül şirketinin tüm yatırım faaliyetleri Helal ürünlerde ve Helal prosedürlerle olmalıdır.
    d) Yönetim koşulu - hem sigortalı hem de sigortacı olan katılımcıların yönetime katılmalarına ve dilerlerse Tekafül işletmecisinin işlem ve hesaplarını incelemelerine olanak tanınmaktadır.
6) Tazminat. Bu, sigorta veya tekafül sözleşmesinin sigortalıya meydana gelen fiili zararı tazmin edeceği anlamına gelmektedir.
7) Son derece iyi niyetle. Kanunen tekafül işleticisi, sigortalıdan gelen bilgileri iyi niyetle kabul eder ve gerçeğe uygun olması sigortalının sorumluluğundadır; değilse, riskli olaydan doğan tüm sorumluluk kendisine ait olacaktır.
8) Sigorta primi ve talebi. Prim, geleneksel sigortada sigortalı tarafından sigorta şirketine, tekafül halinde ise bağış olarak tekafül fonuna ödenen bedeldir. Tekafül poliçesi kapsamındaki riskli olayın meydana gelmesi durumunda sigortalı veya katılımcı, tazminat miktarını Tekafül fonundan talep edebilmektedir.

3.4 KATILIM BANKACILIĞI DİLİ VE ÇALIŞAN PROFİLİ

Temel yapısı yönünden katılım bankacılığını, parasal işlemlerle mal ve hizmet hareketlerinin birbirine sıkı sıkıya bağlandığı, her para hareketinin mutlaka bir ortaklığa dayandığı veya mal ya da hizmete karşılık geldiği; gelirin ise, kâr ve zarar ortaklığı (müşareke) veya emek-sermaye ortaklığı (mudarebe) esasına göre paylaşıldığı bir sistem şeklinde tanımlamak mümkündür. Katılım bankacılığı sistemi, klasik bankacılık sisteminden farklı olmakla beraber herkesin kolaylıkla anlayabileceği bir çalışma metoduna sahiptir. Söz konusu sistem genel olarak şu biçimde özetlenebilir: Katılım bankası, cari hesaplar ve katılma hesapları vasıtasıyla ya da faizsiz bankacılık ilkelerine uygun birtakım metotlarla fon toplamaktadır. Elde ettiği fonları kendi havuz sistemine göre değişik havuzlarda biriktirmektedir. Ardından havuzlarda toplanan bu fonları, katılım bankacılığı temel prensiplerine uygun fon kullandırma yöntemlerine göre kişilere ve kuruluşlara kullandırmaktadır. Murabaha, leasing, eser sözleşmesi (istisna akdi), emek-sermaye ortaklığı (mudarebe) ve kar-zarar ortaklığı (müşareke) gibi ticarete ve ortaklığa dayalı uygulamalar bu yöntemler arasında yer almaktadır. Katılım bankası, fon kullandırılan müşterilerin projeleri neticelenip gelirleri gerçekleştiği zaman, katılma hesapları vasıtasıyla fona iştirak eden katılımcılara/hesap sahiplerine kâr paylarını ödemektedir. Katılım bankacılığını klasik bankacılıktan ayıran en temel ilkelerden birisi de katılım bankacılığının fon kullandırma işlemlerinin bir mal veya hizmet alım satımına yani ticarete ya da ortaklığa dayanmasıdır. Buna karşılık klasik bankacılıktaki kullanılacak fon, kredi yani faizli borç verme işlemidir (Özsoy, 2012: 118-119).

Çalışanlar katılım bankacılığı iş modelini gerçekleştirecek en önemli paydaştır. Çalışanlar, üst yönetimin ortaya koyduğu politika ve stratejiler doğrultusunda günlük operasyonların gerçekleştirilmesinden sorumludur. Çalışanlardan, ticari (kâr etmeye odaklı) bir kuruluşta çalışmanın gerektirdiği performans ile katılım bankacılığı prensiplerine bağlı yaptığı her işlemde etik bankacılığı gözeten bir yaklaşım beklenmektedir. Bu doğrultuda, katılım bankası çalışanı, müşterisine katılım bankalarına özgü bankacılık ürünleri ve bu ürünlerin iş süreçleri hakkında doğru bilgilendirme yapmaktadır. İşlemin, müşteriden/tedarikçiden veya başka bir nedenle katılım bankacılığı prensiplerine aykırı olduğunu fark ettiğinde üstlerine ve ilgili birimlere konuyu bildirerek iptalini sağlamaktadır (Albayrak ve Özsoy, 2021: 88).

Son olarak Türkiye bankacılık sisteminde 2021 itibarıyla 57 banka faaliyet göstermektedir. Mevduat bankaları 35, kalkınma ve yatırım bankaları 16, katılım bankaları 6 tanedir. Çalışan sayısı, Aralık 2021 itibariyle mevduat bankalarında 179.681 ile kalkınma ve yatırım bankalarında 5.567 kişi olmak üzere toplamda 185.248 kişidir. Şube sayısı, Aralık 2021 itibariyle mevduat bankalarında 9.724 ile kalkınma ve yatırım bankalarında 68 adet olmak üzere toplamda 9.792 adettir (TBB, 2021).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Davranışsal finans, davranışsal ve bilişsel psikolojik teoriyi geleneksel ekonomi ve finans ile birleştirerek insanların ekonomik kararları için açıklamalar sağlamaya çalışan, nispeten yeni fakat hızla genişleyen bir alandır. Davranışsal finans araştırmalarının gelişimini hızlandıran, rasyonel yatırımcıların etkin piyasalar çerçevesinde geleneksel beklenen fayda maksimizasyonunun birçok ampirik modeli açıklamadaki yetersizliği olmuştur. Davranışsal finans, hem bireysel hem de grup olarak insan davranışına dayalı açıklamalar getirerek bu tutarsızlıkları çözmeye çalışmaktadır.

Bu çalışmanın amacı Katılım Bankacılığında çalışan bireylerin yatırım tercihlerini belirlerken hangi psikolojik önyargılardan etkilendiklerini finasal anlamda değerlendirilmesidir.

4.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

H1: Katılımcıların cinsiyeti ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.

H2: Katılımcıların yaşı ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.

H3: Katılımcıların eğitim durumu ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.

H4: Katılımcıların medeni durumu ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.

H5: Katılımcıların kıdemi ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.

H6: Katılımcıların kurum hizmet yılı ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.

H7: Katılımcıların gelir durumu ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır

4.3. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği tercih edilmiştir.

4.3.1. Davranışsal Finans Ölçeği

Çalışmada kullanılan Davranışsal Finans Ölçeği, yatırımcıların eğilim düzeylerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ölçek 8 boyuttan oluşmaktadır. Boyutlara Karşılık Gelen Ölçek İfadeleri ve Madde Yükleri aşağıdaki gibidir (Havva Özçelik, 2018);

Temsil Etme Eğilimi (TEE): 10,11,12,13,14,15

Aşırı Güven Eğilimi (AGE): 1,2,3,4,9

Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi (PKE): 19, 20, 25,26,30

Sosyal Eğilim (SOSE): 15,24,32,35

Duygusal Eğilim (DUYEG) 8,18,21,24, 32,35

Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi (AGKE): 7, 29,33,34

Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim (BİKE): 16,17, 27,28

Aşırı İyimserlik Eğilimi (AİE): 5,6,22

4.4. EVREN VE ÖRNEKLEM

Çalışmanın evreni Türkiye'de faaliyet gösteren Katılım Bankacılığında çalışan bireylerin tümüdür. Çalışmanın örneklem grubunu ise Türkiye'de Katılım Bankacılığında çalışan 372 birey oluşturmaktadır.

4.5. VERİ TOPLAMA ARACININ GÜVENİRLİĞİ

Güvenirlilik Analizi

Bu bölümünde; veri toplama aracı olarak tercih edilen Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve alt boyutları; aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan

kaçınma eğilimine yönelik iç tutarlılık analizi yapılmıştır. Cronbach's Alpha değerlerinin kriterleri aşağıdaki gibidir;

α değeri,

$0{,}00 \leq \alpha < 0{,}40$ ise Güvenilir değil

$0{,}40 \leq \alpha < 0{,}60$ ise Düşük güvenilirlikte

$0{,}60 \leq \alpha < 0{,}80$ ise Oldukça güvenilir

$0{,}80 \leq \alpha \leq 1{,}00$ ise Yüksek güvenilirdir.

Tablo 4.1. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Davranışsal Finans Etkisi	,985	35
Aşırı Güven Eğilimi	,926	5
Aşırı İyimserlik Eğilimi	,827	3
Temsil Etme Eğilimi	,956	6
Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	,916	5
Sosyal Eğilim	,898	3
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	,900	4
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	,896	4
Duygusal Eğilim	,892	5

Araştırmada kullanılan Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,985'dir.Aşırı güven eğilimi Cronbach's Alpha değeri 0,926, Aşırı iyimserlik eğilimi Cronbach Alpha değeri 0,827, Pişmanlıktan kaçınma eğilimi Cronbach's Alpha değeri 0,916 ve Temsil etme eğilimi Cronbach's Alpha değeri 0,956'dır.

Araştırmada kullanılan Sosyal eğilim Cronbach's Alpha değeri 0,898, Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi Cronbach's Alpha değeri 0,896, Bilgi ve iletişim kaynaklı eğilim Cronbach's Alpha değeri 0,900, Duygusal eğilim Cronbach's Alpha değeri 0,892'dir. Bu değerler; ölçekleğin

yüksek derecede güvenilir olduğunu ve analizde kullanılmasında bir engelin olmadığını göstermektedir.

4.6. VERİLERİN ANALİZİ

Tüm istatistiksel analizler IBM SPSS 25.0 programı ile araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla istatistiksel veri analiz yöntemleri kullanılmıştır. Veri analiz yöntemleri olarak kişisel değişkenleri incelemek için betimleyici istatistiksel yöntemler, araştırma değişkenleri ve kişisel değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek için ve veri ölçüm araçlarından elde edilen puanların demografik değişkenlerle karşılaştırılmasında fark testleri kullanılmıştır. Değişkenlerin analizinde faktörler arasında yeterli düzeyde ilişkinin olup olmadığı AMOS 24.0 kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile sınanmıştır.

İlk olarak, Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve alt boyutları; aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimine arasında yeterli düzeyde ilişkinin olup olmadığı doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile sınanmış normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmak suretiyle tespit edilmiş ve parametrik test yöntemleri tercih edilmiştir (Tablo 4.1). Sonrasında iç tutarlılık analizi yapılarak ölçeğin çalışmada kullanılmasında bir sakıncanın bulunup bulunmadığı ele alınmıştır.

Katılımcıların sosyo-demografik profili incelendikten sonra Davranışsal Finans Etkisi ölçeği ve alt boyutlarına yönelik betimsel analiz sonuçları incelenmiştir. Kişisel bilgilerine göre değişkenlerin grup puanlarının farklılaşma durumu incelenirken normal dağılım varsayımını sağlayan değişkenlerin iki grup karşılaştırmalarında "bağımsız örneklem t testi" üç ve üzeri grup karşılaştırmalarında "ANOVA" kullanılmıştır. Ulaşılan bütün sonuçlarda istatistiki anlamlılık $p<0,05$ seviyesinde değerlendirilmiştir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi-DFA

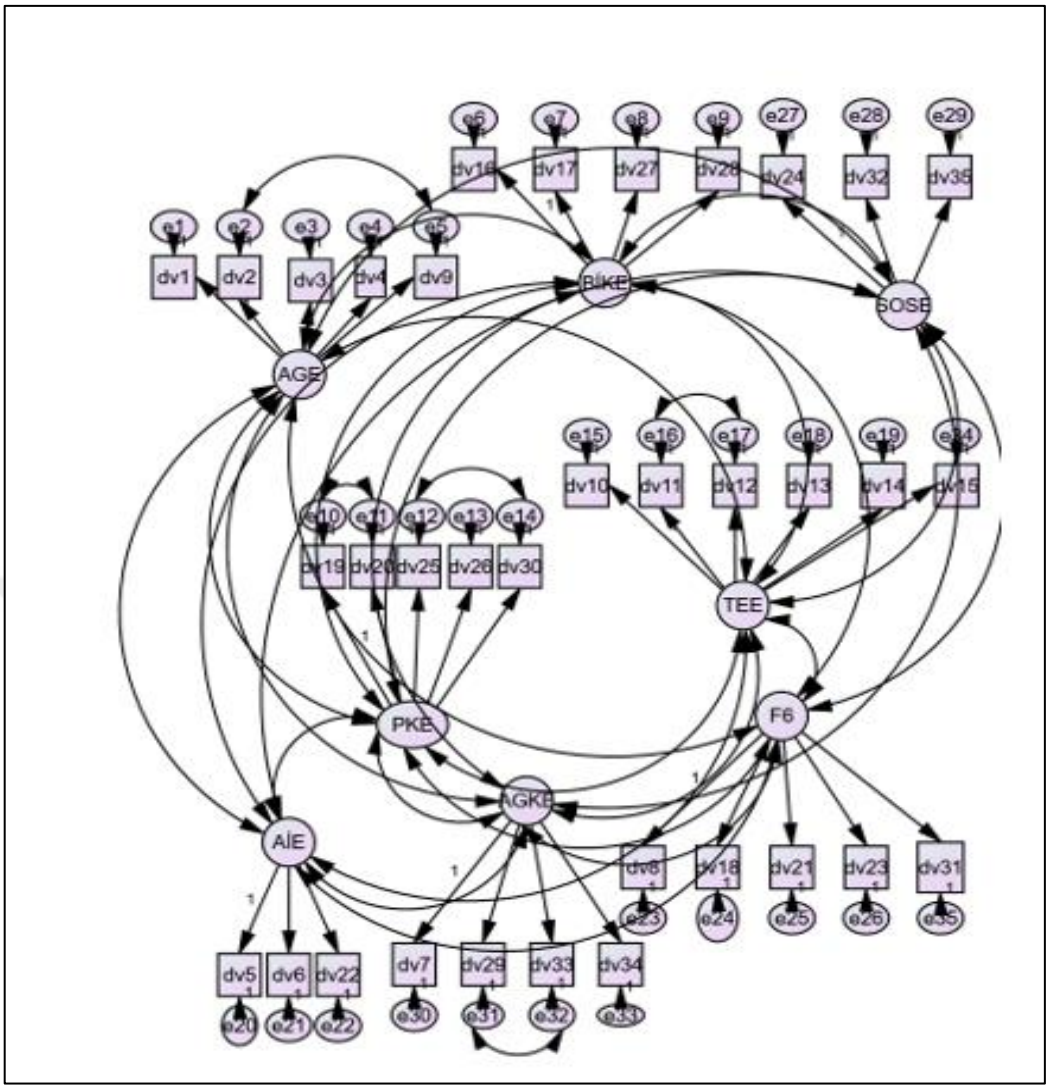
"DFA, daha önceden açımlayıcı faktör analizi ile belirlenmiş Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve alt boyutları; aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi arasında yeterli düzeyde ilişkinin olup olmadığını, hangi değişkenlerin hangi faktörlerle ilişkili olduğunu, faktörlerin birbirlerinden bağımsız olup

olmadığını, faktörlerin modeli açıklamakta yeterli olup olmadığını sınamaktadır" (Özdamar, 2004). Kullanılan ölçek yapıları yapılan analizler ile geçerliliği ve güvenirliği kanıtlanmış ve sonrasında DFA ile sınanmıştır. Ölçek yapısı için DFA yapılmış olup Akgün, Büyüköztürk, Özkahveci ve Demirel (2004), tarafından kabul edilen uyum indeksleri sınır değerleri araştırmada temel alınmıştır.

Tablo 4.2. Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğinin Uyum İndeks Değerleri

	İlişkisiz	Çok Faktörlü Model	Sınır Değerler
$x^2/_{sd}$	2,518	2,158	≤5
GFI	,723	,812	
CFI	,756	,832	≥0,80
NFI	,652	,843	
RMSEA	,098	,088	≤0.05

İlişkisiz modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $x^2/_{sd} = 2{,}518$, GFI=0.723, CFI=0.756, NFI=0.652, RMSEA=0.098'dir. Tablo 1'de belirtilen uyum indeksleri sınır değerlerine göre iyi uyum indeks değerlerine sahip olmadığı belirlenmiştir. Modifikasyon indeks değerleri incelendiğinde innovativeness altında yer alan 2'inci madde ile 5'inci madde, 10'uncu madde ile 11'inci madde,12'inci madde ile 14'üncü madde, 16'ıncı madde ile 17'inci madde ,31'inci madde ile 32'inci madde arasındaki hata kovaryans değerleri arasındaki ilişkinin dikkate alınmasının gerekli olduğuna karar verilmiştir. Bu sonuca göre "madde çiftleri aynı gizil değişken altında yer aldığı ve anlamca birbirine yakın olduğu" değerlendirilmiştir (Büyüköztürk ve diğerleri, 2004). Söz konusu maddeler arasındaki hatalar kovaryanslarla ilişkilendirildekten sonra oluşturulan model DFA ile sınanmıştır (Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği

Şekil 4.1'de oluşturulan modele uygulanan doğrulayıcı faktör analizi neticesinde elde edilen uyum indeks değerleri $x^2/_{sd} = 2{,}158$, GFI=0.812, CFI=0.832, NFI=0.843, RMSEA=0.088'dir. Büyüköztürk ve diğerlerinin (2004) yapmış olduğu araştırmaya göre RMSEA değeri sınır değer aralığında bulunmamaktadır, ancak farklı bir araştırmada (Bağlıbel, Samancıoğlu ve Bindak (2015)) "RMSEA değerinin 0,08-0,10 arasında olması" " vasat uyum" olarak değerlendirebileceği ve kabul edebileceği" belirlenmiştir. Sonuç olarak DFA sonrasında uyum iyiliği değerlerine bakıldığında, sekiz faktörlü yapıdan ve35 maddeden oluşan ölçüm modeli için gözlenen değişkenlerin, örtük değişkenleri yeterli düzeyde temsil ettiği görülmektedir.

Tablo 4.3. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Ölçek	N	Çarpıklık	Basıklık
Davranışsal Finans Etkisi	372	-,771	,403
Aşırı Güven Eğilimi	372	-,752	,049
Aşırı İyimserlik Eğilimi	372	-,682	-,243
Temsil etme eğilimi	372	-,929	,389
Pişmanlıktan kaçınma eğilimi	372	-,957	,621
Sosyal eğilim	372	-,797	-,015
Bilgi ve iletişim kaynaklı eğilim	372	-,771	,047
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	372	-,576	-,365
Duygusal eğilim	372	-,580	-,216

Seçer (2015: 28) normal dağılım varsayımının; 'çarpıklık ve basıklık' değerleri bakılarak değerlendirmenin daha doğru bir yaklaşım olduğunu değerlendirmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklıkla basıklık değerlerinin +1,00 ve -1,00 değerlerinin arasında olduğu hallerde normal dağılımın sağlandığını kabul etmektedir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda değişkenlerin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

4.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bilgisayar ortamına aktarılan veriler, eksik/yanlış değerler ve aykırı değerler açısından kontrol edilmiş ve araştırmanın örneklemini, evren içerisinden basit tesadüfü yöntemle seçilen 372 katılımcıdan oluşmuştur. Araştırmanın verileri, Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve alt boyutlarında yer alan ifadelerle birlikte kişisel bilgi formunun uygulanması ile elde edilmiş olup verilerin analizi bu bölümde yapılmıştır.

4.7.1. Demografik Bulgulara İlişkin Değerlendirme

Araştırmanın bu bölümünde ankete katılan katılımcıların kişisel özelliklerinden cinsiyet, gelir durumu, yaş, eğitim durumu, medeni durum, kıdem ve kurum hizmet yılı dağılımları incelenmiş olup kişisel özelliklerine yönelik tanımlayıcı analizler yapılmış ve tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 4.4. Cinsiyet Durumu Dağılımı

	Cinsiyet Durumu	n	%
Cinsiyet	Kadın	194	52,2
	Erkek	178	47,8
	Total	**372**	**100,0**

Tablo 4.4'teki analiz sonucuna göre; katılımcıların %52,2'sinin kadın ve %47,7'sinin erkek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5 Medeni Durum Dağılımı

	Medeni Durum	n	%
Medeni Durum	Bekar	126	33,9
	Evli	246	66,1
	Total	**372**	**100,0**

Tablo 4.5'teki analiz sonucuna göre; katılımcıların %66,1'inin evli ve %33,9'unun bekar olduğu görülmektedir.

Tablo 4.6. Yaş Durumu Dağılımı

	Yaş Durumu	n	%
Yaş Durumu	20-30	78	21,0
	31-35	116	31,2
	36-40	92	24,7
	41-45	49	13,2
	46+	37	9,9
	Total	372	100,0

Tablo 4.6'daki analiz neticelerine göre; katılımcıların yaşları incelendiğinde %31,2'sinin 31-35 yaş, %24,7'sinin 36-40 yaş, %21,0'inin 20-30 yaş ve %13,2'sinin ise 41-45 yaş arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 4.7. Kurum Hizmet Yılı Dağılımı

	Kurum Hizmet Yılı	n	%
Kurum Hizmet Yılı	1-5	133	35,8
	6-10	130	34,9
	11-20	88	23,7
	21+	21	5,6
	Total	372	100,0

Tablo 4.7'deki analiz sonucuna göre; katılımcıların kurum hizmet yılı incelendiğinde %32,8'inin, %35,8'inin 1-5 yıl, %34,9'unun 6-10 yıl ve %23,7'sinin 11-20 yıl kurum hizmet kıdemine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 4.8. Meslek Kıdemi Dağılımı

	Meslek Kıdemi	n	%
Meslek Kıdemi	1-5	100	26,9
	6-10	146	39,2
	11-20	103	27,7
	21+	23	6,2
	Total	372	100,0

Tablo 4.8'deki analiz sonucuna göre; katılımcıların %39,2'sinin 6-10 yıl, %27,7'sinin 11-20 yıl, %26,9'unun 1-5 yıl arası meslek kıdemine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 4.9. Gelir Durumu Dağılımı

	Gelir Durumu	n	%
Gelir Durumu	425-6000	49	13,2
	6.001-8.000 TL	67	18,0
	8.001-10.000 TL	101	27,2
	10.000 TL üzeri	155	41,7
	Total	372	100,0

Tablo 4.9'daki analiz neticesine göre; katılımcıların; %41,7'sinin 10000 tl üzeri, %27,2'sinin 8001-10000 tl ve %18,0'inin 6001-8000 tl arası gelire sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 4.10. Eğitim Durumu Dağılımı

	Eğitim Durumu	n	%
Eğitim Durumu	Lisans	232	62,4
	Yüksek lisans	113	30,4
	Doktora	27	7,3
	Total	372	100,0

Tablo 4.10'daki analiz neticesine göre; katılımcıların; %62,4'ünün lisans, %30,4'ünün yüksek lisans ve %7,3'ünün doktora mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 4.11. Katılımcıların Tasarruf Etme Durumlarına Göre Dağılım

		n	%
Tasarruf Etme Durumları	Evet	331	89,0
	Hayır	41	11,0
	Total	372	100,0

Tablo 4.11'deki analiz sonucuna göre; katılımcıların %89,0'unun gelirinin bir kısmını tasarruf ettiği, %11,0'inin ise gelirinin bir kısmını tasarruf etmediği görülmektedir.

Tablo 4.12. Katılımcıların Tasarrufu Yatırıma Dönüştürme Durumuna Göre Dağılım

		n	%
Tasarrufu Yatırıma Dönüştürme	Evet	324	87,1
	Hayır	48	12,9
	Total	372	100,0

Tablo 4.12'deki analiz sonucuna göre; katılımcıların %87,1'inin gelirinden tasarruf ettiği kısmı yatırım aracı olarak kullandığı, %12,9'unun ise gelirinden tasarruf ettiği kısmı yatırım aracı olarak kullanmadığı görülmektedir

Tablo 4.13. Portföydeki Yatırım Araçları Dağılımı

	Portföydeki Yatırım Araçları	n	%
Portföydeki yatırım araçları	1	73	19,6
	2	88	23,7
	3	105	28,2
	4	49	13,2
	5+	57	15,3
	Total	372	100,0

Tablo 4.13'deki analiz neticelerine göre; katılımcıların %28,2'sinin 3 çeşit ,%23,7'sinin 2 çeşit %15,3'ünün 5 çeşit portföyünde yatırım aracı olduğu görülmektedir.

Tablo 4.14 Katılımcıların Finansal Yatırım Araçlarına Yatırım Yapma Sürelerine Göre Dağılım

	Yatırım süresi	n	%
Yatırım süresi	1 -	30	8,1
	2-5	149	40,1
	6-10	127	34,1
	11-20	49	13,2
	20+	17	4,6
	Total	372	100,0

Tablo 4.14'deki analiz neticelerine göre; katılımcıların %40,1'inin 2-5 yıl, %34,1'inin 6-10 yıl, %13,2'sinin 11-20 yıl arasında finansal yatırım araçlarına yatırım yapmış olduğu görülmektedir.

Tablo 4.15 Katılımcıların Yeni Yatırım Yapma Sebeplerine Göre Dağılım

	Yaş Durumu	n	%
Yeni yatırım sebeplerİ	Daha fazla kazanç beklentisi	146	39,2
	Portföy riskini azaltma	43	11,6
	Sermayeyi Koruma Arzusu	58	15,6
	Sürekli Gelir İsteği	107	28,8
	Diğer	18	4,8
	Total	372	100,0

Tablo 4.15'deki analiz neticelerine göre; katılımcıların %39,2'sinin daha fazla kazanç beklentisi, %28,8'inin sürekli gelir isteği, %15,6'sının sermayeyi koruma arzusu olduğu görülmektedir.

4.7.2. Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları

Araştırmanın değişkenleri; Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve alt boyutlarından oluşmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, değişkenlerle ilgili tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 4.16. Değişkenlere Yönelik Betimsel Analizi Sonuçları

Ölçek	N	Min.	Maks.	Ort.	SS
Davranışsal Finans Etkisi	372	1,00	5,00	3,59	,99
Aşırı Güven Eğilimi	372	1,00	5,00	3,56	1,05
Aşırı iyimserlik eğilimi	372	1,00	5,00	3,56	1,11
Temsil Etme Eğilimi	372	1,00	5,00	3,65	1,07
Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	372	1,00	5,00	3,71	1,03
Sosyal Eğilim	372	1,00	5,00	3,58	1,09
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	372	1,00	5,00	3,60	1,07
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	372	1,00	5,00	3,51	1,09
Duygusal Eğilim	372	1,00	5,00	3,54	1,05

Araştırmaya dahi olan işletme katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ölçeği ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,59±0,99, en az puanı 1,00 ve en fazla puanı 5,00 olarak tespit edilmiştir.

Aşırı güven eğilimi toplam puan ortalaması 3,56±1,05, en az puanı 1,00, en fazla puanı 5,00 olarak, Aşırı iyimserlik eğilimi ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,56±1,11, en az puanı 1,00, en fazla puanı 5,00 olarak, Temsil etme eğilimi ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,65±1,07, en az puanı 1,00, en fazla puanı 5,00 ve Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,71±1,03, en az puanı 1,00, en fazla puanı 5,00 olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya dahi olan işletme katılımcıların Sosyal eğilim ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,58±1,09, en az puanı 1,00 ve en fazla puanı 5,00, akla geliş kolaylığı eğilimi ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,51±1,09, en az puanı 1,00 ve en fazla puanı 5,00 olarak tespit edilmiştir.

Bilgi ve iletişim kaynaklı eğilim ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,60±1,07, en az puanı 1,00, en fazla puanı 5,00 olarak, Duygusal eğilim ifadelerine verdiği yanıtların ortalaması 3,54±1,05, en az puanı 1,00, en fazla puanı 5,00 olarak tespit edilmiştir.

4.7.3. Fark Testleri

Çalışmanın bu kısmında araştırma grubunu teşkil eden katılımcıların cinsiyet, gelir durumu, yaş, eğitim durumu, medeni durum, mesleki kıdem ve kurum hizmet yılı dağılımlarına göre değişkenlerden elde edilen ortalama puanlar arasındaki farklılaşmalar ele alınacaktır.

Tablo 4.17.Medeni Duru*m* Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Medeni Durumu	N	X̄	SS	t	p
Davranışsal Finans Etkisi	Bekâr	126	3,35	1,11	-3,348	**,001**
	Evli	246	3,71	,91		
Aşırı Güven Eğilimi	Bekâr	126	3,31	1,18	-3,333	**,001**
	Evli	246	3,69	,95		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	Bekâr	126	3,27	1,21	-3,632	**,000**
	Evli	246	3,70	1,03		
Temsil Etme Eğilimi	Bekâr	126	3,41	1,22	-3,117	**,002**
	Evli	246	3,77	,96		
Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	Bekâr	126	3,54	1,16	-2,401	**,017**
	Evli	246	3,80	,94		
Sosyal Eğilim	Bekâr	126	3,38	1,19	-2,505	**,013**
	Evli	246	3,68	1,03		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	Bekâr	126	3,32	1,19	-3,645	**,000**
	Evli	246	3,74	,97		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	Bekâr	126	3,27	1,20	-3,037	**,003**
	Evli	246	3,63	1,01		
Duygusal Eğilim	Bekâr	126	3,30	1,16	-3,178	**,002**
	Evli	246	3,66	,97		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.17); katılımcıların medeni durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların medeni durumunun Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı

güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca evli katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin bekâr olanlara göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.18. Cinsiyet Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet Durumu	N	X̄	SS	t	p
Davranışsal Finans Etkisi	Kadın	194	3,57	,93	-,376	,707
	Erkek	178	3,61	1,07		
Aşırı Güven Eğilimi	Kadın	194	3,50	,96	-1,096	,274
	Erkek	178	3,62	1,14		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	Kadın	194	3,54	1,03	-,259	,796
	Erkek	178	3,57	1,20		
Temsil Etme Eğilimi	Kadın	194	3,65	,96	,045	,964
	Erkek	178	3,65	1,17		
Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	Kadın	194	3,72	,94	,150	,881
	Erkek	178	3,71	1,12		
Sosyal Eğilim	Kadın	194	3,57	1,01	-,219	,827
	Erkek	178	3,59	1,18		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	Kadın	194	3,58	1,00	-,431	,667
	Erkek	178	3,63	1,14		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	Kadın	194	3,47	1,05	-,693	,489
	Erkek	178	3,55	1,14		
Duygusal Eğilim	Kadın	194	3,53	,98	-,288	,773
	Erkek	178	3,56	1,13		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.18); katılımcıların cinsiyet durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p>0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların cinsiyetinin Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim,

duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilemediği belirlenmiştir.

Tablo 4.19.Yaş Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Yaş	N	$\bar{X}$	SS	F	p
Davranışsal Finans Etkisi	20-30	78	3,44	,92	2,726	**,029**
	31-35	116	3,44	1,09		
	36-40	92	3,82	,88		
	41-45	49	3,76	1,02		
	46+	37	3,57	,98		
Aşırı Güven Eğilimi	20-30	78	3,42	,99	2,897	**,022**
	31-35	116	3,40	1,16		
	36-40	92	3,85	,86		
	41-45	49	3,65	1,15		
	46+	37	3,52	1,02		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	20-30	78	3,52	1,01	1,659	,159
	31-35	116	3,36	1,24		
	36-40	92	3,71	1,02		
	41-45	49	3,71	1,07		
	46+	37	3,66	1,15		
Temsil Etme Eğilimi	20-30	78	3,52	1,04	2,391	,055
	31-35	116	3,47	1,16		
	36-40	92	3,83	,93		
	41-45	49	3,87	1,05		
	46+	37	3,75	1,07		
	20-30	78	3,60	,98	1,516	,197

Tablo 4.19.Yaş Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (devamı)

Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	31-35	116	3,60	1,11		
	36-40	92	3,90	,95		
	41-45	49	3,83	,99		
	46+	37	3,70	1,05		
Sosyal Eğilim	20-30	78	3,34	1,02		
	31-35	116	3,47	1,17		
	36-40	92	3,85	,95	3,146	**,015**
	41-45	49	3,78	1,12		
	46+	37	3,50	1,17		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	20-30	78	3,43	,97		
	31-35	116	3,47	1,17		
	36-40	92	3,81	,97	2,441	**,047**
	41-45	49	3,83	1,05		
	46+	37	3,55	1,06		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	20-30	78	3,24	1,06		
	31-35	116	3,39	1,12		
	36-40	92	3,81	1,02	3,785	**,005**
	41-45	49	3,68	1,10		
	46+	37	3,43	1,07		
Duygusal Eğilim	20-30	78	3,41	,99		
	31-35	116	3,38	1,13		
	36-40	92	3,78	,95	2,757	**,028**
	41-45	49	3,74	1,03		
	46+	37	3,44	1,08		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.19); katılımcıların yaşı ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim ve akla geliş kolaylığı eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmakta iken ($p<0.05$), pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve temsil etme eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p<0.05$). Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşının Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim ve akla geliş kolaylığı eğilimini etkilerken, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve temsil etme eğilimini etkilemediği belirlenmiştir.

Ayrıca 36-40 yaş katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğiliminin diğer yaş kategorilerine gore daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.20 Eğitim Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Eğitim	N	$\bar{X}$	SS	F	p
Davranışsal Finans Etkisi	Lisans	232	3,47	,96	6,313	**,002**
	Y.Lisans	113	3,86	,99		
	Doktora	27	3,43	1,13		
Aşırı Güven Eğilimi	Lisans	232	3,48	1,01	4,959	**,007**
	Y.Lisans	113	3,80	1,03		
	Doktora	27	3,24	1,29		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	Lisans	232	3,43	1,07	4,831	**,008**
	Y.Lisans	113	3,82	1,08		
	Doktora	27	3,51	1,47		
Temsil Etme Eğilimi	Lisans	232	3,54	1,05	5,188	**,006**
	Y.Lisans	113	3,92	,99		
	Doktora	27	3,48	1,33		

Tablo 4.20 Eğitim Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (devamı)

Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	Lisans	232	3,61	1,02		
	Y.Lisans	113	3,96	,98	4,946	**,008**
	Doktora	27	3,53	1,14		
Sosyal Eğilim	Lisans	232	3,46	1,08		
	Y.Lisans	113	3,86	1,09	5,359	**,005**
	Doktora	27	3,47	1,05		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	Lisans	232	3,44	1,06		
	Y.Lisans	113	3,92	1,00	7,995	**,000**
	Doktora	27	3,60	1,15		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	Lisans	232	3,38	1,06		
	Y.Lisans	113	3,81	1,09	6,862	**,001**
	Doktora	27	3,26	1,09		
Duygusal Eğilim	Lisans	232	3,44	1,02		
	Y.Lisans	113	3,80	1,06	4,955	**,008**
	Doktora	27	3,36	1,18		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.20); katılımcıların eğitim durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların eğitim durumunun Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca yüksek lisans mezunu katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.21 Kurum Hizmet Yılı Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Kurum Hizmet Yılı	N	X̄	SS	F	p
Davranışsal Finans Etkisi	1-5	133	3,23	,93	10,169	**,000**
	6-10	130	3,85	,93		
	11-20	88	3,73	,98		
	21+	21	3,67	1,23		
Aşırı Güven Eğilimi	1-5	133	3,25	1,01	6,958	**,000**
	6-10	130	3,81	,97		
	11-20	88	3,68	1,05		
	21+	21	3,49	1,32		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	1-5	133	3,21	1,09	7,339	**,000**
	6-10	130	3,81	1,03		
	11-20	88	3,71	1,14		
	21+	21	3,56	1,18		
Temsil Etme Eğilimi	1-5	133	3,32	1,03	6,911	**,000**
	6-10	130	3,85	,99		
	11-20	88	3,84	1,09		
	21+	21	3,69	1,23		
Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	1-5	133	3,40	1,01	7,443	**,000**
	6-10	130	3,96	,95		

Tablo 4.21 Kurum Hizmet Yılı Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (devamı)

	11-20	88	3,80	,98		
	21+	21	3,84	1,29		
Sosyal Eğilim	1-5	133	3,14	1,05	12,787	,000
	6-10	130	3,90	,95		
	11-20	88	3,75	1,10		
	21+	21	3,68	1,32		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	1-5	133	3,28	1,00	6,553	,000
	6-10	130	3,82	1,04		
	11-20	88	3,72	1,06		
	21+	21	3,74	1,23		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	1-5	133	3,05	1,04	13,224	,000
	6-10	130	3,81	,98		
	11-20	88	3,70	1,06		
	21+	21	3,64	1,26		
Duygusal Eğilim	1-5	133	3,15	1,00	10,570	,000
	6-10	130	3,82	,99		
	11-20	88	3,67	1,01		
	21+	21	3,73	1,25		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.21); katılımcıların kurum hizmet yılı ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların kurum hizmet yılının Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı

eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca 6-10 yıl arası kurum hizmet kıdemine sahip katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.22 Kıdem Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Mesleki Kıdem Durumu	N	X̄	SS	F	p
Davranışsal Finans Etkisi	1-5	100	3,25	,96	9,577	,000
	6-10	146	3,75	,91		
	11-20	103	3,80	,97		
	21+	23	3,05	1,19		
Aşırı Güven Eğilimi	1-5	100	3,24	1,01	7,225	,000
	6-10	146	3,78	,96		
	11-20	103	3,67	1,07		
	21+	23	3,13	1,30		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	1-5	100	3,24	1,06	7,187	,000
	6-10	146	3,74	1,06		
	11-20	103	3,72	1,12		
	21+	23	2,99	1,25		
Temsil Etme Eğilimi	1-5	100	3,34	1,04	7,209	,000
	6-10	146	3,76	,98		
	11-20	103	3,90	1,08		

Tablo 4.22 Kıdem Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (devamı)

	21+	23	3,17	1,24		
Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	1-5	100	3,45	1,06	7,763	**,000**
	6-10	146	3,85	,91		
	11-20	103	3,92	1,01		
	21+	23	3,08	1,20		
Sosyal Eğilim	1-5	100	3,12	1,10	12,871	**,000**
	6-10	146	3,80	,94		
	11-20	103	3,84	1,09		
	21+	23	3,04	1,21		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	1-5	100	3,31	1,04	6,851	**,000**
	6-10	146	3,71	1,02		
	11-20	103	3,85	1,02		
	21+	23	3,10	1,26		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	1-5	100	3,09	1,09	11,761	**,000**
	6-10	146	3,69	,98		
	11-20	103	3,78	1,08		
	21+	23	2,91	1,16		
Duygusal Eğilim	1-5	100	3,25	1,03	7,369	**,000**
	6-10	146	3,68	,99		
	11-20	103	3,76	1,03		
	21+	23	2,98	1,24		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.22); katılımcıların mesleki kıdemi ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir

ifade ile katılımcıların meslek kıdeminin Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca 6-10 yıl arası mesleki kıdeme sahip katılımcıların aşırı güven eğilimi ve aşırı iyimserlik eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca 11-20 yıl arası mesleki kıdeme sahip katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.23 Gelir Durumu Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Değişkenler	Gelir Durumu	N	X̄	SS	F	p
Davranışsal Finans Etkisi	4250-6000	,000	3,10	,79	4,834	**,003**
	6.001-8.000	67	3,74	,71		
	8.001-10.000	101	3,67	,93		
	10.000+	155	3,62	1,15		
Aşırı Güven Eğilimi	4250-6000	49	3,13	,87	3,573	**,014**
	6.001-8.000	67	3,67	,73		
	8.001-10.000	101	3,55	1,06		
	10.000+	155	3,66	1,18		
Aşırı İyimserlik Eğilimi	4250-6000	49	3,14	1,00	2,849	**,037**
	6.001-8.000	67	3,68	,81		
	8.001-10.000	101	3,66	1,02		
	10.000+	155	3,57	1,28		
Temsil Etme Eğilimi	4250-6000	49	3,30	,99	2,110	,099
	6.001-8.000	67	3,69	,75		
	8.001-10.000	101	3,70	1,02		
	10.000+	155	3,71	1,21		

Tablo 4.23 Gelir Durumu Değişkenine Göre Davranışsal Finans Etkisi Ölçeği ve Alt Boyutlarından Elde Edilen Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması (devamı)

Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi	4250-6000	49	3,31	,86	3,327	**,020**
	6.001-8.000	67	3,89	,70		
	8.001-10.000	101	3,76	,99		
	10.000+	155	3,74	1,18		
Sosyal Eğilim	4250-6000	49	3,05	,86	4,907	**,002**
	6.001-8.000	67	3,74	,87		
	8.001-10.000	101	3,72	,98		
	10.000+	155	3,59	1,26		
Akla Geliş Kolaylığı Eğilimi	4250-6000	49	3,00	,86	6,795	**,000**
	6.001-8.000	67	3,83	,72		
	8.001-10.000	101	3,69	1,01		
	10.000+	155	3,63	1,21		
Bilgi ve İletişim Kaynaklı Eğilim	4250-6000	49	2,87	,90	7,250	**,000**
	6.001-8.000	67	3,69	,87		
	8.001-10.000	101	3,66	,97		
	10.000+	155	3,53	1,24		
Duygusal Eğilim	4250-6000	49	3,03	,93	5,058	**,002**
	6.001-8.000	67	3,73	,79		
	8.001-10.000	101	3,63	,92		
	10.000+	155	3,56	1,21		

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 4.23); katılımcıların gelir durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve akla geliş kolaylığı eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmakta iken ($p<0.05$), temsil etme eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p<0.05$). Diğer bir ifade ile katılımcıların gelir durumunun Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve akla geliş kolaylığı eğilimini etkilerken, temsil etme eğilimi puanlarını etkilemediği belirlenmiştir.

Ayrıca 6001-8000 tl gelire sahip olan Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve akla geliş kolaylığı eğiliminin diğer kategorilerine gore daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4.24 Hipotez Değerlendirmesi (Fark Testleri)

Değişkenler	**Davranışsal Finans Etkisi**	Aşırı güven eğilimi	Aşırı iyimserlik eğilimi	Temsil Etme [illegible]	Pişmanlıktan kaçınma eğilimi	Sosyal eğilim	Bilgi ve iletişim kavnaklı	Akla geliş kolaylığı eğilimi	Duygusal eğilim
H1: Katılımcıların cinsiyeti ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.	X	X	X	X	X	X	X		X
H2: Katılımcıların yaşı ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.	√	√	X	X	X	√	√	√	√
H3: Katılımcıların medeni durumu ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.	√	√	√	√	√	√	√	√	√
H4: Katılımcıların eğitim durumu ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.	√	√	√	√	√	√	√	√	√
H5: Katılımcıların kıdemi ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.	√	√	√	√	√	√	√	√	√
H6: Katılımcıların kurum hizmet yılı ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır.	√	√	√	√	√	√	√	√	√
H7: Katılımcıların gelir durumu ile Davranışsal Finans Etkisi Ölçeğive alt boyutları arasında anlamlı düzeyde farklılaşma vardır	√	√	√	X	√	√	√	√	√

X: Red, √: Kabul

.

SONUÇ

Ankete katılan Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde;

Katılımcıların %52,2'sinin kadın ve %47,7'sinin erkek olduğu, %66,1'inin evli ve %33,9'unun bekar,%31,2'sinin 31-35 yaş, %24,7'sinin 36-40 yaş, %21,0'inin 20-30 yaş ve %13,2'sinin ise 41-45 yaş arasında olduğu, %32,8'inin, %35,8'inin 1-5 yıl, %34,9'unun 6-10 yıl ve %23,7'sinin 11-20 yıl kurum hizmet kıdemine sahip olduğu, %39,2'sinin 6-10 yıl, %27,7'sinin 11-20 yıl, %26,9'unun 1-5 yıl arası meslek kıdemine sahip olduğu; %41,7'sinin 10000 tl üzeri, %27,2'sinin 8001-10000 tl ve %18,0'inin 6001-8000 tl arası gelire sahip olduğu, %62,4'ünün lisans, %30,4'ünün yüksek lisans ve %7,3'ünün doktora mezunu olduğu, %89,0'unun gelirinin bir kısmını tasarruf ettiği, %11,0'inin ise gelirinin bir kısmını tasarruf etmediği, %87,1'inin gelirinden tasarruf ettiği kısmı yatırım aracı olarak kullandığı, %12,9'unun ise gelirinden tasarruf ettiği kısmı yatırım aracı olarak kullanmadığı, %28,2'sinin 3 çeşit ,%23,7'sinin 2 çeşit %15,3'ünün 5 çeşit portföyünde yatırım aracı olduğu, %40,1'inin 2-5 yıl, %34,1'inin 6-10 yıl, %13,2'sinin 11-20 yıl arasında finansal yatırım araçlarına yatırım yapmış olduğu, %39,2'sinin daha fazla kazanç beklentisi, %28,8'inin sürekli gelir isteği, %15,6'sının sermayeyi koruma arzusu olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma grubunu teşkil eden katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durumu, kıdem, kurum hizmet yılı ve gelir durumu dağılımlarına göre değişkenlerden elde edilen ortalama puanlar arasındaki farklılaşmalar ele alındığında;

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 16); katılımcıların medeni durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların medeni durumunun Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca evli katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin bekar olanlara göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 17); katılımcıların cinsiyet durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p>0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların cinsiyetinin Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilemediği belirlenmiştir.

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 18); katılımcıların yaşı ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim ve akla geliş kolaylığı eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmakta iken ($p<0.05$), pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve temsil etme eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p<0.05$). Diğer bir ifade ile katılımcıların yaşının Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim ve akla geliş kolaylığı eğilimini etkilerken, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve temsil etme eğilimini etkilemediği belirlenmiştir.

Ayrıca 36-40 yaş katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğiliminin diğer yaş kategorilerine gore daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 19); katılımcıların eğitim durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların eğitim durumunun Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim,

duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca yüksek lisans mezunu katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 20); katılımcıların kurum hizmet yılı ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların kurum hizmet yılının Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca 6-10 yıl arası kurum hizmet kıdemine sahip katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 21); katılımcıların mesleki kıdemi ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($p<0.05$).Diğer bir ifade ile katılımcıların meslek kıdeminin Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; aşırı iyimserlik eğilimi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğilimi puanlarını etkilediği belirlenmiştir.

Ayrıca 6-10 yıl arası mesleki kıdeme sahip katılımcıların aşırı güven eğilimi ve aşırı iyimserlik eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak

anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca 11-20 yıl arası mesleki kıdeme sahip katılımcıların Davranışsal Finans Etkisi, temsil etme eğilimi, sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, akla geliş kolaylığı eğilimi ve pişmanlıktan kaçınma eğiliminin diğerlerine göre daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir

Analiz sonucuna göre (Bkz. Tablo 22); katılımcıların gelir durumu ile Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve akla geliş kolaylığı eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmakta iken ($p<0.05$), temsil etme eğilimi bakımdan anlamlı olarak farklılaşmamaktadır ($p<0.05$). Diğer bir ifade ile katılımcıların gelir durumunun Davranışsal Finans Etkisi ve alt boyutları aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve akla geliş kolaylığı eğilimini etkilerken, temsil etme eğilimi puanlarını etkilemediği belirlenmiştir.

Ayrıca 6001-8000 tl gelire sahip olan Davranışsal Finans Etkisi ve aşırı güven eğilimi; sosyal eğilim, iletişim kaynaklı eğilim, duygusal eğilim, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve akla geliş kolaylığı eğiliminin diğer kategorilerine gore daha yüksek olduğu ve bu durumun istatistiki olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

REFERANSLAR

AAOIFI (2008). Shariah Standards for Islamic Financial Institutions. Bahrain: AAOIFI.

Abduh, M., Kassim, S. ve Dahari, Z. (2012). Customer satisfaction and switching behavior in Islamic banking: Evidence from Indonesia. *School of Doctoral Studies (European Union) Journal*, 4(1), 209-215.

Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., AbouAish, E. ve El-Bassiouny N. (2015). Effects of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. *International Journal of Bank Marketing*, 33 (6), 786–807.

Ackert, L. F. ve Deaves, R. (2010). Behavioral finance psychology, decision making, and markets. Cincinnati, OH: South-Western, Cengage Learning.

Adeyemi, A. A. ve Haron, R. (2016). The behavioral biases of Muslims in Islamic banking and finance: A second-order self-reported religiosity measurement invariance. IIUM Press, International Islamic University Malaysia.

Ahmad, K. (2000). Islamic finance and banking: the challenge and prospects. *Review of Islamic Economics*, 9, 57-82.

Ahmed, G. F. (2008), *The implication of using profit and loss sharing modes of finance in the banking system, with a particular reference to equity participation (partnership) method in Sudan. Humanomics,* 24(3), 182-206.

Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice- Hall.

Akgüç, Ö. (1989). 100 Soruda Türkiye'de Bankacılık (Extended Second Edition). İstanbul: Gerçek Yayınevi.

Albayrak, A ve Özsoy, Ş. (2021). Katılım bankacılığı ekosistemi: paydaşlar, kurumlar ve piyasalar. Şakir Görmüş, Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı (eds). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı içinde* (82-94). TKBB Yayınları.

Ali, M. ve Azmi W. (2017). Impact of Islamic banking on economic growth and volatility: Evidence from the OIC Member Countries. N. Alam and S. A. R. Rizvi (Eds). Islamic Banking içinde (ss. 15–32). Cham: Palgrave Macmillan.

Al-Omar, F. ve Abdel-Haq, M. (1996) Islamic banking: Theory, practice and challenges. London: Zed Books Ltd.

Al-Omar, F. ve Abdel-Haq, M. (1996). Islamic Banking: Theory, Practice and Challenges. London, UK: Zed Books.

Amin, H., Abdul-Rahman, A.. ve AbdulRazak, D. (2013) *An integrative approach for understanding Islamic home financing adoption in Malaysia. International Journal of Bank Marketing*, 31(7), 544–573.

Amin, H., Rahman, A. R. A., Sondoh, S. L. ve Hwa, A. M. C. (2011). Determinants of customers' intention to use Islamic personal financing: *The case of Malaysian Islamic banks. Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1), 22-42.

Amin, M., Isa, Z. ve Fontaine, R. (2013). Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on image, trust, and loyalty of Muslim and non-Muslim customers in Malaysia. *International Journal of Bank Marketing*, 31(2), 79–97.

Amini, N. H., Muflih, M. ve Marwansyah, M. (2020). The effect of religiosity and financial considerations on behavioral intention toward Islamic banking industry: The mediating role of attitude. International Seminar of Science and Applied Technology (ISSAT 2020). *Advances in Engineering Research, 198*, 552-559.

Amonlirdviman ve Carvalho, C. (2010). Loss aversion, asymmetric market comovements, and the home bias. *Journal of International Money and Finance*, 29 (7), 1303-1320.

Apak, S., Çalıyurt, K. ve Tavşancı, A. (2007). Development of Turkish banking in accordance with economic policies in the 20th century. The Balkan Countries 1st International Conference on Accounting and Auditing (BCAA), March 7 - 9, 2007, Edirne, Turkey.

Ariff, M., Lewis, M. K. ve Mohamad, S. (2014). Risk and Regulation of Islamic Banking. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Ariss, R. T. (2010) Competitive conditions in Islamic and conventional banking: A global perspective. *Review of Financial Economics*, 19(3), 101-108.

Asadullah, M. N. (2016). Trust, trustworthiness, and traditional Islamic education. *Oxford Development Studies*, 44 (2), 1–15.

Ashraf, S., Robson, J. ve Sekhon, Y. (2015). Consumer trust and confidence in the compliance of Islamic banks. *Journal of Financial Services Marketing*, 20 (2), 133–144.

Asif, M., Shah, F. A., Afeef, M. ve Ahmed, Z. (2016). Factors determining the attitude of customers towards Islamic Banking: A Study of Peshawar, Pakistan. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 9(1), 201-210.

Asri, N. M., Aziz, A. A. (2019). Halal dietary supplement products in Malaysia. Ezlika M. Ghazali, Dilip S. Mutum, Mamunur Rashid ve Jashim U. Ahmed (ed.). *Management of Shari'ah Compliant Businesses içinde* (ss. 133–138) Springer: Berlin/Heidelberg.

Assael, H. (1998). Consumer behavior and marketing action (6th Edition). New York: South Western College Publishing,.

Atar, A. (2017). Başlangıcından günümüze dünyada ve Türkiye'de İslami bankacılığın genel durumu, *Journal of History Culture and Art Research*, 6 (4), 1029-1062.

Azzam, A. ve Rettab, B. (2011). Are restrictions on foreign ownership counter-productive? Evidence from Dubai, United Arab Emirates. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, 4, 1–19.

Bakar, M. D. (2009). Shari'ah principles governing Takaful models. Simon Archer, Rifaat Ahmed Abdel Karim and Volker Nienhaus (Eds.). Takaful Islamic Insurance: *Concepts and Regulatory Issues içinde* (ss. 31-45). John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.

Baker, H. K. ve Nofsinger, J. R. (2010). Other Behavioral Biases. H. Kent Baker and John R. Nofsinger (Eds.). Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets içinde (ss. 3-21). John Wiley & Sons, Inc.

Baker, H. K. ve Ricciardi, V. (2014). How biases affect investor behaviour. *European Financial Review*, 7–10.

Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kasera, M. ve Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: *The case of Uganda. ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2), 166–186.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu - BDDK (2022) Bankalar. https://www.bddk.org.tr/Kurulus/Liste/77 Erişim Tarihi: 02.03.2022

Barak, O. (2008). Davranışsal Finans Teori ve Uygulama. Ankara: Gazi Kitabevi.

Barberis, N., Shleifer, A. ve Vishny, R. (1998). A model of investor sentiment. *Journal of Financial Economics*, 49(3), 307-343.

Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. Hancock, R.S. (Ed.). içinde Dynamic Marketing for a Changing World (ss. 389– 398). *Proceedings of the 43rd, Conference of the American Marketing.*

Beck, T. Demirgüç-Kunt, A. ve Merrouche, O. (2013). Islamic vs. conventional banking: *Business model, efficiency and stability. Journal of Banking & Finance* 37 (2), 443–447.

Benedikter, R. (2011). Social Banking and Social Fnance: Answers to the Economic Crisis. Berlin/Heidelberg, Germany: Springer

Bennett, A., Parry, J. ve Wirth, C. (2017). Fundamentals of finance: Financial institutions and markets, personal finance, financial management (Fourth Edition). New Zealand: Massey University Press.

BIS (2018). Structural changes in banking after the crisis. CGFS Papers No 60. https://www.bis.org/publ/cgfs60.pdf Erişim Tarihi: 13.03.2022

Binswanger, M. (1999). Stock markets, speculative bubbles and economic growth: New dimensions in the co-evolution of real and financial markets. Northampton: Edward Elgar.

Blau, P. M. (1964). *Justice in social exchange. Sociological Inquiry*, 34, 193–206.

Bolhuis, M. ve Goodman, N. (2005). Reading between the lines of investor biases. *Journal of Financial Planning*, 18(1), 62-70.

Bottomore, T. B. (1977). Toplumbilim (çev. Ünsal Oskay). Ankara: Yayınevi.

Boyd, D. (2015). Innovators: Beware the Hindsight Bias. https://www.psychologytoday.com/intl/blog/inside-the-box/201508/innovators-beware-the-hindsight-bias Erişim Tarihi: 24.02.2022

Böyükaslan, A. (2012). Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.

Brealey, R. A., Myers, S. C. ve Allen, F. (2018). Principles of corporate finance (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Butt, I., Ahmad, N., Naveed, A. ve Ahmed, Z. (2018). *Determinants of low adoption of Islamic banking in Pakistan. Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 655-672.

Butt, M. M. ve Aftab, M. (2013). Incorporating attitude towards Halal banking in an integrated service quality, *satisfaction, trust and loyalty model in online Islamic banking context. International Journal of Bank Marketing*, 31(1), 6–23.

Chapra, M. U. (1985). Towards a just monetary system. Leicestershire: The Islamic Foundation.

Chapra, M. U. (1992). Islam and the economic challenge. Leicestershire: The Islamic Foundation.

Chapra, M. U. (2000a). Why has Islam prohibited interest? Rationale behind the prohibition of interest. *Review of Islamic Economics*, 9, 5-20.

Chapra, M. U. (2000b). The Future of Economics: An Islamic Perspective. Leicestershire: The Islamic Foundation.

Chapra, M. U. (2007). The case against interest: Is it compelling? *Thunderbird International Business Review*, 49 (2), 161–186.

Chase, L. K. (2010). Nurse manager competencies. PhD (Doctor of Philosophy) thesis, University of Iowa.

Climent, F. (2018). Ethical versus conventional banking: A case study. Sustainability, 10(7), 2152.

Corporate Finance Institute (2015a). What is Public Finance? https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/public-finance/ Erişim Tarihi: 11.02.2022

Corporate Finance Institute (2015b). What is Behavioral Finance?. https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/trading-investing/behavioral-finance/ Erişim Tarihi: 13.02.2022

Corporate Finance Institute (2022). https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/heuristics/ Erişim Tarihi: 22.02.2022

Coşkun, M. ve Başer, M. (2002). Bankacılık Uygulamaları (No: 1361). Eskişehir:. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Coval, J. ve Shumway, T. (2005). Do behavioral biases affect prices? Journal of Finance, 60, 1-34.

Çömlekçi, İ. ve Özer, A. (2018). Behavioral finance models, Anomalies, and factors affecting investor psychology. Dincer H., Hacioglu Ü., Yüksel S. (eds). içinde Global Approaches in Financial Economics, Banking, and Finance. *Contributions to Economics* (ss. 309-330). Springer, Cham.

Damodaran, A. (2014). Applied corporate finance (4th ed.) Hoboken: Wiley.

Daniel, K., Hirshleifer, D. ve Subrahmanyam, A. (1998). *Investor overconfidence, covariance risk, and predictors of securities returns. Journal of Finance*, 53, 1839-1886.

De Clerck, F. (2009). Ethical banking. Zsolnai, L., Boda, Z., Fekete, L. (Eds) Ethical Prospects: Economy, Society and Environment içinde (ss. 209–227). Berlin/Heidelberg, Germany: Springer.

Devlin, J. F. ve Gerrard, P. (2004). Choice criteria in retail banking: *An analysis of trends. Journal of Strategic Marketing*, 12(1), 13-27.

Doumpos, M., Hasan, I. ve Pasiouras, F. (2017). Bank overall financial strength: Islamic versus conventional banks. *Economic Modelling*, 64, 513–523.

Dowling, M. ve Lucey, B. (2010). Behavioral finance: An overview. H. Kent Baker and John R. Nofsinger (Eds.). Behavioral Finance: Investors, Corporations, and Markets içinde (ss. 313-330). John Wiley & Sons, Inc.

Drake, P. P. ve Fabozzi, F. J. (2010). The basics of finance: An introduction to financial markets, business finance, and portfolio management. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Dusuki, A. W. ve Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142-160.

Eigenauer, J. D. (2018). The problem with the problem of human irrationality. *International Journal of Educational Reform*, 27(4), 341-358.

Eisenberg, A. F. (2007). Social Psychology. The Blackwell Encyclopedia of Sociology.

El-Gamal, M. A. (2006). Islamic finance: Law, economics and practice. Cambridge: Cambridge University Press.

Erdoğan, İ. (1997). İşletmelerde davranış. (Yayın No:272), İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri.

Erol, E. D. ve Güneş, İ. (2016). Katılım Bankacılığı (Ed. N. Oğuzhan Altay, C. Coşkun Küçüközmen, Mert Ural, Erhan Demireli). Bankacılığın El Kitabı, Ankara: Bankacılık Akademisi Yayınları.

Ertan, Y. (2007). Davranışsal Finans ve Pişmanlık Teorisi'nin Döviz Kuru Riskinden Korunma Kararına Etkisi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Faisal, M., Akhtar, A. ve Rehman, A. (2012). Awareness of Islamic banking in India: An empirical study. *Journal of Management Research*, 4(1), 13-27.

Fallaw, S. (2021). What Is The Difference Between Financial Psychology and Behavioral Finance? https://www.datapoints.com/2021/11/18/financial-psychology-behavioral-finance/ Erişim Tarihi: 14.02.2022

Farook, S. (2007). On corporate social responsibility of Islamic financial institutions. *Islamic Economic Studies*, 15 (1), 31-46.

Fiordelisi, F. ve Mare, D. S. (2014). Competition and financial stability in European cooperative banks. *Journal of International Money and Finance*, 45, 1-16.

Forghani, M. H., Kazemi, A. ve Ranjbarian, B. (2019). Religion, peculiar beliefs and luxury cars' consumer behavior in Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 10, 673–688.

GABV (2012). Strong and Straightforward: The Business Case for Sustainable Banking.

GABV (2019). Real Economy–Real Returns: The Business Case for Values-Based Banking. A Research Report.

Gallery, N., Newton, C. ve Palm, C. (2011). Framework for assessing financial literacy and superannuation investment choice decisions. Australasian Accounting, *Business and Finance Journal*, 5 (2), 3-22.

Gerrard, P. ve Cunningham, J. B. (1997). Islamic banking: A study in Singapore. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 204-216.

Gervais, S. vev Odean, T. (2001). Learning to be overconfident. *Review of Financial studies*, 14(1), 1-27.

Gigerenzer, G. ve Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision making. *Annual Review of Psychology*, 62, 451–482.

Glaser, M., Nöth, M. ve Weber, M. (2004). Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making. Derek J. Koehler, Nigel Harvey (Eds.). Blackwell Publishing Ltd.

Godoi, K. C., Marcon, R. ve da Silva, A. B. (2005). Loss aversion: A qualitative study in behavioral finance. *Managerial Finance*, 31 (4), 46-56.

Göçer Ş. ve Karaca, S. S. (2019). Davranışsal finans. İstanbul: Ekin Yayınevi.

Görmez, Y. (2008). Banking in Turkey: History and Evolution. Economic Research Department – Special Studies Division. Athens.

Griffin, D. ve Tversky, A. (1992). The weighing of evidence and the determinants of confidence. *Cognitive Psychology*, 24(3), 411–435.

Habib, S. F. (2018). Fundamentals of Islamic Finance and Banking. Chichester, West Sussex, United Kingdom : John Wiley & Sons.

Hafiane, M. A. ve Allouch, F. (2021). Factors influencing adoption of Islamic banking in Morocco: An exploratory study. *Business Perspective Review* 3(1), 41-53.

Hardman, D. (2009). Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives. Leicester, England: Blackwell Publishing.

Hargrave, M. (2020). Investment Bank. https://www.investopedia.com/terms/i/investmentbank.asp Erişim Tarihi: 26.02.2022

Haron, S. (1995). The philosophy and objective of Islamic Banking: Revisited. New Horizon, New York, NY.

Haron, S. Ahmad, N. ve Planisek, S. L. (1994). Bank patronage factors of Muslim and non-Muslim customers. *International Journal of Bank Marketing*, 12, 32–40.

Haron, S. ve Hisham, B. (2003). Wealth mobilization by Islamic banks: The Malaysian case. Paper Presented at International Seminar on Islamic Wealth Creation. University of Durham, Durham.

Hasan, M. ve Dridi, J. (2011). The effects of the global crisis on Islamic and conventional banks: A comparative study. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 2 (2), 163–200.

Hasan, Z. (2014). Islamic banking and finance: An integrative approach. Selangor Darul Ehsan (Malaysia): Oxford University Press.

Hassan, M. K.; Lewis, M.K. (2007) Islamic Finance. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Hassan, N. M. N. ve Musa, M. (2003). An evaluation of the Islamic banking development in Malaysia. Paper Presented at International Islamic Banking Conference 2003, Prato.

Hassan, R. B. ve Mohamad Nor, F. (2019). Value-Based intermediation: An analysis from the perspective of Shariah and its objectives. *International Journal of Fiqh and Usul al-Fiqh Studies* (IJFUS), 3(1), 81–89.

Hayes, A. (2021a). Financing. https://www.investopedia.com/terms/f/financing.asp Erişim Tarihi: 11.02.2022

Hayes, A. (2021b). What Is Behavioral Finance? https://www.investopedia.com/terms/b/behavioralfinance.asp Erişim Tarihi: 14.02.2022

Hirshleifer, D. (2001). *Investor psychology and asset pricing. Journal of Finance*, 56(4), 1533–1597.

Homans, G. C. (1961). Social behavior: Its elementary forms. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Hong, H. ve Stein, J. C. (1999). A unified theory of underreaction, momentum trading, and overreaction in asset markets. *The Journal of Finance*, 54(6), 2143-2184.

Ibrahim, M. H. ve Alam, N. (2017). Islamic economics and Islamic finance in the world economy. *World Economy*. 41(3), 1–6.

ICWAI- Institute of Cost Accountants of India (2010). Paper 12: Financial management & international finance. Kolkata, India.

Imam, P. ve Kpodar, K. (2016). Islamic banking: Good for growth? *Economic Modelling*, 59, 387–401.

Ionescu, I. Gr. (2012). Categories and types of banking institutions. Annals of the University of Petrosani, Economics, *University of Petrosani*, 12(1), 163-170.

Iqbal, M. ve Molyneux, P. (2005). Thirty years of Islamic banking: History, performance and prospects. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Iqbal, Z. (2007). Challenges facing Islamic financial industry. Journal of Islamic Economics, *Banking and Finance*. 1-14.

Iqbal, Z. ve Mirakhor, A. (2013). Islam's perspective on financial inclusion. Iqbal, Z. ve Mirakhor (Ed.). Economic Development and Islamic Finance içinde (ss. 179-200). International Bank for Reconstruction and Development/ The World Bank.

Ismail, A. G. ve Possumah, B. T. (2010). Qardhul Hasan principles applied to micro finance facilities. Research Center for Islamic Economics and Finance School of Economics Universiti Kebangsaan Malaysia.

Ismail, S. (2014). Selection criteria for Islamic home financing in Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 15(1), 97-110.

Istiarni, P. R. D. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. Semarang: Universitas Diponegoro.

İmamoğlu, Ö. ve Çevik, O. (2020). A Conceptual view of behavioral finance. *EUropean Journal of Managerial Research* (EUJMR), 4(7), 246-263.

Jaya, M. P., Kapoor, S. ve Sengupta, J. (2010). Theory of behavioral finance. Z. Çopur (Ed.). içinde Handbook of Research on Behavioral Finance and Investment Strategies: Decision Making in The Financial Industry. Hershey: IGI Global.

Kaawaase, T. K. ve Nalukwago, L. (2017). Religiosity and Islamic Banking in Uganda. *Makerere Business Journal*, 13, 70–93,.

Kaawaase, T. K. ve Nalukwago, L. (2017).Religiosity and Islamic Banking in Uganda. Makerere Business Journal, 13, 70–93.

Kagan, J. (2021). Commercial Bank. https://www.investopedia.com/terms/c/commercialbank.asp Erişim Tarihi: 26.02.2022

Kahneman, D. (2011). Thinking, Fast and Slow. New York, USA: Farrar, Straus and Giroux.

Kahneman, D. ve Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3, 430-454.

Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. Econometrica: *Journal of the Econometric Society*, 47, 263-291.

Karl, M. A. (2015). Are Ethical and Social Banks Less Risky? Evidence from a New Dataset. DIW Berlin Discussion Paper No. 1484. German Institute for Economic Research (DIW Berlin).

Karluk, R. (1994). Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişim Yapısal ve Sosyal Değişim. Beta Yayınları.

Kasemsap, K. (2015).The role of psychological factors in behavioral finance. Behavioral Finance and Investment Strategies içinde (ss. 94-115). Pensilvanya: IGI Global.

Kashif, M., Wan Shukran, S. S., Rehman, M. A. ve Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 23-40.

Kaya, R. (2013). Türk bankacılık sisteminde katılım bankalarının tercih nedenleri ve bir araştırma. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Keskin, E. (1993). Türkiye ekonomisi ve bankacılık sistemi. Finans Dünyası, Haziran Sayısı.

Kettell, B. (2010). What is Islamic Banking? Islamic Finance in a Nutshell: A Guide for Non-Specialists. Wiley.

Khan, F. (2010). How 'Islamic' is Islamic banking? Journal of Economic *Behavior and Organization*, 76 (3), 805–820.

Khan, Z. (2014). An Investigation of the selection criteria of Islamic Banking in Pakistan customers' perspective. *Research Journal of Management Sciences*, 3(6), 7-9.

Koçel, T. (2003). İşletme yöneticiliği (9.Basım). İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kumar, A. ve Gupta, N. (2020). Self learning material of behavioural finance. Rupa Mahajan (Ed.). Directorate of Distance Education, University of Jammu, Jammu.

Kurt, D. (2022). What Is Finance?. https://www.investopedia.com/ask/answers/what-is-finance/#citation-1 Erişim Tarihi: 10.02.2022

Kübilay, B. ve Bayrakdaroğlu, A. (2017). Finansta psikososyal boyut: Yatırım psikolojisi ve sosyolojik faktörler açısından bir inceleme (2. basım). İstanbul: Detay Yayıncılık.

Lajuni, N., Bujang, I., Karia, Abd. A. ve Yacob, Y. (2018). Religiosity, financial knowledge, and financial behavior influence on personal financial distress among millennial generation. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 92-98.

Lang, F., Signore, S., Gvetadze, S. (2016). The role of cooperative banks and smaller institutions for the financing of SMEs and small midcaps in Europe. EIF Working Paper, no 36.

Lawrance, A. (2001). Behavioral finance and investor governance. CardPublic Law and Legal Theory Research Paper Series, Working Paper, 18.

Leoni A. K. ve Pfeifer, C. (2013). Religious activity, risk taking preferences, and financial behaviour: Empirical evidence from German survey data. (No. 269), Paper Presented at Univeristy of Luneburg Working Paper Series in Economics.

Lichtenstein, S. ve Slovic, P. (1971). Reversals of preference between bids and choices in gambling decisions. *Journal of Experimental Psychology*, 89(1), 46–55.

Llewellyn, D. T. (1999). The new Economics of Banking. Amsterdam: Société Universitaire Européenne de Recherches Financières.

Lusch, R. F. ve Vargo, S. L. (2014). Service Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities. New York, NY, USA; Cambridge University Press.

Mahdzan, N. S., Zainudin, R. ve Fong, A. S. (2017). The adoption of Islamic banking services in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 496-512.

Majaski, C. (2021). Retail Banking. https://www.investopedia.com/terms/r/retailbanking.asp Erişim Tarihi: 26.02.2022

Malim, N. A. K. (2015). Islamic banking and risk management: Issues and challenges. *Journal of Islamic Banking and Finance*, Oct.- Dec., 64-70.

Maryam, S. Z., Mehmood, M. S. ve Khaliq, C. A. (2019). Factors influencing the community behavioral intention for adoption of Islamic banking : Evidence from Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(4), 586-600.

Mesliera, C., Risfandya, T. ve Tarazi, A. (2020). Islamic banks' equity financing, Shariah supervisory board, and banking environments. *Pacific-Basin Finance Journal*, 62, 1-17.

Metawa, S. A. ve Almossawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers : Perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.

Mirakhor, A. (2000). General characteristics of an Islamic economic system. Siddiqi, A. (Ed.), içinde Anthology of Islamic Banking (ss. 11-31). London: Institute of Islamic Banking and Insurance.

Mowen, J. C, ve Minor, M. (2002). Perilaku Konsume. Jakarta: Erlangga,.

Myers, D.G. (2010). Social Psychology (Tenth ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

Mykhayliv, D. ve Zauner, K. (2018). The fnancial and economic performance of social banks. *Applied Economics*, 50 (34-35), 3833–3839.

Naqvi, S. N. H. (2003). Perspective on morality and human well-being: A contribution to Islamic economics. Leicestershire: The Islamic Foundation.

Naser, K., Jamal, A. ve Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking : A study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), 135-151.

Nathie, M. (2009). Islamic equity investment: Determinants of investment behaviour of malaysian islamic equity investors under condition of competing alternatives. Ph.D Dissertation, Griffith University.

New Economy and Social Innovation-NESI Forum. (2017). A Shareable Explainer: What is Values-Based Banking? https://www.shareable.net/podcast-kate-raworth-on-how-doughnut-economics-can-sustain-the-planet/ Erişim Tarihi: 13.03.2022

Nilsson, H. (2008). In search of prototypes and feminist bank-tellers: Exploring the representativeness heuristic. Digital Comprehensive Summaries of Uppsala Dissertations from the Faculty of Social Sciences 37. Acta Universitatis Upsaliensis.

Nofsinger, J. R. (2014). The psychology of investing. New York: Pearson Education, Inc.

Obeid, H. ve Kaabachi, S. (2016). Empirical Investigation Into Customer Adoption Of Islamic Banking Services In Tunisia. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 32(4), 1243-1256.

Odean, T. (1998). Volume, volatility, price, and profit when all traders are above average. *The Journal of Finance*, 53(6), 1887-1934.

Odean, T. (1998). Volume, volatility, price, and profit when all traders are above average. *Journal of Finance* 53(6), 1887–1934.

Okumus, H. S. ve Genc, E. G. (2013). Interest-Free Banking in Turkey: A Study of Customer *Satisfaction and Bank Selection. European Scientific Journal June 2013 edition*, 9(16), 144-166.

Otluoğlu, E. (2009). Davranışsal Finans Çerçevesinde Aşırı Güven Hipotezinin Test Edilmesi: İMKB'de Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özsoy, Ş. (2012). Sağlam Bankacılık Modeliyle Katılım Bankacılığına Giriş, İstanbul: KuveytTürk Yayınları.

Özulucan, A. ve Deran, A. (2009). Katılım bankacılığı ile geleneksel bankaların bankacılık hizmetleri ve muhasebe uygulamaları açısından karşılaştırılması. *Mustafa Kemal University Journal of Social Sciences Institute*, 6 (11), 85-108.

Paramasivan, C. ve Subramanian, T. (2009). Financial management. New Delhi: New Age International (P) Ltd.

Parashar, S. P. ve Venkatesh, J. (2010). How did Islamic banks do during global financial crisis. *Banks and Bank Systems*, 5(4), 54–62.

Park, S., Kang, S. ve Zo, H. (2016). Analysis of influencing factors on the IPTV subscription: Focused on the moderation role of user perceived video quality. *Information Technology & People,* 29(2), 419–443.

Parrino, R., Kidwell, D. S. ve Bates, T. W. (2011). Fundamentals of corporate finance (2nd ed.) Hoboken: Wiley.

Parsa, M. (2020). Efficiency and stability of Islamic vs. conventional banking models: A meta frontier analysis. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1–21.

Plous, S. (1993). The psychology of judgment and decision making. New York: McGraw-Hill

Plummer, T. (2003). Forecasting financial markets: The psychology of successful investing. London: Koran Page Ltd.

Pompian, M. M. (2006). Behavioral finance and wealth management: How to build optimal portfolios that account for investor biases. Hoboken, NJ: Wiley.

Pompian, M. M. (2012). Behavioral finance and wealth management: How to build investment strategies that account for investor biases (Second Edition). Hoboken, NJ: Wiley.

Pope, D. G. ve Sydnor, J. R. (2015). Behavioral Economics: Economics as a Psychological Discipline. Gideon Keren ve George Wu (Eds.). içinde The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making (ss. 800-827). John Wiley & Sons, Ltd.

Pope, J. W. (2013). Representativeness Heuristic. Kenneth D. Keith. (Ed.). The Encyclopedia of Cross-Cultural Psychology. John Wiley & Sons, Inc.

Prabhavathi, K. ve Dinesh, G. P. (2018). Banking: Definition and Evolution. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9 (8), 745-753.

Pronin, E., Lin, D.Y. ve Ross, L. (2002). *The bias blind spot: perceptions of bias in self versus others. Pers*. Soc. Psychol. Bull. 28, 369–381.

Pruden, H. (2007). The three skills of top trading: Behavioral systems building, pattern recognition, and mental state management. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Rammal, H. G. ve Zurbruegg, R. (2016). Awareness of Islamic banking products among Muslims: The case of Australia. T. Harrison & E. Ibrahim (Éds.), Islamic Finance: Principles, Performance, and Prospects içinde (ss. 141-156). Springer International Publishing.

Ramsey, D. (2014). Foundations in personal finance. Franklin, Tennessee: Lampo Licensing, LLC.

Reni, A. (2013). The Factors Influencing Customer Selection Islamic Banking. *Social Transformation toward Sustainable Society*, 75-88.

Ricciardi V. (2017) The role of group psychology in behavioural finance: A research starting point for banking, economic, and financial Historians. Schönhärl K. (eds). içinde Decision Taking, Confidence and Risk Management in Banks from Early Modernity to the 20th Century (ss. 269-292). Palgrave Studies in the History of Finance. Palgrave Macmillan, Cham.

Ricciardi, V. (2006). A research starting point for the new scholar: A unique perspective of behavioral finance. *ICFAI Journal of Behavioral Finance*, 3 (3), 6–23.

Ricciardi, V. (2008) The Psychology of Risk: The Behavioral Finance Perspective. Frank J. Fabozzi, (ed.), içinde The Handbook of Finance Volume 2: Investment Management and Financial Management (ss. 85-111). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Ricciardi, V. ve Simon, H. K. (2000). What is behavioral finance? *Business, Education & Technology Journal*, 2(2), 1–9.

Risen, J. L. (2015). Believing what we do not believe: acquiescence to superstitious beliefs and other powerful intuitions. *Psychol. Rev. 123*, 128–207.

Roy, S. K., Kesharwani, A. ve Bisht, S. S. (2012). The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India. *International Journal of Bank Marketing*, 30(4), 303–322.

Ryan, T. M. ve Wright, J. P. (2021). The Encyclopedia of Research Methods in Criminology and Criminal Justice, Cilt I. J.C. Barnes and David R. Forde. (Eds.). John Wiley & Sons, Inc.

Sangale, B., Salve, T. N. ve Mulani, M. U. (2013). Banking and finance (Fundamental of banking). Success publication.

Sarva, M. K. (2019). Financial management. Punjab: Lovely Professional University.

Saunders, P. ve Wong, M. (2011). The social impact of the global financial crisis in Australia. *Australian Journal Of Social Issues, 46*, 291–309.

Sayım, F. (2015). The Participation Banking As A Distinctive Method And The Its Growing In The Turkish Finance Market- Period: 2007-2013, EMAJ Emerging Markets Journal, 5 (1), 93-111.

Schwarz, N. ve Clore, G. L.. (1996). Feelings and phenomenal experiences. Arie W. Kruglanski and E. Tory Higgins (eds.). içinde Social Psychology: Handbook of Basic Principles (385–407). New York: Guilford Press.

Scott, J. (2000). Rational choice theory. Browning, G., Halcli, A., Webster, F. (Eds.). içinde Understanding Contemporary Society: Theories of the Present. London, UK: SAGE Publications.

Segal, T. (2020). Central Bank. https://www.investopedia.com/terms/c/centralbank.asp Erişim Tarihi: 27.02.2022

Shafir, E. ve LeBoeuf, R. A. (2002). Rationality. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 491–517.

Shah, S. F. Raza, M. W. ve Khurshid, M. R. (2012). Overconfidence and perceived market efficiency, *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 3(10), 984-997.

Sharot, T. (2011). *The optimism bias. Current Biology*, 21(23), R941-R945.

Siddiqi, M. N. (2006). Islamic banking and finance in theory and practice: A survey of state of the art. Islamic Economic Studies, 13(2), 1–48.

Siddiqui, S. H. (2001). *Islamic banking: true modes of financing. New Horizon*, 109 (2), 15-20.

Singh, R. R. (2009). Banking theory and practice. Phagwara: Lovely Professional University.

Singh, S. (2016). The role of behavioral finance in modern age investment. *Pacific Business Review International*, 1(1), 234-240.

Smith, K. A. (2006). From petrodollars to Islamic dollars: The strategic construction of Islamic banking in the Arab Gulf (Unpublished doctoral dissertation). Harvard University, Cambridge, MA.

Souiden, N. ve Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: the influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2), 143–161,

Stangor, C., Jhangiani, R. ve Tarry, H. (2012). Principles of social psychology (1st international h5p edition). BCcampus Open Education..

Suhartanto, D. (2019). Predicting behavioural intention toward Islamic bank: A multi-group analysis approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1091–1103.

Swamy, V. (2013). Determinants of bank asset quality and profitability—An empirical assessment (MPRA Paper 47513). Germany: University Library of Munich,

Swimberghe, K., Flurry, L. A. ve Parker, J. M. (2011). Consumer religiosity: Consequences for consumer activism in the United States. *Journal of Business Ethics*, 103, 453–467.

Tahir, I. ve Brimble, M. (2011). Islamic investment behaviour. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4 ()2, 116-130.

Tameme, M. ve Asutay, M. (2012). An empirical inquiry into marketing Islamic mortgages in the UK. *International Journal of Bank Marketing*, 30(3), 150–167

TBB (2021). Türkiye'de Bankacılık Sistemi Banka, Çalışan ve Şube Bilgileri, İstatistiki Raporlar (Rapor Kodu: DT13), Aralık 2021.

Tetik, N. ve Şahin, A. (2021). Katılım bankalarının yapısal ve sektörel gelişimi. *Accounting and Financial History Research Journal*, 21, 49-66.

Thaler, R. (1980) Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1, 39-60.

Thambiah, S., Ismail, H. ve Eze, U. C. (2011). Customer awareness and current usage of Islamic retail banking products and Services in Malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(10), 667-671.

Thambiah, S., Ramanathan, S. ve Mazumder, M. N. H. (2012). The determinants of Islamic retail banking adoption in Malaysia. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 11(4), 437-442.

Tok, E. ve Yesuf, A. J. (2022). Embedding value-based principles in the Culture of Islamic Banks to enhance their sustainability, *Resilience, and Social Impact. Sustainability*, 14 (916), 1-23.

Tufan, E. (2006). Davranışsal finans. Ankara: Orion Yayınevi.

Tversky, A. ve Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: *Heuristics and biases*. Science, 185 (4157), 1124–1131.

Tversky, A. ve Kahneman, D. (1981). *The framing of decisions and the psychology of choice*. Science, 211(4481), 453–458.

Ullah, A., Ashraf, H. ve Shah, M. (2016). Understanding perceptions about the role of traditional practices regarding inheritance with relation to inheritance feud settlement: A case study of District Mardan Khyber Pakhtunkhwa-Pakistan. Journal of Ethnic and Cultural Studies, 3, 1–9.

UNEP (2015). Values Based Banking: Bringing the Voice of the Citizen into Finance. Inquiry Working Paper 15/ 02. https://www.unep.org/resources/report/values-based-banking-bringing-voice-citizen-finance Erişim Tarihi: 13.03.2022

Usmani, M. T. (1998). An Introduction to Islamic Finance. Karachi, Pakistan: Idaratul Ma'arif.

Usmani, M. T. (1999), The concept of Musharakah and its application as an Islamic method of financing. *Arab Law Quarterly*, 14(3), 203-220.

Ülkü, N. (2001). *Finansta davranış teorileri ve İMKB'nin dezenflasyon programının başlangıcında fiyat davranışı*. İMKB Dergisi, 5(17), 101-132.

Van Horne, J. C. ve Wachowicz, Jr. J. M. (2008). Fundamentals of financial management (13th Edition). Hoboken, New Jersey: Prentice Hall.

Vernimmen, P., Quiry, P., Dallocchio, M., Fur, Y. Le ve Salvi, A. (2018). Corporate finance: Theory and practice (5th ed.). Hoboken: Wiley.

Vetrova T. N.(2017*). Effectiveness of banking: Evaluation and Measuring. Social-Economic Phenomena and Process*, 12 (2), 30-35.

Wahyuni, S. (2012). *Moslem community behavior in the conduct of Islamic bank: The moderation role of knowledge and pricing. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 290-298.

Warde, I. (2000). Islamic Finance in the Global Economy. Edinburgh University Press, Edinburgh.

Watson, D. ve Head, A. (2016). Corporate finance: Principles and practice (7th ed.). Harlow: Pearson.

Weber, O. ve Duan, Y. (2012). Social finance and banking. Baker, H. K., Nofsinger, J. R. (Eds). Socially Responsible Finance and Investing: Financial Institutions, Corporations, Investors, and Activists içinde (ss. 161–180). Wiley.

Weber, O. ve Remer, S. (2011). Social banking: Introduction. Olaf Weber, Sven Remer (Eds.). Social Banks and the Future of Sustainable Finance içinde (ss.1-14). Oxfordshire, UK: Routledge.

Wright, W. ve Bower, G. (1992). Mood effects on subjective probability assessment. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 52 (2), 276–291.

Yaşar, B. (2008). Davranışsal Finans ve Fiyat Köpüğü: İMKB Endekslerinde Fiyat Köpüğüyle İlgili Mevsimsel Birim Kök Araştırması. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yentürk, N., Köse ,A., Somel, C. and Günaydın, G. (2004). Türkiye Ekonomisi (Yay. No 1579). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Yesuf, A. J. ve Aassouli, D. (2020). Exploring synergies and performance evaluation between Islamic funds and socially responsible investment (SRIs) in light of the Sustainable Development Goals (SDGs). Heliyon, 6 (8), 1-17.

EKLER

EK A

ANKET FORMU

Sayın katılımcı bu anket formu " Katılım Bankacılığında Davranışsal Finans Etkisi: Bir Alan Araştırması" konulu yüksek lisans çalışmasına veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Toplam 2 bölümden oluşan bu ankette kişisel bilgilerinizi ortaya çıkarmaya yönelik hiçbir soru bulunmamaktadır.

1. Cinsiyet:

Kadın:……. Erkek:…….

2. Yaş:

20-30 Yaş:…. 31-35 Yaş:….. 36-40 Yaş:…... 41-45 Yaş:… 46 Yaş ve Üstü:…

3. Medeni Durum:

Evli:…… Bekar:……

4. Eğitim Durumu:

Lisans:…… Yüksek Lisans:…… Doktora:……

5. Kurumdaki Hizmet Süresi:

1-5 Yıl…… 6-10 Yıl…… 11-20 Yıl…..... 21 Yıl ve Üstü……..

6. Mesleki Tecrübe:

1-5 Yıl…… 6-10 Yıl…… 11-20 Yıl…..... 21 Yıl ve Üstü……..

7. Aylık geliriniz (TL)

Asgari ücret ( ) 4253-6000 ( ) 6001-8000 ( ) 8001-10000 ( ) 10000 üzeri ( )

8. Gelirinizin belirli bir kısmını tasarruflarınız için ayırıyor musunuz?

Evet ( ) Hayır ( )

9. Tasarruf ettiğiniz kısımla herhangi bir yatırım aracı alıyor musunuz? (Altın, döviz, hisse senedi vb)

Evet ( ) Hayır ( )

10. Portföyünüzde kaç çeşit yatırım aracı bulunmaktadır?

1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ve üzeri ( )

11. Ne kadar zamandır finansal yatırım araçlarına yatırım yapıyorsunuz?

1 yıldan az ( ) 2-5 yıl arası ( ) 6-10 yıl arası ( ) 11-20 yıl arası ( ) 20 yıl üzeri ( )

12. Yeni bir yatırımı hangi sebeplerden dolayı yaparsınız?

Daha fazla kazanç beklentisi ( ) Sermayeyi Koruma Arzusu ( ) Sürekli Gelir İsteği ( ) Portföy riskini azaltma ( ) Diğer ( )

Bu bölüm davranışsal finans etkisini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İfadelere sizlere en yakın gelen seçeneği işaretleyiniz. 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum.

	(DAVRANIŞSAL FİNANS ETKİSİ)	**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
Aşağıda yer alan ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve bu ifadelerden size uyan değerlendirme ölçütünü belirtiniz.						
1	Finansal yatırım yaparken sahip olduğum bilgilerin diğer yatırımcıların bilgilerinden daha değerli olduğunu düşünürüm.					
2	Finansal yatırımlarım konusunda karar alırken doğru ve sağlıklı kararlar aldığımı düşünürüm.					
3	Finansal yatırımlarımdan elde ettiğim kazanç her zaman piyasadaki ortalama getirilerin üzerindedir.					

4	Finansal yatırımlarımda piyasada çok az yatırımcının erişebileceği bilgilerin bana mutlak avantaj sağladığını düşünüyorum.					
5	Gelecekte ulusal ve uluslararası piyasalarda meydana gelecek ekonomik gelişmelerin olumlu yönde olacağını düşünüyorum.					
6	Gelecek dönemde finansal yatırımlarımın daha çok kazandıracağına dair beklentim var.					
7	Gelecek dönemde kendi portföyümdeki yatırım araçlarının başkalarının portföyündeki yatırım araçlarından daha fazla kazandıracağını düşünüyorum.					
8	Eğer finansal yatırım araçlarım kaybettiriyorsa bunun nedeni kötü şans ya da diğer dışsal faktörlerdir.					
9	Bir finansal yatırım aracının dönem sonu performansını incelediğimde genelde olacakları önceden bildiğime dair bir kanım olur.					
10	Bir finansal yatırım aracının iyi ya da kötü tüm performanslarını aklımda tutar ve sonraki aşamada yatırım yaparken bu bilgileri kullanırım.					
11	Önceden kazandıran bir yatırım aracı şu anda kaybettiriyor olsa da ileriki dönemde tekrar kazandıracaktır.					
12	Bir finansal yatırım aracı önceki dönemlerdeki kar ya da zarar performansını bir süre sonra yeniden tekrar eder.					
13	Bir finansal yatırım aracına ait dikkatimi çeken bir performans, benzer türdeki finansal yatırım aracına tekrar yatırım yapma kararımda etkili olur.					
14	Bir finansal yatırım aracına ait zihnimde bir satın alma/satma noktası belirler ve satın almak/satmak için fiyatının o noktaya gelmesini beklerim.					
15	Etrafımda kendi finansal yatırım tercihlerime benzer tercihlerin bulunması benim için önemlidir.					
16	Birbirine benzeyen A ve B portföylerine yönelik seçim yapmam gerekse, %80 oranında kazandıracağını düşündüğüm A portföyünü %20 oranında					

	kazandırmayacağını düşündüğüm B portföyüne tercih ederim.					
17	Bir finansal yatırım aracı şu anda bana zarar ettirse bile zararımı karşılayana kadar o finansal yatırım aracını elimden çıkarmam.					
18	Bir finansal yatırım aracı kendi alış maliyetini karşıladığında daha fazla elimde tutmam ve satarım.					
19	Acil nakite ihtiyacım olduğunda portföyümde bulunan aynı maliyetli iki üründen birini satmam gerekse, % 20 kazandıran A ürünü yerine % 20 kaybettiren B ürününü seçerim					
20	Getirisi ve riski az olan yatırım araçlarını, getirisi ve riski yüksek yatırım araçlarına oranla daha çok tercih ederim.					
21	Mevduata yüksek faiz veren tanınmamış ve küçük ölçekli bankaları daha düşük faiz veren ancak tanınmış ve büyük ölçekli bankalara tercih ederim.					
22	Finansal yatırım kararlarımda dini inançlarım önemlidir.					
23	Finansal yatırım kararlarımda siyasi görüşlerim önemlidir.					
24	Yatırım kararlarımda yakın iletişim kurduğum insanların yatırım kararları etkili olur.					
25	3000 TL'yi % 100 olasılıkla kazanmayı, 4.000 TL'yi % 80 olasılıkla kazanmaya tercih ederim.					
26	4000 TL'yi %80 olasılıkla kaybetmeyi, 3.000 TL'yi % 100 olasılıkla kaybetmeye tercih ederim.					
27	Büyük ve tanınmış şirketlerin hisse senetleri her zaman iyi kazandırır.					
28	Bir yatırım aracıyla ilgili yeni bilgiler edinsem bile, bu bilgiler benim yatırım kararımı etkilemez.					
29	Bir finansal yatırım aracı birkaç dönem peş peşe kazandırsa bile yakın zamanda kaybettirecektir, birkaç dönem peş peşe kaybettirse bile yakın zamanda kazandıracaktır.					

30	Eğer iki finansal yatırım aracı arasında karar vermek zorunda kalsam, en fazla bilgi sahibi olduğum yatırım aracını seçerim.					
31	Finansal yatırım kararı verirken hayal kırıklığı yaşama ihtimalimi önceden hesap ederim.					
32	Yatırım kararı verirken piyasadaki diğer yatırımcıların yatırım tercihleri önemserim ve çoğunluğun kararlarını takip ederim.					
33	Alış/satış işlemlerim diğer yatırımcıların davranışlarına anlam veremediğim zamanlarda artış gösterir.					
34	Yaşadığım şehirde bulunan şirketlerin hisse senetlerine yatırım yaparım.					
35	Menkul kıymetlerin bazı gün, hafta ve aylarda ya da resmi tatil, hafta sonu gibi bazı dönemlerde daha fazla kazandırdığını düşünürüm.					