



**T. C.**

**HARRAN ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**BİREYSEL MÜŞTERİLERİN FON KULLANIMINDA KATILIM  
BANKALARINI TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE  
ŞANLIURFA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**Kübra AYATA**

**ŞANLIURFA - 2023**



**T. C.**

**HARRAN ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**BİREYSEL MÜŞTERİLERİN FON KULLANIMINDA KATILIM  
BANKALARINI TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE  
ŞANLIURFA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**Kübra AYATA**

**Danışman**

**Prof. Dr. Ramazan AKBULUT**

**ŞANLIURFA - 2023**



**T.C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
YÜKSEK LİSANS  
TEZ ONAY SAYFASI**

Prof. Dr. Ramazan AKBULUT danışmanlığında, Kübra AYATA'ın hazırladığı “Bireysel Müşterilerin Fon Kullanımında Katılım Bankalarını Tercih etme Nedenleri Üzerine Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma” konulu bu çalışma 03/01/2023 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

✓ Oybirliğiyle / Oy çokluğu ile

**İmza**

|                 |                           |  |
|-----------------|---------------------------|--|
| <b>Danışman</b> | Prof. Dr. Ramazan AKBULUT |  |
| <b>Üye</b>      | Doç. Dr. Erkan ALSU       |  |
| <b>Üye</b>      | Doç. Dr. Zerife YILDIRIM  |  |

Bu tezin İşletme Ana Bilim Dalında yapıldığını ve enstitümüz kurallarına göre düzenlendiğini onaylarım.

Prof. Dr. Şevket ÖKTEN  
Enstitü Müdürü

**Bu çalışma:** ..... Tarafından Desteklenmiştir.

**Proje No :** .....

**Not:** Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

---



T.C.  
HARRAN ÜNİVERSİTESİ  
TEZLİ YÜKSEK LİSANS  
ORJİNALLİK RAPORU ve BEYAN FORMU

Doküman No : HRÜ-KYS-FRM-015  
Yayın Tarihi : .../.../20...  
Revizyon No :  
Revizyon Tarihi :  
Sayfa No : 1 / 1

| ÖĞRENCİNİN             |                                                                                                                         |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Öğrenci No             | 195217006                                                                                                               |
| Adı / Soyadı           | Kübra AYATA                                                                                                             |
| Anabilim Dalı/Programı | İşletme Ana Bilim Dalı / Tezli Yüksek Lisans                                                                            |
| Tez Konusu             | Bireysel Müşterilerin Fon Kullanımında Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenleri Üzerine Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma |

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yukarıda başlığı belirtilen” ***Bireysel Müşterilerin Fon Kullanımında Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenleri Üzerine Şanlıurfa İlinde Bir Araştırma***” isimli çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 81 sayfalık kısmına ilişkin, 31/01/2023 tarihinde şahsım/ danışmanım tarafından **Turnitin** adlı intihal tespit programından herhangi bir filtreleme uygulanmadan kaynakça dahil **(tüm çalışma dahil edilerek)** alınmış olan orijinallik raporuna göre, benzerlik oranı % 33’dür. Ayrıca tez çalışması hiçbir blok kopyalama içermemektedir.

Yükseköğretim Kurulu Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi, Harran Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesini ve Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü lisansüstü çalışması Orijinallik Raporu alınması ve kullanılması Uygulama Esaslarını inceledim ve bu Uygulama Esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Etik ihlal tespiti halinde, Enstitü yönetim kurulunca, diplomamın iptal edilmesini kabul ediyorum.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

2/02/2023  
Hazırlayan Öğrencini İmzası

Yukarıda yer alan raporun ve beyanın doğruluğunu onaylarım. 02/02/2023

Prof. Dr. Ramazan AKBULUT

**ÖZET**  
**BİREYSEL MÜŞTERİLERİN FON KULLANIMINDA KATILIM**  
**BANKALARINI TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE ŞANLIURFA**  
**İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**AYATA, Kübra**

**Yüksek Lisans Tezi**

**İşletme Ana Bilim Dalı**

**İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı**

**Danışman: Prof. Dr. Ramazan AKBULUT**

**(Ocak, 2023, 81 sayfa)**

Ülkemizde hizmet sektörünün en önemli kollarından bir tanesi bankacılık sektörü olup, bu grubun üyelerinden biri de katılım bankalarıdır. Bu bankaların işleyiş prensibi ve hizmet anlayışı birçok müşterinin katılım bankalarını tercih etmesinde rol oynamıştır. Bu çalışmanın amacı, bireylerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri ile cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, gelir ve eğitim durumu gibi demografik faktörler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren katılım bankalarından hizmet alan 410 bireyden veri toplanmıştır. Araştırmada ihtiyaç duyulan veriler online ve yüz yüze anket yöntemi ile elde edilmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek amacıyla faktörlerin basıklık çarpıklık değerleri kontrol edilmiştir. Ulaşılan değer -2 ile +2 arasında yer aldığından verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir. Bu doğrultuda araştırmada analizler, parametrik testler (t testi ve Anova) kullanılarak yapılmıştır. Müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerinin alt faktörlerinden olan hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı ve alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Medeni durum açısından ise alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yaş ile bireylerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerinin alt faktörlerinin tamamı arasında anlamlı bir farklılık tespit edilirken, meslek açısından ise kart politikası alt faktörü hariç diğer tüm alt faktörler ile yaş arasında anlamlı bir farklılık tespit

edilmiştir. Gelir durumu açısından ise hizmet ve ürün politikası, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası ile gelir arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Ve son olarak ise eğitim ile bireylerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerinin tüm alt faktörleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Müşteri, Hizmet, Katılım Bankaları.

## **ABSTRACT**

### **A STUDY ON THE REASONS OF INDIVIDUAL CUSTOMERS TO PREFER PARTICIPATION BANKS FOR FUND USAGE IN ŞANLIURFA PROVINCE**

**AYATA, Kübra**

**Master Thesis**

**Department of Bussiness Administration**

**Master of Business Administration Program with Thesis**

**Advisor: Prof. Dr. Ramazan AKBULUT**

**(January, 2023, 81 pages)**

One of the most important branches of the service sector in our country is the banking sector, and one of the members of this group is participation banks. The operating principle and service understanding of these banks played a role in many customer's preference for participation banks. The aim of this study is to reveal whether there is a significant difference between the reasons why individuals prefer participation banks and demographic factors such as gender, age, marital status, occupation, income and education level. In line with the purpose of the research, data were collected from 410 individuals who received service from participation banks operating in Şanlıurfa. The data needed in the research were obtained by online and face-to-face survey method. The kurtosis skewness values of the factors were checked in order to determine whether the data were normally distributed. Since the obtained value is between -2 and +2, it was accepted that the data showed a normal distribution. In this direction, analyzes in the research were made using parametric tests (t-test and Anova). A significant difference was found between the service and product policy, the interest-free principle and promotion, and alternative distribution and promotion channels, which are among the sub-factors of the reasons for customers to prefer participation banks, and gender. In terms of marital status, a significant difference was found between alternative distribution and promotion channels, allocation policy and marital status. While a significant difference was found between age and all sub-factors of the reasons why individuals prefer participation banks, a significant difference was found between age and all other sub-factors, except for the card policy sub-factor, in terms

of occupation. In terms of income, a significant difference was found between service and product policy, alternative distribution and promotion channels, allocation policy and income. And finally, no significant difference was found between education and all sub-factors of the reasons why individuals prefer participation banks.

**Keywords:** Customer, Service, Participation Banks.

**BİREYSEL MÜŞTERİLERİN FON KULLANIMINDA KATILIM  
BANKALARINI TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE ŞANLIURFA  
İLİNDE BİR ARAŞTIRMA**

**İÇİNDEKİLER**

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| TEZ ONAY SAYFASI                    | ii  |
| Orijinallik Raporu ve Beyan Belgesi | iii |
| ÖZET                                | iv  |
| ABSTRACT                            | vi  |
| KISALTMALAR                         | xi  |
| TABLolar LİSTESİ                    | xii |
| EKLER LİSTESİ                       | xiv |
| GİRİŞ                               | 1   |

**BİRİNCİ BÖLÜM**

**BANKACILIK TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ**

|                                                            |   |
|------------------------------------------------------------|---|
| 1. 1. BANKACILIK TANIMI                                    | 3 |
| 1. 2. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ | 4 |
| 1. 2. 1. Dünyada Bankacılığın Tarihsel Gelişimi            | 4 |
| 1. 2. 2. Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi         | 6 |

**İKİNCİ BÖLÜM**

**KATILIM BANKACILIĞI TANIMI, GELİŞİMİ VE İŞLEYİŞİ**

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 2. 1. KATILIM BANKACILIĞI TANIMI                            | 14 |
| 2. 2. KATILIM BANKACILIĞININ DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE GELİŞİMİ | 15 |
| 2. 2. 1. Dünyada Katılım Bankacılığının Gelişimi            | 15 |
| 2. 2. 2. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi         | 17 |
| 2. 3. KATILIM BANKASININ KURULMA NEDENLERİ                  | 20 |

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2. 3. 1. Dini Nedenler                                | 21 |
| 2. 3. 2. Ekonomik Nedenler                            | 22 |
| 2. 3. 3. Sosyal Nedenler                              | 23 |
| 2. 4. KATILIM BANKASININ TEMEL İLKELERİ               | 23 |
| 2. 5. KATILIM BANKASININ GÜÇLÜ YÖNLERİ                | 24 |
| 2. 6. KATILIM BANKALARININ FON TOPLAMA YÖNTEMLERİ     | 25 |
| 2. 6. 1. Cari Hesaplar                                | 25 |
| 2. 6. 2. Katılma Hesaplar                             | 25 |
| 2. 7. KATILIM BANKALARININ FON KULLANDIRMA YÖNTEMLERİ | 26 |
| 2. 7. 1. Kurumsal Finansman Desteği (Murabaha         | 27 |
| 2. 7. 2. Bireysel Finansman Desteği                   | 28 |
| 2. 7. 3. Emek- Sermaye Ortaklığı (Mudarebe)           | 29 |
| 2. 7. 4. Sermaye- Sermaye Ortaklığı (Müşareke)        | 29 |
| 2. 7. 5. Finansal Kiralama (Leasing-İcare)            | 30 |
| 2. 7. 6. Selem                                        | 31 |
| 2. 7. 7. İstisna (Eser Sözleşmesi)                    | 32 |
| 2. 7. 8. Karz-ı Hasen ( Borç Verme)                   | 32 |
| 2. 7. 9. Teverruk                                     | 33 |
| 2. 7. 10. Sukuk (Kira Sertifikaları)                  | 33 |
| 2. 8. KATILIM BANKALARININ DİĞER BANKACILIK İŞLEMLERİ | 34 |

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **BANKACILIKTA KREDİ TANIMI VE İŞLEYİŞİ**

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 3. 1. KREDİ TANIMI                         | 36 |
| 3. 2. KREDİ UNSURLARI                      | 36 |
| 3. 3. KREDİ ÇEŞİTLERİNİN SINIFLANDIRILMASI | 37 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 3. 4. KREDİ KULLANDIRMA İLKESİ | 38 |
| 3. 5. KREDİNİN YARARLARI       | 39 |

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **METODOLOJİ VE BULGULAR**

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. 1. ARAŞTIRMANIN AMACI                                                | 40 |
| 4. 2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ, VERİ TOPLAMA ARACI VE KULLANILAN ÖLÇEKLER | 40 |
| 4. 3. VERİLERİN ANALİZİ                                                 | 41 |
| 4. 4. YAPILAN ANALİZLER VE BULGULAR                                     | 41 |
| 4. 4. 1. Cronbach Alfa Güvenilirlik Analizi                             | 41 |
| 4. 4. 2. Demografik Özellikler                                          | 43 |
| 4. 4. 3. Faktör Analizi                                                 | 45 |
| 4. 4. 4. Korelasyon Analizi                                             | 54 |
| 4. 4.5. Hipotez Test Edilmesi ve İstatistiki Açıdan Yorumlanması        | 55 |
| SONUÇ                                                                   | 72 |
| ÖNERİLER                                                                | 75 |
| KAYNAKÇA                                                                | 77 |
| EK                                                                      |    |

## **KISALTMALAR**

|                |                                          |
|----------------|------------------------------------------|
| <b>ATM</b>     | Otomatik Para Çekme Makinesi             |
| <b>BDDK</b>    | Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu |
| <b>DESİYAB</b> | Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası    |
| <b>İMKB</b>    | İstanbul Menkul Kıymetler Borsası        |
| <b>İKB</b>     | İslam Kalkınma Bankası                   |
| <b>KOBİ</b>    | Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler    |
| <b>KDV</b>     | Katma Değer Vergisi                      |
| <b>OPEC</b>    | Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü         |
| <b>ÖFK</b>     | Özel Finans Kurumu                       |
| <b>POS</b>     | Satış Noktası                            |
| <b>SPK</b>     | Sermaye Piyasası Kanunu                  |
| <b>TKBB</b>    | Türkiye Katılım Bankaları Birliği        |
| <b>TCMB</b>    | Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası       |
| <b>TMSF</b>    | Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu           |

## TABLÖLER LİSTESİ

|                                                                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 1:</b> Bankacılığın Tarihsel Gelişimi                                                                                                                  | 4  |
| <b>Tablo 2:</b> Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi                                                                                                      | 20 |
| <b>Tablo 3:</b> Güvenilirlik Analizi                                                                                                                            | 42 |
| <b>Tablo 4:</b> Madde Analiz Tablosu                                                                                                                            | 42 |
| <b>Tablo 5:</b> Cinsiyet Dağılımı                                                                                                                               | 43 |
| <b>Tablo 6:</b> Yaş Dağılımı                                                                                                                                    | 44 |
| <b>Tablo 7:</b> Medeni Durum Dağılımı                                                                                                                           | 44 |
| <b>Tablo 8:</b> Eğitim Durumu Dağılımı                                                                                                                          | 44 |
| <b>Tablo 9:</b> Meslek Dağılımı                                                                                                                                 | 45 |
| <b>Tablo 10:</b> Gelir Dağılımı                                                                                                                                 | 45 |
| <b>Tablo 11:</b> KMO ve Barlett Küresellik Testi                                                                                                                | 46 |
| <b>Tablo 12:</b> Açıklanan Toplam Varyans Tablosu                                                                                                               | 47 |
| <b>Tablo 13:</b> Faktörlerin Belirlendiği Matris Tablosu                                                                                                        | 48 |
| <b>Tablo 14:</b> Alt Faktörlere Ait Güvenilirlik Değerleri                                                                                                      | 49 |
| <b>Tablo 15:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri                               | 49 |
| <b>Tablo 16:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri                               | 50 |
| <b>Tablo 17:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri                               | 50 |
| <b>Tablo 18:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri                               | 51 |
| <b>Tablo 19:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri                               | 51 |
| <b>Tablo 20:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtların Dağılımı Tablosu | 52 |
| <b>Tablo 21:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi Tablosu | 54 |
| <b>Tablo 22:</b> Normallik Varsayımı Çarpıklık ve Basıklık Değerleri                                                                                            | 55 |
| <b>Tablo 23:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Cinsiyete Göre Farklılığını İnceleyen t Testi         | 57 |

|                                                                                                                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 24:</b> Varyansların Homojenliği Testi                                                                                                                                                               | 58 |
| <b>Tablo 25:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Hizmet ve Uygulamalar İle İlgili Algılarının Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen Anova Testi Bulguları | 59 |
| <b>Tablo 26:</b> Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Hizmet ve Uygulamalar İle İlgili Algılarının Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen Anova Testi Bulguları | 61 |
| <b>Tablo 27:</b> Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Medeni Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen t Testi                                                  | 62 |
| <b>Tablo 28:</b> Varyansların Homojenliği Testi                                                                                                                                                               | 63 |
| <b>Tablo 29:</b> Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Mesleğine Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi Bulguları                                          | 64 |
| <b>Tablo 30:</b> Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Mesleğine Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi Bulguları                                          | 65 |
| <b>Tablo 31:</b> Varyansların Homojenliği Testi                                                                                                                                                               | 66 |
| <b>Tablo 32:</b> Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Gelir Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi                                               | 67 |
| <b>Tablo 33:</b> Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Gelir Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi                                               | 68 |
| <b>Tablo 34:</b> Varyansların Homojenliği Testi                                                                                                                                                               | 69 |
| <b>Tablo 35:</b> Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi                                                       | 70 |

## **EKLER LİSTESİ**

**Ek-1:** Anket Formu

ek s. 1

## GİRİŞ

Faizsiz bankacılık modeli tüm dünyada büyük yankı uyandırmış, günümüzde ise katılım bankalarının önemi ve bireysel müşteriler tarafından popülerliği artmıştır. Ülkemizde sonradan katılım bankacılığı adıyla faiz kullanmayan bankalar olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Türkiye’de Müslüman halkın bankalarla olan ticari ilişkilerinde, İslam dini tarafından faizin tamamen yasaklanmış olduğu gerçeği zihinlerden tamamen silinmediği gözlenmiş ve bu sebeple İslam dini inançlara ters düşmeyecek İslami bankacılık kavramı, Türk milleti için de gerekli olduğu anlaşılmıştır. Hükümetlerin faizsiz Özel Finans Kurumlara izin vermeleri 1980’li yılların başlarında görülmektedir (Özsoy, 1997, s. 15).

Türk finans sisteminde, faizsiz bankacılık modeli 1983 senesinde Özel Finans Kurumu (ÖFK) ismiyle yer almıştır. Özel Finans Kurumları 1989, 1991, 1995 ve 1996 yıllarında faaliyetlerine devam etmiştir. 1 Kasım 2005 tarihinde 5411 sayılı kanunla Özel finans kurumları “Katılım Bankası”na dönüşmüştür. 1 Kasım 2005 tarihli 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nun 3.Maddesine göre Katılım Bankası şu şekilde de ifade edilir; “Bu kanuna göre katılma hesabı ve özel cari hesaplar yolu ile kredi kullandırmak ve fon toplamak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar” dır (Karakaş İşcan, 2019, s. 1).

Faizsiz bankacılığın Türkiye’de kurumsallaşmaya başlanması iki aşamada gerçekleşmiştir. Bunlardan ilki, 1983’te başlayıp, 2005’e doğru uzanan Özel Finans Kurumlar dönemi, sonraki 2005’te başlayan Katılım Bankacılığı dönemidir (Canbaz, 2018, s. 235).

Günümüzde katılım bankacılığının önemi son yıllarda büyük artış yaşamış, temel gayesi faizsiz çalışma prensibine dayanır. Katılım bankalarının diğer geleneksel bankalardan ayıran ve farklı yapısı ile öne çıkan özelliği faizi reddedip, İslam dini kuralları çerçevesine uygun bir şekilde topluma hizmet etmeyi ve atıl kalan ekonomiyi katılım bankaları sayesinde reel ekonomiye kazandırmaktır. Faiz hassasiyetine sahip bireylerin katılım bankalarına yönelme nedenlerinden biride dini inançlarımızın etkisidir. İslam dininde faiz yasaktır. Dolayısıyla faizden uzak durulmuş, muhafazakar kesimin tüm tasarruflarını değerlendirilmesi ve yatırım yapmasını sağlamak için, diğer

bankaların bir alternatifi olarak düşünölen katılım bankaları bu tasarrufları ekonomiye kazandırarak, faizsiz finans enströmanlarına yatırım yapmasına olanak sağlamıştır.

Literatör incelendiğinde bireysel müşterilerin fon kullanımında katılım bankalarını tercih etme nedenleri üzerine yapılmış çalışmalar olmakla birlikte uygulama olarak Şanlıurfa ili kapsamında yapılmış herhangi bir çalışmanın olmaması bu çalışmanın özgönlüğünü oluşturmaktadır.

Bu çalışma dört bölümü içermektedir. Birinci bölümde banka kavramı, bankaların faaliyet konuları; ikinci bölümde ise katılım bankacılığın tarihsel gelişim süreçleri ve katılım bankacılığın fon kullandırma yöntemleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise kredi tanımı ve işleyişi hakkında bilgi verilmiştir. Son bölümde ise Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren katılım bankalarında bireysel müşterilerin fon kullanımında katılım bankalarını tercih etme nedenleri üzerine araştırma yapılmıştır. Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### BANKACILIK TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

#### 1. 1. BANKACILIK TANIMI

Banka kelimesinin kökenine bakıldığında İtalyanca olan “banco” kelimesinden geldiği düşünülmektedir. Masa, sıra, tezgah anlamlarına gelen banco kelimesinin bankanın temelini oluşturmasında Lombardiya’lı Yahudilerin pazarlarda kurdukları masalarda bankacılık işlemlerin görmesi etkilidir. Bankacılık işlemlerinde taahhütlerin yerine getirilemediği ve iflasın gerçekleştiği durumlarda halk bancoları parçalardı. Bu nedenle iflas eden kişilere batı dillerinde “bankrupt” denilmektedir (Parasız, 2018, s.105).

Bankaların fonksiyonlarıyla ilgili olarak günümüzde çok çeşitli faaliyetleri olması nedeniyle tam olarak bir tanım yapmak zordur. Bu nedenle bankacılığın birçok tanımı yapılabilmektedir. Banka temel olarak, mevduat toplayarak kredi veren finansal sistemde yer alan kurumlar şeklinde isimlendirilebilir (Pınar ve Erdal, 2016, s.280).

Bankalar, harcamadıkları paraları tüzel ve gerçek kişilerden belli bir süre için, bunları kredi ve plasman aracılığıyla değerlendirmeyi amaçlayan kuruluşlardır (Öçal ve Çolak, 1988, s.11).

Bankalar kısa sürede fon fazlası olan halktan fon toplayarak, fon açığı olan halka uzun sürede fon temin ederek nakit akışını sağlarlar. Tasarruf sahipleri mevduatlarını biriktirerek bankalarda fon oluşturur ve bankalara ödünç olarak verilen bu fonlar ihtiyaç olan kesime satılır. Bankalar böylece ülke ekonomisinin gelişmesinde ve ilerlemesinde çok önemli katkı sağlarlar (Ayaydın ve Bostan, 2021, s.8). Bankanın ekonomik sistemde yeri ve önemi büyüktür.

Fon akışı sağlamak dışında bankalar çok önemli fonksiyonlara da sahiptir. Bu fonksiyonlar; kaydi para yaratmak, para ve maliye politikaların sağlıklı bir şekilde yürütülmesine sağlamak, gelir ve servet dağılımını etkilemektir. Bankacılık sektörlerinin güçlü yapısının olması, ülke ekonomilerini de güçlü kılmasını sağlayan bir etmendir. Bankacılığın gelişmesi ve kalkınmasına paralel olarak ekonominin de gelişmesi ve kalkınması söz konusu olmaktadır (Yetiz, 2016, s.107).

Bankalar ticari kuruluş olarak, karlarını azami hale getirirken, öte yandan vermiş

oldukları banka hizmetleriyle, ekonomik fonksiyonları daha işlevli hale getirip kamu yararına katkı sunmaktadır (Bağcı Zeki, 2021, s.3).

## 1. 2. DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ

### 1. 2. 1. Dünyada Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Bankacılığın varoluşu tıpkı ticaret gibi eski olmasıyla ilk çağlara dayanır. İnsanların bir arada birlikte yaşamaya başladıkları süreçten sonra birtakım ihtiyaçlar ve gereksinimleri karşılamak için, birçok ürünleri takas etmeye başlamaları, ticaretin ve bankacılığın gelişimine neden olmuştur (Ayaydın ve Bostan, 2021, s.8).

**Tablo 1:** Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

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

**Kaynak:** Aydın, N. (2006). *Bankacılık Uygulamaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Tarihte bankacılık hizmetlerinin ilk olarak eski Sümer ve Babil’de gerçekleştiği varsayılmaktadır. M.Ö. 3500 yıllarında Sümerlerde inşa edilen maket, ilk banka kuruluşu olarak bilinir. İlk borç verenler de Maket’in rahipleriydi. Harman zamanı ödenmek üzere, maketler çiftçilere hammadde ve tohum teçhizat alımını sağlamak amacıyla ilk zamanlar nakdi ve daha sonra parasal kredi verdikleri yapılan kazılarda rastlanmıştır. Maketlerin temel uğraş alanları, mevduat kabulü ve ödünç işlemlerinden oluşmaktadır. Ünlü hammurabi kanunlarında açık olarak maketin ödünç işlerini ne şekilde işletileceği, borcun süresinde nasıl tahsil olacağını, borçlunun aldığı mallarının hangi borcun yerine getirilip kullanılacağı yazılmıştır. Borç işlerinde faiz

kullanımı yer almıştır. Hurma ve tahıl ihracatında uygulanan faiz oranı ana sermayenin üçte biri, nakit para ihracatında beşte biri olarak gözlenmiştir. Diğer taraftan doğal afetlerin olduğu zamanlarda ürün elde edilmediği takdirde faiz tahakkuk ettirilemeyeceği ve borcun tahsis edilmeyeceği ifade edilmiştir. Her türlü ödünce karşılık taşınır (menkul) mal rehinine ve taşınmaz (gayri menkul) mal ve özellikle tarla ipotekine, hatta seçkin kişilere kefaletine olanak sağlanmıştır (Parasız, 2018, s.105).

Bankacılık faaliyetleri Babil İmparatorluğu'nda daha çok önemsenmiştir. Bankacılıkla ilgili yasaları M.Ö 2067-2025 tarihleri aralığında Hammurabi döneminde bulunmuştur. Hammurabi yasaları; belirli hükme tabi tutularak komisyon işlemleri ve mevduat toplama, kredi verme, ve killere yazılan iki nüsha kredi senetleri yazılmıştır (Pınar ve Erdal, 2016, s.281).

Mısırdaki bankacılığın ilerlemesi, Büyük İskender'in M.Ö IV. Yüzyıllarda (M.Ö 356-323) Mısır'ı almasıyla gerçekleşmiştir. Eski mısırdaki bileşik faiz yasaklanmıştı. Batlamyus döneminde (M.Ö 127-51) ise devletin kontrolünde olan bankacılık diğer bir deyişle tekeli altında olmuştur. Böylece özel bankaların sonunu hazırlamış olup, özel bankalar ortadan kaldırılmasına neden oldu. Fakat ülke Romalılara geçince özel bankalar yeniden faaliyet göstermeye başladı. İlk bankalar Eski Atina ve Roma'da sarraflıktan gelir elde eden bireylerden oluşuyordu (Takan ve Acar, 2018, s.3).

1453 tarihinde İstanbul'un alınışı, Rönesans, daha sonra yeni kıtaların bulunması ve ticaretin okyanuslara evrilmesine genişlemesine olanak sağladı, bu sayede batı ülkelerinde söz sahibi olan kilise hukukunun yerine roma hukuku yer alarak, kilise hukuku tamamen değişti. Faiz hakkında fikirlerde değişmeye başlandı, bir zamanlar faiz kullanılmazken, daha sonradan faiz kullanılmaya geçildi. Böylelikle bankacılık büyük ilerleme kaydetmiştir (Parasız, 2018, s.106).

Hollanda' da 1609'da Amsterdam bankası kurulması, modern anlamda ilk banka olma özelliğini taşımaktadır. Daha sonra Venedik'te, 1637'de Venedik bankası inşa edilmiştir. 1640'ta İngiltere'de kralın tüccarların Londra kulesinde gizledikleri altınlara el koyması, tüccarların devlete olan güvenini zedelenmiştir. Böylece tüccarlar altınlarını isimleri 'goldsmith' diye bilinen tüccarlara verip ve bunun karşılığında şahadetname almaya başladılar. Goldsmithler kısa bir zamandan sonra kasalarında altınların atıl kaldığını fark ederek, bunlara yönelik olarak borç talep edenlere

‘goldsmithnots’ diye adlandırılan kendi senetlerini vermeye başladılar. Bu senetlerin zaman içinde piyasadaki alışverişlerde dolaşır olması, ilk banknot sistemini getirmiştir (Yetiz, 2016, s.109).

İlerleyen dönemlerde Fransa ile yapılan savaş nedeniyle İngiltere’nin maddi zorluklar içinde olması, bir devlet bankası varlığının olması, bir devlet bankası eliyle piyasaya paranın girmesi fikri günyüzüne çıktı. Bu doğrultuda İngiltere bankası inşa edildi. Bu banka ilk merkez bankasıdır (Parasız, 2018, s.106).

### **1. 2. 2. Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi**

Bankacılık sektörü, Türkiye’de kapsamlı geçmişine bakıldığında elde edilen çalışmalarda, Türk bankacılığının gelişiminin 6 döneme ayrılarak, incelendiği görülmektedir (Yetiz, 2016, s.111). Çalışmada bu konu detaylı olarak ele alınmıştır.

#### **1. 2. 2. 1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1847-1923)**

18. yüzyıl ve 19. yüzyılda Batılı ülkelerde sanayi devrimi çıkmasıyla ve ekonomide büyük değişimlerin olması nedeniyle Osmanlı İmparatorluğu bu yenilikleri yakalamada başarısız olup, sömürgecilik faaliyetlerinin etkisi altında kalmış, ticari hayatın durmasına yol açmıştır, dış borcun günden güne ekonomide büyümesi, bankacılık adımlarının atılmasını ve gelişmesini olumsuz açıdan tetiklemiştir (Bilgin, 2019, s.4).

Bankacılığın Türkiye’de ilerlemesi diğer batı kaynaklı sistemlerde olduğu gibi oldukça yavaş sürmüştür. Tanzimat dönemine kadar Osmanlı İmparatorluğu’nda banka veya banka gibi kurumlar yoktu (Öçal ve Çolak, 1988, s.77).

Türklerin, Osmanlıda yöneticilik ve askerlik gibi işlere yönelmeleri, ticaret, sarraflık, faizcilik gibi mesleklerin Türk ve Müslüman olmayan kesime bırakmalarında önemli etken olmuştur. Bankacılığın Osmanlı döneminde ilerlememesinin temel sebebi, Osmanlı Ekonomisi’nin Batı Avrupa’da çıkan sanayi devrimi çağına uyum sağlayamaması ve esnaf ve zanaatkarlara yönelik kapalı bir ekonomik sisteme sahip olmalarıdır. Osmanlı döneminde bankacılık işlemlerini kısmen de olsa benzer bir çalışma faaliyeti yürüten ve kendilerine sarraf ve galata bankerleri denilen bireyler bulunmaktaydı (Parasız, 2018, s.107).

Bankacılık faaliyetleri Osmanlı zamanlarında Ermeni, Rum ve Yahudi

azınlıkları tarafından sarraflık ve bankerlik olarak ortaya çıkmış olması, Tanzimatın ilanından sonra ivme kazanmıştır (Sümer, 2016, s.487).

Osmanlı devletinin ekonomi olarak sıkıntıya düşmesi, sarrafların devletin mali konularda söz sahibi olması sonucu, sarraflar saygınlık kazanmaya başlamıştır, sarrafların yaptığı işler şunlardır:

-Devlete ödünç para vermek,

-Para çeşitleri arasında değiş tokuş yapmak,

-Menkul değerlerin alım ve satımını yapmak,

-Çeşitli kurum ve şahıslara ait tasarrufları onların yerine işletmek (Öçal ve Çolak, 1988, s.77).

Kaime olarak adlandırılan ilk kağıt para, 1840 yılında bütçede oluşan açıklıkları kapatmak amacıyla çıkarılmıştır. Kaime olarak bilinen para oranı, devamlı açık veren Osmanlı Hazinesi'nde kaynak temini sağlanması nedeniyle kısa zamanda önemli ölçüde artırılmıştır. Dış ticaret açıklarının devam etmesi karşısında kaimelerin yabancı paralar karşısında değeri düşmüştür, bu bakımdan ithalatın finansmanı için dış piyasalarda kaynaklar bulunması zorlaşmış, Hükümet yeni çözümler bulmaya çalışmıştır (TBB, 2008, s.1).

Bankacılık Ülkemizde 1847 senesinde başlamıştır. J.Alleon ve Thedor Baltazzi adıyla iki banker tarafından ilk banka 1847'de İstanbul bankası ismiyle kurulmuş olan banka, 1852 yılına kadar faaliyetine devam etmiştir (Parasız, 2018, s.107).

Osmanlı Devleti'nde kredi ihtiyacı karşılanmak için 11 yabancı sermayeli banka inşa edildi. Bankalar içinden en önemlisi olan 1859 senesinde kurulan ve Cumhuriyet'in ardından uzun yıllar boyunca faaliyetine devam eden, Bank-ı Osman-i Şahane günümüz adıyla Osmanlı Bankası'dır. Böyle bir zamanda ortaya çıkan başka sermayeli yabancı bankaların bir kısmı daha sonrasında Osmanlı Banka'sına dahil olmuş, bir kısmı da 1876 Osmanlı Rus savaşının ardından faaliyetlerini sonlandırmak durumunda kalmıştır (Atmaca, 2013, s.15).

1863 yılında Niş Valisi Mithat Paşa'nın ilk tarım kredi sandığı olan 'Memleket Sandıkları'nı kurma amacı: çiftçilere makul bir şekilde kredi temini sağlamaktır. Memleket sandıkları finansal kaynağını çiftçilere imece usulü ile topladıkları üretim

bedelleri oluşturmuş olup, elde edilen gelirlerle okul, çeşme, yol ve köprü yapımında kullanılmıştır. Daha sonra Memleket Sandıkları 1888 senesinde Ziraat Banka'sına dönüştürülmüştür. Mithat Paşa, kredi ihtiyacı olanlara ve halkın elindeki tasarrufları değerlendirmek için 'İstanbul Emniyet Sandığı'nı 1868 tarihinde kurmuştur. İstanbul Emniyet Sandığı, 1907 yılında Ziraat Banka'sına bağlanmıştır. Milli bankacılık hareketleri, II.Meşrutiyet'in ardından I.Dünya Savaşı sırasında hızlanmaya başlamıştır. 19 adet milli banka 1911-1923 yıllar arasında kurulmasıyla bu bankaların birçoğu bölgesel finansman ihtiyaçları karşılamak nedeniyle tek şubeli bankalar olarak faaliyet göstermiştir (Pınar ve Erdal, 2016, s.356-357).

#### **1. 2. 2. 2. Ulusal Bankalar Dönemi (1923-1933)**

Bankacılık sistemi, Cumhuriyet öncesi yıllarda çoğunlukla yabancı sermayenin hakimiyeti altındayken, Cumhuriyet'le beraber ulusallaşmıştır (Kalkan Özel, 2017, s.8).

İktisadi kalkınma olmadan tam anlamıyla bağımsız bir ulus devletlerin olamayacağını farkında olan Atatürk, Ülke kaynaklarını tespit etmek ve milletin teşvik etmesiyle kalkınma strateji ve politikaları uygulamak için 15 Şubat 1923 senesinde İzmir'de Türkiye İktisat Kongresi'nde toplanılmıştır. Kongre sonunda alınmış olan birtakım kararlar sonucunda egemen olan iktisadi felsefeyi ve görüşleri ifade edilmesi açısından çok önemlidir. Kongre; kalkınmacı, yerli ve yabancı sermayeyi ve çiftçiyi piyasalara özendirici, ılımlı korumacılık ve ekonomi hayatta ulusal unsurların ön plana çıkması en belirgin özellik olma niteliğini taşımaktadır (Vural, 1999, s.135). Kongrede böylelikle birçok girişimlerin temelleri atılmıştır.

İzmir İktisat Kongresi'nde Cumhuriyet Hükümeti'nin özellikle öncelik verdiği meselelerin başında milli bankacılığın geliştirilmesi geliyordu (Gürkan Yay, 1998, s.294). Cumhuriyetin ilk dönemlerinde bankacılık kapsamında temel gelişmeler şöyledir; Ziraat Bankası'nın anonim ortaklık haline getirilmesi, İş Banka'sının kurulması, Emlak ve Eytam Bankası'nın kurulup hizmet vermesi ve diğer önemli bir gelişme de Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin kurulmuş olmasıdır. Bu dönemin en belirgin özelliği çok sayıda yerel bankaların faaliyet göstermesidir. Yerel bankaların amacı, iş adamlarının bankacılık ve kredi işlemlerinin karşılanmasıdır. Bu bankalar bölgesel ihtiyaçların karşılanmasında önemli katkı sağlarken, Dünya Ekonomik Krizinin 1929 senesinde çıkması birçok bankayı ve ekonomiyi olumsuz

etkilemiştir. Ülkemizde ise şube bankacılığı faaliyetlerini durdurmak zorunda kalmıştır. Bunlardan günümüzde aktif olarak devam eden banka çok az sayıdadır. Devlet bankaların kurulmasıyla birlikte bu dönemde, 1934'te başlatılan 1. Sanayi Planı faaliyete girmesiyle, devlet sermayesi kapsamında kurulmuş olan bankalar önemli görevler üstlenmişlerdir (Takan ve Acar, 2018, s.5).

1 Mayıs 1925 senelerinde, Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur. Bu banka devletin sanayi ve maden üretiminin ilerlemesine olanak sağlayan ilk kuruluştur. Kalkınma Bankası tipinin ilk örneklerinden olan banka, Türk Bankacılığında işletmecilik tarafı ağır basmaktadır. Sanayi ve Maadin Bankası yeni başlayacak olan sanayi girişimcilere kredi vermek ve bu sayede girişimcilere yönelik düzenleyici rol oynarlardı (Bozuklu, 2003, s.284).

### **1. 2. 2. 3. Kamu Bankaları Dönemi (1933-1945)**

Devletçilik bu yıllarda ön planda olmuştur. Dönemin en önemli özelliği ise büyük ve önemli devlet bankalarının kurulmalarıdır. 1925 senesinde kurulmuş olan Sanayi ve Maadin Bankası, daha sonra 1932'yi tarihlerinde Sanayi ve Kredi Bankası'na dönüştürülmüştür. Yönetimdeki fabrikalar sanayi odasına geçmiştir. Bu dönem içinde özel yasalarla kurulmuş olan devlet bankalarının isimleri bunlardır: Belediye Bankası (İller bankası 1933), Sümerbank (1933), Etibank (1935), Denizbank (1938), T. Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) bankalarıdır. Bankalar bu hedefleri taşır: Sümerbank'ın amacı, sinai kalkınmayı ve büyümeyi sağlamaktır. T. Halk Bankasının amacı ise, küçük esnaf ve zanaatkarlara kredi desteği oluşturmaktır. İller Bankasının amacı, şehir imar projeleri yapmak, yerel yönetimi kalkındırmak, alt yapı hizmetlerini sağlamak için orta ve uzun vadelerle krediler destelemektir. Denizbank'ın amacı, Türk ve yabancı limanlar arasında sistemli bir şekilde posta seferleri işletmek ve çeşitli liman hizmetlerini yürütmek hedefi ile faaliyet göstermektir (Parasız, 2018, s.108).

### **1.2. 2. 4. Özel Bankalar Dönemi (1945-1960)**

Bu dönemde, Ülke ekonomik büyümesini sürdürürken, nüfusun artması, şehirlerin kalabalıklaşarak genişlemeye başlaması ve gelişen endüstriyel ortamın varlığı ile kaynak gereksinimine ihtiyaç zorunlu hale gelmiştir. Ekonomik büyümeyle birlikte, sermayenin özel kesimin elinde olması ve siyasi konjonktürün bu yöne evrilmesi, sektörde özel sermayeli bankaların varlığını etkin hale getirmiştir (Patnos,

2019, s.10).

Dönemin en göze çarpan özelliği, sanayileşme strateji olarak iktisadi devletçiliğin yerine özel sektörün desteklenmesi ve ekonomi kalkınma politikalarının öne çıkmasıdır. Bu politika değişikliğinin temel sebebi savaş senelerinde olan yüksek enflasyon ve spekülasyon ortamında tarım ve ticarete kendini gösteren özel kesimin ortaya çıkmış olması, 1950 tarihinde iktidara Demokrat Parti'nin geçmesiyle liberalizm ilkesi benimsenmiş olmasıdır. Bankacılık kapsamında yürütülen yatırımların kazancı artarak, özel bankacılık faaliyetleri giderek önem kazanmıştır. Bu dönemde inşa edilen bankalar şunlardır: Yapı ve Kredi Bankası (1944), Akbank (1948), Garanti Bankası (1946), Pamukbank (1955), ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950) dır. Bu yıllarda faiz miktarı ve bankacılık faaliyetlerinden alınacak komisyon miktarlarının hükümet tarafından belirtilmesi ile dövizle yönelik işlem yapma yetkisi sadece merkez bankasında bulunması sebebiyle, şube bankacılığına ve mevduat toplamaya dair rekabet artmıştır. Şube bankacılığının çoğalmasıyla, bölgesel temelli yerel bankaların tasfiye süreci hızlanmıştır (TBB, 2008, s.5-6).

#### **1. 2. 2. 5. Planlı Dönem (1960-1980)**

Planlı dönemde, kamu müdahalesi banka sektöründe git gide artmıştır (Bozdemir, 2007, s.18).

Bu dönemde 5 yıllık Kalkınma Planları uygulanmaya konulmuş olup, ithal ikameci sanayi politikasının takip edildiği planlı dönemde, yeni ticari bankaların uygulanan politikalar sonucu sisteme dahil olması önlenmiş ve bölgesel bankalar faaliyetlerine son verilmiştir. Bankacılık sektörü önemli derecede devletin kontrolü altında olmuştur. Bankaların temel işlevi kalkınma planlarında olan yatırımlara finansman temini sağlamaktır. İthal ikameci politikaların hedefleri doğrultusunda mevduat ve kredi faiz oranları, banka komisyon oranları belirlenmiştir. Özel sektörün finansman ihtiyacını kısa ve orta dönemde karşılamak amacıyla 1963 tarihinde Sınai Yatırım ve Kredi Bankası kurulmuştur. Bir diğer banka ise kamu sektörünün finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla 1964 tarihlerinde Devlet Yatırım Bankası kurulmuştur (Pınar ve Erdal, 2016, s.358).

Kamu ve özel sektörün iş birliği yani ortaklığıyla gerçekleştirilen yatırımların amacıyla ve ithal ikameci bir politikanın hedeflendiği planlı dönemde, diğer ülkelerden farklı bir şekilde faiz oranları Türkiye'de döviz kurları diğer ülkeler

piyasalarından bağımsız olarak ifade edilmiştir. Planlı Dönemde Türk bankacılığında yatırım ve kalkınma bankacılığının öneminin artması ve holding bankacılığının ivme kazanması, ticari banka kuruluşlarının kısıtlandığı ve ekonomik gelişmenin kalkınma planlarına yöneldiği bir süreç olmuştur. Bu dönemin en dikkat çeken özelliği ise, holding bankacılığının başlamasıdır. Özel teşebbüsün yatırımlarını artacağı tahmin edildiği için, holding bankacılığı devlet tarafından da desteklenmiştir (Gürtuna, 2005, s.97-98).

#### **1. 2. 2. 6. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 ve 2004)**

1970’li yılının sonunda ödemeler dengesi sorunları nedeniyle ortaya çıkan ekonomik durgunluk, sanayi döviz ihtiyacını da sağlayacak yeni bir sanayileşme stratejisinin kabul edilmesi ihtiyacını gün yüzüne çıkarmıştır. 1980 tarihinde, iç pazara yönelik üretimin yapıldığı ithal ikameci sanayileşme stratejisinden vazgeçilmiştir. Bu nedenle piyasa ekonomisine yönelik, dışa açılmayı ve dış satıma yönelik üretimi temel alan bir kalkınma politikası kabul görmüştür. Yeni stratejiyi desteklemek, ekonominin serbest piyasa ekonomisi prensiplerine dair tekrardan yapılanması ve tasarrufların istikrarlı büyümesi sağlamak için gerekli olan seviyeye yükseltmek hedefiyle, esnek döviz kuru ve pozitif reel faiz politikası uygulanması başlanmış mali piyasaların serbestleşmesi ve derinleşmesine dair yapılandırma çalışmaları yapılmış ve kurumlar oluşturulmuştur (TBB, 2008, s.14).

Gelişmekte olan ülkeler, içinde bulundukları kısır döngüden çıkmak için çözüm yöntemi olarak, dış kaynakları ülkeye çekmek ve finansal sistemde serbestleştiren uygulamalara gereksinim olduğu kanısına varılmıştır (Acar Balaylar, 2017, s.551).

1980 yılı itibariyle “ihracat odaklı” üretimin desteklendiği bir dönem olarak karşımıza çıkmıştır. 1980 tarihi Türkiye Ekonomisinin dışa açılmasından 2001 yılında yaşanan krize kadar geçen süre hem Türkiye Ekonomisi açısından hem de finansal sektör açısından dalgalanmaların olduğu bir dönem olmuştur (Uluyol, 2019, s.80).

1980 yılı öncesi devlet kontrolüyle kısıtlı mali araçlarla işlemler yürütülerek faaliyet gösteren bankacılık sektörü, 1980 tarihinde liberalleşmeyle birlikte yapılan girişimler sayesinde araç zenginliğine kavuşmuştur. Türk Bankacılık Sisteminde yasal, yapısal ve kurumsal olarak birçok gelişmeler olmuştur. Bu çerçevede

bankacılığın temel olarak verimli çalışması ve bankacılığın rekabete teşvik edilmesi hedeflenmiştir. Faiz oranları ve döviz kurları serbest bırakılmış olup, yabancı bankaların Türkiye'ye gelmesi ve şube açması için düzenlemeler getirilmiştir (Bakdur, 2003, s.12).

Yapısal değişimlerin 1980-1990'lı yıllarda ekonomide yaşandığı gösterilebilir. Bu dönemin özellikleri arasında olan yabancı bankaların piyasaya dahil olması, Türk bankalarının yurt dışında şube açmaları ve çok sayıda yeni banka kurmalarıdır. 1990-2000 dönemleri arasında bireysel bankacılığın ivme kazanması, tüketici kredileri, ATM ağları ve kredi kartları, telefon bankacılığının ve internet bankacılığının arttığı bir dönemdir (Uluyol, 2019, s.77). Ülkemizde yapısal değişimler ekonomiyi ve bankacılık sektörünü önemli ölçüde etkilemiştir.

Bu dönemde bankacılık alanında yapılan gelişmeler kısaca şöyle özetlenebilmektedir;

-Banka müşterilerine birçok ürün ve hizmet sunulmuştur, bunlar: tüketici kredileri, kredi kartlar, döviz tevdiat hesabı, factoring, forfaiting, leasing, swap, forward, future gibi yeniliklerdir (Yetiz, 2016, s.112).

-Bankacılık sektöründe kaynakların daha etkin ve verimli kullanımını temin etmek için 1986 senesinde Bankalararası (interbank) para piyasası kurulmuştur Bu imkanla bankalar ellerindeki nakit fazlalarını nakit ihtiyacı olan bankalara borç vererek, kazanç elde etmişlerdir. Borç almak veya vermek isteyen bankalar bu işlemlerini Merkez Bankası aracılığıyla yapmaktadır (Parasız, 2018, s.110).

-Sermaye Piyasası Kanunu (SPK)'nın 1982 tarihinde çıkartılmasıyla, sermaye piyasası araçlarını kullanımı için yasal kurumsal çerçeve sağlanmıştır. 1986 tarihinde İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) faaliyete girmiştir (TBB, 2008, s.14).

-Holding bankası olan beş ticari banka Sümerbank, Yurtbank, Esbank, Egebank, Yaşarbank'ın hisse senedinin tümü Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) nezdinde, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF)'na devredilmiştir (Takan ve Acar, 2018, s.8).

-Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) kurulmuştur. BDDK, bankaların iyi bir şekilde denetlenmesini, banka açılması ve bankaların tasfiyeleri

konusunda büyük yetki sahibi olmuştur (Takan ve Acar, 2018, s.9).

## İKİNCİ BÖLÜM

### KATILIM BANKACILIĞI TANIMI, GELİŞİMİ VE İŞLEYİŞİ

#### 2. 1. KATILIM BANKACILIĞI TANIMI

Katılım bankacılığı, faaliyetlerinde faize yer vermeyerek ekonomik sistemde yer alan bir bankacılık modeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dini hassasiyetleri olan kesimler, faizle çalışan bankalardan uzak durmuş ve arayış içerisinde olmuşlardır. Hızla Gelişen ve küreselleşen dünyada bankacılık sistemini yok sayarak ticaret yapmak pek mümkün olmamıştır. Elbette bankacılık ürünlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Faizin yer almadığı katılım bankalarının varlığı sayesinde, faiz hassasiyetine sahip kişilerin katılım bankalarına yönelmesinde en önemli etken faizsiz olması büyük rol oynamaktadır.

Katılım bankacılığı genel olarak bilindiği üzere, nominal işlemler üzerinde kar ve zarar üretmeyen, fakat reel ekonomi faaliyetleriyle, ticarete ve üretim faaliyetlerine direk finans sağlayarak yapılan işlemler sonucunda oluşan kar ve zararı müşterilerle paylaşan kurumlardır. Katılım bankacılığı fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri farklılıkları haricinde, faizi kabul etmezler. Faizle ilgisi olmayan katılım bankaları, diğer bütün bankacılık hizmetleri katılım bankaları tarafından verilmektedir (Tunç, 2010, s.113).

Katılım bankacılığı diğer bir ifadeyle, İslami hukuk sistemiyle eş değer olarak düzenlenmiş, çalışma prensiplerinin esasında Kur'an ve Sünnet başta olmak üzere İslami kaynaklara dayanan bir finans alt sistemi olarak bilinir. İslami bankaların faizsiz çalışması ve risk paylaşımı içermesi nedeniyle geleneksel (klasik) bankalardan farklıdır (Parlakkaya ve Akten Çürük, 2011, s.398).

Katılım bankalarının çıkış noktası, İslam dinine uygunluğu ve kâr-zarar ortaklığıyla çalışmasıdır. Bankacılıkla ilgili işlemleri İslami kurallar doğrultusunda yerine getirirler. İslam dininde faizin yasaklanmasıyla beraber, fonları klasik (geleneksel) bankalara yatırmak istemeyen halkın elindeki fonları İslami prensipler kapsamında ekonomiye entegre ederek büyümeyi sağlayacak yatırımlara dönüştürülmesi amacı sağlayan kurumlardır (Pehlivan, 2016, s.299). Geleneksel bankalara gitmeyen kesimin atıl olan tasarruflarının, bu bankaların alternatifi olan katılım bankalar sayesinde ekonomiye dahil edildiği görülebilir.

Faizsiz bankacılık, İslam ülkelerinde kabul görmüş bir sistemdir. Günümüzde faizin yer aldığı ekonomilerde de uygulanmaya başlanmıştır. Burada faizsiz bankacılık sisteminin hedefi: Faiz almak istemeyen tasarruf sahiplerinin fonlarını ekonomiye kazandırmak olmuştur. İslam'ın temel ilkelerine dayanan bankacılık modeli olan faizsiz banka yaklaşık 40-50 yıllık bir geçmişe sahiptir. Bu sistemin en önemli özelliği faizin, yasak olmasıdır (Ceylan ve Korkmaz, 2018, s.220).

## **2. 2. KATILIM BANKACILIĞININ DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE GELİŞİMİ**

### **2. 2. 1. Dünyada Katılım Bankacılığının Gelişimi**

Faizin yer almadığı kredili işlemlerin, geçmişe dönük araştırmalar yapıldığında insanlık tarihinin başlangıç dönemine kadar rastlandığı görülmektedir. Aynı olarak yapılan bu ödünç alma işlemleri daha sonradan nakdi olarak yapılmıştır. Bankacılık tarihinin gelişimi incelenirken kredi işlemleri gerçekleştiren kurumların birçoğunun bu işlemi faizsiz olarak gerçekleştirdiğine ulaşılmaktadır (Ustaoglu, 2014, s.19).

Bankacılık işlemlerini, ilk çağda üstlenen kurumların başında mabetler gelmektedir. Bu Mabetler böyle bir işi ilk zamanlar faizsiz yapmışlar, daha sonra ise faizli olarak borç verdikleri gözlenmiştir. Egibi ve Murashu ilk çağların önemli bankerlerindendir ve aileleri ilk anda faizsiz bir şekilde kredi vermişler daha sonra ise bankalardaki gibi faizli bir sisteme dönmüşlerdir. Faizciliğin giderek arttığı Orta Çağda ve alt sınıflarda olan halkın müthiş bir şekilde ağır faiz yükleri altında ezildiği dönemlerde şahısların bunlara karşı mücadele ettikleri gözlenmektedir (Türkmenoğlu, 2007, s.19).

M.S. 1118 tarihinde Hristiyan can ve mal güvenliğini sağlamak amacıyla kurulan Temple mezhebi ve üyesi olan Templiler'in elde ettiği bağışlar ve gelirlerle büyük oranda servet ve nüfuz sahibi olmuşlardır. Avrupa'da mezhebin şube sayısı 1000 den fazla olan bu kurum, askeri ve ticari alanda faizsiz kredi verdikleri gözlenmiştir (Akın, 1986, s.111).

İktisadi kalkınma ve refahın artırılması gibi ekonomik konular İslam dünyasında da yer almıştır. Para ve sermaye ile yüksek oranda bağımlı olan konular, devlet yönetiminde olmasa bile Müslüman açısından bankacılık konuları gündeme gelmiştir. Bu nedenle İslami bankacılıkla ilgili ilk teşebbüslerin Mısır'da Prof. Ahmed

en-Neccar tarafından 1963 tarihinde Mit Ghamr kasabasında çıktığı söylenmektedir (Canbaz, 2018, s.195).

Hindistan'ın Müslüman bölgelerinde bugünkü Pakistan gözlenen bazı "kooperatif bankacılık" faaliyetleri, ilk faizsiz finansman dünya örnekleri içinde yer alır. Müslüman toplumda 21. yüzyıl başlarından itibaren oluşmaya başlayan bu hareketin bilinçli, organize ve modern yöntemle hayata geçirilmesi fikri ilk kez merhum Suud kralı Faysal zamanında olmuştur. Büyüme süreci başında bütün ülkelerin kendisine doğrulttuğu fon isteklerini karşılamakta zorlanan Amerika Birleşik Devletleri bu gelişmeyle İslâm ülkeleri arasında bir an önce örgütlenerek büyük çapta bir oto-f finansman kaynağı oluşturmuştur. Dünya Bankasının sisteminde ise çalışacak bazı büyük bölgesel bankaların inşa edilmesiyle ve yüklerinin paylaşılması açısından öncü olmuşlardır. Bu doğrultuda Afrika ve Asya kalkınma bankalarının kuruluşuna paralel olarak 1975 senesinde Cidde'de kurulan İslam Kalkınma Bankası (İKB)'nın gerçekten de İslam ülkelerindeki kamu bazlı projelere çok önemli kapsamda katkı sağladığı görülmüştür (Sümer ve Onan, 2015, s.298).

1970'lerden sonra İslam ülkelerinde pek çok gelişme görülmüştür. Bu dönemde devletlerin petrol kazançlarının etkili olduğu ekonomik canlanmayla birlikte, özel yatırımların yer almasıyla, finansa ve bankalara olan talebi artırmıştır. Talebin olması birçok kamu ve özel teşebbüsleri ortaya çıkarmıştır. Bunlardan bölgesel nitelikli olanları, Asya ve Afrika kalkınma bankalarının kurulmuş olmasıdır. Bir diğeri ise Körfez Bölgesinde çıkan özel finansal örgütlenmeler olduğu söylenmektedir. Özel girişimciliğin öne çıkmasıyla birçok yeni sermaye grubu ve İslam Bankası ortaya çıkmıştır. 1981 tarihinde 'Dar Al-Maal Al- İslami Trust –Faisal Group' isimli Bahreyn merkezli Holding'in kurulmuş olması küresel faizsiz bankacılık kapsamında üç büyük gruptan biri olarak gösterilen holding, ilk kez İslam dünyası dışına çıkararak dünyanın bankacılık merkezi olan İsviçre'nin Cenevre şehrinde faizsiz bankacılık faaliyetine başlamıştır (Canbaz, 2018, s.199).

Böylece faizsiz bankacılık modeli dünyanın her yerinde kabul gördüğünü ve faaliyetlerine devam ettiğini söyleyebiliriz.

## 2. 2. 2. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi

1970’li yılların sonunda faizsiz bankaların dünyada başarılı olmalarının büyük yankı uyandırması sonucu, Türkiye’de faizsiz bankacılık meselesi gündeme gelmiştir (Kazancı, 2020, s.114).

İslam Kalkınma Bankası (İKB)’nin ülkemizde kar ve zarar ortaklığıyla beraber temelinde, faiz içermeyen finansman ve kredi temin etmek nedeniyle 17.04.1975 gün ve 1877 sayılı kanuna dayanılarak 11.11.1975/13 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (DESİYAB) kurulmuştur. Temel işlevi döviz sıkıntısı yaşadığımız 1970’li tarihlerinde işçi dövizleri ülkedeki ödemeler bilançosu açıklarını kapatması bakımından çok önemlidir ve bu banka, işçi dövizlerine ihtiyacın çok büyüyen ve çoğaldığı 1975 tarihinin ardından çoğunluk olarak yurt dışında faaliyet göstermiş ve çalışanların tasarruflarını kâr ve zarar ortaklığı prensibine göre değerlendirmiş ve reel sektörün finansman ihtiyacının ülkemizde karşılanması sağlanmaya çalışmışlardır. İlk faizsiz bankacılık girişimiyle büyük ümitlerle kurulan DESİYAB üç yıl gibi bir süre sonrasında faizli sisteme geçme kararıyla son bulmuştur. Fakat bu banka temel hedefine ulaşmasa dahi bu ilk uygulama faizsiz bankacılıkta etkili bir izlenim bırakarak, ülkemize önemli kazanımlar getirmiştir. 24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte ülkemizde olan ekonomik değişimlerin ardından Türkiye’de Faizsiz Bankacılık Sisteminin önü açılmıştır (Şimsek, 2019, s.47).

Türkiye’de faizsiz bankacılık, Türk finansal sisteme ‘Özel Finans Kurumu (ÖFK) olarak girmiştir. Özel Finans Kurumları, faizsiz bankacılık uygulamaları ile İslami finansın Türkiye’deki ilk aşaması olarak görülür. İlk olarak Al baraka Türk ile Faisal Finans Özel Finans Kurumları olmaları 1984 senesinde faaliyet göstermiştir. Daha sonra sistemde yeni Özel Finans Kurumları da yer almıştır. Türkiye’de Özel Finans Kurumları olarak faaliyete başlayan faizsiz bankacılığın geçirdiği süreçler şu şekildedir:

-Katılım bankacılığının ilk adımı, 16.12.1983 tarihli ve 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla ‘Özel Finans Kurumları’ kararnamesi çıkartılmıştır. Kararnameyle beraber ‘faizsiz bankacılığın’ önü açılmıştır. Ardından ilk düzenlemeler oluşturulmaya başlanmıştır. Bu düzenlemelerden ilki, 25 Şubat 1984 tarihinde Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yapılandır. Diğer ise T.C. Merkez Bankası tarafından 21 Mart 1984’te yayımlanan tebliğlerdir. Yayımlanan bu tebliğlerde

özellikle sistemin ayrıntıları hakkında detaylı bilgi verilmeye çalışılmıştır. V e sonrası süreçte düzenlemelerle beraber, ilk “faizsiz finans kurumlarının” kurulması için adım atılmıştır.

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

-Kurulan üçüncü kurum ise, 1989 senesinde faaliyete başlayan ve daha çok yabancı sermaye ağırlıklı olan Kuveyt Türk Özel Finans Kurumu’dur.

-Faizsiz özel finans kurumları, ilk yerli sermayeyle kurulan 1991 yılında Anadolu Finans Kurumu, 1995 yılında İhlas Finans Kurumu ve 1996 yılında Asya Özel Finans Kurumudur.

Böylelikle; 1990 yıllarının sonunda ülkede toplamda 6 tane ‘Özel Finans Kurumu’ kurulmuş olup faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Bu kurumların ilk üç tanesi Arap ve Körfez sermaye ağırlıklı kurulurken, diğer kurumlar ise tamamen yerli sermayelidir. Fakat 2001 senesinin şubat ayında çıkan finansal krizle İhlas Finans Kurumu, mali başarısızlık yaşamıştır ve Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) tarafından tasfiye sürecine girmiştir. Aynı durum finansal sektörde birden fazla kurumda olmuştur. 1999 tarihinde başlayan ve 2001 tarihine tekrarlanan ‘krizler dönemi’ birden fazla bankayı zor durumda bırakmış ve BDDK tarafından bankaya el konulmuş olup birkaçı tasfiye edilmiştir. Bu durumların yaşanmasından dolayı finansal sistemin yeniden düzenlemesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Banka ve finansal kapsamda birçok radikal düzenlemeler yapılmaya başlamıştır. Böylece değişim ve dönüşüm süreçlerinden geçen Özel Finans Kurumları da çıkarılan tebliğ ve düzenlemeler neticesinde mevzuat açısından güçlendirilmiştir (Canbaz, 2018, s.235-236).

01.11.2005 yılında yürürlüğe giren 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile Özel Finans Kurumları’nın ismi artık “Katılım Bankası” olarak yer almıştır. Dolayısıyla ÖFK’ların bağlı oldukları Özel Finans Kurumları Birliği’nin adları da “Türkiye Katılım Bankaları Birliği” (TKBB) olarak değiştirilmiştir. Bu değişikliklerin ardından faaliyet gösteren Özel Finans Kurumları ismini 2001 yılında Family Finans Kurumu olarak değiştirmiş olan Faysal Finans Kurumu ile Anadolu Finans Kurumu 30.12.2005 yılında bu kurumlar birleşmiş olup Türkiye Finans Katılım Bankası olarak yer almıştır.

Türkiye Finans haricinde 2005 tarihiyle Türkiye’de faaliyette bulunan katılım bankası sayısı Albaraka Türk Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası ve Asya Finans Katılım Bankası (Bank Asya) olmak üzere 4’e ayrılır. 15.10.2014 yılında Ziraat Katılım Bankası’nın ve 25.06.2015 yılında ise Vakıf Katılım Bankası’nın kurulması ile faaliyet gösteren katılım bankası sayısı 6’ya ulaşmıştır. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) 29.05.2015 tarihinde, Bank Asya’nın Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF)’ye devredilmesine ve 22.07.2016 tarihinde ise faaliyet izninin durdurulmasına karar verilmiştir. Bu karar neticesinde 5’e düşen katılım bankası sayısı, 2019 tarihinde kamu sermayeli Emlak Katılım Bankası’nın faaliyete başlaması ile birlikte banka sayısı yeniden 6’ya ulaşmıştır (Tetik ve Şahin, 2020, s.298).

Genel ifadeyle Özel Finans Kurumu yerine yeni statü ve yeni ismiyle Katılım Bankası kabul edilmiştir. Katılım Bankaları özel cari ve katılma hesapları aracılığıyla fon toplamak ve kredi kullandırmak temel esas olmak üzere faaliyet gösteren kurumlar olarak tanımlanmaktadır (Canbaz, 2018, s.238).

Türkiye’de şu anda aktif olarak faaliyette bulunan 6 Katılım Bankası vardır. Kronolojik sırasıyla şöyledir: Albaraka Türk, Kuveyt Türk, Türkiye Finans, Ziraat Katılım, Vakıf Katılım ve Emlak Katılım bankalarıdır. İlk banka 1985 tarihinde Türkiye’de katılım bankacılığı olarak faaliyet gösteren Albaraka Türk olmuştur. Üç kamu katılım bankası daha sonradan faaliyete geçmiştir. 2015 tarihinde Ziraat Katılım, 2016 tarihinde Vakıf Katılım ve son olarak 2019 tarihinde Emlak Katılım bankaları, kamu katılım bankaları olarak ekonomik sistemde yer almıştır (Kevser, 2020, s.117).

Tablo 2’de katılım bankacılığının Türkiye’deki gelişim süreci görülmektedir.

**Tablo 2:** Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi

| Dönem          | Yıl  | Kurulan Banka                                                       |
|----------------|------|---------------------------------------------------------------------|
| 1980 Öncesi    |      |                                                                     |
| 1980’li Yıllar | 1983 | Özel Finans Kurumlarına Faaliyet İzni Verildi                       |
|                | 1985 | Albaraka Türk Finans Kurumu                                         |
|                |      | Faisal Finans Kurumu                                                |
| 1990’lı Yıllar | 1989 | Kuveyt Türk Finans Kurumu                                           |
|                | 1991 | Anadolu Finans Kurumu                                               |
|                | 1995 | İhlas Finans Kurumu                                                 |
|                | 1996 | Asya Finans Kurumu                                                  |
| 2000’li Yıllar | 1999 | Özel Finans Kurumları Bankalar Kanunu Kapsamına Alındı              |
|                | 2001 | İhlas Finans Kurumunun Bankacılık Ruhsatı İptal Edildi              |
|                |      | Family Finans <sup>249</sup>                                        |
|                | 2005 | Özel Finans Kurumların İsimleri Katılım Bankası Olarak Değiştirildi |
|                |      | Türkiye Finans Katılım Bankası                                      |
|                |      | Türkiye Katılım Bankaları Birliği Kuruldu                           |
| 2010 Sonrası   | 2006 | Türkiye Finans NCB Tarafından Satın Alındı                          |
|                | 2008 | İlk Sukuk İhracı Gerçekleştirildi                                   |
|                | 2010 | Ziraat Katılım Bankası                                              |
|                | 2015 | Vakıf Katılım Bankası                                               |
|                | 2016 | Asya Katılım Bankası TMSF’ye Devredildi                             |
|                | 2019 | Emlak Katılım Bankası                                               |

**Kaynak:** Bayrak, A. Z. (2020). *Türkiye’de Katılım Bankaları ve Geleneksel Bankaların İletişimsel – Rasyonellik Açısından Karşılaştırılması* (Doktora Tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Manisa s.91

Kamu Katılım bankaların asıl kuruluş amacı, katılım bankacılığının genel bankacılık sektörü kapsamında payını arttırmak olup klasik bankacılık sisteminin tamamlayıcı unsuru olarak finansal piyasalarda etkin olmasını sağlamaktır. Temel hedefi İslami hassasiyeti olan bireylere finansal hizmet sektöründe alternatif oluşturmaktır (Kevser, 2020, s.117).

## 2. 3. KATILIM BANKASININ KURULMA NEDENLERİ

Faizsiz bankacılık model fikrine ihtiyaç duyulma sebepleri, 20.yüzyılın ikinci yarısında yeni devletlerin var olmaya başlaması, sömürgeleştirmenin ve rekabetin arttığı dönemde olmuştur. Bu bağlamda Müslüman kesim İslami bankacılık diğer adıyla faizsiz bankacılığın kurulmasına neden olmuştur. O dönemlerde İslami finansal sistem genel İslam ekonomisinin, kapitalist liberalizme ve sosyalist düzenlemeye alternatif olabilecek İslami sosyal düzeni destekleyen bir bölümü olarak

görülyordu (Eryılmaz ve Yüce, 2020, s.10).

İslam toplumlarında Müslümanlar için kutsal kitap olan Kuran ve Sünnetler, çeşitli konularda insanların içtimai hayatını düzenleyen ve denetleyen kaideler bulunmaktadır. Böyle bir durum ekonomik sistemlerinde de geçerlidir. Kutsal kitap olan Kuran’da ve Sünnetlerde kesinlikle yasaklanmış olan faiz, İslam dünyasında ortaya çıkan faizsiz bankacılık modeli olarak yer almıştır (Baykara, 2012, s.17).

Faizsiz bankacılığın 2005 ve sonrası süreçte, katılım bankacılığı şeklinde değişime uğramasında rol oynayan etkenler dini, ekonomik ve sosyal nedenler olmak üzere üç başlık altında detaylı bir biçimde incelenecektir. Bu başlıkların detaylı bir biçimde açıklanması konunun anlaşılabilirliği açısından oldukça önemlidir.

### **2. 3. 1. Dini Nedenler**

İslam inancıyla beraber Müslümanların yaşama biçimleri ve birbirleri ile olan ilişkilerine ait esaslar, emir ve yasaklar vardır. İslamın koymuş olduğu ilkeler günlük hayatın sadece inanç, ibadet ve ahlak cephesinde değil, aynı zamanda sosyal beşeri ve iktisadi tüm cephelerinde İslam’ın koyduğu kurallara uymak, inancın gerekliliğidir. İslam’ın iktisadi hayatta Müslümanların uyması gereken kurallar vardır. İslam’ın getirmiş olduğu ilkeler, ister inanç ve ibadetle bağlantılı olsun, isterse sosyo-ekonomik hayatla bağlantılı olsun birbiriyle bağlı olup, bir bütün oluştururlar (Özsoy, 1997, s.95). Sonuç olarak bir Müslüman için İslam dininin hükümleriyle beraber iman eden, ibadet ve diğer İslam dini hükümleri birbirinden farklı olarak değerlendirilmez (Aktepe, 2012, s.23).

İslam’a özgü ekonomik sistem yapısında ticaret helal, faiz haram kılınmıştır. İslam dini, hesap verme bilinciyle, faizin tamamen yasak olması ve zekat kurumu, devletin ölçülü müdahalesi ilkeleriyle, serbest oluşan piyasanın kapitalistlik bir piyasaya dönüşmesini engeller (Karakoç, 2022, s.47).

İslam dininde faizin yasak olması, Müslümanların faizle çalışan bankalardan uzak kalmasına yol açmıştır. Ülke kalkınması için sermaye çok önemlidir. Bu nedenle İslam ülkelerinde, dini inançlara uygun finansal kurumlar olduğu takdirde halkın elindeki nakit ve kıymetli taşlar, ya da nakde dönüşebilecek diğer şekilde atıl kalan tasarruflar sermaye oluşum sürecine dahil olabileceklerdir. Böylelikle halkın dini inançlarına ters düşmeyecek şekilde finansal sistemde faizsiz bankalar yani İslam bankaları ortaya

çıkmiştir (Özsoy, 1997, s.97).

### **2. 3. 2. Ekonomik Nedenler**

Dünyada gelişen ülkeler arasında, İslam ülkeleri de yer almaktadır. Arap ülkelerinde var olan petrol kaynakları bu ülkelerin gelişmesine ve ülkeye büyük kazanç sağlamaktadır. 1970’li tarihlerinde OPEC ülkeleri almış oldukları karar neticesinde petrole zam yapmışlardır. Bu bağlamda petrolde zengin olan ülkeler git gide zenginleşerek gelirleri yüksek seviyeye ulaşmıştır. Elde ettikleri gelirleri ekonomik kalkınmaları bağlamında gerektiği gibi kullanmamış petrol zengini olan ülkeler, paralarının bir bölümünü Batı kaynaklarına yatırım yapmışlardır. Öte taraftan da düşük gelirli İslam ülkeleri kalkınabilmeleri ve gelişmelerine yardımcı olmak ve karşılıklı ittifak içerisinde olmak istemişlerdir (Özsoy, 1997, s.98).

Katılım bankacılığına ekonomik alanda ihtiyaç duyulmasının nedenleri kısaca şöyledir;

-Yeni Finansman Yöntemleri: Katılım Bankaları tarafından faizsiz anlayış kapsamından fonların toplanması ve fonların kullandırılmasını sağlayarak, yeni finans yöntemleri bankacılık sistemine kazandırılmıştır.

-Yeni Müşteriler: Faiz hassasiyeti olan ve klasik bankalardan uzak duran önemli fon sahipleri ve kullanıcıların katılım bankalarının müşteri olarak sektörde yer alması sağlanmıştır.

-Kaynakların verimli Kullanımı: Katılım Bankalarının topladıkları fonlar proje bağlamında kullandırmasıyla birlikte kaynakların etkin ve verimliliği finansal sisteme kazandırmıştır.

-Atıl Fonların Reel Ekonomiye Dahil Edilmesi: Faizle çalışan geleneksel bankacılık faaliyeti sürdüren kurumlardan mesafeli ve uzak kalan fon sahiplerinin ellerindeki atıl fonların bir bölümünün Katılım bankaları sayesinde, reel ekonomik sisteme kazandırılması sağlanmıştır (Aras ve Öztürk, 2011, s.172).

Ülkemizde ve dünyada gittikçe önem kazanmaya başlayan katılım bankalarının varlığı ekonomik açıdan önemli görülmektedir. Bu yüzden katılım bankaları bir ülke için ekonomik refahın artması, atıl kalan tasarrufların sisteme kazandırılması, kayıt dışı ekonominin önünün kapatılması, reel sektörün finans

sağlaması açısından ve rekabetin geliştirmesi gibi ekonomik alanda birçok katkısı vardır (Avcı, 2020, s.8). Bundan dolayı toplumsal ihtiyaçları karşılayarak, kaynak transferi yapmasıyla katılım bankacılığının önemi vurgulanmaktadır.

### **2. 3. 3. Sosyal Nedenler**

Az gelişmiş ölkelerde yaşanan sorunlardan biri olan gelir adaletsizliğın ortadan kaldırılması ve ayrıca sistemin iki önemli elementi olan işgücü ve sermayedarların büyük sorunlar yaşamadan birlikte çalışabilmeleri gibi durumlar faizsiz bankacılık sisteminin gelişiminde oldukça etkilidir. Faizsiz bankacılık sisteminde sermayedar elindeki sermayesi oranında kâra ve zarara ortak olduğundan klasik bankacılık sisteminde olduğu gibi sermaye sahibine doğru tek taraflı kaynak transferi yapmamaktadır. Bütün dünyada benimsenen sosyal devlet görüşü, faizsiz bankacılığın gelişmesinde büyük rol oynamıştır (Mücahitöğlü, 2015, s.7). Sebepsiz zenginleşme ve ekonomik gelir adaletsizliğının önüne geçilerek sosyal düzen hedefi amaçlanmıştır.

## **2. 4. KATILIM BANKASININ TEMEL İLKELERİ**

Faiz içermeyen finansman sistemin İslam'ın belirlediğı ilkeler doğrultusunda olmuştur. Faizsiz bankacılık sisteminin temel ilkeleri şunlardır:

-Faizin yasak oluşu: Faizsiz sistemde, ticari ilişkilerde borçlunun borcunu ve önceden belli olan ilave tutarın ödenmesi zorunluluğı olan faiz yani paradan para üretme, yasaktır kabul edilmez.

-Riskin paylaşımı (kar ve zarar paylaşımı): Borçlu ve borç veren iki taraf, ticari ve üretim faaliyetlerinin neticesinde oluşacak olan kar veya zarar riskini ortaklaşa paylaşırlar. Böylece risk tek tarafa yansıtılmaz.

-Spekülatif hareketlerin yasak oluşu: Temel neden ise, ekonomik anlamda spekülasyondan para kazanan bireylerin, haksız kazanç elde etmesi, zayıfların güçlüler tarafından ezilmesi, servetin dengesiz dağılımını önlemektir. Bu yüzden spekülatif işlemler yasaklanmıştır.

-Belirsizliğin (garar) yasak oluşu ve sözleşmenin önemi: Ekonomide belirsizlik, alıcının ne aldığı satıcının ne sattığı bilinmemesi durumunu belirten, bilgisizlikten kaynaklanan ticari işlemler yasaktır. İslam dini sözleşmelerde şeffaflığı tavsiye eder.

-Banka faaliyetlerinin ortakların bilgisine sunulması: Faizsiz bankalar yapacakları tüm faaliyetlerde ortaklara bilgi verilir.

-İzin verilmeyen faaliyet alanları: İslam ahlakına ters düşen İslam ekonomi sisteminde izin verilmeyen alkol ve domuz ürünleri ve haram kılınan şeylerin alım satımı finansmanı kesin olarak yasaktır (Tunç, 2010, s.122-125).

## **2. 5. KATILIM BANKASININ GÜÇLÜ YÖNLERİ**

Katılım bankacılığının temel ilkelerine değinildikten sonra, finansal sistem de Katılım bankasının güçlü yönleri şu şekilde sıralanmıştır:

-Felsefesi: Katılım bankaları temel felsefesini İslami düşünce sisteminden alırlar. Banka içinde müşterileri, çalışanları ve hissedarlarıyla beraber madde ve mana dengesini kuran atmosfer vardır. Çalışma ortamları demokratik ve karşılıklı güven ilişkisine dayanır. Müşterisi ile büyüyen müşterinin derdini sıkıntılarını paylaşan kurumlar niteliğini taşırlar.

-Toplanan fonların özelliği: Katılma hesapları, bankaların öz kaynağını oluşturur. Faaliyetleri sonucunda meydana gelen kar veya zararı müşterileri ile paylaşmaları, katılım bankalarının mali bünye bakımından korunan bir mekanizma görevindedir. Hesap sahiplerine ödenmesi gereken bir getiri bulunmamaktadır. Faaliyet zararlarının bankanın üstlenmesi riski de yoktur.

-Krizlere karşı dayanıklılık: En temel özelliklerinden biri de konvansiyonel bankalarla kıyaslandığında, krizlere yönelik katılım bankalarının birtakım risklere karşı korunmuş oldukları gerçeğidir. Gerekçesi de katılım bankalarının kur ve faizden uzak olmaları, döviz kuru ve faiz oranındaki büyük miktarda hareketliliğin yaşandığı zamanlarda katılım bankalarını, oluşabilecek muhtemel zararlardan korumaktadır.

-Erken dönemde kredi çağırma ve fiyat değişikliği olmamasının sistemi korunması: Katılım bankaları, müşterilerine kullandırdıkları fonu işlemin yapıldığı sırada anlaştıkları fiyat üstünden bir değişiklik uygulamazlar. Kullandırılan fonu süresinden önce geri çağırılmazlar. Bu sebeple banka ve müşteri için bu durum çok önem taşır. Aksi durumlar düşünüldüğünde hem banka hem de müşteri sıkıntıya düşmüş olacaktır.

-Kobi tecrübesi: Katılım bankalarının temel güçlerinden biri olarak sayılan

KOBİ diye adlandırılan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerle yakın ilişkisidir. Ülkede uzun dönemler geleneksel bankaların toplamış oldukları fonların yalnızca %30-40'ı civarında krediye çevirmiştir. Fonların geri kalan kısımları ise başta hazine bonoları olmak üzere, gecelik repo ve devlet tahvili gibi reel ekonomi dışında kalan alanlarda değerlendirilmeye alınmıştır. 30 yılı kapsayan süreçte ülkenin refah seviyesinin yüksek olduğu dönemlerde ve aynı zamanda refahın düşük olduğu dönemlerde de katılım bankaları ve KOBİ'ler ile beraber birlik olup hareket etmesiyle uzun yıllar ayakta kalmışlardır (Tunç, 2010, s.234-236).

## **2. 6. KATILIM BANKALARININ FON TOPLAMA YÖNTEMLERİ**

Katılma bankaları diğer bankalardan ayrı bir biçimde fonlarını 'kar ve zarara katılma' ilkesi şeklinde toplayarak bankacılık hizmeti vermektedirler, iki yöntemle toplamaktadır. Şöyledir:

- 1) Cari Hesaplar
- 2) Katılma Hesaplar

### **2. 6. 1. Cari Hesaplar**

Cari hesaplar, Döviz cinsi ve Türk lirası olarak açılabilen hesaplardır. Bu hesaplar istek doğrultusunda kısmen ya da bütünüyle her an geri çekilebilme niteliği taşıyan, karşılığında hesap sahiplerine kar veya her ne nam altında olursa olsun bir bedel ödenmesi yapılmayan hesaplara cari hesaplar denir (Özsoy, 1997, s.160). Bu hesaplar vadesizdir ve işletilmesinde oluşacak risk ya da getiriler bütünüyle katılım bankalarına aittir. Bu cari hesaplar banka için maliyet içermeyen kaynak niteliğine sahiptir. Cari hesaplar çoğunlukla ticari müşteriler açısından günlük nakit akımları yönetmek ve diğer bankacılık hizmetlerini düşük ücret ya da ücretsiz karşılamak için açılır. Müşterilerin bazıları yalnızca bir süre paralarını korumak ve paralarını istedikleri esnada çekmek için tasarruflarını cari hesaplara yatırır. Katılım bankaları tarafından toplanan fonların yaklaşık %20'si özel cari hesaplara yatırılan fonları oluşturur (Tunç, 2010, s.191).

### **2. 6. 2. Katılma Hesaplar**

Bankacılık kanununda, katılma hesapları şu şekilde ifade edilmiştir: Katılım bankalarına sağlanan fonlar bu kurumlar tarafından kullanılmasıyla çıkacak, kar ve

zarara katılma sonucu veren, karşılığında hesap sahibine öncesinde uygulanmış herhangi bir kazanç ödenmeyen ve anaparanın doğrudan geri ödemesi garantisi olmayan fonların oluşturdukları hesaplara, katılma hesapları denilmektedir (Aktepe, 2012, s.82).

Katılma Hesaplarında toplanan fonlar faizsiz finansman sisteminin esas kaynağıdır. Emek ve sermaye ortaklığına yönelik fonlar bu hesapta toplanır. Sermaye sahiplerinden yani mevduat sahiplerinden kar ve zarara katılma hesabına ortak yapılmak üzere toplanan fonlar: Çoğunlukla 1 ay, 3 ay, 6 ay ve 1 yıl ve üzeri olan süreli olarak Türk Lirası, USD ile EURO üzerinden açılmaktadır. Havuz sisteminde her para birimi paranın türüne göre sınıflandırılmaktadır. Her sınıfta kar ve zarar miktarı tasarrufun süresi itibariyle hesaplanmaktadır. Mudarib hissesi olarak kar ve zararın %20 ya da %25'i bankaya kalmaktadır. Bu hisse vade ve hesabın miktarına göre belirtilmektedir. Geriye kalan %75 veya %80'i tasarruf hesabına ait olur. Her sınıfın kar ve zararı vade günü hesaplanır. 'Katılma Hesabı' sahibi bireylere dağıtılan kar payı üstünden %15 miktarında Gelir vergisi stopajı yapılmaktadır. 'Katılma Hesabı' sahiplerine sabit bir gelir taahhüdünde bulunulmaz. Hesap sahibi, hesabından süresinde veya önceden para çekebilir. Eğer kurum muvafakat ederse vadesinden önce para çekilebilir. Katılma Hesabı ismiyle toplanan fonlar, faizsiz finansman enstrümanlarıyla direk olarak ticaret ve sanayi finansmanlarında kullanılmaktadır. Elde edilmiş olan karın bu hesaplara karşılık gelen bir bölümü ise hesap sahibi bireylere paylaşılır. Kredilendirme nedeniyle oluşan risk, banka tarafından krediye fon sağlayan hesap bireylerine aktarılmaktadır (Canbaz, 2018, s.257-258).

## **2. 7. KATILIM BANKALARININ FON KULLANDIRMA YÖNTEMLERİ**

Katılım bankalarının temel olarak fon kullandırma yöntemleri, klasik bankalardan oldukça farklıdır. Katılım Bankaları yatırımcıyı ve tasarruf sahibini bir araya getirir ve yatırımcıların riskleri tasarruf sahibi ve kurum tarafından bölüşülmektedir. Hiçbir zaman önceden getiri güvencesi bulunmaz. Katılım bankalarında, yatırımların finansmanında kullandırılan fonların geri dönmeme riski banka ve fon sahipleri arasında ortak olarak paylaşılmaktadır. Bu bankaların katılım bankası diye anılmasının temel nedeni de kâra veya zarara katılımı esas alan bir bankacılık modelidir (Ustaoglu, 2014, s.49). Fon kullandırma faaliyetleri katılım bankalarında ortaklık ve ticaret mal ve hizmet satışı şeklinde gerçekleşmektedir.

Katılım bankalarında fon kullandırmada temel hedef helal olan her tür ekonomik faaliyeti finanse edebilmektir. Katılım bankalarının en dikkat çeken özelliği ise faizsiz olması, insanlığa yarar sağlayan, reel ve meşru bir faaliyette bulunmasıdır (Canbaz, 2018, s.259). Fon kullandırma yöntemleri kısaca özetlersek şöyledir (Ayaydın ve Bostan, 2021, s.85-103):

\*Kurumsal Finansman Desteği (Murabaha)

\*Bireysel Finansman Desteği

\*Emek- Sermaye Ortaklığı (Mudarebe)

\*Sermaye- Sermaye Ortaklığı (Müşareke)

\*Finansal Kiralama (Leasing-İcare)

\*Selem

\*İstisna (Eser Sözleşmesi)

\*Karz-ı Hasen (Borç Verme)

\*Teverruk

\*Sukuk (Kira Sertifikaları)

### **2. 7. 1. Kurumsal Finansman Desteği (Murabaha)**

Günümüzde katılım bankalarının esas para kazanma sistemi murabahadır. Daha çok peşin alınan malın vadeli karlı satımı şeklinde ifade edilir (Aktepe, 2012, s.84). Katılım bankacılığında murabaha en yaygın fon kullandırma yöntemidir. Türkiye’de genellikle murabaha, ‘Kurumsal Finansman Desteği’ olarak ifade edilmektedir. Murabahanın esasında ticari bir mal veya hizmet alış satışı veya bir yatırım hizmeti ihtiyaç olduğunda, mal ve hizmet tedarik ederler. Bu işlemde banka müşterinin ihtiyacı olduğu malı veya hizmeti peşin olarak satıcıdan alıp ilave kar payı ile vadeli olarak müşteriye satmaktadır (Tunç, 2010, s.135).

Katılım bankalarında murabaha yönteminde, banka, müşteri ve satıcının yer aldığı 3 taraf bulunmaktadır.

Murabaha karlı satış anlamı taşımaktadır. Banka müşterisinin ihtiyacı olduğu hammadde, makine ve mal yurtiçi ya da yurt dışı piyasalardan katılım bankası tarafından peşin olarak satın alınıp, fon kullanma talebinde bulunan müşteriye peşin

veya süreli olarak satılmaktadır. Ülkemizde daha çok vadeli satış usulü uygulanmakta olan bu yöntemde, peşin olarak alınan ürüne belli bir kar payı ilave edildikten sonra taksitler halinde müşteriye satılmaktadır. Murabaha yöntemi, müşteriye anlatılması yönünden kolayca anlaşılabilir olması nedeniyle katılım bankaları tarafından en çok seçilen ve uygulanan yöntemdir. Yöntem şöyledir: Makine ve teçhizat, gayrimenkul, ham veya yarı mamul maddeye ihtiyacı olan işletme, bunları temin edeceği satıcı firma ile ön anlaşma yapılmasının ardından Katılım Bankasına başvuruda bulunur ve istenilen teminatları da sağlar. Kapsamlı bir şekilde araştırmaları yapan kurum, satıcı firmadan bedelini peşin ödeyerek malı satın alır ve üzerinde anlaşma yapılmış fiyattan işletmeye satar. Satıcı peşin esastaki faturayı kuruma keser. İrsaliye ise kurum adına ve alıcının sevkini istediği adrese kesilir. Böylelikle mal doğruca nihai alıcıya ulaşmış olur. Ardından Katılım Bankası, alıcı firma tarafından da bilinen alış fiyatı üstüne kâr payı ilave ederek, bu malı alıcı firmaya fatura eder. Murabaha Sözleşmesinde ifade edilen vade sonunda faturadaki tutar alıcı firma tarafından Katılım Bankası'na ödenir. Murabahanın birçok yararları bulunmaktadır; Mal alış satışı faturalı ve kayıtlı belge nitelikli olmasıyla ekonomik sisteminde kayıt dışının önüne geçilerek, ekonomide işlemlerin kayıt altına alınmasına yardımcı olur. İkinci yararı ise finansman masraflarının hesaplanması açısından firmalara oldukça kolaylık sağlanır. Finansman maliyeti, satın alınan malın fiyatının içinde yer alır. Üçüncü yararı ise kredi riski bakımından oldukça makul bir yöntemdir. Çünkü: Katılım Bankası fonun nerelerde kullanılmış olduğunun bilgisine ulaşır, böylece kurum tarafından risk faktörü de hafifletilmiş olur (Ustaoğlu, 2014, s.49).

### **2. 7. 2. Bireysel Finansman Desteği**

Ticari veya sınai faaliyetlerin finanse edilmesi niteliği olmayan, kişisel veya hane halkı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik malları tedarik edebilmelerini sağlamak için, gerçek kişilere kullandırılan finansman desteğidir. Finansman desteği piyasa koşullarının elverişli olması şartıyla, müşterinin ihtiyaç duyduğu tüketim malının Katılım Bankası tarafından alınarak, müşterinin talep ettiği vadeye uygun kâr ilave yapılarak satılması şeklinde kullandırılır. Bireysel finansman desteği ile taşıt ve konut ve benzeri şeylerin finansmanlarına ilave olarak eğitim, bilgisayar, beyaz eşya ve ev eşyası, mobilya benzeri bireysel tüketime yönelik ihtiyaçlara da finansman sağlayarak bireysel müşterilerin ihtiyaçları karşılanmaktadır (Eskici, 2007, s.64).

### **2. 7. 3. Emek- Sermaye Ortaklığı (Mudarebe)**

Mudarebe “darb” kökünden türeyen bir sözcüktür, anlamı ise “rızk peşinde koşmak, ticaret için yolculuk yapmak” tır. Bir fıkıh terimi olarak; bir tarafın sermayeyi, diğer tarafın ise emeğini ortaya koymasıyla en az iki kişi arasında uygulanan emek-sermaye ortaklığı anlamını taşımaktadır. İslam’dan önce, Hz. Peygamber (S. A. V) ‘in Peygamberlikten önce, daha sonra eşi olan Hz. Hatice’nin sermayesini mudarebe yöntemiyle kullandığı bilinmektedir. Böylece mudarebe yönteminin emek sermaye ortaklığının İslam’dan önceki dönemlerde de görüldüğü anlaşılmaktadır (Döndüren, 1996, s.59). İslam bankalarının en çok kullandıkları emek sermaye ortaklığı, finansman sistemlerinde banka, projenin tüm masraf ve giderlerini karşılar. Diğer bir deyişle, yapılan yatırımda bütün sermayenin sahibi bankadır. Fon kullanan müşteri ise, işe emek ve tecrübesini koymaktadır (Özsoy, 1997, s.146).

Kar ve zarar ortaklığı yöntemlerinde biri olan, emek sermaye ortaklığı yani mudarebe, işi finanse edenin “Rabb’el-mal”, işçi veya girişimci konumundaki tarafın da “Mudarib” olarak isimlendirildiği bir ticari ortaklık şeklidir. Mudarebe de kâr, taraflara karşılıklı rıza esasına göre belirlenen oranlar üzerinden dağıtılırken zararı sermaye koyan taraf çekmekte, buna karşılık mudarib, zarar durumunda sarfettiği emeğine karşılık hiçbir bedel ödememektedir. (Darçın, 2007, s.28).

Özetle olarak bu yöntemde, müteşebbis emeğini ve projesini ortaya koyarken, katılım bankası da finansman desteği sağlamaktadır. Bu nedenle ortaklık kar ve zarara katılma temelli olarak oluşan ortaklığa dayanır (Avcı ve Aktaş, 2015, s.44).

Mudarebenin temel gayesi, bir mal veya hizmet yatırımının gerçekleştirilmesi olup, proje hakkında yeterli derecede bilgi birikimi olan fakat sermayesi olmadığı için, ortaklık katılım bankası tarafından finanse edilmesi hedeflenmektedir. Mudarebe de finanse edilecek proje açık ve tanımlanmış proje olmalıdır. Katılım bankalarında belirsizlik kabul edilemez. Bu bağlamda yapılan emek sermaye ortaklığında yani mudarebe de her şeyin açık ve net olması gereklidir (Tunç, 2010, s.140).

### **2. 7. 4. Sermaye- Sermaye Ortaklığı (Müşareke)**

Müşareke sözcüğü Arapça şerik sözcüğünden türemiş olup, “ortaklık” anlamı taşımaktadır. İslam toplumlarında bir iş ortaklığı olarak ifade edilir. Müşareke’nin

diğer bir ismi de “inan ortaklığı” denilmektedir. En dikkat çeken özelliği ise; ortaklar her biri eşit miktarda ya da farklı tutarda yatırım yapma yani sermaye koyma imkanı verilir (Tunç, 2010, s.143).

İslam hukukunda müşareke yöntemine şirketu’l-inan denilmektedir. Mudarebe yönteminde bir taraf emek, diğer taraf ise sermaye ortaya koyarken, müşareke de durum şöyledir; taraflar hem emek hem de sermayelerini birlikte ortaya koydukları ortaklıktır. Müşareke yöntemi, sanayi finansmanı ile birlikte teçhizat ve makine temini sağlamasında ve ticaretin finansmanında da kullanılmaktadır (Özsoy, 1997, s.147-149).

Müşareke sermaye-sermaye şeklindeki bu yöntemin, emek-sermaye olan mudarebe ortaklığından farkı şöyledir:

-Her iki tarafta belirli bir sermaye ortaya koymaları gerekir,

-Yatırım sonucu oluşan kar ve zarar, ortakların ortaya koydukları hisse oranı ile doğru orantılı olacak şekilde paylaşılması,

-Yapılan iş karşılığı emeğini ortaya koyan ve aynı zamanda işini kendi tamamlayan ortağa, yaptığı iş karşılığı belirli bir ücret ödenmesi ve ödenen bu ücret tutarının da kar zarar ortaklığı karşılığında, masraf olarak mütalaa edilmesidir (Canbaz, 2018, s.204). Her iki ortaklık türü olan mudarebe ve müşareke faizsiz finansmanda kar- zarar ortaklığı yöntemiyle uygulandığı görülmektedir.

#### **2. 7. 5. Finansal Kiralama (Leasing-İcare)**

Günümüzde son zamanlarda oldukça önem kazanmaya başlamış olan finansal kiralama, İslam bankalarında leasing veya icare diye anılan finansal kiralama aracılığıyla müşterilerine fon kullandırır. Yöntemde orta ve uzun vadede finansman sağlanır. Finansal kiralamada, kiraya veren ve kiralayan arasında anlaşma sağlanarak, kiranın bedeli ve süresi ifade edilmelidir. Kiralanan malın mülkiyeti ve malın sahibi İslam bankasıdır. Kiralayan müşteri maldan faydalanması halinde kira bedeli öder. Kiralama süreleri 5-15 yılları arasında değişebilmektedir (Özsoy, 1997, s.151). Finansal kiralamada yani leasingde 3 taraf vardır; Bunlar yatırımcı, leasing şirketi ve üreticiden oluşmaktadır. Yatırımcı, öncelikle ihtiyaç duyulan malı seçip satın alma işlemleri için leasing şirketi ile görüşmektedir. Yatırımcı ve leasing şirketi arasında

finansal kiralama sözleşmesi imzalanır. Leasing şirketi de söz konusu mal için satın alma işlemi gerçekleştirerek yatırımcıya tedarik sağlanmış olur. Satın alma işlemi ardından mal yatırımcıya teslim edilir. Yatırımcı anlaşılmış olan süre içerisinde ödeme işlemini gerçekleştirir. Ödeme işlemleri bitince mal, sembolik bir bedelle yatırımcıya satılır (Aktepe, 2012, s.118).

Finansal kiralamada, inşaat firmaları için yol makineleri, bilgi işlem sistemleri, hastaneler için tıbbi cihazlar, tekstil makineleri, otobüsler, helikopterler, uçak, matbaa makineleri, yük gemileri, konteynerler, takım tezgahları, haberleşme araçları, komple tesisler, fabrikalar ve makine ile ekipman ve finansal kiralama yapan kuruluşların vermiş oldukları finansman hizmet ürünleri finansal kiralamaya konu olan çeşitleri içerirken (Fidancı, 2011, s.21). Finansal kiralamaya konu olmayanlar ise bir patent fikri ve bilgisayar yazılımları yer almaz (Karakuş, 2016, s.7).

Bir fon kullandırma yöntemi olan finansal kiralamanın son yıllarda popüler olmasında yatan temel etkenler, yatırım malı makine ve teçhizatın satın almak yerine kiralanması; Katma Değer Vergisi (KDV)'nin %1 olarak ödenmiş olmasıdır (Canbaz, 2018, s. 266). Yatırımcılar, faizsiz bankacılıkta yaygın olarak finansal kiralama yaparak mal veya ürünü satın almak yerine kiralayarak kolay ve düşük maliyetle amaçlarına ulaşabilmektedir.

#### **2. 7. 6. Selem**

Fon kullandırma yöntemi olarak selem, bir alım satım sözleşmesi olarak ifade edilmektedir. Genel olarak yöntem şu şekildedir; gelecekte teslim alınacak bir malın bedelinin peşin olarak ödenmesidir. Dolayısıyla satıcıya önceden finansman sağlanarak mal temin edebilir ya da üretebilir. Satıcı sözleşme zamanında kendisi tarafından peşin olarak ödenmiş bir bedel karşılığında, ileriki bir tarihte sözleşmeye konu olan malı teslim edeceğine dair taahhüt eder. Sözleşmede malın özelliği ve malın kalitesi kesinlikle açık ve net olarak ifade edilmeli aksi takdirde ihtilafa neden olabilir. Sözleşmeye konusu olmayan varlıklar para altın, gümüş ve benzeri likit kıymetler yer almaz. Katılım bankacılığında işlemlerinde selem de, müşterinin belirttiği çerçevede banka, malı temin edecek satıcıya siparişte bulunarak bedelini peşin öder. Malın temini için gereken vadenin bitiminde banka tedarik ettiği ve sözleşmeye konu olan malı müşteriye satar. Müşteri ise sözleşmede olan borcunu malın kendisine verildiği sırada

ya da ileriki bir tarihte bankasına öder. (Tunç, 2010, s.148).

Selem özellikle İran’da uygulanan bir finansman yöntemi olarak bilinmektedir. Gelecekte üretilecek olan malı, banka peşin ödeme yaparak satın alır. Çoğunlukla bir yıl süreli olan bu işlemde banka malın mülkiyetine eline geçirmeden satamaz ve malın fiyatı piyasa fiyatının üstünde olamaz (Özsoy, 1997, s.153).

#### **2. 7. 7. İstisna (Eser Sözleşmesi)**

İstisna bir sipariş sözleşmesi olup, bir şeyi yapmak üzere imalatçı ile sağlanan anlaşmalara eser sözleşmesi diğer anlamıyla istisna denir. İstisna’nın selem’den ayrımı ise; Paranın peşin olarak verilme zorunluluğu bulunmaması ve malın teslimine dair net bir tarih ifade edilmemesidir (Yeşilyaprak, 2011, s.30).

Arapça bir kelime olan istisna yapmak ve üretmek anlamı taşır. İstisna satıcı ile alıcıyla iki kişi arasında yapılan bir şeyi imal ettirme konusu olan satış sözleşmeleridir. İstisnada satıcı, alıcının istediği malı, yapması veya yaptırarak müşterisine teslim etmeyi taahhüt eder. Genellikle bu sistem, yapımı uzun süren malların alım satımında kullanılır. İnşaatın yaptırılması yapımı uzun süreyi kapsadığı için örnek verebiliriz. Katılım bankaları tarafından kullanılan yöntem olan istisna sözleşmede malın bedeli peşin ya da ileriki tarihtede de ödenebilme imkanı sağlar (Tunç, 2010, s.150).

İstisna sözleşmesinde bedelin peşin olma şartı yoktur. Katılım bankaları istisna sözleşmesinin finansmanın da genellikle, yarım kalan kooperatiflerin bitirilmesi, konut ve inşaat mütaahhitlik işlerinde, uçak gemi ve araç gibi büyük yapı işlerinde istisna akdi yapılmaktadır (Aktepe, 2012, s.52).

#### **2. 7. 8. Karz-ı Hasen (Borç Verme)**

Katılım bankalarında bu yöntem İslam dininde maddi sıkıntı içinde olan şahıslara karşılık beklemeksizin borç vermeyi ifade eden bir uygulamayı kapsar. Borç verilen şahsın durumu olunca verilen borç miktarında artış olmadan geri ödemesi üzerine verilir. Arapça anlamına bakılacak olursa ‘karz’(borç) ve ‘hasen’(güzel) sözcüklerinden meydana gelmiştir. Borç sıkıntısı içinde olan şahsın ekonomik durumunun iyileştirmesine yardımcı olduğundan dolayı; borç veren ile borçlanan arasındaki dayanışma ve yardımlaşmayı arttırdığından sosyal yapıya fayda sağlayan

bir işlemdir. Katılım bankaları, bu yöntemi sürekli yapmamakla birlikte, karşılıksız ödünç verilmesi durumunda iflastan kurtulması veya durumunu düzelterek karlı duruma geçeceği hesaplanan müşterilerine yapmaktadır (Darçın, 2007, s.35). Yöntemin asıl amacı Müslüman kesimi zor durumda bırakmamaktır.

Katılım bankalarında faizsiz prensibiyle ihtiyaç sahiplerine borç verilir. Temel olarak Katılım bankalarında Karz-ı Hasen 2 şekilde görülür;

-Sosyal Amaç İçeren Karz-ı Hasen

-Üretim Amaç İçeren Karz-ı Hasen

Yaygın şekilde sosyal amaçlı olarak verilmektedir. Katılım bankaları işlem sonunda herhangi bir getiri elde etmezler (Canbaz, 2018, s.269).

### **2. 7. 9. Teverruk**

Fon kullandırma yöntemi olarak teverruk, nakit bulmak sebebiyle bir kişiden süreli olarak aldığı malı, diğer başka şahısa peşin olarak satma işlemine teverruk satışı diye adlandırılmaktadır (Aktepe, 2012, s.111).

Teverruk başka ismiylede “uluslararası murabaha” güncel ticari ihtiyaçların ortaya çıkarmış olduğu bir alım satım yöntemidir. Teverruk işlemine sebep olan iki neden vardır. Bu nedenler;

-Katılım bankalarının kısa süreli likiditelerini sağlama gereksinimi

-Klasik (geleneksel) fon kullandırma yöntemlerini benimsemeyen müşteri taleplerinin karşılanmasıdır (Tunç, 2010, s.158).

### **2. 7. 10. Sukuk (Kira Sertifikaları)**

Sukuk “sak” kelimesinin çoğulu olup sukuk finansal sertifikanın Arapça ismidir. Değerli sertifika anlamı da vardır. Faiz yer almaz, İslam dininde sabit getirili faiz olan bonoları yasaklamıştır. Bundan dolayı varlığa gelir sağlayan gayrimenkul ya da proje esaslı, istikrarlı gelir kira ya da kar payı sağlayan kira sertifikaları uygun bulmuştur. Tarihte ilk olarak orta çağ da Müslümanlar alışveriş yaparken ve diğer ticari işlemlerinde finansal yükümlülüklerini ifade eden bir kağıt kullanılmıştır. Sukuk, 2010 senesinde Türkiye’de faizsiz sistemde kira sertifikası olarak yer almıştır. 2010 yılının sonlarında ise ilk ihraç yurt piyasalarında olmuştur. Kuveyt Türk Katılım

Bankası tarafından Londra piyasasında gerçekleşmiş olmasıyla Körfez'deki yatırımcılara satış yapılmıştır (Canbaz, 2018, s.209-210).

Finansman sisteminde para piyasaların tahvil ve bono için senet ifadesi kullanırken, İslami finans sisteminde bonolara sukuk denilmektedir. Sukuk bir belge niteliğinde olan ticari sözleşmeye yönelik bir hakkı ve borcu alacağı ifade edilmesidir. Genellikle sukuk yerine varlık senedi ya da menkul kıymetleştirilmiş isimleride kullanılmaktadır. Sukuk'un öteki senetlerden ayrı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Diğer bir deyişle senetlerden farklı olması belli bir varlığa dayalı olarak çıkartılmasıdır. Sukukta varlık sahibi olmalıdır çünkü sahiplik hakkı vardır. En önemli özelliği, gerçek bir ticari ve yatırım ilişkisine dayanmasıdır. Sukuk'un amacı, çoğunlukla ihtiyaç olan büyük projeler için yüksek miktardaki sermayeyi karşılamaktır. Varlığa dayalı sukuk ise, ihraç edilen kurum mülkiyetini yer alan varlıkların kazanç hakkı yatırımcıya satılır (Tunç, 2010, s.152-154). Sukuk ülkemizde çok rağbet görülen bir finansman türüdür.

## **2. 8. KATILIM BANKALARININ DİĞER BANKACILIK İŞLEMLERİ**

Katılım bankaları, daha önce belirtilen faaliyetleri dışında başka hizmetler de vermektedir. Kısaca özetlemek gerekirse bu hizmetler şu şekildedir (Canbaz, 2018, s.269-270):

- Türk Lirası ve döviz ile hem yurtiçine ve hem de yurtdışına her türlü transfer işlemi ve havale işlemlerini yapma imkanı sağlamak,
- Döviz alım satımında işlemleri gerçekleştirmek ve faiz olmayan döviz hizmetleri vermek,
- Teminat mektubu vermek (gayrinakdi kredilendirme işlemi),
- Çeşitli kambiyo hizmetlerini vermek,
- Cari hesapla çalışan müşterilere Türk Lirası ve Döviz çeki kullandırma hizmeti vermek,
- İhracat ve ithalat işlemleri yoluyla hizmet vermek,
- Bireysel kredi hizmeti vermek (Gayrimenkul, taşıt vb.),
- Kredi kartı hizmeti ve POS hizmetlerini sunmak,

-Türk iş adamları ve sanayicilerin finansman bakımından ihtiyaçlarını temin etmek için Türkiye dışından faizsiz fona ulaşma kolaylığını sağlamak,

-Yatırım, mali, teknik ve yönetim gibi meselelerde müşavirlik hizmeti sunmak,

-ATM hizmeti sağlamak,

-Kiralık kasa hizmeti sağlamak,

-Call Center hizmeti sağlamak.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BANKACILIKTA KREDİ TANIMI VE İŞLEYİŞİ

#### 3. 1. KREDİ TANIMI

Kredinin kelime manası saygınlık ve güven olup, Latince'den inanma sözcüğü olan “credere” kelimesinden gelir. Herhangi bir bireye parasını sonradan almak şartıyla para vermek veya mal vermeyi kabul etmek, veya alınacak bir mal, yapılacak bir hizmetin yerine getirilmesine kefalet etmek, garanti etmek şeklinde bankacılıkta kredi açmak tabiri şeklinde isimlendirilebilir. Kredinin genel kavramı, bir bankanın elde edeceği bilgilere bakılarak, tüzel veya gerçek kişilere, yasaları, kendi kaynaklarını ve iç kurallarına bakılarak teminatsız veya belli bir teminat karşılığında teminat, para veya kefalet verme şeklinde tanımlanmış olduğu imkanlar ya da limit kredi olarak belirtilmiştir (Parasız, 2018, s.227).

#### 3. 2. KREDİ UNSURLARI

Kredi işleminin gerçekleşmesi için bu unsurların gerçekleşmesi gereklidir. Bunlar; zaman, güven, risk ve gelir olmak üzere dörde ayrılmaktadır, aşağıda bu unsurlara açıklamalarıyla yer verilmiştir (Parasız, 2018, s.228):

-Zaman Unsuru: Kredi de zaman faktörü çok önemlidir. Kredi de zaman unsuru olmadığı zaman işlemler kredi unsuru olarak değerlendirilmez. Başka bir ifadeyle, kredi işlemi var olabilmesi için, krediye konu olan paranın, belirli bir süre sonra ödenmesi gerekir. Kredi meselesi ve bir işin yapılıp veya hizmetin yerine getirilmesinde, zaman faktörü büyük önem arz etmektedir.

-Güven Unsuru: Kredi, belli bir vadenin sonrasında geri alınması şartıyla verilir. Kredi veren banka ve kredi alan kişi, her iki taraf da karşılıklı güven bağının olması çok önemlidir. Bu sebeple güven unsuru kredinin temel unsurudur. Çünkü güven olduğu takdirde kredi verilebilir. Güven unsuru yitirildiği zaman, açılmış olan kredinin tehlikeye düşmesi söz konusudur.

-Risk Unsuru: Kredide risk, borcun, hizmetin veya işin çeşitli sebeplerle yerine getirilmemesinden doğan tehlikedir. Borcun ödenmemesi hizmet ve işin yerine getirilmediği zaman bunlar hep risk unsuru taşımaktadır. Riskin çoğalması ve azalması, karşı tarafın sorumlu olan yükümlülüklerini vaktinde yerine getirmekten sakınan veya getirememesine göre alınacak teminatın, cinsine ve miktarına göre azalır

veya artar.

-Gelir Unsuru: Kredilerden alınan faiz, komisyon ya da benzeri gelirler bankaların kar elde etmesiyle, bankanın en önemli gelir kaynağını oluşturur. Bankalar mevduat toplamak ve kredi dağıtmak haricinde çeşitli hizmetler de bulunurlar. Tüm bu hizmetler esnasında birtakım komisyon alırlar. Böylelikle bankaların verdiği kredilerin verimliliği artmış olur.

### **3. 3. KREDİ ÇEŞİTLERİNİN SINIFLANDIRILMASI**

Finansal sistemlerde banka kredileri çeşitli türlerde gruplandırılmaktadırlar. Tüm gruplandırma çeşitli başlıklar adı altında belirtilmektedir. Kısaca şu şekildedir;

- Özellikleri açısından; nakdi ya da gayri nakdi krediler,
- Süreleri bakımından; kısa, orta ve uzun süreli krediler,
- Teminat durumları bakımına göre; teminatlî krediler ya da teminatsız krediler,
- Teminat çeşitleri bakımından; ipotek, kefalet, nakit blokajlı, menkul rehinli krediler,
- Kullandırılan kredi sektör bazı bakımından; tarım, sanayi, hizmet, tekstil, ulaştırma ve benzeri krediler,
- Verilme hedefleri bakımından; yatırım kredileri, teçhizat ve işletme kredileri,
- Kaynaklar bakımından; banka kaynağından kullandırılan krediler, reeskont kredileri ve dış kaynaklı krediler,
- Kullanıcılar bakımından; kurumsal krediler ve bireysel krediler,
- Kullanım yeri ve kesimi bakımından; yurt dışı kapsamlı krediler ve yurt içi kapsamlı krediler,
- İzin verilme bakımından; şube yetkisindeki ve otorize (bölge Müdürlüğü ve genel müdürlük yetkisinde olan) krediler
- Proje bakımından tekdüzen hesabın başta sektör ayrımlarına, Türk lirası ve yabancı para ayrımlarına ve beraberinde kısa/orta/uzun nakdi kredi ayrımlarına ve son olarak hedef, şekil vb. gayri nakdi kredi ayrımlarına olmak üzere gruplandırılması başta muhasebe sistemi ve düzenleyici kuruluşların sınırları kadar, bankaların kendi

gereksinimleri de etkili olmaktadır. Banka kredilerinin işlevsel bir biçimde ve dengeli olarak gruplandırılması, risk unsurları tespiti bakımından bankalarda önem teşkil edilmesini sağlamaktadır (Şenel, 2020, s.812).

### **3. 4. KREDİ KULLANDIRMA İLKESİ**

Bankacılığın en önemli en temel fonksiyonlarından biri de kredi verme hizmetidir. Kullanılacak olan kredilerin güven faktörüyle birlikte, kazanç elde edilecek şekilde bankaya geri dönmesini sağlanmasına yönelik, bankalar kredilendirme hizmetleri için birtakım ilkeler ve yaklaşımlar öne sürmüşlerdir. Kredi kullandırma prensipleri ve bankaların kredi işlemlerine esnek davranmaları, daha fazla kişilere banka ve kuruluşlara kredi kullandırarak ve kredileri çeşitli türlerin olmasına olanak sağlarlar (Şenel, 2020, s.812).

Kredi kullandırma ilkelerinde şu üç ilke, emniyet, seyyaliyet ve verimlilik çok önem taşımaktadır (Takan ve Acar, 2018, s.148-150).

-Emniyet (güven) ilkesi: Kredi yeterli teminata bağlanıp, verilecek kişiler hakkında önceden gerekli araştırmalar yapılması sonucu kredi verilir. Kredi talep eden firmada iş konusu olan sektörün genel durumu değerlendirilir. Alınacak teminatların ayrıca talep edilen kredinin içeriği, nerede ve niçin kullanacağı bilinmesi gereklidir ve böylece banka kredi teminatı hakkında bilgi sahibi olur. Banka oluşacak risk karşısında gerekli önlemleri alır.

-Seyyaliyet (Akışkanlık) İlkesi: Kredi verilen sürede geri ödenir. Bu ilke, kredilerin donuk kullandırılmamasını açıklar. Örneğin; Mevsimlik iş kolları için kredilerin tahsilatını kolayca yapabilecekleri tarihlere denk getirilmesi, kredide akışkanlık sağlar.

-Verimlilik İlkesi: Verimlilik, kredi faiz getirilerinin ek olarak da komisyon ve bankacılık hizmet gelirlerinden yararlanacak biçimde kullandırmayı ifade eder.

Bu ilkeler dışında bankanın kredi verirken diğer ilkelere de uyması gerekmektedir. Bu ilkeler;

-Kanun ve mevzuata uygun kredi işlemleri olmalıdır.

-Bankaya kaynak sağlamaya yönelik kredi kullandırılmalıdır.

-Banka kredi vereceği firmayı özenle seçerek, itibarlı firmalara kredi temini sağlanır.

-Ödeme gücü kadar kredi verilmelidir.

-Banka, firmanın bütün bankacılık faaliyetlerini kendi bünyesinde toplamalıdır.

### **3. 5. KREDİNİN YARARLARI**

Günümüzde ekonomik faaliyetlerin hızla artması, çeşitlenmesiyle birlikte bankalara olan kredi ihtiyacı da artmaktadır. Krediler ekonomide finansal gelişmenin göstergesidir.

Ekonomide tasarrufların atıl kalmasını engelleyerek, üretilen malların bireyler tarafından kullanılmasına olanak sağlar. Kredi kullananlar üretim yapmak için kredi alırlar ya da başka ihtiyaç için kredi alırlar. Bu durumda kredi verenlerin kredi kullananlara karşı alacak hakkı doğmuş olmaktadır. Kredi, alan girişimciler tasarruflarını biriktirmeden ya da belli bir konuma ulaşmaya gerek kalmadan kredi sayesinde işlemlerini gerçekleştirme fırsatı verir. Alınacak olan kredi, gelecekteki sahip olacağı kar ve gelirleri harcama imkanı sunarak, böylelikle ekonomide satın alma gücü artar (Takan ve Acar, 2018, s.142).

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **METODOLOJİ VE BULGULAR**

#### **4. 1. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Bu çalışmanın birincil amacı, bireylerin katılım bankalarını tercih etme sebepleri ile cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, gelir ve eğitim durumu gibi demografik özellikler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemektir. Ayrıca bir diğer amaç ise, banka müşterilerinin kredi kullanım aşamasında katılım bankalarını tercih etmelerinde rol oynayan faktörler arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

#### **4. 2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ, VERİ TOPLAMA ARACI VE KULLANILAN ÖLÇEKLER**

Araştırmanın evrenini, Şanlıurfa ilinde faaliyet gösteren Katılım Bankaları'ndan hizmet alan müşteriler oluşturmaktadır. Araştırma için ihtiyaç duyulan verilerin toplanmasında zaman, maliyet ve verilerin güncelliğini kaybetmesi gibi kısıtlar olması sebebiyle veriler, örnekleme yoluyla elde edilmiştir. Araştırma da ihtiyaç duyulan veriler yüz yüze ve online anket yöntemi ile toplanmıştır. Veriler tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinde kolayda örnekleme yöntemi ile elde edilmiştir. Veri toplama sürecinde toplam 430 anket formu doldurulmuş, fakat bu anket formlarından 20 tanesi (boş bırakılan ifade, aynı anda iki ifadeyi işaretleme ve uç veri) gibi nedenler gerekçesiyle araştırmaya dahil edilmemiş ve sonuç olarak araştırma, 410 anket formu üzerinden elde edilen verilerle yapılmıştır.

Araştırmanın amacı çerçevesinde hazırlanan anket formu iki bölümü kapsamaktadır. Birinci bölüm içerisinde, katılımcıların demografik özelliklerine ve hizmet aldıkları katılım bankasına ilişkin 15 soru yer almaktadır.

İkinci bölümde ise, müşterilerin kredi kullanım esnasında katılım bankalarını tercih etme nedenlerini belirlemeye yönelik, Hacer KARAKAŞ İŞCAN' ın "*Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri*" isimli yüksek lisans tez çalışmasından alınan, 29 maddeden ve 5 alt faktörden oluşan (Hizmet ve Ürün Politikası, Faizsizlik Prensipleri ve Tanıtımı, Kart Politikası, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları, Tahsis Politikası) ölçek mevcuttur. Araştırma da beşli Likert ölçek kullanılmış olup, ölçekte yer alan maddeler puanlanırken (Kesinlikle

katılmıyorum, katılmıyorum, fikrim yok, katılıyorum, tamamen katılıyorum) skalalarından yararlanılmıştır.

#### **4. 3. VERİLERİN ANALİZİ**

Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen veriler, SPSS programı ile araştırmanın modeline uygun analizler tercih edilerek yapılmıştır. Demografik faktörlere ilişkin sorular frekans analizi ile raporlanmıştır. Anket sonucunda ulaşılan verilerin içsel tutarlılığını belirlemek amacıyla, Cronbach's Alpha içsel tutarlık testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçeğin güvenilir olduğu (0,916) tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla, açımlayıcı analizi yapılmıştır. Aynı zamanda faktör analizi neticesinde elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için verilerin basıklık çarpıklık değerleri kontrol edilmiş ve değerlerin  $\pm 2$  arasında yer aldığı belirlenmiştir. Verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle araştırmada parametrik analizler kullanılmış ve bu doğrultuda yapılan analizler ve sonuçları istatistiki olarak yorumlanmıştır.

#### **4. 4. YAPILAN ANALİZLER VE BULGULAR**

Araştırmanın bu kısmında çalışmanın amacı doğrultusunda, gerekli analizler yapılmış ve bu analizlerin sonuçları istatistiki açıdan yorumlanmıştır.

##### **4. 4. 1. Cronbach Alfa Güvenilirlik Analizi**

Cronbach alfa katsayısı, araştırmada kullanılan ölçek maddelerinin iç tutarlılığının bir ölçüsü olup, ölçek içerisinde yer alan maddelerin homojen yapısını ifade etmek ya da bu yapıyı sorgulamak amacıyla kullanılmaktadır. Eğer ölçekte yer alan maddelerin Cronbach alfa katsayısı yüksek ise bu maddelerin birbiri ile oldukça tutarlı ve aynı zamanda aynı özelliği ölçen maddelerin bir araya geldiği şeklinde yorumlanmaktadır (Yıldız ve Uzunsakal, 2018, s.19).

Araştırmada ulaşılan Cronbach alfa değeri şu şekilde ifade edilmektedir:

$0 < \alpha < 0.40$  ise güvenilir değil,

$0.40 < \alpha < 0.60$  ise düşük güvenilirlikte,

$0.60 < \alpha < 0.80$  ise oldukça güvenilir,

$0.80 < \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek güvenilirliktedir.

**Tablo 3:** Güvenilirlik Analizi

| Ölçek                                                         | Cronbach's Alpha | N  |
|---------------------------------------------------------------|------------------|----|
| Bireysel Müşterilerin Katılım Bankasını Tercih Etme Sebepleri | 0,916            | 29 |

Tablo 3’de yer alan bulgu değerlendirildiğinde, 29 maddeden oluşan ölçeğin Cronbach’s Alpha değerinin, 0,916 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ulaşılan bu değer  $0.80 < \alpha < 1.00$  değerleri arasında yer alması nedeniyle, araştırmada kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

29 sorudan oluşan ölçeğe ait madde analiz sonuçları Tablo 4’de gösterilmiştir.

**Tablo 4:** Madde Analiz Tablosu

| Maddeler                                                                                                | Madde çıkarıldığında ölçek ortalaması | Madde çıkarıldığında ölçek varyansı | Düzeltilmiş madde toplam korelasyon | Madde çıkarıldığında Cronbach's Alpha değeri |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------|
| Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetlerini sunmaktadır                                 | 59,63                                 | 207,852                             | ,575                                | ,912                                         |
| Personel ve hizmet kalitesi yönünden iyidir.                                                            | 59,63                                 | 208,336                             | ,618                                | ,912                                         |
| Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir. | 59,51                                 | 209,854                             | ,380                                | ,915                                         |
| Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.          | 59,33                                 | 205,816                             | ,583                                | ,912                                         |
| Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.            | 59,17                                 | 204,944                             | ,624                                | ,911                                         |
| Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilir.                                             | 59,35                                 | 203,310                             | ,637                                | ,911                                         |
| Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.         | 59,09                                 | 206,209                             | ,557                                | ,912                                         |
| Şube ağı geniştir.                                                                                      | 59,08                                 | 209,492                             | ,372                                | ,916                                         |
| Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.                    | 59,61                                 | 209,167                             | ,461                                | ,914                                         |
| Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.                                                             | 59,60                                 | 207,962                             | ,627                                | ,912                                         |
| Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.                                             | 59,46                                 | 203,951                             | ,709                                | ,910                                         |
| Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.                               | 59,49                                 | 205,233                             | ,595                                | ,912                                         |
| Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.                                                   | 59,36                                 | 204,616                             | ,612                                | ,912                                         |
| TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.                                        | 59,36                                 | 207,619                             | ,447                                | ,914                                         |
| Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.                     | 59,80                                 | 212,309                             | ,369                                | ,915                                         |
| Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.                                                                 | 59,54                                 | 206,850                             | ,649                                | ,912                                         |

|                                                                                                                              |       |         |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|------|------|
| Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.                                 | 58,93 | 208,125 | ,493 | ,913 |
| Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.                                                                | 58,72 | 206,094 | ,454 | ,914 |
| Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri ele alınmaktadır.                  | 59,19 | 206,078 | ,569 | ,912 |
| Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır. | 58,90 | 206,256 | ,426 | ,915 |
| Geciken-unutulan borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.                                                                | 59,71 | 207,459 | ,517 | ,913 |
| Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.                                                | 59,19 | 204,327 | ,501 | ,914 |
| Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.                                                                             | 58,95 | 207,374 | ,515 | ,913 |
| Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.                           | 59,03 | 206,987 | ,493 | ,913 |
| ATM ağı geniştir.                                                                                                            | 58,98 | 210,569 | ,287 | ,918 |
| ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.                                                                                   | 59,86 | 211,108 | ,486 | ,914 |
| ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.                                      | 59,82 | 209,234 | ,533 | ,913 |
| Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.                                                                  | 59,56 | 210,888 | ,349 | ,916 |
| Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.                                                                      | 59,65 | 210,316 | ,415 | ,915 |

Tablo 4’de verilen madde analiz tablosuna bakıldığında, sadece bir madde analizden çıkarıldığında (**Çıkarıldığında alfa değeri artan madde: ATM ağı geniştir**) alfa değerinin arttığı görülmektedir. Ancak ulaşılan Cronbach Alpha değeri oldukça yüksek olduğu için bu maddenin analizden çıkarılmasına gerek yoktur.

#### 4. 4. 2. Demografik Özellikler

Ankete katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 5: Cinsiyet Dağılımı**

| Cinsiyet | Kişi sayısı | Yüzde(%) |
|----------|-------------|----------|
| Kadın    | 200         | 48,8     |
| Erkek    | 210         | 51,2     |
| Toplam   | 410         | 100      |

Araştırmaya katılan 410 bireysel müşterinin 200 tanesi diğer bir ifadeyle %48,8’i kadın, 210 tanesi %51,2’si de erkek müşterilerden oluşmaktadır.

**Tablo 6:** Yaş Dağılımı

| Yaş         | Kişi sayısı | Yüzde (%) |
|-------------|-------------|-----------|
| 18-25       | 80          | 19,5      |
| 26-35       | 144         | 35,1      |
| 36-45       | 104         | 25,4      |
| 46-55       | 49          | 12,0      |
| 56 ve Üzeri | 33          | 8,0       |
| Toplam      | 410         | 100,0     |

Tablo 6 incelendiğinde, araştırmaya katılan kişilerin yaş dağılımının; %19,5'nin 18-25 yaş aralığında, %35,1'nin 26-35 yaş aralığında, %25,4'nün 36-45 yaş aralığında, %12'sinin 46-55 yaş aralığında ve %8'nin ise 56 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir.

**Tablo 7:** Medeni Durum Dağılımı

| Medeni Durum | Kişi sayısı | Yüzde (%) |
|--------------|-------------|-----------|
| Evli         | 247         | 60,2      |
| Bekar        | 163         | 39,8      |
| Toplam       | 410         | 100,0     |

Tablo 7'deki veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan 410 kişinin, %60,2'nin (247 kişi) evli, %39,8'nin (163 kişi) ise bekar olduğu görülmektedir.

**Tablo 8:** Eğitim Durumu Dağılımı

| Eğitim durumu | Kişi sayısı | Yüzde (%) |
|---------------|-------------|-----------|
| Ortaokul      | 46          | 11,2      |
| Lise          | 98          | 23,9      |
| Ön lisans     | 56          | 13,7      |
| Lisans        | 154         | 37,6      |
| Lisansüstü    | 56          | 13,7      |
| Toplam        | 410         | 100,0     |

Tablo 8 incelendiğinde, katılımcılar eğitim durumu açısından gruplandırıldığında, ankete katılanların %11,2'si (46 kişi) ortaokul, %23,9'u (98 kişi) lise, %13,7'si (56 kişi) ön lisans, %37,6'sı (154 kişi) lisans, %13,7'si (56 kişi) ise lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 9:** Meslek Dağılımı

| Meslek               | Kişi sayısı | Yüzde (%) |
|----------------------|-------------|-----------|
| Öğrenci/Çalışmıyor   | 84          | 20,5      |
| Kamu Sektörü         | 98          | 23,9      |
| Özel Sektör          | 154         | 37,6      |
| Emekli               | 19          | 4,6       |
| Esnaf/Serbest Meslek | 55          | 13,4      |
| Toplam               | 410         | 100,0     |

Tablo 9 incelendiğinde, araştırmaya katılanların %20,5'inin (84 kişi) öğrenci ya da çalışmıyorken, %23,9'unun (98 kişi) kamu sektöründe, %37,6'sının (154 kişi) özel sektörde, %4,6'sının (19 kişi) emekli, %13,4'ünün ise (55 kişi) serbest meslekte çalıştıkları görülmektedir.

**Tablo 10:** Gelir Dağılımı

| Gelir             | Kişi sayısı | Yüzde (%) |
|-------------------|-------------|-----------|
| 0-2500 TL         | 71          | 17,3      |
| 2501-4500 TL      | 22          | 5,4       |
| 4501-7000 TL      | 102         | 24,9      |
| 7001-10000 TL     | 71          | 17,3      |
| 10001 TL ve üzeri | 144         | 35,1      |
| Toplam            | 410         | 100,0     |

Katılımcıların gelir dağılımı açısından Tablo 10 incelendiğinde, katılımcıların %17,3'nün (71 kişi) 0-2500 tl aralığında gelire sahip olduğu, %5,4'nün (22 kişi) 2501-4500 tl aralığında gelire sahip olduğu, %24,9'nun (102 kişi) 4501-7000 tl aralığında gelire sahip olduğu, %17,3'nün (71 kişi) 7001-10000 tl aralığında gelire sahip olduğu ve son olarak %35,1'in ise (144 kişi) 10001 tl ve üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir.

#### 4. 4. 3. Faktör Analizi

Genel anlamda faktör analizi, birden çok değişkeni belirli gruplara ayırarak, bu gruplar içerisinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyi maksimum, grupların birbiri

ile olan ilişkisini ise minimum yaparak, bu gruplardan yeni değişkenler ortaya çıkaran analiz türüdür. Ortaya çıkan bu yeni değişkenlerin her birine ise faktör adı verilmektedir. Kısacası faktör analizi, çok sayıdaki değişken arasında yer alan ilişkiyi baz alarak, birbirinden bağımsız ve daha az sayıda, daha anlamlı ve özet bir biçimde yeni değişkenlerin meydana gelmesini sağlamaktadır.

Bu araştırmada faktör analizini yapabilmek için öncelikli olarak örneklem yeterliliğinin ölçülmesi gerekmektedir.

Araştırmaya ilişkin örneklem yeterliliğine ilişkin bulgular Tablo 11’de verilmiştir:

**Tablo 11:** KMO ve Barlett Küresellik Testi

|                                               |                     |          |
|-----------------------------------------------|---------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü |                     | ,900     |
| Bartlett'in Küresellik Testi                  | Ki-Kare             | 5306,695 |
|                                               | Serbestlik derecesi | 406      |
|                                               | Anlamlılık          | ,000     |

P anlamlılık değeri 0,000 olduğundan ulaşılan değerlerin analiz yapmaya uygun olduğu görülmektedir. Benzer şekilde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ise değişkenler arasında belirlenen korelasyonun faktör analizi için uygun bir değere sahip olup olmadığını belirlemektedir. KMO 0 ile 1 arasında bir değerde olabilmektedir. Ulaşılan KMO değerinin 1’e eşit olması değişkenlerin birbirlerini kusursuz bir biçimde ve hatasız olarak tahmin edeceğini göstermektedir. KMO’nun 1 değerini alması, değişkenlerin birbirlerini mükemmel bir şekilde, hatasız tahmin edebileceğini gösterir. KMO örneklem yeterliliğinin kabul edilebilmesi için minimum değer 0,50 olması gerekmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada ulaşılan KMO değerinin 0,900 olması nedeniyle, değişkenlerin faktör analizi için oldukça uygun olduğu tespit edilmiştir.

Faktör analizinin yapılması sürecinde faktör yapısını bozan maddelerin ölçekten çıkarılması gerekir. Faktör yapısını bozan maddelerin ölçekten çıkarılması işleminde dikkat edilen bazı kriterler bulunmaktadır. Bu çalışmada bunu belirlemek için ortak faktör varyans (Communalities) değerleri dikkate alınmıştır. Ortak faktör varyansı bir maddenin diğer maddelerle paylaştığı varyans miktarıdır. Genel olarak ortak faktör varyansı değerinin 0,50 ve üzeri olması gerekmektedir. Dolayısıyla bu değerden düşük olan maddelerin analizden çıkarılması gerekmektedir. Çıkarma işlemi

yapılırken değeri en düşük maddeden başlanması gerekmektedir. En düşük değer analizden çıkarıldıktan sonra analiz tekrardan yapılır. Bu işlem her seferinde 0,50'den küçük olan tüm maddeler analizden çıkarılana kadar devam etmelidir. Yapılan bu işlemlerden sonra s18, s19, s22 ve s34 maddeleri analizden çıkarılmıştır. Yapılan en son analiz için elde edilen KMO değeri 0,886 olarak elde edilmiştir. Açıklanan toplam varyans tablosu aşağıda verilmiştir.

**Tablo 12:** Açıklanan Toplam Varyans Tablosu

| Faktörler | Kare Yüklerinin Dönme Toplamları |           | Kümülatif % |
|-----------|----------------------------------|-----------|-------------|
|           | Toplam                           | % Varyans |             |
| 1         | 4,769                            | 19,077    | 19,077      |
| 2         | 3,125                            | 12,499    | 31,576      |
| 3         | 2,697                            | 10,789    | 42,365      |
| 4         | 2,377                            | 9,507     | 51,872      |
| 5         | 1,807                            | 7,226     | 59,099      |

Tablo 12 incelendiğinde, 25 sorudan oluşan veri setinden toplan 5 faktörün açıklandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu 5 faktörünün açıklanan varyans toplamı toplam veri setinin %59,099'unu oluşturduğu görülmektedir.

#### **Faktör Analizine Göre Alt Boyutların Algılama Düzeyleri**

Ölçekte bulunan maddelerin hangi faktör altında yer aldığı ve aynı zamanda bu maddelerin faktör yüklerinin ne anlam ifade ettiği, aşağıda yer alan tablo 13'de belirtilmiştir.

Her ifadenin karşısında normal şartlarda 5 farklı faktör yükü bulunması gerekmektedir ama analiz yaparken 0,30 değerinin altındaki değerlerin görülmemesi seçilmiştir ve geriye kalan faktör yüklerinden en yüksek olanı alınmıştır.

**Tablo 13:** Faktörlerin Belirlendiği Matris Tablosu

| Maddeler                                                                                                                     | Faktörler |   |      |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|------|------|------|
|                                                                                                                              | 1         | 2 | 3    | 4    | 5    |
| Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.                                                                        | ,737      |   |      |      |      |
| Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetlerini sunmaktadır.                                                     | ,708      |   |      |      |      |
| Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.                                                                  | ,700      |   |      |      |      |
| Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.                                                    | ,684      |   |      |      |      |
| Personel ve hizmet kalitesi yönünden iyidir.                                                                                 | ,680      |   |      |      |      |
| Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.                                                            | ,676      |   |      |      |      |
| Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.                                                                                  | ,599      |   |      |      |      |
| Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.                                 | ,524      |   |      |      |      |
| Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.                                                                                      | ,514      |   |      |      |      |
| Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.                                                | ,512      |   |      |      |      |
| Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.                                                                             | ,721      |   |      |      |      |
| Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.                                 | ,667      |   |      |      |      |
| Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır. | ,657      |   |      |      |      |
| Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.                           | ,649      |   |      |      |      |
| Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.                                                                | ,529      |   |      |      |      |
| Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.                                                                      |           |   | ,763 |      |      |
| ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.                                                                                   |           |   | ,761 |      |      |
| Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.                                                                  |           |   | ,757 |      |      |
| ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.                                      |           |   | ,741 |      |      |
| Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.                                         |           |   |      | ,736 |      |
| Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.                                          |           |   |      | ,660 |      |
| TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.                                                             |           |   |      | ,585 |      |
| Geciken-unutulan borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.                                                                |           |   |      | ,545 |      |
| ATM ağı geniştir.                                                                                                            |           |   |      |      | ,755 |
| Şube ağı geniştir.                                                                                                           |           |   |      |      | ,665 |

Tablo 13 analizinde kalan 25 madde için faktör yükleri ve bu maddelerin hangi alt faktörlerde olduğu görülmektedir. Tablo 14’de alt faktör gruplarının maddeleri ve güvenilirlik değerleri verilmiştir.

**Tablo 14:** Alt Faktörlere Ait Güvenilirlik Değerleri

| <b>Faktör No</b> | <b>Faktör İsmi</b>                         | <b>Maddeler</b>               | <b>Cronbach’s Alpha</b> |
|------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 1                | Hizmet ve Ürün Politikası                  | 16,17,20,21,25,26,27,28,31,37 | 0,890                   |
| 2                | Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | 32,33,35,38,39                | 0,748                   |
| 3                | Kart Politikası                            | 41,42,43,44                   | 0,799                   |
| 4                | Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 24,29,30,36                   | 0,696                   |
| 5                | Tahsis Politikası                          | 23,40                         | 0,586                   |

Hizmet ve ürün politikası on maddeden oluşmuştur ve güvenilirlik değeri 0,890 olarak hesaplanmıştır. Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı beş maddeden oluşmuş ve güvenilirlik değeri 0,748 olarak bulunmuştur. Kart Politikası dört maddeden oluşup, 0,799 güvenilirliğe sahiptir. Dört maddeden oluşan Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları faktörü 0,696 güvenilirliğe sahip iken iki maddeden oluşan Tahsis Politikasının güvenilirlik değeri de 0,586 olarak hesaplanmıştır. Buradan alt faktörlerin güvenilirlik değerleri yüksek olduğu için analiz yapmaya uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan faktör yükleri, her bir varyansın yüzdesel değeri ve her bir maddenin Cronbach’s Alpha katsayıları Tablo 15, 16, 17, 18 ve 19’da gösterilmiştir.

**Tablo 15:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

| <b>Faktör 1: Hizmet ve Ürün Politikası</b> |                                                                                              | <b>Faktör</b>           |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Varyans: 19,077                            |                                                                                              | Cronbach’s Alpha: 0,890 |
| 1                                          | Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.                                        | ,737                    |
| 2                                          | Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetlerini sunmaktadır.                     | ,708                    |
| 3                                          | Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.                                  | ,700                    |
| 4                                          | Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.                    | ,684                    |
| 5                                          | Personel ve hizmet kalitesi yönünden iyidir.                                                 | ,680                    |
| 6                                          | Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.                            | ,676                    |
| 7                                          | Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.                                                  | ,599                    |
| 8                                          | Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir. | ,524                    |
| 9                                          | Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.                                                      | ,514                    |
| 10                                         | Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.                | ,512                    |

Birinci faktör Hizmet ve Ürün Politikası olup toplam on maddeden oluşmaktadır ve güvenilirliği 0,890'dır. Toplam varyansın %19,077'sini açıklamaktadır. Faktöre en çok katkısı "Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir" (faktör yükü 0,737) sağlarken; en az katkısı ise "Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır" (faktör yükü 0,512) vermektedir.

**Tablo 16:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

| <b>Faktör 2: Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı</b> |                                                                                                                              | Faktör |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Varyans: 12,499 Cronbach's Alpha: 0,748          |                                                                                                                              |        |
| 1                                                | Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.                                                                             | ,721   |
| 2                                                | Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.                                 | ,667   |
| 3                                                | Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır. | ,657   |
| 4                                                | Bankamın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.                           | ,649   |
| 5                                                | Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.                                                                | ,529   |

İkinci faktör, Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımıdır. Toplam beş maddeden oluşmakta ve güvenilirliği 0,748'dir. Toplam varyansın %12,499'unu açıklamaktadır. Faktöre en çok katkısı "Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir" (faktör yükü 0,721) değişkeni verirken, en az katkısı ise "Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir" (faktör yükü 0,529) değişkeni vermektedir.

**Tablo 17:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

| <b>Faktör 3: Kart Politikası</b>        |                                                                                         | Faktör |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Varyans: 10,789 Cronbach's Alpha: 0,799 |                                                                                         |        |
| 1                                       | Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.                                 | ,763   |
| 2                                       | ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir. | ,761   |
| 3                                       | ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.                                              | ,757   |
| 4                                       | Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.                             | ,741   |

Üçüncü faktör, Kart Politikasıdır. Dört maddeden oluşan bu alt faktörün güvenilirliği 0,799 olup toplam varyansın %10,789'unu açıklamaktadır. Faktöre en çok katkısı yapan değişken "Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur" (faktör yükü 0,763) iken, en az katkısı veren değişken ise "Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim" (faktör yükü 0,741)'dir.

**Tablo 18:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

| Faktör 4: Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları<br>Varyans: 9,507 Cronbach's Alpha: 0,696 |                                                                                      | Faktör |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1                                                                                              | Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir. | ,736   |
| 2                                                                                              | Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.  | ,660   |
| 3                                                                                              | TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.                     | ,585   |
| 4                                                                                              | Geciken-unutulan borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.                        | ,545   |

Dördüncü faktör Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanallarıdır. Dört maddeden oluşan bu faktörün güvenilirliği 0,696 olup toplam varyansın %9,507'sini açıklamaktadır. Faktöre en çok katkıyı veren değişken “Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir” (faktör yükü 0,736) iken, en az katkıyı veren değişken “Geciken-unutulan borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır” (faktör yükü 0,545)’dir.

**Tablo 19:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerini Etkileyen Faktör Yükleri

| Faktör 5: Tahsis Politikası<br>Varyans: 7,226 Cronbach's Alpha: 0,586 |                    | Faktör |
|-----------------------------------------------------------------------|--------------------|--------|
| 1                                                                     | ATM ağı geniştir.  | ,755   |
| 2                                                                     | Şube ağı geniştir. | ,665   |

Beşinci ve son faktör ise Tahsis Politikasıdır. İki maddeden oluşan bu faktörün güvenilirliği 0,586 olup toplam varyansın %7,226'sını açıklamaktadır. Faktöre en çok katkıyı veren değişken “ATM ağı geniştir” iken, en az katkıyı veren değişken ise “Şube ağı geniştir”’dir.

#### ➤ **Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etme İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtlar**

Altta yer alan Tablo 20 incelendiğinde, ankete katılım sağlayan müşterilerin anket sorularına verdikleri yanıtların sayısal ve yüzdesel çıktısı gösterilmiştir.

**Tablo 20:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri İle İlgili Yargılara Verdiği Yanıtların Dağılımı Tablosu

| Maddeler                                                                                                | Tamamen Katılıyorum |      | Katılıyorum |      | Fikrim Yok |      | Katılmıyorum |      | Kesinlikle Katılmıyorum |     | Toplam |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------|-------------|------|------------|------|--------------|------|-------------------------|-----|--------|-----|
|                                                                                                         | f                   | %    | f           | %    | f          | %    | f            | %    | f                       | %   | f      | %   |
| Çalışmakta olduğum bankam her türlü bankacılık hizmetlerini sunmaktadır                                 | 142                 | 34,6 | 211         | 51,5 | 34         | 8,3  | 21           | 5,1  | 2                       | 0,5 | 410    | 100 |
| Personel ve hizmet kalitesi yönünden iyidir.                                                            | 123                 | 30,0 | 245         | 59,8 | 24         | 5,9  | 16           | 3,9  | 2                       | 0,5 | 410    | 100 |
| Tavsiye üzerine ya da kurumda tanıdık birinin çalışıyor olması müşterilerin tercih etmesinde etkilidir. | 154                 | 37,6 | 160         | 39,0 | 58         | 14,1 | 28           | 6,8  | 10                      | 2,4 | 410    | 100 |
| Zamanında ve eksiksiz olarak müşteri taleplerini karşılayacak kalitede personel bulunmaktadır.          | 94                  | 22,9 | 207         | 50,5 | 66         | 16,1 | 39           | 9,5  | 4                       | 1,0 | 410    | 100 |
| Finansman ve fon fiyatlaması sektördeki yüksek düzeydeki rekabete ayak uyduracak düzeydedir.            | 84                  | 20,5 | 147         | 35,9 | 153        | 37,3 | 19           | 4,6  | 7                       | 1,7 | 410    | 100 |
| Müşteri işlemleri çok hızlı ve eksiksiz olarak yapılabilmektedir.                                       | 112                 | 27,3 | 186         | 45,4 | 65         | 15,9 | 41           | 10,0 | 6                       | 1,5 | 410    | 100 |
| Kriz zamanlarında finansman fiyatlaması sektördeki ortalamanın üzerinde değişim göstermemiştir.         | 75                  | 18,3 | 142         | 34,6 | 160        | 39,0 | 23           | 5,6  | 10                      | 2,4 | 410    | 100 |
| Şube ağı geniştir.                                                                                      | 74                  | 18,0 | 192         | 46,8 | 58         | 14,1 | 77           | 18,8 | 9                       | 2,2 | 410    | 100 |
| Bankanın iş yerine olan yakınlığı müşterilerin tercih etmesinde etkili bir nedendir.                    | 156                 | 38,0 | 184         | 44,9 | 43         | 10,5 | 21           | 5,1  | 6                       | 1,5 | 410    | 100 |
| Teknolojik gelişmeleri yakından takip eder.                                                             | 123                 | 30,0 | 226         | 55,1 | 47         | 11,5 | 13           | 3,2  | 1                       | 0,2 | 410    | 100 |
| Bankanın vizyonu ve misyonu beklentilerimi karşılamaktadır.                                             | 111                 | 27,1 | 212         | 51,7 | 57         | 13,9 | 28           | 6,8  | 2                       | 0,5 | 410    | 100 |
| Çalıştığım bankamın internet şubesi her türlü ihtiyacımı karşılamaktadır.                               | 121                 | 29,5 | 223         | 54,4 | 22         | 5,4  | 37           | 9,0  | 7                       | 1,7 | 410    | 100 |
| Bankanın sunduğu ürün çeşitliliği yeterli düzeydedir.                                                   | 99                  | 24,1 | 209         | 51,0 | 63         | 15,4 | 29           | 7,1  | 10                      | 2,4 | 410    | 100 |
| TV reklamlarının etkisi müşterileri olumlu yönde etkilemektedir.                                        | 129                 | 31,5 | 154         | 37,6 | 87         | 21,2 | 27           | 6,6  | 13                      | 3,2 | 410    | 100 |
| Faizsiz bankacılık uygulaması müşterilerin tercih etmesinde olumlu etkiye sahiptir.                     | 207                 | 50,5 | 146         | 35,6 | 43         | 10,5 | 10           | 2,4  | 4                       | 1,0 | 410    | 100 |

|                                                                                                                              |     |      |     |      |     |      |     |      |    |     |     |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|----|-----|-----|-----|
| Finansman tahsisinde iş akışı hızlıdır.                                                                                      | 121 | 29,5 | 205 | 50,0 | 73  | 17,8 | 9   | 2,2  | 2  | 0,5 | 410 | 100 |
| Finansman tahsis politikaları ekonomide yaşanan olumsuz değişimlerde çok az etkilenmektedir.                                 | 60  | 14,6 | 116 | 28,3 | 192 | 46,8 | 33  | 8,0  | 9  | 2,2 | 410 | 100 |
| Finansman sağlamada istenen evrak ve belgeler fazla değildir.                                                                | 58  | 14,1 | 115 | 28,0 | 132 | 32,2 | 77  | 18,8 | 28 | 6,8 | 410 | 100 |
| Limit tahsis etmede sadece gelir dikkate alınmamakta aynı zamanda faydaları ve tehditleri ele alınmaktadır.                  | 80  | 19,5 | 177 | 43,2 | 112 | 27,3 | 36  | 8,8  | 5  | 1,2 | 410 | 100 |
| Hesap işletim ücreti, kredi kartı aidatı, havale, eft vs. gibi işlem masrafları alınmıyor ya da düşük ücretler alınmaktadır. | 81  | 19,8 | 142 | 34,6 | 70  | 17,1 | 101 | 24,6 | 16 | 3,9 | 410 | 100 |
| Geciken-unutulan borçlar için hemen hatırlatma yapılmaktadır.                                                                | 195 | 47,6 | 139 | 33,9 | 55  | 13,4 | 15  | 3,7  | 6  | 1,5 | 410 | 100 |
| Çağrı merkezine ulaşım kolay, çağrı merkezi hizmeti hızlı ve sonuç odaklıdır.                                                | 109 | 26,6 | 167 | 40,7 | 54  | 13,2 | 63  | 15,4 | 17 | 4,1 | 410 | 100 |
| Finansman oranlarında değişikliğe gitmemektedir.                                                                             | 62  | 15,1 | 125 | 30,5 | 173 | 42,2 | 44  | 10,7 | 6  | 1,5 | 410 | 100 |
| Bankanın ürünlerinin İslami açıdan uygunluğunu onaylayan/denetleyen danışma (fetva) kurulu vardır.                           | 82  | 20,0 | 114 | 27,8 | 176 | 42,9 | 24  | 5,9  | 14 | 3,4 | 410 | 100 |
| ATM ağı genişir.                                                                                                             | 89  | 21,7 | 158 | 38,5 | 53  | 12,9 | 89  | 21,7 | 21 | 5,1 | 410 | 100 |
| ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.                                                                                   | 202 | 49,3 | 173 | 42,2 | 25  | 6,1  | 8   | 2,0  | 2  | 0,5 | 410 | 100 |
| ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir.                                      | 201 | 49,0 | 159 | 38,8 | 41  | 10,0 | 5   | 1,2  | 4  | 1,0 | 410 | 100 |
| Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.                                                                  | 159 | 38,8 | 171 | 41,7 | 44  | 10,7 | 24  | 5,9  | 12 | 2,9 | 410 | 100 |
| Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.                                                                      | 163 | 39,8 | 185 | 45,1 | 38  | 9,3  | 15  | 3,7  | 9  | 2,2 | 410 | 100 |

Tablo 20 incelendiğinde; katılımcıların ölçek maddelere verdikleri cevapların yüzdesel dağılımları gösterilmektedir.

#### 4. 4. 4. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, araştırmaya konu olan iki değişken arasında tespit edilen ilişkinin şiddetini ve aynı zamanda yönünü göstermektedir. Eğer korelasyonun katsayısı pozitif ise aynı yönlü ilişki, katsayı negatif ise değişkenler arasında negatif yönlü bir ilişki mevcuttur. İki değişken arasında istatistiki açıdan bir ilişki olup olmadığı ise p değeri kontrol edilerek tespit edilir. Ulaşılan p değeri  $p < 0,05$  ise araştırmaya konu olan iki değişken arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişkinin varlığından söz edilir.

#### ➤ Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Tercihlerini Etkileyen Faktörler Arası Korelasyon Analizi

Tablo 21’de, katılımcıların kredi kullanım esnasında katılım bankalarına yönelmelerinin nedenlerini ortaya koyan faktörler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçlarını göstermektedir.

**Tablo 21:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri Arasındaki İlişkiyi İnceleyen Korelasyon Analizi Tablosu

|                                                           |                   | Hizmet ve<br>Ürün Politikası<br>Ortalama | Faizsizlik<br>Prensibi ve<br>Tanıtımı<br>Ortalama | Kart<br>Politikası<br>Ortalaması | Alternatif<br>Dağıtım ve<br>Tutundurma | Tahsis<br>Politikası |
|-----------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------|----------------------|
| Hizmet ve Ürün<br>Politikası Ortalaması                   | Korelasyon        | 1                                        |                                                   |                                  |                                        |                      |
|                                                           | Anlamlılık<br>(p) |                                          |                                                   |                                  |                                        |                      |
| Faizsizlik Prensibi ve<br>Tanıtımı Ortalama               | Korelasyon        | ,545**                                   | 1                                                 |                                  |                                        |                      |
|                                                           | Anlamlılık<br>(p) | ,000                                     |                                                   |                                  |                                        |                      |
| Kart Politikası Ortalama                                  | Korelasyon        | ,459**                                   | ,264**                                            | 1                                |                                        |                      |
|                                                           | Anlamlılık<br>(p) | ,000                                     | ,000                                              |                                  |                                        |                      |
| Alternatif Dağıtım ve<br>Tutundurma Kanalları<br>Ortalama | Korelasyon        | ,559**                                   | ,387**                                            | ,417**                           | 1                                      |                      |
|                                                           | Anlamlılık<br>(p) | ,000                                     | ,000                                              | ,000                             |                                        |                      |
| Tahsis Politikası<br>Ortalama                             | Korelasyon        | ,359**                                   | ,318**                                            | ,234**                           | ,126*                                  | 1                    |
|                                                           | Anlamlılık<br>(p) | ,000                                     | ,000                                              | ,000                             | ,011                                   |                      |

\*\* 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. \* 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır.

Korelasyon analiz tablosu incelendiğinde hizmet ve ürün politikası ile faizsizlik prensibi ve tanıtımı, kart politikası, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir korelasyon vardır. Ayrıca, faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile kart politikası, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası arasında yine 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki vardır. Kart politikası ile alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki vardır. Son olarak tahsis politikası ile alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif bir ilişki vardır.

#### 4. 4. 5. Hipotez Test Edilmesi ve İstatistiki Açıdan Yorumlanması

Analizlere başlamadan önce hem ölçek verilerinin hem de örnekleminin yeteri kadar büyük ve normal dağılım göstermeleri gerektiğinin kanıtlanması gerekmektedir. Eğer veriler, bu şartları sağlarsa analizlerde parametrik testlerin kullanılması gerekmektedir. Eğer normallik şartı sağlanmıyorsa parametrik olmayan testlerin kullanılması gerekir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirlemek için öncelikle alt faktör gruplarının ortalamaları hesaplanır ve bu şekilde normalliklerini incelenir. Verilerin normal dağılım şartını sağlayıp sağlamadığını tespit etmek için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılması gerekmektedir ve bu değerlerin -2 ile +2 değerleri arasında olması normallik varsayımı için yeterlidir (George, 2011). Normallik testinin sonuçları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 22:** Normallik Varsayımı Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

|                                                     |           | İstatistik değeri | Standart hata |
|-----------------------------------------------------|-----------|-------------------|---------------|
| Hizmet ve Ürün Politika Ortalama                    | Çarpıklık | ,536              | ,121          |
|                                                     | Basıklık  | ,461              | ,240          |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı Ortalama            | Çarpıklık | -,418             | ,121          |
|                                                     | Basıklık  | -,177             | ,240          |
| Kart Politikası Ortalama                            | Çarpıklık | ,912              | ,121          |
|                                                     | Basıklık  | 1,775             | ,240          |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları Ortalama | Çarpıklık | 1,025             | ,121          |
|                                                     | Basıklık  | 1,383             | ,240          |
| Tahsis Politikası Ortalama                          | Çarpıklık | ,377              | ,121          |
|                                                     | Basıklık  | -,642             | ,240          |

Yukarıdaki tablo 22 incelendiğinde, bütün gruptaki çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında değer aldığı görülür ve dolayısıyla verilerimizin normal dağıldığı varsayılmaktadır. Bu bilgiler ışığında araştırmanın parametrik testler kullanarak yapılması gerekmektedir.

Bağımsız örneklem t testi, ortalamalar açısından iki örneklem grup arasında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. T testi için oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:

***H<sub>0</sub>: İki grubun ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur.***

***H<sub>1</sub>: İki grubun ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır.***

En az üç ve daha fazla parametrik ana kütle ortalamalarının birbirine eşit olup olmadığını belirlemek için ise tek yönlü varyans analizinden yararlanılır. Hipotezler aşağıdaki gibi kurulur.

***H<sub>0</sub>:  $\mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$  (ortalamalar arasında fark yoktur)***

***H<sub>1</sub>: En az bir ortalama diğerlerinden farklıdır.***

Çalışmanın bu kısmında katılım bankacılığı kullanan müşterilerin hizmet ve uygulamalar için algı düzeylerini cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek, gelir ve eğitim durumlarına göre anlamlı bir fark olup olmadığı test eden bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü ANOVA testinin sonuçları yer almaktadır. %95 anlamlılık seviyesinde test edilen analizlerin sonuçlarına göre eğer elde edilen anlamlılık (p) değeri 0,05’den küçük ise sıfır hipotezi reddedilir, p değeri 0,05’den büyük ise sıfır hipotezi kabul edilir.

#### **4.4.5.1. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları İle İlgili Algılarının Cinsiyete Göre Farklılık Analizi**

Banka bireysel müşterilerinin kredi kullanım kararlarını verirken, katılım bankalarını tercih etmelerinde, banka hizmet ve uygulamalarının gösterdikleri farklılıkları, katılımcıların cinsiyet açısından incelemek amacıyla uygulanan t testi ve bu test bulguları Tablo 23’de gösterilmiştir.

Bu analiz için kurulan hipotez testi aşağıdaki gibidir.

***H<sub>0</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermez.***

***H<sub>1</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve***

*Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterir.*

**Tablo 23:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Cinsiyete Göre Farklılığını İnceleyen t Testi

| Faktörler                                  | Cinsiyet | n   | Ortalama | Standart sapma | t     | Anlamlılık(p) |
|--------------------------------------------|----------|-----|----------|----------------|-------|---------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | Kadın    | 200 | 2,1430   | 0,59237        | 3,247 | <b>0,001</b>  |
|                                            | Erkek    | 210 | 1,9433   | 0,64983        |       |               |
| Faizsizlik prensibi ve tanıtımı            | Kadın    | 200 | 2,8140   | 0,63894        | 6,920 | <b>0,000</b>  |
|                                            | Erkek    | 210 | 2,3457   | 0,73015        |       |               |
| Kart politikası                            | Kadın    | 200 | 1,7925   | 0,68367        | 0,919 | 0,359         |
|                                            | Erkek    | 210 | 1,7310   | 0,67260        |       |               |
| Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları | Kadın    | 200 | 1,940    | 0,68051        | 2,318 | <b>0,021</b>  |
|                                            | Erkek    | 210 | 1,7881   | 0,64637        |       |               |
| Tahsis politikası                          | Kadın    | 200 | 2,4725   | 0,98634        | 0,443 | 0,658         |
|                                            | Erkek    | 210 | 2,4310   | 0,91178        |       |               |

P anlamlılık değerlerine bakıldığında “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı” ve “Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları” faktörleri için  $p < 0,05$  olduğundan,  $H_0$  hipotezi reddedilirken alternatif hipotez kabul edilmektedir. Bir başka ifade ile bireysel müşterilerin katılım bankası hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı ve alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Kart politikası ve Tahsis Politika faktörlerinin p anlamlılık değerleri  $p > 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi kabul edilir. Diğer bir ifade ile bireysel müşterilerin katılım bankası kart ve tahsis politikaları ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermez.

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

Çalışmada veriler normal dağıldığı için, ikiden fazla grupların örnek ortalamaları arasında farkı incelerken parametrik testlerden ANOVA testi kullanılmaktadır. Analiz sonucunda sıfır hipotezi reddedildiğinde, farklılığın hangi örnekten kaynaklandığının belirlenmesi için Post-Hoc çoklu karşılaştırma testleri kullanılmaktadır. Eğer sıfır hipotezi reddedilirse hangi post-hoc testini kullanılması

gerektiği büyük önem arz etmektedir. Bunun için varyansların homojenliğinin test edilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada varyansların homojenliği varsayımı sağlanıyorsa Tukey çoklu karşılaştırma testi, sağlanmıyorsa Tamhane's T2 çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. Verilerin Levene testinin sonuçları aşağıdaki gibidir.

**Tablo 24:** Varyansların Homojenliği Testi

|                                            | Levene İstatistiği | df1 | df2 | Anlamlılık |
|--------------------------------------------|--------------------|-----|-----|------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | 2,642              | 4   | 405 | ,033       |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | 7,473              | 4   | 405 | ,000       |
| Kart Politikası                            | 2,128              | 4   | 405 | ,077       |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 7,639              | 4   | 405 | ,000       |
| Tahsis Politikası                          | 1,317              | 4   | 405 | ,263       |

Tablo 24 incelendiğinde Hizmet ve Ürün Politikası için Levene test istatistiğine ait p değeri 0,033 olarak elde edilmiştir ve sıfır hipotez reddedilerek varyansların homojen olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu faktör için yapılacak ANOVA testinde gruplar arasında fark çıkması halinde bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu test etmek için Post-Hoc testlerinden Tamhane's T2 testi kullanılacaktır. Benzer şekilde Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı ve Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanallarına ait Levene test istatistiğinin p değeri 0,05'den küçük olduğu için varyansların homojenliği şartı sağlanmamış olduğu görülmektedir. Yine bu faktör grupları için fark bulunursa bunu belirlemek için Tamhane's T2 çoklu karşılaştırma testi kullanılacaktır. Kart Politikası ve Tahsis Politikasına ait Levene test istatistiğinin p değeri 0,05'den büyük olduğu için varyansların homojenliği şartı sağlanmış olur. Bu faktör grupları için anlamlı bir fark bulunursa bunu belirlemek için Post-Hoc testlerinden Tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılacaktır.

Bu nedenle çalışmada yaş dağılımı için yaptığımız ANOVA testinin sonuçlarını iki ayrı tablo şeklinde aşağıda verilmiştir:

ANOVA testinin analizi için kurulan hipotez testi aşağıdaki gibidir.

***H<sub>0</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis***

*Politikası” ile ilgili algıları yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermez.*

*H<sub>1</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları yaşa göre anlamlı bir farklılık gösterir.*

**Tablo 25:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Hizmet ve Uygulamalar ile İlgili Algılarının Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen Anova Testi Bulguları

| ANOVA                                 |                |     |          |                | Tamhane's T2 |                   |                |                |               |                |                |
|---------------------------------------|----------------|-----|----------|----------------|--------------|-------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
|                                       |                | N   | Ortalama | Standart Sapma | F            | Anlamlılı<br>k(p) | 18-25          | 26-35          | 36-45         | 46-55          | 56 ve<br>üzeri |
| Hizmet ve<br>Ürün<br>Politikası       | 18-25          | 80  | 2,1513   | ,61890         | 6,340        | <b>0,000</b>      |                | 0,3181         | <b>0,3676</b> | -0,0181        | 0,1027         |
|                                       | 26-35          | 144 | 2,1194   | ,68839         |              |                   | -0,031         |                | <b>0,3357</b> | -0,0499        | 0,0709         |
|                                       | 36-45          | 104 | 1,7837   | ,55828         |              |                   | <b>-0,3676</b> | <b>-0,3357</b> |               | <b>-0,3857</b> | -0,264         |
|                                       | 46-55          | 49  | 2,1694   | ,57380         |              |                   | 0,0181         | 0,0499         | <b>0,3857</b> |                | 0,1209         |
|                                       | 56 ve<br>üzeri | 33  | 2,0485   | ,45697         |              |                   | -0,102         | -0,0709        | 0,2648        | -0,1209        |                |
|                                       | Toplam         | 410 | 2,0407   | ,62968         |              |                   |                |                |               |                |                |
| Faizsizlik<br>Prensibi ve<br>Tanıtımı | 18-25          | 80  | 2,6150   | ,61110         | 3,159        | <b>0,014</b>      |                | -0,0308        | 0,2150        | 0,1211         | -0,215         |
|                                       | 26-35          | 144 | 2,6458   | ,76230         |              |                   | 0,0308         |                | 0,2458        | 0,1519         | -0,184         |
|                                       | 36-45          | 104 | 2,4000   | ,83794         |              |                   | -0,215         | -0,2458        |               | -0,0938        | <b>-0,430</b>  |
|                                       | 46-55          | 49  | 2,4939   | ,46386         |              |                   | -0,121         | -0,1519        | 0,0938        |                | -0,336         |
|                                       |                |     |          |                |              |                   |                |                |               |                |                |
|                                       | 56 ve<br>üzeri | 33  | 2,8303   | ,64638         |              |                   | 0,215          | 0,184          | <b>0,430</b>  | 0,336          |                |
|                                       | Toplam         | 410 | 2,5741   | ,72525         |              |                   |                |                |               |                |                |
| Alternatif                            | 18-25          | 80  | 2,1156   | ,71594         |              |                   |                | 0,1399         | <b>0,4954</b> | 0,2278         | <b>0,6383</b>  |

|                                 |             |     |        |        |        |       |         |         |         |         |        |
|---------------------------------|-------------|-----|--------|--------|--------|-------|---------|---------|---------|---------|--------|
| Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 26-35       | 144 | 1,9757 | ,71223 | 11,127 | 0,000 | -0,1399 |         | 0,3555  | 0,0879  | 0,4984 |
|                                 | 36-45       | 104 | 1,6202 | ,51551 |        |       | -0,4954 | -0,3555 |         | -0,2675 | 0,1429 |
|                                 | 46-55       | 49  | 1,8878 | ,61885 |        |       | -0,2278 | -0,0879 | 0,2675  |         | 0,4104 |
|                                 | 56 ve üzeri | 33  | 1,4773 | ,39708 |        |       | -0,6383 | -0,4984 | -0,1429 | -0,4104 |        |
|                                 | Toplam      | 410 | 1,8622 | ,66678 |        |       |         |         |         |         |        |

Tablo 25 incelendiğinde üç faktör için hesaplanan anlamlılık (p) değerleri de 0,05’den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır diyoruz. Bu farkın hangi örneklerden geldiğini görmek için yine tablodan çoklu karşılaştırma testi olan Tamhane’s T2 testinin sonuçlarına bakmamız gerekmektedir.

Hizmet ve ürün politikası açısından, 36-45 yaş ile 18-25 yaş, 26-35 yaş 46-55 yaş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı açısından da 36-45 yaş ile 56 yaş ve üzeri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Başka bir deyişle faizsizlik prensibi ve tanıtımı açısından ortaya çıkan fark 36-45 yaş ile 56 yaş ve üzerinden kaynaklanmaktadır. Son olarak alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları açısından ise 36-45 yaş ile 18-25 yaş ve 26-35 yaş arasında anlamlı bir fark, 56 yaş ve üzeri ile 18-25 yaş, 26-35 yaş ve 46-55 yaş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

**Tablo 26:** Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Hizmet ve Uygulamalar ile İlgili Algılarının Yaşa Göre Farklılığını İnceleyen Anova Testi Bulguları

|                   |             | ANOVA |          |                | Tukey |               |               |                |               |                |                |
|-------------------|-------------|-------|----------|----------------|-------|---------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
|                   |             | N     | Ortalama | Standart Sapma | F     | Anlamlılık(p) | 18-25         | 26-35          | 36-45         | 46-55          | 56 ve üzeri    |
| Kart Politikası   | 18-25       | 80    | 1,7656   | ,64551         | 5,637 | 0,000         |               | -,07986        | ,24399        | -,23948        | -,00710        |
|                   | 26-35       | 144   | 1,8455   | ,74327         |       |               | ,07986        |                | <b>,32385</b> | -,15962        | ,07276         |
|                   | 36-45       | 104   | 1,5216   | ,56400         |       |               | -,24399       | <b>-,32385</b> |               | <b>-,48347</b> | -,25109        |
|                   | 46-55       | 49    | 2,0051   | ,66240         |       |               | ,23948        | ,15962         | <b>,48347</b> |                | ,23237         |
|                   | 56 ve üzeri | 33    | 1,7727   | ,61987         |       |               | ,00710        | -,07276        | ,25109        | -,23237        |                |
|                   | Toplam      | 410   | 1,7610   | ,67789         |       |               |               |                |               |                |                |
| Tahsis Politikası | 18-25       | 80    | 2,1563   | ,87726         | 4,508 | 0,001         |               | -,31944        | -,23798       | <b>-,62946</b> | <b>-,58617</b> |
|                   | 26-35       | 144   | 2,4757   | ,97222         |       |               | ,31944        |                | ,08146        | -,31002        | -,26673        |
|                   | 36-45       | 104   | 2,3942   | ,88316         |       |               | ,23798        | -,08146        |               | -,39148        | -,34819        |
|                   | 46-55       | 49    | 2,7857   | ,95197         |       |               | <b>,62946</b> | ,31002         | ,39148        |                | ,04329         |
|                   | 56 ve üzeri | 33    | 2,7424   | 1,00095        |       |               | <b>,58617</b> | ,26673         | ,34819        | -,04329        |                |
|                   | Toplam      | 410   | 2,4512   | ,94794         |       |               |               |                |               |                |                |

Tablo 26’ya göre hem kart politikasının hem de tahsis politikasının p anlamlılık değerleri 0,05’den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu kabul edilmektedir. Bu farkın hangi örnekler arasında olduğunu belirlemek için tablodan Tukey testinin sonuçlarının incelenmesi gerekmektedir.

Kart politikası açısından anlamlı fark 36-45 yaş ile 26-35 yaş ve 46-55 yaş arasında bulunmuştur. Tahsis politikası açısından ise anlamlı fark 18-25 yaş ile 46-55 yaş ve 56 yaş ve üzeri arasında bulunmuştur.

#### 4. 4. 5. 3. Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili Algılarının Medeni Durumlarına Göre Farklılıklarının Testi

Banka bireysel müşterilerinin kredi kullanım kararlarını verirken, katılım bankalarını tercih etmelerinde, banka hizmet ve uygulamalarının gösterdikleri farklılıkları, katılımcıların medeni durumu açısından incelemek amacıyla uygulanan t

testi ve bu test bulguları Tablo 27’de gösterilmiştir.

Bağımsız örneklem t testinin analizi için kurulan hipotez testi aşağıdaki gibidir:

***H<sub>0</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermez.***

***H<sub>1</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları medeni durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.***

**Tablo 27:** Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili Algılarının Medeni Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen t Testi

| Faktörler                                  | Medeni Durum | n   | Ortalama | Standart sapma | T      | Anlamlılık(p) |
|--------------------------------------------|--------------|-----|----------|----------------|--------|---------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | Evli         | 247 | 2,0004   | ,58591         | -1,548 | 0,123         |
|                                            | Bekar        | 163 | 2,1018   | ,68812         |        |               |
| Faizsizlik prensibi ve tanıtımı            | Evli         | 247 | 2,5676   | ,73380         | -0,224 | 0,823         |
|                                            | Bekar        | 163 | 2,5840   | ,71422         |        |               |
| Kart politikası                            | Evli         | 247 | 1,7358   | ,65083         | -0,924 | 0,356         |
|                                            | Bekar        | 163 | 1,7991   | ,71732         |        |               |
| Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları | Evli         | 247 | 1,7510   | ,62774         | -4,160 | 0,000         |
|                                            | Bekar        | 163 | 2,0307   | ,69042         |        |               |
| Tahsis politikası                          | Evli         | 247 | 2,6255   | ,95020         | 4,699  | 0,000         |
|                                            | Bekar        | 163 | 2,1871   | ,88382         |        |               |

Tablo 27’de p anlamlılık değerlerine bakıldığında “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı” ve “Kart Politikası” faktörleri için  $p > 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi kabul edilir. Bir başka ifade ile bireysel müşterilerin katılım bankası hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı ve kart politikası ile ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politika faktörlerinin p anlamlılık değerleri  $p < 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilir ve alternatif hipotez kabul edilir. Yani, bireysel müşterilerin katılım bankası alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikaları ile ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

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

**Tablo 28:** Varyansların Homojenliği Testi

|                                            | Levene İstatistiği | df1 | df2 | Anlamlılık |
|--------------------------------------------|--------------------|-----|-----|------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | 3,256              | 4   | 405 | ,012       |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | 2,853              | 4   | 405 | ,024       |
| Kart Politikası                            | 1,309              | 4   | 405 | ,266       |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 2,860              | 4   | 405 | ,023       |
| Tahsis Politikası                          | 1,499              | 4   | 405 | ,202       |

Tablo 28 incelendiğinde Hizmet ve Ürün Politikası, Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları için Levene test istatistiğine ait p değerleri 0,05’den küçük olduğu için sıfır hipotez reddedilerek varyansların homojen olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu faktör için yapılacak ANOVA testinde gruplar arasında fark çıkması halinde bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu test etmek için Post-Hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi kullanılacaktır. Kart Politikası ve Tahsis Politikasına ait Levene test istatistiğinin p değeri 0,05’den büyük olduğu için varyansların homojenliği şartı sağlanmış olur. Bu faktör grupları için anlamlı bir fark bulunursa bunu belirlemek için Post-Hoc testlerinden Tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılacaktır. Bu yüzden meslekler için yaptığımız çalışmanın ANOVA testinin sonuçları iki ayrı tablo şeklinde aşağıda verilmiştir.

ANOVA testinin analizi için kurulan hipotez testi aşağıdaki gibidir:

***H<sub>0</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları mesleğe göre anlamlı bir farklılık göstermez.***

***H<sub>1</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları mesleğe göre anlamlı bir farklılık gösterir.***

**Tablo 29:** Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili

Algılarının Mesleğine Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi Bulguları

|                                            |                      | ANOVA |          |                | Tamhane's T2 |              |                        |               |               |               |                            |
|--------------------------------------------|----------------------|-------|----------|----------------|--------------|--------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------------------|
|                                            |                      | N     | Ortalama | Standart Sapma | F            | Anamlılık(p) | Öğrenci/<br>Çalışmıyor | Kamu Sektörü  | Özel sektör   | Emekli        | Esnaf/<br>Serbet<br>Meslek |
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | Öğrenci/Çalışmıyor   | 84    | 2,2179   | ,61510         | 3,014        | <b>0,018</b> |                        | <b>,26071</b> | <b>,25227</b> | ,02838        | ,13968                     |
|                                            | Kamu Sek.            | 98    | 1,9571   | ,61861         |              |              | <b>-,26071</b>         |               | -,00844       | -,23233       | -,12104                    |
|                                            | Özel Sek.            | 154   | 1,9656   | ,67875         |              |              | <b>-,25227</b>         | ,00844        |               | -,22389       | -,11260                    |
|                                            | Emekli               | 19    | 2,1895   | ,37401         |              |              | -,02838                | ,23233        | ,22389        |               | ,11129                     |
|                                            | Esnaf/Serbest Meslek | 55    | 2,0782   | ,54354         |              |              | -,13968                | ,12104        | ,11260        | -,11129       |                            |
|                                            | Toplam               | 410   | 2,0407   | ,62968         |              |              |                        |               |               |               |                            |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | Öğrenci/Çalışmıyor   | 80    | 2,7214   | ,66660         | 2,786        | <b>0,026</b> |                        | ,28673        | ,19935        | -,11015       | ,06688                     |
|                                            | Kamu Sek.            | 144   | 2,4347   | ,81127         |              |              | -,28673                |               | -,08738       | -,39689       | -,21985                    |
|                                            | Özel Sek.            | 104   | 2,5221   | ,73966         |              |              | -,19935                | ,08738        |               | -,30950       | -,13247                    |
|                                            | Emekli               | 49    | 2,8316   | ,53443         |              |              | ,11015                 | ,39689        | ,30950        |               | ,17703                     |
|                                            | Esnaf/Serbest Meslek | 33    | 2,6545   | ,60547         |              |              | -,06688                | ,21985        | ,13247        | -,17703       |                            |
|                                            | Toplam               | 410   | 2,5741   | ,72525         |              |              |                        |               |               |               |                            |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | Öğrenci/Çalışmıyor   | 80    | 2,1726   | ,72392         | 6,436        | <b>0,000</b> |                        | <b>,36650</b> | <b>,40639</b> | <b>,54104</b> | <b>,33626</b>              |
|                                            | Kamu Sek.            | 144   | 1,8061   | ,65461         |              |              | <b>-,36650</b>         |               | ,03989        | ,17454        | -,03024                    |
|                                            | Özel Sek.            | 104   | 1,7662   | ,65597         |              |              | <b>-,40639</b>         | -,03989       |               | ,13465        | -,07013                    |
|                                            | Emekli               | 49    | 1,6316   | ,59726         |              |              | <b>-,54104</b>         | -,17454       | -,13465       |               | -,20478                    |
|                                            | Esnaf/Serbest Meslek | 33    | 1,8364   | ,50281         |              |              | <b>-,33626</b>         | ,03024        | ,07013        | ,20478        |                            |
|                                            | Toplam               | 410   | 1,8622   | ,66678         |              |              |                        |               |               |               |                            |

Tablo 29 incelendiğinde üç faktör için hesaplanan anlamlılık (p) değerleri de 0,05'den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır diyoruz. Bu farkın hangi örneklerden geldiğini görmek için yine tablodan çoklu karşılaştırma

testi olan Tamhane's T2 testinin sonuçlarına bakmamız gerekmektedir.

Hizmet ve ürün politikası açısından anlamlı fark öğrenci/çalışmıyor ile kamu ve özel sektörü arasında bulunmuştur. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı için anlamlı bir fark olduğu çıkmasına karşın çoklu karşılaştırma testinde oluşan bu farkın hangi gruplar arasında olduğu belirlenememiştir. Son olarak alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları açısından oluşan anlamlı fark öğrenci/çalışmıyor ile kamu ve özel sektör, emekli ve esnaf/serbest meslek arasında bulunmuştur.

**Tablo 30:** Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili Algılarının Mesleğine Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi Bulguları

|                      |                             | ANOVA |          |                | Tukey |              |                        |              |                |                |                             |
|----------------------|-----------------------------|-------|----------|----------------|-------|--------------|------------------------|--------------|----------------|----------------|-----------------------------|
|                      |                             | N     | Ortalama | Standart Sapma | F     | Anamlılık(p) | Öğrenci/<br>Çalışmıyor | Kamu Sektörü | Özel sektör    | Emekli         | Esnaf/<br>Serbest<br>Meslek |
| Kart<br>Politikası   | Öğrenci/<br>Çalışmıyor      | 80    | 1,7976   | ,61418         | 1,452 | 0,216        |                        | ,04762       | ,11742         | -,05764        | -,12056                     |
|                      | Kamu Sek.                   | 144   | 1,7500   | ,70162         |       |              | -,04762                |              | ,06981         | -,10526        | -,16818                     |
|                      | Özel Sek.                   | 104   | 1,6802   | ,71714         |       |              | -,11742                | -,06981      |                | -,17507        | -,23799                     |
|                      | Emekli                      | 49    | 1,8553   | ,68878         |       |              | ,05764                 | ,10526       | ,17507         |                | -,06292                     |
|                      | Esnaf/<br>Serbest<br>Meslek | 33    | 1,9182   | ,59328         |       |              | ,12056                 | ,16818       | ,23799         | ,06292         |                             |
|                      | Toplam                      | 410   | 1,7610   | ,67789         |       |              |                        |              |                |                |                             |
| Tahsis<br>Politikası | Öğrenci/<br>Çalışmıyor      | 80    | 2,0952   | ,84837         | 5,733 | 0,000        |                        | -,31293      | <b>-,42749</b> | <b>-,85213</b> | <b>-,60476</b>              |
|                      | Kamu Sek.                   | 144   | 2,4082   | ,93980         |       |              | ,31293                 |              | -,11456        | -,53921        | -,29184                     |
|                      | Özel Sek.                   | 104   | 2,5227   | ,95545         |       |              | <b>,42749</b>          | ,11456       |                | -,42464        | -,17727                     |
|                      | Emekli                      | 49    | 2,9474   | 1,0658         |       |              | <b>,85213</b>          | ,53921       | ,42464         |                | ,24737                      |
|                      | Esnaf/<br>Serbest<br>Meslek | 33    | 2,7000   | ,88506         |       |              | <b>,60476</b>          | ,29184       | ,17727         | -,24737        |                             |
|                      | Toplam                      | 410   | 2,4512   | ,94794         |       |              |                        |              |                |                |                             |

Tablo 30 incelendiğinde kart politikası için hesaplanan p anlamlılık değeri 0,05'den büyük çıktığı için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur deriz. Tahsis politikasının p anlamlılık değeri ise 0,05'den küçük çıktığı grup ortalamaları

arasında meslekler açısından anlamlı bir fark olduğu söylenir. Bu anlamlı fark, öğrenci/çalışmıyor ile özel sektör, emekli ve esnaf/serbest meslek arasında olduğu söylenebilir.

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

**Tablo 31:** Varyansların Homojenliği Testi

|                                            | Levene İstatistiği | df1 | df2 | Anlamlılık |
|--------------------------------------------|--------------------|-----|-----|------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | 1,056              | 4   | 405 | ,378       |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | 5,042              | 4   | 405 | ,001       |
| Kart Politikası                            | ,605               | 4   | 405 | ,659       |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 2,319              | 4   | 405 | ,056       |
| Tahsis Politikası                          | 4,092              | 4   | 405 | ,003       |

Tablo 31 incelendiğinde Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı ile Tahsis Politikası için Levene test istatistiğine ait p değerleri 0,05’den küçük olduğu için sıfır hipotez reddedilerek varyansların homojen olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu faktör için yapılacak ANOVA testinde gruplar arasında fark çıkması halinde bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu test etmek için Post-Hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi kullanılacaktır. Hizmet ve Ürün Politikası, Kart Politikası ve Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanallarına ait Levene test istatistiğinin p değeri 0,05’den büyük olduğu için varyansların homojenliği şartı sağlanmış olur. Bu faktör grupları için anlamlı bir fark bulunursa bunu belirlemek için Post-Hoc testlerinden Tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılacaktır.

ANOVA testinin analizi için kurulan hipotez testi aşağıdaki gibidir.

***H<sub>0</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermez.***

***H<sub>1</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis***

***Politikası” ile ilgili algıları gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.***

**Tablo 32:** Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili Algılarının Gelir Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi

| ANOVA                                      |                |     |          |                | Tukey |               |                |                |               |               |                |
|--------------------------------------------|----------------|-----|----------|----------------|-------|---------------|----------------|----------------|---------------|---------------|----------------|
| N                                          |                |     | Ortalama | Standart Sapma | F     | Anlamlılık(p) | 0-2500         | 2501-4000      | 4001-7000     | 7001-10000    | 10000 ve üzeri |
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | 0-2500         | 71  | 2,2366   | ,62638         | 3,496 | 0,008         |                | -,05883        | ,23760        | ,26479        | <b>,26787</b>  |
|                                            | 2501-4000      | 22  | 2,2955   | ,53048         |       |               | ,05883         |                | ,29643        | ,32362        | ,32670         |
|                                            | 4001-7000      | 102 | 1,9990   | ,65936         |       |               | -,23760        | -,29643        |               | ,02719        | ,03027         |
|                                            | 7001-10000     | 71  | 1,9718   | ,65665         |       |               | -,26479        | -,32362        | -,02719       |               | ,00308         |
|                                            | 10001 ve üzeri | 144 | 1,9687   | ,58710         |       |               | <b>-,26787</b> | -,32670        | -,03027       | -,00308       |                |
|                                            | Toplam         | 410 | 2,0407   | ,62968         |       |               |                |                |               |               |                |
| Kart Politikası                            | 0-2500         | 71  | 1,8415   | ,60539         | 0,838 | 0,502         |                | ,20519         | ,13567        | ,00704        | ,09849         |
|                                            | 2501-4000      | 22  | 1,6364   | ,68889         |       |               | -,20519        |                | -,06952       | -,19814       | -,10669        |
|                                            | 4001-7000      | 102 | 1,7059   | ,70747         |       |               | -,13567        | ,06952         |               | -,12862       | -,03717        |
|                                            | 7001-10000     | 71  | 1,8345   | ,71831         |       |               | -,00704        | ,19814         | ,12862        |               | ,09145         |
|                                            | 10001 ve üzeri | 144 | 1,7431   | ,66961         |       |               | -,09849        | ,10669         | ,03717        | -,09145       |                |
|                                            | Toplam         | 410 | 1,7610   | ,67789         |       |               |                |                |               |               |                |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 0-2500         | 71  | 2,1655   | ,65594         | 6,051 | 0,000         |                | ,08595         | <b>,32971</b> | <b>,42606</b> | <b>,40681</b>  |
|                                            | 2501-4000      | 22  | 2,0795   | ,41823         |       |               | -,08595        |                | ,24376        | ,34011        | <b>,32086</b>  |
|                                            | 4001-7000      | 102 | 1,8358   | ,68533         |       |               | <b>-,32971</b> | -,24376        |               | ,09635        | ,07710         |
|                                            | 7001-10000     | 71  | 1,7394   | ,69235         |       |               | <b>-,42606</b> | -,34011        | -,09635       |               | -,01924        |
|                                            | 10001 ve üzeri | 144 | 1,7587   | ,63025         |       |               | <b>-,40681</b> | <b>-,32086</b> | -,07710       | ,01924        |                |
|                                            | Toplam         | 410 | 1,8622   | ,66678         |       |               |                |                |               |               |                |

Tablo 32’ye göre, hizmet ve ürün politikası ile alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarının p anlamlılık değerleri 0,05’den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu söylenir. Tablodan farklılığın olduğu grubu belirleyebilmek için Tukey testinin sonuçlarına baktığımızda hizmet ve ürün politikası açısından anlamlı fark gelir durumu 0-2500tl ile 10001 tl ve üzeri olanlar arasında çıkmıştır. Benzer şekilde alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları açısından ortaya çıkan anlamlı fark gelir durumu 0-2500tl ile 4001-7000tl, 7001-10000tl ve 10001tl ve

üzeri gelire sahip olanlar arasında çıkmıştır. Ayrıca 2501-4000tl ile 10001tl ve üzeri gelire sahip olanlar arasında da anlamlı bir fark bulunmuştur. Kart politikası için p anlamlılık değeri 0,05’den büyük çıktığı için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark yoktur.

**Tablo 33:** Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili Algılarının Gelir Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi

| ANOVA                           |                |     |          |                | Tamhane's T2 |               |         |           |           |            |                |
|---------------------------------|----------------|-----|----------|----------------|--------------|---------------|---------|-----------|-----------|------------|----------------|
| N                               |                |     | Ortalama | Standart Sapma | F            | Anlamlılık(p) | 0-2500  | 2501-4000 | 4001-7000 | 7001 10000 | 10000 ve üzeri |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı | 0-2500         | 71  | 2,6986   | ,63864         | 1,714        | 0,146         |         | ,08041    | ,07114    | ,29577     | ,14581         |
|                                 | 2501-4000      | 22  | 2,6182   | ,56538         |              |               | -,08041 |           | -         | ,21536     | ,06540         |
|                                 | 4001-7000      | 102 | 2,6275   | ,68998         |              |               |         |           | ,00927    |            |                |
|                                 | 7001-10000     | 71  | 2,4028   | ,87537         |              |               | -,07114 | ,00927    |           | ,22463     | ,07467         |
|                                 | 10001 ve üzeri | 144 | 2,5528   | ,72207         |              |               | -,29577 | -,21536   | -         |            | -,14996        |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           | ,22463    |            |                |
|                                 | 10001 ve üzeri | 144 | 2,5528   | ,72207         |              |               | -,14581 | -,06540   | -         | ,14996     |                |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           | ,07467    |            |                |
|                                 | Toplam         | 410 | 2,5741   | ,72525         |              |               |         |           |           |            |                |
| Tahsis Politikası               | 0-2500         | 71  | 2,1408   | ,84593         | 2,659        | 0,032         |         | -,17734   | -         | -,43662    | -,37304        |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           | ,37876    |            |                |
|                                 | 2501-4000      | 22  | 2,3182   | ,74874         |              |               | ,17734  |           | -         | -,25928    | -,19571        |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           | ,20143    |            |                |
|                                 | 4001-7000      | 102 | 2,5196   | 1,03149        |              |               | ,37876  | ,20143    |           | -,05786    | ,00572         |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           |           |            |                |
|                                 | 7001-10000     | 71  | 2,5775   | 1,08446        |              |               | -,43662 | ,25928    | ,05786    |            | ,06358         |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           |           |            |                |
|                                 | 10001 ve üzeri | 144 | 2,5139   | ,86288         | ,37304       | ,19571        | -       | -,06358   |           |            |                |
|                                 |                |     |          |                |              |               |         |           | ,00572    |            |                |
|                                 | Toplam         | 410 | 2,4512   | ,94794         |              |               |         |           |           |            |                |

Faizsizlik prensibi ve tanıtımı için p anlamlılık değeri 0,05’den büyük olduğu için anlamlı bir fark bulunmamıştır. Tahsis politikası için p anlamlılık değeri 0,05’den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark vardır ve bu fark 0-2500tl ile 7001-10000tl arasında bulunmuştur.

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

**Tablo 34:** Varyansların Homojenliği Testi

|                                            | Levene İstatistiği | df1 | df2 | Anlamlılık |
|--------------------------------------------|--------------------|-----|-----|------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | 5,166              | 4   | 405 | ,000       |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | 4,370              | 4   | 405 | ,002       |
| Kart Politikası                            | ,820               | 4   | 405 | ,513       |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | 2,556              | 4   | 405 | ,038       |
| Tahsis Politikası                          | 3,127              | 4   | 405 | ,015       |

Tablo 34 incelendiğinde Hizmet ve Ürün Politikası, Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları ile Tahsis Politikası için Levene test istatistiğine ait p değerleri 0,05’den küçük olduğu için sıfır hipotez reddedilerek varyansların homojen olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu faktör için yapılacak ANOVA testinde gruplar arasında fark çıkması halinde bu farkın hangi gruplar arasında olduğunu test etmek için Post-Hoc testlerinden Tamhane’s T2 testi kullanılacaktır.

Kart Politikasına ait Levene test istatistiğinin p değeri 0,05’den büyük olduğu için varyansların homojenliği şartı sağlanmış olur. Bu faktör grupları için anlamlı bir fark bulunursa bunu belirlemek için Post-Hoc testlerinden Tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılacaktır.

ANOVA testinin analizi için kurulan hipotez testi aşağıdaki gibidir.

***H<sub>0</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermez.***

***H<sub>1</sub>: Bireysel müşterilerin “Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı”, “Kart Politikası”, Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları”, “Tahsis Politikası” ile ilgili algıları eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.***

**Tablo 35:** Müşterilerin Katılım Bankacılığı Hizmet ve Uygulamaları ile İlgili Algılarının Eğitim Durumuna Göre Farklılığını İnceleyen ANOVA Testi

|                                            |            | N   | Ortalama | Standart Sapma | F     | Anlamlılık (p) |
|--------------------------------------------|------------|-----|----------|----------------|-------|----------------|
| Hizmet ve Ürün Politikası                  | Ortaokul   | 46  | 1,9522   | ,65004         | 2,483 | 0,053          |
|                                            | Lise       | 98  | 1,9357   | ,46866         |       |                |
|                                            | Önlisans   | 56  | 1,9536   | ,55069         |       |                |
|                                            | Lisans     | 154 | 2,1532   | ,71072         |       |                |
|                                            | Lisansüstü | 56  | 2,0750   | ,66065         |       |                |
|                                            | Toplam     | 410 | 2,0407   | ,62968         |       |                |
| Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı            | Ortaokul   | 46  | 2,3913   | ,60803         | 1,273 | 0,280          |
|                                            | Lise       | 98  | 2,5816   | ,75277         |       |                |
|                                            | Önlisans   | 56  | 2,6714   | ,58269         |       |                |
|                                            | Lisans     | 154 | 2,5532   | ,77941         |       |                |
|                                            | Lisansüstü | 56  | 2,6714   | ,72906         |       |                |
|                                            | Toplam     | 410 | 2,5741   | ,72525         |       |                |
| Kart Politikası                            | Ortaokul   | 46  | 1,8587   | ,60931         | 0,725 | 0,575          |
|                                            | Lise       | 98  | 1,7015   | ,57846         |       |                |
|                                            | Önlisans   | 56  | 1,8527   | ,73357         |       |                |
|                                            | Lisans     | 154 | 1,7386   | ,71306         |       |                |
|                                            | Lisansüstü | 56  | 1,7545   | ,73930         |       |                |
|                                            | Toplam     | 410 | 1,7610   | ,67789         |       |                |
| Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları | Ortaokul   | 46  | 1,7337   | ,50936         | 1,645 | 0,162          |
|                                            | Lise       | 98  | 1,7985   | ,64781         |       |                |
|                                            | Önlisans   | 56  | 1,7813   | ,65028         |       |                |
|                                            | Lisans     | 154 | 1,9318   | ,72326         |       |                |
|                                            | Lisansüstü | 56  | 1,9688   | ,65028         |       |                |
|                                            | Toplam     | 410 | 1,8622   | ,66678         |       |                |
| Tahsis Politikası                          | Ortaokul   | 46  | 2,3696   | ,83954         | 0,969 | 0,424          |
|                                            | Lise       | 98  | 2,4388   | 1,01348        |       |                |
|                                            | Önlisans   | 56  | 2,3393   | ,76934         |       |                |
|                                            | Lisans     | 154 | 2,4481   | ,93265         |       |                |
|                                            | Lisansüstü | 56  | 2,6607   | 1,10415        |       |                |
|                                            | Toplam     | 410 | 2,4512   | ,94794         |       |                |

Hizmet ve ürün politikası ile ilgili algı düzeyi eğitimi lise olan müşterilerde (1,9357) ile en yüksek düzeyde iken eğitimi lisans olan müşterilerde (2,1532) ile düşük düzeydedir.

Faizsizlik prensibi ve tanıtımı ile ilgili algı düzeyi eğitimi ortaokul olan müşterilerde (2,3913) ile en yüksek düzeyde iken, eğitimi ön lisans ve lisansüstü olan müşterilerde (2,6714) ile düşük düzeydedir.

Kart politikası ile ilgili algı düzeyi eğitimi lise olan müşterilerde (1,7015) ile en yüksek düzeyde iken, eğitimi ortaokul olan müşterilerde (1,8587) ile düşük düzeydedir.

Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algı düzeyi eğitimi ortaokul olan müşterilerde (1,7337) ile en yüksek düzeyde iken, eğitimi lisansüstü olan müşterilerde (1,9688) ile düşük düzeydedir.

Kart politikası ile ilgili algı düzeyi eğitimi önlisans olan müşterilerde (2,3393) ile en yüksek düzeyde iken, eğitimi lisansüstü olan müşterilerde (2,6607) ile düşük düzeydedir.

Hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı, kart politikası, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası için anlamlılık değerleri  $p>0,05$  olduğu için sıfır hipotezi kabul edilir. Yani bu faktörler için algı düzeyi eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

## SONUÇ

Ülkemizde hizmet sektörünün en önemli kollarından bir tanesi bankacılık sektörü olup, bu grubun üyelerinden biri de katılım bankalarıdır. Bu bankalarının işleyiş prensibi ve hizmet anlayışı birçok müşterinin katılım bankalarını tercih etmesinde rol oynamıştır. 2014 yılında 4 katılım bankası müşterilerine hizmet sunarken, bu sayı 2015’de 5’e, 2019 da kurulan Türkiye Emlak Katılım Bankası ile birlikte bu sayı 6’ya çıkmıştır. 2005’de bu bankaların şube sayısı 292 ATM sayısı 307 iken şube sayısı 2019’da 1.179’a, ATM sayısı ise 2.166’ya ulaşmıştır.(<https://www.bddk.org.tr/>, Erişim Tarihi, 07.12.2022). 2022 Mart verilerine göre Katılım Bankalarının şube sayısı ise 1.323’e ulaşmıştır (<https://bankadunyasi.com/>, Erişim Tarihi, 07.12.2022). Burada belirtilen veriler ışığında, bireylerin katılım bankalarını tercih etme sebepleri araştırma konusunun oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Bu bağlamda bu çalışmada, Şanlıurfa ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren Katılım Banka’larından hizmet alan bireysel müşterilerin katılım bankalarını tercih etme sebepleri ile katılımcıların demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda Şanlıurfa’da hizmet veren Katılım Bankalarını tercih eden müşterilerden, online ve yüz yüze anket yöntemi ile dağıtılan 430 anket formundan 410 anket formuna sağlıklı dönüş alınmıştır.

Araştırma, SPSS programı ile ve araştırmanın amacına uygun analiz yöntemleri tercih edilerek yapılmıştır. Bu doğrultuda araştırmada yapılan analizler ve ulaşılan sonuçlar şu şekildedir:

Araştırmada öncelikli olarak kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için, Cronbach’s Alpha içsel tutarlık testinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ulaşılan değer, 0,916 olarak bulunduğundan, araştırmada kullanılan ölçeklerin istatistiki olarak oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla frekans analizi yapılmıştır. Katılımcıların cinsiyet açısından dağılımı incelendiğinde, %48,8’i (200 kişi) kadın, %51,2’sinde (210 kişi) erkek müşterilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Yaş dağılımları açısından değerlendirildiğinde; %19,5’nin 18-25 yaş aralığında, %35,1’nin 26-35 yaş aralığında, %25,4’nün 36-45 yaş aralığında, %12’sinin 46-55 yaş

aralığında ve %8'nin ise 56 yaş ve üzeri olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Medeni durum açısından incelendiğinde, araştırmaya katılan 410 kişinin, %60,2'nin (247 kişi) evli, %39,8'nin (163 kişi) ise bekar olduğu tespit edilmiştir. Eğitim durumu açısından ulaşılan bulgular incelendiğinde katılımcıların, %11,2'si (46 kişi) ortaokul, %23,9'u (98 kişi) lise, %13,7'si (56 kişi) ön lisans, %37,6'sı (154 kişi) lisans, %13,7'si (56 kişi) ise lisansüstü eğitime sahip olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların mesleki dağılımları incelendiğinde ise, %20,5'i (84 kişi) öğrenci ya da çalışmıyor, %23,9'u (98 kişi) kamu sektöründe, %37,6'sı (154 kişi) özel sektörde, %4,6'sı (19 kişi) emekli, %13,4'ü ise (55 kişi) serbest meslek ile uğraştığı bulgusuna ulaşılmıştır. Son olarak ise katılımcılar gelir dağılımı açısından incelendiğinde ise, katılımcıların %17,3'nün (71 kişi) 0-2500 tl aralığında gelire sahip olduğu, %5,4'nün (22 kişi) 2501-4500 tl aralığında gelire sahip olduğu, %24,9'nun (102 kişi) 4501-7000 tl aralığında gelire sahip olduğu, %17,3'nün (71 kişi) 7001-10000 tl aralığında gelire sahip olduğu ve son olarak %35,1'in ise (144 kişi) 10001 tl ve üzeri gelire sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Verilerin dağılım şekli, araştırmada kullanılacak testlerin belirlenmesi açısından oldukça önemli olduğundan, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla verilerin basıklık çarpıklık değeri kontrol edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda ölçek alt faktörlerinin basıklık çarpıklık değerlerinin -2 ve +2 arasında yer aldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Literatürde verilerin basıklık çarpıklık değerinin -2 ve +2 arasında yer alması normallik varsayımı için yeterli görülmüştür. Bu doğrultuda veriler normal dağılım gösterdiği için araştırmada, parametrik testler olan, t Testi ve Anova testi ile hipotezler analiz edilmiştir.

Yapılan çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular şu şekildedir:

“Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı” ve “Alternatif Dağıtım ve Tutundurma Kanalları” faktörleri için  $p < 0,05$  olduğundan,  $H_0$  hipotezi reddedilmiştir. Alternatif hipotez kabul edilmiştir. Yani bireysel müşterilerin katılım bankası hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı ve alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Kart politikası ve Tahsis Politika faktörlerinin p anlamlılık değerleri  $p > 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Yani, bireysel müşterilerin katılım bankası kart ve tahsis politikaları ile ilgili algıları cinsiyete göre anlamlı bir

farklılık göstermediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Hizmet ve ürün politikası faktörü için, 36-45 yaş ile 18-25 yaş, 26-35 yaş ile 46-55 yaş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı faktörü için, 36-45 yaş ile 56 yaş ve üzeri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Başka bir deyişle faizsizlik prensibi ve tanıtımı açısından ortaya çıkan fark, 36-45 yaş ile 56 yaş ve üzerindeki yaş gruplarından kaynaklanmaktadır. Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları faktörü için ise 36-45 yaş ile 18-25 yaş ve 26-35 yaş arasında anlamlı bir fark, 56 yaş ve üzeri ile 18-25 yaş, 26-35 yaş ve 46-55 yaş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Kart politikası faktörü için 36-45 yaş ile 26-35 yaş ve 46-55 yaş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Son olarak ise tahsis politikası faktörü açısından incelendiğinde ise 18-25 yaş ile 46-55 yaş ve 56 yaş ve üzeri arasında anlamlı bir fark olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

“Hizmet ve Ürün Politikası”, “Faizsizlik Prensibi ve Tanıtımı” ve “Kart Politikası” faktörleri için  $p > 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi kabul edilmiştir. Yani bireysel müşterilerin katılım bankası hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı ve kart politikası ile ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulgusuna ulaşılmıştır. Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politika faktörlerinin  $p$  anlamlılık değerleri  $p < 0,05$  olduğundan  $H_0$  hipotezi reddedilmiş ve alternatif hipotez kabul edilmiştir. Bireysel müşterilerin katılım bankası alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikaları ile ilgili algıları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Hizmet ve ürün politikası faktörü açısından anlamlı fark öğrenci/çalışmıyor ile kamu ve özel sektörü arasında bulunmuştur. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı için anlamlı bir fark olduğu çıkmasına karşın çoklu karşılaştırma testinde oluşan bu farkın hangi gruplar arasında olduğu belirlenememiştir. Alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları açısından oluşan anlamlı fark öğrenci/çalışmıyor ile kamu ve özel sektör, emekli ve esnaf/serbest meslek arasında olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Kart politikası faktörü için hesaplanan  $p$  anlamlılık değeri 0,05’den büyük çıktığı için grup ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Tahsis politikası faktörü için  $p$  anlamlılık değeri ise 0,05’den küçük çıktığı grup ortalamaları arasında meslekler açısından anlamlı bir fark olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu anlamlı farkın, ise

öğrenci/çalışmıyor ile özel sektör, emekli ve esnaf/serbest meslek arasında olduğu tespit edilmiştir.

Hizmet ve ürün politikası ile alternatif dağıtım ve tutundurma kanallarının p anlamlılık değerleri 0,05'den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Hizmet ve ürün politikası faktörü açısından anlamlı fark gelir durumu 0-2500tl ile 10001 tl ve üzeri olanlar arasında çıkmıştır. Benzer şekilde alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları faktörü açısından ortaya çıkan anlamlı fark gelir durumu 0-2500tl ile 4001-7000tl, 7001-10000tl ve 10001tl ve üzeri gelire sahip olanlar arasında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca 2501-4000tl ile 10001tl ve üzeri gelire sahip olanlar arasında da anlamlı bir fark bulunmuştur. Kart politikası faktörü için p anlamlılık değeri 0,05'den büyük çıktığı için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Faizsizlik prensibi ve tanıtımı faktörü için p anlamlılık değeri 0,05'den büyük olduğu için anlamlı bir fark bulunmamıştır. Tahsis politikası faktörü için p anlamlılık değeri 0,05'den küçük olduğu için grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu bulgusuna ulaşılmış olup, bu fark 0-2500tl ile 7001-10000tl arasında gelirlere sahip olanlarda tespit edilmiştir.

Hizmet ve ürün politikası, faizsizlik prensibi ve tanıtımı, kart politikası, alternatif dağıtım ve tutundurma kanalları ve tahsis politikası için ulaşılan anlamlılık değerleri  $p > 0,05$  olduğu için H1 hipotezi reddedilmiştir. Yani bu faktörler ile katılımcıların eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

## ÖNERİLER

- Yapılan çalışma Şanlıurfa'da hizmet veren Katılım bankalarını kapsamaktadır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, Şanlıurfa özelinde katılım bankalarının yanı sıra diğer bankalarda araştırmaya dahil edilerek katılım ve diğer bankalar arasındaki bulgu farklılıkları karşılaştırmalı bir biçimde yorumlanabilir.
- Diğer bir önemli öneri ise iller arası ya da bölgeler arası karşılaştırmalı analiz yapılarak daha genelleştirilebilir ve somut bulgulara ulaşılabilir.
- Bundan sonra yapılacak çalışmalarda birden çok bağımlı ve bağımsız değişken araştırmaya dahil edilerek daha detaylı bir araştırma yapılabilir.

- Bu araştırmada toplanan veriler SPSS analiz programı ile analize tabi tutulmuştur. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, meta analiz ya da yapısal eşitlik tercih edilerek daha detaylı sonuçlara ulaşılabilir ve böylece elde edilen bulgular alan araştırmacılarına daha fazla katkı sağlayabilir.
- Yapılan bu araştırma nicel bir araştırma olup, ihtiyaç duyulan veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda yöntem olarak nitel araştırma seçilebilir. Ve böylece katılımcılardan daha somut veriler elde edilebilir.

## KAYNAKÇA

- Acar Balaylar, N. (2017). Türkiye’de finansal serbestleşme döneminde mevduat bankaları fon kaynak ve kullanımları üzerine etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (4), 549 – 578.
- Akın, C. (1986). *Faizsiz bankacılık ve kalkınma*. İstanbul: Kayıhan Yayınları.
- Aktepe, İ. E. (2012). *İslam hukuku çerçevesinde finansman ve bankacılık*. İstanbul: Hayat Yayın Grubu.
- Aktepe, İ. E. (2012). *Sorularla katılım bankacılığı (Yayın 4)*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Aras, O. N. ve Öztürk, M. (2011). Reel ekonomiye katkıları bakımından katılım bankalarının kullandığı fonların analizi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 167 – 179.
- Atmaca, E. (2013). *Türk bankacılık sektöründe yabancı sermayeli bankaların yeri ve finansal performanslarının analizi*. (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Avcı, T. (2020). *Katılım bankacılığı sektörünün gelişimi ve işleyişi: ülkeler bazında finansal analizler*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Avcı, T. ve Aktaş, M. (2015). Katılım bankalarının kâr payı ödemeleri ile mevduat bankalarının faiz ödemelerinin birbirlerine yakın olmasının nedenlerinin araştırılması. *Niğde Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (4), 41 – 51.
- Ayaydın, H. ve Bostan, F. (2021). *Türk bankacılık sektöründe katılım bankalarının finansal performans analizi: entropi, vikor ve topsis yöntemleriyle bir uygulama*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aydın, N. (2006). *Bankacılık uygulamaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bağcı Zeki, D. (2021). *Emek sermaye ortaklığı: Türk katılım bankacılığında mudarebe uygulamaları*. İstanbul: İktisat Yayınları.
- Bakdur, A. (2003). *Bankacılık sektörünü düzenleyen kurumların yapıları: Ülke uygulamaları ve Türkiye için öneri* (DPT – Uzmanlık Tezi). Mali piyasalar dairesi başkanlığı, yıllık programlar ve konjonktür değerlendirme genel müdürlüğü. Yayın No: DPT:2678.
- Baykara, H. V. (2012). *Katılım bankalarında etkinlik ve verimlilik analizi* (Yüksek

- Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Tokat.
- Bayrak, A. Z. (2020). *Türkiye’de katılım bankaları ve geleneksel bankaların iletişimsel – rasyonellik açısından karşılaştırılması* (Doktora Tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Manisa.
- Bilgin, K. (2019). *Türk bankacılık sisteminin gelişimi ve 2000 – 2001 finansal krizleri sonrası bankacılık sektörünün yapılanması*. (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Bozdemir, T. (2007). *Türk bankacılığının tarihsel gelişimi ve reel sektöre katkısına ilişkin bir araştırma* (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı: İstanbul.
- Bozoklu, D. (2003). Atatürk döneminde bankacılık sistemine ve gelişimine genel bir bakış. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 19 (55), 269 – 302.
- Canbaz, M. (2018). *Katılım bankacılığı* (2.Basım). İstanbul: Beta Yayınları.
- Ceylan, A. ve Turhan K. (2018). *İşletmelerde finansal yönetim* (16. Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi.
- Darçın, A. C. (2007). *Özel finans kurumlarının katılım bankalarına dönüşümünün sebepleri ve sonuçları* (Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.
- Döndüren, H. (1996). İslam ekonomisinde sermaye birikimi ve kullanılma yöntemleri. *İlam Araştırma Dergisi*, 1 (2), 53 – 80.
- Eryılmaz, F. ve Yüce, M. (2020). *Suudi Arabistan’da katılım bankacılığı ve tarihsel gelişimi*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Eskici, M. M. (2007). *Türkiye’de katılım bankacılığı uygulaması ve katılım bankaları’nın müşteri özellikleri* (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.
- Fidancı, H. A. (2011). *Katılım bankalarının türkiye’deki gelişimi ve katılım bankalarında müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kahramanmaraş.
- George, D. (2011). *SPSS for windows step by step: A simple study guide and reference, 17.0 update, 10/e*. Pearson Education India.
- Gürkan Yay, G. (1998). Atatürk döneminde para politikası. *Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11 (31), 289-320.

- Gürtuna, S. M. (2005). *Türkiye’de bankacılık sektörünün gelişimi ve reel kesime etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Kalkan Özel, İ. (2017). *Türk Bankacılık Sisteminde Risk Yönetimi*. (Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Karabük.
- Karakaş İşcan, H. (2019). *Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebepleri* (Yüksek Lisans Tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Bolu.
- Karakoç, S. (2022). *İslam toplumunun ekonomik strüktürü* (19. Baskı). İstanbul: Diriliş Yayınları.
- Karakuş, A. (2016). *Katılım bankacılığında dış ticaret finansmanı ve ürünleri* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Kazancı, F. (2020). *Merkez bankaları ve faizsiz bankacılık*. İstanbul: İktisat Yayınları.
- Kevser, M. (2020). Türkiye’de katılım bankacılığı gelişimi üzerine bir değerlendirme: 2015 – 2019 Dönemi Analizi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (6), 116 – 127.
- Mücahitoglu, N. (2015). *Türkiye’de katılım bankalarının finansal kiralamadaki Yeri, diğer finansal kiralama şirketleriyle karşılaştırılması ve sektörde sukuk uygulaması beklentileri* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Öçal, T. Ve Çolak, Ö. F. (1988). *Para – banka*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Özsoy, İ. (1997). *Özel finans kurumları*. İstanbul: Asya Finans.
- Parasız, İ. (2018). *Para, banka ve finansal piyasalar* (10. Baskı). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Parlakkaya, R. ve Akten Çürük, S. (2011). Finansal rasyoların katılım bankaları ve geleneksel bankalar arasında bir tasnif aracı olarak kullanımı: Türkiye örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 11 (3), 397 – 405.
- Patnos, E. (2019). *Türkiye’de özel bankaların ticari yenilikleri ve bankacılık sektörüne etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Pehlivan, P. (2016). Türkiye’de katılım bankacılığı ve bankacılık sektöründeki önemi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (31) , 296-324.
- Pınar, A. ve Erdal, B. (2016). *Para – banka, mali kuruluşlar ve uluslararası mali sistem: teori ve uygulama* (3. Basım). Ankara: Turhan Kitabevi.

- Sümer, G. (2016). Türk bankacılık sektörünün tarihsel gelişimi ve ab bankacılık sektörü ile karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 485 – 508.
- Sümer, G. ve Onan, F. (2015). Dünyada Faizsiz bankacılığın doğuşu, Türkiye’deki katılım bankacılığının gelişme süreci ve konvansiyonel bankacılıktan farkları. *Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, 17 (3), 296 – 308.
- Şenel, C. (2020). Banka kredileri ve Türk bankacılık sektöründe kredilerin uluslararası karşılaştırmalı analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 810 – 825.
- Şimşek, B. (2019). *Katılım bankacılığı ve Türkiye ekonomisine katkıları* (Yüksek Lisans Tezi). Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ordu.
- Takan, M. ve Acar, M. (2018). *Bankacılık: teori, uygulama ve yöntem*. (8. Basım) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Tetik, N. ve Şahin A. (2020). Katılım bankalarının performans analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (2), 293 – 314.
- Tunç, H. (2010). *Katılım bankacılığı: felsefesi, teorisi ve Türkiye uygulaması*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Türkiye Bankalar Birliği (2008). 50. yılında Türkiye bankalar birliği ve Türkiye’de bankacılık sistemi 1958 – 2007. *TBB Bankacılar Dergisi*, 262 (3).
- Türkmenoğlu, R. E. (2007). *Katılım bankacılığı ve Türkiye’deki finansal yapı* (Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kırıkkale.
- Uluyol, O. (2019). 1980-2000 döneminde Türkiye’de bankacılığın gelişimi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (17), 73-107.
- Ustaoğlu, D. (2014). *Türkiye’de katılım bankacılığı, sektördeki yeri ve önemi* (Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Aydın.
- Uzunsakal, E. ve Yıldız, D. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14-28.
- Vural, İ. Y. (1999). 1923-1929 Dönemi maliye politikaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2) , 133-146.
- Yeşilyaprak M. (2011). *Katılım bankalarında kredi derecelendirmesi ve etkin subjektif kriterlerin anket yöntemi ile ölçümü* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü: İstanbul.

Yetiz, F. (2016). Bankacılığın doğuşu ve Türk bankacılık sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(2), 107 – 117.

<https://bankadunyasi.com/katilim-bankalarinin-31-aralik-2021-31-mart-2022-calisan-ve-sube-sayisi-karsilastirmasi/> (07.12.2022).

<https://www.bddk.org.tr/Home/Ara?metin=kat%C4%B1%C4%B1m+bankalar%C4%B1>, (07.12.2022).

**EK**

**Ek-1: Anket Formu**

Sayın katılımcı,

Bu çalışma bireysel müşterilerin fon kullanımında Katılım Bankalarını tercih etme nedenleri üzerine Şanlıurfa ilinde hazırlanan Yüksek Lisans Tezi uygulamasına aittir. Vereceğiniz bilgiler sadece bilimsel çalışmada kullanılacak olup başkalarıyla paylaşılmayacaktır.

Bu anketi yanıtlamak için kullanacağınız zaman ve değerli görüşleriniz bilimsel çalışmamızın tamamlanmasına katkı sağlayacaktır. Katkılarınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Ramazan Akbulut

Kübra Ayata

# Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri

## 1.BÖLÜM

| 0A) Aşağıdaki sorulardan size en uygun olan seçeneğin ön tarafındaki kutucuğu yalnız bir kez <input checked="" type="checkbox"/> şeklinde işaretleyiniz. |          |                        |   |                        |   |                                           |   |                                        |   |                        |   |       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|------------------------|---|------------------------|---|-------------------------------------------|---|----------------------------------------|---|------------------------|---|-------|
| SORULAR                                                                                                                                                  | YANITLAR |                        |   |                        |   |                                           |   |                                        |   |                        |   |       |
|                                                                                                                                                          | A        | (1)                    | B | (2)                    | C | (3)                                       | D | (4)                                    | E | (5)                    | F | (6)   |
| 1)Cinsiyetiniz?                                                                                                                                          | A        | Erkek                  | B | Kadın                  |   |                                           |   |                                        |   |                        |   |       |
| 2)Medeni haliniz?                                                                                                                                        | A        | Evli                   | B | Bekar                  |   |                                           |   |                                        |   |                        |   |       |
| 3)Yaşınız?                                                                                                                                               | A        | 18-25                  | B | 26-35                  | C | 36-45                                     | D | 46-55                                  | E | 56 ve üzeri            |   |       |
| 4)Eğitim durumunuz?                                                                                                                                      | A        | Ortaokul               | B | Lise                   | C | Ön Lisans                                 | D | Lisans                                 | E | Lisans Üstü            |   |       |
| 5)Mesleğiniz nedir?                                                                                                                                      | A        | Öğrenci/<br>Çalışmıyor | B | Kamu<br>sektörü        | C | Özel sektör                               | D | Emekli                                 | E | Esnaf/<br>Serbest mes. |   |       |
| 6)Ortalama aylık geliriniz?                                                                                                                              | A        | 0-2.500TL              | B | 2.501-4.500<br>TL      | C | 4.501-7.000<br>TL                         | D | 7.001-10.000<br>TL                     | E | 10.001 ve<br>üzeri     |   |       |
| 7)Aile fert sayınız nedir?                                                                                                                               | A        | Tek kişi               | B | 2-4 kişi               | C | 5-7 kişi                                  | D | 8 ve üzeri                             |   |                        |   |       |
| 8) Katılım bankaları ile kaç yıldır çalışıyorsunuz?                                                                                                      | A        | 0-1 yıl arası          | B | 1-3 yıl arası          | C | 3-5 yıl arası                             | D | 5 yıldan fazla                         |   |                        |   |       |
| 9) Kaç tane Katılım Bankası ile çalışıyorsunuz?                                                                                                          | A        | 1                      | B | 2                      | C | 3                                         | D | 4                                      | E | 5                      |   |       |
| 10)Banka kart sayınız?                                                                                                                                   | A        | 1                      | B | 2                      | C | 3                                         | D | 4                                      | E | 5 ve üzeri             |   |       |
| 11) Katılım Bankaları'nın haricinde klasik bankalarla da yatırımlarınızı değerlendirme ve finansman sağlama amacıyla çalışıyor musunuz?                  |          |                        |   |                        |   |                                           |   |                                        | A | Evet                   | B | Hayır |
| 012) Banka kartı ve Kredi kartı kullanıyor musunuz?                                                                                                      |          |                        |   |                        |   |                                           |   |                                        | A | Evet                   | B | Hayır |
| 13) Banka kartı ve Kredi kartı kullanmaktan memnun musunuz?                                                                                              |          |                        |   |                        |   |                                           |   |                                        | A | Evet                   | B | Hayır |
| 14) Çalıştığınız Katılım Bankası'nın Kamu ve Özel olması önemli midir?                                                                                   |          |                        |   |                        |   |                                           |   |                                        | A | Evet                   | B | Hayır |
| 15) Bankası'nın sermayedarlarının (sahiplerinin) Yerli veya Yabancı olmaları önemli midir                                                                | A        | Yerli sermaye olmalı   | B | Yabancı sermaye olmalı | C | Yerli ve Yabancı sermaye ortaklığı olmalı | D | Yerli veya Yabancı olması önemli değil |   |                        |   |       |

## 2.BÖLÜM

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

|    |                                                                                         |  |  |  |  |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 41 | ATM kartını alışverişlerde kullanabilirim.                                              |  |  |  |  |  |
| 42 | ATM'lerden fatura ödeme, para yatırma, para çekme gibi işlemler rahatlıkla yapılabilir. |  |  |  |  |  |
| 43 | Banka kartımı sorunsuz olarak her yerde kullanabilmekteyim.                             |  |  |  |  |  |
| 44 | Banka kartları alışveriş bakımından kullanıma uygundur.                                 |  |  |  |  |  |