

T.C.
ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARINI
TERCİH NEDENLERİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Murat TÖRENEK

Danışman

Doç. Dr. Selahattin YAVUZ

Erzincan,2017

TEZ BİLDİRİMİ

“Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Nedenleri Üzerine bir Araştırma: Türkiye Örneği” isimli “Yüksek Lisans” tezim tarafımda intihal programı ile incelenmiştir. Buna göre tezimde bilimsel etik ihlali ve intihal olarak nitelendirilebilecek herhangi bir durum olmadığını taahhüt ederim.

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



Murat TÖRENEK

TEZ KABUL TUTANAĞI
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Bu alışma, İşletme Anabilim Dalında jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman / Jüri : Doç. Dr. Selahattin YAVUZ



Jüri : Yrd. Doç. Dr. şule Yüksel YİĞİTER



Jüri : Yrd. Doç. Dr. Nilgün BİLİCİ



MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARINI TERCİH NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Murat TÖRENEK

Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi, Haziran 2017

Danışman: Doç. Dr. Selahattin YAVUZ

ÖZET

Katılım bankacılığı mal ve hizmetlerin para ile sıkı sıkıya bağlı olduğu, para ile ilgili işlemlerin kesinlikle bir mal veya hizmete dayandırıldığı, elde edilen gelirin ise kâra ve zarara ortaklık şeklinde paylaşıldığı bir mali sistemdir. Katılım bankacılığının temel amacı ekonomik sistem içinde bulunmayan atıl fonların ekonomiye kazandırılmasıdır.

Bu çalışmada Dünya’da ve Türkiye’de katılım bankalarının gelişimi, çalışma esas ve şekilleri ile Türkiye’de müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri incelenmiştir. Müşterilerin katılım bankalarını tercih nedenlerini belirlemek amacıyla 23 ilde 5 farklı katılım bankasının 516 müşterisine anket uygulanmıştır. Anket, müşterilerin bazı demografik özellikleri ile müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerine dayalı 23 maddeden oluşan 5’li likertli sorulardan oluşmuştur. Anket verilerin analizi için SPSS istatistiksel paket programı kullanılmıştır. 23 maddeden oluşan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri ölçeğine ait Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı değeri 0,907 olarak bulunmuştur. Verilerin analizi için çeşitli betimsel istatistikler, t testi, F testi (Tek yönlü varyans analizi) ve çoklu karşılaştırma istatistikleri kullanılmıştır.

Çalışma neticesinde müşterilerin katılım bankalarını tercih etmede en etkili 5 faktörün sırasıyla; “Samimi ve yardımsever personel”, “İnsana saygı ve hürmet”, “Müşteri hizmet kalitesi”, “Şube personeli ile yakın ilişkilerim”, “Dini hassasiyetlerin yönlendirmesi” olmuştur. Müşterilerin katılım bankalarını tercih

etmede en az etkili 5 faktörün ise sırasıyla; “Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar” , “Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtılması”, “ Ev ve işyerine yakınlık”, “Toplumsal katkıları (bağış burs, toplumsal projelere destek vs.)”, “Uygunluk, rahat erişilebilirlik(aracı park imkanları, konfor vs.)” olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Katılım Bankacılığı, Faizsiz Finans



**A RESEARCH ON CLIENTS 'REASONS FOR PARTICIPATION
BANKS: EXAMPLE OF TURKEY**

Murat TÖRENEK

**Erzincan University, Institute of Social Sciences, Department of Business
Administration**

Thesis, June 2017

Thesis Supervisor: Assist. Prof. Dr. Selahattin YAVUZ

ABSTRACT

Participation banking is a financial system in which goods and services are strictly connected with money, transactions relating to money are strictly based on goods or services, and income is shared as partnership in profit and loss. The main objective of participation banking is to earn idle funds in to economy that are not included in the economic system.

In this study, the development of the participation banks in Turkey and in the world, the working principles and forms, and the reasons why the customers prefer the participation banks in Turkey have been examined. A questionnaire was applied to 516 customers of 5 different participation banks in 23 cities to determine the reason why customers preferred participation banks. The questionnaire consisted of 5-point Likert-type questions consisting of 23 items based on the demographic characteristics of the customers and the reasons why the customers preferred participating banks. SPSS was used for analysis of questionnaire data. The Cronbach's Alpha reliability coefficient for 23-item scale was found to be 0.907. Various descriptive statistics, t test, F test (one way variance analysis) and multiple comparison statistics were used for the analysis of the data.

As a result of the study, the most effective 5 factors of choosing participation banks are respectively; "Friendly and helpful staff", "Human respect and reverence", "Customer service quality", "My close relationship with the branch system", "Religious sensitivities". The five least effective factors for choosing participation banks are; "Ads in mass communication tools", "Relatively higher dividend

distribution”, “Proximity to home and workplace”, “Social contributions (donation, scholarships, support for social projects, etc.)”, “Convenience, convenient accessibility (vehicle parking facilities, comfort, etc.)”.

Key words: Banking, Participation Banking, Interest-free Finance



İÇİNDEKİLER

TEZ BİLDİRİMİ.....	Error! Bookmark not defined.
TEZ KABUL TUTANAĞI.....	Error! Bookmark not defined.
ÖZET	III
ABSTRACT.....	V
İÇİNDEKİLER	VII
TABLolar	XII
ŞEKİLLER.....	XV
KISALTMA CETVELİ	XVI
ÖNSÖZ	XVII
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1. BANKACILIK SİSTEMİNİN GELİŞİMİ	3
1.1. Dünya’da Bankacılık	3
1.2. Osmanlı’da Bankacılık	5
1.3. Cumhuriyet Dönemi	8
BÖLÜM 2: KATILIM BANKACILIĞI.....	12
2.1. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkış Nedenleri	13
2.1.1. Dini Nedenler	13
2.1.1.1. Faiz	13
2.1.1.2. İslamiyet’te Faiz	14
2.1.1.3. Kâr ile Faizin Karşılaştırılması.....	15
2.1.2. Ekonomik Nedenler	16
2.1.3. Sosyal Nedenler	17
2.2. Katılım Bankalarını Diğer Bankalardan Ayıran Özellikler	17

2.2.1. Kâr-Zarara Katılım.....	18
2.2.2. Reel Ekonomiye Doğrudan Katkı	18
2.2.3. Riskin Paylaşılması	19
2.2.4. Katılım Bankalarının Sosyal Yönü	19
2.2.5. Ekonomik İstikrara Verilen Katkı	19
2.3. Katılım Bankacılığının Önündeki Problemler	20
2.3.1. Yasal Problemler	20
2.3.2. Yetişmiş İş Gücü Sorunu	20
2.3.3. Sistemin Yeni Olması	21
2.3.4. Yeteri Kadar Destekleyici Kurumun Bulunmaması	21
2.3.5. Temerrüt ve Gelir Kaybı Sorunu	21
2.4. Katılım Bankalarının Güçlü ve Zayıf Yönleri	22
2.4.1. Katılım Bankalarının Güçlü Yönleri.....	22
2.4.2. Katılım Bankalarının Zayıf Yönleri	24
2.5. Katılım Bankalarının Ekonomi Üzerine Etkileri	24
2.6. Dünya’da Katılım Bankacılığı.....	25
2.7 Katılım Bankalarının Fon Toplama Yöntemleri.....	29
2.7.1. Özel Cari Hesaplar	29
2.7.2. Katılım Hesapları	31
2.8. Katılım Bankalarının Finansman Prensipleri.....	33
2.8.1. Faizsiz İşlem	33
2.8.2. Riskin Paylaşımı	33
2.8.3. Belirsizliğin Yasak Oluşu ve Sözleşmenin Önemi (Gharar ve Jahala).....	34

2.8.4. Spekülasyonun Yasak Oluşu.....	34
2.8.5. Şeffaflık.....	34
2.9. Katılım Bankalarının Fon Kullandırma Yöntemleri.....	35
2.9.1. Nakdi Fon Kullandırma Yöntemleri.....	36
2.9.1.1. Murabaha(Peşin alış-Vadeli satış)	36
2.9.1.2. Mudaraba	37
2.9.1.3. Muşaraka (Sermaye-Sermaye Ortaklığı)	38
2.9.1.4. İcara (Finansal Kiralama-Leasing).....	39
2.9.1.5. Selem (İleriye Dönük Satın Alma-Peşin Para-Veresiye Satış)	40
2.9.1.6. İstisna (Siparişe Dayalı Satın Alma).....	40
2.9.1.7. Karz-ı Hasen (Karşılıksız Borç Verme).....	40
2.9.1.8. Müsakat ve Mugarese (Bağ-Bahçe Ortaklığı)	41
2.9.1.9. Komosite (Uluslararası Mal Alım Satımı).....	41
2.9.1.10. Teverruk (Uluslararası Murabaha).....	41
2.9.1.11. Mal Karşılığı Vesaikin Finansmanı	42
2.9.1.12. Tekafül (İslami Sigorta)	42
2.9.1.12.1. Tekafül Çeşitleri	43
2.9.1.12.2 Tekafül Modelleri.....	44
2.9.1.13. Sukuk (Kira Sertifikası)	46
2.9.1.13.1. Sukuk Türleri.....	47
2.9.1.13.1.1. Endeksleme Şekline Göre Sukuk Çeşitleri.....	48
2.9.1.13.1.2. Kullanılan Finansmana Göre Sukuk Çeşitleri.....	48
2.9.2. Gayri Nakdi Fon Kullandırma Yöntemleri.....	52
2.9.2.1. Referans Mektupları.....	53

2.9.2.2. Harici Garantiler	53
2.9.2.3. Teminat Mektupları.....	53
2.9.2.4. Aval ve Kabul Kredileri	53
2.9.2.5. Akreditifler.....	54
2.10. Türkiye’de Katılım Bankacılığı	55
2.10.1. Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları.....	60
2.10.1.1. Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.	60
2.10.1.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.	60
2.10.1.3. Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.	61
2.10.1.4. Asya Katılım Bankası A.Ş.....	61
2.10.1.5. Ziraat Katılım Bankası A.Ş.	62
2.10.1.6. Vakıf Katılım Bankası A.Ş.....	62
BÖLÜM 3: MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARINI TERCİH NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TÜRKİYE ÖRNEĞİ	63
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	63
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	64
3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi	64
3.4. Literatür taraması.....	65
3.5. Araştırmanın Bulguları	68
3.5.1. Araştırma kapsamında Katılımcıların Kişisel Özellikleri.....	69
3.5.1.1. Yaş Seviyesi	69
3.5.1.2. Cinsiyet Durumu	70
3.5.1.3. Medeni Durum	71
3.5.1.4. Eğitim Durumu Dağılımı.....	72

3.5.1.5. Aylık Gelir Düzeyi Dağılımı	73
3.5.1.6. Müşteri Türü.....	74
3.5.1.7. Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişi.....	76
3.5.1.8.En çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri	78
3.5.1.9. Banka Tercihi	80
3.5.2. Katılımcıların Katılım bankalarını Tercih Nedenleri Algılarına İlişkin Görüşleriyle İlgili Bulgular ve Yorumlar	81
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	97
KAYNAKÇA.....	103
Ek 1: ANKET FORMU	113

TABLULAR

Tablo-1	Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi Başlangıcındaki Bankalar
Tablo-2	Sermaye Yapılarına Göre Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bankalar
Tablo-3	Aktif Büyüklüklerine Göre Türkiye’de Faaliyet Gösteren İlk 10 Banka
Tablo-4	2014 Yılına İtibariyle Bazı Ülkelerdeki Katılım Bankaları Sayısı
Tablo-5	Tekafül Sigortacılığı İle Normal Sigortacılık Arasındaki Farklar
Tablo-6	Sukuk ve Geleneksel Bono Arasındaki Farklar
Tablo-7	Aktif Büyüklüklerine Göre Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları
Tablo-8	Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yüzde Payları
Tablo-9	Yıllara Göre Katılım Bankaları Kârlılık Rakamları
Tablo-10	2016 yılı 6.ay sonunda katılım bankalarının 31 günlük katılım hesaplarına dağıttıkları kâr payları
Tablo-11	Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenleri Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi
Tablo-12	Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı
Tablo-13	Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı
Tablo-14	Örneklem Grubunun Medeni Durumlarına Göre Dağılımı
Tablo-15	Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı
Tablo-17	Örneklem Grubunun Müşteri Türü Dağılımı
Tablo-19	Örneklem Grubunun En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri’ne Göre Dağılımı
Tablo-20	Örneklem Grubunun Katılım ve Klasik Bankaları İle Çalışma Tercihlerine Göre Dağılımı
Tablo-21	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algılarına İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri
Tablo-22	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algılarına İlişkin Ortalama Değerlerinin Büyükten Küçüğe Sıralanışı
Tablo-23	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme

	Nedeni Algı Düzeylerinin Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları
Tablo-24	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Müşteri Türü Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları
Tablo-25	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Banka Tercihine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları
Tablo-26	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları
Tablo-27	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları
Tablo-28	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları
Tablo-29	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Varyansların Homojenliği Testi Sonuçları
Tablo-30	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Çoklu Karşılaştırma İçin Scheffe Testi Sonuçları
Tablo-31	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Aylık Gelir Düzeyi Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları
Tablo-32	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişiniz Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları
Tablo-33	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişiniz Göre Farklılaşma Durumuna Ait Varyansların

	Homojenliği Testi Sonuçları
Tablo-34	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Katılım Bankaları ile alışma Geçmişiniz Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tamhane's T2 Testi Sonuçları
Tablo-35	Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları



ŞEKİLLER

Şekil-1	30.06.2016 Tarihli 17 Bankaya Ait Sermaye Yeterlilik Oranları
Şekil-2	30.09.2016 tarihli 14 bankaya ait sermaye yeterlilik oranları verilmiştir.
Şekil-3	Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı
Şekil-4	Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı
Şekil-5	Örneklem Grubunun Medeni Durumlarına Göre Dağılımı
Şekil-6	Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı
Şekil-7	Örneklem Grubunun Gelir Seviyelerine Göre Dağılımı
Şekil-8	Örneklem Grubunun Müşteri Türü Dağılımı
Şekil-9	Örneklem Grubunun Katılım Bankaları İlişkilerindeki Toplam Sürelere Göre Dağılımı
Şekil-10	Örneklem Grubunun En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri'ne Göre Dağılımı
Şekil-11	Örneklem Grubunun Katılım ve Klasik Bankaları İle Çalışma Tercihlerine Göre Dağılımı

KISALTIMA CETVELİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.Ş	: Anonim Şirket
ÖFK	: Özel Finans Kurumları
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
M.Ö	: Milattan Önce
OPEC	: Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü (Organization Of Petroleum Exporting Countries)
HSBC	: HSBC Bank (Hong Kong and Shangai Banking Corporation)
ANZ	: Anz Bank (Australia and New Zealand Bank Group Limited)
IMF	: Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund)
IFC	: Bilgi Akış denetimi (Information Flow Control)
TL	: Türk Lirası
EFT	: Elektronik Fon Transferi
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
ATM	: Bankamatik (Automatic Teller Machine)
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TKBB	: Türkiye Katılım Bankaları Birliği
USD	: Amerikan Doları (United States Dollar)
AOOIFI	: İslami Finans Kurumları Muhasebe ve Denetim Organizasyonu(Accounting and Auditing Organization For İslamic Financial)
DESTİYAB	: Devlet Sanayi İşçi Yatırım Bankası
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

ÖNSÖZ

Katılım bankaları gelişen ekonomik sistem içinde mevcut pazar paylarını her geçen gün artırmak durumundadırlar. 2015 yılsonu itibariyle kamunun katılım bankacılığı alanında attığı adımlar katılım bankalarının sektördeki paylarını artırmalarını sağlayacaktır.

Türkiye’de bankacılık sektöründe rekabet her geçen gün artmaktadır. Katılım bankaları sektördeki paylarını arttırmak için müşteri isteklerini belirlemeli ve müşteri memnuniyetini en üst düzeyde gerçekleştirmek durumundadırlar. Bu çalışmada katılım bankacılığının ortaya çıkış nedenleri, Dünya’da ve Türkiye’de gelişimi, fon toplama ve kullandırma yöntemleri incelenmiştir. Son bölümde ise Türkiye’de faaliyet gösteren kamu ve özel sermayeli katılım bankaları müşterilerinin, katılım bankalarını tercih etme nedenleri bir anket uygulaması ile araştırılmıştır.

Araştırmanın her aşamasında bilgi ve görüşleriyle desteğini benden esirgemeyen değerli hocam ve danışmanın Doç. Dr. Selahattin Yavuz’a ve yüksek lisansa başladığım andan itibaren her daim destek olan bölüm hocalarıma ve ilgili herkese teşekkür ederim.

Ayrıca varlıklarıyla hayatıma anlam katan anneme, babama, kardeşlerime, biricik eşime ve kızlarıma sonsuz sevgiler sunuyorum.

Murat TÖRENEK

Erzincan,2017

GİRİŞ

Katılım bankacılığı ile ilgili çalışmaların temeli 1960'lı yıllara dayanmaktadır. Dünya'da yaklaşık 60, Türkiye'de ise 40 yıllık bir geçmişe sahip olan katılım bankacılığının gelişmesi, pazar payının her geçen gün artıyor olması Müslüman toplumlar için önem arz etmektedir. Zira faiz hassasiyeti olan Müslüman toplumların tasarruflarının atıl kalmaması ve reel ekonomiye kanalize edilmesi gerekmektedir.

1973 yılında petrol krizinin yaşanması ile birlikte körfez ülkelerinin sermayelerinde artış meydana gelmiştir. Körfez ülkeleri artan sermayelerini faizsiz fonlarda değerlendirmesi dünya çapında faizsiz bankacılık sisteminin gelişmesinin önünü açmıştır.

1975 yılında İslam Kalkınma Bankası'nın kurucu üyesi olan Türkiye, 1984 yılında banka içindeki sermayesini artırarak bankanın en büyük ortaklarından biri haline gelmiştir. Bu gelişmeler ile birlikte 1985 yılında "Özel Finans Kurumları" ismiyle faizsiz bankacılık faaliyetleri ülkemizde başlamıştır. 2001 krizine kadar ÖFK olarak yollarına devam eden faizsiz kuruluşlar, krizin ardından TMSF güvence fonu kapsamına alınmıştır. 2006 yılına gelindiğinde 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda yapılan değişiklik ile "Katılım Bankaları" unvanına kavuşmuşlardır.

Katılım bankaları gerek kuruluş gerek çalışma esasları bakımından her ne kadar dini hususlara bağlı olsa da, günümüzde katılım bankalarının pek çok müşterisi bu hususlardan bağımsız olarak katılım bankaları ile çalışmaktadırlar. Müşterilerin katılım bankalarını tercih nedenleri üzerine yerli ve yabancı birçok araştırma mevcuttur. Bu çalışmalar Dünya'da ve Türkiye'de katılım bankalarının müşteri memnuniyetinin en üst düzeye çıkararak sektör içindeki pazar paylarının artırılması adına öneriler sunulması açısından önem arz etmektedir. Literatürde yer alan çalışmaların sonuçları incelendiğinde, katılımcıların birçoğu dini hassasiyetlerin yönlendirmesi neticesinde katılım bankalarını tercih ettiklerini söylemişlerdir. Bu durumun dışında hizmet kalitesi, personel ile olan ilişkiler vb. faktörlerde tercih nedenleri arasındadır. Tüm bu nedenlere bakıldığında, katılım bankalarının pazar paylarını büyütme için hizmet kalitesi ile birlikte ürün çeşitliliğini ve müşteri

memnuniyetine daha da fazla önem vererek çalışmalarını sürdürmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bu alışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; bankacılık sisteminin tarihsel gelişimi, ikinci bölümde; katılım bankacılığının ne olduğu, tarihsel gelişimi ve ortaya çıkış nedenleri, üçüncü bölümde ise; Türkiye’de müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme nedenleri bir anket çalışması ile incelenmiştir.



BÖLÜM 1. BANKACILIK SİSTEMİNİN GELİŞİMİ

1.1. Dünya’da Bankacılık

Banka terimi İtalyan'ca "Banco" kelimesinden gelmekte olup, İtalyanca anlamı “masa”, Latince anlamı ise "tezgâh ve sıradır". İlk bankerler olarak bilinen Lambordiyalı Yahudiler bankacılık işlemlerini pazarlardaki kendilerine ait masalar üzerinde gerçekleştirirdi. Bu bankerler verdikleri vaatleri yerine getiremeyip iflas ettiğinde ise halk tarafından masaları kırılırdı.¹

Tarihçiler bankacılığın ilk örneklerinin M.Ö 2000’li yıllara dayandığını söylemektedirler. Babil Krallığı döneminde tapınaklarda saklanan altın ve gümüş külçeler tapınakları birer banka haline getirmiştir. Tapınakların idarecileri olan papazlar; tüccarlara, halka ve hükümete borç vererek faiz almışlardır. Bu sebeple tarihteki ilk bankacıların papazlar, ilk bankaların ise tapınaklar olduğu söylenmektedir. Yine bu dönemde Babil Hükümdarı Hammurabi, kendi adını vererek çıkarmış olduğu Hammurabi Kanunlarıyla tapınaklarda yapılacak borç alma- verme, verilecek borca alınacak faiz oranı ve teminat şartlarını düzenlemiştir.²

Orta çağa gelindiğinde siyasi dengesizlikler, savaşlar Avrupa'daki ticareti yavaşlatmıştır. Bunun yanı sıra faizin haram olduğu görüşünün yaygınlaşması ile birlikte bankacılık faaliyetleri gerilemiştir.³

1453 yılında Fatih'in İstanbul'u fethinden sonra Avrupa'da Reform ve Rönesans hareketleri hızlanmış ve yeni kıtaların keşfi ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Kilise hukukunun önemini yitirmesi, Roma hukukunun önem kazanması ile birlikte faiz

¹ İlker Parasız, *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, 2007, s. 17.

² Hayriye Meltem Erol, *Dünya’da ve Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimive Türkiye’de Kamu Bankalarının Yeniden Yapılandırılması*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006, s.10.

³ Parasız, s. 17.

yasası sona ermiş ve bu gelişmeler başta İtalya olmak üzere Avrupa ülkelerinde bankacılığın önemini artmasını sağlamıştır. ⁴

1609 yılına gelindiğinde Avrupa'da dolaşımdaki sikkelerin değerlerinin farklı oluşu, uluslararası ticareti olumsuz etkilemiştir. Bu olumsuzluğu gidermek amacıyla Amsterdam Bankası Hollanda'da kurulmuştur. Amsterdam Bankası, hesapları banco-florin denilen sabit kıymetteki bir maden üzerinden tutmuş ve bu önemli adım sonucu Avrupa'nın önemli bankası olmuştur. ⁵

1640'lı yıllarda İngiltere kralının tüccarlara ait altınlara el koyması ile birlikte altınlar "goldsmith" denilen tüccarlara sertifikalar karşılığında verilmiştir. İngiltere-Fransa savaşında masrafların giderek artması neticesinde hükümet goldsmithlere daha fazla banknot çıkarması için baskı yapmış ve hükümet goldsmithlere borcunu ödeyemeyeceğini açıklamıştır. Bunun üzerine iflaslar başlamış ve Londra piyasası altüst olmuştur. Tüm bu olaylar neticesinde ülkenin güvenilir bir banka ihtiyacı ortaya çıkmış, 1694 yılında da İngiltere Bankası kurulmuştur. ⁶

1913 yılına gelindiğinde ABD'de Federal Rezerv Kanunu, ulusal bankalara şube açma izni vermiştir. 1.Dünya Savaşı'ndan önce İngiltere'nin dünya bankerliğinde üstlendiği önemli rol, bu kanunla birlikte önemini yitirmeye başlamıştır. Sterlinin uluslararası ödeme aracı olarak kullanılması azalmış, dolar önem kazanmış ve New York uluslararası bir finans merkezi halini almıştır. Günümüzde banka sisteminin iskeletini bu kanundan sonra ortaya çıkan gelişmeler oluşturmuştur. ⁷

⁴ Parasız, s. 6.

⁵ Ramazan Geylan, *Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticari Bankalarının temel Sorunları*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi yayınları, Yayın No: 86, İİBF Yayınları No:22 ,1985, s.7.

⁶ Hikmet Urgancı, *Para ve Banka*. Önder Mat. Yay. Adana, 1982. S.50-51.

⁷ Serhan Oksay, *Türk Bankacılık Sisteminin Gelişiminin, Dünya Bankacılık Sistemindeki Gelişmelere Işığında Değerlendirilmesi ve Günümüzde Yaşanan Yapısal Sorunların Tespiti:1908-1980 Dönemi*. Banka Mali ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Sayı 1, Ocak 2003, s.48.

1.2. Osmanlı'da Bankacılık

Bankacılık sektörü Osmanlı Devleti'nde 1839 Tanzimat Dönemi ile başlamıştır. Osmanlı İmparatorluğunda kurulan ilk banka İstanbul Bankasıdır. Bu banka 1847 yılında Galata Bankerleri tarafından kurulmuştur. Türk Bankacılık sisteminin ilk hukuki metni ise 1852 yılında yürürlüğe giren o dönemdeki faiz oranını sınırlandırarak tefeciliğe önlem almaya çalışan "Murabaha Nizamnamesi"dir. Bu nizamname Cumhuriyet Döneminin başlarında da kullanılmış olup 01.01.1957 tarihinde Türk Ticaret Kanununun çıkarılması ile yürürlükten kalkmıştır.⁸

Osmanlı Devleti'nde ilk mevduat ve ticaret bankası 1856 yılında İngiltere'de faaliyete başlayan daha sonra Fransızların ortaklığı ile gelişen Osmanlı Bankası'dır. 1863 yılına gelindiğinde padişah fermanı ile Osmanlı Bankası'na bir imtiyaz sözleşmesi verilerek bedeli altın olarak ödenmek suretiyle kâğıt para basım izni verilmiştir. Bu fermanla Osmanlı Bankası, yurt içi ve yurt dışı mali acente olma imtiyazını kazanmıştır.⁹

Osmanlı Devleti'nde kurulan ve ilk ulusal banka unvanını alan banka ise Memleket Sandıklarıdır. Dönemin Tuna Valisi Mithat Paşa tarım sektöründe çalışanlara daha az faizle kredi vermek amacıyla bu sandıkları 1863 yılında faaliyete geçirmiştir. Memleket Sandıkları Osmanlı Devleti'nde ilk kooperatifçilik denemesi olarak da tarihe geçmiştir. Memleket Sandıkları Nizamnamesi 1867 yılında yayımlanmıştır. Bu nizamname Osmanlı Devleti'ndeki ilk bankanın hukuki metnidir. Memleket Sandıklarının tarımsal krediler sektöründe faaliyetlerini sürdürmesi önem taşımaktadır. Zira daha önceleri yabancılar tarafından kurulan bankaların hepsi ticari kredi alanında faaliyet göstermişlerdir. Memleket Sandıkları bankacılık açısından birçok ilki başlatmıştır. Bu sandıkların tarımsal kredi yanında küçük meblağlara ihtiyaç duyanlara menkullerinin rehin edilmesi karşılığında kredi vermeye başlaması, 1868 yılında Emniyet Sandıklarının kurulmasına aracı olmuştur. 1883 yılında

⁸ Ahmet Tabakoğlu, *Türk İktisat Tarihi*. Gözden Geçirilmiş 7. Baskı. İstanbul, Dergah Yayınları.2005.s.318.

⁹ <http://www.obmuze.com/#kronolojik>, (Erişim tarihi: 16.03.2017)

Memleket Sandıkları Nizamnamesi'ne bazı eklemeler ve düzeltmeler yapılması sonucu Memleket Sandıkları Nizamname'si “menafi sandıkları” ismini almıştır. 1888 yılında çıkarılan "1888 Nizamnamesi " ile bu sandıklar dağıtılmış ve bugünkü Ziraat Bankası'nın temelleri atılmıştır. Bu niteliği ile Ziraat Bankası Osmanlı Dönemi'nden Cumhuriyet'e kadar uzanan ülkemizin en köklü ulusal kuruluşlarından birisi olmuştur.¹⁰

1917 yılına gelindiğinde tamamen yerli sermaye ile bir merkez bankası kurulması amaçlanmıştır. Bu amaçla 11 Mart 1917'deki padişah fermanı ile Osmanlı İtibarı Milli Banka'sı kurulmuştur. Bu bankaya Osmanlı Bankası'nın hukukunu ve faaliyet alanını ihlal etmemek şartıyla devletin mali işlerini yürütme görevi verilmiştir.¹¹

Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi başlangıcında kurulan ulusal ve yabancı bankalar kuruluş yeri ve kuruluş tarihleri ile birlikte Tablo-1'de verilmiştir.

Tablo-1: Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi Başlangıcındaki Bankalar

Banka Adı	Kuruluş Yeri	Kuruluş Yılı	Niteliği
Ziraat Bankası	Niş	1863	Ulusal
Osmanlı Bankası	İstanbul	1863	Yabancı
İstanbul Emniyet Sandığı	İstanbul	1868	Ulusal
CreditLyonnais	Paris	1875	Yabancı
Deutsche Orient Bank	Berlin	1906	Yabancı
Deutsche Bank	Berlin	1909	Yabancı
BancoDi Roma	Roma	1911	Yabancı
İstanbul Bankası	İstanbul	1911	Ulusal
Konya İktisad-ı Milli Bankası	Konya	1911	Ulusal
Adapazarı İslam Ticaret Bankası	Adapazarı	1913	Ulusal

¹⁰ Parasız , s.21-22

¹¹ Öztin Akgüç, *100 Soruda Türkiye'de Bankacılık*, Gerçek Yayınevi, İstanbul. S.124,125.

Tablo-1 (Devamı): Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi Başlangıcındaki Bankalar

Emvali Gayimlenkul ve İkras Bankası	İstanbul	1914	Ulusal
Milli Aydın Bankası	Aydın	1914	Ulusal
Karaman Milli Bankası	Karaman	1915	Ulusal
Akşehir Bankası	Akşehir	1916	Ulusal
İtibari Milli Bankası	İstanbul	1916	Ulusal
Manisa Bağcılar Bankası	Manisa	1917	Ulusal
Konya Ahali Bankası	Konya	1917	Ulusal
Çiftçiler Bankası	Eskişehir	1919	Ulusal
Adapazarı Emniyet Bankası	Adapazarı	1919	Ulusal
Barca Commerci ale italiana	Milano	1919	Yabancı
Bank Marmaros Blank ve Şürekası	Bükreş	1919	Yabancı
Konya Türk Ticaret Bankası	Konya	1920	Ulusal
İktisat Türk A.Ş.	İstanbul	1920	Ulusal
Holantse Bank Uni.M.V.	Amsterdam	1921	Yabancı
Memaliki Şarkıye Fransız Bankası	Paris	1921	Yabancı
American Ekspres Company	New York	1921	Yabancı
Şarki Karip Ticaret Bankası	Londra	1922	Yabancı
Lyonian Bank Ltd.	Londra	1922	Yabancı
Bor Zürra ve Tüccar Bankası	Bor	1922	Ulusal
Dersaadet Küçük İstikraz Bankası	İstanbul	1923	Ulusal
Akhisar Tütüncüler Bankası	Akhisar	1924	Ulusal

Kaynak: İMKB, Osmanlıdan Günümüze Türk Finans Tarihi. Kuruluştan Cumhuriyete 1.cilt,1999 İstanbul.

1.3. Cumhuriyet Dönemi

Kurtuluş Savaşı'nın bitmesi ile birlikte ülke ekonomik olarak çok zor dönemlerden geçmiştir. Zor dönemlere rağmen birçok alanda olduğu gibi ekonomik alanda da reformlara imza atılmıştır. Cumhuriyet Dönemi'nin bankacılık serüveni 1923 yılında ki İzmir İktisat Kongresi ile başlamıştır. Bu dönemde kurulan Türkiye İş Bankası ilk ulusal bankamız olup 26 Ağustos 1924 tarihinde kurulmuştur.

1923-1932 yılları arasında birçok yerel banka kurulmuştur. Bu bankaların bazıları Emlak ve Eytam Bankası ile Türkiye Sınai ve Maadin Bankası'dır. Bu bankalar 1929 Dünya Ekonomik Krizi'nin olumsuz etkisi ile faaliyetlerini sonlandırmışlardır.

30 Haziran 1930 tarihinde Cumhuriyet Dönemi'nin bankacılıkla ilgili 1715 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Kanunu çıkarılmıştır. Bu kanun ile Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası anonim şirket niteliğinde 15 milyon sermaye ile kurulmuştur. 1931 yılında faaliyete başlayan Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasının amaçları arasında Türkiye ekonomisine milli bir nitelik kazandırmak, para ve kredi piyasalarını düzenlemek ve Merkez Bankası'nın milliliğini gerçekleştirmek bulunmaktadır.1940-1945 yıllarında 2.Dünya Savaş'ından sonra ekonomik hayatın canlanmaya başlaması ve iş hacmindeki artış yeni bankalara olan ihtiyacı gündeme getirmiştir. Bu gelişmeler 1950'li yıllarda özel sektör bankalarının sayılarını arttırmıştır.¹²

1954 yılında yabancı sermayeyi teşvik yasası yürürlüğe girmiştir. Yabancı sermayenin ülkeye girmesi ekonominin hızlı büyümesini sağlamıştır. Yine aynı dönemde 1958 tarihli 7129 sayılı Bankalar Yasası kabul edilmiş ve Türkiye Bankalar Birliği kurulmuştur.¹³

¹² Türkiye bankalar Birliği, *50. Yılında Türkiye bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık 1958-2007*, İstanbul, Kasım 2008. S.3.

¹³ Türkiye bankalar Birliği, *50. Yılında Türkiye bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık 1958-2007*,

1960-1980 yıllarındaki planlı dönem bankacılık sektörünü beş yıllık kalkınma programları ile belirlenen ilkelere uygun bir yapı ile geliştirmiştir. Planlı dönemde Ticaret Bankaları'nın kurulmasına sınırlama getirilmiş, kalkınma ve yatırım bankalarının kurulması desteklenmiştir.

24 Ocak 1980 yılında ülkede döviz krizinin meydana getirmiş olduğu yüksek enflasyon, İstikrar ve Ekonomik Değişim Programı'nı uygulamaya koydurmuştur. Bu program ile Türk Bankacılık Sektörü gelişme göstermiş ve uluslararası arenada boy göstermeye başlamıştır.

1990 yılındaki Körfez Krizi dış kaynaklı olmasına rağmen Türkiye'deki bankaları önemli ölçüde etkilemiştir.5 Nisan 1994 yılına gelindiğinde krizin etkileri Türkiye'de bankaları daha çok etkilemeye başlamıştır. Mali yapıları zayıf olan bankaların iflası ile bankaların aktif-pasif yapısında değişikliklere neden olmuştur. Bu kriz günümüzde 1994 Finans Krizi olarak adlandırılır.¹⁴

1998-2000'li yıllarda kamunun fon talep eden taraf olması ve bankalar açısından az riskli olarak görülmesi bankaları asli görevlerinden uzaklaştırarak devlete yüksek faizli kredi veren kurumlar haline getirmiştir.2000'li yıllara gelindiğinde internetin yaygınlaşması E-Ticaret'i geliştirmiştir. Bankalar; bankacılık hizmetlerini telefon, internet aracılığı ile sunmaya başlamışlardır. Günümüzde de banka müşterileri, birçok işlemlerini bankaya uğramadan yapabilecek konuma gelmişlerdir.

Günümüzde devletin yasalarla bankacılık sistemini koruma ve kontrol altına alması, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun etkin olarak çalışması, bankaların eskiye nazaran daha sağlam yapılar olmasını sağlamıştır.

30.06.2016 tarihi itibarıyla ülkemizde faaliyet gösteren 47 adet banka bulunmaktadır. Bütün bankaların Türkiye geneli 11029 adet şubeleri, 199429 adet personelleri mevcuttur.¹⁵

¹⁴ Türkiye Bankalar Birliği, *50. Yılında Türkiye bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık 1958-2007*, İstanbul, Kasım 2008. S.14

¹⁵ www.tbb.com.tr Erişim tarihi 18.12.2016

Türkiye’de faaliyet gösteren kamu, özel ve yabancı sermayeli bankalar Tablo-2’de verilmiştir.

Tablo-2: Sermaye Yapılarına Göre Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bankalar

Kamu Sermayeli Bankalar (3 Adet)	Yabancı Sermayeli Bankalar (21 Adet)
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	Alternatifbank A.Ş.
Türkiye Halk Bankası A.Ş.	Arap Türk Bankası A.Ş.
Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	Bank Mellat
	Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ Turkey A.Ş.
Özel Sermayeli Bankalar (9 Adet)	Burgan Bank A.Ş.
Adabank A.Ş.	Citibank A.Ş.
Akbank T.A.Ş.	Denizbank A.Ş.
Anadolubank A.Ş.	Deutsche Bank A.Ş.
Fibabanka A.Ş.	Finans Bank A.Ş.
Şekerbank T.A.Ş.	Habib Bank Limited
Turkish Bank A.Ş.	HSBC Bank A.Ş.
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	ICBC Turkey Bank A.Ş.
Türkiye İş Bankası A.Ş.	ING Bank A.Ş.
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	Intesa Sanpaolo S.p.A.
	JPMorgan Chase Bank N.A.
Tas.Mevd.Sig. Fon.Devr. Bankalar (1 Adet)	Odea Bank A.Ş.
Birleşik Fon Bankası A.Ş.	Rabobank A.Ş.
	Société Générale (SA)
	The Royal Bank of Scotland Plc.
	Turkland Bank A.Ş.
	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.

Kaynak: www.tbb.com.tr (Erişim Tarihi 22.03.2017)

Türkiye’de 3 adet kamu sermayeli, 9 adet özel sermayeli, 21 adet yabancı sermayeli, 1 adet TMSF’ye devredilmiş olmak üzere 47 adet banka faaliyet göstermektedir.

Aktif büyüklüklerine göre ülkemizde faaliyet gösteren ilk 10 banka Tablo-3’te verilmiştir.

Tablo -3: Aktif Büyüklüklerine Göre Türkiye’de Faaliyet Gösteren İlk 10 Banka

	Banka	Kuruluş Yılı	Toplam Aktifler(Milyon)	Ödenmiş Sermaye (Milyon)	Şube Sayısı (Adet)	Personel Sayısı (Adet)
1	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	1863	321.759	5.100	1.811	25.457
2	Türkiye İş Bankası A.Ş.	1924	288.282	4.500	1.377	24.901
3	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	1946	261.529	4.200	980	19.937
4	Akbank T.A.Ş.	1948	247.353	4.000	897	13.924
5	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	1944	229.653	4.347	982	18.532
6	Türkiye Halk Bankası A.Ş.	1938	200.377	1.250	961	17.180
7	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	1954	193.640	2.500	922	15.363
8	Finans Bank A.Ş.	1987	92.647	3.000	630	12.785
9	Denizbank A.Ş.	1997	89.326	3.316	689	12.733
10	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	1927	77.241	2.204	536	10.047

Kaynak: www.tbb.com.tr Erişim Tarihi 22.03.2017

Tablo-3’te görüldüğü gibi ülkemizde faaliyet gösteren kamu sermayeli Ziraat Bankası, Vakıflar Bankası ve Halkbank listede ilk 10 içerisinde yer almaktadır.

BÖLÜM 2: KATILIM BANKACILIĞI

Katılım bankacılığı kavramını tanımlarken ilk önce “Faizsiz Bankacılık” “İslami Finans” kavramlarından yola çıkmakta fayda vardır. İslam dininin ortaya koyduğu faizle ilgili prensipler sonucu para türlerinin kendi aralarında yapılan değişimleri yani döviz alış satışı işlemleri hariç olmak üzere para, ancak paranın mal ve hizmet ile mübadelesi sonucu kazanılmaktadır. Bu bağlamda faiz müessesesi yerine kâr/zarar ortaklığına dayalı olarak kâr elde etmeye çalışan, dolayısıyla ekonomik ve sosyal kalkınmaya aynı anda ivme kazandıran söz konusu aktörlerin yapmış olduğu işletmeciliğe “Faizsiz Bankacılık” veya “İslami Bankacılık” adı verilmektedir.¹⁶

Bir diğer tanımda ise; sermayesine ilaveten yurt dışında ve yurt içinde özel cari hesaplar ve kâra-zarara katılma hakkı veren hesaplar yoluyla fon toplayıp ekonomiye fon tahsis etmek amacıyla faaliyet gösteren ve toplanan fonları mevzuatına belirtilen usullerle, her türlü zirai, ticari faaliyetlerin ve hizmetlerin finansmanında, ortak yatırımlarda, yurt dışı teminat mektubu verilmesinde, ihracat ve ithalatın finansmanında, yatırımlara ilişkin ekipmanlarının temin edilip, firmalara taksitle satılması veya kiraya verilmesi gibi hususlarda kullandırabilen mali kuruluşlardır.¹⁷

Katılım bankacılığı mal ve hizmetlerin para ile sıkı sıkıya bağlı olduğu para ile ilgili işlemlerin kesinlikle bir mal veya hizmete dayandırıldığı, elde edilen gelirin ise kâra veya zarara ortaklık şeklinde paylaşıldığı bir mali sistemdir. Kuran-ı Kerim'de faizin yasaklanması katılım bankacılığının oluşturulmasında ana etken olmuştur.

Katılım bankacılığının temel amacı ekonomik sistem içinde bulunmayan atıl fonların milli ekonomiye kazandırılmasıdır. Bu atıl fonların milli ekonomik sisteme dâhil olmamasının en önemli nedeni faizin İslam dininde yasak olması ile faizli bankacılık sistemine dâhil edilmemesidir. Katılım bankacılığının bir diğer amacı ise

¹⁶ Temel Hazıroğlu,-Mehmet Emin Özcan, “*Katılım Bankacılığı Tarihiçesi*” Bereket Dergisi Albaraka Türk Kültür Yayınları, Yaz 2006. S.20. S. 4-7.

¹⁷ Özel Finans Kurumlarının kurulmasına ilişkin 16/12/1998 ve 83/7506 sayılı Kararname.

ülkemizin İslam ülkeleri ile iş birliğini arttırmak ve Arap Yarımadasındaki petrol gelirlerinin ülke ekonomisine kazandırılmasını sağlamaktır.

2.1. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkış Nedenleri

2.1.1. Dini Nedenler

İslam dininde faizin Kuran-ı Kerim'de ve hadislerde yasaklanması faizsiz bankaların kurulmasında etkili olmuştur. Sadece İslam dininde değil Yahudilik ve Hristiyanlıkta da faiz yasaklanmıştır. Tevrat'ta faiz kati surette yasaklanmış ancak Yahudiler bu yasağın sadece kendi aralarında olduğunu kabul etmektedirler. Diğer dinlere mensup kişilerle aralarında olacak ticaretle faiz alabileceklerine inanmaktadırlar.

Hristiyan dünyasında ise orta çağda ticaret dinin etkisinde kalmış 13.yy'a kadar bu şekilde devam etmiştir.13.yy sonlarında dinin ticaret üzerindeki etkisi zayıflamış ve kilise faizin hangi durumlarda ne şekilde uygulanabileceği konusunda açıklamalar getirmiştir.

2.1.1.1. Faiz

Türkçe anlamı fazlalık ve artma olan faiz, Arapça'da “riba” olarak adlandırılmaktadır. ¹⁸Faiz, birine verilen borcun veya yatırılan paranın emeksiz olarak hiçbir riske girmeden kazandığı fazlalıktır. Eski Yunanda tapınakların ve bankerlerin halktan borç alıp verme yöntemi ile büyük kazançlar elde ettiği bilinmektedir. Borcunu ödeyemeyecek duruma gelenler ise esir ve köle muamelesi görmektedirler.

Eski Yunandaki düşünürlerden bazıları olan Solon, Eflatun ve Aristo da faize karşı çıkmaktadırlar. Roma döneminin ilk zamanlarında faiz yasaklanmıştır. İmparatorluğun genişlemesi ile birlikte tüccar kesimi ortaya çıkmış faiz başlamıştır.

¹⁸ İsmail Özsoy, *Faiz ve Problemleri*. Nil Yayınları İzmir, 1993, s. 59

M.Ö 342 yılında Lex Gerucia kanunu ile faiz yasaklanmış, bu yasak uzun süre devam etmiştir.¹⁹

2.1.1.2. İslamiyet'te Faiz

İslamiyet Öncesi Arap yarımadasında faizcilik, katlı ve katsız olarak yapılmaktaydı. Bunun neticesinde fakir daha da fakirleşir zengin ise servetine servet katardı. Arap yarımadasında faizle verilen borcun vadesi geldiğinde, ödenmemesi durumunda faiz ile anapara birleştirilip yeni bir vadede faiz uygulanmaktaydı. İslamiyet'in gelmesi ile faiz haram kılınmıştır. Birçok ayet ve hadiste de faizin zararları ile ilgili konuya değinilmiştir. Faizin yasak oluşu ile ayet ve hadislerin aşağıdaki gibidir:

- "Faiz yiyenler(kabirlerinden) ancak şeytanın çarptığı kimsenin kalktığı gibi kalkarlar. Bu onların "Alışveriş de faiz gibidir. "demelerinden dolayıdır. Oysa Allah alışverişi helal, faizi haram kılmıştır. Bundan böyle kime Rabbinden bir öğüt gelirse (o öğüte uyararak) faizden vazgeçerse geçmişte olan kendisininidir ve artık onun işi Allah'a kalmıştır. Bununla birlikte kim de yeniden faize dönerse işte onlar cehennemliklerdir ve orada sürekli olarak kalırlar."²⁰

-Allah ribayı yok eder ve sadakaları ise artırır. Allah hiçbir günahkâr nankörü sevmez.²¹

-Ey iman edenler Allahtan korkun ve gerçekten inanmış iseniz faizin kalanından vazgeçin.²²

-Ey iman edenler kat kat artırılmış olarak faiz yemeyin. Allahtan sakının ki kurtuluşa eresiniz.²³

¹⁹ Erol Zeytinoğlu, *İslam'da ve Diğer Sistemlerde Faiz, Para, Faiz ve İslam Tartışmalı İlmî Toplantılar Dizisi*, İlmî Neşriyat A.Ş., İstanbul, 1999, s.92

²⁰ Bakara, 2/275.

²¹ Bakara, 2/276.

²² Bakara, 2/278.

²³ Al-i İmran, 3/130.

-Bir kısım Yahudilerin birçok kimseyi Allah yolundan alı koymaları yasaklandıkları halde faiz almaları ve insanların mallarını haksız yere yemeleri sebebi ile kendilerine daha önce helal kılınan temiz şeyleri onlara haram kıldık, onlardan kâfir olanlara da acı bir azap hazırladık.²⁴

-İnsanların mallarında artış olsun diye verdiğiniz faiz Allah katında artmaz. Allah'ın rızasını arayarak verdiğiniz zekâta gelince işte onlar mallarını kat kat artırmış olanlardır.²⁵

-Ömer İbnu'l-Hattab anlatıyor: Resulullah buyurdular ki : "Altın altınla peşin olmazsa ribadır. Buğday buğdayla peşin satılmazsa ribadır. Arpa arpayla peşin satılmazsa ribadır. Kuru hurma kuru hurmayla peşin satılmazsa ribadır."²⁶

-Hz. Ebu Hureyre anlatıyor : "Resulullah buyurdular ki: "Miraç Gecesi, bir kavme uğradım ki karınları evler gibi iri idi. Bu karınların içi yılanlarla dolu idi ve yılanlar dışarıdan gözükyorlardı. Ben : "Ey Cibril bunlar kimlerdir?" diye sordum. "Bunlar faiz yiyenler !" dedi.²⁷

2.1.1.3. Kâr ile Faizin Karşılaştırılması

Kâr, bir üretim içinde, emeğin eşliğindeki sermayenin, paradan mal, maldan tekrar para veya başka bir hale evrilip çevrilmesi, kısacası bir mübadele süreci içinde işletilmesi sonucu, mevcut iktisadi varlıklarda toplum adına meydana getirilen pozitif değer açısından emek ile sermayenin aldığı payıdır.²⁸ Yapılan faaliyet sonucu kâr veya zarar oluşması durumunda ortaya çıkan durumdan yatırımcı, sermaye sahibi ve toplum doğrudan etkilenir.

²⁴ Nisa, 4/160,161.

²⁵ Rum, 30/39.

²⁶ İmam Nevevi *Riyazus Salihin*, Çelik Yayınevi, s. 820

²⁷ İmam Nevevi *Riyazus Salihin*, Çelik Yayınevi, s. 851

²⁸ Giray Küçükkoçaoğlu, *İslami Bankalar ve İslami Finans Kurumları Çalışma Notları*, 2005, s.24-25.

Faiz ise borç verilmek suretiyle verilen borcun ortaya çıkardığı fazlalıktır. Riskin tamamı borçluya aittir. Faizin oluşumunda bir üretim süreci veya herhangi bir faaliyet bulunmamaktadır. Borç alan kişinin borç aldığı miktar belirli bir vadede aynı cins veya başka cinsten daha fazla bir varlıkla geri ödenir. Burada borcu alanın zarar etmesi borcu vereni bağlamaz. Kârda, sermaye sahibi kâra-zarara ortak olduğundan vade sonunda ne kazanacağını bilemez. Faizde ise sermaye sahibi vadenin başlangıcında anlaştığı faizini alır. Faizde aslanan doğmamış bir varlığın kazanılmasıdır. Ünlü ekonomist Sir Roy Harrod faize “hayal”, “gerçek dışı” gibi yakıştırmalar yapmıştır.²⁹ Kârın oluşumu için verilen sermayenin maldan, paraya ve paradan mala dönüştürülerek bir faaliyet süreci gerekir. Bu yüzden kârın alınabilmesi için bir faaliyetin oluşması gerekir. Faizin oluşması rant ekonomisiyle ilişkilidir. Kâr ise reel ekonomiyle doğrudan ilişkilidir.

2.1.2. Ekonomik Nedenler

Katılım bankalarının Dünyada ki kuruluşlarının ekonomik nedenlerinin en önemlisi 1970'li yıllarda OPEC ülkelerinin petrol fiyatlarını artırması ile İslam ülkelerinin petrol-dolar gelirlerinin artmasıdır. Gelirlerin artması ile birlikte petrol ihraç eden İslam ülkelerinin de dış ticaret fazlası oluşmuş ve fonlar batılı ülkelere akmaya başlamıştır. İslam ülkelerinin bazıları az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdir. Petrol gelirleri olan ülkeler ise fonları fazla olan ülkeler durumundadır. Bu durum İslam ülkeleri arasında oluşturulacak iş birliğinin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Öyle ki sermaye fazlası olan ülkelere sermaye sıkıntısı yaşayan ülkelere fon akışının olması iki taraf için de olumlu sonuçlar doğuracak ve İslami Bankaların kurulmasında etkili olacaktır. Tüm bu sebepler 1974 yılında İslam Kalkınma Bankasının kurulmasını sağlamıştır. Bu tarihten sonra İslam ülkelerinde de İslami esaslara göre çalışan bankalar kurulmuştur. Bu gelişmelerle birlikte İslam ülkeleri arasında ki ekonomik iş birliği sağlanmış, İslam ülkelerindeki atıl fonlar faizsiz bankacılık kurumları ile ekonomiye kazandırılmıştır.³⁰

²⁹ <http://hikmet.net/bir-faiz-sorusturmasi/> (Erişim tarihi: 16.03.2017)

³⁰ Cihangir Akın, *Faizsiz bankacılık Ve Kalkınma*, Kayıhan Yayınevi Umumi Neşriyatı no:21 İlmi Araştırmalar Serisi no:1 İstanbul, 1988, S.4.

2.1.3. Sosyal Nedenler

Bir toplumda yaşayan bireyler çoğunlukla ekonomik gelirlerine göre sınıflanmışlardır. Toplumdaki sosyal adalet ve sosyal barışın sağlanabilmesi için bu sınıflar arasında ekonomik uçurumun olmaması gerekmektedir. Bunun için sınıflar arasındaki gelir dengesinin korunması önem arz etmektedir. Katılım bankaları servet sahiplerinin kazançlarını daha da artırmasının önüne geçmekte ve toplumsal sınıflar arasındaki gelir dağılımını dengelemeyi amaçlamaktadırlar. Bu amaç doğrultusunda katılım bankaları servet sahiplerinin daha da güçlenmesinin önüne geçen kurumlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Ayrıca katılım bankaları müşterilerinden topladıkları fonlarla doğrudan reel ekonomiyi fonladıklarından yeni iş sahaları oluşmasına ve istihdamın artmasına doğrudan katkı sağlamaktadırlar.

2.2. Katılım Bankalarını Diğer Bankalardan Ayıran Özellikler

Kuruluş biçimleri, faaliyet şekilleri, fon toplama ve fon kullandırma gereksinimlerine göre incelendiğinde günümüzde faaliyet gösteren bankaların dünyadaki bankacılık modelini örnek aldığı görülür. Katılım bankalarını diğer bankalardan ayıran en temel özellik ise, toplanan fonların kullandırılma şekilleridir. Katılım bankaları fon kullandırmalarını İslam Hukukuna göre yapmaktadırlar. Katılım bankalarında fon kullandırım aşamasında para ve mal arasında ayrılmaz bir bağ bulunmaktadır. Bu nedenle her İslami banka faizsiz banka iken; işlemlerini faizsiz yapan her banka İslami banka değildir.

Zira bir işlemin sadece faizsiz olması, onun bütün İslam prensiplerine uygun olduğu anlamına gelmediği gibi, “İslam bankacılığı” faaliyetlerinde yasak olan husus da sadece faiz değildir.³¹

³¹ Ömer Faruk Kılınç, *Türkiye’de Katılım ve Müşteri Tercih Kriterleri Üzerine Bir araştırma: Isparta İli Örneği*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2014 s.43.

2.2.1. Kâr-Zarara Katılım

Faizli Bankalar müşterilerine verdikleri paraları belirli bir faiz üzerinden belirli bir vadede geri almak kaydıyla verirler. Verilen paranın nerede kullanılacağını çok sorgulama imkânı bulamayabilirler. Katılım bankacılığında ise faizli bankalardan farklı olarak mevduat sahiplerinin mevduatlarını ihtiyaç sahiplerinin mal alım ve satımına aracılık ederek belirli bir kâr oranı üzerinden, kâra ve zarara ortak olma şartıyla işlem yapmalarıdır. Faizli bankalarda mevduat sahibi banka ile anlaştığı faiz oranından vade sonunda faizi ve anaparasını alır. Katılım Bankalarında ise vade sonunda ihtiyaç sahiplerinin ihtiyaçlarının alım-satımında kullanılan mevduatın kâr-zarar durumuna göre, ihtiyaç sahibi kâr ya da zarar eder. Yani katılım bankalarını diğer bankalardan ayıran en önemli özelliklerden biri sermaye sahibinin kâra veya zarara ortak olmasıdır.

2.2.2. Reel Ekonomiye Doğrudan Katkı

Faizli bankaların ana faaliyeti belirli bir faiz üzerinden fon fazlası olan birey veya şirketlerden mevduatı almak ve toplanan mevduatı fon talep edenlere belirlenen faiz oranı üzerinden satmaktır. Toplanan mevduata verilen faiz ile kullandırılan mevduattan alınan faiz arasındaki fark, bankanın kârıdır. Katılım bankalarında ise para bir emtia olarak kabul edilemediğinden dolayı paranın satışı yasaktır. Bu nedenle paranın bir ticari emtia veya hizmete bağlanması şarttır. Katılım bankalarında fon fazlası olanlardan kâra veya zarara katılma şartıyla toplanan mevduatlar, fon talep edenlerin ihtiyaçları, bir mal veya hizmet alım satımına bağlanarak yine kâr-zarar ortaklığı esası ile kullandırılır. Bu nedenle katılım bankalarının kârları bu faaliyet sonucunda oluşacak kâra veya zarara göre belli olur. Katılım bankalarında fonu bankaya veren kişi ortak statüsündedir.

Katılım bankaları prensipleri gereği, fon kullandırmalarını mutlaka bir proje veya ekipman tedariki karşılığında kullandırılması ve fonlanan bedelin mal ve hizmet temin eden satıcıya ödenmesi, hem bu fonların verilmiş amacı dışında kullanımını önlemekte, hem de fon kullandırılan firmanın/bireyin kontrolünü kolaylaştırmaktadır.

Aynı zamanda bu durum reel sektörü teşvik ettiğinden ekonomik istikrara katkıda bulunur.³²

2.2.3. Riskin Paylaşılması

Katılım bankalarında, mevduat sahiplerine sabit bir getiri vaat edilememekte ve anaparanın zarar etmeyeceği garantisi de verilememektedir. Bu durum katılım bankalarının çalışma esasları ile ilgilidir ve riskin paylaşılması esasına dayanmaktadır. Faizli bankalarda ise risk tamamıyla kredi kullanan müşterinin olduğundan, mevduat sahibinin risk ile uzaktan yakından ilişkisi olmaz. Mevduat sahibi vade sonunda anlaştığı faiz oranından faizini ve anaparasını alır.

2.2.4. Katılım Bankalarının Sosyal Yönü

İslam Dini imkânlar dâhilinde kişilerin ve toplumların, varlıklarını çoğaltmasını emretmektedir. Çeşitli ayet ve hadislerde yüksek refah düzeyine ulaşmanın toplumun hedefleri arasında olduğu bilinmektedir. Ekonomik refah için önemli bir yapı taşı olan katılım bankaları reel ekonomiyi doğrudan fonlamaktadırlar. İşlemlerin faizsiz olması, gelir dağılımındaki adaletsizliği önlemesi açısından önemli bir ögedir. Katılım bankalarının hiçbir fazlalık talep etmeden müşterilerine kullandırdığı karz-ı hasen ürünü, katılım bankalarının sosyal yönlerini daha iyi ortaya koymaktadır.

2.2.5. Ekonomik İstikrara Verilen Katkı

Günümüzde az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından birisi enflasyondur. Enflasyonun önemli nedenlerinden biri, arz ile talep arasındaki dengesizliktir. Ülkemizde de merkez bankası, enflasyon hedeflemesi sistemi ile faaliyet gösterir. Katılım bankaları doğrudan reel ekonomiyi finanse ettiklerinden, yeni istihdam ve üretim alanları açılmasında ekonomiyi rahatlatmaktadırlar. 2000 ve 2001 krizlerinde devlet, borçları aktiflerinin üzerinde olan bankalara el koymuş, bu bankaların anapara ve faiz ödemeleri devletin sırtında kalmıştır. Katılım

³² Halil İbrahim Bulut, *Finansal yenilik ve açılımları ile katılım bankacılığı*, Türkiye katılım bankaları birliği yayınları, İstanbul, 2005, s.234.

bankalarında ise kâra ve zarara ortak bir sistemle işleyişin sürdürülmesi nedeniyle herhangi olumsuz durumda müşterilerin ödemeleri devletin sırtında kalmayacaktır. Ayrıca reel ekonominin doğrudan finanse edilmesi, kriz oluşumu riskini de bir nebze azaltmaktadır.

2.3. Katılım Bankacılığının Önündeki Problemler

Kuruluşlarından beri faize duyarlı kesimin teveccühü ile büyümelerini sürdüren katılım bankaları Türkiye’de ve Dünya’da Pazar paylarını istenilen düzeye çıkaramamışlardır. Bunda gerek yapısal sorunlar, gerek yasal boşluklar, gerekse hızlı büyümenin etkisinden söz edilebilir. Son yıllarda ülkemizde kamu katılım bankalarının sektöre girmeleri yasal sorunların çözümü noktasında ivme kazandıracaktır. Kamu katılım bankalarına bu noktada çok iş düşmektedir. Zira Türkiye’de yaklaşık 40 yıllık geçmişi bulunan katılım bankalarının pazar payları ne yazık ki %5’in altında seyretmektedir. Problemlerin çözümü ile katılım bankacılığının sektördeki payları da büyüme eğilimi gösterecektir.

2.3.1. Yasal Problemler

Katılım bankacılığı faaliyetleri bulunan ülkelerin yasaları genellikle faizli sisteme dayanmaktadır. Kuruluş amaçları ve İslami hükümler nedeniyle faizden uzak durması gereken bu kurumlar, faiz temelli yasalara uymak durumunda kalırlar. Yapısı gereği yaptığı işlemler yasalarda yer almayabilir. Bu durum uygulamada sıkıntı çıkarmakta yerel hukuk kurallarına göre yapılan bir sözleşme İslam hukuku ile İslam hukukuyla yapılan bir sözleşme yerel hukuk ile uyumsuz olabilmektedir.

2.3.2. Yetişmiş İş Gücü Sorunu

Katılım bankalarında çalışacak personelin konvansiyonel bankada çalışanlara göre farklı bilgi, birikim, yetenek ve uzmanlık alanlarına sahip olması gereklidir. Bunun dışında katılım bankalarında çalışan personelin bu alanda çalışmaya istekli olması, İslami bankacılık süreçlerine uyum sağlayabilmesi gerekmektedir. Bu nedenlerle katılım bankaları, personel bulma noktasında zaman zaman konvansiyonel bankalardan personel temini yolunu seçerler.

2.3.3. Sistemin Yeni Olması

Ülkemizde sistemin 40 yıllık bir geçmişinin olması ve sektörde daha önce yaşanan olumsuzluklar sebebi ile birçok yatırımcı katılım bankaları ile çalışmak istememektedir.

2.3.4. Yeteri Kadar Destekleyici Kurumun Bulunmaması

Bir banka sisteminin kurulması ve başarılı olabilmesi için, faaliyet süreçlerini destekleyici kurumların varlığı önem arz etmektedir. Katılım bankacılığının başarılı olabilmesi için ekonomistler, İslam hukukçuları, denetçileri ve yatırım danışmanlarından oluşan birçok bağlı kurumun var olması gerekmektedir.³³ Bu durum katılım bankacılığının geçmişinin çok uzun olmamasından kaynaklı olabilir.

2.3.5. Temerrüt ve Gelir Kaybı Sorunu

Katılım bankaları borçlarını ödemeyen veya ödeyemeyen müşterilere önceki dönemlerde temerrüt faizi uygulamamış, devam eden taksit ödemesine ödemediği gün kadar öncesine taksit koyarak bunu telafi etmeye çalışmış veya borcun dövize çevrilerek tahsili yoluna gitmişlerdir.³⁴

Katılım bankaları taşıdıkları sorumluluk gereği ödeme niyeti olup, ödemedede güçlük yaşayan müşterilerine kolaylık sağlamaları gerekmektedir. Nitekim İslami prensiplerle hareket eden bu kurumların borçluya kolaylık sağlama noktasında;

“Eğer borçlu darlık içindeyse, ona ödeme kolaylığına kadar bir süre tanıyın. Ve bu gibi borçlulara alacağınızı bağışlayıp sadaka etmeniz sizin için daha

³³ Muhammad Loqman, “Islamic Banking and Business Laws With Economic Development”, İslam and Development in Asia, Institute of Islamic Understanding Malaysia, Kuala Lumpur, 1998, s.39.

³⁴ Erdem Budur, “Türkiye’de Özel Finans Kurumlarının Yeniden Yapılandırılması”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul, 2003, s.112.

hayırlıdır."³⁵ ayete göre hareket etmeleri katılım bankalarının sadece ticari kaygı taşımadıklarının bir göstergesidir.

Ülkemizde yürürlükte olan yasalar faiz almayı yasaklamamaktadır. Ancak İslami prensipler faizin her türüsünü yasaklamıştır. Hal böyle iken temerrütten doğan alacağın faiz mi kazanç mı olduğu noktasında tartışmalar başlamıştır. İslam hukukçuları borcun zamanında ödenmemesi durumunda alınacak fazlalığının (enflasyon oranını geçmeyecek kısmı için) faiz değil, tazminat olduğunu söylemektedirler.³⁶

Ülkemizde faaliyet gösteren bankaların daha önce temerrüt konusunda yaptığı uygulamalar suistimal edildiğinden dolayı yeni uygulamada, temerrüt yaşayan müşteriden gecikme faizi alınır; ancak bu para kâr havuzlarına dâhil edilmeden ceza havuzunda toplanır.

2.4. Katılım Bankalarının Güçlü ve Zayıf Yönleri

2.4.1. Katılım Bankalarının Güçlü Yönleri

Kâr-zarar ortaklığı esası ile çalışan katılım bankaları, geçmiş dönemlerde yaşanan ekonomik krizlerden diğer bankalara göre daha az etkilenmişlerdir. 2000 ve 2001 krizlerinde ülkemizde 20 den fazla bankanın faaliyetine son verilmiştir. Tasarruf mevduatına sınırsız güvencenin verilmesi, batan bankaların yükünü kamuya yüklemiş ve kamu bu durumdan ciddi zarar etmiştir. Bu dönemde katılım bankalarından tasarruf mevduatının %50 ye yakın kısmı müşteriler tarafından çekilmesine rağmen, bu süreçte sadece bir tane katılım bankası faaliyetini sonlandırmıştır.

³⁵ Bakara Suresi 280. Ayet.

³⁶ Hayrettin Karaman, "<http://www.hayrettinkaraman.net/sc/00137.htm> " Erişim Tarihi 18.12.2016

Bunların nedenleri şöyle açıklanabilir:³⁷

- Çalışma yöntemlerinden dolayı reel ekonomiyi fonlayan katılım bankaları, krediyi mal tedarik eden firmaya vererek kredinin spekülâtif amaçlarla kullanılmasının önüne geçerler.
- Katılım bankaları faizsiz esaslara göre çalıştıklarından, olası kriz durumunda faiz ve döviz riski almazlar, sadece kredinin geri dönmeme riski ve piyasa riskini alırlar.
- Topladıkları mevduatları kendi cinslerinden kullandıklarından, açık pozisyonda kalmamakta ve kur riski bulundurmamaktadırlar.
- Katılım bankaları toplanan fonları repo, faiz gibi enstrümanlarda değerlendirmezler. Bu da kriz zamanı faizleri yükselme riskinden katılım bankalarını korur.
- Katılım bankaları kısa vadeli topladıkları kaynakları kısa vadeli kredilerde, uzun vadeli topladıkları fonları ise uzun vadeli kredilerde kullanırlar. Bu durum, bilançolarında vade uyumunu sağlayarak katılım bankalarının likit kalmasını sağlamaktadır.
- Katılım bankaları sukuk ürününün ihracına başlamadan önce hazine bonusu ve devlet tahviline tekabül eden bir faizsiz yöntemleri olmadığından bireysel emeklilik şirketi kuramıyorlardı. Hali hazırda sukuk ürününün kullanılması ile birlikte Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. ve Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. ortaklığı ile Katılım Emeklilik ve Hayat A.Ş. şirketi kurulmuştur. Katılım bankalarının kurduğu ilk emeklilik ve hayat şirketi ile bu alanda da faaliyetlerini hızlandırmışlardır. Bu gelişme aynı zamanda katılım bankalarının kısa vadeli atıl fonlarını değerlendirme noktasında da avantaj sağlamıştır.

³⁷ Alper Coşkun, "Katılım Bankalarının Sektördeki Yeri ve Önemi" İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Politikası Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2008,s.65

2.4.2. Katılım Bankalarının Zayıf Yönleri

Katılım bankalarının zayıf yönlerini aşağıdaki gibi sıralayabilir:

- Katılım bankaları, kredileri genellikle kısa vadeli olarak kullandırdıklarından, elde ettikleri kârları düşüktür.
- Katılım bankaları, işletmelerin işletme sermayesi ihtiyaçlarını nakit olarak sunamamaktadır. Bu durum, işletme sermayesi ihtiyacı olan firmaları, diğer bankalara yönlendirmektedir.
- Katılım bankalarının finansman yöntemlerinin diğer bankalara göre sınırlı olması, müşteri memnuniyetsizliği oluşturabilmektedir.
- Katılım bankalarında mevduata dağıtılacak kâr payı önceden belirlenemez.
- Katılım bankalarının pazar payları %5'in altındadır.
- Katılım bankalarının finansman yöntemlerinde faize yakın bir yöntem olan vadeli satış yöntemini kullanmaları ve piyasadaki faiz oranlarına yakın oranlarla işlem yapılması sistemi sorgulatmaktadır.

2.5. Katılım Bankalarının Ekonomi Üzerine Etkileri

Katılım bankalarının ekonomi üzerindeki etkilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Reel ekonomiyi finanse ettiklerinden, ekonomik büyümeye olumlu katkı sağlamaktadırlar.
- İstihdama olumlu katkı sağlarlar. Zira ülkemizde 5 farklı katılım bankası 30 Haziran 2016 tarihi itibarıyla 14094 kişiye istihdam sağlamıştır. Bu rakam her geçen gün artmaktadır.
- Krizlerden az hasarla çıkmayı başarmışlardır.
- Yastık altındaki fonlar ekonomiye kazandırılmıştır. Faiz hassasiyetinden dolayı parasını konvansiyonel bankalara götürmeyip yastık altında tutan birçok vatandaşın parası, katılım bankalarının

aracılığı ile ekonomiye kazandırılmıştır. Yine altın toplama kampanyaları ile yastık altındaki altınlar ekonomiye kazandırılmış, kazandırılmaya devam etmektedir.

- Yurtdışından ülkeye fon girişi sağlamaktadırlar. Zira ülkemizdeki katılım bankaları OPEC ülkelerindeki atıl fonlar katılım bankaları aracılığı ile ülkemize getirilmektedir.
- İhracat ve ithalatın finanse edilmesine yardımcı olmaktadır.
- Katılım bankaları esnek çalışma şartları ile bankacılık sistemini daha verimli çalışmaya itmektedirler.

2.6. Dünya’da Katılım Bankacılığı

Faizsiz para ve mal alıp vermenin tarihi çok eskilere dayanmaktadır. İlk Çağda Roma İmparatoru Tibere'nin halka gayri menkul ipoteği karşılığında faizsiz para vermek üzere devlet bankası kurdurduğu bilinmektedir. Yine ilk çağda bankacılık görevi yapan tapınaklar para alışverişini ilk başlarda faizsiz olarak yapmışlardır. İlk çağın önemli bankerlerinden Murashu ve Egibi aileleri de ilk zamanlarında faizsiz para alışverişi yapmışlar, daha sonra faizli sisteme dönmüşlerdir. Orta çağda faizin; alt sınıfları çok ağır bir şekilde ezdiği dönemlerde, ezilen halkın faizcilere karşı çeşitli mücadelelere girdiği gözlenmektedir. Bu mücadelelerin çoğu başarısız olmuş, bunun neticesinde kiliseler faizsiz para alışverişi yapan müesseseler kurarak bu durumu önlemeye çalışmışlardır. Bu yöntemin bir müddet başarılı olduğu söylenmektedir.³⁸

1462 yılında Perouse'de P.Michel ve Milan tarafından kurulan Mondö Piyeteler ilk zamanda faizsiz para alışverişinde bulunmuş, masrafların artması ve yönetimdeki kişilerin zaafiyeti neticesinde faizli çalışmaya başlamıştır.

Tarihte Temple mezhebi olarak bilinen Hristiyan hacıların mal ve can güvenliğini tesis etmek için kurulan mezhep, ilk zamanlarında yapılan bağışları

³⁸ Halil Çivi, *Türkiye’de Bankacılık Teori Uygulama ve Sonuçları*, Ankara Cumhuriyet Üniversitesi Yardımcı Ders Kitabı, Yayın No:1 , 1985, s.19.

faizsiz olarak borç vermişlerdir. Günümüzde İngiltere'de faaliyet gösteren ve İngiliz Bankacılığının önemli aktörlerinden yatırım tröstlerinin faizsiz bankacılığa yakın işler yaptığı bilinmektedir. Görüldüğü üzere insanlık tarihi kadar eski olan faizsiz finans sisteminin sadece İslami kesimde değil bütün kesimlerde kullanıldığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte İslam dininde de faizin yasak oluşu dünyadaki Müslüman toplumların birikimlerini altın, döviz ve gayrimenkul gibi alanlara yönlendirmesine sebep olmuştur. Bu durum, İslam ülkelerinin ülke içindeki sermayeyi kullanamamalarına ve ekonomilerinin dışa bağımlı olmasına sebep olmuştur. Petrol zengini olan Araplar petrolden elde ettikleri gelirleri Amerikan Bankalarına yatırmışlardır. Bankaların bu paralara verdikleri faizi kabul etmeyen Araplar, bu faizin gizlice kiliselere bağışlandığını duyunca paralarının faizlerini alıp kendi ülkelerindeki kültürel etkinliklerinde kullanmaya başlamışlardır.³⁹ Bu durumların İslam ekonomisine ciddi zararları olduğunu düşünen ekonomistler 1960'lı yıllardan itibaren faizsiz bankacılık alanında çeşitli çalışmalar yapmışlardır.

1976 yılına gelindiğinde Suudi Arabistan Kralı Faysal, İslam dünyasındaki akademisyenleri bir araya toplayarak çeşitli projelere imza atmıştır. Mekke-i Mükerrreme'de I. İslam İktisadi Dünya Kongresi düzenlenmiştir. Bu kongreye yüzlerce iktisatçı katılmış İslam İktisadi üzerine birçok tebliğ sunulmuştur. Bu tebliğlerden yola çıkılarak oluşturulan makaleler Arapça ve İngilizceye çevrilmiştir. Bu kongre faizsiz finans için dönüm noktası olarak kabul edilmektedir.

İslam dünyasında ilk faizsiz bankacılık Mısır'da 1963 tarihinde kurulan Nasser' Social Banktır. Bu gelişmeden sonra faizsiz bankacılık alanında sırasıyla Suudi Arabistan, Pakistan ve Kuveyt'te bankalar kurulmuştur.7 Aralık 1973 yılında Cidde'de tamamı İslam Konferansı Teşkilatı'na üye 7 ülke tarafından İslam Kalkınma Bankası kurulmuştur. Türkiye'nin de kurucu üye olarak yer aldığı

³⁹ Serkan Altaner, *Türkiye'de Özel Finans Kurumlarının Bankacılık Sektörü İçindeki Yeri*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul,2002

kuruluşun amacı İslam Konferansı Teşkilatı üyesi ülkelerin birbirleri arasındaki ticareti arttırmaktır. Bu teşkilatın hâlihazırda 56 üye ülkesi bulunmaktadır.⁴⁰

İslam Kalkınma Bankası üye ülkelerin kalkınma projelerini desteklediğinden özel sektör projelerini destekleyecek faizsiz finans kurumunun gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu gereklilikle birlikte 1975 yılında Dubai'de Dubai İslam Bankası kurulmuştur. Dubai İslam Bankası'ndan sonra 1977'de Mısır'da Faysal İslam Bankası, Sudan'da Faysal İslam Bankası, Kuveyt'te Kuveyt Finans Kurumları'nın kuruluşu izlemiştir. Bu bankaların sektöre kattığı ivme neticesinde Uzakdoğu'da, Malezya'da zengin Müslümanların desteği ve Japon teknolojisinin birleşimiyle hızla yayılmaya başlamıştır. Faizsiz finans; Almanya, Amerika, İngiltere, Avustralya'da yatırım fonları ve hisse senedi ürünleri ile kendini gösterirken; Avrupa, Rusya, Ortadoğu, Güneydoğu Asya, Güney Afrika'da yatırım bankacılığı ve ticari ürünlerle kendini göstermektedir.

Günümüzde faizsiz finans sadece İslam ülkelerinde değil ABD, Almanya, İngiltere, Japonya, Danimarka, Hollanda, Kanada, Rusya, Avustralya gibi birçok dünya ülkesinde etkisini göstermektedir. Dünya üzerinde Standart Chartered, Bangu National de Paris, Citicorp, HSBC, Goldman Sachs, Morgan Stanley, Key Global, Sociate Generale, Bank of Amerika, ABN Ambro gibi kuruluşlar, faizsiz finans ürünleri sunmaktadır.

Günümüzde dünyanın en büyük bankalarından olan Citibank, HSBC, ANZ Bank faizsiz finans sistemi ile yakından ilgilenmekte ve dünya üzerinde 200 milyon doları aşan faizsiz bankacılık pastasından pay almaya çalışmaktadırlar. 1980'den beri faizsiz bankacılık işlemleri yapan ve dünyanın önemli bankacılık gruplarından ANZ, Pakistan'ın faizli sistemden faizsiz sisteme geçişinde önemli rol oynamıştır. Günümüzde Pakistan'da ki bütün bankalar ANZ' nin hazırlamış olduğu mevzuatı takip etmektedirler.⁴¹

⁴⁰ Muhammed Necatullah Siddiki, *İslam Ekonomi Düşüncesi*, İstanbul, s.104

⁴¹ Türkiye Katılım Bankaları Birliği, *Dünya'da ve Türkiye'de Faizsiz Bankacılık*, İstanbul, 2005, s. 29

Günümüzde dünya üzerindeki faizsiz finans potansiyelinin farkında olan Dünya Bankası Grupları(IMF ve IFC gibi), faizsiz finansın ürün hizmet muhasebe standardı ve ürün geliştirme süreçlerine İslam Kalkınma Bankası, Malezya Menkul Kıymetler Komisyonu gibi kurumlarla yakın işbirliği içerisinde önemli katkılar sağlamaktadır.

İran'da İran parlamentosunun 1983'de çıkardığı faizsiz bankacılık yasası ile ülkede faizler ve faizle işlem yapan bankacılık yasaklanmıştır. Bu gelişme ile faizsiz bankacılık zorunlu hale gelmiştir. Pakistan'da da durum İran'daki ile benzerlik göstermektedir. Pakistan Anayasası 1981 yılında faiz ödeme ve faiz tahsili ile ilgili bütün kuralların dine aykırı olduğunu belirtmiş ve ülkedeki bütün bankalara müşterileri için faizli mevduat yerine kâra zarara katılım hesapları açtırmıştır. Malezya, Körfez Ülkeleri, Arabistan, Mısır ve Türkiye'de; İran ve Pakistan'daki sistemin aksine faizsiz bankaların yanında faizli bankalar da faaliyetlerini sürdürmektedir. 2014 yılsonu itibariyle bazı ülkelerdeki katılım bankaları sayısı Tablo-4'te verilmiştir.

Tablo-4: 2014 Yılsonu İtibariyle Bazı Ülkelerdeki Katılım Bankaları Sayısı

MALEZYA	38
ENDONEZYA	33
BAHREYN	32
İRAN	31
BANGLADEŞ	22
BAE	22
SUUDİ ARABİSTAN	16
KUVEYT	9
KATAR	8
TÜRKİYE	4

Kaynak: ICD Thomson Reuters 2014 Faizsiz Finans Gelişim Raporu

2.7 Katılım Bankalarının Fon Toplama Yöntemleri

Katılım bankaları, faizli bankalardan farklı fon toplama yöntemlerine sahiptirler. Katılım bankaları faaliyet süreçlerinde TL, kıymetli maden, döviz, cari ve katılım hesapları olarak fonları toplamakta ve bu fonları değişik şekilde kullandırmaktadırlar. Katılım bankaları, kaynaklarını öz sermaye ve yabancı sermayelerden karşılamaktadırlar. Öz sermaye; işletme ortak ve iştiraklerinin vermiş olduğu sermayedir. Yabancı sermayeler ise katılım bankalarının mudilerinden toplamış olduğu sermayedir. Katılım bankaları faizsiz esaslara göre çalıştığından çalışma prensipleri ortaklık temeline dayanmaktadır. Bu sebeple katılım bankaları, mudilerine sabit bir getiri öneremez. Yaptıkları faaliyetler sonucu oluşan kâr ve zarardan pay alıp ortaklarına dağıtırlar. Katılım bankalarının fon toplama yöntemleri özel cari hesaplar ve katılım hesapları olarak ikiye ayrılır.

2.7.1. Özel Cari Hesaplar

5411 sayılı bankacılık kanununa göre özel cari hesaplar, katılım bankalarında açılabilen ve istenildiğinde kısmen veya tamamen her an geri çekilme özelliği taşıyan ve karşılığında hesap sahibine herhangi bir getiri ödenmeyen fonların oluşturduğu hesaplardır. Özel cari hesaplar, mevduat bankalarındaki vadesiz banka hesaplarına benzemektedir. Katılım bankalarında özel cari hesaplara hiçbir bedel ödenmez. Katılım bankalarının özel cari hesapları kullanabilmesi noktasında iki farklı görüş vardır. Bunlar; emanet ve Karz-ı Hasen (karşılıksız borç verme)'dir.⁴²

Özel cari hesapları emanet bir para gibi ele alan görüşe göre, Katılım bankası müşterinin iznini almadan bu parayı kullanamaz. Özel cari hesaplardaki bu mevduatlar kullanılmak istenirse, katılım bankası mudilerinden yetki almak zorundadır. Özel cari hesapların Karz-ı Hasen niteliğinde olduğunu savunanlara göre ise mudilerin katılım bankalarındaki özel cari hesaplarında bulunan mevduatlarını katılım bankasına verilen borç olarak görmektedir. Böylece katılım bankası bu hesaplardaki mevduatı dilediği gibi kullanabilir. Ancak katılım bankası, mudilerine

⁴² 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 3.

anaparalarını ödemekle yükümlüdür. Şayet paranın kullanıldığı anda veya sonrasında herhangi bir zararla karşılaşılırsa hesap sahipleri bu zarardan etkilenmez.

Özel cari hesaplar, vadesiz hesaplar olmakla birlikte bu paraların işletilmesi sonucu oluşabilecek zarar ve elde edilecek kâr, katılım bankalarının riski ve getirisidir. Bu nedenle özel cari hesaplar katılım bankaları için maliyetsiz bir kaynaktır.

Özel cari hesaplar kullanım amacı bakımından mevduatların güvenli bir şekilde muhafaza edilmesini sağlamaktadır. Bu hesaplardaki mevduatların çekilme riski her zaman var olduğundan, katılım bankaları bu riske hazırlıklı olmalıdır. Bu nedenle katılım bankaları öz kaynaklarının on katına kadar cari hesap kabul edebilirler.

Özel cari hesaplar, katılım bankaları kârlılığının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu hesaplardaki mevduat ne kadar yüksek ise banka kârlılığı buna paralel olarak artış göstermektedir. Çünkü özel cari hesaplar maliyetsiz olarak toplanır ve bu mevduat diğer müşterilere fon olarak kullanılır. Banka bu hesaptan yaptırdığı kullandırmalar için cari hesap sahiplerine herhangi bir bedel ödemediğinden, masraflar minimumdur.

Cari hesapların özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Özel cari hesaplar; TL, kıymetli maden ve döviz şeklinde açılabilir.
- Nama yazılı özel cari hesap cüzdanı karşılığında açılır.
- Gerçek ve tüzel kişilere açılabilir.
- Anapara dışından herhangi bir getiri verilmez.
- Hesapta bulunan tutar çekilmek istendiğinde, kısmen veya tamamen çekilebilir.

• Özel cari hesaplardan EFT, havale, döviz, kıymetli maden alım satımı gibi işlemler yapılabilir.

- Özel cari hesaba çek karnesi düzenlenebilir.
- Atm kartı bağlanabilir.
- İnternet ve mobil bankacılığı verilebilir.
- Otomatik fatura talimatı verilebilir.

- Mudiler vergi, SGK primleri ve düzenli ödemelerini bu hesaptan yapabilir.
- Kredi kartı ve kredi ödemeleri yapılabilir.
- Hesabın açılması için bir alt limit bulunmamaktadır.

2.7.2. Katılım Hesapları

5411 sayılı bankacılık kanununa göre katılma hesapları katılım bankalarına yatırılan fonların bu kurumlarca kullandırılmasından doğacak kâr veya zarara katılma sonucunu veren, karşılığında hesap sahibine önceden belirlenmiş herhangi bir getiri ödenmeyen ve anaparanın aynen geri ödenmesi garanti edilmeyen fonların oluşturduğu hesaplardır. Katılım hesapları TL, döviz ve altın cinsinden açılabilmektedir. Katılım hesapları kâr ve zarara katılma hesabı cüzdanı karşılığında açılan fon kullandırımı sonrası kârın müşteriyle banka arasında önceden belirlenmiş kâr paylaşım oranına göre müşterinin hesaplarına aktarılır. Katılma hesaplarında müşterinin ne kadar kâr alacağı belli değildir. Müşteri kâra katılımı olduğu gibi zarara da aynı oranda katılır. Bu nedenle anaparayı kaybetme riski de mevcuttur. Banka ile müşteri arasında borç-alacak ilişkisi değil kâr-zarar ortaklığı ilişkisi mevcuttur.⁴³

Katılım hesaplarında müşterinin mevduatı katılım havuzlarına aktarılmakta, bu havuzlardan fon kullandırımı yapılmaktadır. Kullandırılan bu fonlar karşılığında banka müşteriye önceden anlaştığı kâr paylaşım oranında kâr etmekte ve bundan bağımsız kullandırılan fonlardan da komisyon geliri elde etmektedir.

Katılım hesaplarının özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- TL, döviz ve altın cinsinden açılabilir.
- Müşteri vade sonundaki mevduat bakiyesine göre kâr payı alır.
- 31 gün,91 gün,180 gün,1 yıl,1 yıldan uzun veya kırık vadeli olarak açılabilir.
- Vade grubu uzadıkça katılım hesaplarındaki bakiye arttıkça kâr paylaşım oranı artar.
- Brüt kâr payından %15 gelir vergisi kesilir.

⁴³ 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 3f.

- Tüm vade grupları için vadenin bozulmadan hesaba para yatırılabilir süre temdit tarihinden itibaren bir iş günüdür.

- Aynı aileye mensup kişilerin hesapları ilişkilendirilebilir. Bütün hesaplardaki mevduata göre kâr paylaşım oranı belirlenir.

- Gerçek kişilerin katılım bankalarındaki cari hesap ve katılma hesaplarındaki anapara ve kâr payı tutarları toplamının 100 bin TL ye kadarlık kısmı tasarruf mevduatı sigorta fonu tarafından garanti altına alınmaktadır.

- Katılım hesaplarının işletilmesi için gerekli olan masraflar bankaya aittir.

- Katılım bankalarının katılım hesaplarını işletmelerinden doğan kâr-zarar payı en fazla %20 oranında olabilir. Bu oranın değişim yetkisi merkez bankasına aittir.

Katılma hesaplarının hesap sahiplerine dağıtılacak kâr ve zarar oranının belirlenmesinde üç kavram vardır. Bunlar; hesap değeri, birim değer, birim hesap değeridir.

Hesap Değeri: Katılım hesaplarına mevduat yatıran müşterilerin bu hesaplarda mevcut aktiflere katılım oranını ifade eder. Ve bu oran kâr-zarara katılma sözleşmesi formunun özel bölümünde belirtilir. Katılım hesaplarına para yatırıp para çekildiğinde bu oran değişir. Hesap değeri katılım bankasının katılım hesaplarına mevduat kabul ettiği ilk gün; hesap sahibince yatırılan tutarın 100 olarak kabul edilen birim değeri bölünmesi ile hesaplanır.

Birim Değer: Katılma hesaplarının kâr elde ettiğinde artan, zarar ettiğinde azalan, kâr ve zarar değişimini yansıtan birimdir. Katılım bankalarının katılım hesaplarına mevduat kabul ettiği ilk gün, birim değer 100 olarak kabul edilir. Daha sonra havuzun işletilmesi sonucu kâr elde edilirse havuzdaki mevcut aktif değer toplamı artar. Artan aktiflerin mevcut hesaplara dağıtımının yapılabilmesi için kâra paralel olarak birim değerde arttırılmalıdır. Birim değer, özü itibarı ile toplam aktiflerin haftalık ve günlük karşılaştırılmasıdır.

Birim Hesap Değeri: Katılma hesaplarının cari değerini belirleyen ve birim değeri ile hesap değerinin çarpılması ile hesaplanan katılma hesabı sahibinin üzerinde hak iddia edebileceği bir değeri ifade eden bir tutardır.⁴⁴

2.8. Katılım Bankalarının Finansman Prensipleri

Aşağıda değineceğimiz prensipler sadece finansman sürecinde uyulması gerekli prensipler olmayıp, toplumun kültürel, ekonomik, politik hayatı için de geçerlidir. Bu prensiplerin esasını Kuran-ı Kerim, hadis ve sünnetler belirler. İslam âlimlerinin geliştirdikleri yorumlar, içtihatlar ve yöntemler de bu üç kaynağı destekler niteliktedir.

2.8.1. Faizsiz İşlem

Bir işletmede, işletmenin devamlılığı için en önemli unsur kâr etmesidir. Kârlılık; işletmenin yatırım, ticari performansına göre değişkenlik gösterebilir. Faiz ise önceden doğmuş bir alacaktır, işletmenin ticari performansı ile ilgisi bulunmamaktadır. Faizde bir taraf zarar etse dahi diğer taraf taahhüt edilen getiriye yani faizi alır. Faizsiz sistemde ise borç alanın aldığı borçla yaptığı işlemin zarar etmesi sonucu, borcu alanı daha da mağdur etmesi sonucunu ortaya çıkaracak faaliyet adil bulunmaz. Bu durum toplumda gelir adaletsizliğine neden olur. Toplumda yaşanan bu sıkıntı aynı zamanda devletin de bir sorunu haline gelir.⁴⁵

2.8.2. Riskin Paylaşımı

Faizsiz işlem dolayısıyla bankaya fon temin eden kişi, kredi veren taraf olmak yerine yatırımcı kimliğine sahip olur. Borçlu ve borç veren taraflar ticari ve üretim faaliyetleri neticesinde oluşacak kârı veya zararı paylaşmak için iş riskini ortaklaşa üstlenirler. İslam'ın bir toplumda yerleştirmeye çalıştığı sosyal adaletin gereği olarak; borçlu ve borç verenin, kâr-zararı dengeli bir şekilde paylaşması gereklidir.

⁴⁴ BDDK Yönetmeliği, Resmi Gazete 01.11.2006,

⁴⁵ Hüseyin Tunç, *Katılım Bankacılığı; Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*. Nesil yayınları, İstanbul,2010, s.122.

Servetin birikme süreci ve bunun ekonomik tabana dengeli dağıtılması, gerçek verimliliğin yansımasıdır.⁴⁶

2.8.3. Belirsizliğin Yasak Oluşu ve Sözleşmenin Önemi (Gharar ve Jahala)

Ekonomik faaliyetlerde aşırı risk ve belirsizlik (gharar), normal risk olarak kabul edilemez. Diğer bir husus ise alıcının ne alıp ne sattığını bilmemesi veya işlemde elde edilecek faydanın büyük ölçüde şansa bırakılmasıdır. “Jahala” kelime anlamı ile cahillik demektir. Alıcının ne aldığını satıcının ise ne sattığını bilmemesi durumunu ifade eder. İslam dini bu durumları yasaklamıştır. İslam dini sözleşmelerin şeffaf olmasını önerir. Aynı zamanda yapılan işlemlerin, kumara yani şansa dayalı olmamalıdır. İslam emeksiz kazanımı yasaklamıştır.⁴⁷

2.8.4. Spekülasyonun Yasak Oluşu

Ekonomik sistem içerisinde spekülasyon hareketleriyle elde edilen kazancın ne ekonomiye ne de milli gelire bir katkısı yoktur. Spekülasyon ile elde edilen gelir dengesi, gelir dağılımına neden olmaktadır. Spekülasyonun yasaklanmasının altında yatan neden, zayıfların güçlüler tarafından ezilmesini önlemektir.

2.8.5. Şeffaflık

Katılım bankalarının açıklık ilkesi gereği yapılan faaliyetler hakkında ortaklara bilgi sunulur. Bunun yanı sıra otoritelerin denetimi ile bu bilgiler bütün isteyenlere açık hale getirilir. Ayrıca, bağımsız denetimler yoluyla da katılım bankaları faaliyetleri denetlenir ve müşterilere sunulur.

⁴⁶ Tunç, *a.g.e.* s.122.

⁴⁷ Muhammad Ayup, *Understanding Islamic Finance*, John Wiley & Sons, West Sussex-UK,2007, s.112.

2.9. Katılım Bankalarının Fon Kullandırma Yöntemleri

Katılım bankalarını diğer bankalardan ayıran en temel özellikleri, fon kullandırma yöntemleridir. Katılım bankaları mudilerinden topladığı fonları gerçek veya tüzel üçüncü kişilere kullandırır. Katılım bankaları fon talep edenlerle fon arz edenleri bir araya getirmekte, fon talep edenin riskleri, fon arz eden taraf ve katılım bankaları tarafından paylaşılır. Bu yüzden katılım bankalarında yatırımların finanse edilmesi için kullandırılan fonların ödenmeme riski mevduat sahipleriyle katılım bankası tarafından ortaklaşa üstlenilir.

Katılım bankalarının ismi de kâra ve zarara katılımı ifade eden katılım sözcüğünden ve finansal kuruluş olan banka sözcüklerinin birleşimiyle oluşmuştur.

Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemleri; nakdi fon kullandırma ve gayri nakdi fon kullandırma olarak ikiye ayrılır.

Nakdi krediler, katılım bankalarının bir mal yatırım ya da ortaklığa dayanmak şartıyla üçüncü kişilere TL veya döviz cinsinden ödenen fon kullandırma türüdür. Nakdi fon kullandırma için fon talep eden kişilerin katılım bankasına müracaatında, katılım bankası başvuruda bulunan tüzel veya gerçek kişi hakkında detaylı bir mali araştırmanın sonucunda müşteriye bir limit tahsis eder. Bu limit karşılığında müşteriyle anlaşılan teminat şartları saptandığında müşteriye fon kullandırımı yapılır.

Gayri nakdi fon kullandırma ise katılım bankasının TL veya döviz cinsinden ödeme yapmasına gerek olmayan durumlarda kullandırılan fon kullandırma yöntemidir.

Katılım bankaları gayri nakdi fon kullandırmalarını; teminat mektupları, garanti-aval, kabul, ithalat akreditifleri olarak yapmaktadır.

Katılım bankalarının nakdi fon kullandırma yöntemleri;

- Murabaha (Peşin alış-vadeli satış)
- Mudaraba (Emek sermaye ortaklığı)
- Muşaraka (Sermaye ortaklığı)
- Bireysel finansman desteği

- İcara (Finansal kiralama-leasing)
- Mal karşılığı vesaikin finansmanı

biçimindedir.⁴⁸

2.9.1. Nakdi Fon Kullandırma Yöntemleri

2.9.1.1. Murabaha(Peşin alış-Vadeli satış)

Katılım bankalarının Türkiye'de en fazla kullandıkları yöntem olan murabaha; hammadde, makine, teçhizat veya gayrimenkulün yurtiçi veya yurtdışı piyasalarda katılım bankası aracılığıyla peşin alınıp fon kullanmak isteyen müşteriye peşin veya vadeli satılmasıdır. Türkiye'de daha çok vadeli satış yönteminin kullanıldığı murabaha işlemlerinde banka, peşin aldığı ürüne müşteriyle anlaşılan vadede belirli bir kâr payı ekleyerek satar.

Murabaha işlemlerinin çeşitli avantajları vardır. Bunlardan birincisi; bütün mal alım satımı faturalı olduğundan kayıt dışı ekonominin oluşmasını engellemektedir. İkincisi, firmalara finansman maliyeti hesaplamasında kolaylık sağlar. Üçüncüsü ise kredi riski açısından minimum olduğu bir sistemdir.

Katılım bankası, talep edilen fonun ne için kullanıldığını bildiğinden banka için riskin kontrolü kolaylaşmaktadır.

Murabaha yönteminde malın nihai satış tutarı, fiyatı ve kâr marjı açıkça belirtilir.

Murabaha sistemine yöneltilen en fazla eleştiri, katılım bankalarının murabaha işlemlerinde faiz oranlarını göz önünde bulundurmaları üzerinedir.

Murabaha işlemlerinin vadeleri ülkemizde ortalama 6 aydır. Türkiye'de toplanan fonların kısa vadeli olması, murabaha yönteminin daha çok tercih edilmesinin sebeplerinden birisidir.

⁴⁸ Alper Coşkun, *Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yeri Ve Önemi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Politikası Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2008, s.44.

Murabaha işleminin kurallara göre geçerli olabilmesi için bazı şartlar vardır. Bunlar ;

- Murabaha yönteminde 2 taraf mevcuttur. Ve taraflar arasında gerçek bir ticari ilişkinin olması esastır.
- Murabaha yapan katılım bankası malı veya hizmeti ihtiyaç sahibine satmadan önce o mal veya hizmet üzerinde hak sahipliği kazanmalıdır.
- Müşterinin almak istediği ürünün piyasa fiyatını bilmesi esastır.
- Murabaha yönteminde mal ya da hizmet 3.bir kişi tarafından satın alınmalıdır.
- Geri satın alma anlaşması ile müşteriden malın geri alınmasına, kurallara göre izin verilmez.⁴⁹

2.9.1.2. Mudaraba

Bir tarafın emek, tecrübe ve bilgisini, öteki tarafın ise sermayesini ortaya koyarak bir projenin hayata geçirilip bitirilmesi için oluşturulan faizsiz fon kullandırma yöntemidir.

Mudaraba yönteminde projesi katılım bankası tarafından onaylanan yönetici veya tüzel kişiye mudarip, projeyi fonlayan ve sermayesini ortaya koyarak projeye ortak olan kişi veya kuruma da rabbul-mal denir.

Katılım bankası projeyi onaylayıp mudarip ile mukaveleyi imzaladıktan sonra taahhüt ettiği sermayeyi hazır tutmak zorundadır. Mukavelenin şartları dışındaki proje sahibi, mudaribin yapacağı faaliyetlere katılım bankası karışmaz. Fakat düzensiz çalışma neticesinde zarar tehlikesinin ortaya çıktığı durumlarda katılım bankası önleyici tedbirler alabilir.

Mudaraba yönteminde katılım bankası iş bittikten sonra kâr oluşmuşsa mukavelede belirlenen oranda kârını alır. Kâr oluşmamışsa yalnızca sermayesini alır.⁵⁰

⁴⁹ Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., *Sağlam Bankacılık Modeli İle Katılım Bankacılığına Giriş*, İstanbul, 2012, s.163.

⁵⁰ Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., **A.g.e**, s.174.

Bu yöntemle risk iki taraf arasında eşit paylaşılmış olur. Kâr oluşmadığı durumda katılım bankası ortaya koyduğu sermayeden kâr elde edemez. Proje sahibi ise bir nevi boşa çalışmış olur. Yöntemde zarar oluşması durumunda katılım bankası zararı kabullenmiş olur. Şayet oluşan zararda proje sahibinin açık şekilde ihmali bulunursa doğacak zarar proje sahibine aittir.

Katılım bankası projenin zarar etmemesi için zarar ihtimali olan her olguyu asgari düzeye çekmek için gerekli önlemleri alır. Mudaraba için katılım bankasına başvuran kişinin projesi çok taraflı araştırmalara tabi tutulur. Projenin bütün yönleri detaylı şekilde incelenir. Katılım bankası projeyi kârlı ve uygun bulursa proje sahibine fon sağlar.

Mudarabanın özellikleri;

- Katılım bankası ile proje sahibinin kâra ortak olması,
- Kâr payı gelirinin önceden belli olmaması, sadece elde edilecek kârın belirli bir arada bölünmesinin kararlaştırılması,
- Ağır kusur ve ihmal halleri dışında zararın katılım bankasına ait olması, (sermayeleri azalması)
- Sermayenin proje sahibi tarafından yönetilmesi,
- Katılım bankasının projede sadece denetim yetkisine sahip olması

biçiminde sıralanabilir. ⁵¹

2.9.1.3. Muşaraka (Sermaye-Sermaye Ortaklığı)

İslam hukukunda "Şirket-ül inan" adı ile anılan bu yöntem, mudarabadan farklı olarak sermaye ve emeğin iki veya daha çok ortak tarafından ortaya koyduğu tam anlamıyla bir ortaklık şeklidir. İnan sözcüğü, sözlükte altın başına geçirilen ip ve gem olarak geçmektedir.⁵² İki ortağın tasarruf ve sermaye noktasında eşit ve

⁵¹ Didar Ustaoglu, *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri Ve Önemi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın, 2014, s.51.

⁵² Hamdi döndüren, *Müşareke(Ortaklık)*, <http://dergi.altinoluk.com/index.php?> 24.08,2016

yükümlülüklerle sahip olması nedeniyle ortaklar aynı hizada yolculuk yapan iki atlıya benzetilir. Bu yöntemde bazen ortakların koyduğu sermaye eşit, ancak aldıkları kâr oranı farklı olabilir. Bunun nedeni ortaklardan herhangi birinin daha fazla iş yapması ya da o işte daha kabiliyetli olduğundan kaynaklanabilir. Kârın paylaşımı noktasında ortakların vardıkları anlaşmaya göre kâr paylaşım oranını serbestçe tayin edebilirler. Yöntemde zarar söz konusu olduğunda kâr paylaşımında olduğu gibi bir serbestlik söz konusu değildir. Zarar durumunda ortakların ortaya koyduğu sermayeye göre zarar paylaşılır. Ortaklardan birisi şirket yönetimine katılmak istemez ise şirketin yönetimi konusunda görev ve sorumlulukları üstlenen yöneticiye, kârdan belirli bir oranda yönetici ücreti ödenir. Oluşan toplam kârdan bu yönetici ücret düşüldükten sonra kalan tutar ortaklar arasında sözleşmeyle belirlenen oranda paylaşılır.⁵³

2.9.1.4. İcara (Finansal Kiralama-Leasing)

Bu yöntemde katılım bankası müşterisinin talep ettiği makine, teçhizat, bina ve benzeri araçları müşteriyle katılım bankası arasında yapılan anlaşmaya göre mülkün katılım bankasında kalması müşteriye belirli bir vade ve kira karşılığında kiralanması vade sonunda cüzi bir miktar karşılığında müşteriye satılması işlemidir.⁵⁴

Yatırım bankalarında olduğu gibi katılım bankaları da ayrı bir kiralama şirketi kurmaksızın finansal kiralama işlemlerini yapabilirler. Finansal kiralama yöntemi uzun vadeli bir finansman yöntemidir.

Ülkemizde finansal kiralama işlemi gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır. Firmalar uzun vadeli fon sağlamak amacıyla ve vergisel avantajları nedeniyle bu yöntemi tercih etmektedirler.

⁵⁴ Doğa Erdoğan, *Katılım Bankacılığı Ve Türk Ekonomisine Katkıları*, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Bankacılık Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2011, s.41.

2.9.1.5. Selem (İleriye Dönük Satın Alma-Peşin Para-Veresiye Satış)

Bu yöntem bir mal üzerinde anlaşılan fiyatın önceden ödenmesi ve malın teslimini gelecekte belli bir zamanda olmasını içeren sözleşmedir.⁵⁵ İslamiyet'in ortaya çıkması ile birlikte kullanılmaya başlanan selem yöntemi çiftçiler tarafından kullanılmaktaymış. Çiftçiler hasat döneminde elde edecekleri mahsulü, mahsulün elem zamanında satıp gübre ve tohum ihtiyacını karşılamış. Selem satışında malın cinsi, fiyatı, teslimi, yeni teslim tarihi ve miktarı sözleşme esnasında belirlenmelidir. Selem yöntemi altın, gümüş, vb kıymetli madenler dışında her mal için kullanılabilir.

2.9.1.6. İstisna (Siparişe Dayalı Satın Alma)

İstisna yöntemi gelecek bir zamanda inşa edilecek veya üretilecek bir ürünün, malın veya hizmetin fiyatı önceden belirlenmek şartıyla satın alınmasıdır. Bu işlemin selemden farkı, bedelin ve malın gelecekte teslim alınmasıdır.⁵⁶

Bu yöntemde üretici konumundaki taraf, üretime başlamamışsa taraflardan biri sözleşmeyi iptal edebilir. Ancak üretime başlamışsa bu durum söz konusu olamaz.

2.9.1.7. Karz-ı Hasen (Karşılıksız Borç Verme)

Katılım bankaları normal fon kullandırım yöntemlerinin dışında sosyal kredi olarak da adlandırılan herhangi bir kâr amacı gütmeyen karşılıksız borç verme işlemi yaparlar. Bu yöntem Karz-ı Hasen denmektedir. Bu yöntem genellikle olağanüstü haller dışında kullanılır. Karz-ı Hasen için kullandırılan fonlar katılım bankalarının cari hesaplarından ya da bankanın kendi sermayesinden alınır. Bu fonları kullanan müşteriler meşru nedenler dolayısı ile borçlarını ödeyemeyecekleri duruma geldiklerinde banka bu borcu "zekât fonundan" karşılar.

⁵⁵ Osman Nihat Yılmaz, Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı, TKBB Yayını, Antalya, 2010. s.14.

⁵⁶ Ahmet Tuhan, *Katılım bankacılığı ve Türkiye'de ki uygulamaları*, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilecik, 2014, s.65.

2.9.1.8. Müsakat ve Mugarese (Bağ-Bahçe Ortaklığı)

Bağ bahçe ortaklığı olarak bilinen bu yöntem meyve ağaçlarının sahibi ile bu ağaçların bakımını yapan kişi arasında yapılan sözleşmeye göre oluşturulan ortaklık türüdür. Oluşturulan bu ortaklık sözleşmesine göre belirlenen oran çerçevesinde ağaçların sahibi ile bakıcısı arasında hasılat paylaşılır.⁵⁷

Mugarese ise müsakattan farklı olarak meyvesi olmayan ağaçların yetiştiricisi ile mal sahibi arasında kurulan ortaklıktır.

2.9.1.9. Komosite (Uluslararası Mal Alım Satımı)

Uluslararası mal alım-satım anlamına gelen bu yöntem, birbirleri arasında kalite yönünden farklılık göstermeyen ürünlerin uluslararası piyasalarda anlık ve yüklü miktarda alınıp satılmasıdır. Bu yöntemde alım-satım konu olan mallar değişik türlerde dir. Bu malların en çok kullanılanı altın, petrol ve tarım ürünleridir. Bu yöntemde ürünler fiziki olarak alıcı ve satıcının eline geçmez, sözleşmelerinde belirli bir vade ve fiyat vardır. Newyork Şikago komodite pazarları olarak bilinirler.⁵⁸

2.9.1.10. Teverruk (Uluslararası Murabaha)

Uluslararası murabaha olarak bilinen bu yöntem katılım bankasının kısa vadeli likit varlıklarını değerlendirme ihtiyacından doğmuştur. Bu yöntemde göre katılım bankası elinde bulunan likitini faizli ya da faizsiz çalışan bir bankaya, aralarında yapılan anlaşmaya yatırır. Katılım bankası diğer bankaya kendi adına ve hesabına mal almasını sipariş eder. Bu mal genellikle uluslararası bir pazardan katılım bankası adına ve hesabına alınır. Malı alan banka, katılım bankasına bu malı vadeli ve kâr payını koyarak kendisine satılmasını ister. Katılım bankası peşin olarak aldığı bu malı vadeli olarak malı vekâleten alan bankaya ya da üçüncü kişilere satar. İki banka arasında yapılan sözleşme gereğince katılım bankası anapara ile kâr payını karşı bankadan tahsil eder.

⁵⁷ Hüseyin Tunç, *Katılım Bankacılığı Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*, Nesil Yayınları, İstanbul, 2010 s.158.

⁵⁸ Hüseyin Tunç, *A.g.e.s.160*.

2.9.1.11. Mal Karşılığı Vesaikin Finansmanı

Yurtdışı kurumsal finansman desteği olarak anılan bu yöntemde gerçek bir malın ticaretinin yapıyor olması şarttır. Dış ticaret ve kambiyo mevzuatına tabi olan yöntem, katılım bankası ile fon kullanan gerçek kişi ve tüzel kişi arasındaki sözleşmeye tabi olarak mal karşılığı vesaikin katılım bankası tarafından peşin alınıp müşteriye vadeli olarak daha yüksek bir fiyattan satılmasıdır. Alım-satım sonrasında arada oluşan fark bankanın kârıdır.

2.9.1.12. Tekafül (İslami Sigorta)

Kelime anlamı olarak dayanışma anlamına gelen Tekafül, Arapça kökenli kefaletten türemiştir. Tekafül İslami sigortacılıktır. Tekafülün amacı belirli risk grubu içinde bulunan insanların karşılaşacağı zararları en aza indirmek ve zararların telafisini sağlamaktır. Bir diğer amaç ise kâr etmenin dışında belirli bir riskin bir diğeri hesabına üstlenilmesini sağlamaktır. Bir diğer tanıma göre ise; “katılım sigortacılığı; değişik fertlerin birleşerek, içlerinden zarara maruz kalan katılımcıların zararının tazmin edilmesi üzerine yaptıkları bir yardımlaşmadır. Bu sistemde toplanan paralar yardımlaşma sandığı olarak adlandırılan prim havuzunda birikir ve üye olan kişilerden (poliçe sahipleri) hasara uğrayanların zararları bu havuzdan tazmin edilir.”⁵⁹

Türkiye’de faaliyet gösteren Neova Sigorta İslami sigortacılık alanında faaliyet gösteren ilk ve tek İslami sigorta şirkettir.

Dünya’da ilk İslami Sigorta şirketi 1979 yılında Sudan’da kurulmuştur.2000 yılının sonlarına gelindiğinde katılım sigorta şirketlerinin toplamış olduğu primler yaklaşık 530 milyon USD’dir.⁶⁰

⁵⁹ www.neova.com.tr (Erişim Tarihi 18.12.2016)

⁶⁰ Abdullah Ahmad Badawi et al. “*İslamic Financial Services Industry Development: Ten Year Framework and strategies*,” IFSB-IRTI Researchi May 2007, S.34.

2.9.1.12.1. Tekafül Çeşitleri

Ticari faaliyetlerin tekafül işlemleri; aile tekafül işlemleri ve genel tekafül işlemleri olarak ikiye ayrılır. Her iki sistemde de her bir yatırım için bir malın işletilmesi gerekmektedir.

Aile tekafül işletmesi bir diğer adıyla İslami hayat sigortası; genellikle uzun vadeli olan mudaraba sözleşmeleri için aile planı hazırlanır. Aile planı bir yardım paketi gibi düşünülebilir. İştirakçiler ve üyeler arasındaki oluşabilecek risklere oluşturulan bu paket, bireylerin uzun vadedeki yatırım ve tasarruflarını belirleyen bir programdır. Bu plan yatırımcılara yatırım kararı yapma şansı vermekle birlikte iştirakçiler arasında da maddi bir yardımlaşma imkânı sağlamaktadır. Aile tekafül işletmesi sigortalanan kişinin yaşına, ileride biriktirmek istediği tasarruf hedefine, sigortalının cinsiyetine bağlı olarak farklılık gösterir. Aile tekafül sigortası çocukların eğitim, sağlık masrafları, sakatlanma ve ani ölüm gibi durumları da kapsamaktadır.

Aile Tekafül İşletmesinin amaçları;

- Bireysel emeklilik veya uzun süreli tasarruf biriktirmek için düzenli bir plandır.
- İslami kurallara uygun tasarruf yapmak,
- Katılımcının vefatı halinde mirasçılarını bu kazançtan yararlandırmak, biçiminde sıralanabilir.⁶¹

Genel Tekafül İşletmesi diğer adıyla genel İslami sigorta; tarım sigortası otomobil sigortası, hayat sigortası, yükümlülük sigortası gibi alanlarda yapılan sigorta türüdür. Aile tekafül sigortası gibi genel tekafül sigortası da mudaraba sözleşmeleri vasıtasıyla kullanılır. Tekafül fonunda oluşturulan havuzlarda primler toplanır. Bu sistemde sigortacı, güven sağlayıcı olarak görev yapar ve toplanan fonları yatırıma yönlendirir. Yatırımlarda oluşan masrafları ve ödemek durumunda

⁶¹ Melahat Hancı, “*Katılım Bankalarında Sigortacılık İşlemleri ve Uygulamalar.*” Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya 2007, s.151.

kaldığı tazminatları elde ettiği kazançtan düşer. Geriye kalan tutar ise hisse sahipleri ve poliçe sahipleri arasında payları oranında paylaşılır. ⁶²

2.9.1.12.2 Tekafül Modelleri

Mudaraba Modeli: Mudaraba katılım bankalarının fon kullandırma yöntemlerinden olup, bir tarafın sermayesini, diğer tarafın emeğini ortaya koyarak oluşturdukları ortaklık türüdür. Emek-sermaye ortaklığıdır. Tekafül sisteminde de mudaraba modeli tanımla birebir aynıdır diyebiliriz. Bu modelde tekafül şirketi sigortalılardan topladığı primleri bir havuzda toplar. Toplanan fonları yatırıma yönlendirir. Yatırımlardan elde edilen gelir tekrar fona aktarılır. Şirket burada sadece operasyonel yönetimi üstlenir. Sigortalılara ait oluşan zararlar varsa bu fondan karşılanır. Geriye kalan meblağ, katılımcı ile şirket arasında payları oranında paylaşılır. Bu modelde önemli iki nokta vardır. Bunlardan birincisi; fonlarda toplanan paralar, sigortalıların hasarlarını ödeyemeyecek duruma gelirse sigortalılar şirkete karz-ı hasen verir.⁶³ İkincisi ise; takafül şirketi anonim şirket şeklinde kurulduğundan, elde edilen kârdan şirketin yönetim giderleri düşüldükten sonra kalan rakam hisseler oranında bölüştürülür.

Wakala (Acente) Modeli: Arapça “wakalah” sözcüğünden türeyen wakalanın anlamı vekâlettir. Bu sistemde sigortalıların primleri bir havuzda toplanır. Sigorta şirketi önceden yapılan anlaşmaya göre fonun yönetimi için belli oranlarda yönetim gideri kesmektedir. Bu oran %30-35 arasındadır. Vekâlet ücretini alan şirket, fondaki parayı yatırıma yönlendirir. Yatırımlardan elde edilen gelirden operasyonel maliyetler düşüldükten sonra kalan miktar, katılımcılar arasında paylaşılır. Bu sistemde zarar durumunda katılımcılar, katkı payları oranında sorumludurlar. Anlaşma süresinde şirket zararları fondan karşılamayacak duruma geldiğinde karz-ı hasen alarak bu zararı kapatmak zorundadır. ⁶⁴

⁶² Hancı, *a.g.e*, s. 152

⁶³ Ahmad Tisman Pasha, “*Tekafül Business Models; A Review. A Comparison,*” *Journal of Business Management Dynamics*, Vol.3, October2013, s. 25.

⁶⁴ Pasha, “*a.g.e*” s. 26-27.

Hibrid Modeli: Bu model ise Mudaraba ile Wakala modelinin karışımı ile oluşmuştur. Katılımcılardan alınan primler ile tekafül fonu oluşturulan bu modelde, şirket önceden yapılan anlaşmaya göre %30 civarında bir yönetim gideri kesintisi yapar. Geriye kalan tutar ile İslami hükümlere uygun yatırımlar yapar. Elde edilen kazanç mudaraba sistemi esas alınarak fon ile şirket arasındaki anlaşma kapsamında paylaşılır. Yatırımlardan zarar edilmesi halinde sorumluk, katılımcılara payları oranında bölüştürülür. Fonun yönetiminde oluşacak açık durumunda şirket, karz-ı hasen ile bu açığı kapatmak durumundadır.⁶⁵

Wakala-Waqf (Vekalet-Vakıf) Modeli: Tekafül şirketi ortakları bağış olarak verdikleri bir miktar sermaye ile bir vakıf kurarlar. Kurulan bu vakfın yönetimi tekafül şirketindedir. Fon ile ilgili risk vakıf üzerindedir. Oluşturulan bu fona sigortalıların da katkı yapması ile birlikte wakala modelinde olduğu gibi şirket %30-35 arasında bir yönetim gideri kesintisi yapar. Geriye kalan tutar, İslami hükümlere uygun olan yatırımlara yönlendirilir. Elde edilen gelir vakıf ile şirket arasında %60 vakıf, %40 şirket olacak şekilde paylaşılır. Burada şirket en başta aldığı %35'lik payın dışında yatırım sonucunda oluşan kârdan da %40'lık pay almaktadır. Vakfın operasyonel maliyetleri %60'lık kısımdan düşüldükten sonra kalan tutar, katılımcılar arasında paylaşılır. Zarar olması durumunda ise bütün zararı vakıf fonu karşılar.

İslam hukukçusu Shaikh Muammad Taqhi Usmani'nin liderliğinde kırktan fazla İslam hukukçusunun yaptığı araştırmaya göre, katılım sigortacılığı sisteminde İslami hükümlere en uygun modelin bu model olduğu noktasında hüküm vermişlerdir.⁶⁶

Tekafül Sigortacılığı ile Normal Sigortacılık arasındaki farklar Tablo-5'te gösterilmiştir.

⁶⁵ Roderick Millar, “*İslamic Finans: A Guide for International Business and Investment*, GMB Publishing”, London-UK, 2008 s.129-131.

⁶⁶ Muhammad Ayup, “*Understanding Islamic Finance*,” Jonh Wiley& West Sussex-UK, 2007, s. 423.

Tablo-5: Tekafül Sigortacılığı İle Normal Sigortacılık Arasındaki Farklar

Tekafül Sigortacılığı	Normal Sigortacılık
Tekafül, karşılıklı dayanışma esaslıdır.	Sadece ticari faktörleri ele alır.
Tekafülde, faiz, kumar, şüphe yoktur.	Faiz, kumar, şüphe içerir.
Katılımcı tarafından ödenen primlerin bir kısmı veya tamamı diğer katılımcıları potansiyel risklere karşı korumak için tekafül fonuna aktarılır.	Klasik sigorta şirketlerine ödenen primler, beklenen riskler karşılığında kendilerine aittir.
Tekafül şirketleri mevcut yasaların yanı sıra Şer'i Denetleme Kurulu'na tabidir.	Sadece mevcut yasalara tabidir.
Tekafül fonu ile sermayedarların hesapları arasında tam bir ayırım vardır.	Poliçe sahipleri tarafından ödenen primler şirkete gelir kaydedilir ve hissedarlara ödenir.
Tekafül fonundaki herhangi bir fazlalık sadece katılımcılar arasında vekâlet ve mudaraba modellerine göre dağıtılır.	Bütün fazlalıklar ve kârlar sermayedarlara aittir.
Katılımcının bir açığı olması durumunda Tekafül Fonunu yöneten Tekafül Operatifi(Vekil) katılımcıya faizsiz borç(Karz-ı Hasen) sağlar.	Açık durumunda sigorta şirketi riski üstlenir.
Katılımcıların ve hissedarların birikimleri, İslami kurallara uygun yatırımlarda kullanılır.	Yatırımlarda kullanılacak fonların İslami kurallara uygunluk gibi zorunluluğu yoktur.
Tekafül şirketleri, İslami prensiplerle çalışan kendi reasürans sistemi olarak Re-Tekafül şirketlerine sahiptir.	Reasürans şirketlerinin İslami kurallara göre çalışma zorunluluğu yoktur.

Kaynak: http://www.kuveytturk.com.tr/sigorta_sss.aspx (Erişim Tarihi: 22.03.2017)

2.9.1.13. Sukuk (Kira Sertifikası)

Sukuk tanım olarak; “ bir ayn(mal), menfaat, hizmet, belirli bir proje ve/veya yatırımın varlığı üzerinde eşit değerdeki hisseleri temsil eden mali vesikalardır.”⁶⁷

İslami Finans Kurumları Muhasebe ve Denetim Organizasyonu(Accounting and Auditing Organization for İslamic Financial-AOOIFI)'na göre ise sukuk; “ihraç edildikten sonra eşit değerleri temsil eden, ihraçtan elde edilen tutarların önceden planlanan şekilde yatırım yapıldığı, yapılan yatırım türüne göre duran varlıklar ve benzerleri üzerinden haklar ve payların temzil edildiği ya da bir proje veya özel bir yatırım faaliyetinde ortaklık hakkı veren sertifikalardır.”⁶⁸

⁶⁷ Abdullah Durmuş, “Modern Bir Finansal Araç Olarak Sukuk ve Fıkhi Açından Tahlili”, İslam Hukuk Araştırmaları Dergisi, Sayı:16, 2010, s.143

⁶⁸ Erdal Yılmaz , “Yeni Bir Finansal Araç Olarak Sukuk: Çeşitleri, Türkiye Uygulaması ve Vergilendirilmesi”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ocak 2014, s.82.

Tanımlardan anlaşılacağı üzere sukuk İslami kurallara uygun olan bir yatırım aracıdır. İslam’da kaynak sağlayan ve kaynağı kullananın aynı derecede risk alması ve sonucunda kâr ve zarara ortak olmaları gerekmektedir.

Sukuka, faizli finansman araçlarından bonoya benzediğine karşın eleştiriler getirilmektedir. Ancak sukuk ile bono bazı hallerle birbirinden ayrılmaktadır. Sukuk ile bono arasındaki farklar Tablo-6’da belirtilmiştir.

Tablo-6: Sukuk ve Geleneksel Bono Arasındaki Farklar

Faktörler	Sukuk	Bono
İhraççı	Sukuk ihraç eden İslami hükümlere uygun olan ticari faaliyetler yürütebilir.	Bono ihraççılarının ticari faaliyetlerine ilişkin sınırlama yoktur.
Sahiplik	Yatırımcı dayanak teşkil eden asli bir varlıkta ya da varlık sepetinde doğrudan mülkiyet hakkına sahiptir.	Yalnızca ihraç edenin finansal borcunu temsil eder.
Yönetim Giderleri	İslami hükümlere uygunluğun tespitinde danışmanlık giderleri ve ek yasal ücretler söz konusudur.	İhracı ile bağlantılı yönetim gideri yoktur.

Kaynak: Ernst&Young Günümüzde Gözde Finansman Aracı: Sukuk, s. 2.

Sukuk ihraççısının ticari faaliyetlerinin İslami hükümlere göre olması gerekirken, bonoyu ihraç eden için ticari faaliyetleri için bir sınırlama bulunmamaktadır. Sukukun bir varlığa ya da varlık sepetinde doğrudan mülkiyete bağlı olması gerekir. Bono ise ihraççının finansal borcudur. Sukukun İslami hükümlere uygun olup olmadığının tespiti noktasında danışmanlık ve yönetim gideri ücreti doğabilir, bonoda ise ilave gider bulunmamaktadır.

2.9.1.13.1. Sukuk Türleri

Finansman sağlama aracı olarak kullanılan sukukun çeşitli türleri bulunmaktadır. Temel olarak iki farklı sukuk türünden bahsedilebilir. Bunlardan biri; endeksleme şekline göre sukuk, diğeri; kullanılan finansmana göre sukuktur.

2.9.1.13.1.1. Endeksleme Şekline Göre Sukuk Çeşitleri

Endeksleme şekline göre olan sukuk türü üçe ayrılır. Bunlar; bilanço endeksli sukuk, varlığa endeksli sukuk ve projeye endeksli sukuktur.

Bilanço Endeksli Sukuk: Birden fazla projenin kaynak ihtiyacını sağlamak için ihraç edilen sukuk türüdür. Örnek olarak, İslam Kalkınma Bankası'nın bilançodaki varlıklarını dayanak göstererek 2003 yılında 400 milyon USD tutarlı 5 yıl vadeli gerçekleştirdiği sukuk ihracıdır.⁶⁹

Projeye Endeksli Sukuk: Yatırımcıların belirli bir projeyi hayata geçirmek için kaynak sağlama ihtiyaçlarını, özel amaçlı bir şirket kurarak sukuk ihraç edip karşılayabilirler. Projenin hayata geçirilmesinin ardından elde edilen kâr ya da zarar, sukuk prensipleri uyarınca paylaşılır.

Varlığa Endeksli Sukuk: Yatırım yapacak girişimcilerin sahibi oldukları varlıklardan elde edebilecekleri muhtemel getiri haklarının satılması ile ihraç edilen sukuk türüdür.⁷⁰

Bu sistemde yatırımcı, varlıklarını tüm haklarıyla özel bir şirkete devreder. Hakları devralan şirket ise bu hakları yatırımcılara hisseleri oranında satar. Bu sistemin yapılabilmesi için ortada gerçek bir varlığın olması gerekmektedir. Girişimciler bu sistemde uzun vadede elde edeceği muhtemel getiriye daha önceden elde etmiş ve bu tutarı yatırıma yönlendirmiş olur.

2.9.1.13.1.2. Kullanılan Finansmana Göre Sukuk Çeşitleri

Finansal sistem içerisinde sermayesini artırmayı arzulayan sermaye sahipleri ve iş yapmak isteyen girişimciler bulunmaktadır. Girişimciler araştırdıkları iş kolunda yeterli sermayeye sahip olan sermayedarlarla çeşitli ortaklık yapmaktadırlar. İşlemin faizsiz olması boyutu işin içine girdiğinde faizsiz finansman yöntemleri

⁶⁹ Soner Yakar, Yılmaz Kandır, Yıldırım Beyazıt Önal, "Yeni Bir Finansman Aracı Olarak Sukuk-Kira Sertifikası ve Vergisela Boyutunun İncelenmesi," Bankacılar Dergisi, 2013, Sayı:84 s.77

⁷⁰ Funda Öztürk, "Yeni Bir Sermaye Piyasası Aracı Sukuk," Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Bankacılık Anabilim Dalı, İstanbul, 2013, s. 53

sermayedarları ve girişimcileri rahatlatmaktadır. Kullanılan finansmana göre sukuk çeşitleri sekiz farklı başlıkta incelenebilir.

Murabaha Sukuk: Murabaha; faizsiz finansman yöntemlerinden olup, bir malın veya hizmetin peşin alınıp vadeli satılması işlemidir. Bu işlem yapılırken İslami kurullarla çalışan bankalar malı ya da hizmeti önce kendisi alır, anlaştığı vadede anapara ve üzerine kâr payını ekleyerek alıcıya satar. Uygulamada en fazla kullanılan model murabaha sukuktur.

Murabaha sukukun işlem adımları aşağıdaki gibidir:⁷¹

- Borçlu ile özel amaçlı şirket arasında üzerinde anlaşılan sözleşme imzalanır.
- Özel amaçlı şirket veya banka sukuk ihraç eder. İhraç sonunda şirket veya banka sukuk getirisi kazanır.
- Özel amaçlı şirket ürün ya da hizmet satıcısından anlaşmaya konu olan ürün veya hizmeti satın alma işlemi gerçekleştirir.
- Özel amaçlı şirket sözleşmeye konu olan mal ya da hizmet bedeline kâr payını ilave eder. Sözleşmenin başında anlaşılan tutar ve vadede mal ya da hizmeti talep eden kişiye satış yapılır.

Bu durumda bankadan kredi çekerek mal ya da hizmeti alacak kişi ile murabaha sukuku yöntemiyle mal ya da hizmet alacak kişinin yapacağı işlemler aynı gibi görünmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken husus ve ikisini birbirinden ayıran fark, murabaha sukukunda mal ya da hizmeti bankanın alıp satmasıdır.

Mudaraba Sukuk: Daha öncede bahsedildiği gibi mudaraba emek-sermaye ortaklığıdır. Bir tarafın emeğini diğer tarafın sermayesini ortaya koyduğu faizsiz finansman yöntemidir. Bir örnekle açıklamak gerekirse; mevduat sahibi bir kişinin katılım bankalarına mevduatını yatırması örneği verilebilir. Mevduat sahibi bankaya parasını yatırır, banka bu sistemde nakit talep kişilere bu mevduatı aktarır. Parayı

⁷¹ Süleyman Özdemir, "Sebahattin Zaim, İslam Ve Ekonomi Sempozyumu II-III. Tebliğler Kitabı," İkder Yayın no:4 İstanbul 2012, s.115-117.

kendisi kullanmaz. Olası zarar durumunda ise banka, zararı banka hissedarları ve sermaye sahipleri arasında dağıtır.

Mudaraba sukukun özellikleri şu şekilde sıralanabilir:⁷²

- Girişimci ve sermaye sahibinin ortak mülkiyeti anlamına gelmektedir.
- Olası zarar durumunda gelirlerden yapılan kesinti ile kaynak sağlanabilir.
- Sukuk alıcıları dilediği zamanda menkul kıymetler borsasında satabilir veya mülkiyeti devredebilir.
- Sukuk sözleşmesinde sermaye türü, muhtemel getiri oranı, vade gibi İslami hükümlere uygunluğunu gösteren bilgiler yer alır.
- Sukuk ihracını gerçekleştiren özel amaçlı şirket kendi fonuna da yatırım yapabilir.

Muşaraka Sukuk: Her iki tarafın da emek ve sermaye ortaya koyması ile oluşturulan ortaklık şeklidir. Mudaraba sukukta bir taraf emek diğer taraf sermaye ortaya koyduğundan sistem hakkında çeşitli eleştiriler yapılmaktadır. Mudaraba sisteminde yönetim, emeğini ortaya koyan ortakta bulunmaktadır. Bu durumda emeği ile iş yapan ortağın yanlış uygulamalar sonucu sermayesini ortaya koyan ortağı zarar ettirme riski bulunmaktadır. Muşaraka sisteminde bu risk tamamen ortadan kalkmaktadır. Her iki taraf da yönetimde ve riskte ortaktır. Bu sistem mudaraba sistemine göre daha sağlıklıdır. Mudaraba sukuk ile muşaraka sukuk birbirlerine benziyor gibi gözükseler de arada ciddi farklar bulunmaktadır. Mudaraba sukuk ile muşaraka sukuk arasındaki farklar aşağıdaki şekilde sıralanabilir.⁷³

- Muşaraka sukukta tam bir ortaklık söz konusudur. Mudaraba sukukta ise risk sermaye sahibindedir.

⁷² İlhami Söyler, “www.maliyeokulu.org.tr.” Erişim Tarihi 18.12.2016

⁷³ Ahmet Tok, “İslami Finans Sistemi Çerçevesinde Sukuk(İslami tahvil) Uygulamaları, Katılım Bankaları ve Türkiye Açısından Değerlendirmeler,” Sermaye Piyasası Kurulu, Hukuk İşleri Dairesi Yeterlilik Etüdü, Ankara, Haziran 2009, s.8.

- Muşaraka sukukta tüm ortaklar söz sahibidir. Mudaraba sukukta ise sadece girişimci söz sahibidir.
- Muşaraka sukukta süreç sonunda zarar oluşması halinde zararı iki taraf da eşit olarak paylaşır. Mudaraba sukukta ise zarar, sermaye sahibinindir.
- Muşaraka sukukta tüm varlıklar iki tarafa aittir. Mudaraba sukukta ise varlıklar sermaye sahibine aittir.

İcara Sukuk: Faizsiz banka tarafından alınan makine, alet, ekipman ve teçhizatın alıcıya belirli bir kira karşılığı kiralandığı sistemdir. İşlemin başında yapılan sözleşmeye göre kiralama işi sonunda alıcıya makine, alet, ekipman veya teçhizatı alma hakkı vermektedir. Leasinge benzeyen icara sukuk, uygulamada leasingden ayrılmaktadır.

İcara sukuk aşağıdaki şekilde gerçekleşir:⁷⁴

- İcaraya konu olan mal, özel amaçlı şirkete satılır.
- Özel amaçlı şirket malı alıcı tarafına kiraya verir.
- Özel amaçlı şirket kira gelirlerini sukuk sahiplerine kâr payı olarak dağıtır.
- Sözleşme süresinin bitiminde alıcı malı özel amaçlı şirkete, özel amaçlı şirket de malı asıl sahibine teslim eder.

İstisna Sukuk: Bir nevi üretim sözleşmesi olan istisna sukuku, üretimi çok uzun süren makine ve teçhizat gibi üretim, satım ve geliştirme işlemlerinde kullanılır. Burada önemli olan, tarafların anlaşmaya varma hususudur. Ödemesi nakit, taksitli veya ileri vadede olabilir.

Selem Sukuk: Herhangi bir malın bedelinin ürünün teslim alınmadan önce ödendiği teslimatın ileri vadede yapılacağına taahhüt edildiği türüdür.⁷⁵ Murabaha sukukun tam tersi olarak işlem görmektedir.

⁷⁴ Söyler, Erişim: 18.12.2016

Istisna sukuk ile Selem sukuk birbirlerine benzer görünmektedir. Ancak aralarındaki farklar aşağıda sıralanmıştır:⁷⁶

- Istisna sukukta ödeme karşılıklı anlaşmayla belirlenebilirken, selem sukukta ödeme işlemin başında yapılır.
- Istisna sukuk sözleşmesi için arada üretiminin zor ve uzun zaman alan bir mal olması gerekir. Selem sukukta malın üretilip üretilmeyeceğinin önemi yoktur.
- Istisna sukuk sözleşmesinin iptali için malın üretimine başlanmamış olması gerekir. Selem sukuk sözleşmeleri tek taraflı iptal edilebilir.

Hibrid Sukuk: Daha önce bahsedilen herhangi iki sukuk türünün birleştirilerek yapıldığı türdür.

Wakala Sukuk: Vekalet anlamına gelen wakala sukukta ihracın yapılabilmesi için bir kuruma yetki verilmesi işlemidir. Vekaleti alan kişi işlemi yerine getirirken oluşacak zarardan sorumlu tutulamaz. Zarar sermaye sahibine aittir.

Muzaraa, Musakat ve Muğarese Sukuk: Muzaraa ziraat, Musakat sulama, Muğarese ise ağaç dikme ortaklığıdır. Tarıma dayalı yatırımların yapılması için kullanılan sukuk türleridir.

2.9.2. Gayri Nakdi Fon Kullandırma Yöntemleri

Katılım bankaları nakdi fon kullandırma yöntemlerinin dışında gayri nakdi fon kullandırma yöntemlerini de kullanmaktadırlar. Bu yöntemler; referans mektupları, harici garanti mektupları, teminat mektupları, aval/kabul kredileri akreditiflerdir.⁷⁷

⁷⁵ Tok, S.11-12.

⁷⁶ Hakan Aslan, “*Alternatif Bir Yatırım Ve Finansman Aracı Olarak Sukuk: Yapısı, İşleyişi ve Türkiye Piyasası İçin Öneriler*,” Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Finansal Piyasalar ve Yatırım Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul,2012,s.59.

2.9.2.1. Referans Mektupları

Referans mektupları genellikle taahhüt işleri yapan firmalara yönelik düzenlenen mektuplardır. Firma talebi üzerine banka tarafından düzenlenen ve ilgili kurum ve kuruluşlara teslim edilen bu mektuplar TL ve döviz olarak düzenlenebilir.

2.9.2.2. Harici Garantiler

Garanti veren tarafın garanti edilen tarafa belli bir yükümlülüğün ve ödemenin belirlenen zaman dilimi ve belirlenen şartlar çerçevesinde yerine getirileceğini garanti eden belgelerdir. Ürünlerin üretilmesi için gerekli olan ve ithal edilmesi gereken gümrük vergisine tabi ara mallara gümrük muafiyeti getiren ihracatı teşvik eden sistemdir.

2.9.2.3. Teminat Mektupları

Gayri nakdi fon kullandırma yöntemlerinin yurt içinde en çok kullanılan türü olan teminat mektupları, yurt içinde ve yurt dışında faaliyet gösteren gerçek kişiler, kamu kuruluşları veya tüzel kişiler lehine bir işin yapılması veya bir borcun ödenmesi gibi konularda mektubu talep eden kişi, kurum ve kuruluşa hitaben verilen mektubu alan kişinin sorumluluğunu yerine getirmemesi durumunda mektup tutarının banka tarafından ödenmesini taahhüt eden garanti belgeleridir. Teminat mektubu verildiğinde bankadan herhangi bir nakit çıkışı olmaz, ancak taahhüdün yerine getirilmemesi durumunda muhataba mektup tutarı kadar ödeme yapılması söz konusudur. Bankalar teminat mektuplarını aylık, üç aylık, altı aylık veya yıllık komisyonlar karşılığında verirler. Belli başlı teminat mektubu türleri; geçici mektup, kesin taahhüt mektubu, mal alımı ve bayilik mektupları, limit içi ve limit dışı mektuplar, vadeli ve vadesiz mektuplardır.

2.9.2.4. Aval ve Kabul Kredileri

Kabul kredisi yapılan ithalatın tutarını ihracatçının keşide ettiği poliçeyi kabul ederek mallara ödeme yapmaksızın sahip olmasına imkân sağlayan işlemdir. Ödeme

⁷⁷ Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. , http://www.kuveytturk.com.tr/teminat_mektuplari.aspx

ise poliçenin vadesinde gerçekleşir. İhracatçı firma ödeme için bir garanti isterse katılım bankasının poliçeyi garanti etmesi işlemine aval denir.

Akreditif, mal mukabili ödeme, vesaik mukabili, kabul kredili ödeme kullanılabilir. Kabul kredili ödemede düzenlenecek poliçe vadesi, kabul tarihinden başlar ve herhangi bir süre sınırı olmadan belirlenebilir.⁷⁸

Kabul aval kredilerinin avantajları şu şekilde sıralanabilir:

- Açılan kabul kredisiyle ödemeler, bankanın garantisi altına girer.
- İhracatçı firmanın dış ticaret işlemlerini daha güvenli ve esnek yapmasını sağlar.
- İthalatçı firma alacağı mallara herhangi bir ödeme yapmadan eksiksiz olarak elde etme garantisi sağlar.
- İhracatçı firma poliçeye ithalatçının bankasının aval vermesi durumunda poliçeye herhangi bir bankadan erken tahsil ettirebilir.

2.9.2.5. Akreditifler

İthalat ve ihracat işlemlerinde yaygın bir şekilde kullanılan akreditif; malların ihracatçıdan yüklendiğini gösteren şarta bağlanmış vesaikin belirli bir süre içinde ibraz şartıyla malların ve tutarın satıcıya ödeneceğine dair bir banka garantisidir.

Akreditif işlemlerinde amir(ithalatçı), amir banka(ithalatçının bankası) ve lehtar (ihracatçı) olmak üzere en az üçlü bir taraf vardır.

Akreditifler kabullü poliçe ödemeli, vadeli ve vesaik(belge) ibrazında ödemeli olarak açılabilir.

⁷⁸ Doğa Erdoğan, A.g.e, s.63

2.10. Türkiye'de Katılım Bankacılığı

Faizin İslam dininde yasak olması, faizden uzak duran kesimlerin fonlarını üretime katkısı olmayan alanlara yönlendirmektedir. Bu durum ülkemizde faizli bankalara alternatif olarak, faizsiz bankalara olan ihtiyacı arttırmıştır.

Faizsiz bankalar ise halkın elindeki bu tasarrufları reel ekonomiye kazandırmak için Türkiye'de yapılandırılmalarına başlamışlardır.

1975 yılında İslam Kalkınma Bankası'nın kurucu üyesi olan Türkiye, 1984 yılına gelindiğinde banka içerisindeki sermayesini arttırıp bankanın en büyük ortaklarından biri olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte ellerindeki fonları faizsiz değerlendirmek isteyen halka ve işletmelere destek için 1975'de Devlet Sanayi İşçi Yatırım Bankası kurulmuştur. 1978'e kadar faaliyetlerini sürdüren DESTİYAB kâr-zarar ortaklığına dayanan faizsiz finansman sağlamak için kurulmuştur.

1978'de alınan kararlara DESTİYAB faizli sisteme geçerek 1988'e kadar faizli sistemle çalışıp 1988'den sonra katılım bankası olarak ismi değişmiştir.

1980 ihtilalinden sonra yeni ekonomik yapılanma ihtiyacının artmış olması ile 16.12.1983 tarihli 83/7506 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameye dayanarak "Özel Finans Kurumları"nın temelleri atılmıştır.

Çeşitli gelişmelerin ardından 12 Mayıs 2001 tarih ve 4672 sayılı kanunla katılım bankalarında hesaplarındaki fonun güvence altına alınması için özel Finans Kurumları Birliği nezdinde güvence fonu oluşturulmuştur.

1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5411 sayılı bankacılık kanununa göre özel finans kurumları "Katılım Bankası" ismini almıştır.

Günümüzde Türkiye'de dördü özel, ikisi kamuya ait olmak üzere altı adet katılım bankası bulunmaktadır.

Katılım bankalarının 2015 yılındaki bankacılık sektörü içindeki pazar payı %5'i aşkındır. Aktif büyüklüklerine göre Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları Tablo-7'de gösterilmiştir.

Tablo-7: Aktif Büyüklüklerine Göre Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları

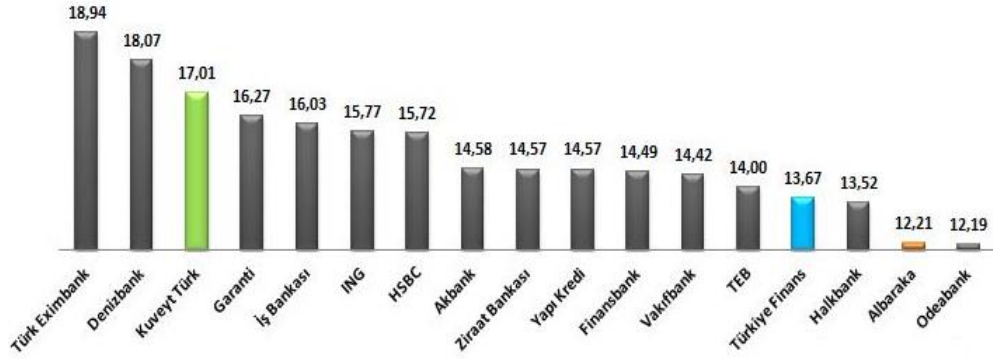
	AlbarakaTürk Katılım Bankası A.Ş.	KuveytTürk Katılım Bankası A.Ş.	Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.	Vakıf Katılım Bankası A.Ş.	Ziraat Katılım Bankası A.Ş.
Kuruluş Tarihi	01.01.1984	01.01.1989	28.12.2005	17.02.2016	12.05.2015
Toplam Aktifler	29.363.727	44.108.563	40.355.160	1.554.402	4.850.847
Ödenmiş Sermaye	900.000	2.787.322	2.600.000	805.000	747.000
Şube Sayısı (Adet)	213	384	286	14	42
Personel Sayısı (Adet)	3830	5367	4091	225	605

Kaynak: www.tkbb.com.tr (Erişim Tarihi: 05.09.2016)

2016 yılı Temmuz ayı itibariyle katılım bankalarının 923 adet şubesi ve 14094 adet personeli bulunmaktadır. Tablo-7’de görüleceği üzere aktif büyüklüğü ve ödenmiş sermayesi en büyük olan Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. iken, aktif büyüklüğü en düşük olan banka, Vakıf Katılım Bankası A.Ş., ödenmiş sermayesi en düşük olan Katılım Bankası ise Ziraat Katılım Bankası A.Ş.dir.⁷⁹

Bankacılık, riskli bir işdir. Bankaların ileride olabilecek muhtemel risklerle baş edebilmesi için bir miktar sermaye bulundurmaları gerekmektedir. Bu tutar, “sermaye yeterlilik oranı” olarak adlandırılır. 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe giren “ Bankaların Sermaye Yeterliliğinin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesine İlişkin Yönetmelik” uyarınca sermaye yeterlilik oranının Basel II’ye göre en az %12’nin üzerinde olması gerekmektedir. Otoriteler gerekli inceleme ve hesaplamaları yaparak bankaları bu oran doğrultusunda yönlendirirler. Şekil-1’de 30.06.2016 tarihli 17 bankaya ait sermaye yeterlilik oranları verilmiştir.

⁷⁹ <http://www.tkbb.org.tr/veri-seti> (Erişim Tarihi 18.12.2016)

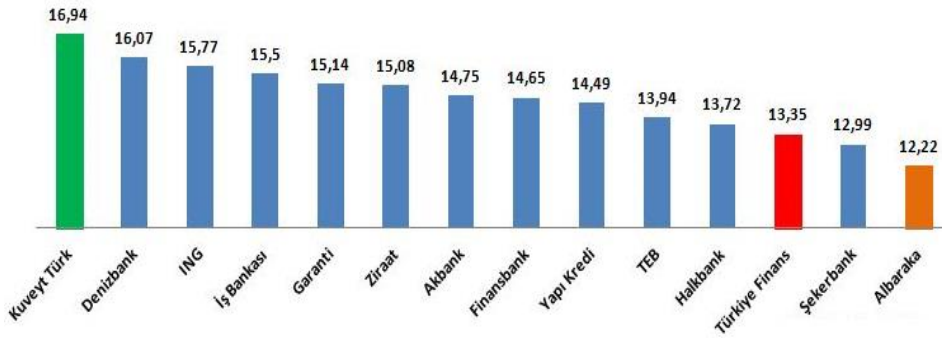


Şekil 1- 30.06.2016 Tarihli 17 Bankaya Ait Sermaye Yeterlilik Oranları

Kaynak: www.katilimdunyasi.com.tr (Erişim tarihi:15.07.2016)

Şekil-1’de görüldüğü gibi 30.06.2016 tarihinde sermaye yeterlilik oranı en yüksek olan katılım bankası Kuvveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. iken, sermaye yeterlilik oranı en düşük olan katılım bankası Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.’dir.

Şekil-2’de 30.09.2016 tarihli 14 bankaya ait sermaye yeterlilik oranları verilmiştir.



Şekil-2: 30.09.2016 Tarihli 14 Bankaya Ait Sermaye Yeterlilik Oranları

Kaynak: www.katilimdunyasi.com.tr (Erişim tarihi:15.07.2016)

Şekil-2’de görüldüğü gibi 30.09.2016 tarihinde bir önceki döneme göre Kuvveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.’nin sermaye yeterlilik oranı %17.01’den %16,94’e düşmüştür. Ancak 3. sıradan 1. sıraya yükselmiştir. Listenin sonunda da Albaraka

Türk Katılım Bankası bulunmaktadır. 30.09.2016 tarihinde sermaye yeterlilik oranı %12,22 olarak gerçekleşmiştir.

Katılım bankalarının bankacılık sektöründeki yüzde payları Tablo-8’de verilmiştir.

Tablo-8: Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yüzde Payları

	Ara.14 (%)	Ara.15 (%)	Haz.16 (%)
Toplanan Fonda	6,2	5,9	5,7
Kullandırılan Fonda	5,4	5,2	5,1
Toplam Aktiflerde	5,2	5,1	5,1
Öz Varlıklarda	4,1	4,1	4,1
Net Kâr	2,5	3	1,4

Kaynak: <http://tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar> (Erişim tarihi:15.07.2016)

Katılım bankalarının sektördeki payları, azalma eğilimindedir. 2014 yılında toplanan fonlarda, katılım bankalarının payları %6,2 iken, 2015 yılında 5,9’a, 2016 yılı 6. ayında 5,7’ye düşmüştür. Toplanan fonlarda olduğu gibi kullandırılan fonlarda azalma eğilimi görülmektedir. Net kâr kalemine bakıldığında 2014 Aralık döneminde sektördeki kârlılıktan %2,5 pay alan katılım bankalarının payları 2015 yılında %3’e çıkmış gözükmemektedir. 2016 yılı 6. ayında sektörün toplam kârlılığında sadece %1,4 pay alan katılım bankalarının, bu kaleminde de geriye gittiği gözlenmektedir. Kamu sermayeli katılım bankalarının yeni kurulmuş olması, Bank Asya’nın TMSF’ye devri ve kapatılmasının, bu rakamlar üzerindeki etkisi önemli derecededir. Kamu katılım bankalarının hızla şubeleşmesi, katılım bankalarının sektördeki büyüklüğüne pozitif yönde katkı sağlayacaktır.

Yıllara göre katılım bankaları kârlılık rakamları Tablo-9’da verilmiştir.

Tablo-9: Yıllara Göre Katılım Bankaları Kârlılık Rakamları (Milyon TL)

	Ara.14	Ara.15	Haz.16
Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.	257,631	302,863	128,550
Bank Asya Katılım Bankası A.Ş.	-813,470	0	0
Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.	370,480	444,681	256,409
Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.	334,228	261,076	175,920
Vakıf Katılım Bankası A.Ş.	0	0	2,701
Ziraat Katılım Bankası A.Ş.	0	-11,982	2,469

Kaynak: <http://tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar> (Erişim tarihi:15.07.2016)

Tablo-9’da görüldüğü gibi 2016 yılı 2.döneminde en yüksek kâr üreten banka; 256,409 milyon TL ile Kuveyt Türk Katılım Bankası olmuştur. Aynı tablonun geneline bakıldığında kârlılık alanında sektörün liderliğini Kuveyt Türk Katılım Bankasının yaptığı görülmektedir. Kamu katılım bankaları yeni kurulmuş olduklarından 2016 yılı 2. döneminde ilk defa kâr etmeye başlamışlardır.

2016 yılı 6.ay sonunda katılım bankalarının 31 günlük katılım hesaplarına dağıttıkları kâr payları Tablo-10’da verilmiştir.

Tablo-10: 2016 yılı 6.ay sonunda katılım bankalarının 31 günlük katılım hesaplarına dağıttıkları kâr payları(%)

	Haz.16		
	TL	USD	EURO
Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.	8,01	1,33	1,30
Bank Asya Katılım Bankası A.Ş.	6,28	0,22	0,16
Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.	7,91	1,29	1,33
Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.	6,73	1,53	1,51
Vakıf Katılım Bankası A.Ş.	8,17	1,39	1,38
Ziraat Katılım Bankası A.Ş.	7,28	1,31	1,29

Kaynak: <http://www.tkbb.org.tr/kar-paylari> (Erişim tarihi:15.07.2016)

Tablo-10’da görüldüğü gibi TL para cinsinde 31 gün vadede en yüksek kâr payını dağıtan katılım bankası Vakıf Katılım Bankası A.Ş. iken en düşük kâr payını dağıtan katılım bankası ise Bank Asya Katılım Bankası A.Ş. olmuştur. USD ve EURO cinsinden en yüksek kâr payını dağıtan katılım bankası Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. olmuştur. Yine bu para cinslerinden en düşük kâr payının dağıtan banka, Bank Asya Katılım Bankası A.Ş. olmuştur. Bu durum bu tarihlerde Bank Asya Katılım Bankası’nın TMSF’ye devredilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bank Asya Katılım Bankası değerlendirme dışında tutulursa, TL cinsinden en düşük kâr payını dağıtan katılım bankası Türkiye Finans Katılım Bankası olmuştur. USD cinsinden en düşük kâr payını dağıtan Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. iken EURO cinsinden en düşük kâr payını dağıtan banka ise, Ziraat Katılım Bankası A.Ş. olmuştur.

2.10.1.Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları

2.10.1.1. Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.

Türkiye’de kurulan ilk Katılım Bankası unvanını elinde bulunduran Albaraka Türk Katılım Bankası 1984 yılında kurulmuş olup 1985 yılında faaliyetlerine başlamıştır.

31.06.2016 tarihi itibarıyla Albaraka Türk Katılım Bankasının %54.06’lık payı Albaraka Bankacılık Grubuna ,%7.84’lük payı İslam Kalkınma Bankasına,%3.46’sı Alhanthy Ailesine,%9.20’si yerli ortaklara, %24.82’si halka açık, %0.62’si diğer ortaklara aittir. 30.06.2016 tarihi itibarıyla Albaraka Türk Katılım Bankasının 213 şubesi bulunmaktadır.⁸⁰ 30.06.2016 tarihinde toplam personel sayısı 3830’dur.

2.10.1.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.

1989 yılında özel finans kurumu statüsünde Kuveyt Türk Evkaf Kurumu ismiyle kurulmuştur. 2006 yılına kadar bu unvanla faaliyetlerine devam eden Kuveyt

⁸⁰ www.albaraka.com.tr

Türk Evkaf Kurumu 2006 yılı mayıs ayında Kuveyt Türk Katılım Bankası unvanına kavuşmuştur.

Sermayesinin %62.24'ü Kuveyt Finans Kurumuna(Kuwait Finance House), %9'u Kuveyt Devlet Sosyal Güvenlik Kurumuna, %9'u İslam Kalkınma Bankasına, %18.72'si Türkiye Cumhuriyeti Vakıflar Genel Müdürlüğüne, %1.04'ü diğer ortaklara aittir. 24.08.2016 tarihi itibariyle Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın 371 adet şubesi bulunmaktadır.⁸¹

2.10.1.3. Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.

1991 yılında kurulan %100 yerli sermayeli ilk özel finans kurumu olan "Anadolu Finans" ile 1985-2001 yılları arasında Faisal Finans Kurumu adıyla hizmet sunan Family Finans'ın 2005 yılında birleşmesiyle oluşmuştur.

30 Aralık 2005 tarihinde Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. adını almıştır.

Sermayesinin %67.03'ü National Comercial Bank'a, %22.34'ü Boydak Grubuna, %10.57'si Ülker grubuna, %0.06'sı ise diğer ortaklara aittir.

30.06.2016 tarihi itibariyle Türkiye Finans Katılım Bankası'nın 285 adet şubesi ve 4087 adet personeli bulunmaktadır.⁸²

2.10.1.4. Asya Katılım Bankası A.Ş.

24 Ekim 1996 yılında Asya Finans olarak faaliyetlerine başlayan bankanın ismi 20.12.2005 tarihinde Asya Katılım Bankası A.Ş. olarak değişmiştir.

30.09.2015 tarihi itibariyle bankanın %54.87'si halka açık, %28.32'si diğer ortaklara %4.89'u Ortadoğu Tekstil Ticaret ve Sanayi A.Ş.' ye, %3.85'i Forum İnşaat Dekorasyon Turizm Sanayi ve Ticaret A.Ş.' ye, %3.11'i Osman Can Pehlivan'a , %2.7'si Sürat Basım Yayın Reklamcılık Eğitim Araçları Sanayi ve Ticaret A.Ş.' ye, %2.26'sı BJ Tekstil Ticaret ve Sanayi A.Ş.' ye aittir.

⁸¹ www.kuveytturk.com.tr

⁸² www.turkiyefinans.com.tr

Paralel yapı soruşturması çerçevesinde hakkında soruşturma başlatılan Asya Katılım Bankası A.Ş., BDDK'nın 4 Şubat 2015 tarihinde almış olduğu karara istinaden bankanın %63'ü TMSF'ye devredilmiş, böylece bankanın kontrolü TMSF'nin eline geçmiştir.

13.05.2016 tarihi itibarıyla TMSF yönteminde faaliyetlerini sürdüren bankanın şube sayısı 200'dür.⁸³

2.10.1.5. Ziraat Katılım Bankası A.Ş.

12.05.2015 tarihinde faaliyetlerine başlayan Ziraat Katılım Bankası A.Ş.'nin sermayesinin hepsi Türkiye Cumhuriyeti Hazinesi'ne aittir.

Ziraat Katılım A.Ş.'nin ödenmiş sermayesi 675 milyon TL'dir.30.06.2016 tarihi itibarıyla 37 şubesi ve 605 adet personeli bulunmaktadır.⁸⁴

2.10.1.6. Vakıf Katılım Bankası A.Ş.

17.02.2016 tarihinde kurulan Vakıf Katılım Bankası A.Ş.'nin ödenmiş sermayesi 805 milyon TL'dir.⁸⁵

30.06.2016 tarihi itibarıyla Vakıf Katılım Bankası, 13 adet şubesi ve 225 adet personel ile faaliyetlerini sürdürmektedir.⁸⁶

⁸³ www.bankasya.com.tr

⁸⁴ www.ziraatkatilim.com.tr

⁸⁵ www.vakifkatilim.com.tr

⁸⁶ <http://www.tkbb.org.tr/veri-seti>

BÖLÜM 3: MÜŞTERİLERİN KATILIM BANKALARINI TERCİH NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Bu bölümde Katılım bankalarının tercih nedenleri bir uygulama ile araştırılmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Katılım bankaları rekabetin giderek şiddetlendiği bankacılık sektörü içinde pazar payını korumanın dışında her geçen gün pazar payını artırmak zorundadır. Bu durumda müşteriye sunulan hizmetin kalitesi müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyecektir. Müşteri memnuniyetinin bu denli önemli olduğu noktada, memnuniyetsiz müşteri memnuniyetsizliğini çevresine anlatacaktır. Kendisi farklı seçenek arayacağı gibi çevresindeki insanları da memnun olmadığı yerden uzaklaştırmaya çalışacaktır. %5 lik pazar payını ancak ve ancak portföyündeki müşterilerini koruyarak ve daha fazla müşteriye ulaşarak sağlayacaktır.

Katılım bankaları kuruluş amaçları bakımından reel ekonomiyi direkt olarak finanse eden kurumlardır. Bu noktada katılım bankalarının bankacılık sektörü içindeki Pazar paylarının artması gerekliliği kaçınılmaz bir gerçektir. Türkiye’de yaklaşık 40 yıllık bir geçmişe sahip olan katılım bankalarının payları %5 civarındadır. Pazar payının %5’te kalmış olması birçok nedene bağlanabilir. Buna karşılık katılım bankalarına karşı olan teveccühün kamu katılım bankalarının kurulması ile artacağı düşünülmektedir. Bu nedenle bu artışın altında yatan sebeplerin incelenmesi gerekmektedir denebilir. Bu konuyla ilgili yurtdışında birçok araştırmanın mevcut olmasına karşın Türkiye’deki araştırma sayıları oldukça azdır.

Katılım bankalarının mevcut müşteri portföyünü koruyarak yeni müşteriler kazanabilmesi için, müşterilerin katılım bankalarını tercih nedenleri araştırılmalıdır. Bu çalışmada katılım bankalarını tercih nedenleri hizmet kalitesi ve dini hassasiyet içindeki dağılımları incelenerek belirlenmeye çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’deki katılım bankalarının ürün ve hizmetlerini kullanan tüm müşteriler oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmanın hem zaman alıcı hem de çok zor olacağı göz önüne alınarak Türkiye’nin 23 farklı ilinde de faaliyet gösteren 5 ayrı katılım bankası müşterilerinden tesadüfî olarak 516 kişi seçilerek katılım bankalarını tercih nedenleri anketi uygulanmıştır.

3.3.Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Türkiye’nin 23 farklı ilinde de faaliyet gösteren 5 ayrı katılım bankası müşterilerinden tesadüfî olarak 516 kişi seçilerek katılım bankalarını tercih nedenleri anketi uygulanmıştır. Anket 2016 yılının Kasım ayında, her işgünü ve çeşitli saatlerde banka personeli nezaretinde yüz yüze görüşme ile gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması esnasında katılımcılara anketin amacı, kapsamı hakkında bilgilendirmelere yapılmış, katılımcıların anlamakta zorluk çektiği sorularda katılımcılara yardımcı olunmuştur. Böylelikle anketin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi sağlanmıştır. Anket personel nezaretinde yüz yüze ile gerçekleştirildiğinden değerlendirmeye katılmayan anket olmamıştır.

Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde; katılımcıları bazı demografik özelliklerini(Yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu) tespiti yönelik sorular bulunmaktadır. Bu bölümde ayrıca katılım bankaları ile çalışma geçmişleri, müşteri türü, aylık gelir, en çok kullandığı bankacılık ürünleri ve banka tercihlerine yönelik sorular sorulmuştur. Araştırmanın ikinci bölümünde ise Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme nedenlerini sorgulayan ve 23 adet ifadeden oluşan bir ölçek vardır. Katılımcıların belirtilen ifadelere katılma dereceleri 5’li likert tipi ölçek ile göstermeleri istenmiştir. (1=kesinlikle katılmıyorum; 2=katılmıyorum; 3=hiçbir fikrim yok; 4=katılıyorum; 5= kesinlikle katılıyorum)

Anketin tamamı (Özsoy-Görmez-Mekik)'in yapmış olduğu çalışmadan alınmıştır.⁸⁷

Anket verilerin analizi için SPSS istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizi için çeşitli betimsel istatistikler, t testi, F testi (tek yönlü varyans analizi) ve çoklu karşılaştırma istatistikleri kullanılmıştır.

Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenleri Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi değeri Tablo-11'de verilmiştir.

Tablo-11: Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenleri Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi

	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Bilgiye Bakış Açısı	0,907	23

23 maddeden oluşan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri ölçeğine ait güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, ölçeğe ait Cronbach's Alpha değerinin 0,907 olarak hesaplandığı görülmektedir. Bu değer ölçeğin güvenilirliğinin çok yüksek düzeyde olduğunu gösterir.

3.4. Literatür taraması

Katılım bankalarının Dünya'da ve Türkiye'de sektör için payları oldukça düşüktür. Ülkemizde ilk kuruldukları yıllara göre katılım bankaları iyi denebilecek konumdadır. Sektördeki payın daha da artırılabilmesi için müşterilerin katılım bankalarını tercih nedenleri iyi araştırılmalı ve müşteri memnuniyetine verilen önem daha da artırılmalıdır. Dünya'da ve Türkiye'de bu konuyla ilgili yapılmış bir çok araştırma mevcuttur.

⁸⁷ İsmail Özsoy, Birol Görmez, Seden Mekik, "Türkiye'de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Amprik Bir Tetkik," Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Manisa, 2013 s. 187,206.

Fas'ta 146 katılımcısı olan bir çalışmanın sonucuna göre, belirsizlik olgusunun katılımcıların katılım bankalarını tercihinde negatif bir etkisi vardır. Araştırmayı yapana göre bu bölgede Konvansiyonel banka ile katılım bankalarının farkının anlaşılabilmesi için daha fazla bilgilendirmeye ihtiyaç vardır. Araştırmanın bulgularına göre katılım bankalarını tercih nedenlerinde birincil derecedeki faktörler şunlardır: Kârlılık/maliyet, banka çalışanlarının bilgi ve deneyimi, hizmette etkinlik ve hız, banka prestiji, mahremiyet, güven ve personel yakınlığıdır. İkincil derece önemli faktörler ise; sosyal ve dini değerler, finansal ihtiyaç, yaşam stili, sunulan hizmetlerin müşteriler açısından uygunluğudur.⁸⁸

Malezya/Klang Valley'de 450 katılımcı ile yapılan çalışmada katılımcıların %55'i Müslüman, %45'i gayrimüslimdir. Çalışmaya göre katılımcılar katılım bankalarının konsept, ürün ve farklılıkları konusunda %57,6'sı az, %13,3'ü tam bilgiye sahiptir. Banka tercihlerini etkileyen faktörlerin en önemlilerinden en az önemlilerine göre sıralaması ise şöyledir: Kârlılık/Maliyet, uygunluk, servis hızı ve etkinliği, aile ve arkadaş etkisi, dini motif, bankanın şube ağı, çalışanların ilgisi, ve bankaya ait reklamlardır.⁸⁹

Pakistan/İslamabad'da 200 İslami banka müşterilerine yapılan anket sonucunda İslami bankaları tercih nedenleri üzerine elde edilen bulgular şöyledir: Katılımcıların %61,5'i dini sebepleri en önemli sebep olarak göstermişlerdir. %38,5'i de önem derecesi aynı olmamakla birlikte bu sebebi göstermişlerdir. Yine bu araştırmaya göre katılımcıların %48,5'i müşteri hizmetlerindeki kaliteden dolayı İslami bankaları tercih etmektedir. Müşteri memnuniyeti açısından katılımcıların

⁸⁸ Abdelghani Echchabi-Hassanuddeen A. Aziz, “ *Empirical Investigation of Customers Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco*”, Middle-East Journal of Scientific Research, 2012, vol.12 s.6.

⁸⁹ Maran Marimuthu et al, “ *Islamic Banking Selection Criteria and Implications*”, Global Journals of Human Social Science, September 2010, vol. 10, I. 4, S. 55-58.

%95'i banka personelinden, %97'si sunulan hizmetlerden, %93,5'i banka lokasyonundan, %99'u çalışma saatlerinden memnundur.⁹⁰

Bangladeş'te 100 adet İslami banka müşterisi ile yapılan araştırmada müşterilerin bu bankaları tercih nedenleri en önemlide başlayarak şöyledir: Dini motif, banka lokasyonu, aile ve arkadaş tavsiyesi, yüksek kârlılık oranları.⁹¹

A.B.D.'de İslami bankaların müşteri profilini araştıran bir çalışmanın bulgularına göre; Müslümanlar en az gayrimüslimler kadar konvansiyonel bankalarda işlem yapmaktadır. Araştırmaya göre İslami finans ürünleri yeteri kadar tanınır değildir.⁹²

Pakistan Karachi'de 300 anket ile gerçekleştirilen çalışmada İslami bankaların tercih nedenleri önem sırasına göre şöyle sıralanmıştır. Yüksek kârlılık, işlem masraflarının düşük olması, dini perspektif, hizmet kalitesi, uygunluk, aile ve arkadaş tavsiyesi, hizmet çeşitliliği, bankanın sahip olduğu ün ve imaj, mahremiyet ve güvenilirlik, banka personelinin ilgi ve alakası ve son olarak ATM hizmetini olmasıdır.⁹³

Türkiye'de 341 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmada katılım bankalarının en öncelikli tercih nedeni faiz hassasiyetidir. Bunun yanında bankacılık hizmetleri,

⁹⁰ Farjana Mumu-Jia Guozho, “ *Why Do Pakistani Customers Patronize Islamic Banks; An Empirical Analysis*”, World Academy of Science, Engineering and technology, July 2012, vol:6. S. 1207-1208.

⁹¹ Mohammad S.N. Khan- M. Kabir Hassan- Abdullah I. Shadid, “ *Banking Behavior of Islamic Bank Customers in Bangladesh*”, Journal of Islamic Economics, Banking and Finance, July-December 2007. Vol. 3, N.2, s. 177

⁹² Alsadek H. Gait- Andrew C. Worthington, “ *Attitudes, Perceptions and Motivations of Libyan Retail Consumers Toward Islamic Methods of Finance*”, Asian Finance Association International Conference , University of Queensland, St Lucia, Australia, 2009. S.12.

⁹³ Muhammad I. Subhani et al., “ *Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*”, International Research Journal of Finance and Economics, July 2012, Issue 94. S. 118.

faizsiz bankacılık hizmetleri ve işlemleri hızı ile ilgilide önemli bir duyarlılık ortaya çıkmıştır.⁹⁴

Türkiye’de 161 kişinin katılımıyla yapılan başka bir araştırmaya göre; katılımcıların %46’sı katılım bankalarıyla, %54’ü hem konvansiyonel hem de katılım bankalarıyla çalışmaktadır. Bu araştırmada katılımcıların %77’si katılım bankası tercihlerinin tek nedeninin dini motivasyon olduğunu söylemişlerdir. Katılımcıların %64’ü katılım bankası tercih nedenine personel yakınlığını işaretlemiştir.⁹⁵

Türkiye/ Bolu’da yapılan 217 kişinin katıldığı bir başka araştırmaya göre; katılımcıların katılım bankası tercihlerinin etkileyen önem sırasına göre faktörler hizmet/ürün kalitesi, banka imajı ve güven, personel kalitesi, dini/çevresel motivasyon gelmektedir.⁹⁶

Türkiye Isparta’da yapılan 122 kişinin katıldığı ankette tercih nedenleri önem sırasına göre şu şekilde olmuştur. Dini hassasiyetler, hizmet kalitesi, personel ile olan ilişkiler, kâr payı/cazip ödeme imkanları, arkadaş ve çevre etkisi, servis çeşitliliği, bankacılık prestiji.⁹⁷

3.5. Araştırmanın Bulguları

İlk olarak araştırmaya katılanların demografik özellikleri incelenmiştir. Daha sonra anketin ikinci kısmı olan müşterilerin katılım bankalarını tercihlerinin önem derecesine göre sıralanması sonucunda elde edilen bulgular; akabinde ise anketin birinci bölümünde elde edilen bulgular betimsel olarak incelenmiştir. Bu bulgular ölçek açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuş ve katılımcıları katılım bankalarını tercih etmeye iten faktörler belirlenmiştir. Demografik özellikler ve tercih

⁹⁴H. Şaduman Okumuş,” *Interest-Free Banking in Turkey: A Study of Customer Satisfaction and Bank Selection Criteria*”, Journal of Economic Cooperation, 2005 vol.26, N.4. s.68.

⁹⁵Raci Kaya, “ *Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih Nedenleri ve Bir Araştırma*”, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul , 2013, s.150.

⁹⁶ Özsoy-Görmez-Mekik, “a.g.e” s.200.

⁹⁷ Ömer Faruk Kılıç,” a.g.e” s.124-125.

nedenlerinin frekans tabloları oluşturulmuş, genel eğilim tespit edilmeye çalışılmıştır.

3.5.1. Araştırma kapsamında Katılımcıların Kişisel Özellikleri

3.5.1.1. Yaş Seviyesi

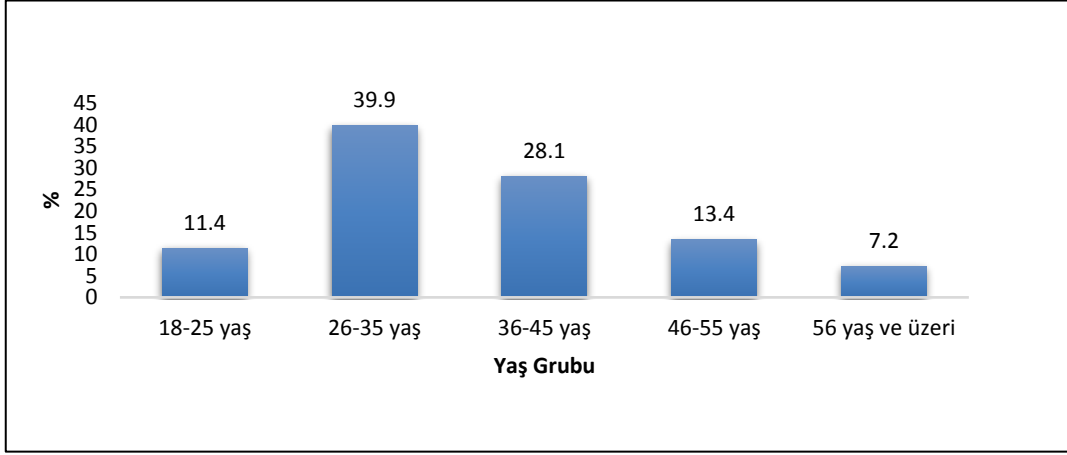
Örneklem grubunun yaşlarına göre dağılımı Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo-12: Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
18-25 yaş	59	11,4
26-35 yaş	206	39,9
36-45 yaş	145	28,1
46-55 yaş	69	13,4
56 yaş ve üzeri	37	7,2
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 59’u (% 11,4) 18-25 yaş, 206’sı (% 39,9) 26-35 yaş, 145’i (% 28,1) 36-45 yaş, 37’si (% 7,2) 56 ve üzeri yaş aralığındadır.

Örneklem grubunun yaşlara göre dağılımı incelendiğinde araştırmaya katılan orta yaş grubunun (26-35 yaş - 46-55 yaş) %68 ortalama ile en yüksek katılımı gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. 18-25 yaş arası genç katılımcıların oranı ise %11,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuca göre genç nüfusun katılım bankacılığı hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmadığı sonucuna varılır. Ülkemizdeki geçmişi 40 yıla ulaşan katılım bankalarının, mevcut pazar paylarını artırmak için genç nüfus üzerinde yoğunlaşması gerektiği söylenebilir. Katılım bankaları gençlere hitap eden ürünler ve hizmetler geliştirerek genç nüfus arasındaki bilinirliklerini artırabilirler.



Şekil-3: Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

3.5.1.2. Cinsiyet Durumu

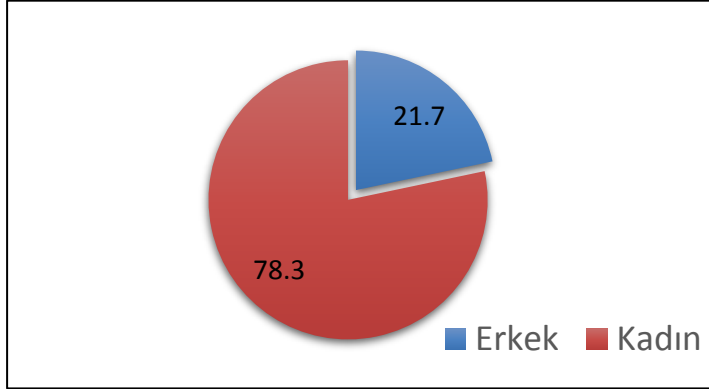
Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo-13: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	112	21,7
Erkek	404	78,3
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 112'si (% 21,7) kadın, 404'ü (% 78,3) erkektir.

Örneklem grubunun cinsiyetlere göre dağılımı incelendiğinde araştırmaya katılan kadın katılımcıların oranı %21,7 olarak gerçekleşmiştir. Erkek katılımcıların 1/5'i olan kadın katılımcılar arasında erkeklere oranla katılım bankacılığı bilinirliği daha az olduğu söylenebilir. Katılım bankaları altın toplama günleri gibi daha çok kadınlara hitap eden ürün ve hizmetler ile kadın müşterilere ulaşabilirler. Ülkemizde yastık altı birikimlerin ekonomiye kazandırılması noktasında kadın müşterilere ulaşmak önemli bir adım olabilir.



Şekil-4: Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

3.5.1.3. Medeni Durum

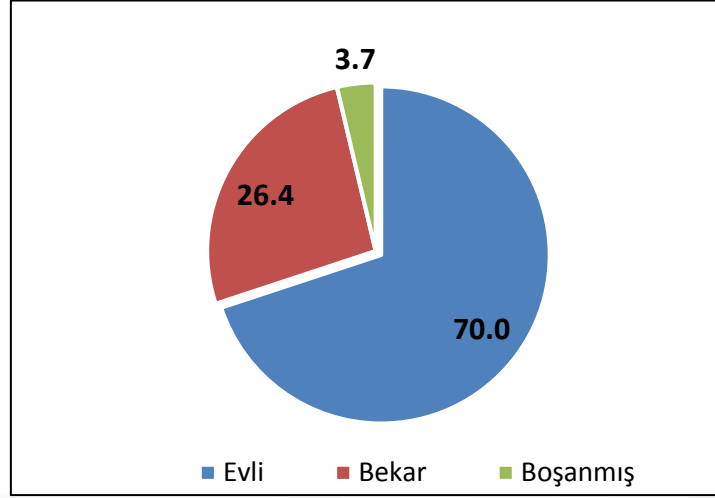
Örneklem grubunun medeni durumlarına göre dağılımı Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo-14: Örneklem Grubunun Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Evli	361	70,0
Bekar	136	26,4
Boşanmış	19	3,7
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 361'i (% 70,0) evli, 136'sı (% 26,4) bekar, 19'u (%3,7) boşanmıştır.

Örneklem grubunun medeni durumlarına göre dağılımına bakıldığında katılımcıların %70'i evli'dir. Katılım bankalarını tercih nedenleri üzerinde medeni durumun etkisinin olmadığı kanaatine varılabilir.



Şekil-5: Örneklem Grubunun Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

3.5.1.4. Eğitim Durumu Dağılımı

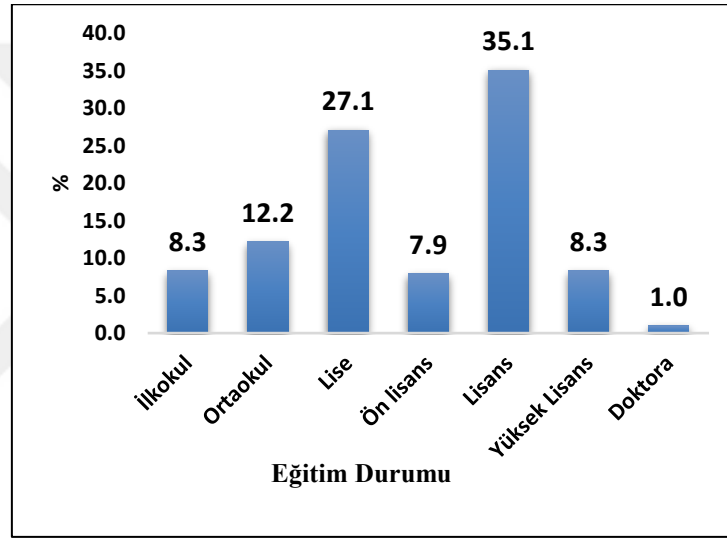
Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre dağılımı Tablo 15’te verilmiştir.

Tablo-15: Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılım

	Frekans	Yüzde (%)
İlkokul	43	8,3
Ortaokul	63	12,2
Lise	140	27,1
Ön Lisans	41	7,9
Lisans	181	35,1
Yüksek Lisans	43	8,3
Doktora	5	1
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 43’ü (% 8,3) ilkokul, 63’ü (% 12,2) ortaokul, 140’ı (% 27,1) lise, 41’i (% 7,9) ön lisans, 181’i (%35,1) lisans, 43’ü (%8,3) yüksek lisans, 5’i (%1) doktora eğitim düzeyine sahiptir.

Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre dağılıma bakıldığında; araştırmaya katılan müşterilerin %47,6'sı ilkokul, ortaokul ve lise, %52.3'ü ise lisans ve üzeri eğitim durumuna sahiptir. Doktora düzeyinde eğitim alan müşterilerin katılımı %1 gibi çok düşük düzeyde kalmıştır. Katılım bankaları akademik personeller üzerine yoğunlaşarak buradaki müşteri portföyünü artırabilir. Zira katılım bankaları, akademik personellere hitap eden ürün ve hizmetlerini gerek birebir anlatım ile gerekse reklam yoluyla bu kitleye ulaştırmaları halinde, akademi camiasındaki portföylerini artırabilirler.



Şekil-6: Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

3.5.1.5. Aylık Gelir Düzeyi Dağılımı

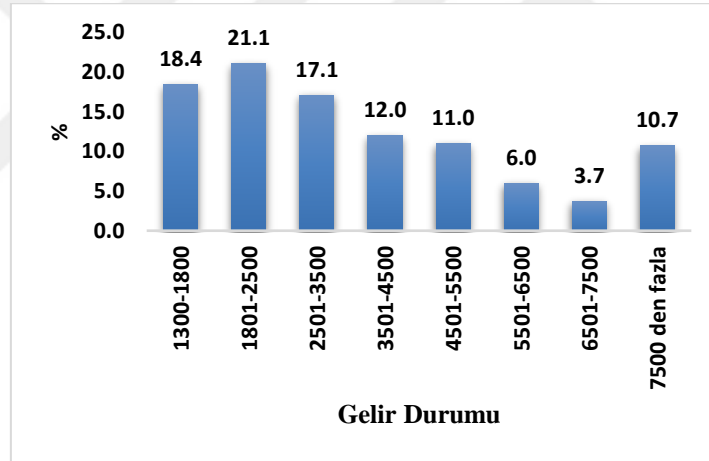
Örneklem grubunun gelir seviyelerine göre dağılımı Tablo 16'da verilmiştir.

Tablo-16: Örneklem Grubunu Gelir Seviyesine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
1300-1800 TL	95	18,4
1801-2500 TL	109	21,1
2501-3500 TL	88	17,1
3501-4500 TL	62	12,0
4501-5500 TL	57	11,0
5501-6500 TL	31	6,0
6501-7500 TL	19	3,7
7500 den fazla	55	10,7
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 95'i (% 18,4) 1300-1800 TL, 109'u (%21,1) 1801-2500 TL, 88'i (%17,1) 2501-3500 TL, 62'si (%12,0) 3501-4500 TL, 57'si (%11,0) 4501-5500 TL; 31'i (%6,0) 5501-6500 TL, 19'u (%3,7) 6501-7500 TL, 55'i (%10,7) 7500 TL'den fazla aylık gelir düzeyine sahiptir.

Örnekleme grubunun gelir seviyesine göre dağılımı incelendiğinde orta gelir düzeyine (2501-5501 TL) sahip müşteriler araştırmaya katılanların %40,1'ini oluşturmaktadır. Asgari ücret ve üstü (1300-2500 TL) ücret düzeyine sahip müşteriler ise araştırmaya katılanların %39,5'ini oluşturmaktadır. Bu iki sonuca bakılarak katılım bankalarının bireysel bankacılık alanında daha fazla faaliyet alanına sahip olduğu söylenebilir. Zira bu iki grup ücret düzeyi çalışan ve orta düzey yöneticilere ait ücret düzeyidir diyebiliriz.



Şekil-7: Örnekleme Grubunun Gelir Seviyelerine Göre Dağılımı

3.5.1.6. Müşteri Türü

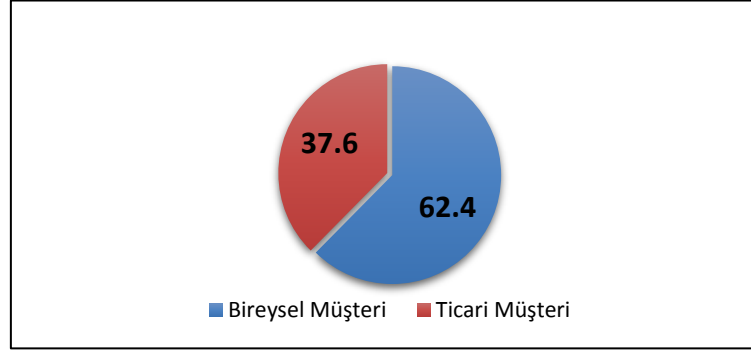
Örnekleme grubunun hangi müşteri türü olduklarına göre dağılımı 17'de verilmiştir.

Tablo-17: Örneklem Grubunun Müşteri Türü Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Bireysel müşteri	322	62,4
Ticari müşteri	194	37,6
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 322'si (% 62,4) bireysel müşteri, 194'ü (% 37,6) ticari müşteridir.

Örneklem grubunun müşteri türü dağılımına bakıldığında ticari müşterilerin tüm katılımcılar içindeki oranı %37,6 olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu oranlar ticari banka faaliyetlerinin diğer faaliyetlere göre 1/3 oranında olduğunu göstermektedir. Bu durum aslında katılım bankasının çoğu amacına uygunluğunun teyidi anlamı taşımaktadır. Zira Katılım bankalarının en önemli amacı reel ekonomiyi fonlayarak istihdama olumlu katkı sağlamaktır. Tüm bu amaçların gerçekleşmesi için, ülkemizde 40 yıllık geçmişe sahip olan katılım bankalarının ticari bankacılık alanında uzunca bir yol kat etmesi gerekmektedir. Katılım bankaları pazar payını artırmak için ticari bankacılık alanında daha iştahlı olmalıdırlar. Kamu katılım bankalarının açılması ile birlikte ticari bankacılık alanında, faizli bankalarla rekabet edilme durumu olumlu manada artış sağlayacaktır. Kamu katılım bankalarının ticari müşterilere ve ticari müşterilerin projelerine kaynak sağlama noktasında özel sermayeli katılım bankalarına göre daha iştahlı olacağı söylenebilir. Katılım bankaları müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi ile bireysel müşterilerini koruyarak, ticari müşteri kazanma noktasında ciddi adımlar atmaları gereklidir. Ticari müşterilerin sorunlarını çözecek ürün ve hizmet geliştirmeleri gereken katılım bankaları, ticari bankacılık ile ilgili ciddi adımlar atmalıdırlar. Ticari bankacılık alanında faaliyetlerini artırmak için ürün hizmetlerini, hizmet kalitesini, risk iştahlarını gözden geçirmeleri gerekmektedir denebilir.



Şekil-8: Örneklem Grubunun Müşteri Türü Dağılımı

3.5.1.7. Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişi

Örneklem grubunun katılım bankaları ve finans kurumları ile ilişkilerindeki toplam süreler gere dağılımı Tablo 18'de verilmiştir.

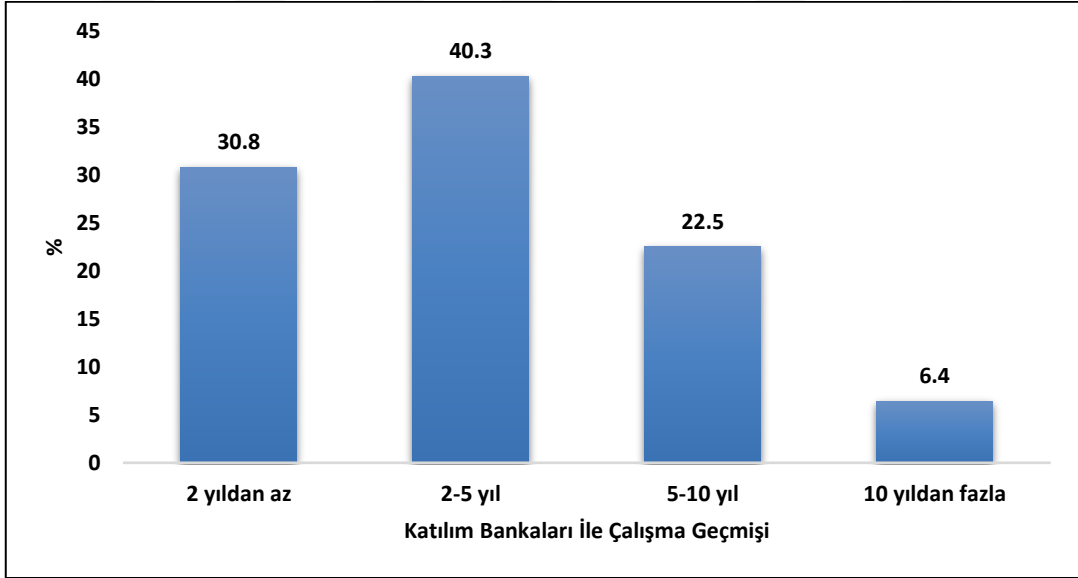
Tablo-18: Örneklem Grubunun Katılım Bankaları İlişkilerindeki Toplam Sürelere Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
2 yıldan az	159	30,8
2-5 yıl	208	40,3
5-10 yıl	116	22,5
10 yıldan fazla	33	6,4
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 159'unun (% 30,8) 2 yıldan az, 208'inin (% 40,3) 2-5 yıl, 116'sının (% 22,5) 5-10 yıl, 33'ünün (%6,4) 10 yıldan daha fazla süredir katılım bankaları ve finans kurumları ile ilişki içerisinde olduğu görülmektedir.

Örneklem grubunun katılım bankaları ilişkilerinde toplam süreler gere dağılımına bakıldığında 2-5 yıl arası çalışma geçmişine sahip katılımcıların oranı %71,1 olarak gerçekleşmiştir. Müşteri portföyünün çalışma geçmişinin kısa

olmasının nedeni olarak yapılanmanın çok yeni olmasından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Ülkemizde 40 yıllık geçmişe sahip olan katılım bankaları birçok Anadolu şehrinde yeni yeni şubeleşmeye başlamışlardır. 2-5 yıl arası çalışma geçmişine sahip olan müşteri sayısının fazla olmasının nedeni olarak , katılım bankalarının şube ağlarının az olması, geçmişte yaşanan olumsuz katılım bankacılığı tecrübeleri neticesinde müşterilerde oluşan ön yargılar ve birçok ilde yeni şubeleşmesi gibi nedenler gösterilebilir. Tüm bu nedenlere bakıldığında 2-5 yıl arası çalışanların oranının %71,1 gibi yüksek olması, müşterilerin katılım bankaları tercihinin ilerleyen yıllarda daha da artacağı kanaatini uyandırabilir. Katılım bankaları daha çok insan ulaşmak için daha çok şubeleşme yoluna gitmeli ve güçlü yönlerini müşteriler nezdinde ortaya çıkarmalıdır. Zira geçmişte yaşanan ve insanların hafızasındaki tazeliğini koruyan İhlas Finans, Yimpaş ve Bankasya vakalarının olumsuzlukları insanları katılım bankaları tercihinde 2 defa düşünmeye sevk etmektedir. Kamunun katılım bankacılığına girmesi tüm olumsuz durumları bir nebze de olsa hafifletecektir diyebiliriz.



Şekil-9: Örneklem Grubunun Katılım Bankaları İlişkilerindeki Toplam Sürelere Göre Dağılımı

3.5.1.8.En çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri

Örneklem grubunun en çok kullandıkları bankacılık ürünleri Tablo 19’da verilmiştir.

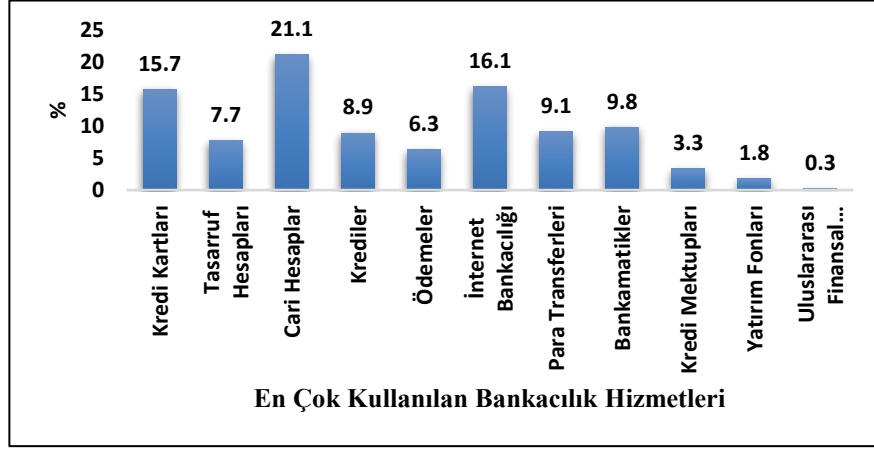
Tablo-19: Örneklem Grubunun En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri’ne Göre Dağılımı

En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri	Frekans	Yüzde(%)
Uluslararası Finansal Hizmetler	4	0,3
Yatırım Fonları	28	1,8
Kredi Mektupları	51	3,3
Ödemeler	98	6,3
Tasarruf Hesapları	119	7,7
Krediler	137	8,9
Para Transferleri	141	9,1
Bankamatikler	152	9,8
Kredi Kartları	243	15,7
İnternet Bankacılığı	249	16,1
Cari Hesaplar	326	21,1
Toplam	1548	100

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin en çok kullandıkları bankacılık ürünlerinden en fazla 3 adet seçim yapmaları gereken soruya 1548 adet cevap vermişlerdir. Buna Göre; 243 adet (%15,7) kredi kartları, 119 adet (%7,7) tasarruf hesapları, 326 adet (%21,1) cari hesaplar, 137 adet (%8,9) krediler 98 adet (%6,3) ödemeler, 249 adet(%16,1) internet bankacılığı, 141 adet (%9,1) para transferleri, 152 adet (%9,8) Bankamatikler, 51 adet (%3,3) kredi mektupları, 28 adet (%1,8) yatırım fonları, 4 adet (%0,3) uluslararası finansal hizmetleri kullanmaktadırlar. (Çoklu yanıt olduğundan cevap sayısı örneklem sayısını geçmektedir).

Örneklem grubunun en çok kullanılan bankacılık hizmetlerine göre dağılımına bakıldığında en çok tercih edilen ürün %21,1 ortalama ile cari hesaplar olmuştur. 2.

En çok tercih edilen ürün ise internet bankacılığıdır. Bu sonuçlara göre katılım bankaları müşterilerinin mevduatlarını cari hesaplarda tutarak internet bankacılığı ile işlemlerini yaptıkları sonucuna varabiliriz. Kredi kartlarının çok yoğun olarak kullanıldığı günümüzde, katılım bankaları müşterilerinin kredi kartı tercihinin 3. Sırada %15,7 ile gerçekleşmesi düşüktür diyebiliriz. Kredi kartı ürünü satışına önem verilmesi ve kredi kartları ile ilgili müşteri tercihinin sağlayacak kart özelliklerinin(Vade farksız taksit, taksit erteleme vb.) artırılması gerekmektedir. Daha çok ticari müşterilerin kullandığı kredi mektupları oranının %3.3 gibi düşük seviyede gerçekleşmesi, katılım bankalarının ticari müşteriler üzerinde ciddi çalışmalar yapması gerektiğini söyleyebiliriz. Ticari müşterilerin bankaya kazandırılmasında ürün hizmetlerin kalitesinin, özelliklerinin artırılması gereklidir diyebiliriz. Anket sonucuna göre ne çok tercih nedeninin 3 tanesinin “Samimi ve yardımsever personel”, “İnsana saygı ve hürmet” , “Müşteri hizmet kalitesi” çıkmıştır. Ticari müşteriler bankada işlerini bekletmeden çözecek personele ihtiyaç duymaktadırlar. Verilen hizmetin kaliteli olması, ticari müşterilerin işlerinin sorunsuz şekilde çözülmesi ticari müşteriler için bir tercih nedenidir. Ticari müşteriler için ödenen ücretlerden ziyade alınan hizmetin kalitesi önemlidir. Zira ankette en çok tercih nedenlerinden 16.sırada çıkan “Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri” bu kanıyı doğrular niteliktedir. %0,3 ile çok düşük düzeyde kullanılan “Uluslararası finansal hizmetler” ürünü için katılım bankaları, dış ticaret işlemleri gerçekleştiren müşteri portföyü edinmeleri gerekmektedir. Bu işlem için liman şehirlerinde şube ağlarının artırılması ve dış ticaret işlemlerinde uzman personelleri ile müşteri edinimi için müşterilere ziyaretler gerçekleştirmelidirler sonucuna varabiliriz.



Şekil-10: Örneklem Grubunun En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri'ne Göre Dağılımı

3.5.1.9. Banka Tercihi

Örneklem grubunun katılım ve klasik bankaları ile çalışma tercihlerine göre dağılımı Tablo 20'de verilmiştir.

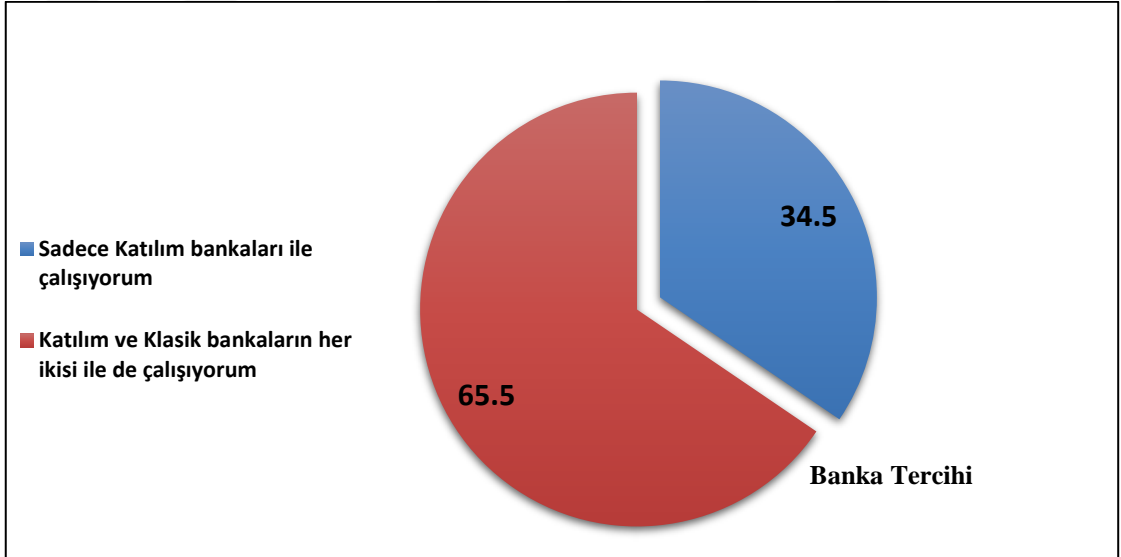
Tablo-20: Örneklem Grubunun Katılım ve Klasik Bankaları İle Çalışma Tercihlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde (%)
Sadece katılım bankaları ile çalışıyorum	178	34,5
Klasik bankalar ve katılım bankalarının her ikisiyle birlikte çalışıyorum	338	65,5
Toplam	516	100,0

Buna göre araştırmaya katılan banka müşterilerinin 178'i (% 34,5) Sadece katılım bankaları ile çalışıyorum, 338'i (% 65,5) Klasik bankalar ve katılım bankalarının her ikisiyle birlikte çalışıyorum cevabını vermiştir.

Örneklem grubunun katılım bankaları ile çalışma tercihlerine göre dağılımına bakıldığında "Klasik bankalar ve katılım bankalarının her ikisiyle birlikte çalışıyorum." cevabının veren katılımcıların oranı %65,5 olarak gerçekleşmiştir. Bu orana bakıldığında müşterilerin katılım bankalarının ürünlerini yetersiz bulduğundan

dolayısı diğerk bankaları da tercih ettikleri söylenebilir. Katılım bankalarının Pazar paylarının büyötmek için diğerk bankalarla çalışan müşterilerden pay alabilmeleri gerekmektedir. Müşterilerin diğerk bankaları tercih etmemesi için gerekli ürün ve hizmetleri piyasaya sunmaları gerekmektedir. Yine iki banka ile çalışmayı tercih eden müşterilerin neden böyle bir tercihinin olduğuna dair bir araştırma yapılarak bu gruptaki müşterilerden pay alınabilir. Öte yandan 40 yıllık geçmişe sahip olan ve birçok şehirde şubeleşme ağı diğerk bankalara göre daha az olan sektörle ilgili, %34,5 oranında “Sadece katılım bankaları ile çalışıyorum.” cevabını verenler bütün katılımcılar içinde 1/3 gibi yüksek bir orana sahiptir.



şekil-11: Örnekleme Grubunun Katılım ve Klasik Bankaları İle Çalışma Tercihlerine Göre Dağılımı

3.5.2. Katılımcıların Katılım bankalarını Tercih Nedenleri Algılarına İlişkin Görüşleriyle İlgili Bulgular ve Yorumlar

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algılarına İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri Tablo-21’de verilmiştir.

Tablo-21: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algılarına İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Maddeler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Hiçbir Fikrim Yok	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	\bar{X} Ort.	s.s.
Bilgili ve becerikli personel	f	8	26	50	161	271	4,28	0,94
	%	1,6	5,0	9,7	31,2	52,5		
Samimi ve yardımsever personel	f	9	11	36	142	318	4,45	0,85
	%	1,7	2,1	7,0	27,5	61,6		
Müşteri hizmet kalitesi(Hızlı, etkin ve hatasız servis)	f	8	19	51	156	282	4,33	0,90
	%	1,6	3,7	9,9	30,2	54,7		
Bankacılık imaj ve popülaritesi	f	13	21	100	189	193	4,02	0,97
	%	2,5	4,1	19,4	36,6	37,4		
Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı	f	4	19	60	194	239	4,25	0,85
	%	0,8	3,7	11,6	37,6	46,3		
Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi	f	13	22	76	132	273	4,22	1,01
	%	2,5	4,3	14,7	25,6	52,9		
İnsana saygı ve hürmet	f	9	15	43	134	315	4,42	0,89
	%	1,7	2,9	8,3	26,0	61,0		
Huzurlu çalışma ortamı	f	14	20	66	143	273	4,24	1,00
	%	2,7	3,9	12,8	27,7	52,9		
Uygunluk, rahat erişebilirlik(Örn:Araç park imkânları, konfor vs.)	f	54	70	104	131	157	3,52	1,32
	%	10,5	13,6	20,2	25,4	30,4		
Toplumsal katkıları (Bağış, burs, toplumsal projelere destek vs.)	f	38	48	173	128	128	3,50	1,17
	%	7,4	9,5	33,5	24,8	24,8		
Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri	f	26	49	103	188	150	3,75	1,12
	%	5,0	9,5	20,0	36,4	29,1		

Tablo-21(Devamı): Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algılarına İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Ev ve işyerine yakınlık	f	82	69	95	138	132	3,33	1,39
	%	15,9	13,4	18,4	26,7	25,6		
Sırdaş bankacılık	f	28	27	91	160	210	3,96	1,13
	%	5,4	5,2	17,6	31,0	40,7		
Başarılı bankacılık ve finans yönetimi	f	19	22	102	180	193	3,98	1,03
	%	3,7	4,3	19,8	34,9	37,4		
Ürün ve hizmet çeşitliliği	f	25	52	120	184	135	3,68	1,11
	%	4,8	10,1	23,3	35,7	26,2		
Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması	f	63	67	140	146	100	3,30	1,26
	%	12,2	13,0	27,1	28,3	19,4		
Cazip kredi ve ödeme imkânları	f	47	53	113	186	117	3,53	1,20
	%	9,1	10,3	21,9	36,0	22,7		
Kitlesel iletişim araçlarındaki reklamlar	f	67	69	149	134	97	3,24	1,26
	%	13,0	13,4	28,9	26,0	18,8		
Güvenilir arkadaşlarımla ya da çevremle tanıştıkları	f	43	30	91	158	194	3,83	1,22
	%	8,3	5,8	17,6	30,6	37,6		
Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar	f	34	42	104	162	174	3,78	1,18
	%	6,6	8,1	20,2	31,4	33,7		
Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi	f	19	19	55	117	306	4,30	1,044
	%	3,7	3,7	10,7	22,7	59,3		
Şube personeli ile yakın ilişkilerim	f	18	19	38	145	296	4,32	1,00
	%	3,5	3,7	7,4	28,1	57,4		
Arkadaş ve akraba çevremle etkisi	f	55	38	73	129	221	3,82	1,34
	%	10,7	7,4	14,1	25,0	42,8		
Genel Ortalama=3,91,								

Tablo-22: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algılarına İlişkin Ortalama Değerlerinin Büyükten Küçüğe Sıralanışı

	Maddeler	Ortalama \bar{X}
1	Samimi ve yardımsever personel	4,45
2	İnsana saygı ve hürmet	4,42
3	Müşteri hizmet kalitesi(Hızlı, etkin ve hatasız servis)	4,33
4	Şube personeli ile yakın ilişkilerim	4,32
5	Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi	4,30
6	Bilgili ve becerikli personel	4,28
7	Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı	4,25
8	Huzurlu çalışma ortamı	4,24
9	Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi	4,22
10	Bankacılık imaj ve popülaritesi	4,02
11	Başarılı bankacılık ve finans yönetimi	3,98
12	Sırdaş bankacılık	3,96
13	Güvenilir arkadaşlarının ya da çevremin tavsiyesi	3,83
14	Arkadaş ve akraba çevremin etkisi	3,82
15	Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar	3,78
16	Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri	3,75
17	Ürün ve hizmet çeşitliliği	3,68
18	Cazip kredi ve ödeme imkânları	3,53
19	Uygunluk, rahat erişebilirlik(Örn:Araç park imkânları, konfor vs.)	3,52
20	Toplumsal katkıları (Bağış, burs, toplumsal projelere destek vs.)	3,50
21	Ev ve işyerine yakınlık	3,33
22	Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması	3,30
23	Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar	3,24

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı incelendiğinde, müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerine ait algılarının yüksek düzeyde ($\bar{X} = 3,91$), olduğu belirlenmiştir. Müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri ait en yüksek algıdan en düşük algıya göre

sıralanışı; “Samimi ve yardımsever personel” ($\bar{X} = 4,45$), “İnsana saygı ve Hürmet” ($\bar{X} = 4,42$), “Müşteri hizmet kalitesi(Hızlı, etkin ve hatasız servis)” ($\bar{X} = 4,33$), “Şube personeli ile yakın ilişkilerin” ($\bar{X} = 4,32$), “ Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi” ($\bar{X} = 4,30$), “Bilgili ve becerikli personel” ($\bar{X} = 4,28$) “Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı” ($\bar{X} = 4,25$), “ Huzurlu çalışma ortamı” ($\bar{X} = 4,24$), “ Katılım bankası faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi” ($\bar{X} = 4,22$), “ Bankacılık imaj ve popülaritesi” ($\bar{X} = 4,02$), “ Başarılı bankacılık ve finans yönetimi” ($\bar{X} = 3,98$), “ Sırdaş bankacılık” ($\bar{X} = 3,96$), “ Güvenilir arkadaşlarımın ya da çevremın etkisi” ($\bar{X} = 3,83$), “ Arkadaş ve akraba çevremın etkisi” ($\bar{X} = 3,82$), “ Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkanlar” ($\bar{X} = 3,78$), “ Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri” ($\bar{X} = 3,75$), “ Ürün ve hizmet çeşitliliği” ($\bar{X} = 3,68$), “ Cazip kredi ve ödeme imkanları” ($\bar{X} = 3,53$), “ Uygunluk, rahat erişilebilirlik (Örn: Araç park imkanları, konfor)” ($\bar{X} = 3,52$), “ Toplumsal katkıları (Bağış, burs, toplumsal projelere destek” ($\bar{X} = 3,50$), “Ev ve işyerine yakınlık” ($\bar{X} = 3,33$), “Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması” ($\bar{X} = 3,30$), “ Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar” ($\bar{X} = 3,24$), maddeleri olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları Tablo-23’de verilmiştir.

Tablo-23: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Cinsiyetlerine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	t	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	Erkek	112	3,92	0,62	0,180	0,857
	Kadın	404	3,91	0,64		
*Sig. <0,05						

H_{1a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{1b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucuna göre $\text{sig} = 0.857 > 0,05$ olduğundan H_{1a} hipotezi kabul edilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının cinsiyetlerine göre %5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık göstermez.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedeni algı düzeylerinin müşteri türü değişkenine göre farklılaşma durumuna ait bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo-24’te verilmiştir.

Tablo-24: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Müşteri Türü Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Müşteri Türü	N	\bar{X}	Ss	T	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	Bireysel Müşteri	322	3,88	0,66	-1,454	0,147
	Ticari Müşteri	194	3,96	0,59		
*Sig.<0,05						

H_{2a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı müşteri türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{2b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı müşteri türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı müşteri türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucuna göre $\text{Sig.} = 0,147 > 0,05$ olduğundan H_{2a} hipotezi kabul edilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının müşteri türlerine göre %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık yoktur.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Banka Tercihine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları Tablo-25’te verilmiştir.

Tablo 25- Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Banka Tercihine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem T-testi Sonuçları

	Banka Tercihi	N	\bar{X}	ss	T	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	Sadece Katılım Bankaları ile çalışıyorum	178	4,06	0,64	3,909	0,000*
	Katılım ve Klasik Bankaların her ikisi ile de çalışıyorum	338	3,83	0,62		
*Sig.<0,05						

H_{3a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı banka tercihine göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{3b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı banka tercihine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı banka tercihine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucunda, müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının banka tercihine göre, gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu nedenle H_{3a} hipotezi reddedilir. (t=3,909 Sig. <0,05). banka tercihi sadece katılım bankaları ($\bar{X} = 4,06$) olanların katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının banka tercihi katılım ve klasik bankaların her ikisi de ($\bar{X} = 3,83$) olanlardan daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları Tablo-26'da verilmiştir.

Tablo-26: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Yaş	N	\bar{X}	Ss	F	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	18-25 yaş	59	3,82	0,72	0,763	0,550
	26-35 yaş	206	3,90	0,64		
	36-45 yaş	145	3,97	0,50		
	46-55 yaş	69	3,93	0,69		
	56 yaş ve üzeri	37	3,83	0,77		

H_{4a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{4b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda sig. = 0,550 > 0,05 olduğundan H_{4a} hipotezi kabul edilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının yaş değişkenine göre %5 önem seviyesinde farklılık göstermez.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları Tablo-27’da verilmiştir.

Tablo-27: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Medeni Durum	N	\bar{X}	Ss	F	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	Evli	361	3,91	1,64	0,011	0,989
	Bekar	136	3,91	1,64		
	Boşanmış	19	3,89	0,50		
*Sig.<0,05						

H_{5a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{5b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Sig. = 0,989 > 0,05 olduğundan H_{5a} hipotezi kabul edilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının medeni duruma göre %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık göstermez.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları Tablo-28’de verilmiştir.

Tablo-28: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	\bar{X}	ss	F	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	İlkokul	43	3,72	0,80	2,429	0,025*
	Ortaokul	63	3,96	0,64		
	Lise	140	3,95	0,61		
	Ön Lisans	41	4,11	0,52		
	Lisans	181	3,92	0,62		
	Yüksek Lisans	43	3,70	0,58		
	Doktora	5	3,67	0,84		
*Sig.<0,05						

H_{6a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{6b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre $p = 0,025 < 0,05$ olduğundan H_{6a} hipotezi reddedilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, eğitim durumuna göre %5 önem seviyesinde farklılık gösterir. Bu farklılıklar grupların ortalamalarına bakılarak da görülebilmektedir. Fakat gerçek farklılık ancak çoklu karşılaştırma testleri yapılarak belirlenebilir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğu belirlemek için post hoc çoklu karşılaştırma testlerinden faydalanılır.⁹⁸ Çoklu karşılaştırma testlerinden hangisinin tercih edilmesine karar vermek amacı ile homojenlik testi yapılır. Varyansların homojenliği testi sonuçları Tablo-29’da verilmiştir.

Tablo-29: Varyansların Homojenliği Testi Sonuçları

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,502	6	509	0,175

Tablo-29’da Levene istatistiği için $sig = 0,175 > 0,05$ olduğundan anakütle varyanslarının aynı olduğuna karar verilir. Bu durumda çoklu karşılaştırma için eşit varyans yaklaşımını kullanan Tukey veya Scheffe testlerinden biri kullanılır. Tablo-30’da Scheffe testi sonuçları verilmiştir.

⁹⁸ KARAGÖZ, Y. “Spss 21.1 uygulamalı Biyoistatistik tıp, Eczacılık, Diş Hekimliği ve Sağlık Bilimleri İçin” S.235

Tablo-30: Çoklu Karşılaştırma İçin Scheffe Testi Sonuçları

(I) Eğitim Durumunuz	(J) Eğitim Durumunuz	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
İlkokul	Ortaokul	-,23808	,12496	,057
	Lise	-,23069*	,11014	,037
	Ön Lisans	-,39269*	,13789	,005
	Lisans	-,20181	,10717	,060
	Yüksek Lisans	,02022	,13624	,882
	Doktora	,04570	,29849	,878
Ortaokul	İlkokul	,23808	,12496	,057
	Lise	,00738	,09584	,939
	Ön Lisan	-,15461	,12676	,223
	Lisans	,03627	,09241	,695
	Yüksek Lisans	,25830*	,12496	,039
	Doktora	,28378	,29351	,334
Lise	İlkokul	,23069*	,11014	,037
	Ortaokul	-,00738	,09584	,939
	Ön Lisan	-,16199	,11218	,149
	Lisans	,02888	,07110	,685
	Yüksek Lisans	,25092*	,11014	,023
	Doktora	,27640	,28752	,337
Ön Lisan	İlkokul	,39269*	,13789	,005
	Ortaokul	,15461	,12676	,223
	Lise	,16199	,11218	,149
	Lisans	,19087	,10926	,081
	Yüksek Lisans	,41291*	,13789	,003
	Doktora	,43839	,29925	,144
Lisans	İlkokul	,20181	,10717	,060
	Ortaokul	-,03627	,09241	,695
	Lise	-,02888	,07110	,685
	Ön Lisan	-,19087	,10926	,081
	Yüksek Lisans	,22203*	,10717	,039
	Doktora	,24751	,28639	,388
Yüksek Lisans	İlkokul	-,02022	,13624	,882
	Ortaokul	-,25830*	,12496	,039
	Lise	-,25092*	,11014	,023
	Ön Lisan	-,41291*	,13789	,003

Tablo-30 (Devamı): Çoklu Karşılaştırma İçin Scheffe Testi Sonuçları

	Lisans	-,22203*	,10717	,039
	Doktora	,02548	,29849	,932
Doktora	İlkokul	-,04570	,29849	,878
	Ortaokul	-,28378	,29351	,334
	Lise	-,27640	,28752	,337
	Ön Lisan	-,43839	,29925	,144
	Lisans	-,24751	,28639	,388
	Yüksek Lisans	-,02548	,29849	,932

Tablo-30’da hangi gruplar arasında farklılık olduğu görülmektedir. Burada ilkokul ile lise, ilkokul ile önlisans, ortaokul ile yüksek lisans, lise ile yüksek lisans, önlisans ile yüksek lisans grupları arasında %5 önem seviyesine göre anlamlı farklılık görülmektedir.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Aylık Gelir Düzeyi Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları Tablo-31’de verilmiştir.

Tablo-31: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Aylık Gelir Düzeyi Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Aylık Gelir Düzeyi	N	\bar{X}	ss	F	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	1300-1800 TL	95	3,82	0,76	0,771	0,611
	1801-2500 TL	109	3,96	0,64		
	2501-3500 TL	88	3,87	0,68		
	3501-4500 TL	62	3,97	0,50		
	4501-5500 TL	57	3,92	0,55		
	5501-6500 TL	31	3,88	0,58		
	6501-7500 TL	19	3,85	0,45		
	7500 den fazla	55	4,02	0,60		
*Sig.<0,05						

H_{7a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{7b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre Sig. = 0,611 > 0,05 olduğundan H_{7a} hipotezi kabul edilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, aylık gelir düzeyine göre %5 önem seviyesinde farklılık göstermez.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişiniz Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları Tablo-32’de verilmiştir.

Tablo 32: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişiniz Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	Katılım Bankaları ile Çalışma Geçmişiniz	N	\bar{X}	Ss	F	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	2 yıldan az	159	3,78	0,67	5,911	0,001
	2-5 yıl	208	3,89	0,62		
	5-10 yıl	116	4,08	0,55		
	10 yıldan fazla	33	4,08	0,65		
*Sig.<0,05						

H_{8a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme katılım bankaları ile çalışma geçmişiniz durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{8b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı katılım bankaları ile çalışma geçmişiniz göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı katılım bankaları ile çalışma yılı durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucuna göre Sig. = 0,001 < 0,05 olduğundan H_{8a} hipotezi reddedilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, katılım bankaları ile çalışma yılına göre %5

önem seviyesinde farklılık gösterir. Bu farklılıklar grupların ortalamalarına bakılarak da görülebilmektedir. Fakat gerçek farklılık ancak çoklu karşılaştırma testleri yapılarak belirlenebilir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğu belirlemek için post hoc çoklu karşılaştırma testlerinden faydalanılır. Çoklu karşılaştırma testlerinden hangisinin tercih edilmesine karar vermek amacı ile homojenlik testi yapılır. Varyansların homojenliği testi sonuçları Tablo-33’de verilmiştir.

Tablo-33: Varyansların Homojenliği Testi Sonuçları

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,700	7	508	,009

Tablo-33’de Levene istatistiği için $\text{sig} = 0,009 < 0,05$ olduğundan anakütle varyanslarının eşit olmadığına karar verilir. Bu durumda çoklu karşılaştırma için farklı varyans yaklaşımını kullanan Tamhane’s T2 testi kullanılır. Tablo-34’de Tamhane’s T2 testi sonuçları verilmiştir.

Tablo-34: Tamhane’s T2 Testi Sonuçları

(I) Katılım Bankaları ile çalışma geçmişiniz	(J) Katılım Bankaları ile çalışma geçmişiniz	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
2 Yıllan Az	2-5 Yıl	-,10205	,06616	,124
	5-10 Yıl	-,29796*	,07669	,000
	10 yıldan fazla	-,29306*	,12014	,015
2-5 Yıl	2 Yıllan Az	,10205	,06616	,124
	5-10 Yıl	-,19590*	,07278	,007
	10 yıldan fazla	-,19101	,11768	,105
5-10 Yıl	2 Yıllan Az	,29796*	,07669	,000
	2-5 Yıl	,19590*	,07278	,007
	10 yıldan fazla	,00490	,12391	,969
10 yıldan fazla	2 Yıllan Az	,29306*	,12014	,015
	2-5 Yıl	,19101	,11768	,105
	5-10 Yıl	-,00490	,12391	,969

Tablo-34’de hangi gruplar arasında farklılık olduğu görülmektedir. Burada çalışma yılı bakımından 2 yıldan az olanlar ile 5-10 yıl arası, 2 yıldan az olanlar ile 10 yıldan fazla olanlar, 2-5 yıl arası olanlar ile 5-10 yıl arası olan gruplar arasında %5 önem seviyesine göre anlamlı farklılık görülmektedir.

Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları Tablo-35’te verilmiştir.

Tablo-35: Katılımcıların Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

	En Çok Kullanılan Bankacılık Hizmetleri	N	\bar{X}	Ss	F	Sig.
Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni	Kredi Kartları	243	4,02	0,98	0,977	0,458
	Tasarruf Hesapları	119	3,68	1,15		
	Cari Hesaplar	326	3,98	0,78		
	Krediler	137	3,93	0,49		
	Ödemeler	98	3,81	0,58		
	İnternet Bankacılığı	249	4,01	0,51		
	Para Transferleri	141	3,91	0,58		
	Bankamatikler	152	3,85	0,69		
	Kredi Mektupları	51	3,91	0,63		
	Yatırım Fonları	28	3,94	0,87		
	Uluslararası Finansal Hizmetler	4	3,36	0,96		
*Sig. <0,05						

H_{9a}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri en çok kullanılan bankacılık hizmetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermez.

H_{9b}: Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı en çok kullanılan bankacılık hizmetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterir.

Katılımcıların müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı en çok kullanılan bankacılık hizmetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü anova testi sonucunda Sig.

=0,458 >0,05 olduğundan H_{9a} hipotezi kabul edilir. Yani müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının en çok kullanılan bankacılık hizmetlerine göre %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık göstermez.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Bankalar yurtiçi ve yurtdışından tedarik ettikleri fonları, belirli vadede ve belirli bir getiri karşılığında ihtiyaç sahibi kişi ve kurumlara kredi olarak kullandıran kurumlardır. Bu fonlarla reel ekonominin finanse ediliyor olması gerekirken, yasal bir zorunluluk olmadığından dolayı bu fonların hepsi reel ekonomiye kazandırılmamaktadır. Katılım bankaları kuruluş amaçları bakımından reel ekonomiyi direkt olarak finanse eden kurumlardır. Bu noktada katılım bankalarının bankacılık sektörü içindeki pazar paylarının artması gerekliliği kaçınılmaz bir gerçektir. Türkiye’de yaklaşık 40 yıllık bir geçmişe sahip olan katılım bankalarının payları %5 civarındadır. Pazar payının %5’te kalmış olması birçok nedene bağlanabilir. Buna karşılık katılım bankalarına karşı olan teveccühün kamu katılım bankalarının kurulması ile artacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde bankacılık sisteminin Dünya’da, Osmanlı’da ve Türkiye’deki gelişimi incelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde katılım bankacılığının ortaya çıkış nedenleri, katılım bankacılığının gelişimin önündeki problemler, katılım bankalarının güçlü ve zayıf yönleri, katılım bankalarının fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri ile Türkiye’de katılım bankacılığı konuları incelenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise katılım bankaları müşterilerini katılım bankalarını tercih etme sebepleri bir anket yöntemi ile araştırılmıştır.

Araştırmaya katılan müşterilerin %60’ı orta yaş (26-35 ile 36-45 yaş aralığı) grubunda %11,4’ü ise genç yaş(18-25 yaş arası) grubundadır. Bu sonuca göre katılım bankalarının müşterilerinin diğer yaş gruplarına oranla genç yaş grubunda daha az olduğunu söylenebilir. Katılım bankaları genç nüfusun çoğunlukta olduğu üniversitelerde yapacağı çalışmalar ve tanıtımlarla bu yaş grubundaki bilinirliğini artıracaktır.

Araştırmaya katılan müşterilerin %78,3’ü erkek, %21,7’si kadındır. Kadın katılanların oranı erken katılanlara oranla düşüktür. Katılım bankaları çıkardıkları ürün ve hizmetleri kadın müşterilerine çeşitli şekillerde anlatmaları durumunda kadın müşteri sayılarını artırabilir. Altın toplama günleri bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Ülkemizde yastık altı altın tasarrufların önemli bir kısmının kadın

müşterilerde bulunduğu tahmin edilmektedir. Bu alanda yapılacak çalışma ile yastık altı tasarruflar ekonomiye kazandırılırken, kadın müşterilerin katılım bankalarındaki sayılarını da arttırabilecektir.

Eğitim durumları incelendiğinde müşterilerin %20,5'i ilköğretim, %27,1'i lise, %7,9'u önlisans, %35,1'i lisans, %8,3'ü yüksek lisans, %1'i ise doktora eğitim düzeyindedir.

Müşterilerin aylık gelir düzeylerine verdiği cevaplara göre; orta gelir düzeyine (2501-5501 TL) sahip müşteriler araştırmaya katılanların %40,1'ini oluşturmaktadır. Asgari ücret ve üstü (1300-2500 TL) ücret düzeyine sahip müşteriler ise araştırmaya katılanların %39,5'ini oluşturmaktadır. Bankalar müşterilerini şüphesiz ki gelir düzeyine göre seçmezler. Katılım bankaları bütün gelir düzeyine sahip müşterilerinin kullanabileceği bankacılık ürün ve hizmetleri geliştirmeleri halinde müşteri portföylerinde bir artış olabilecektir.

Müşteri türü dağılımına göre araştırmaya katılan müşterilerin %62,4'ü bireysel, %37,6'sı ise ticari müşteridir. Ticari müşteri oranının tüm müşterilerin 1/3'i oranında çıkması katılım bankalarının kuruluş amaçlarından reel sektörün finanse edilmesi amacıyla paralel ilerlediği söylenebilir. Zira 40 yıllık geçmişe sahip katılım bankalarının, ticari müşteriler tarafından önemli sayılabilecek oranda tercih edildiğini gösterir. Kamu katılım bankalarının sektöre dâhil olması, ticari bankacılık alanında yeni atılımlar yapılabileceğini göstermektedir. Kamunun desteklediği katılım bankaları risk iştahı, kâr üretimi, ürün hizmet çeşitliliği noktasında sektöre dinamizm katacaktır. Katılım bankaları ticari müşteriler üzerinde derinleşmeleri sonucunda kârlılıklarını arttırabileceklerdir. Ayrıca risk iştahı ile ilgili olarak reel ekonominin fonlandığı katılım bankacılığı sisteminde katılım bankalarının riskleri diğer bankalara göre daha az olacağı söylenebilir.

Müşterilerin katılım bankaları ile çalışma geçmişlerine bakıldığında 2-5 yıl arası çalışma geçmişine sahip katılımcıların oranı %71,1 olarak gerçekleşmiştir. Müşteri portföyünün çalışma geçmişinin kısa olmasının nedenleri; yapılanmanın çok yeni olması, şube ağının zayıf olması, geçmişte yaşanan olumsuz katılım bankaları tecrübeleri olarak sıralanabilir.

Araştırmaya katılan müşterilerin en çok kullandığı 3 ürün; cari hesaplar, internet bankacılığı ve kredi kartları olmuştur. En az kullandıkları ürünler ise; kredi mektupları, yatırım fonları, uluslararası finansal hizmetlerdir. Bu duruma bakıldığında kredi mektuplarının az kullanılıyor olması, ticari müşteri oranının az olmasına bağlanabilir. Ticari müşteri portföyünün artırılması ile kredi mektuplarının oranının artacağı yorumu yapılabilir. Yatırım fonları hakkında yetersiz bilgilendirme olabileceği yorumu yapılabilir. Yatırım fonları ile hisse senetlerini karıştıran müşteriler tasarruflarını yatırım fonlarına yatırmak istemeyebilirler. Uluslararası ürün ve finansal hizmetlerin kullanım oranlarının artırılması ithalat-ihracat yapan müşteri portföyü ile doğrudan ilgilidir. Katılım bankaları ithalat-ihracat yapan firmalar üzerinde yapacakları çalışmalarla bu ürünlerin kullanımını arttırabilirler.

Banka tercihinin bakıldığında “Sadece katılım bankaları ile çalışıyorum” cevabını veren müşterilerin oranı %34,5 dir. Bu sonuç katılım bankalarının sadece kendileri ile değil konvansiyonel bankalarla da sıkı bir rekabete sürükleyeceğini göstermektedir. Katılımcıların %65,5’i ise “Klasik ve katılım bankalarının her ikisi ile de çalışıyorum” cevabını vermişlerdir. Bu durum katılım bankalarının ürün ve hizmet yelpazesini yeterli olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Katılım bankaları her ne kadar faizsizlik yöntemi ile çalışsalar da tüm sektörün ihtiyaçlarının karşılayabileceği ürünler geliştirmek zorundadırlar. Katılımcıların sadece %34,5’i “Katılım bankaları ile çalışıyorum” cevabını vermiştir. Bu grupta yer alan katılımcılar muhtemeldir ki dini hassasiyetlerin yönlendirmesi seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu seçeneğin en önemli beşinci faktör olması bu iddiayı kanıtlar niteliktedir.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre; müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri önem derecelerine göre şöyle sıralanmıştır: “Samimi ve yardımsever personel”, “İnsana saygı ve Hürmet”, “Müşteri hizmet kalitesi (Hızlı, etkin ve hatasız servis)”, “Şube personeli ile yakın ilişkilerin” , “ Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi” , “Bilgili ve becerikli personel” , “Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı” , “ Huzurlu çalışma ortamı” , “ Katılım bankası faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi” , “ Bankacılık imaj ve popülaritesi” , “ Başarılı bankacılık ve finans yönetimi” , “ Sırdaş bankacılık” , “ Güvenilir arkadaşlarımın ya

da çevremin etkisi” , “ Arkadaş ve akraba çevremin etkisi” , “ Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar” , “ Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri” , “ Ürün ve hizmet çeşitliliği” , “ Cazip kredi ve ödeme imkanları” , “ Uygunluk, rahat erişilebilirlik (Örn: Araç park imkanları, konfor)” , “ Toplumsal katkıları (Bağış, burs, toplumsal projelere destek” , “Ev ve işyerine yakınlık” , “Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması” , “ Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar”.

Anketin birinci ve ikinci bölümünün sağlamış olduğu veriler katılım bankalarının yapması gereken politikaları hakkında çok sınırlı bilgiler verebilir. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre katılım bankalarını tercih etme nedenlerinden en önemlisinin “Samimi ve yardımsever personel” olduğunu göstermektedir. Müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri arasında “İnsana saygı ve hürmet” seçeneği ankette ikinci önemli etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle katılım bankalarının portföylerindeki müşterileri ellerinde tutup, yeni müşteri kazanma noktasında bu iki seçeneğe odaklanmaları gerektiği söylenebilir. Ayrıca diğer seçenekler de incelendiğinde katılımcıların, aldıkları hizmetin kalitesini de önemsedikleri söylenebilir.

Katılımcıların şube personeli ile kurmuş oldukları arkadaşlık bağları da müşterileri, katılım bankalarının ürünlerini kullanmaya sevkettiği düşünülebilir. Bu nedenle katılım bankaları, personellerini müşteri ile ilişkiler noktasında daha ileri bir noktaya taşıyabilirse, müşteri memnuniyetini ve dolayısıyla müşteri sayısını arttıracakı söylenebilir.

Dini hassasiyetlerin yönlendirmesi, katılımcıların verdiği cevaplara göre en önemli faktör olmasa da en önemli 5 faktör arasında yer almıştır. Bu da gösteriyor ki katılım bankalarının kuruluş amaçları olan faizsiz bankacılık amacından hiçbir zaman taviz vermemeleri gerekiyor. Zira birçok müşterinin katılım bankaları tercihini dini duyguların yönlendirmesi ile yaptıkları söylenebilir.

Müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri önem derecesine göre sıralandığında en önemli nedenlerden çoğunluğunun doğrudan ve dolaylı olarak personel ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla; “Samimi ve yardımsever

personel”, “İnsana saygı ve hürmet”, “ Müşteri hizmet kalitesi (hızlı etkin ve hatasız servis), “ Şube personeli ile yakın ilişkilerim”, “Bilgili ve becerikli personel”, “ Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı” biçimindedir. Bu sonuçlara bakıldığında katılım bankaları personel seçimleri ile öne çıkıyor diyebiliriz. Bu durumun katılım bankaları için güçlü bir yön olduğunu söyleyebiliriz. Ülkemizdeki gelişimlerine bakıldığında katılım bankalarının alması gereken uzun bir yol vardır. Diğer bankalarla rekabette personel seçimine ve personel eğitimine önem veren katılım bankaları bu alanda yapacağı hamlelerle avantaj sağlayabilirler. Personel seçiminde insana değer veren, saygılı ve yardımsever kişilerin seçilmesi bu güçlü yönün daha da güçlendirilmesini sağlayabilir. Bu durum, personelin kurumunda duyduğu memnuniyetin müşteriye aktarması şeklinde de yorumlanabilir. Personelin kuruma olan bağlılığı ne kadar fazla olursa, müşteri ile ilişkilerine o derece önem vereceği söylenebilir. Bu nedenle katılım bankaları, personelleri ile kazandıkları bu avantajlı durumu sürdürmek adına personellerine verdikleri özlük ve yan haklarda iyileştirmeler ya da personelin kuruma bağlılığını artıracak işlemler yapmalıdır.

“Güvenilir arkadaşlarımın ya da çevremın etkisi” ve “Arkadaş ve akraba çevremın etkisi” maddeleri önem derecesine göre 13. ve 14.sırada yer almıştır. Bu sonuca göre müşteriler aldıkları hizmetlerden duydukları memnuniyetleri kısmen veya tamamen yakın çevrelerine aktarmaktadırlar denilebilir. Bu nedenle müşterilere verilen hizmet kalitesinin ve ürün çeşitliliğinin artırılması, katılım bankaları ile çalışan müşterilerin bankayı yakınlarına önerebileceğini göstermektedir.

Ürün ve hizmetlerin cazipliği ile ilgili olan ve önem derecesine göre sıralandığında 15.sırada yer alan “Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar”, 16.sırada yer alan “Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri”, 17.sırada yer alan “Ürün ve hizmet çeşitliliği”, 18.sırada yer alan “Cazip kredi ve ödeme imkânları”, seçeneklerinin son sıralarda çıkması katılım bankaları tarafından sorgulanmalıdır. Katılım bankaları diğer bankalarla rekabette avantaj elde etmek için bu tercih nedenleri üzerinde çalışma yapabilirler. Yaklaşık %5 olan pazar paylarını arttırmak için yaklaşık %95 pazar payına sahip olan diğer bankaların sağlamadığı ürün hizmetler alanında çalışma yapmak, müşterilere cazip ve tercih nedeni

olabilecek ürünleri pazara sunmaları gerekebileceği üzerinde durulabilir. Katılım bankalarının iyi durumda olduğu “Aktın Toplam Günleri” bu duruma örnek verilebilir. Bunun gibi ürünlerin çeşitlendirilmesi ve cazip hale getirilmesi katılım bankalarına müşteri kazanımı noktasında avantaj sağlayabilir.

“Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması” seçeneğinin önem derecesine göre 22.sırada çıkması katılım bankalarını tercih eden müşteriler için yüksek kâr dağıtımının çok önemli olmadığı anlaşılmaktadır. Bu da faiz hassasiyeti olan müşterilerin daha yüksek kâr payı beklentisi olmadığı şeklinde düşünülebilir. Ancak katılım bankaları daha çok müşteriye ulaşmak için faiz hassasiyeti olmayan müşterilere de ihtiyacı vardır. Zira diğer bankalarda faizli hesaplarda mevduatı olan müşterilerin bankaya kazandırılması noktasında müşteriye dağıtılan kâr paylarının müşteri lehine yükseltilmesi önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Katılım bankalarına avantaj sağlayabilecek ürünlerin üretimi ve piyasaya sunulması kadar reklamlarının yapılması da önemlidir. Çalışmada önem derecesine göre son sırada “Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar” seçeneği tercih nedeni olarak bulunmuştur. Bu durum, reklamın hiç önemli olmadığı anlamı taşımamalıdır. Gazete, radyo ve televizyonlardaki banka reklamlarına bakıldığında katılım bankalarının reklamları diğer banka reklamlarına oranla yok denecek kadar azdır. Katılım bankaları cazip ürün ve hizmetlerini kitlesele iletişim araçlarında yapacakları reklamlarla tanıtılmaları durumunda, ürün ve hizmet satış rakamlarında artış sağlayabilir. Ayrıca katılım bankaları, geleceğin büyükleri olacak çocuklar için kumbara ve kitap gibi hediyeler vererek kendileri için uzun vadede avantaj sağlayabilirler.

KAYNAKÇA

I. MÜRACAAT ESERLER

5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 3.

5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, Madde 3f.

AKÇAKOCA, Engin; “Bankacılık Sektörü (Soru-Cevap)” İktisat Dergisi, 2001, Sayı: 413, Kasım.

AKGÜÇ, Öztin; “100 Soruda Türkiye’de Bankacılık” Gerçek Yayınevi, İstanbul. S.124,125.

AKGÜÇ, Öztin; “Cumhuriyet Dönemi’nde Bankacılık Alanında Kurumsal Gelişmeler, Banka ve Ekonomik Yorumlar.” Ahmet Sait Matbaası, İstanbul, 1974.

AKIN, Cihangir; “Faizsiz bankacılık Ve Kalkınma” Kayıhan Yayınevi Umumi Neşriyatı no:21 İlmi Araştırmalar Serisi no:1 İstanbul, 1988, S.4.

Al-i İmran,3/130.

ALPER, C. Emre, BERUMENT, M.Hakan ve MALATYALI, N. Kamuran ; “Enflasyonla Mücadele Programı ve Türk Bankacılık Sektörünün Yapısı,” Active, Bankacılık ve Finans Dergisi, 2001, Yıl: 3, Sayı: 17, Mart-Nisan.

APAK, Sudi; “Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu ve Fondaki Bankalar” MUFAD Dergisi, 2001, Sayı: 11, Temmuz.

AYUP Muhammad; “Understanding Islamic Finance,” John Wiley& Sons, West Sussex-UK,2007, s.112.

AYUP, Muhammad; “Understanding Islamic Finance,” Jonh Wiley& West Sussex-UK, 2007, s. 423.

BADAWİ, Abdullah Ahmad; “Islamic Financial Services Industry Development: Ten Year Framework and strategies,” IFSB-IRTI Research May 2007, S.34.

BAKAN, Sumru; “Osmanlı’dan Günümüze Türk Bankacılık Kesimi,” İktisat Dergisi, Sayı: 417, 2001 Eylül.

Bakara,2/275.

Bakara,2/276.

Bakara,2/278.

Bankacılar Dergisi, 2002, Sayı: 42.

BDDK Yönetmeliği, Resmi Gazete 01.11.2006,

BOLGÜN, Kaan Evren; “ *Ticari Bankalarda Riske Maruz Değer (Value at Risk) Yöntemi İle Ölçümlenen Piyasa Riskinin Banka Stratejilerine Katkısı*”, İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Yıl: 17, Sayı: 191, 2002 Şubat.

BULUT, Halil İbrahim; “*Finansal Yenilik ve Açılımları İle Katılım Bankacılığı*,” Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayınları, İstanbul, 2005, s.234.

CANSIZLAR, Doğan; “*Bankacılık ve Sermaye Piyasası*,” İktisat Dergisi, Sayı: 417, 2001 Eylül.

COŞKUN, M. Necat; “Gelişmekte Olan Ekonomilerde Bankacılık Krizleri,” 2001, GÜ. İİBF. Dergisi, 2.

ÇİVİ, Halil ; “*Türkiye’de Bankacılık Teori Uygulama ve Sonuçları*” Ankara Cumhuriyet Üniversitesi Yardımcı Ders Kitabı, Yayın No:1 , 1985, s.19.

DEMİR, Osman; “*2000 Yılı Sonunda Yaşanan Finansal Kriz ve Uygulanan İstikrar Programı Üzerine Düşünceler*” , İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Sayı: 172, 2000 Temmuz.

DURMUŞ, Abdullah; “*Modern Bir Finansal Araç Olarak Sukuk ve Fıkhi Açından Tahli*”, İslam Hukuk Araştırmaları Dergisi, Sayı:16, 2010, s.143

ECHCHABİ, Abdelghani; AZİZ, Hassanuddeen A.; “ *Empirical Investigation of Customers Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco*”, Middle-East Journal of Scientific Research, 2012, vol.12 s.6.

GAİT, Alsadek H.; WORTHINGTON, Andrew C.; ,” *Attitudes, Perceptions and Motivations of Libyan Retail Consumers Toward Islamic Methods of Finance*”, Asian Finance Association International Conference , University of Queensland, St Lucia, Australia, 2009. S.12.

GEYLAN, Ramazan; “*Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticari Bankalarının Temel Sorunları*” Eskişehir Anadolu Üniversitesi yayınları, Yayın No: 86, İİBF Yayınları No:22, 1985, s.7.

IMKB, “*Osmanlıdan Günümüze Türk Finans Tarihi. Kuruluştan Cumhuriyete*” 1.cilt,1999 İstanbul.

Islamic Financial Services Board (IFSB) , “*Islamic Financial Services Endustry Stability Report*”, 2013.

İktisat Dergisi, “*Bankacılık Kesimi Kriz Nedeni Mi?*”, 2001, Sayı: 410-411, Mart.

İktisat Dergisi, “*Bankacılık Sektörü, BDDK ve Fon Bankaları*”, 2001, Sayı: 417, Eylül.

İktisat Dergisi, “*Yasal Değişiklikler; Finansal Pazarlara Olası Etkileri*” , 2003, Sayı: 435, Mart.

İmam Nevevi; “*Riyazus Salihin*” Çelik Yayınevi, s. 820

İSO Dergisi, “*Türkiye’de Bankacılık Bunalımı*”, 2001, Sayı: 421.

KARABULUT, Gökhan; “*Türk Bankacılık Sisteminde Yeniden Yapılanma*”, İktisat Dergisi, Sayı: 417, 2003 Mart.

KARACABEY, Ali Argun; “*Türk Bankalarındaki Üretim Değişiklikleri ve Nedenleri*”, İktisat, İşletme ve Finans Dergisi, Yıl: 17, Sayı: 191, . 2002 Şubat.

KESKİN, Ekrem; “*1999 Yılında Türk Bankacılık Sistemindeki Gelişmeler*” , Bankacılar Dergisi, Sayı: 33, 2000 Haziran.

KHAN, Mohammad S.N.; HASSAN, M. Kabir; SHADİD, Abdullah I.; “*Banking Behavior of Islamic Bank Customers in Bangladesh*”, Journal of Islamic Economics, Banking and Finance, July-December 2007. Vol. 3, N.2, s. 177

Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., “*Sağlam Bankacılık Modeli İle Katılım Bankacılığına Giriş*,” İstanbul, 2012, s.163.

KÜÇÜKKOCAOĞLU, Giray; “*İslami Bankalar ve İslami Finans Kurumları Çalışma Notları*,” 2005, s.24-25.

LOQMAN, Muhammad; “*İslamic Banking and Business Laws With Economic Development*”, İslam and Development in Asia, İnstitute of İslamic Understanding Malaysia, Kuala Lumpur, 1998, s.39.

MARİMUTHU, Maran et al; “*Islamic Banking Selection Criteria and Implications*”, Global Journals of Human Social Science, September 2010, vol. 10, I. 4, S. 55-58.

MİLLAR, Roderick; “*İslamic Finans: A Guide for International Business and Investment, GMB Publishing*”, London-UK, 2008 s.129-131.

MUMU, Farjana; GUOZHO, Jia ; “*Why Do Pakistani Customers Patronize Islamic Banks; An Empricial Analysis*”, World Academy of Science, Engineering and technology, July 2012, vol:6. S. 1207-1208.

Nisa, 4/160,161.

OKSAY Serhan; “*Türk Bankacılık Sisteminin Gelişiminin, Dünya Bankacılık Sistemindeki Gelişmelere Işığında Değerlendirilmesi ve Günümüzde Yaşanan Yapısal Sorunların Tespiti:1908-1980 Dönemi*” Banka Mali ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Sayı 1, Ocak 2003, s.48.

OKUMUŞ, H. Şaduman; ” *Interest-Free Banking in Turkey: A Study of Customer Satisfaction and Bank Selection Criteria*”, Journal of Economic Cooperation, 2005 vol.26, N.4. s.68.

ÖNDER, İzzettin; “*90’lı Yıllarda Türkiye, Körfez, 94 ve Asya Krizleri*” , İktisat Dergisi, Sayı: 387, 1999 Şubat-Mart.

ÖZDEMİR, Süleyman; “*Sebahattin Zaim, İslam Ve Ekonomi Sempozyumu II-III. Tebliğler Kitabı,*” İkder Yayın no:4 İstanbul 2012, s.115-117.

ÖZSOY, İsmail; “*Faiz ve Problemleri*” Nil Yayınları İzmir, 1993, s. 59

ÖZSOY, İsmail; GÖRMEZ, Birol; MEKİK Seden; “*Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Amprik Bir Tetkik,*” Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Manisa, 2013 s. 187,206.

PARASIZ, İlker; “*Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*” Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, 2007, s. 17.

PASHA, Ahmad Tisman; “*Tekafül Business Models; A Review. A Comparison,*” Journal of Business Management Dynamics, Vol.3, October2013, s. 25.

Pricewaterhouse Coopers (PWC), “*Islamic Finance Creating Value*”. 2012, Thomson Reuters, “*State of Global Islamic Economy*” ,2013 Report.

RASHWAN, Mohammed H; “*How Did Listed Islamic and Traditional Banks Perform: Pre and Post the 2008 Financial Crisis , Journal of Applied Finance and Banking*” Vol 2 No:2.pp. 2012.

Rum, 30/39.

SIDDIKİ, Muhammed Necatullah ; “*İslam Ekonomi Düşüncesi*” İstanbul, s.104

SUBHANİ, Muhammad I. ; “ *Consumer Criteria fort the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*” International Research Journalof Finance and Economics, July 2012, Issue 94. S. 118.

TABAKOĞLU, Ahmet ; “*Türk İktisat Tarihi*” Gözden Geçirilmiş 7. Baskı. İstanbul, Dergah Yayınları.2005.s.318.

TOK, Ahmet; “*İslami Finans Sistemi Çerçevesinde Sukuk(İslami tahvil) Uygulamaları, Katılım Bankaları ve Türkiye Açısından Değerlendirmeler,*” Sermaye Piyasası Kurulu, Hukuk İşleri Dairesi Yeterlilik Etüdü, Ankara, Haziran 2009, s.8.

TUNÇ, Hüseyin; “*Katılım Bankacılığı Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*” Nesil Yayınları, İstanbul, 2010 s.158.

TUNÇ, Hüseyin; “*Katılım Bankacılığı; Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*” Nesil yayınları, İstanbul,2010, s.122.

Türkiye Bankalar Birliği, “*50. Yılında Türkiye bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık,1958-2007*” İstanbul, Kasım 2008. S.14

Türkiye Katılım Bankaları Birliği, “*Dünya’da ve Türkiye’de Faizsiz Bankacılık,*” İstanbul, 2005, s. 29

URGANCI, Hikmet; “*Para ve Banka*” Önder Mat. Yay. Adana, 1982. S.50-51.

WILSON, R; “*Islamic Capital Markets: The Role of Sukuk*” , QFinans Article. 2014.

YAKAR, Soner; KANDIR, Yılmaz; ÖNAL; Yıldırım Beyazıt, “Yeni Bir Finansman Aracı Olarak Sukuk-Kira Sertifikası ve Vergisela Boyutunun İncelenmesi,” Bankacılar Dergisi, 2013, Sayı:84 s.77

YILMAZ, Erdal; “Yeni Bir Finansal Araç Olarak Sukuk: Çeşitleri, Türkiye Uygulaması ve Vergilendirilmesi” Muhasebe ve Finansman Dergisi, Ocak 2014, s.82.

YILMAZ, Osman Nihat ; “Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı” TKBB Yayını, Antalya, 2010. s.14.

ZEYTİNOĞLU, Erol; “İslam’da ve Diğer Sistemlerde Faiz, Para, Faiz ve İslam Tartışmalı İlmi Toplantılar Dizisi” İlmi Neşriyat A.Ş.,İstanbul,1999,s.92

II. ARAŞTIRMA ESERLER

ALTANER, Serkan; “Türkiye’de Özel Finans Kurumlarının Bankacılık Sektörü İçindeki Yeri” Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul,2002

ASLAN, Hakan; “Alternatif Bir Yatırım Ve Finansman Aracı Olarak Sukuk: Yapısı, İşleyişi ve Türkiye Piyasası İçin Öneriler,” Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Finansal Piyasalar ve Yatırım Yönetimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul,2012,s.59.

BUDUR, Erdem; “ Türkiye’de Özel Finans Kurumlarının Yeniden Yapılandırılması” Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2003, s.112.

COŞKUN, Alper; “Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yeri ve Önemi” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi,2008

DARÇIN, Ahmet Cüneyt; “Özel Finans Kurumlarının Katılım Bankalarına Dönüşümünün Sebepleri ve Sonuçları” Yüksek Lisan Tezi, Ankara: Atılım Üniversitesi, 2007

DOĞAN, Sibel; “*Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği*” Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş: Sütçü İmam Üniversitesi,2008

ERDOĞAN, Doğa; “*Katılım Bankacılığı ve Türk Ekonomisine Etkileri*” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi, 2011.

ERDOĞAN, Doğa; “*Katılım Bankacılığı Ve Türk Ekonomisine Katkıları, Marmara Üniversitesi*” Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Bankacılık Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2011, s.41.

EROL, Hayriye Meltem ; “*Dünya’da ve Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Türkiye’de Kamu Bankalarının Yeniden Yapılandırılması*” Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2006, s.10.

GÜRTUNA, Seher Melda; “*Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Reel Kesime Etkisi*” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2015.

HANCI, Melahat; “*Katılım Bankalarında Sigortacılık İşlemleri ve Uygulamalar*” Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya 2007,

HAZIROĞLU, Temel; “*Katılım Ekonomisi ve Katılım Bankacılığı*” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, 2015.

KAYA, Ömer; “*Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Türk Bankacılık Sistemi İçerisindeki Etkinliğinin Araştırılması*” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2010

KAYA, Raci; “*Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih Nedenleri ve Bir Araştırma*” Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul , 2013,

KILINÇ, Ömer Faruk; “*Türkiye’de Katılım ve Müşteri Tercih Kriterleri Üzerine Bir araştırma: Isparta İli Örneği*” Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2014 s.43.

ÖZKAN, Metin; *“Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Krizler Sonrası Rekabet Yapısı”* Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi, 2011.

ÖZTÜRK, Funda; *“Yeni Bir Sermaye Piyasası Aracı Sukuk”* Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Bankacılık Anabilim Dalı, İstanbul, 2013, s

SARI, Salim Sercan; *“Alternatif Bir Finansman Aracı: Sukuk”* Yüksek Lisans Tezi Erzincan: Erzincan üniversitesi, 2014

ŞAHİN, Ekrem; *“Türkiye’de Dünyanın Bugüne Katılım Bankaları”* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi, 2007.

ŞEN, Sedat; *“Türk Bankacılık Sistemi İçerisinde Katılım Bankalarının Yapısal Analizi”* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2011

TUHAN, Ahmet; *“Katılım bankacılığı ve Türkiye’de ki uygulamaları”* Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilecik, 2014, s.65.

TÜRMENOĞLU, Rüveyde Ebru; *“Katılım Bankacılığı ve Türkiye’deki Finansal Yapı”* Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi, 2007

USLUCAN, Emre; *“Katılım Bankalarında Bireysel Pazarlamam Faaliyetleri ve Tüketicilerin Katılım Bankaları Tercihinde Etkili Olan Faaliyetler”* Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Atılım Üniversitesi, 2013.

USTAOĞLU, Didar; *“Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri Ve Önemi”* Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Aydın , 2014, s.51.

USTAOĞLU, Didar; *“Türkiye’de Katılım Bankacılığı, Sektördeki Yeri ve Önemi”* Yüksek Lisans Tezi; Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, 2014.

YILMAZ, Hatice Nermin; *“Türkiye’de Katılım Bankaları Alanında Yaşanan Gelişmeler ve Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyeti: Türkiye Finans Katılım Bankası Örneği”* Yüksek Lisans Tezi, Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, 2010.

III. İNTERNET KAYNAKLARI

http://bigpara.hurriyet.com.tr/faiz/haber/kar-payi-ile-faiz-arasindaki-fark-nedir_ID1425961/ (05.04.2017)

<http://blog.milliyet.com.tr/vadeli-mevduat-ne-demektir/Blog/?BlogNo=372434>
(05.04.2017)

<http://ekonomikcozum.com/koseyaz/kosehas/paranin-tarihcesi-ve-ilk-banka.htm>
(15.04.2017)

<http://islamekonomisi.org/katilim-bankasi-nedir-nasil-calisir-kurulus-amaci-nedir/>
(05.04.2017)

http://www.ehli-beyt.net/forum-oku-2371-faizin_tanimi_ve_cesitleri_nedir.html,
(26.01.2017)

<http://fatihiraz.net/2008/06/17/faiz-ve-kar-karsilastirmasi/>, (14.01.2017)

<http://www.bankasya.com.tr> (13.03.2016)

<http://www.kuveytturk.com.tr> (13.03.2016)

<http://www.turkiyefinans.com.tr> (13.03.2016)

<http://www.vakifkatilim.com.tr>(13.03.2016)

<http://www.ziraatkatilim.com.tr> (13.03.2016)

<http://www.spk.gov.tr>(16.04.2016)

<http://www.tkbb.org.tr> (02.06.2016)

www.katilimdunyasi.com.tr (15.07.2016)

<http://dergi.altinoluk.com//index.php?> (24.08.2016)

<http://www.ifk.com.tr/detay.asp?ContentID=643>(18.09.2016)

<http://www.makalem.com>(18.09.2016)

<http://www.maliyeokulu.org.tr>. (18.12.2016)

<http://www.tbb.org.tr> 05.01.2017

<http://www.hazine.gov.tr> (18.01.2017)

<http://www.mevzuatdergisi.com/2010/07a/01.htm>, (20.01.2017)

library.cu.edu.tr/tezler/7839.pdf,(25.01.2017)

<http://www.tmsf.org.tr> (13.02.2017)

<http://www.tcmb.gov.tr>(05.03.2017)

http://www.siddiqi.com/mns/Role_of_Shariah_Experts.htm(08.03.2017)

<http://sozluk.ihya.org/dini-terimler/selem.html> (10.03.2017)

<http://www.wikipedia.org>(15.03.2017)

<http://www.islamkultur.com/sorularla-cevabi-814.html> (16.03.2017)

<http://www.katilimbancaciligi.com/teverruk-nedir/> (16.03.2017)

<http://www.obmuze.com/#kronolojik>, (16.03.2017)

www.katilimemeklilik.com.tr (12.04.2017)

www.vakifemeklilik.com.tr (12.04.2017)

<http://www.yatirimyapiyorum.gov.tr> (28.04.2017)

http://www.metalurji.org.tr/dergi/dergi141/d141_1217.pdf(10.04.2017)

Ek 1: ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu anket formu, Doç.Dr. Selahattin YAVUZ danışmanlığında Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından yürütmekte olduğum “Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği” İsimli yüksek lisans tezim ile ilgilidir. Anketten elde edilen bilgiler tamamen gizli tutulacaktır. Elde edilecek verilerin analiz sonuçları genel durumu yansıtacak olup, banka ve şahıs adı kullanılmayacaktır. Samimi cevaplarınız ve yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim. Saygılarımızla.

Murat TÖRENEK

A) Müşteri İle İlgili Bilgiler:

Yaşınız: a)18-25 arası b) 26-35 arası c) 36-45 arası d)46-55 arası
e)56'dan fazla

Cinsiyetiniz: a)Kadın b)Erkek

Medeni Durumunuz: a) Evli b)Bekar c)Boşanmış

Eğitim Durumunuz: a) İlkokul b)Ortaokul c)Lise d)Ön Lisan
e)Lisans f)Yüksek Lisans g) Doktora

Aylık Gelir Düzeyiniz: a)1300-1800TL b)1801-2500TL c)2501-3500TL
d) 3501-4500TL d) 4501-5500TL d) 5501-6500TL d) 6501-7500TL
d) 7500'den fazla

Müşteri Türü: a)Bireysel Müşteri b)Ticari Müşteri

Katılım Bankaları ile çalışma geçmişiniz: a)2 Yıldan Az b) 2-5 Yıl c) 5-10 Yıl
d)10 yıldan fazla

En çok kullandığınız bankacılık hizmetleri(en fazla 3 tane işaretleyiniz):

a) Kredi Kartları b)Tasarruf Hesapları c)Cari Hesaplar ... d)Krediler ... e)Ödemeler
f) İnternet Bankacılığı ... g) Para Transferleri ... h) Bankamatikler...
k)Kredi Mektupları m)Yatırım Fonları n)Uluslararası Finansal Hizmetler

Banka Tercihiniz: a)Sadece Katılım Bankaları ile çalışıyorum.

b)Katılım ve Klasik Bankaların her ikisi ile de çalışıyorum.

B)Katılım Bankalarımı Tercih Nedenleri:

Bir bankayı tercih etmedeki faktörler aşağıda sıralanmıştır. Katılım bankasını tercih etmenizdeki etkili olan unsurları göz önüne alarak değerlendirmenizi yapınız. Düşüncenizi ifade eden rakamı X ile işaretleyiniz.

**1=Kesinlikle Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Hiçbir Fikrim Yok;
4=Katılıyorum 5=Kesinlikle Katılıyorum**

1	Bilgili ve becerikli personel	1	2	3	4	5
2	Samimi ve yardımsever personel	1	2	3	4	5
3	Müşteri hizmet kalitesi(Hızlı, etkin ve hatasız servis)	1	2	3	4	5
4	Bankacılık imaj ve popülaritesi	1	2	3	4	5
5	Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı	1	2	3	4	5
6	Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi	1	2	3	4	5
7	İnsana saygı ve hürmet	1	2	3	4	5
8	Huzurlu çalışma ortamı	1	2	3	4	5
9	Uygunluk, rahat erişebilirlik(Örn:Araç park imkânları, konfor vs.)	1	2	3	4	5
10	Toplumsal katkıları (Bağış, burs, toplumsal projelere destek vs.)	1	2	3	4	5
11	Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri	1	2	3	4	5
12	Ev ve işyerine yakınlık	1	2	3	4	5
13	Sırdaş bankacılık	1	2	3	4	5
14	Başarılı bankacılık ve finans yönetimi	1	2	3	4	5
15	Ürün ve hizmet çeşitliliği	1	2	3	4	5
16	Nispeten daha yüksek kar payı dağıtması	1	2	3	4	5
17	Cazip kredi ve ödeme imkânları	1	2	3	4	5
18	Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar	1	2	3	4	5
19	Güvenilir arkadaşlarımla ya da çevremle tavsiyesi	1	2	3	4	5
20	Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar	1	2	3	4	5
21	Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi	1	2	3	4	5
22	Şube personeli ile yakın ilişkilerim	1	2	3	4	5
23	Arkadaş ve akraba çevremle etkisi	1	2	3	4	5