

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE'DE BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL YAPISI
VE BU YAPININ MÜŞTERİ TERCİHİNE ETKİSİ**

İŞLETME ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Kemalettin BULUT**

**Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Mustafa YURTTADUR**

İSTANBUL – 2015

TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Kemalettin BULUT
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Finansal Yapısı ve Bu Yapının Müşteri Tercihine Etkisi
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- ANA BİLİM DALI** : İşletme
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** : 23.03.2015
- SAYFA SAYISI** : 105
- TEZ DANIŞMANLARI** : Yrd. Doç. Dr. Mustafa YURTTADUR
- DİZİN TERİMLERİ** : Bankacılık, Finans, Katılım Bankacılığı, Müşteri Tercihleri
- TÜRKÇE ÖZET** : Bu araştırmada, Türkiye’deki bankaların finansal yapılarını inceleyerek bankaların finansal yapılarının müşteri tercihine etkileri araştırılmıştır. Araştırmada Türkiye’deki bankaların 2009 ile 2013 yılları arasındaki finansal yapıları incelenmiş olup 2009 yılı öncesi kapsam dışı bırakılmıştır.
- DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Kemalettin BULUT

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE'DE BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN FİNANSAL YAPISI
VE BU YAPININ MÜŞTERİ TERCİHİNE ETKİSİ**

İŞLETME ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Kemalettin BULUT**

**Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Mustafa YURTTADUR**

İSTANBUL – 2015

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının ederlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Kemalettin BULUT

.../.../2015

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Kemalettin BULUT'un "Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Finansal Yapısı ve Bu Yapının Müşteri Tercihine Etkisi" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından İŞLETME ana bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan _____
Yrd. Doç. Dr. Mustafa YURTTADUR
(Danışman)

Üye _____
Yrd. Doç. Dr. Metin UYAR

Üye _____
Yrd. Doç. Dr. Deniz ŞİŞMAN

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2015

İmzası

Doç. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

ÖZET

Bankacılık ve finans günümüz ekonomilerinin en önemli temel taşıdır. Bu sebeple ülke ekonomilerinde de çok önemli bir yere sahiptir. Bankacılık ve finans sisteminin güçlü olması, ülke ekonomilerinin de güçlü olmasını sağlayacaktır. Bankacılığın büyümesi ve gelişmesiyle ülke ekonomisinin de büyümesi ve gelişmesi aynı yönde doğru orantılı olarak artacaktır. Dolayısıyla ülke ekonomilerini etkileyen en büyük etkenlerden birisinin bankacılık olduğu görülmektedir.

Bu araştırmada amaç; Türkiye'deki bankaların finansal yapılarını inceleyerek bankaların finansal yapılarının müşteri tercihine etkisini araştırmaktır. Araştırmada Türkiye'deki bankaların 2009 ile 2013 yılları arasındaki finansal yapıları incelenmiş olup 2009 yılı öncesi kapsam dışı bırakılmıştır.

Araştırmada bankaların finansal yapılarını incelemek amacıyla en kuvvetli veri kaynağı olarak görülen Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) verilerinden ve Türkiye Bankalar Birliği (TBB) verilerinden yararlanılmıştır. Toplumun banka tercihlerinde bankanın finansal yapısının etkisini araştırmak amacı ile araştırmacı tarafından "Bankaların tercih tutum ölçeği" geliştirilmiştir. Araştırma internette bulunan "surveey" anket sitesi üzerinden yapılmıştır. Araştırmaya 549 kişi katılmıştır.

Araştırmanın geneline bakıldığında bankaların 2009-2013 yılları arasında toplam aktiflerinin, öz kaynaklarının, kredilerinin, mevduat ve fon toplamalarının düzenli olarak arttığı görülmüştür. Bunun yanında bankaların finansal yapılarının müşteri tercihine etkisi olduğu özellikle bankaların şube sayısı, ATM sayısı ve banka tarafından alınan masrafların müşteri tercihinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ABSTRACT

Banking and finance today's most important cornerstone of the economy. For this reason, banking and finance, has a very important place in the economy. The banking and financial system that ensures the strength of the economy strong. Growth and development of the national economy growth and development of the banking increases proportionally. Therefore, banking is one of the biggest factors affecting the country's economy.

The purpose of this research; By examining the financial structure of banks in Turkey to investigate the effects of the financial structure of the bank customer preferences. In the study; Financial structure of banks in Turkey is examined between 2013 and 2009, prior to 2009 were excluded.

To examine the financial structure of banks in the survey is seen as the most powerful data source BDDK data and TBB data were used. The society's bank of choice by researchers to investigate the effect of the bank's financial structure "preferred attitude scale of the Bank" has been developed. Research "survey" survey was conducted over the site. Research 549 people participated.

Looking at the research base of the years 2009-2013 in total assets, equity, loans, and increase the total deposits and funds on a regular basis. In addition to this, the financial structure of the bank have an impact on customer preferences, especially the number of branches of banks, the number of ATMs and charges received by the bank to the conclusion that the effect was achieved in customer preferences.

İÇİNDEKİLER

	SAYFA
ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	II
İÇİNDEKİLER.....	III
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VII
GRAFİKLER LİSTESİ.....	IX
EKLER LİSTESİ.....	XI
ÖNSÖZ.....	XII
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	
DÜNYA'DA BANKACILIK SİSTEMİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ	3
1.1. Banka Tanımı	3
1.2. Dünya'da Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	3
İKİNCİ BÖLÜM.....	
TÜRKİYE'DE BANKACILIK SİSTEMİ ve TARİHSEL GELİŞİMİ	6
2.1. Türkiye'de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	6
2.2. Osmanlı Döneminde Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	6
2.3. Cumhuriyet Dönemi Türk Bankacılığı	7
2.4. Ulusal Bankalar Dönemi (1923-1932)	8
2.5. Özel Amaçlı Devlet Bankalarının Kurulduğu Dönem (1933-1944)	9
2.6. Özel Bankaların Geliştiği Dönem (1945-1959)	10
2.7. Planlı Dönem (1960-1980)	10
2.8. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 Sonrası)	11
2.9. Banka sistemleri	12
2.9.1.Küçük, Orta ve Büyük Banka Tipi	12
2.9.2.Uzmanlaşmış veya Uzmanlaşmamış Banka Tipi	13
2.9.3.Devlet Bankacılığı ve Özel Sektör Bankacılığı	13
2.10. Banka Türleri	14
2.10.1.Ticaret (Mevduat) Bankaları	14
2.10.2.Ziraat Bankaları	14
2.10.3.Halk Bankaları	14
2.10.4.Merkez Bankası	15
2.10.5.Yatırım ve Kalkınma Bankaları	15
2.10.6.Perakende ve Toptancı Bankacılık	15
2.10.7.Holding Bankacılığı	16

2.10.8.Kıyı Bankacılık	16
2.10.9.Uluslararası Bankacılık	16
2.10.10.Sanal Bankacılık	17
2.10.11.Ev ve Ofis Bankacılığı	17
2.10.12.Özel Finans Kurumları	17
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	
TÜRKİYE’DE FAİZSİZ BANKACILIK	18
3.1. Katılım Bankaları Hakkında Genel Bilgiler	18
3.2. Katılım Bankacılığı Kavramı	18
3.3. Katılım Bankacılığının Prensipleri ve Temel Özellikleri	19
3.4. Katılım Bankacılığı Amaçları	19
3.5. Katılım Bankacılığı Tarihsel ve Hukuki Gelişimi	19
3.6. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkış Nedenleri	21
3.6.1.Dini Nedenler	21
3.6.2.Ekonomik Nedenler	21
3.6.3.Sosyal Nedenler	23
3.7. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Ekonomiye Katkıları	24
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	
TÜRKİYE’DEKİ BANKALARIN FİNANSAL YAPISI ve BULGULAR	26
4.1. Finans Kavramı	26
4.2. Finansın İşletmelerdeki Yeri ve Önemi	26
4.3. Finansın Temel İlkeleri	27
4.4. Basel Düzenlemeleri	28
4.4.1.Basel I Düzenlemeleri	28
4.4.2.Basel II Düzenlemeleri	29
4.4.3.Basel III Düzenlemeleri	30
4.5. Finansman Alternatifleri	32
4.5.1.Kısa Süreli Finansman Kaynakları	32
4.5.2.Orta Vadeli Finansman Kaynakları	32
4.5.3.Uzun Süreli Finansman Kaynakları	33
4.6. 2009-2013 Yılları Arası Türkiye’deki Bankaların Finansal Yapısı	34
BEŞİNCİ BÖLÜM.....	
MÜŞTERİLERİN BANKA TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ve MÜŞTERİ TERCİHLERİNE AİT BULGULAR	46
5.1. Banka ile İlgili Faktörler	46
5.1.1.Bankanın Güvenilirliği	46
5.1.2.Bankanın Mükemmel Hizmet Sunması	47
5.1.3.Bankanın Şube Sayısı ve Şubelerin Bulunduğu Yer	47

5.1.4.Banka Tarafından Talep Edilen İşlem Giderleri	48
5.1.5.Bankanın Ürün Çeşitliliği	48
5.1.6.Bankanın Finansal Yapısı	48
5.2. Tüketici ile İlgili Faktörler	49
5.2.1.Cinsiyet Faktörü	49
5.2.2.Yaş Faktörü	49
5.2.3.Medeni Durum	49
5.2.4.Eğitim Durumu	49
5.2.5.Aylık Gelir	50
5.2.6.Meslek Faktörü	50
5.3. Müşteri Tercihlerine Ait Bulgular	50
5.3.1.Katılımcıların Bankaları Tercih Tutum Ölçeğine Verdiği Cevaplar	50
5.3.2.Katılımcıların Sosyodemografik Değişkenlere Göre Bankaları Tercih Tutum Ölçeği Puanları	60
5.3.3.Müşterilerin Cinsiyet değişkenine göre banka tercihlerinde farklar	63
ALTINCI BÖLÜM.....	
AMAÇ ve YÖNTEM	
6.1. Amaç	92
6.1.1.Araştırmanın Problem Cümlesi	92
6.1.2.Araştırmanın Hipotezi	92
6.1.3.Araştırmanın Sayıltayı ve Sınırlılıkları	92
6.1.4.Araştırmanın Kapsamı ve Önemi	92
6.2. Yöntem	93
6.2.1.Çalışma Grubu	93
6.2.2.Veriler Toplama Araçları	95
6.2.2.1.Bankaların Tercih Tutum Ölçeği	96
6.2.2.2.Kişisel Bilgi Formu	96
6.3. Verilerin İstatistiksel Analizi	96
SONUÇ.....	97
KAYNAKÇA.....	102
EKLER.....	-

KISALTMALAR LİSTESİ

TBB	:	Türkiye Banklar Birliği
BDDK	:	Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurumu
SSPS	:	Analiz Bilgisayar Programı
SURVEEY	:	Online Anket Sistemi
MB	:	Merkez Bankası
BDK	:	Bankacılık Denetim Komitesi
SPK	:	Sermaye Piyasası Kurulu
ÖFK	:	Özel Finans Kurumu (Katılım Bankacılığı)
OPEC	:	Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
OECD	:	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

TABLolar LİSTESİ

	SAYFA
Tablo-1: Cinsiyet değişkenine göre puan ortalamaları ve fark	60
Tablo-2: Yaş değişkenine göre puan ortalamaları ve fark	61
Tablo-3: Medeni Durum değişkenine göre puan ortalamaları ve fark	61
Tablo-4: Eğitim durumu değişkenine göre puan ortalamaları ve fark	61
Tablo-5: Aylık gelir değişkenine göre puan ortalamaları ve fark	62
Tablo-6: Meslek değişkenine göre puan ortalamaları ve fark	62
Tablo-7: Katılım ya da mevduat bankası olması durumuna göre müşteri tercihi	63
Tablo-8: Özel ya da kamu bankası olması durumuna göre müşteri tercihi	63
Tablo-9: Yerli ya da yabancı sermayeli olması durumuna göre müşteri tercihi	64
Tablo-10 Finansal güce göre müşteri tercihi	64
Tablo-11 Bankayla çalışan müşteri kitlesine göre müşteri tercihi	65
Tablo-12 Alınan masraflara göre müşteri tercihi	65
Tablo-13 Şube sayısına göre müşteri tercihi	66
Tablo-14 ATM ağı genişliğine göre müşteri tercihi	66
Tablo-15 Banka kampanyalarına göre müşteri tercihi	67
Tablo-16 Bankanın verdiği kredi limitlerine göre müşteri tercihi	67
Tablo-17 Kredi Kartı limitlerine göre müşteri tercihi	68
Tablo-18 Faiz oranına ya da katılım oranına göre müşteri tercihi	68
Tablo-19 Banka sponsorluklarına göre müşteri tercihi	69
Tablo-20 Yapılan sosyal sorumluluk projelerine müşteri tercihi	69
Tablo-21 Geleceğe yönelik yatırımlara göre müşteri tercihi	70
Tablo-22 Bankaların müşteri memnuniyetini karşılama oranı	70
Tablo-23 Bankanın verdiği hizmete göre müşteri memnuniyeti	71
Tablo-24 Bankanın müşteri memnuniyetini anketlerle ölçmesi	71
Tablo-25 Bankanın güvenilen kişilere ya da kurumlara tavsiye edilmesi	72
Tablo-26 Bankanın herhangi bir kişiye ya da kuruma tavsiye edilmesi	72
Tablo-27 Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihimi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihimi etkilerin karşılaştırılması	73
Tablo-28 Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihimi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihimi etkilerin karşılaştırılması	74
Tablo-29 Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihimi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihimi etkilerin karşılaştırılması	75
Tablo-30 Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihimi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihimi etkilerin karşılaştırılması	76

Tablo-31	Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	77
Tablo-32	Bankamın şube sayısı tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	78
Tablo-33	Bankamın ATM ağı tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	79
Tablo-34	Bankamın yaptığı kampanyalar tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	80
Tablo-35	Bankamın verdiği kredi limitleri tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	81
Tablo-36	Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	82
Tablo-37	Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	83
Tablo-38	Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	84
Tablo-39	Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	85
Tablo-40	Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	86
Tablo-41	Bankam isteklerime yeterince karşılık verir ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	87
Tablo-42	Bankamın verdiği hizmetten memnunum ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	88
Tablo-43	Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	89
Tablo-44	Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	90
Tablo-45	Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması	91
Tablo-46	Cinsiyet Dağılımı	93
Tablo-47	Ankete Katılanların Yaş Değişkenine Göre Dağılımı	94
Tablo-48	Ankete Katılanların Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı	94
Tablo-49	Ankete Katılanların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Dağılımı	94
Tablo-50	Ankete Katılanların Aylık Gelir Değişkenine Göre Dağılımı	95
Tablo-51	Ankete Katılanların Meslek Dağılımı	95

GRAFİKLER LİSTESİ

	SAYFA
Grafik -1: Yıllara Göre Toplam Mevduatların Toplam Aktiflere Oranı	34
Grafik -2: Yıllara göre Kredi ve Alacakların Mevduatlara Oranı	35
Grafik -3: Yıllara Göre Likit Aktiflerin Toplam Aktiflere Oranı	35
Grafik -4: Yıllara Göre Likit Aktiflerin Mevduata Oranı	36
Grafik -5: Yıllara Göre Toplam Krediler ve Alacakların Toplam Aktiflere Oranı	37
Grafik -6: Yıllara Göre Özkaynakların Toplam Aktiflere Oranı	37
Grafik -7: Yıllara Göre Net Dönem Karının (Zararının) Toplam Aktiflere Oranı	38
Grafik -8: Yıllara Göre Net Dönem Karının (Zararının) Özkaynaklara Oranı	39
Grafik -9: Yıllara Göre Toplam Aktifler	39
Grafik-10: Yıllara Göre Özkaynaklar	40
Grafik-11: Yıllara Göre Mevduat ve Fon Toplamı	40
Grafik-12: Yıllara Göre Vadeli Mevduat ve Katılma Hesabı	41
Grafik-13: Yıllara Göre Vadesiz Mevduat ve Özel Cari Hesabı	41
Grafik-14: Yıllara Göre Tasarruf Mevduatı	42
Grafik-15: Yıllara Göre Repo İşlemlerinden Sağlanan Fonlar	42
Grafik-16: Yıllara Göre Yurtdışı Bankalara Borçlar	43
Grafik-17: Yıllara Göre Krediler	44
Grafik-18: Yıllara Göre Menkul Değerler Portföyü	44
Grafik-19: Yıllara Göre Kamu Borçlanma Senetleri.	45
Grafik-20: Yıllara Göre Nakit Derler ve TCMB	45
Grafik-21: Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihimi etkiler	50
Grafik-22: Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihimi etkiler	51
Grafik-23: Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihimi etkiler	51
Grafik-24: Bankamın finansal gücü tercihimi etkiler	52
Grafik-25: Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihimi etkiler	52
Grafik-26: Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihimi etkiler	53
Grafik-27: Bankamın şube sayısı tercihimi etkiler	53
Grafik-28: Bankamın ATM ağı tercihimi etkiler	54
Grafik-29: Bankamın yaptığı kampanyalar tercihimi etkiler	54
Grafik-30: Bankamın verdiği kredi limitleri tercihimi etkiler	55
Grafik-31: Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihimi etkiler	55
Grafik-32: Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihimi etkiler	56
Grafik-33: Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihimi etkiler	56
Grafik-34: Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihimi etkiler	57
Grafik-35: Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihimi etkiler	57

Grafik-36: Bankam isteklerime yeterince karşılık verir	58
Grafik-37: Bankamın verdiği hizmetten memnunum	58
Grafik-38: Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer	59
Grafik-39: Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim	59
Grafik-40: Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim	60

EKLER LİSTESİ

EK - A: Anket

EK - B: Soruların Güvenilirlik Analizi

ÖN SÖZ

Günümüz ekonomilerde bankacılık ve finans her geçen gün önem kazanmaktadır. Güçlü ekonomilerin var olabilmesi için bankacılık ve finans sisteminin de güçlü olması gerekmektedir. Dolayısıyla ülke ekonomilerini etkileyen en büyük unsurun bankacılık olduğu görülmektedir. Bankacılığın büyümesi ve gelişmesiyle ülke ekonomisinin de büyümesi ve gelişmesi aynı yönde doğru orantılı olarak artacaktır.

Bu anlamda Türkiye’de de önemi oldukça büyük olan bankacılık ve finans sisteminin güçlü olması müşteri tercihini de olumlu etkilemektedir. Güçlü bankacılık sistemi müşterilerde güven oluşturacak ve ortaya çıkan yeni ortamda da müşteriler yatırımlarını daha etkin kullanabileceklerdir. Bu çalışmamız banka müşterilerinin beklentilerini gün yüzüne çıkararak bankalara yeni müşteri sağlamakta ışık tutacaktır.

Yüksek Lisans tezimin hazırlanmasının her aşamasında katkılarını esirgemeyerek büyük bir özveri ve fedakârlıklarla beni yönlendiren değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Mustafa Yurttadur’a, analizler aşamasında önemli yardımını gördüğüm Sayın Eyüphan Çelik hocama, anketin hazırlanmasında ve tezin yazımı aşamasında bana destek olan değerli dostum Ali Şükrü Karbuzoğlu’na ve bu çalışmamda bana destek olan tüm aileme, arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

GİRİŞ

Ülke ekonomilerine dışarıdan bir gözle bakıldığında ekonominin temel taşı olarak finans kurumlarının geldiğini görmekteyiz. Finans kurumlarının başında da bankacılık sektörü yer almaktadır. Gerek küçük işletmelere gerekse büyük işletmelere, holdinglere, kamu kurumlarına sağladıkları finansal destekle de ülke ekonomisinde en büyük yeri bankacılık sektörü almaktadır. Bu sebeple bankacılık üzerine araştırma yapmanın önemi de oldukça büyük olduğu için 'Türkiye'de bankacılık sektörünün finansal yapısı ne durumdadır?', 'Bankaların finansal yapılarının büyüklüğü müşteri tercihinde etkisi var mıdır?' soruları araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır.

Bu tez ile Türkiye'deki bankaların finansal yapıları incelenerek bu yapıların müşteri tercihine etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Bu araştırmada; Türkiye'deki bankaların 2009 ile 2013 yılları arasındaki finansal yapıları incelenmiş (2014 yılı itibariyle teze başlandığı için 2014 yılı kapsam dışı bırakılmıştır), 2009 yılı öncesi kapsam dışına alınmıştır. Ayrıca müşterilerin banka tercihlerini etkileyen faktörleri tespit etmek amacı ile araştırmacı tarafından anket geliştirilmiştir. Araştırma internette bulunan "surveey" anket sitesi üzerinden yapılmıştır. Araştırmaya 235 erkek 312 kadın 2 adet boş olmak üzere toplamda 549 kişi katılmıştır. Araştırmada kullanılan ve araştırmacı tarafından müşterilerin banka tercihlerini etkileyen etkenleri araştırmak üzere geliştirilen anket çalışmasına katılan kişilerin doğru ve eksiksiz olarak yanıtladıkları varsayılmaktadır. Araştırmanın hipotezi "Bankaların finansal yapılarının müşteri tercihine etkisi vardır" olarak belirlenmiştir.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bankacılığın neyi ifade ettiği, nasıl çalıştığı, işletmelere nasıl katkıda bulunduğu kısaca bankanın tanımını ve dünyada bankacılığın tarihsel gelişimi incelenmiştir.

İkinci bölümde Türkiye'de bankacılığın tarihsel gelişimi, Osmanlı döneminde bankacılık, Cumhuriyet döneminde bankacılık, banka türleri, banka sistemleri, gibi hususlar incelenmiştir.

Üçüncü bölümde Türkiye'de faizsiz bankacılık, katılım bankacılığının amaçları, katılım bankacılığının ortaya çıkış nedenleri, Türkiye'de katılım bankacılığının gelişimi ve ekonomiye katkıları incelenmiştir.

Dördüncü bölümde ise bankaların finansal yapısı, finansın işletmelerdeki yeri ve önemi, finans alternatifleri, özellikle Türkiye'deki bankaların 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 yıllarındaki finansal yapıları Bankacılık Denetleme ve Düzenleme Kurumu'nun (BDDK) verilerinden ve Türkiye Banklar Birliği (TBB) verilerinden

yararlanarak incelemeler yapılmıştır. Buradan elde edilen bulgularla da bankaların finansal gücünün giderek arttığı gözlemlenmiştir.

Beşinci bölümde müşterilerin banka tercihlerini etkileyen faktörler, banka ile ilgili faktörler, tüketiciyle ilgili faktörler incelenerek bir anket çalışması yapılmış; toplamda 549 kişiye uygulanan anket sonuçları spss ile değerlendirilmiş ve analizleri yapılmıştır.

Altıncı bölümde ise tezin amacı, problemi, hipotezi, sınırlılıkları, kapsamı, önemi, yöntemi, çalışma grubu, veri toplama araçları, bankaların tercih tutum ölçeği, verilerin istatistiksel analizleri verilmiştir. Bu değerlendirmeler ışığında yorumlar yapılarak bu yorumların sonucunda çözüm önerileri ve sonuç sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA BANKACILIK SİSTEMİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1. Banka Tanımı

Banka, müşterilerinden mevduat toplayarak topladığı mevduatları en verimli şekilde çeşitli kredi işlemlerinde kullanan finansal işletmelerdir. Bankalar günümüzde çok fazla alanda faaliyet göstermektedirler. Bugünkü niteliklerini tam olarak kapsayan bir tanım yapmak çok zordur.

Bankalar mevduat toplar, kiralık kasalarda kişilerin menkul kıymetlerini korur, ülkenin kalkınmasına filen destek olur, borsa faaliyetlerine filen katılır, kredi verir, para ve kredi politikalarının uygulanmasına destek verir, aracılık yapar, sanayi kuruluşlarına destek olur, iştirak eder, kişilerin ve işletmelerin yatırımlarını yönlendirir, gerçek kişilerin hayatlarını kolaylaştıracak kredi kartı, otomatik ödeme vb. birçok ürün sunar. Bu hizmetleri ve yönleri ile bankanın tanımlanmasında 'para üzerinden ticaret yapan işletmeler' sermayeyi az faizle alıp, çok faizle işleten işletmeler' gibi basit tanımlarla yetinilemez. Bankalar bu kadar basit tanımlanamayacak kompleks kuruluşlardır.¹

1.2. Dünya'da Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

"Bütün dünya dillerinde bazı değişikliklerle ifade edilen 'banka' sözcüğünün İtalyanca 'banco' kelimesinden geldiği ve daha sonra kelimenin 'banka' olarak kullanıldığı sanılmaktadır. Banco sözcüğünün İtalyanca'daki anlamı masa, sıra ya da tezgah demektir. İlk bankerler sayılan Lombardiya'lı Yahudiler, bankacılık işlemlerini pazarlara koydukları birer masa, (banco) üzerinden yaparlardı. Bu bankerlerden bazıları taahhütlerini yerine getirmeyerek iflas ettiği zaman halk böyle bankerlerin bancosunu parçalardı. İşte bu nedenle batı dillerinde iflas eden kişilere banco kelimesinden gelen 'bankrupt' denilmektedir".²

Tarihe bakıldığında bankacılık hizmetlerinin eski Sümer ve Babil'e kadar uzandığı sanılmaktadır. M.Ö. 3500 yılında bilinen ilk banka Sümerler de kurulmuştur. Maket adı verilen bu bankanın rahipleri ilk borç verenlerdi. Kazılar sonucu, Maketler' in harman zamanı ödenmek üzere tohum vb. gibi hammadde ve teçhizat alımı için çiftçilere kredi açtıkları saptanmıştır. Bu kredilerin ilk dönemlerde fiziki daha sonraları parasal oldukları tespit edilmiştir. Kazılarda çıkan belgeler bir hesaptan diğer hesaba transferlerin, tediye ve teslim emirlerinin, mal belgeleri

¹ Alptekin Güney, **Banka İşlemleri**, Beta Basım A.Ş., 2010 s. 1

² İlker Parasız, **Modern Bankacılık Teori ve Uygulamaları**, Bursa, Ezgi Kitabevi, 2007 s. 17

talimatının varlığını ortaya koymaktır. Maketlerin başlıca uğraş konularını ödünç ve mevduat kabulü işlemleri oluşturmaktadır. Bu Marketlerde değişim sürecinin çok düzenli bir biçimde örgütlendiği açıkça ortaya koymaktadır. Ünlü Hammurabi kanunlarında marketlerin ödünç işlerini nasıl yöneteceği, borçlunun hangi mallarının ne yolla borcun tasfiyesinde kullanılacağı, borcun vadesinde nasıl tahsil olunacağı yazmıştır. Ödünç işleri sırasında faiz tahsiline de izin verilmekteydi. Bu faiz oranı, tahıl yada hurma ihracatında ana sermayenin üçte biri, nakit para ihracatında beşte biri olarak saptanmıştır. Karşılaşılan doğal afetler sonucu ürün elde edilemeyen yıllarda faiz tahakkuk ettirilemeyeceği, borcun tahsiline gidilemeyeceği belirtilmiştir. Yapılan ödünce karşılık her türlü taşınır (menkul) mal rehinine, taşınmaz (gayrimenkul) mal ve özellikle tarla ipoteline, hatta saygın kişilerin kefaletine yer verilmiştir.

Sümerler uzak ülkelerle olan mal değişimlerinde banknot gibi dolaşan (tedavül eden, çek ya da itibar mektuplarına benzeyen) bazı belgeler kullanıyorlardı. Başlangıçta bankacılık hizmetleri maketlerin tekelindeydi. Daha sonraları ticaretle uğraşan bazı zenginler bankacılık hizmetlerinde uzmanlaştı.

Eski Mısır, eski Yunan ve Roma'da banka işlemleriyle uğraşan kurumların var olduğu bilinmektedir. Eski Mısır'da tefeciliği ve birleşik faizi yasaklayan yasalar vardı. Eski Yunan'da da ticaretin gelişmesi ve halkın zenginleşmesi ile, Atina'daki zengin maketlerin yanı sıra trapezitai adlı özel bankerler ortaya çıkmıştır. Eski Yunan'da faize bir sınırlama getirilememiştir. Faiz oranlarının yüksekliği karşısında bağımsız siteler ve devletler belli başlı kentlerde devlet bankaları kurmaya başlamışlardır.

1453 yılına kadar batı ülkelerinde kilise hukuku geçerli idi. Bu zamana kadar faiz yasal sayılmıyordu. 1453 'de İstanbul'un fethi ve bunun neden olduğu Rönesans hareketi ve bir süre sonra yeni kıtaların keşfi ile ticaret okyanuslara kayarak genişledi. Bu gelişmeler o zamana kadar geçerli olan kilise hukukunun yerini Roma Hukuku'nun almasına neden oldu. Sonuç itibariyle faize bakış değişerek faiz kabul edilmeye başlandı. Bütün bu gelişmeler bankacılığın gelişmesinde büyük katkı yaptı.

İspanyolların Güney Amerika'dan getirdikleri altınlarla çok çeşitli sikkeler basması, Avrupa'daki paraların çeşitliliği ve ayarlarının bozuk olması, (tağış edilmiş olmaları) paraların birbirlerine göre değerlerinin saptanmasında büyük güçlükler yaratıyordu. O sırada ticaretin en yoğun olduğu kentler Amsterdam ve Hamburg'du ve bu paralar merkezlere geliyordu. Bu para karmaşasına çare olarak 1609'da

Amsterdam Bankası kuruldu, Banka, sabit nitelik ve değerde hesap parası olarak banka florinini yarattı. Aynı şekilde Hamburg Bankası banka markını yaratmıştır.

Aynı dönemlerde (1637) Venedik'te Venedik bankası kuruldu. Bu banka çek banknot kullanımına yol açan Contadi di Banka sistemini geliştirmiştir. 1640'da İngiltere'de kral tüccarların Londra kulesinde saklanan altın külçelerine el koydu. Bu tüccarların devlete olan güvenini sarstı ve tüccarlar bundan böyle altınlarını adlarına goldsmith denilen tüccarlara vermeye bunun karşılığında bir şahadetname almaya başladılar. Bir süre sonra goldsmithler kasalarındaki altınların atıl durduğunu görerek bunlara dayalı olarak borç isteyenlere goldsmith notes denilen kendi senetlerini vermeye başladılar. İşte bu senetlerin zamanla piyasada alışverişlerde dolaşır olması ilk banknot sistemini oluşturmuştur. O dönemde Fransa ile yapılan savaş nedeniyle İngiltere'nin para sıkıntısı içine düşmesi, bir devlet bankası kurulması ve onun aracılığıyla piyasada paranın dolaşması fikrini doğurdu. Bunun üzerine İngiltere Bankası kuruldu. Bu banka ilk merkez bankasıdır. Benzer şekilde John Law adlı Fransa'da yaşayan bir İskoçyalı Fransız Emisyon Bankası'nın kurulmasına olanak vermiştir.

Çift yönlü muhasebe yönetiminin gelişmesi, kıymetli senetlerin bulunması, banknotun (kâğıt paranın) genel bir ödeme aracı niteliğini kazanması, sanayi devrimiyle birlikte krediye olan gereksinimin artması, modern bankacılığın gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur.³

Paranın ekonomik yaşama girişiyle, para fazlası taraflarla para eksiği olan tarafları bir araya getiren kişiler ortaya çıkmış ve zaman içinde doğrudan para ticareti yapan kurumlara, yani bankalara dönüşmüşlerdir.⁴

³ Parasız, a.g.e., s. 17-18-19.

⁴ Güney, a.g.e., s. 2.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE BANKACILIK SİSTEMİ ve TARİHSEL GELİŞİMİ

2.1. Türkiye'de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de bankacılığın tarihsel gelişimini altı dönemde incelemek mümkündür. Bunlar, 1923 yılına kadar olan Osmanlı dönemi, Cumhuriyet'in ilanından 1932 yılına kadar geçen dönem ulusal bankalar dönemi, 1933-1944 kamu bankaları dönemi, 1945'ten planlı döneme kadar geçen sürede hızlı bir gelişme gösteren özel bankalar dönemi, 1960-1980 planlı dönem ve 1980 sonrası serbestleşme ve dışa açılma dönemidir.⁵

2.2. Osmanlı Döneminde Bankacılığın Tarihsel Gelişim

İlk kâğıt para 1840 yılında bütçe açıklarını kapatmak için çıkarılmıştır. Osmanlı Hazinesi'nin kaynak ihtiyacının karşılanması amacıyla 'Kaime' adı verilen bu paranın miktarı kısa sürede önemli oranda artırılmıştır. Sürekli dış ticaret açıkları verilmesi ile kaimelerin yabancı paralar karşısındaki değeri önemli derecede düşmüştür. Bunun sonucunda ithalatın finansmanı için dış piyasalardan kaynak bulunması zorlaşmıştır ve hükümeti çareler aramaya sevk etmiştir. 1845 yılında Galata bankerlerinin ileri gelenlerinden iki tanesi ile bir anlaşma yapılmıştır. Bankerler tarafından Osmanlı ithalatının finansmanının sabit bir döviz kuru üzerinden dış mali piyasalara yazılacak poliçelerle finanse edilmesi uygulanmaya başlanmıştır. Bu sözleşme 1847 yılında yenilenmedi ve bankerler hükümetten ayrı aynı işlevi yerine getirmek üzere bir banka kurmuşlardır.⁶

1847 yılında İstanbul Bankası kurulmuştur. İstanbul Bankası İmparatorluk döneminde kurulmuş ilk banka özelliğini kazanmıştır. 1852 yılına kadar kaimelerin dış değerinin sabit kalması yönünde katkıda bulunmuştur. 1852 yılında faaliyetine son vermiştir.

İstanbul Bankası bir tarafa bırakılacak olursa, 1856 yılında kurulan Osmanlı Bankası Osmanlı İmparatorluğu'nda bankacılığın başlangıcı olarak kabul edilir. Osmanlı İmparatorluğu'nda özellikle 1839 Tanzimat Fermanı'ndan sonra devletin harcamalarının gelirlerini aştığı bir döneme girilmiştir. İstanbul da faaliyet gösteren sarraf ve bankerlerden borç alınarak devletin kaynak ihtiyacı karşılanmıştır.

⁵ Mete Sezgin, **Günümüz Bankacılığında Banka Hizmetleri Pazarlaması**, İstanbul, Literatürk (Nüve Kültür Merkezi), 2008, s. 19-20.

⁶ Ünal Korukçu, **Bankacılığın Tarihsel Gelişimi, 40. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türk Bankacılık Sistemi**, Ankara, Bankalar Birliği Yayınlar, 1998, s. 1.

Öncelikle kaimelerin ihracı, sonra da toplanacak vergiler karşılık olarak gösterilmiştir. Ardından Kırım Savaşı'nın bitiminde 1856 Paris Barış Antlaşması yapılmıştır. Böylelikle Osmanlı İmparatorluğu'nun dış borç alma olanakları arttırmıştır. Bu Osmanlı Bankası'nın kurulmasındaki en önemli etkidir. Banka, dış borçların alınmasında Osmanlı hükümeti ile yabancı sermaye sahipleri arasında aracılık etmek amacıyla İngiliz sermayesiyle kurulmuştur. 1863 yılında Fransız sermayesi, 1875'de de Avusturya sermayesi bankaya ortak edilmiştir.⁷

1863 yılında, daha uygun şartlarda çiftçilere tarımsal kredi sağlamak amacıyla Memleket Sandıkları kurulmuştur. Memleket sandıklarının finansmanı ilk başta imece usulüyle, daha sonra da köylünün mal varlığıyla orantılı olarak Sandığa buğday vermeleriyle desteklenmeye çalışılmıştır. Sermayenin toplanmasında ilerleyen zamanda zorluklar yaşanmaya başlanması ve kredinin verilmesinde çeşitli yolsuzlukların yapılması sebebiyle bu kuruluşun Menafi Sandıkları adıyla yeniden düzenlenmesine karar verilmiştir. Menafi Sandıkları'nın sermayesi, aşar vergisine menafi hissesi adı verilen bir artış yapılarak oluşturulmuştur. Bir süre sonra bu sandıklarda toplanan kaynakların kullanımı ile ilgili olarak şüpheler belirmiştir. Bunun üzerine 1888 yılında ilk devlet bankası sıfatıyla Ziraat Bankası kurulmuştur. Ziraat Bankası ile tarımsal kredilendirmeyi devlet denetimine almak amaçlanmıştır. Menafi Sandıkları'nın alacakları Ziraat Bankasına devredilerek Ziraat Bankası'nın sermayesi oluşturulmuştur.⁸

2.3. Cumhuriyet Dönemi Türk Bankacılığı

Cumhuriyetten önce piyasada faaliyet gösteren bankalar daha çok yabancı sermaye tarafından ya da yabancı iştirakiyle kurulmuştur. Bunların, özellikle ülkemizde faaliyette bulunan yabancı şirketleri finanse etmek amacı taşıdıkları söylenebilir. Merkezleri dış ülkelerde bulunan birçok banka Osmanlı topraklarında faaliyetlerini sürdürmüştür. Bu bankalardan on üçü Cumhuriyet döneminde de faaliyetlerine devam etmiştir. Osmanlı döneminde kurulan ve şube açarak faaliyet gösteren yabancı bankalar arasında en önde geleni Osmanlı Bankası'dır. Osmanlı Bankası, Bank-ı Osman-i Şahane adı altında 1868 yılında kurulmuştur.⁹

Cumhuriyet'in kurulduğu 1923 yılına gelindiğinde, Türkiye ekonomisi, Osmanlı Devleti kurulan birkaç askeri fabrika, madencilik alanında yapılan yatırımlar, İstanbul ve İzmir gibi büyük şehirlerde oturan halkın su, elektrik, havagazi, telefon, taşıt

⁷ Korukçu, a.g.e., s. 1.

⁸ Sezgin, a.g.e., s. 21.

⁹ Parasız, a.g.e., s. 19, 20.

ihtiyacını gidermek maksadıyla kurulan işletmeler bir tarafa bırakılacak olursa, büyük ölçüde idame ekonomilerinden meydana gelmektedir. Özellikle tarım sektöründe kuru üzüm, kuru incir, fındık, pamuk gibi ihraç ürünleri yetiştiren işletmeler hariç, esas itibari ile kendi ihtiyacı için üretimde bulunan, ancak kendisi tarafından üretilmeyen mahdut malları piyasada satın alabilmek, cep harçlığı sağlamak maksadıyla yetiştirdiği mahsulün bir kısmını piyasaya arz eden veya kısmen piyasa için ürün yetiştiren köylü işletmeleri hakimdir. Bu işletmelerde üretim tekniği geridir, sermaye ihtiyacı asgari seviyededir.

Bu yapının değişmesi için yoğun çaba gösteren dönem hükümetleri, ekonomik kalkınmanın hızlandırılmasında bankacılık sektörünün taşıdığı önemin bilinci içinde ulusal bankacılığın geliştirilmesi için çeşitli girişimlerde bulunmuşlardır.¹⁰

2.4. Ulusal Bankalar Dönemi (1923-1932)

Büyük Kurtarıcı Lozan Antlaşması ile kazanılan siyasal bağımsızlığın kaybedilmemesi için iktisadi bağımsızlığın da sağlanmasını kaçınılmaz sayıyordu. Bu görüşünü 17 Şubat 1923'de toplanan Türkiye İktisat Kongresi'ni açış konuşmasında şu veciz cümleyi açıklıyordu: 'Ulusal egemenlik iktisadi egemenlik ile pekiştirilmelidir'.¹¹

Hükümet ve toplumun tarım, ticaret ve sanayi kesimlerinin önde gelenlerinin katılımıyla yapılan İzmir İktisat Kongresi'nde, ekonomik gelişme için ulus bankacılığın kurulmasının gerekliliği tüm katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Kongre'de ifade edilen görüşlere göre özel kesimin olanakları henüz güçlü bankalar kurulması için yeterli değildir. Bankaların kurulmasında devletin katkısı olmalıdır.¹²

Kongre'ye katılan tüccarlar bir ana ticaret bankasının kurulmasını önermişler ve Türkiye İş Bankası bu öneriler doğrultusunda 1924 yılında özel sektör bankası olarak kurulmuştur. İktisat Kongresi'ne katılan sanayicilerin öneriler arasında bir sanayi bankasının kurulması da yer almıştır. Bu öneri doğrultusunda 1925 yılında Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur. Bu banka ülkemizde kurulan ilk kalkınma bankasıdır. Bankanın kurulması ile özel sanayi işletmelerine orta ve uzun vadeli kredi verilmesine mali, ekonomik ve teknik konularda bilgi yardımı sağlanması amaçlanmıştır. Banka kaynaklarının büyük bir kısmını kuruluş halinde devraldığı iştiraklerine bağlamıştır. Bu neden sanayi ve madencilik alanında faaliyet gösteren

¹⁰ Sezgin, a.g.e., s. 21, 22

¹¹ Erdinç Tokgöz, **Türkiye Ekonomisi**, Ankara, İmaj Yayınevi, 2001, s. 4.

¹² Korukçu, a.g.e., s. 3.

işletmelere yeterli kredi yardımında bulunamamıştır. 1933 yılında da Sümerbank'a devredilmiştir.

Emlak ve Eytam Bankası 1927 yılında konut kredisi vermek amacıyla kurulmuştur. 1946 yılında Emlak ve Kredi Bankası'na dönüştürülmüştür. 1930 yılında T.C. Merkez Bankası kurulmuştur. Bu, Cumhuriyet döneminde bankacılık alanında atılan en önemli adımlardan birisidir.

Özetle, 1923-1932 döneminde bankacılık alanındaki en karakteristik gelişme, çok sayıda mahalli bankanın kurulmuş olması ve özel bir öneme sahip olarak da T.C. Merkez Bankasının kurulmasıdır.¹³

2.5. Özel Amaçlı Devlet Bankalarının Kurulduğu Dönem (1933-1944)

1930'lu yılların başlarında, iç ve dış etkilerin sonucu olarak, 1920'li yıllarda izlenen özel kesimin özendirilmesi ile sanayileşme stratejisi bir tarafa bırakılmıştır. Bunun yerine kamu iktisadi girişimleri aracılığı ile sınai yatırımlarda bulunarak sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. Bu sanayileşme stratejisi İktisadi devletçilik olarak adlandırılmıştır. Temelinde ülkemizin o dönemde içinde bulunduğu koşullar nedeniyle, büyük sermaye gerektiren ve ileri derecede teknik bilgiye ihtiyaç gösteren yatırımların gerçekleştirilmesinde, devletin özel kesime göre daha fazla olanaklara sahip olduğu görüşü bulunmaktadır. İktisadi devletçilik strateji oluşturulurken, o yıllarda Sovyetler Birliği ve Almanya'da uygulanmakta olan devletçilik deneyimlerinden yararlanılmıştır. Devlet tarafından kurulmasına karar verilen sanayi işletmeleri ile ilgili yatırım planları Birinci ve İkinci Sanayi Planları'nda belirtilmiştir.

İktisadi devletçilik stratejisi, bankacılık sistemimizi de önemli ölçüde etkilemiştir. Bu dönemde, Sümerbank (1933), Belediyeler Bankası (1933), Etibank (1935), Denizbank (1937) ve Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) kurulmuştur. Bu bankalar sanayi planlarında yer alan işletmelerin kurulması, işletilmesi ve finansman ihtiyaçlarının sağlanması amacıyla, devlet tarafından özel amaçlı banka statüsüyle kurulmuştur.

Bu dönemin bankacılık açısından en belirgin özelliği, büyük ve önemli devlet bankalarının kurulmuş olmasıdır. 1934'de başlatılan Birinci Sanayi Planı'nın

¹³ Namık Aydemir, **Dünden Bugüne Türkiye'de Bankacılık**, Ankara, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası ,2005, s. 16.

yürürlüğe konmasıyla, devlet sermayesiyle veya devlet sermayesinin önderliğinde oluşturulan bu bankalar önemli görevler üstlenmiştir.¹⁴

2.6. Özel Bankaların Geliştiği Dönem (1945-1959)

İkinci Dünya Savaşını izleyen yıllarda ülkemizde ticari faaliyetlerin hızla artması, yeni bankalara olan ihtiyacı hızlandırmıştır. Türk bankacılığının gelişim sürecinde bu dönem izlenen ekonomik politikalarındaki değişikliklere bağlı olarak özel bankacılığın geliştiği dönem olmuştur.¹⁵

1945-1959 yılları arasında yatırımların, modern işletmelerin, milli gelir ve nüfusun hızlı artması, şehirlerin büyümesi, sanayi sektörünün milli gelirden daha çok pay almaya başlaması ve piyasa için üretimin genişletilmesi, ekonomide para ve kredi ihtiyacının artmasına neden olmuştur. Bankacılık alanında yapılan yatırımların getirisi yükselmiş ve özel bankacılık hızla önem kazanmaya başlamıştır. Yapı ve Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950) bu dönemde kurulmuştur.

Bu dönemde, faiz oranları ve bankacılık işlemlerinden alınacak komisyon oranlarının hükümetçe belirlenmesi ve dövize dayalı işlem yapma yetkisinin sadece Merkez Bankası'nda bulunmasının da etkisiyle, şube bankacılığına ve mevduat toplamaya dayalı bir rekabet önem kazanmıştır. Şube bankacılığının yaygınlaşması, yerel bankaların tasfiyesi sürecini hızlandırmıştır.¹⁶

2.7. Planlı Dönem (1960-1980)

Planlı dönemde bankacılığa ilişkin gelişmelere Kalkınma Planlarında belirlenen ilkeler yön vermiştir. Bunun yansıması ise, yatırım ve kalkınma bankacılığına önem verilmesi şeklinde görülmüştür. Bu dönemde ağırlıklı olarak yatırım ve kalkınma bankalarının kurulmasının dayanağı, izlenen bu politikadır.¹⁷

Planlı dönemde 5'i kalkınma ve 2'si ticaret olmak üzere toplan 7 yeni banka kurulmuştur. Bu dönemde kurulan kalkınma bankaları, T.C. Turizm Bankası (1962), Sınai Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türkiye Maden Bankası (1968) ve Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1976), bu dönemde kurulan ticaret bankaları ise Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası (1964) ve

¹⁴ Mehmet Takan, **Bankacılık**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 2001, s. 6.

¹⁵ Fikret Çankaya ve Mehmet Öz, **Türkiye'de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi**, İstanbul, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, 2001, s. 16.

¹⁶ Sezgin, a.g.e., s. 24-25.

¹⁷ Çankaya, a.g.e., s. 16.

Arap-Türk Bankası (1977)'dir. Kalkınma bankalarının kurulması ile ilgili ilke kararları kalkınma planlarında yer almıştır.¹⁸

2.8. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 Sonrası)

1980 yılına kadar devlet kontrolünde yürüyen ve kısıtlı mali araçlar ile hizmet veren bankacılık sektörü, 1980 yılından itibaren liberalleşme yönünde hızlı adımlar atılmasıyla araç zenginliğine kavuşmuş ve bu durum bankacılık denetimini ciddi olarak gündeme getirmiştir.¹⁹

Yeni stratejiyi desteklemek, ekonominin serbest piyasa ekonomisi kurallarına göre yeniden yapılanmasını ve tasarrufların istikrarlı büyüme için gerekli seviyeye yükseltilmesini sağlamak amacıyla, esnek döviz kuru ve pozitif reel faiz politikası uygulanmaya başlanmış, mali piyasaların serbestleşmesi ve derinleşmesine yönelik düzenlemeler yapılmıştır.²⁰

Türk Bankacılık sisteminin gelişmesi çerçevesinde 1980'lerde yasal, yapısal ve kurumsal değişiklikler ve gelişmeler yaşanmıştır. Bu düzenlemeler temel olarak bankacılığın daha verimli çalışması ve bankacılıkta rekabetin teşvik edilmesi yönünde olmuştur.²¹

1985 yılında 3182 sayılı Bankalar Kanunu yürürlüğe girmiştir; uluslararası denetim ve gözetim sistemi ile uluslar arası bankacılık standartları sisteme tanıtılmış, tek düzen hesap planı uygulaması getirilmiş, bilançolar dış denetime tabi tutulmuş, mevduat sigorta fonu kurulmuş ve donuk kredilere daha gerçekçi karşılık uygulanması getirilmiştir. Interbank piyasası kurulmuştur. Türkiye'de yerleşik kişilere döviz tutma ve döviz mevduatı açma izni verilmiştir.²²

Bu dönemde, uygulanan serbest faiz ve esnek döviz kuru politikaları, ihracatın özendirilmesi, ithalatın serbest bırakılması, yeni bankaların kurulmasına izin verilmesi, bankalar arası Türk lirası ve döviz piyasalarının kurulması, bilgisayar ve iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler sonucu, toptancı bankacılık yapan az şubeli küçük ve orta ölçekteki banka sayısı artmış, büyük ölçekteki özel bankaların pazar paylarında ise gecikmeler oluşmuştur. Türk bankaları, yurt dışında banka kurarak veya şube açarak dışa açılmaya başlamışlardır. Toptancı bankalar, büyük ölçüde dış ticaretin finansmanın sağlanması, leasing, factoring, forfaiting, menkul

¹⁸ Sezgin, a.g.e., s. 26.

¹⁹ Alper Bakdur, **Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneri**, DBT Yayınları, 2003, s. 12.

²⁰ Korukçu, a.g.e., s. 11.

²¹ Bakdur, a.g.e., s.12.

²² Korukçu, a.g.e., s. 11.

kıymet ihracatında aracılık ve kısa vadeli kredi işlemlerine ağırlık vermişler ve uluslararası mali piyasalardan finansmanı arttırmışlardır. Yabancı bankalar ağırlıklı olarak toptancı bankacılık faaliyeti içinde olmuşlardır. Bu nedenle yabancı bankaların mevduat ve kredi pazarındaki payları oldukça düşük kalmıştır.

Ekonomik birimler mali tasarrufları içinde döviz cinsinden aktiflerin payını arttırmışlar, TL cinsinden finansal aktiflere olan talep ise çok yüksek faizle çok kısa vadelerde gerçekleşmiştir. Bu durum bankaların bilanço yapılarını olumsuz yönde etkilemiş, karlılık performansı düşmüş, özkaynakların güçlendirilmesi sınırlandırılmıştır. Buna karşılık kamunun artan borçlanma ihtiyacının yarattığı baskının da etkisiyle hızla yükselen TL fonlama maliyeti nedeniyle bankalar yurtdışından borçlanmayı arttırmışlar ve döviz pozisyon açıklarını büyütmüşlerdir. Bilançoda hem faiz hem de kur riski önemli ölçüde artmıştır.²³

Bunun uzantısı olarak 1994 yılında ilk ciddi bankacılık krizi yaşanmış, bu krizi Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizleri izlemiştir. Şubat 2001 krizi sonrası alınan radikal kararlar meyvesini vermiş ve bankacılık sektörü toparlanarak kriz sonrası sektörler içerisinde en çok kar eden sektör haline gelmiş ve yabancı yatırımcılar için de bir cazibe merkezi olmaya başlamış ve yabancı sermaye Türkiye'de Bankacılık alanında girişimlerine hız vermiştir.²⁴

2.9. Banka sistemleri

Banka sistemi, farklı alanlarda çalışan bütün bankalar topluluğunun yapısal düzen ve ilişkilerini ifade eder. Bazen bu düzen ve ilişki isteğe bağlı bir şekilde, yani devletin hiçbir müdahalesi olmadan kurulur. Bazen de devlet yasalar aracılığı ile bir banka sistemi kurar ve çeşitli bankalar arasındaki ilişkiyi düzenler.

Çeşitli ülkelerdeki banka sistemleri birbirinden az veya çok değişik yapılar gösterirler. Çeşitli banka sistemleri incelendiği zaman özellikle üç unsur dikkati çeker. Banka sistemlerine özelliklerini veren etmenler bunlardır.²⁵

2.9.1. Küçük, Orta ve Büyük Banka Tipi

Bankalar, iş hacmi, sermaye büyüklüğü, istihdam edilen personel sayısına göre, küçük, orta ve büyük banka olarak sınıflandırılır. Ancak ölçek kavramı

²³ Korukçu, a.g.e., s. 12-13

²⁴ http://www.isbank.com.tr/reuters-haberdetay.asp?Document_Header=nPAM837635

²⁵ Tezel Öçal, Ömer Faruk Çolak, Selahattin Togay, Kadir Eser, **Para Banka**, Gazi Kitabevi, 1997, s. 35.

bankalar için görecelidir. Örneğin uluslar arası düzeyde küçük sayılan bir banka ulusal veya bölgesel düzeyde orta veya büyük banka sayılabilir.²⁶

Büyük bankalar yaptıkları iş hacminin çeşitliliği, şube sayısı ve güvenilirliği ile küçük bankalar karşısında büyük bir ayrıcalığa sahiptirler. Bundan dolayı mali piyasada belirleyicilik rolünü ellerinde tutarlar.²⁷

2.9.2. Uzmanlaşmış veya Uzmanlaşmamış Banka Tipi

Ekonomik döngünün karmaşıklaşması ve artan üretim hacminin bir sonucu olarak mali piyasanın kapitalist sistem içerisindeki önemi de artmıştır. Bunun sonucunda sistemin en önemli kurumu niteliğindeki bankalar yaptıkları hizmetlerde uzmanlaşmaya gitmeye başlamıştır.

Uzmanlaşmış bankalar, bankacılık hizmetlerinin sadece bir kısmını yaparlar. Özellikle gelişmiş ülkelerin banka sistemlerinde uzmanlaşmış banka tipi yaygındır. Bu tür bankalara genel olarak yatırım ve kalkınma bankaları örnek gösterilmektedir. 1945 yılında sonra Avrupa'da yatırım bankaları savaş sonrası kalkınma ve yeniden inşa sürecinde önemli bir işleve sahip oldular.

Bazı ülkelerde, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bankalar uzmanlaşmışlardır. Bu ülkelerde bankalar büyük ölçüde perakende bankacılık olarak adlandırdığımız çok şube ile her türlü banka hizmetini yapmayı amaçlarlar.²⁸

2.9.3. Devlet Bankacılığı ve Özel Sektör Bankacılığı

Toplum bakımından çok önemli olan bankalar, hissedarları bakımından kazanç elde etmek için kurulan ticari işletmelerdir. Böyle olması mevcut ekonomik kaynakların en verimli alanlarda kullanılması ilkesine de uygundur. Gerçekten, normal olarak banka, bankaya olan ihtiyaçtan doğar. Bir yerde iş hacmi ve ödemeler arttığı zaman, banka itibarına ihtiyaç artar, bankacılığın kar ihtimali çoğalır ve bankalar kurulur.

Özellikle özel teşebbüsün yeterli sermaye birikimine sahip olmadığı dönemlerde, banka kuruluşları devlet eliyle gerçekleşmekte ve sermayesi devlete ait olmak üzere bankalar kurulmaktadır. Ülkemizde Cumhuriyetin ilanından sonra ve 1930'lu yıllarda devlet eliyle kurulan bankalar süreci yaşanmıştır.²⁹

²⁶ Mikail Altan, **Fonksiyonlar ve İşlemler Açısından Bankacılık**, Beta Basım Yayın, 2001, s. 60

²⁷ Takan, a.g.e., s. 20.

²⁸ Öçal, Çolak, Togay, Eser, a.g.e., s. 36

²⁹ Sezgin, a.g.e., s. 31.

2.10. Banka Türleri

Günümüzde tüm ülkelerde, mali yapıyı oluşturan kurumların tepesinde merkez bankası yer almaktadır.³⁰ Bankalar üstü banka olarak da ifade edilen merkez bankasının diğer bankalardan ayrı olarak detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda finansal sistem içerisinde yer alan bankalar, Merkez Bankası ve diğer bankalar ayrımında değerlendirilmelidir.³¹

2.10.1. Ticaret (Mevduat) Bankaları

Bankacılık sektöründe en çok karşılaşılan banka türü olup, temelde klasik bankacılık faaliyetleri olan mevduat toplama ve kredi verme faaliyetleriyle uğraşırlar. Başlıca fon kaynakları mevduat, kullanılan krediler ve özkaynaklardır.³²

2.10.2. Ziraat Bankaları

Tarımsal ürünlerin diğer ticari ve endüstriyel faaliyetlerden tamamen farklı bir nitelik taşıması dünyanın her ülkesinde hükümetleri tarımsal kredi ile uğraşan özel banklar kurmaya ya da bu amaçla kurulan kurumlara geniş yardımlar yapmaya itmiştir.

Ziraat Bankaları, çiftçilerin kredi ihtiyacını karşılayarak, ürünlerini daha iyi değerlendirme olanağını yaratmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, borçlunun büyük bir kısmının köylü olması bu tür kurumların önemini daha çok arttırmaktadır.³³

2.10.3. Halk Bankaları

Halk Bankaları, küçük esnaf ve zanaatkârların mesleki kredi ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulmuş özel yapılı bankalardır. Halk bankalarında, küçük esnaf ve zanaatkarların ipotek edecek taşınmaz malları bulunduğu için, müteselsil kefalet ve kooperatif sistemi hakim rol oynar.

Halk bankaları küçük esnaf ve zanaatkarların orta ve kısa vadeli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuştur. Bu bankaların kurulması ve gelişmesi bu konudaki boşluğu doldurmuş bankaların halk bankaları, faaliyet alanı içine girmiştir. Bu yolla küçük esnaf ve zanaatkârlara, orta vadeli, araç ve gereç kredisi ile kısa

³⁰ Takan, a.g.e., s. 12.

³¹ Sezgin, a.g.e., s. 31.

³² Yavuz Akbulak, Emre Kavaklı, Ayça Tokmak, **Kayıp Yıllar Türkiye'de 1980'li Yıllardan Bu Yana Kamu Borçlanma Politikaları ve Bankacılık Sektörüne Etkileri**, İstanbul, Beta Yayınları Basın Yayın Dağıtım A.Ş., 2004, s. 82.

³³ Öçal, Çolak, Togay, Eser, a.g.e., s. 39-40.

vadeli çalışma kredisi sağlanarak, işlerin gelişmesi, üretim veriminin artırılması ve değerlendirilmesi sağlanmış olmaktadır.³⁴

2.10.4. Merkez Bankası

Emisyon yetkisine sahip olarak para arzını kontrol eden bankalardır. Bu nedenle merkez bankaları para piyasasını düzenlemek, fiyat istikrarını sağlamak, bankacılık sistemini kontrol etmek, ülkenin altın ve döviz rezervlerini yönetmek gibi önemli fonksiyonlar üstlenirler.³⁵

2.10.5. Yatırım ve Kalkınma Bankaları

Devletlerin ve firmaların uzun vadeli fon ihtiyaçlarını karşılamaları için onların hisse senetleri ve tahviller gibi menkul kıymetler ihraç etmelerine aracılık eden kurumlardır.

Mevduat toplama yetkisine sahip olmayan yatırım bankaları, tahvil ihraç etmek ve kredi almak suretiyle elde ettikleri kaynakları kendi nam ve hesaplarına menkul kıymet almak ya da firmalara orta uzun vadeli yatırım ve proje kredisi sağlamak şeklinde kullanırlar. Yatırım bankaları, yatırım yaptıkları menkul kıymetleri daha sonra halka satmaları nedeniyle literatürde menkul kıymet taciri olarak da adlandırılırlar.³⁶

Gelişmekte olan ülkelerde yatırım sermayesi eksikliğini gidermek ve kalkınmada öncelikli bölgelere finansman sağlamak amacıyla kurulmaktadır. Hükümetler veya uluslar arası kurumlar tarafından sağlanan fonlar ve tahvil ihracı yoluyla kaynak temin ederler. Mevduat toplama yetkisine sahip değillerdir.³⁷

2.10.6. Perakende ve Toptancı Bankacılık

Perakendeci bankacılık, genellikle küçük hacimli işleri yapan, toplumun geniş bir kesiminin finansal ihtiyaçlarını karşılayan çok şubeli bankacılıktır. Perakendeci bankacılık, mevduat bankacılığı, şube bankacılığı, ticari bankacılık şeklinde de atlandırılmaktadır.

Perakendeci bankalar; küçük ve büyük montanlı vadeli, vadesiz mevduat hesapları, çek tahsilatı, akreditif, bireysel krediler, kambiyo işlemleri, havale gibi tüm

³⁴ Öçal, Çolak, Togay, Eser, a.g.e., s. 40-41

³⁵ Akbulak, Kavaklı, Tokmak, a.g.e., s. 83.

³⁶ Akbulak, Kavaklı, Tokmak, a.g.e., s. 82

³⁷ Akbulak, Kavaklı, Tokmak, a.g.e., s. 82-83

bankacılık hizmetlerini vermektedir. Perakendeci bankalar organizasyon yapıları içinde kurdukları birimlerle toptancı bankacılık işlemleri de yapabilmektedir.³⁸

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, bankalar büyük altyapı, inşaat ve endüstriyel yatırım projelerine fon sağlayarak bu gelişmede yer almışlardır. Daha sonra ekonomik faaliyetlerin gelişmesi, büyük ölçekli firmaların ortaya çıkmasıyla, belirgin konularda uzmanlaşmış bankalara ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Büyük firmaların finansal ihtiyaçlarını karşılayabilecek, sorunlara çözümler önerebilecek, hızlı çalışan banka arayışı artmıştır. Bu ihtiyaçların karşılanabilmesi için toptancı bankalar gelişmeye başlamıştır.³⁹

2.10.7. Holding Bankacılığı

Holding bankacılığı, bir bankanın doğrudan veya dolaylı olarak bir ya da daha fazla bankaya sahip olması, kontrol etmesi veya bir bankanın sermayesinin çoğunun holding kontrolünde olması şeklindeki yapıyı ifade eder.⁴⁰

2.10.8. Kıyı Bankacılık

Off-shore bankacılık olarak bilinir. Denetim ve vergilendirmenin en az düzeyde olduğu yerlerde konvertibl paralar üzerinden işlem yaparak, çok uluslu şirketlere ve uluslar arası girişimlere hizmet veren bankalardır.⁴¹

Euro-kredi sendikasyonları, yabancı tahvil ihraçları, faiz ve para swapları, fon yönetimi, leasing, factoring, forfaiting, altın ve döviz işlemleri başlıca faaliyet alanlarıdır.⁴²

2.10.9. Uluslararası Bankacılık

Uluslararası toptancı bankacılık, büyük hacimli kurumsal bankacılık hizmetlerinin ulusal sınırlar ötesinde gerçekleştirilmesidir. Bu hizmetler fon şeklinde ve ücret karşılığında olabilir. Fon şeklindeki uluslararası toptancı bankacılık hizmetleri; döviz cinsinden mevduat toplayıp, kredi vermek ve büyük miktarda İnterbank para piyasası işlemlerini gerçekleştirmek, ücret karşılığı yapılan uluslararası toptancı bankacılık hizmetleri ise, finans ve ekonomik bilgi brokerliği

³⁸ Takan, a.g.e., s. 22.

³⁹ Sezgin, a.g.e., s. 41.

⁴⁰ Takan, a.g.e., s. 21.

⁴¹ www.tbb-bes.org.tr

⁴² Akbulak, Kavaklı, Tokmak, a.g.e., s. 83.

yapmak, döviz hizmetleri gerçekleştirmek, global fon transferleri yapmak (akreditif) ve global menkul kıymet korumacılığı gerçekleştirmektir.⁴³

2.10.10. Sanal Bankacılık

İletişim teknolojisindeki gelişmeyle birlikte, bankalar nakit çekme dışında her türlü bankacılık hizmetini internet üzerinde sunabilmektedir. Banka müşterisine, istemesi halinde bir internet şifresi vermektedir. Şifreyi alan müşteri internet bankası ile her türlü yatırım, havale, fatura ödeme, tüketici kredisi başvurusu gibi pek çok hizmeti alabilmektedir. Ayrıca bankaların internet şubelerinden sanal alışverişte yapılmaktadır.⁴⁴

2.10.11. Ev ve Ofis Bankacılığı

Ev ve ofis bankacılığı elektronik fon transferinin bir uzantısı olarak sektörde uygulanmaya başlanmış, işyerlerindeki veya evlerdeki modem aracılığıyla banka sistemlerine bağlanmış olan müşteriler, hesap durumlarını öğrenebilmekte, hesaplar arasında transfer yapabilmekte, bankalarına talimat verebilmekte, çek senet hesaplarını izleyebilmektedir.

Ev ve ofis bankacılığı sayesinde bankanın müşterileri bankaya gitmeden, bankadaki işlemlerinin büyük çoğunluğunu anında gerçekleştirebilmektedir. Bu durum; bankanın müşterilerinin daha az zaman harcamalarına katkıda bulunmaktadır.⁴⁵

2.10.12. Özel Finans Kurumları

Konvansiyonel bankacılık anlayışının dışına çıkarak, faizden uzak kalmak isteyen kişilerin finansman ihtiyaçlarını karşılamaları, tasarruflarını değerlendirmeleri ve modern bankacılık hizmetlerinden yararlanmaları amacıyla faizle çalışan klasik bankalara alternatif olarak kurulan kuruluşlardır. Özel Cari Hesap ve Katılım Hesapları adı altında iki yöntemle fon toplayabilen özel finans kurumları, topladıkları bu fonları üretim desteği, bireysel finansman desteği, kar-zarar ortaklığı yatırımı, finansal kiralama ve mal karşılığı vesaikin alım-satımı şeklinde kullandırılmaktadırlar.⁴⁶

⁴³ Altan, a.g.e., s. 56.

⁴⁴ Altan, a.g.e., s. 61.

⁴⁵ Mehmet Takan, **Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım,2001, s. 110.

⁴⁶ Göçmen Yağcılar, **Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi**, Ankara, Bankacılık Düzenleme Denetleme Kurumu Litapları, 2011, s. 13-14.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE FAİZSİZ BANKACILIK

3.1. Katılım Bankaları Hakkında Genel Bilgiler

Bu bölümde; katılım bankacılığı kavramı, katılım bankacılığının genel prensipleri ve temel özellikleri ile amaçları, tarihi ve hukuki gelişimleri, ortaya çıkış nedenleri, Türkiye ekonomisine katkıları gibi genel konular ele alınmıştır.

3.2. Katılım Bankacılığı Kavramı

Geleneksel bankacılıkta, oranı önceden belirlenmiş faiz karşılığında fon fazlası olanlardan toplanan mevduatlar, bankanın belirlediği faiz oranı üzerinden fon ihtiyacı olanlara kredi şeklinde kullanılmaktadır. Katılım bankacılığının, geleneksel bankacılıktan farkı, faiz yerine kar payı sağlamasıdır. Tasarruf sahiplerinin faaliyet sonuçlarına katılmasını öngören bu sistem, faizin olmadığını vurgulamak amacıyla, faizsiz bankacılık olarak da bilinmektedir.⁴⁷ Amaç faizli sistemi benimsemeyen kitlelerin, sermaye birikimine, etkin bir şekilde katılmalarını sağlamaktır.

Katılım bankaları (özel finans kurumları), ilk defa 4389 sayılı Bankalar Kanunu'nda "Mevduat toplama yetkisi bulunmayan ancak, özel cari hesaplar ve kar zarara katılma hakkı veren hesaplar yoluyla fon toplayan, ekonomik faaliyetleri ekipman veya emtia temini veya kiralanması veya ortak yatırımlar yoluyla finanse eden kurumlardır" şeklinde tanımlanmıştır. 5411 sayılı Bankalar Kanunu'nda ise "Bu kanuna göre özel cari ve katılıma hesapları yoluyla fon toplamak ve kredi kullanılmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulan bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubeleri" şeklinde tanımlama yapılmıştır.⁴⁸

Katılım bankaları, alternatif finansman teknikleri ile mali sektörde faaliyette bulunan, reel ekonomiyi finanse eden ve bankacılık hizmetleri sunan kuruluşlardır. Bankacılık hizmetleri yapmanın yanı sıra, tasarruf sahiplerinden özel cari hesap ve katılma hesapları yoluyla toplanan fonlar, faizsiz finansman ilkesine göre, reel sektöre aktarılmakta, oluşan kar veya zarar tasarruf sahipleriyle paylaşılmaktadır.⁴⁹

⁴⁷ Mehmet Emin Özcan ve Temel Hazıroğlu, Bankacılıkta Yeni Bir Boyut: Katılım Bankacılığı, **Bereket Dergisi**, 2000, s. 9

⁴⁸ Abitirer Özulucan ve Fevzi Serkan Özdemir, **Katılım Bankacılığı**, İstanbul, Türkmen Kitabevi, 2010, s. 5.

⁴⁹ Hüseyin Tunç, Soru ve Cevaplarla ÖFK'lar, **Bereket Dergisi**, 2000, s. 13.

3.3. Katılım Bankacılığının Prensipleri ve Temel Özellikleri

Faizsiz esasa göre toplanan tasarrufların katılım bankacılığı modeli şeklinde ekonomiye kazandırdığı bu sistemin en temel özelliği, faize dayalı herhangi bir bankacılık işlemi yapmamasıdır. Katılım bankacılığında bankalar, kapitalist ekonomi içinde, mümkün olduğunca, faizsiz bankacılık esasına uygun olarak, günümüz geleneksel bankacılığının yaptığı hemen hemen tüm bankacılık işlemlerini yapmaktadırlar.

Katılım bankaları, bankacılık hizmetlerinin yanı sıra, aynı zamanda, müşterilerine faizsiz alternatifler sunan ve topladıkları fonları ticaret ve “kar/zarar ortaklığı” prensibiyle, ticaret ve sınai faaliyetlerin finansmanında kullanılmayı prensip edinen kurumlardır.⁵⁰

3.4. Katılım Bankacılığı Amaçları

Katılım bankacılığının esas amacı, ekonomiye çeşitli nedenlerle katılmayan mali değeri yastık altından çıkararak, yabancı sermaye ile birlikte, faizsiz finansman esasları çerçevesinde milli ekonomiye kazandırmaktır.⁵¹ Yastık altında gömülenmiş olarak duran bu kaynakların geleneksel bankalar aracılığıyla reel ekonomiye kazandırılmamasının başlıca nedeni, fon sahiplerinin dini inanışlarıdır. Bunun dışında; Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nca kimi bankalara el koyma operasyonları ile geleneksel bankacılığa olan güvenin sarsılması, rant ekonomisinden sağlanan kazançların yükselmiş olması, katılım bankacılığı faaliyetlerinin geleneksel bankacılığa göre pek fazla bilinmemesi gibi faktörleri saymak mümkündür.

Faizsiz bankacılığın genel amacı, İslam'ın kabul ettiği ekonomik prensiplere göre ekonomiyi geliştirmektir.⁵² Özellikle faizi benimsemeyen kitlelerin sermaye oluşumuna etkin bir şekilde katılmaları sağlanırken, bu oluşumun sağlanması için de gerekli ortamı hazırlanması gerekmektedir.⁵³

3.5. Katılım Bankacılığın Tarihsel ve Hukuki Gelişimi

Ülkemizde faizsiz sistemi esas alan kurumların, temeli 1975'li yıllara kadar uzanmaktadır. 11.11.1975 yılında kurulmuş olan Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası bu alandaki ilk uygulamayı oluşturmaktadır. Bankanın temel amacı, halk

⁵⁰ Özulucan, Özdemir, a.g.e., s. 7.

⁵¹ Bedri Cemal Rodoplu, Dünyada Faizsiz Bankacılık, **Bereket Dergisi**, 1997, s. 9

⁵² Fuat Al Omar, Mohammed Abdal Hag, Islamic Banking Theory Practice and Challenges, **Oxford University Press**, 1996, s. 24.

⁵³ Mustafa Ahmet Ez Zerka, Muhammed Abdülaziz En, Hayrettin Karaman, **İslam'a Göre Banka ve Sigorta**, Nesil Yayınları, s. 128.

girişimlerinin ve yurt dışında çalışan işçilerimizin birikimlerini ekonomik bir güç halinde birleştirerek, kârlılık ve verimlilik anlayışı içinde değerlendirmek, kalkınma planlarının temel ilkelerine uygun ve yurt düzeyine yayılmış girişimlere, özellikle sanayi kesimindeki yatırımlara yöneltmektir. Amacı sanayi sektörüne ortaklık şeklinde fon sağlamak olan bankanın, faizli ve faizsiz çalışması konusundaki karar yetkisi yönetim kuruluna bırakılmıştı. Banka, 1975-1977 yılları arasında faizsiz çalışmış, ancak 1978 yılından sonra yönetim kurulu kararı ile faizli baza çevrilmiş ve klasik bankalardan hiçbir farkı kalmayarak, kuruluş, amaç ve özelliğini büyük ölçüde kaybetmiştir.⁵⁴

Bakanlar Kurulu tarafından Özel Finans Kurumlarının (Katılım Bankası) kurulmasına 16 Aralık 1983 tarih ve 83/7506 sayılı Kararname ile izin verilmiş ve bu karar Resmi Gazetenin 19 Aralık 1983 tarih ve 18256 sayılı mükerrer sayısında yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Özel Finans Kurumlarının tabi olması gereken yasal çerçevenin ne olacağı hususunda üç farklı görüş ortaya çıkmıştır. Bunlardan birincisi, yalnız Özel Finans Kurumlarını düzenleyen ayrı bir kanun çıkarılması, ikincisi, Özel Finans Kurumlarının mevcut konumlarını muhafaza edecek şekilde Bankalar Kanunu kapsamı içerisine alınması, üçüncüsü ise yine Özel Finans Kurumlarının Bankalar Kanunu kapsamına alınması, ancak diğer bankaların da bir pencere açarak Özel Finans Kurumları faaliyetlerini yapar hale gelmelerinin sağlanmasıdır. Yasa koyucu ikinci seçeneği yasalaştırmış ve Özel Finans Kurumları 4491 sayılı Kanun ile 4389 sayılı Bankalar Kanunu kapsamına dahil edilmişlerdir.⁵⁵

BDDK hakkında 20 Eylül 2001 tarih 24529 sayılı Resmi Gazete de “Özel Finans Kurumlarının Kuruluş ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmeliği” yayınlanmıştır. Bu yönetmelikle Özel Finans Kurumları yeni baştan düzenlenmiş ve kuruluş temelini oluşturan Bakanlar Kurulu Kararı ve buna ilişkin tüm tebliğler yürürlükten kaldırılmıştır. Bir diğer düzenleme de 26.01.2001 tarihli Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu düzenleme ile Özel Finans Kurumları Birliği kurulmaktadır. Özel Finans Kurumları Birliği, Bankalar Birliği statüsünde olan ve bu kurumun fonksiyonlarını Özel Finans Kurumları için üstlenen bir kurum olarak

⁵⁴ Aydın Karapınar, **Özel Finan Kurumları ve Muasebe Uygulamaları**, Ankara, Gazi Kitabevi, 2003, s. 14-15

⁵⁵ Fahrettin Yahşi, Özel Finans Kurumlarında Mevzuat Serüveni, **Active Bankacılık ve Finans Dergisi**, 2001, s. 100-107.

düzenlenmektedir. Düzenlemenin en önemli getirisi tasarruf mevduat sigorta fonu benzeri "Güvence Fonu'nun" kurulmasıdır.⁵⁶

3.6. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkış Nedenleri

Türkiye'de katılım bankalarının ortaya çıkış nedenlerini üç ana başlıkta incelemek mümkündür. Bunlar; dini nedeler, ekonomik nedenler ve sosyal nedenlerdir.

3.6.1.Dini Nedenler

İslamiyet'teki faiz yasağının, bu bankaların ortaya çıkmasını hazırlayan sebeplerin başında geldiğini söylemek mümkündür. Bu nedendir ki İslam ülkelerinde yaşayanların bir kısmı, tasarruflarını faizle çalışan günümüzdeki bankalar da değerlendirmemişlerdir. Faizle çalışan bankalara ilgi İslam ülkelerinde az olmuştur. Batı Avrupa ülkelerinde bankalar ile ilişki içinde olanların oranı %80 - %100 arasında değişirken bu oran İslam ülkelerinin de dahil olduğu kalkınmamış ülkelerde Birleşmiş Milletler istatistiklerine göre, %2 - %6 arasında kalmıştır. Sermaye birikiminin bir ülkenin kalkınmasındaki oynadığı rolü düşünürsek, geri kalmış İslam ülkelerinin kalkınamamalarının bir nedeninin de bu olduğu düşünülebilir. Bu düşünceden hareketle, İslam ülkelerinin sermaye birikimini hızlandırmak, birikimleri finansal pazarlara çekmek için, insanların dini inançları ile uyumlu bir bankacılık sistemi geliştirmeye çalışmışlar veya hazırdaki bankaları, faizsiz çalışma esasına göre yeniden düzenleme yoluna gitmişlerdir.⁵⁷

3.6.2.Ekonomik Nedenler

1970'li yıllarda OPEC ülkeleri petrol fiyatlarını yukarı çekmiştir. Böylelikle bu ülkelerin dış ticaret fazlaları petro-dolar olarak nitelendirilen tasarruf şeklinde Batı ülkelerine akmıştır. Bunun sonucunda İslam ülkelerinde gelir dağılımı bozulmuş, ikili ekonomik yapıyı güçlendirmek gibi olumsuz etkiler de meydana getirmiştir. İslam ülkelerinde bu sakıncalar ve eksiklikler zamanla duyulmuş ve bu ülkeleri ekonomik çözüm aramaya itmiştir. Bu gelişmeler İslam ülkelerini petrol zengini yapmıştır. Fakat yeterli sermayeyi bulamayarak elindeki doğal kaynakları ve insan gücünü değerlendiremeyen geri kalmış ve gelişmekte olan İslam ülkeleri de bulunmaktadır. Faizsiz bankaların kuruluşunda sermayesi fazla olan İslam ülkeleri ile sermaye açığı

⁵⁶ Karapınar, a.g.e., s.24

⁵⁷ Raşit Bora Polatkan, İslam Bankacılığı ve Türkiye'de Özel Finans Kurumları, 1998, s. 57 (**Yüksek Lisans Tezi**)

olan İslam ülkeleri arasında yapılacak bir işbirliğinin taraflar için olumlu sonuçlar verebileceği fikri etken olmuştur.⁵⁸

Bugün İslam ülkelerinin büyük çoğunluğu ekonomik yönden gelişmekte ve hatta az gelişmiş ülkeler arasında yer almaktadır. Toplanan fonların yetersizliği ve mevcut fonların verimli üretim alanlarına kanalize edilememesi gelişmekte olan ülkelerde en büyük sorundur. Bu ülkelerde bulunan küçük ve orta ölçekli sanayiler güçlü olmadıkça üretim alanları kalite olarak giderek daralacaktır. Çünkü bu kesimin sorunları, kalkınmanın dışında önemli dar boğazlara sebep olmaktadır. Ayrıca bu sanayilerin büyük sanayilere kaynak oluşturma ve tamamlayıcı olma özellikleri vardır.

“Gerçekten günümüzde; İslam ülkelerini az gelişmişlikten kurtarmak, sermaye hareketliliğini canlandırmak, ortak çalışmayı ve kaynak transferinin gerçekleştirmek gibi hayati öneme sahip faizsiz bankaları kurmak bir zorunluluktur. Sanayi ve teknolojinin ilerlediği bu devirde büyük sermaye birikimlerine oldukça fazla ihtiyaç vardır. İşte, sermaye fazlası olan İslam ülkeleri ile sermaye açığı olan İslam ülkeleri arasında yapılacak bir işbirliğinin taraflar için olumlu sonuçlar verebileceği görüşü faizsiz bankaların kuruluşunda diğer bir etken olmuştur”.⁵⁹

Ülkemizde bir kısım vatandaş inançlarından dolayı faiz esasına dayanan banka sisteminden uzak durmaktadır. Bu sebeple atıl fonlarını atıl olarak ekonominin dışında, döviz, altın, gayrimenkul gibi alanlarda değerlendirmektedir. Bu fonların ekonomiye kazandırılması, kaynak sıkıntısı çeken ülkemiz için büyük önem arz etmektedir.

“Özel Finans Kurumlarının kurulmasının diğer bir nedeni de ülkemize Körfez ülkelerinden sermayesini çekmektir. Petrol kaynakları nedeni ile giderek büyüyen Arap sermayesinden pay alabilme çabası bu kararda etkili olmuştur. Petrol zengini ülkeler ile ticari ve siyasi ilişkilerin giderek artması ancak mali yapıdaki uyumsuzluk nedeni ile mali ilişkilerde bir ilerleme kaydedilememesi, mali yapının bu ülkeler ile uyumlaştırılmasını gerekli kılmıştır. Bu uyum da, faizsiz çalışacak olan Özel Finans Kurumları aracılığıyla sağlanmaya çalışılmıştır”.⁶⁰

⁵⁸ Murat Güçtekin, Özel Finans Kurumu Organizasyonu, Sorunları ve Çözüm Önerileri, 1997, s. 3-4
(Yüksek Lisans Tezi)

⁵⁹ Ahmet Akcan, Özel Finans Kurumlarının Türk Finans Sektöründeki Konumu ve Geleceği , 1997, s. 29-30 **(Yüksek Lisans Tezi)**

⁶⁰ Karapınar, a.g.e., s. 15-16.

3.6.3. Sosyal Nedenler

Sosyal barışın sağlanabilmesi için, farklı sınıflara mensup bireylere sahip toplumlarda gruplar arasında iyi ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin sürdürülmesi gerekmektedir. Bu ilişkinin sağlanabilmesi için şüphesiz, zengin ile fakirin arasındaki eşitsizliğin kapatılması gerekmektedir. Özellikle azgelişmiş ülkelerde bir türlü kapanamayan gelir dağılımı adaletsizliğini ortadan kaldırmak için yeni teknikler geliştirilmelidir. Bu nedenle günümüzde “sosyal devlet” anlayışı temel önceliklerimiz arasında olmalıdır. İşte bu noktada, “faizsiz bankacılık ya da faizsiz sistem” servet sahiplerinin faiz vasıtasıyla servetlerine servet katması yolunu kapama yolunda faydalı olacak bir kurum olarak karşımıza çıkmaktadır.⁶¹

Sermaye sahibi kimseler, gücünü emeklerini arz eden fakir ve zayıfların aleyhine kullanan bir görüntü içersindedirler. Bu durum kin ve nefrete yol açmaktadır. Bunun tabii sonucu olarak sosyal barış zedelenmektedir. Hatta bu kin ve nefret yalnızca fertler arası ilişkilerde ortaya çıkmamıştır. Devletlerarası ilişkilerde de kendini çeşitli şekillerde hissettirmiştir.⁶²

Faizsiz bankacılık sosyal barışın ve toplumsal bütünleşmenin sağlanmasında önemli görevler üstlenmektedir. Faizsiz bankacılık sisteminde temelde katılım ortaklığı esas alındığı için, üretime herkes katılmakta ve biri çalışırken diğerlerinin tüketmesi gibi bir durum ortaya çıkmamaktadır.

İş hayatında ticaret yapan kişi kazandığının bir kısmını sermayesini kullandığı kimseye vermektedir. Eğer kazanmayıp zarar etmişse, zararını azaltma yoluna gitmekte ve zararın bir kısmını da sermaye sahibine karşılatmaktadır. Burada iki taraf da riski üstlendiği için üzerlerine düşen görevleri hakkıyla yerine getirmek zorunluluğunu hep hissedecektir. İlişkilerde düşmanlık ve kin doğması ihtimali faizli sisteme göre daha az söz konusu olacaktır.

Faizsiz bankacılığın kullandığı enstrümanlardan biri proje bazında ortaklıktır. Bu durum yeni istihdam alanlarını ortaya çıkarmanın yanında, üretim tarzında da gelişmenin yaşanmasını sağlayacak yeniliklerin ortaya çıkmasına da neden olacaktır. Bu da toplumda düzenin sağlanmasında yerine getirilmesi gereken önemli işlevlerden biridir.

“Türk halkının büyük çoğunluğu Müslüman’dır ve bu nedenle hepsi değilse bile bir kısmı faizli işlemlerden kaçınmaktadırlar. Bu insanlar tasarruflarını faize dayalı

⁶¹ Selvi Suiçmez, Özel Finans Kurumları ve Türkiye Uygulaması, 2002, S. 27 (Yüksek Lisans Tezi)

⁶² Akcan, a.g.e., s 31

kurumlarda değil, ülke ekonomisi dışında, atıl ve verimsiz değerlendirmektedirler. Bu insanların tasarruflarını verimli bir şekilde değerlendirebilecekleri, faiz esasına göre işlemeyen kurumlara ihtiyaç vardır. Özel Finans Kurumlarının kurulmasına izin verilmesi, bu insanların dini kaygılar duymadan yatırımlarını verimli şekilde değerlendirmelerine imkan tanımıştır. Hem bu insanların hem de ülke ekonomisinin bu işten kazançlı çıkması amaçlanmıştır”⁶³.

3.7. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Ekonomiye Katkıları

Türkiye’de uygulanış şekli ile katılım bankalarının tamamıyla İslami bankacılık olarak nitelendirmesi doğru olmaz. Bu kuruluşların tam anlamıyla İslami bankacılık yapmaları da beklenmemelidir. Çünkü hukuki ve ekonomik anlayışı, İslam anlayışından farklı olan bir sistem içinde faaliyette bulunan katılım bankaları, sisteme ters düşmemek koşulu ile yasalar çerçevesinde, faizi fon toplama ve fon kullandırma faaliyetlerinde saf dışı tutarak, hemen hemen bütün bankacılık faaliyetlerini yapmaktadırlar.

Türkiye’de faizsiz bankacılık sistemine geçişte hem uluslar arası hem de ulusal çevrelerde önemli adımlar atılmıştır. Örneğin, Türkiye 1975 yılında İstanbul Kalkınma Bankası’nın kurucu üyeleri arasında yer almış ve 1984 yılında ise kuruluşun en büyük ortaklarından biri olmuştur. Böylece, Türkiye dünyanın önde gelen finans kurumlarından biri olan İslam Kalkınma Bankası bünyesinde, etkinliğini arttırma imkanı elde etmiştir. Ayrıca, yurt içinde tasarruflarını faizsiz sisteme uygun olarak değerlendirmek isteyen tasarruf sahiplerine, küçük ve orta boy işletmelere hizmet vermek amacıyla, 1975 yılında kurulan ve bu yöndeki çalışmalarını 1978 yılına kadar sürdüren Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası AŞ’nin sistem hakkında ülkemize önemli tecrübeler kazandırdığı söylenebilir.⁶⁴

Model bankacılık yöntemiyle Türkiye’de mevcut sistem içinde faaliyette bulunan katılım bankalarının yasal alt yapısı, İngiltere’de bu şekilde faaliyet gösteren bir kurumun ana sözleşmesi tecrübe edilerek oluşturulmuştur.⁶⁵

Kredilendirme sürecinde faiz yerine, iştirak payı ya da kira bedeli unsurlarını kullanan katılım bankaları, Bankalar Kurulu’nun 16.12.1983 gün ve 83/7506 sayılı Kararı ve buna ilişkin o zamanki adıyla Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı ile T.C. Merkez Bankası’nın belirlediği prensiplere uygun olarak faaliyet göstermeye

⁶³ Karapınar, a.g.e., s. 16.

⁶⁴ www.albaraka.com.tr

⁶⁵ www.anadolufinans.com.tr

başlamışlardır.⁶⁶ Türkiye’de 1985 yılından itibaren faaliyete geçen katılım banka sayısı altıdır. Bunlardan üçü yabancı sermayeli (Albaraka Türk, Faisal Finans, Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu), diğer üçü ise yerli sermayeli (Anadolu Finans Kurumu, İhlas Finans ve Asya Finans) katılım bankaları idi.

Günümüzde katılım bankalarının finans sektörü içine payları mevduatta % 4.3 iken, kredilerde % 5.3 olarak belirlenmiştir. Yapılan piyasa araştırmalarına göre, toplumun % 15’inin faize karşı hassas olduğu ve tasarruflarını değerlendirmek için tercihlerini katılım bankalarından yana kullandıkları göz önüne alındığında, katılım bankalarının henüz istenen seviyede kendilerini geliştiremedikleri görülmektedir. Tarih içine katılım bankalarının bu başarısızlıklarının nedenleri arasında; toplumda bu kuruluşlar hakkında ön yargının oluşması, kuruluşlarının kanun yerine kararnameye dayanması, katılım bankalarının kendilerini klasik bankacılığa yönlendirmesi, kamu borçlanma senetlerinin mevduata alternatif oluşturması, tasarrufların mevduata dönüşme oranının düşük olması, ekonomik ve siyasi belirsizlikler nedeniyle tasarrufun sistem dışına çıkması, kayıt dışı ekonominin büyüklüğü gibi faktörleri sıralamak mümkündür.⁶⁷

⁶⁶ Servet Eyüpgiller, **Banka ve Mali Kuruluşlar**, Ankara, Yargı Yayınevi,1988, S. 52

⁶⁷ Özulucan, Özdemir, a.g.e., s. 15-16.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN FİNANSAL YAPISI

4.1. Finans Kavramı

Fransızca kökenli finans kelimesi Türkçede para, mal, mali işler, para yönetimi gibi anlamlara karşılık gelir. Çoğu işletme bir finans departmanına sahiptir. Bu departmanın büyüklüğü işletmenin büyüklüğü ile doğru orantılıdır.

İşletmeler varlıklarını sürdürebilmek için talep yaratmak, talepleri karşılayabilmek ve büyütebilmek, en önemlisi de işletmelerinin değerini arttırmak için çeşitli yatırımlar yapmak, bu yatırımların nasıl elde edileceğine ve nasıl ödeneceğine karar vermek zorundadır.

İşletmelerin yatırımlarının finansmanında başvurabileceği finansal kaynaklar; işletmenin ortakları tarafından konulan öz sermaye, finansal kuruluşlardan faiz karşılığı sağlanan borçlar, yabancı sermaye, bir de işletmenin sağladığı karların bir kısmını dağıtmayarak firmada alıkoyduğu oto finansmandır. Burada oto finansmanı, öz sermaye içerisinde düşünüp, işletmelerin yatırımlarını finaslama başvurabilecekleri kaynakları, öz sermaye ve borçlar olarak iki başlıkta toplanabilir. İşletmelerde finans bölümü, ihtiyaç duyulan fonların uygun şartlarda sağlanması ve etkin bir biçimde kullanılması konularına yoğunlaşmaktadır.⁶⁸

4.2. Finansın İşletmelerdeki Yeri ve Önemi

İşletmelerin amaçlarına ulaşmasında finans fonksiyonunun önemi gün geçtikçe artmaktadır. Günümüzde finans yönetimi, işletme içinde alınan kararların başarıya ulaşmasında en önemli rolü oynayan işletme fonksiyonlardan biri olmuştur. Bilindiği gibi üretimin artırılması kararı, ilave fon gereksinimine neden olacaktır. İşletme hayatındaki benzeri kararlar ile birlikte, işletme içi denetimimin öneminin artması da, işletme başarısının finans yönetimi ile sıkı sıkıya ilişkili olduğunu göstermektedir.

Finans fonksiyonu işletme organizasyonu içinde önemli bir yer tutar. İşletmelerin dengeli bir biçimde gelişip, büyüebilmesi, olumsuz ekonomik şartlar altında varlığını sürdürebilmesi ve işletmelerin amaçlarına uygun finansal kararların verilebilmesinde finans yöneticisinin katkısı büyüktür. Finans yöneticisi, firmanın

⁶⁸ Metin Kamil Ercan, Ünsal Ban, **Finansal Yönetim**, Ankara, Gazi Kitabevi, 2008, s. 3-4

nakit ihtiyaçlarını karşılayabilmek için firma ile finansal piyasalar arasındaki ilişkiyi kurmakla görevlidir.

Finans politikalarının etkin bir şekilde yapılabilmesi için, pazarlama, üretim, personel gibi diğer bölümlerle işbirliğine ihtiyaç vardır. Diğer bir değişle, finans yöneticisinin karar alma ve görevlerini yerine getirme sürecine, diğer bölümlerdeki yöneticilerin de katkıları gerekmektedir.⁶⁹

4.3. Finansın Temel İlkeleri

Finansal yönetimin temel ilkeleri bir başka ifadeyle finansal işlemler ile finansal kavramların alınmasını sağlayan genel kurallar, Kolb ve Rodrigez'in Financial Management isimli, Ali İhsan Karacan tarafından çevirisi yapılan ve SPK yayını olarak 1996 yılında yayınlanmış kitapta aşağıdaki on iki başlık altında toplanmakta ve açıklanmaktadır.⁷⁰

Kişisel ıkarları Düşünme Davranışı İlkesi

Riskten Kaçınma İlkesi

Çeşitlendirme İlkesi

İki Taraflı Muameleler İlkesi

Artan Yararlar İlkesi

İşaret Verme İlkesi

Sermaye Piyasasının Etkinliği İlkesi

Risk-Getiri Değiş Tokuşu İlkesi

Değerli Fikirler İlkesi

Opsiyonlar Değerlidir İlkesi

Davranış İlkesi

Paranın Zaman Değerliği İlkesi

Finansın temel ilkelerini bu başlıklar altında incelenmiş ve işletmelere kaynak olarak uygulamalarında yardımcı olmaktadır.

⁶⁹ Ercan, Ban, a.g.e., s. 5-6

⁷⁰ Ercan, Ban, a.g.e., s. 8-9-10-11

4.4. Basel Düzenlemeleri

“Sermaye bankalar açısından, yönetimde aksaklıkların meydana gelmesi, ihtiyaten ayrılan karşılıkların yeterli olmadığına anlaşılması gibi koşulların olumsuzlaşması durumunda bankanın faaliyetlerini sürdürmesini sağlayacak bir unsur olduğundan, yaşamsal öneme sahiptir. Bu gibi hallerde bankalar maruz kaldıkları zararları sermayeleri ile karşılamaktadırlar. Zararları sermayeleri ile karşılayamadıkları durumlarda ise iflas dahi edebilmektedirler. Bu nedenle bankaların ne kadar sermaye ile çalışması gerektiği konusu üzerinde çokça durulan temel konulardandır”.⁷¹

“Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin Merkez Bankalarının bir araya gelmesiyle BIS “Bank for International Settlements” oluşmuştur ve BIS 1974 yılında, Basel Bankacılık Denetim Komitesi’ni yapılandırmıştır. Uluslararası uygulamalarda banka sermaye yeterliliklerine ilişkin hesaplama yöntemlerinde referans olarak alınan temel otorite adı geçen Basel Bankacılık Denetim Komitesi’dir”.⁷²

4.4.1. Basel I Kriterleri

1988 yılında Basel Bankacılık Denetim Komitesi tarafından Basel I’in yayımlanması ile bankaların sermaye yeterlilikleri uluslararası alanda ilk kez bir standarda bağlanmıştır. Basel I’in yayımlanmasıyla ulaşılmak istenen amaçlar şunlardır.⁷³

- Farklı ülkelerde uygulanan sermaye yeterliliği hesaplama yöntemlerini birbirleriyle uyumlu hale getirmek,
- Banka sermaye yeterliliğine ilişkin uluslar arası platformda bir sektör standardı ve minimum rasyo oluşturmak.

“Zaman içerisinde Basel I’in uygulanmasında üç temel eksikliğin olduğu anlaşılmıştır. Bunlardan ilki, banka sermayesinin sadece kredi riski ile ilişkilendirilmiş olmasıdır. Basel I uygulamasında bankaların faaliyetleri dolayısıyla üstlenmiş oldukları piyasa, operasyonel ve likidite risklerinin göz ardı edilmiş olduğu görülmüştür. Basel I’e ilişkin eleştirilen ikinci nokta yöntemin risk duyarlılığının yetersiz olmasıdır. Yöntemde kredi riskinin sadece beş farklı risk ağırlığı ile ölçülmesi ve söz konusu ağırlıkların uygulanacağı kalemlerin belirlenmesinde OECD

⁷¹ Yusuf Kaderli, Süleyman Doğu, Özlem Arabacı, Basel III ve Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun KOBİ’lerin Finansman Sorunu Üzerindeki Muhtemel Etkileri, **Ege Akademi Bakış**, 2013, s. 505

⁷² Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s. 505

⁷³ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506

üyesi olup olmama kriterinin (club rule olarak ifade edilmektedir) dikkate alınması, yöntemin riske olan duyarlılığını azaltmaktadır. Basel I uygulamasında gözlemlenen üçüncü eksiklik ise, içerisinde tek bir yöntemi barındırması, farklı şartlarda faaliyette bulunan veya farklı özellikler gösteren tüm bankaların aynı yonteme (“one size fits all” yaklaşımı) tabi olmasıdır”.⁷⁴

4.4.2. Basel II Kriterleri

“Basel Bankacılık Denetim Komitesi, 1999 yılında finansal piyasalarda meydana gelen gelişmeleri ve Basel I’in sermaye yeterliliği ölçümüne ilişkin eksikliklerini dikkate alarak Basel II’ye ilişkin ilk istişari metni yayımlamıştır. Ardından, 2001 yılında ikinci istişari metin, 2003 yılında ise, üçüncü istişari metin yayımlanmıştır. Bahsedilen metinler yeniden düzenlenmiş ve Basel II’ye ilişkin nihai metin 2004 yılı haziran ayında yayımlanmıştır”.⁷⁵

Basel Bankacılık Denetim Komitesi, Basel II’nin temel amaçlarını şu şekilde sıralamaktadır:⁷⁶

- Basel I içerisinde yer alan alternatif yöntem önerileri “one size fits all” olarak ifade edilen tekdüzeliği ortadan kaldırmak ve bankalara, yapıları ile uyumlu olan yöntemi seçme imkânı vermek,
- Sektörden gelen değerlendirmelerin de ışığında, basit ve uygulanabilir olmak, ancak bu basitleştirmenin temel amaçlarından olan riske duyarlılık ve esnekliğe zarar verici mahiyette olmamak,
- Sermaye yeterliliği ölçümlerinin yapısının genişletilmesi ve ölçümlerin riske daha duyarlı hale getirilmesi,
- Bankaların etkin risk yönetim sistemleri kurmaları ve geliştirmelerini teşvik etmek,
- Farklı pozisyonlara ilişkin sermaye yükümlülüğünün hesaplanmasında “club rule” kuralını ortadan kaldırarak Basel I’e göre daha gerçekçi bir teşvik mekanizması oluşturmak,
- Kamuya açıklanan sermaye yeterliliği bilgilerinin kapsamını ve içeriğini genişletmek,

⁷⁴ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506

⁷⁵ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506

⁷⁶ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506

- Etkin banka yönetimi ve denetimi için vazgeçilmez faaliyetler olan banka sermaye yeterliliği düzeyinin banka ve denetim otoritesi tarafından değerlendirilmesini sağlamak,
- Sermaye yeterliliğine ilişkin bilgilerin kamuya açıklanması suretiyle finansal ve ekonomik istikrara katkıda bulunmak.

“Basel II'nin yürürlüğe gireceği tarih ilk önce 2004 yılı olarak belirlenmiş, ancak bu tarih ilk aşamada 2005 yılına daha sonra ise, 2007 yılına ertelenmiştir. Bu itibarla, Basel II standartları G-10 ülkelerinde (Gelişmiş Avrupa Birliği üyesi ülkeler) 01.01.2007 tarihinden itibaren uygulanmakta olup Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise, 01.01.2008 tarihinden itibaren zorunlu olarak uygulanacağı belirtilmişse de; bu tarihte uygulamaya geçilememiştir. Ancak Türkiye'deki bankaların çoğu yabancı kaynaklı ve yabancı şirketlere ait olduğundan, 2007 yılından bu yana zımnen de olsa uygulamaya geçmişlerdir.⁷⁷ BDDK' nın 24.02.2011 tarihli kararında “01.07.2011-31.06.2012 tarihleri arasında bir geçiş süreci öngörülmüş, bu süreçte bankaların sermaye yeterliliklerini düzenleme taslaklarına göre hesaplamaları ve hesaplamalarını BDDK tarafından istenilen formatta raporlamaları gerektiği” belirtilmiştir. Bu itibarla ülkemizde de 31.06.2012 tarihinden itibaren Basel II düzenlemeleri yürürlüğe konulmuştur”.⁷⁸

4.4.3. Basel III Kriterleri

“2008 yılında başlayan finansal krize bağlı gelişmeler üzerine Basel II'nin risklerin hesaplanması konusunda pek çok eksiklikleri gözlemlenmiştir. Gözlemlenen bu eksikliklerin giderilmesine ilişkin çalışmalar yapmak amacıyla Eylül 2010 tarihinde bir araya gelen Basel Bankacılık Denetim Komitesi, Basel III olarak adlandırılan yeni sermaye uzlaşısı üzerinde anlaşma sağlamıştır. Böylece, ülkemizde Basel II kriterleri henüz resmi olarak uygulamaya geçmemişken Bankacılık Komitesi tarafından 2010 yılında Basel III kararları yayımlanmıştır”.⁷⁹

“Basel III, Basel II gibi sermaye ihtiyacının hesaplanma usulünü tamamen değiştiren devrim niteliğinde bir uzlaşma olmamakla birlikte, Basel II'nin özellikle son finansal krizdeki gözlemlenen eksikliklerini tamamlayan bir “ek düzenlemeler seti” niteliğindedir”.⁸⁰

⁷⁷ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506

⁷⁸ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506

⁷⁹ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.506-507

⁸⁰ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s.507

Basel III ile ulaşılmak istenen hedefler şu şekilde özetlenebilir.⁸¹

- Kaynağı ne olursa olsun finansal ve ekonomik şoklara karşı bankacılık sisteminin dayanıklılığının arttırılması,
- Kurumsal yönetim ve risk yönetimi uygulamalarının geliştirilmesi,
- Bankaların şeffaflılığının ve kamuya bilgi verme özelliklerinin arttırılması,
- Mikro bazda yapılan düzenlemelerle, bireysel olarak bankaların dayanıklılığının arttırılması,
- Makro bazda yapılan düzenlemelerle finansal sistemin şoklara karşı direncinin arttırılması.

Belirtilen bu amaçların gerçekleştirilmesi için yapılan çalışmalar ise şunlardır.⁸²

- Hali hazırda kullanılan asgari sermayenin nicelik olarak arttırılması, niteliğinde değişiklikler yapılması ve mevcut uygulamaya ilaveten risk bazlı olmayan, diğer bir ifadeyle muhasebesel bazlı bir asgari sermaye gerekliliği standardının getirilmesi,
- Tutulması gereken sermaye ihtiyacının ekonominin çevrim dönemlerine (cyclical) göre artırılabilmesi ya da azaltılabilmesi,
- Asgari likidite oranlarına yönelik düzenlemeler yapılması,
- Alım-satım hesaplarına (Trading Book) ilişkin sermaye yeterliliği hesaplamalarında değişiklik yapılması,
- Karşı taraf kredi riskinin (Counterparty Credit Risk) hesaplanmasına ilişkin değişiklik yapılması.

“Bahsi geçen bu çalışmaların bütünü, kısaca Basel III olarak isimlendirilmektedir. Aslında, Basel III olarak adlandırılan söz konusu yeni dönem düzenlemeleri yasal öz kaynak hesaplamasına, finansal kaldıraca, likiditeye ve diğer konulara ilişkin düzenlemeler olmak üzere çeşitli başlıklara ayrılabilir. Basel III ile getirilen değişiklikler Basel II’ nin temel felsefesinden ciddi sapmalar göstermeyen ve yükümlülükleri daha da sıkılaştıran bir özellik göstermektedir. Basel III uzlaşısına

⁸¹ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s. 507

⁸² Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s. 507

tam uyumun sağlanması 2013-2019 arasındaki dönemde gerçekleştirilmesi planlanmaktadır".⁸³

4.5. Finansman Alternatifleri

KOBİ'lerde kullanılan finansman kaynak türleri kullanılan finansman yolunun süresine göre üç ana başlık altında incelenmektedir. Sırasıyla kısa süreli finansman kaynakları, orta vadeli finansman kaynakları ve uzun süreli finansman kaynaklarıdır.⁸⁴

4.5.1. Kısa Süreli Finansman Kaynakları

Kullanılan kaynakların vade yapısına göre en başında kısa süreli finansman kaynakları gelmektedir. Kaynağın ödemesinin en kısa sürede gerçekleştirildiği bir türdür. "Kısa süreli finansman kaynakları firmanın, bilançosunun düzenlendiği tarihten itibaren normal olarak bir yıl içinde para ve paradan başka değerlerle (mal ve hizmetlerle) ödenmesi gereken yükümlülükleri kapsar. Burada önemli olan zamandır bu zamanda belirttiğimiz gibi bir yıldır".⁸⁵

"Kısa vadeli finansman kaynaklarını genel olarak şu şekilde sıralamak mümkün olmaktadır;

1. Ticari (Satıcı) Krediler
2. Banka Kredileri
3. Finansman Bonoları
4. Factoring
5. Varlığa Dayalı Menkul Kıymetler (VDMK)"

Kendi yapılarına uygun olarak KOBİ'ler iyi bir analiz neticesinde tüm bu kısa vadeli kaynakları yapacakları yatırımlarda, ödeyecekleri borçlanmalarında veya hammadde yada gayri menkul alımlarında verimli bir şekilde kullanabilirler.⁸⁶

4.5.2. Orta Vadeli Finansman Kaynakları

Genel anlamda vade süreleri 1-5 yıl arasında olan fonlar orta vadeli fon kaynakları içerisine girmektedir. Fakat finans otoritelerince orta vadeli fonların süresinin 5 yıl mı veya 10 yıl mı olduğu konusunda bir tartışma vardır. Kimi kaynaklara göre bu fonlar 1-5 yıl, kimilerine göre ise 1-10 yıl arasında kullanılabilen

⁸³ Kaderli, Doğu, Arabacı, a.g.e., s. 507

⁸⁴ Mustafa Yurtadur, **Kobi Yönetimi ve Büyüme**, Beta Yayıncılık, 2015, s. 130

⁸⁵ Öztin Akgüç, **Mali Tabloları Analizi**, Avcıol Basım Yayın, 1995, s. 140

⁸⁶ Yurtadur, a.g.e., s. 132.

fonlar olarak tanımlanabilmektedir. Merkez Bankası Türkiye de 5 yıla kadar vadesi olan senetleri reeskonta kabul etmesinden dolayı 1-5 yıl arasında vadesi olan kredileri uygulamada orta vadeli krediler olarak değerlendirme eğilimi içerisinde.

Kullanılan orta vadeli finansman kaynaklarını şöyle sıralamak mümkündür:

- Banka Kredileri
- Ticari Kredi
- Leasing
- Forfaiting
- Yatırım ve Kalkınma Bankaları
- Orta Vadeli Tahviller

Bu kaynaklardan vade süresine uygun olarak kullanılma sonucunda işletmeler kendi finans yapısına uygun olanla finanselemeye gidebilmektedir. Kullanılacak türün ne olacağına kararı sonuca pozitif gidebilme anlamında oldukça önemlidir.⁸⁷

4.5.3. Uzun Süreli Finansman Kaynakları

KOBİ'lerin finansmanlarında kullandıkları bir diğer kaynak ise uzun süreli finansman kaynağıdır. Yapılacak yatırımın şekline ve türüne uygun olarak kullanılacak sürenin oldukça uzun olduğu bu yöntemdeki faiz yükü süreye bağlı olarak biraz yüksek olabilmektedir. "İşletmelerin 5 yıldan daha uzun süreli olarak fon kullandıkları kaynak olarak uzun vadeli finansman kaynakları bulunmaktadır. Bu kaynaklar genellikle yatırım projelerinin finansmanı için yatırım bankalarıyla kullanılan kredilerden oluşur. Uzun vadeli krediler, yatırım bankaları adı verilen ve bu konuda uzmanlaşmış kurumlarca uygulanır. Bunların yapısı ve faaliyetleri ticaret bankalarından farklıdır. Daha emin kaynaklarla çalışırlar. Sermaye ve yedek akçeleri mevduat bankalarına oranla daha yüksektir. Ayrıca uzun vade ile borçlanarak yeni kaynaklar elde ederler. Fon olarak, vadesiz mevduatı değil, fakat iki yıldan fazla vadeli mevduatı tercih ederler. Uzun vadeli krediler, işletmelere örgütlerini büyütme veya yenileme yoluyla gelişme sağlar. Yeni işletmeler açılmasına olanak sağlar. Yatırım bankaları bunun için mali yönden desteklenecek işletmelerin tahvil veya hisse senetlerini satın alırlar. Uygun buldukları zamanda halka doğrudan doğruya satmak veya borsadan sattırmak yoluyla da bu iştiraklerden kurtulurlar. Mali yönden destekledikleri şirketlerin "mali hizmetlerini" de görürler. Bunu, hesaplarına yeni

⁸⁷ Yurttadur, a.g.e., s. 138-139-140.

hisse senetleri plase ederek, senetleri tekrar kuponla yarak, kuponları ödeyerek v.b. şekilde yaparlar".⁸⁸

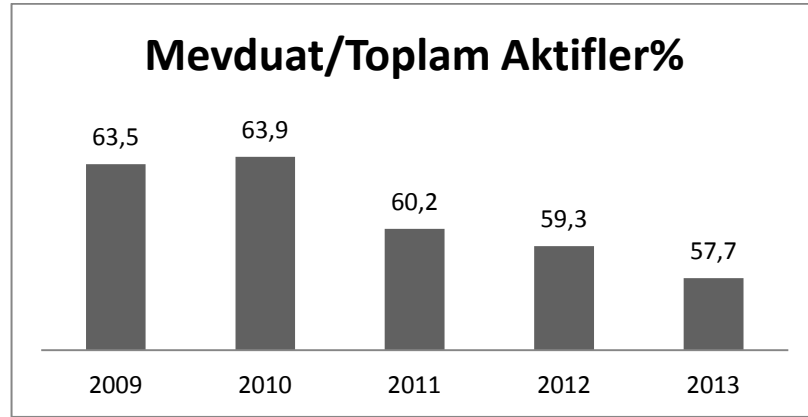
Genel olarak uzun vadeli finansman kaynaklarını sıralamak gerektiğinde bunu şöyle yapabiliyoruz;

- Tahviller ve Hisse Senetleri
- Uzun Vadeli Banka Kredileri
- Kar Zarar Ortaklığı Senetleri

Bu tür finansman kaynağını kullanacak olan KOBİ'lerin hangi kaynak türünü kullanmadan önce tüm çeşitlerini çok iyi analiz etmeleri gerekmektedir. Daha az maliyetli ve daha çok verimliliği olan tür her zaman tercih edilmelidir.⁸⁹

4.6. 2009-2013 Yılları Arası Türkiye'deki Bankaların Finansal Yapısı

Bu bölümde Türkiye'de bankacılık sisteminde yer alan Mevduat bankaları ile Kalkınma ve Yatırım bankalarının 2009-2013 yılları finansal yapıları ele alınmıştır. Türkiye Bankalar Birliğinden alınan verilere katılım bankaları katılmamıştır.



Grafik-1: Yıllara Göre Toplam Mevduatların Toplam Aktiflere Oranı⁹⁰

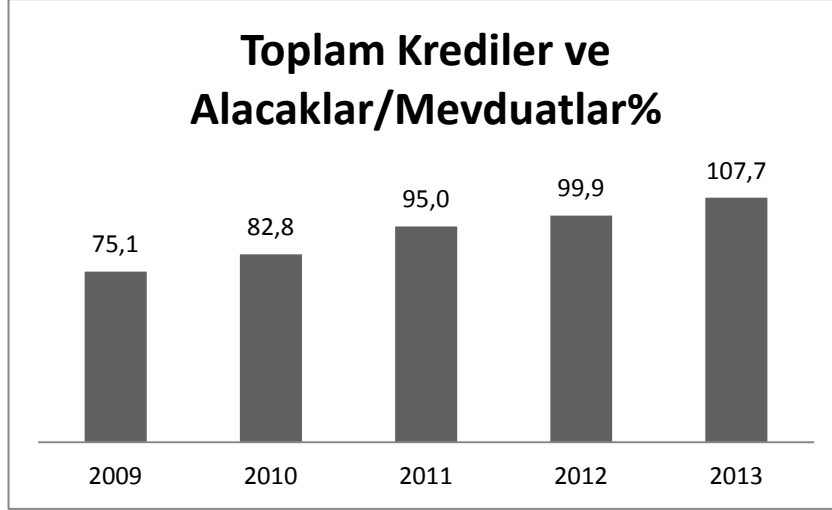
Banka bilançosunda yer alan mevduat toplamı bankanın varlıklarını ifade eden toplam aktiflerin ne kadarını finanse ettiğini göstermektedir.⁹¹ 2009 Yılı sonunda % 63,5 olan mevduatların toplam aktiflere oranı 2010 yılında % 63,9 çıkmış daha sonraki yıllarda azalarak 2013 yılında % 57,7 olmuştur.

⁸⁸ Önder Özkazanç, **Para ve Banka**, Eskişehir, Açıköğretim Yayınları, 1988, s. 97-98.

⁸⁹ Yurttadur, a.g.e., s. 153-154.

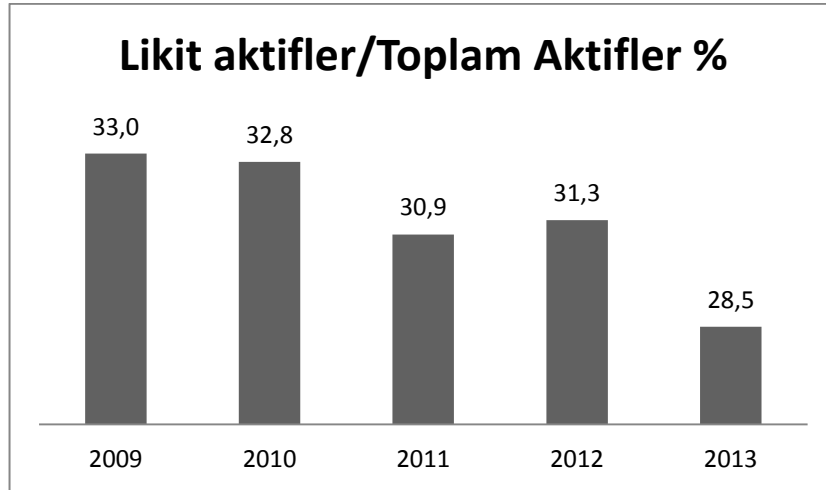
⁹⁰ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

⁹¹ Pınar Avcı, 2008 Küresel Krizin Türkiye Bankacılık Sektöründeki Finansal Oranlara Etkisi, Edirne 2012, s. 65 (**Yüksek Lisans Tezi**)



Grafik-2: Yıllara göre Kredi ve Alacakların Mevduatlara Oranı.⁹²

Bankaların almış olduğu mevduatlardan ne kadarını kredi olarak yerine getirildiğini gösterir. Yabancı kaynaklar içinde önemli bir paya sahip olan mevduat yıllar içinde faiz oranlarına göre değişiklikler gösterdiğinden dolayı kredilerin mevduata oranı değişmektedir.⁹³ 2009 Yılında mevduatların krediye dönüşüm oranı yalnızca %75,1 iken 5 yıl içinde oran artış göstererek 2013 yılında %107,7'ye ulaşmıştır.



Grafik-3: Yıllara Göre Likit Aktiflerin Toplam Aktiflere Oranı.⁹⁴

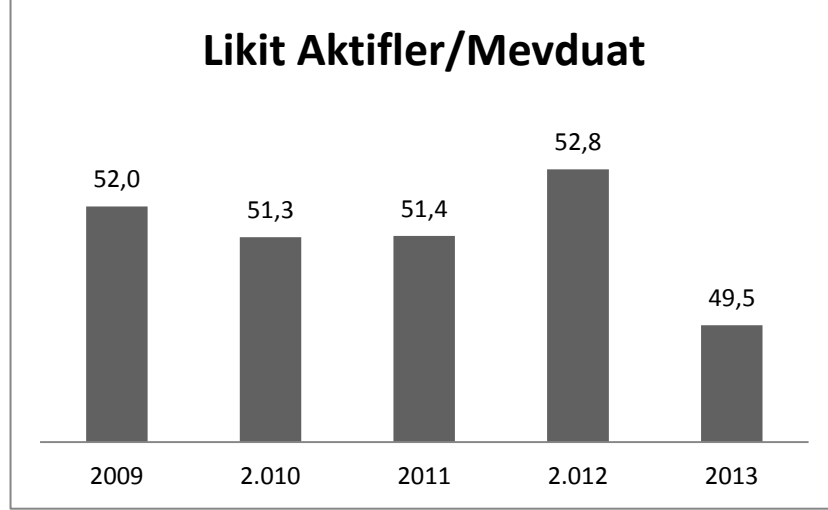
Söz konusu oran bankanın sahip olduğu kaynaklarının ne ölçüde likit değerlere yatırıldığını göstermektedir.⁹⁵ Bu oranın yüksek değerde olması, bankanın

⁹² TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

⁹³ Ömer Faruk Çolak, Öcal Tezer, **Finansal Sistem ve Bankalar**, Ankara, Mobil Yayınları 1999, s.177

⁹⁴ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

nakit çalıştığını ayrıca kısa dönemli borç ve taahhütlerini karşılamada kaynaklarını kullanmak zorunda kalmayacağını göstermektedir.⁹⁶ 2009 Yılında Likit aktiflerin toplam aktiflere oranı % 33 iken 2010 yılında % 32,8, 2011 yılında azalarak % 30,9'a düşmüş 2012 yılında % 31,3 seviyesine yükselmiştir. Likit aktiflerin toplam aktiflere oranı 2013 yılında % 28,5 oranına düşmüştür.



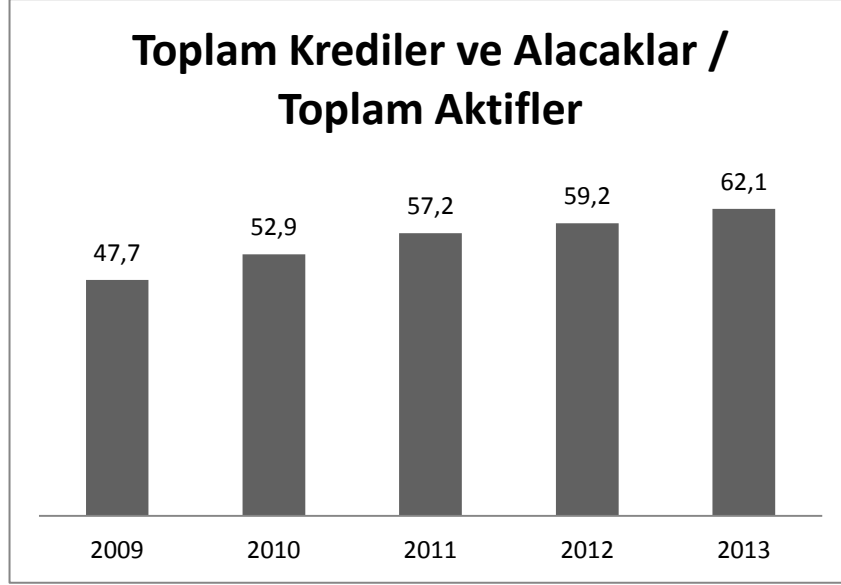
Grafik-4: Yıllara Göre Likit Aktiflerin Mevduata Oranı.⁹⁷

Likit değerlerin mevduat içindeki payını gösteren bu oran, likit değerlerin mevduata bölünmesi yoluyla bulunur. Mevduat müşterileri, yatırmış oldukları paraları çekmek istedikleri zaman, nakit taleplerinin anında karşılanmasını beklerler. Bu da bankalara olan güveni artırır. Söz konusu oran da bu konuda önemli bir veri kaynağıdır. 2009 Yılında Likit aktiflerin mevduata oranı % 52 iken 2010 yılında % 51,3, 2011 yılında % 51,4 2012 yılında ise % 52,8 seviyesine yükselmiştir. Likit aktiflerin mevduata oranı 2013 yılında % 49,5 oranına düşmüştür.

⁹⁵ Öztin Akgüç, **Banka Yönetimi ve Performans Analizi**, Avcıol Basım Yayın,2007, s. 139.

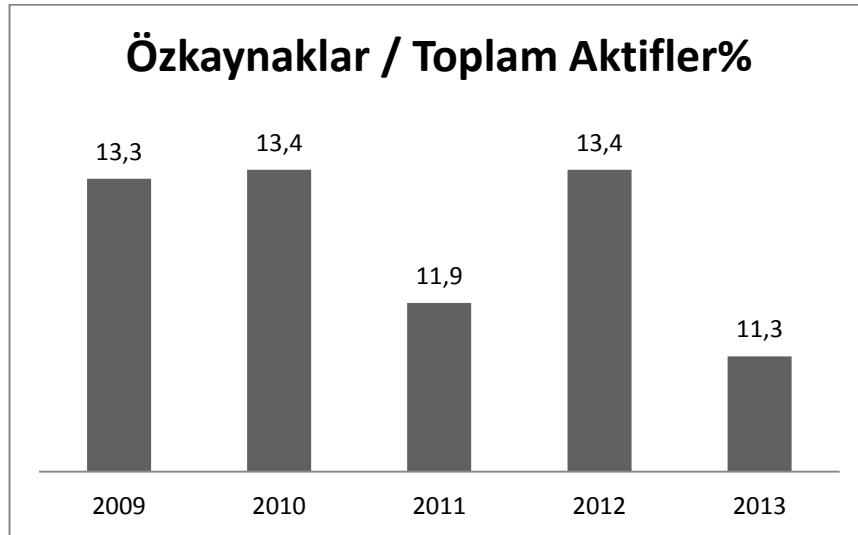
⁹⁶ Hüseyin Çilli, Tuğrul Temel, Türk Bankacılık Sistemi İçin Bir Erken Uyarı Modeli, **Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Kütüphanesi**,1988, s. 6.

⁹⁷ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.



Grafik-5: Yıllara Göre Toplam Krediler ve Alacakların Toplam Aktiflere Oranı.⁹⁸

Kredilerin toplam aktifler içindeki payını gösteren orandır. Kredilerin aktif içindeki payının yüksek olması bankanın gerçek görevini yaptığını göstermektedir. Fakat bu oranın çok yüksek olması kredilerin ödenmeme olasılığı artmakta buda banka riskini arttırmaktadır.⁹⁹ 2009 Yılında Kredilerin Toplam Aktiflere oranı % 47,7 iken 5 yıl içinde oran artış göstererek 2013 yılında % 62,1 seviyesine ulaşmıştır.



Grafik-6: Yıllara Göre Özkaynakların Toplam Aktiflere Oranı.¹⁰⁰

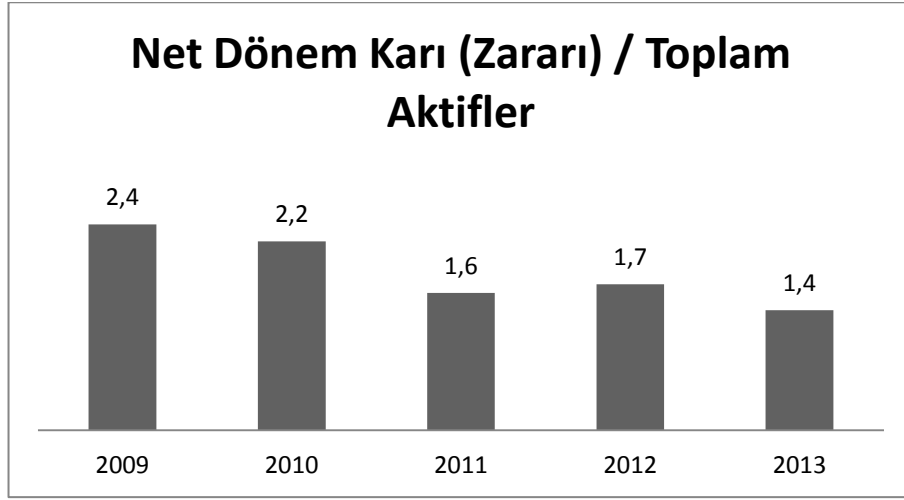
Söz konusu oran banka özkaynaklarının toplam aktiflerdeki payını ifade eder. Özkaynakların banka faaliyetleri için ne kadar yeterli olduğunu göstermektedir. Eğer

⁹⁸ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

⁹⁹ Çolak ve Öcal, a.g.e., s. 177.

¹⁰⁰ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

sermayesi aktiflere göre yetersiz olan bankalara sermaye artırımını önerisinde bulunulur. Bu oran ne kadar yüksek olursa bankaların yabancı kaynaklara bağımlılığını azaltmaktadır.¹⁰¹ 2009 Yılında özkaynaklarının toplam aktifler içindeki payı % 13,3 iken 2010 yılında % 13,4 olmuş 2011 yılında % 11,9 seviyesine düşmüştür. Bu oran 2012 yılında tekrar % 13,4 seviyesine yükselmiştir. Özkaynaklarının toplam aktifler içindeki payı 2013 yılında % 11,3 seviyesine düşmüştür.



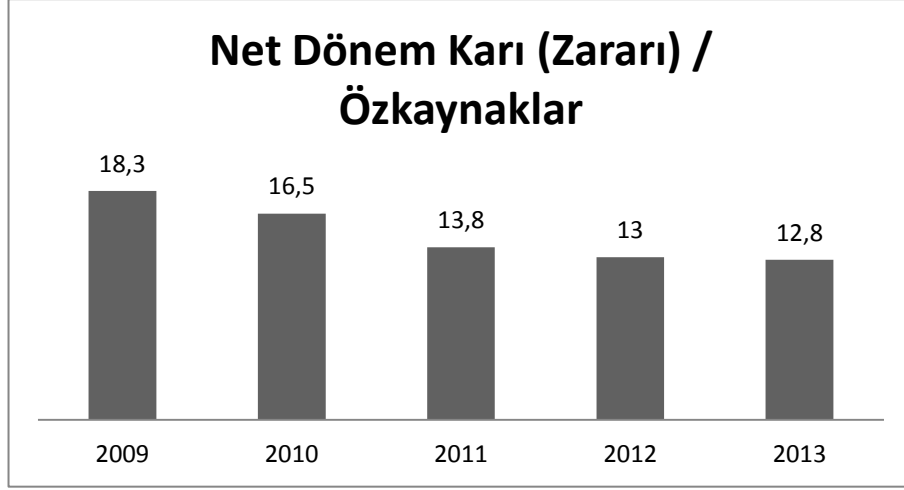
Grafik-7: Yıllara Göre Net Dönem Karının(Zararının) Toplam Aktiflere Oranı.¹⁰²

Bu oran, bankanın sahip olduğu varlıklarını ne kadar etkin kullandığını göstermektedir.¹⁰³ Net dönem karı(zararı)'nın toplam aktiflere oranı 2009 ve 2010 yıllarında önemli değişim göstermeyerek sırasıyla % 2,4 ve % 2,2 olmuştur. 2011 yılında % 1,6'ya inen bu oran 2012 yılında % 1,7'ye 2013 yılında % 1,4'e inmiştir.

¹⁰¹ Taşkın F. Dilvin, Türkiye'de Ticari Bankaların Performansını Etkileyen Faktörler, **Ege Akademik Bakış**, 2011 Cilt: 11, Sayı: 2, s.294

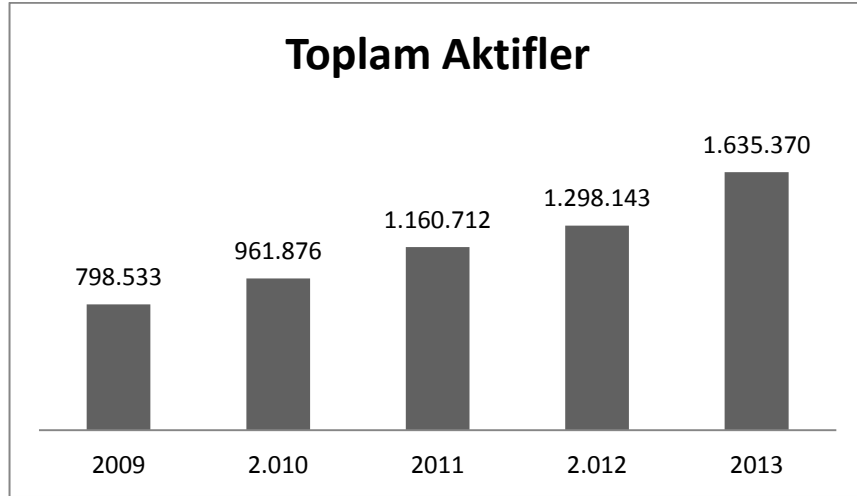
¹⁰² TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

¹⁰³ Avcı, a.g.e., s. 76.



Grafik-8: Yıllara Göre Net Dönem Karının(Zararının) Özkaynaklara Oranı.¹⁰⁴

Bu oran, banka özkaynaklarının ne kadar verimliliği kullanıldığını gösteren oranlardır.¹⁰⁵ Eğer oran büyükse bankanın iyi bir yatırım yaptığını ve giderlerini sıkı bir şekilde kontrol altında tuttuğunu eğer küçükse etkin bir yatırım yapmadığı ortaya koymaktadır.¹⁰⁶ 2009 yılında % 18,3 olan oran 2010 da % 16,5 e düşmüştür. Net dönem karı(zararı)'ın da ki azalış eğilimi 2011 yılında da devam ederek % 13,8, 2012 yılında % 13, 2013 yılında % 12,8 e düşmüştür.



Grafik-9: Yıllara Göre Toplam Aktifler.¹⁰⁷

Grafiğe bakıldığında Bankaların toplam aktifleri kademeli olarak arttığı görülmektedir. Bankaların toplam aktifleri 2009 yılında 798.533 milyon TL den 2010 yılında 961.876 milyon, 2011 yılında ise 1.160.712 milyon TL ye yükselmiştir. 2012

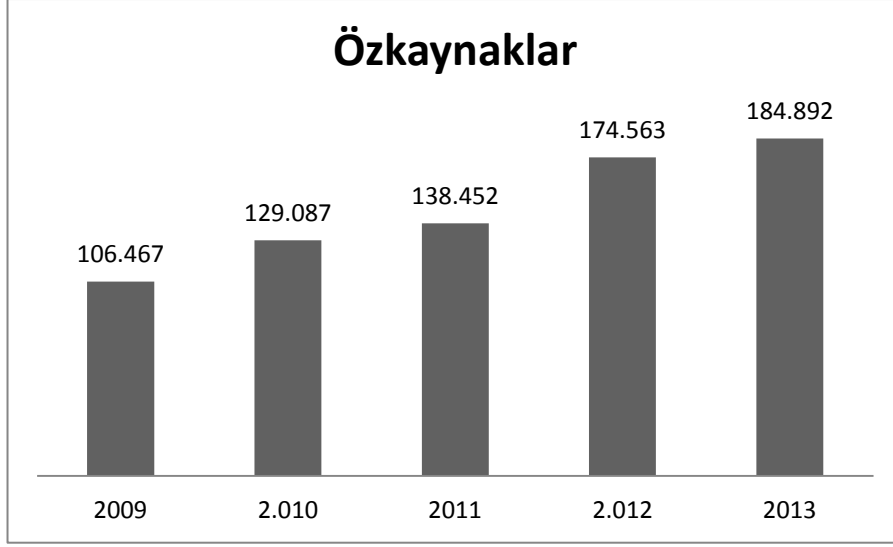
¹⁰⁴ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

¹⁰⁵ Çolak ve Öcal, a.g.e., s. 179.

¹⁰⁶ Aktan Bora ve Bodur Bora, "Oranlar Aracılığı İle Finansal Durumunuzu Nasıl Çözümlersiniz? Küçük İşletmeler İçin Bir Rehber", **Journal of Yasar University**, 2006, C:1, Sy:1, s. 61

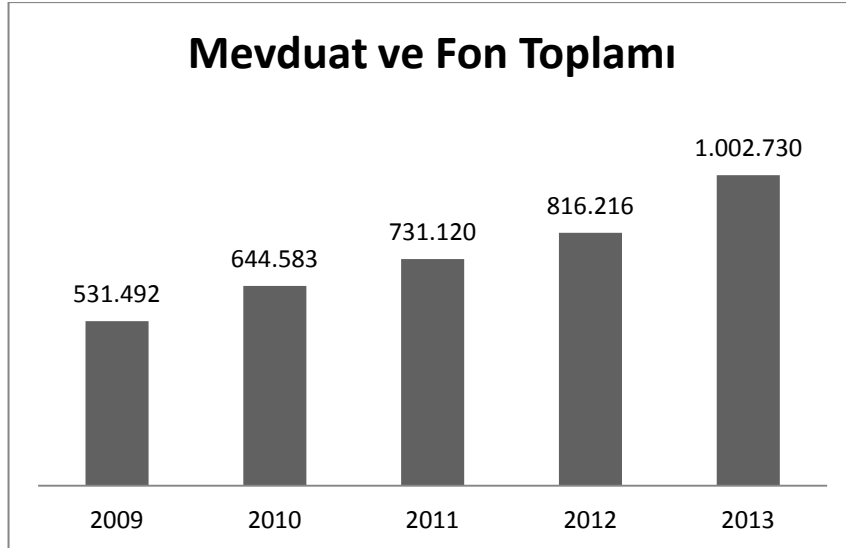
¹⁰⁷ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

ve 2013 yıllarında yükselmeye devam eden toplam aktifler sırasıyla 1.298.143 milyon TL ve 1.635.370 milyon TL olmuştur.



Grafik-10: Yıllara Göre Özkaynaklar.¹⁰⁸

Bankaların öz kaynakları kademeli olarak arttığı görülmektedir. Bankaların öz kaynakları 2009 yılında 106.467 milyon TL den 2010 yılında 129.087 milyon, 2011 yılında ise 138.452 milyon TL ye yükselmiştir. 2012 ve 2013 yıllarında yükselmeye devam eden Bankaların öz kaynakları sırasıyla 174.563 milyon TL ve 184.892 milyon TL olmuştur.



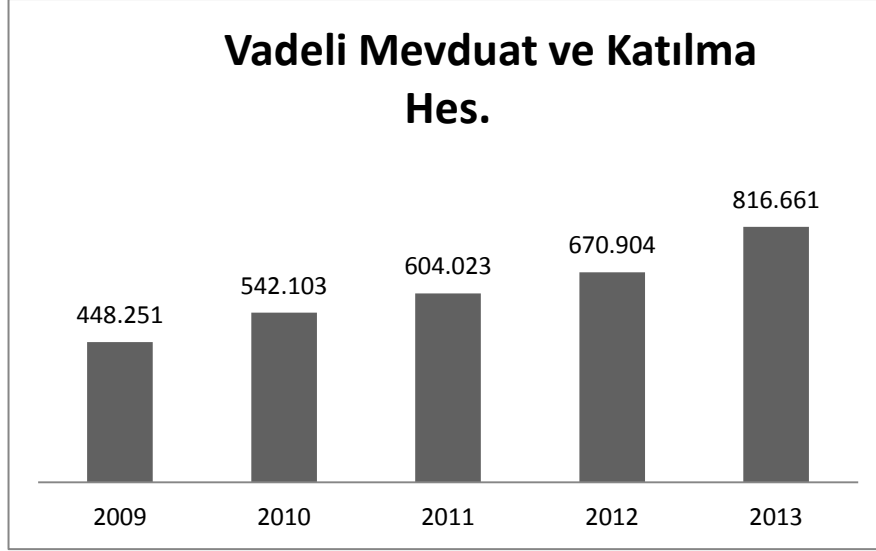
Grafik-11: Yıllara Göre Mevduat ve Fon Toplamı.¹⁰⁹

Bankaların mevduat ve fon toplamalarının istikrarlı bir artış görülmektedir. 2009 yılında 531.492 milyon TL olan mevduatlar 2010 yılında 644.583 milyon TL, 2011

¹⁰⁸ TBB 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

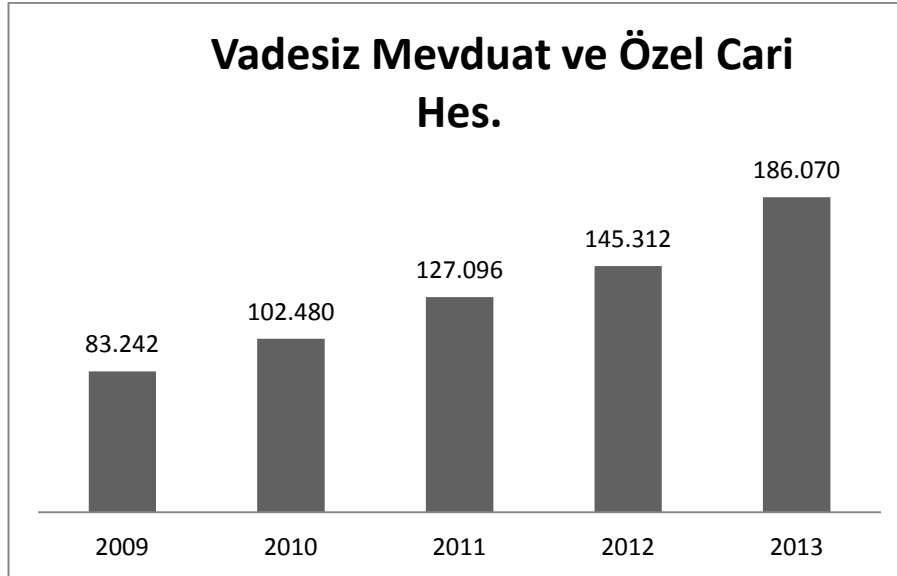
¹⁰⁹ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

yılında 731.120 milyon TL, 2012 yılında 816.216 milyon TL ve 2013 yılında 1.002.730 milyon TL ye yükselmiştir.



Grafik-12: Yıllara Göre Vadeli Mevduat ve Katılma Hesabı.¹¹⁰

Mevduat yapısı içinde bulunan vadeli mevduat ve katılma hesaplarında istikrarlı artış görülmektedir. 2009 yılında 448.251 milyon TL olan vadeli mevduat ve katılma hesapları 2010 yılında 542.103 milyon TL, 2011 yılında 604.023 milyon TL, 2012 yılında 670.904 milyon TL ve 2013 yılında 816.661 milyon TL ye yükselmiştir.

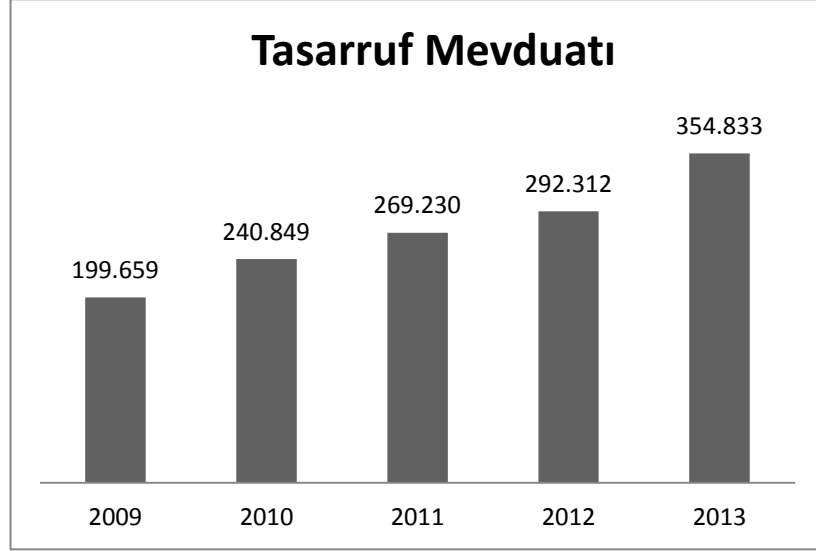


Grafik-13: Yıllara Göre Vadesiz Mevduat ve Özel Cari Hesabı.¹¹¹

¹¹⁰ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

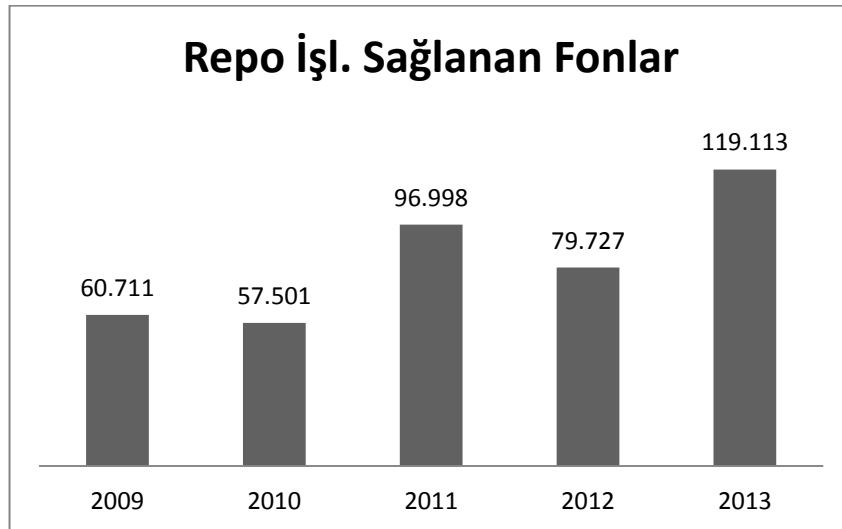
¹¹¹ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

Mevduat yapısı içinde bulunan vadesiz mevduat ve özel cari hesaplarında istikrarlı artış görülmektedir. 2009 yılında 83.242 milyon TL olan vadesiz mevduat ve özel cari hesapları 2010 yılında 102.480 milyon TL, 2011 yılında 127.096 milyon TL, 2012 yılında 145.312 milyon TL ve 2013 yılında 186.070 milyon TL ye yükselmiştir.



Grafik-14: Yıllara Göre Tasarruf Mevduatı.¹¹²

Mevduat yapısı içinde bulunan vadesiz tasarruf mevduatlarında artış görülmektedir. 2009 yılında 199.659 milyon TL olan vadesiz mevduat ve özel cari hesapları 2010 yılında 240.849 milyon TL, 2011 yılında 269.230 milyon TL, 2012 yılında 292.312 milyon TL ve 2013 yılında 354.833 milyon TL ye yükselmiştir.

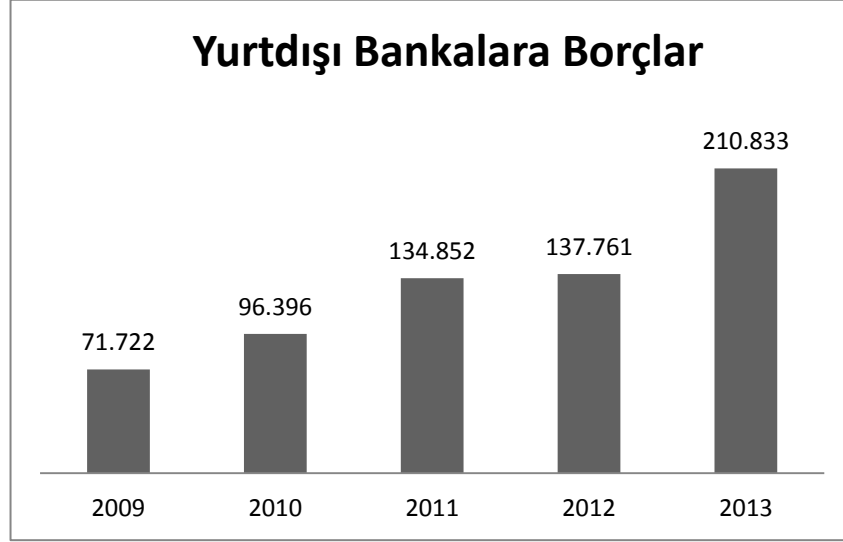


Grafik-15: Yıllara Göre Repo İşlemlerinden Sağlanan Fonlar.¹¹³

¹¹² BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014

¹¹³ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

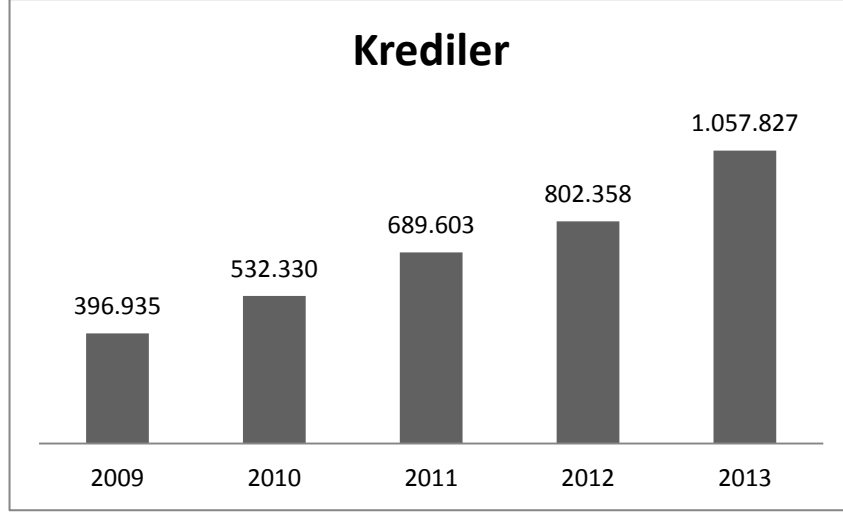
2009 yılında 60.711 milyon TL olan Repo işlemleri ile sağlanan fonlar, 2010 yılında 57.501 milyon TL ye düşmüş 2011 yılında ise 96.998 milyon TL ye yükselmiştir. 2012 yılında 79.727 milyon TL ye düşen Repo işlemleri ile sağlanan fonlar 2013 yılında 119.113 milyon TL seviyesine çıkmıştır.



Grafik-16: Yıllara Göre Yurtdışı Bankalara Borçlar.¹¹⁴

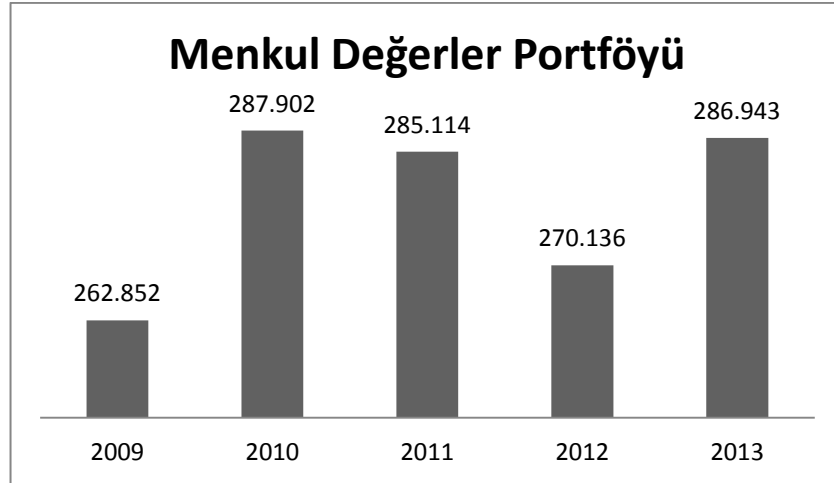
Borçlar yapısı içerisinde yurtdışı bankalara borçlarda yıllara göre artışlar olmuştur. 2009 yılında 71.722 milyon TL olan yurtdışı bankalara borçlar 2010 yılında 96.396 milyon TL, 2011 yılında 134.852 milyon TL, 2012 yılında 137.761 milyon TL ve 2013 yılında 210.833 milyon TL ye yükselmiştir.

¹¹⁴ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.



Grafik-17: Yıllara Göre Krediler.¹¹⁵

Bankaların krediler toplamalarının istikrarlı bir artış görülmektedir. 2009 yılında 396.935 milyon TL olan krediler 2010 yılında 532.330 milyon TL, 2011 yılında 689.603 milyon TL, 2012 yılında 802.358 milyon TL ve 2013 yılında 1.057.827 milyon TL ye yükselmiştir.

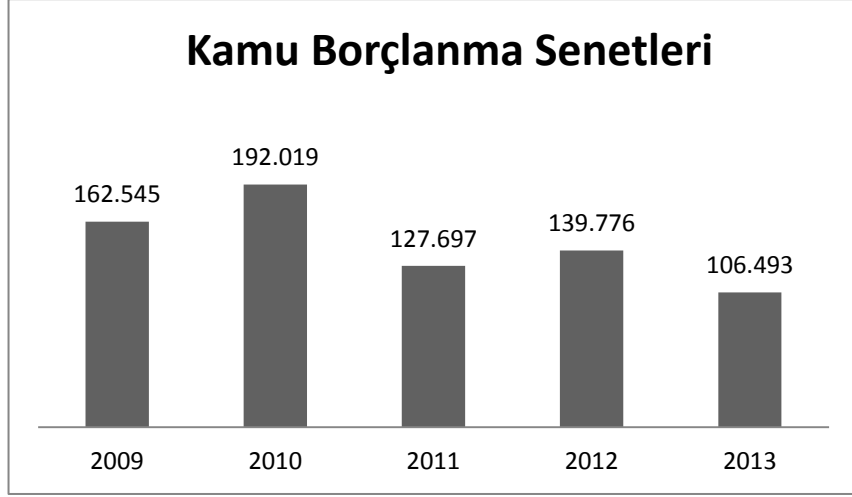


Grafik-18: Yıllara Göre Menkul Değerler Portföyü.¹¹⁶

Aktifler içinde yer alan menkul değerler portföyü inişli çıkışlı seyir izlemiştir. 2009 yılında 262.852 milyon TL olan menkul değerler portföyü 2010 yılında 287.902 milyon TL ye çıkmış, 2011 yılında ise 285.114 milyon TL seviyesinde kalmıştır. 2012 yılında 270.136 milyon TL ye düşen menkul değerler portföyü 2013 yılında 286.943 milyon TL seviyesine çıkmıştır.

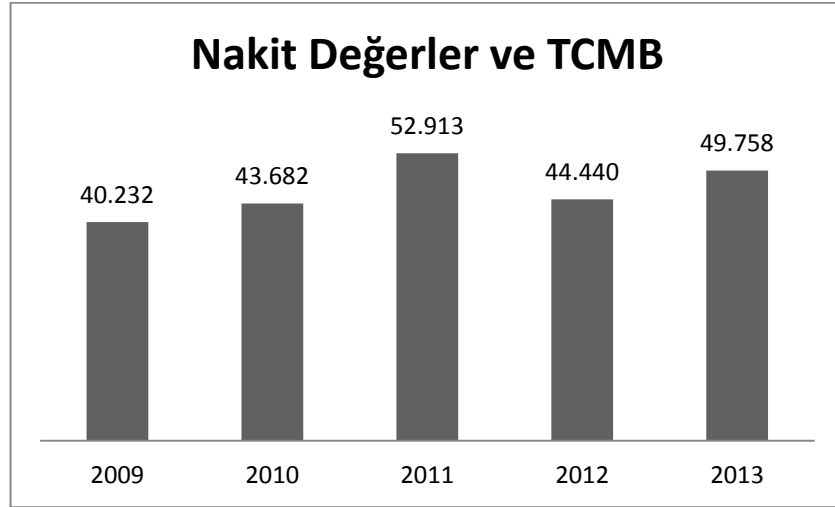
¹¹⁵ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

¹¹⁶ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.



Grafik-19: Yıllara Göre Kamu Borçlanma Senetleri.¹¹⁷

Menkul değerler portföyü içinde yer alan kamu borçlanma senetleri inişli çıkışlı seyir izlemiştir. 2009 yılında 162.545 milyon TL olan kamu borçlanma senetleri 2010 yılında 192.019 milyon TL ye çıkmış, 2011 yılında ise 127.697 milyon TL seviyesine düşmüştür. 2012 yılında 139.776 milyon TL ye çıkan kamu borçlanma senetleri 2013 yılında 106.493 milyon TL seviyesine düşmüştür.



Grafik-20: Yıllara Göre Nakit Derler ve TCMB.¹¹⁸

Aktiflerin içinde yer alan nakit değerler ve TCMB 2009 yılında 40.232 milyon TL, 2010 yılında 43.682 milyon TL ye 2011 yılında 52.913 milyon TL 2012 yılında 44.440 milyon TL ve 2013 yılında 49.758 milyon TL olmuştur.

¹¹⁷ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

¹¹⁸ BDDK 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014.

BEŞİNCİ BÖLÜM

MÜŞTERİLERİN BANKA TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ve MÜŞTERİ TERCİHLERİNE AİT BULGULAR

Banka müşterileri için bankacılık işlemleri bakımından birçok alternatif söz konusudur. Müşterilerin tüm bu alternatifleri takip etmesi ve en avantajlı olanı seçmesi oldukça güç olmaktadır. Bu bölümde banka müşterisini etkileyebilecek faktörler mevcut yazın taranarak incelenmektedir. Banka müşterisinin banka tercihini etkileyen faktörler iki ana başlıkta ele alınmaktadır;

- Banka ile İlgili Faktörler
- Tüketici ile İlgili Faktörler

5.1. Banka ile İlgili Faktörler

Bireysel banka müşterisinin banka seçimini etkileyen faktörlerin başında müşterinin banka ile ilgili düşünceleri ve hissettikleri gelmektedir. Tüketicinin zihninde oluşan duygu ve düşünceler, bankanın sahip olduğu özellikler sonucu gelişmektedir. Bu özellikler; a) bankanın güvenilirliği, b) bankanın mükemmel hizmet sunması, c) bankanın şube sayısı ve şubelerin bulunduğu yer, d) banka tarafından talep edilen işlem giderleri, e) bankanın ürün çeşitliliği, f) bankanın finansal yapısı olarak sınıflandırılarak incelenmektedir.

5.1.1. Bankanın Güvenilirliği

Para, insanlar için çok önemli bir kaynaktır. Mevduat şeklinde parasını bankaya yatıran müşteri vadesinde parasını geri alabilmeli, kredi kullanan müşteri ise ticari ahlaka uygun geri ödeme konusunda bankasına güvenebilmelidir. Banka eğer müşterisine karşı güven sağlayamazsa ya da güveni sarsacak bir harekette bulunursa hem müşterisini kaybedebilecek hem de prestijini sarsacaktır.

Hizmetleri, özellikle profesyonel hizmetleri satın almaya karar veren ve satın alan müşteri, hizmetten yararlanana kadar beklenti içindedir. Bu bakımdan hizmetlerin satışında en önemli unsur; alıcıya itimat ve güvenilirlik telkin etmektir.¹¹⁹ Bu bağlamda, bankalar için güven, saygınlık ve prestij son derece önemlidir. Buna

¹¹⁹ Mehmet Şükrü Akdoğan, Pazarlama Yönetim Fonksiyonları Açısından Hizmet, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi ve Dergisi**,1983, s. 135.

karşın bankaların karşılaşılabilecekleri en önemli risklerden birisi güven, saygınlık ve itibarını kaybetme riskidir.¹²⁰

5.1.2. Bankanın Mükemmel Hizmet Sunması

Şiddetli rekabet sonucu aynı tür hizmetler arasında görülen yakınlaşma sonucunda, hizmet kalitesi diğer faktörlerden daha önemli bir işlev görmekte ve firmanın rekabet kabiliyetini üretmiş olduğu ürünün kalitesine bağlı hale getirmektedir.¹²¹ Tüketiciyi ele geçirmek için öncelikle kaliteli ürün sunmak, ikinci adımda onlara müşteri tatmin noktasının da ötesinde olağanüstü hizmetler vererek ilişkiyi sürekli kılmak esas hareket noktası olmalıdır. Çünkü hiçbir işletme müşteri kaybedip sonra da yeni müşteri bulma çabası içine girmek istemeyecektir ki, bunun maliyeti yüksektir. Dolayısıyla müşteriye sunulan hizmetleri toplam kalite anlayışı içinde ve pazarlama yaklaşımı ile birlikte ele alarak müşteriye muhafaza etme yönlü çalışmalara işletmeler ağırlık vermelidir.¹²²

5.1.3. Bankanın Şube Sayısı ve Şubelerin Bulunduğu Yer

Ülkemizdeki ticari bankalar, bankacılık faaliyetlerini şubeler aracılığıyla yerine getirmektedir. Şubeler, bir bankanın konusunu teşkil eden tüm hizmetlerin müşteriye sunulduğu yer anlamına gelmektedir.¹²³

Bankanın şube sayısı ve yeri banka müşterisinin banka seçimini etkileyen önemli bir faktördür. Çünkü insanlar için bankanın ulaşılabilirliği oldukça önemlidir. Bankaların müşterilerine ulaşmalarında kullandıkları en etkili yöntem ise, şubelerdir. Maliyeti çok yüksek olan bu yöntem yerine bu çalışmanın ikinci bölümünde de bahsedildiği üzere son zamanlarda elektronik ortamda tüm aracılık işlemlerinin gerçekleştirildiği elektronik bankacılık sistemi de oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu sistemlerde banka müşterisine elektronik ortamda, ya ATM'ler ya da internet aracılığı ile ulaşılmakta ve bu sistemlerle işlemlerin gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Personel istihdamı yükünden kurtulan banka, işlemlerde hata payının minimum düzeyde olması ile işlem yükünü de azaltmaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki, ATM'ler sınırlı sayıda işlemi yapabilmekte, internet bankacılığını ise herkes kullanamamaktadır. Ayrıca birebir ilişkilerden hoşlanan müşteriler de

¹²⁰ Seçil Uyar, **Bankacılık Krizleri**, Ziraat Yayınları, 2003, s. 28-29.

¹²¹ Ahmet Şekeraya, **Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü**, Sermeye Piyasası Kurulu Yayınları, 1997, s. 43.

¹²² Berrin Yüksel, Hizmet Pazarlamasında İlişki Değişimi ve Değişimin Etkinliğini Arttırmada İlişki Pazarlamasının Rolü, **Celal Beyar Üniverstesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi**, 1997, s. 440.

¹²³ Ramazan Geylan, 'Ticari Banka Şubelerinde Verilen Hizmetin Kalitesini Olumsuz Yönde Etkileyen Sorunlar, **Eskişehir Anadolu Üniverstesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi**, 1986, s. 43.

düşünülürse banka şubeleri vazgeçilmez ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü bir bankanın şube sayısının çok olması bankanın tercih edilme sebebi olabilmektedir.

5.1.4. Banka Tarafından Talep Edilen İşlem Giderleri

Müşteriler somut ürünlerin satın alımında nasıl giderlerini kontrol altına almak eğilimin delerse, soyut ürün olan hizmet satın alımında da en iyi hizmeti en ucuza almak istediğindedirler. Bankacılıkta özellikle de bireysel bankacılıkta işlemler hemen her bankada aynı türde ve maliyette olduğundan işlemler için alınan masraf ve komisyon gibi giderlerin yüksek veya düşük oluşu müşterinin banka seçimini oldukça etkilemektedir.

5.1.5. Bankanın Ürün Çeşitliliği

Bankacılıkta mevcut hizmetler öylesine geniş bir yelpaze oluşturmaktadır ki, her gün yeni bir hizmet ortaya çıkmaktadır. Bankaların sadık müşterileri bazı ürünleri bulamasalar bile bankalarını yine de değiştirmeyeceklerdir. Ama yine de ürün çeşitliliğinin fazla oluşu bankanın yeni müşteriler edinmesine yardımcı olabileceği gibi eski müşterilerini de memnun edip devamlılıklarını sağlayabilecektir. Çiçek tarafından yapılan araştırma göstermiştir ki müşterilerin küçük bir yüzdesi satışların büyük bir yüzdesini oluşturmaktadır. Dolayısıyla küçük miktardaki bir müşteri grubu banka için büyük bir potansiyel oluşturabilir. Bu bakımdan bankaların her tür müşteri grubuna gereken önemi vermesi ve ihtiyaçlarını titizlikle araştırması gerekir. İnsanların ihtiyaçları, istekleri, hayat tarzları, zaman içerisinde değişmektedir. Buna bağlı olarak bankaların sunduğu ürün çeşitleri de zaman içerisinde değişecek ve artacaktır.¹²⁴

5.1.6. Bankanın Finansal Yapısı

Finansal sistem ile ekonominin tümü arasındaki ilişki istikrarlı ve işleyen bir ekonomide performansın en önemli belirleyicilerindendir. Ekonomik birimlerin yaptıkları tasarruflardan oluşan fon fazlalarının verimli yatırım fırsatlarına sahip diğer birimlere aktaracak finansal sisteme gereksinim vardır. Finansal sistem karmaşık yapıya ve işlevlere sahip çok farklı tipte kurumların bir araya gelmesiyle oluşur. Bankalar, sigorta şirketleri, emeklilik fonları, hisse senedi ve tahvil piyasaları ve benzerleri kuruluşlar finansal sistemde yer alırlar. Finansal sistemin işleyişi fon fazlalarının fon talep edenlere optimal biçimde, en düşük maliyetle ve en etkin

¹²⁴ Recep Çiçek, Ticari Bankalarda Banka Hizmetlerinin Pazarlanması, **Standart Ekonomik Dergisi**, 2003, s. 64.

şekilde akışını gerçekleştirerek ekonominin düzenli ve verimli çalışmasını sağlar. Bankacılık sektörü finansal sistem içerisinde finansal aracılık işlevini yerine getiren en önemli ve büyük aktördür.

5.2. Tüketici ile İlgili Faktörler

Tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen kişisel faktörler yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, meslek ve eğitim durumudur. Bunlar tüketicinin demografik özelliklerini ifade etmektedir.¹²⁵

5.2.1. Cinsiyet Faktörü

Hem satın alma kararında hem de ürün ve marka seçiminde cinsiyet önemli bir role sahiptir.¹²⁶ Cinsiyet tüketicilerin banka seçimini de etkileyebilecek bir unsur olup, günlük yaşamda harcama alışkanlıkları bakımından farklılıklar gösteren kadın ve erkek tüketicilerin banka seçiminde de dikkate aldıkları olası farklılıklar bulunabilmektedir.

5.2.2. Yaş Faktörü

Tüketicinin banka seçimini etkileyen faktörlerin başlıca nedenlerinden biri tüketicinin yaşıdır. Tüketicinin önemli demografik özelliklerinden biri olan yaş, satın alma kararını büyük ölçüde etkilemektedir. Pazarlamacılar, hedef pazarlarını genellikle yaş gruplarına göre tanımlayarak buna uygun pazarlama planları geliştirirler.

5.2.3. Medeni Durum

Tüketicilerin medeni durumu da banka seçiminde etkili bir unsurdur. Ürünlerin tercih edilmesi çoğu kez tüketicinin medeni durumu ile çocuk sahibi olması durumuna göre farklılık göstermektedir. Sözgelisi bekâr bir insanın, çocuksuz yeni evli bir insanın, iki çocuklu evli bir insanın, aile yaşam dönemi içinde buldukları dönem itibarıyla satın alma davranışlarında farklılıklar olmaktadır.

5.2.4. Eğitim Durumu

Tüketicinin eğitim durumu bir diğer önemli etken olup eğitim seviyeleri farklı olan kesimlerin banka seçimlerinde farklı noktalara önem verdiklerinden

¹²⁵ İlhan Cemalcılar, **Pazarlama, Kavramlar, Kararlar**, İstanbul, Beta Basım Yayın, 1999, s. 55

¹²⁶ A. Robert Peterson, **Response Construction in Consumer Behavior Research**, Journal of Business Research, 2005, s.349.

bahsedilebilir. Eğitim düzeyi arttıkça, kişinin gereksinim ve beklentileri de giderek çeşitlenmektedir. Eğitim, tüketici bilincini arttırmaktadır.

5.2.5. Aylık Gelir

Yaş, cinsiyet ve medeni durum gibi şartlara bağlı olarak şekillenen gelir durumu, tüketicilerin banka seçiminde önemli olan belirleyici bir öğedir. Gelir durumu yüksek olan kişinin, öncelikle sosyal yapısının buna uygun olması, belirli bir yaşta, belirli bir işe sahip olması söz konusu olacak, hem bu sosyal yapısına uygun, hem de parasını en uygun şekilde değerlendirmesine yardımcı olacak bir bankayı tercih etmesi söz konusu olabilecektir. Bir ülkedeki bir yıl içinde üretilen mal ve hizmetlerin toplam pazar payı değerinden oluşan gayri safi yurtiçi hâsıla (GSYİH), o ülkede oluşan toplam gelirin en büyük ölçüsüdür.

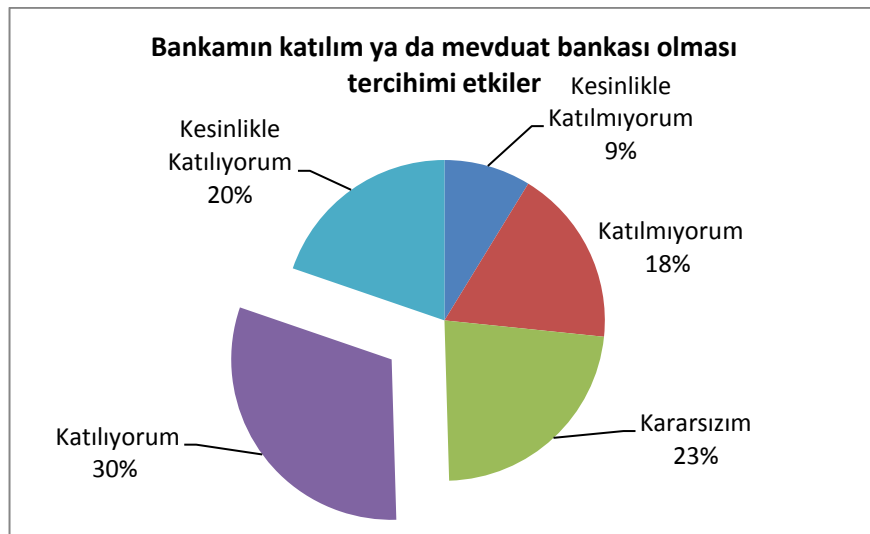
5.2.6. Meslek Faktörü

Tüketicilerin meslekleri de banka seçiminde etkili bir unsurdur. Bankaların belli meslek guruplarını desteklemesi bu meslek guruplarını ihtiyaçlarını karşılama konusunda önemli rol oynarlar. Bu meslek guruplarında çalışan kişiler de ihtiyaç kredisi, bireysel kredi gibi taleplerini bu şekilde karşılarlar.

5.3. Müşteri Tercihlerine Ait Bulgular

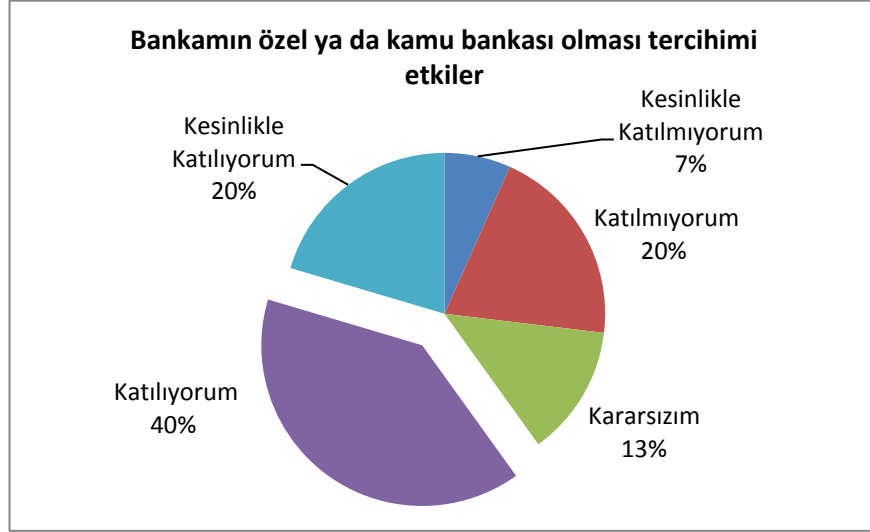
5.3.1. Katılımcıların Bankaları Tercih Tutum Ölçeğine Verdiği Cevaplar

Bu bölümde katılımcıların bankaları tercihinde önem verdikleri unsurlar incelenmiştir.



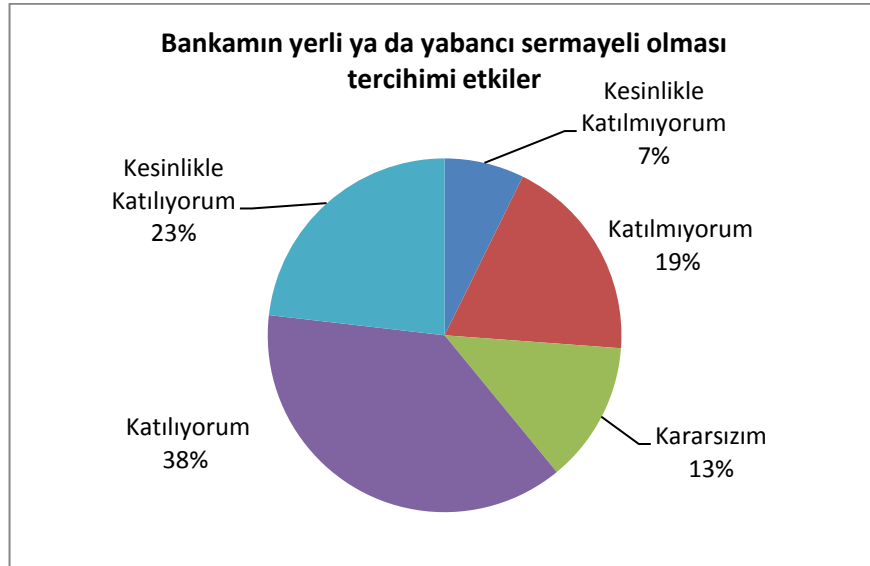
Grafik-21: Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihimde etkiler

“Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler” sorusuna katılımcıların 20’si Kesinlikle Katılıyorum, %30’u Katılıyorum, %23’ü Kararsızım, %18’i Katılmıyorum, %9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



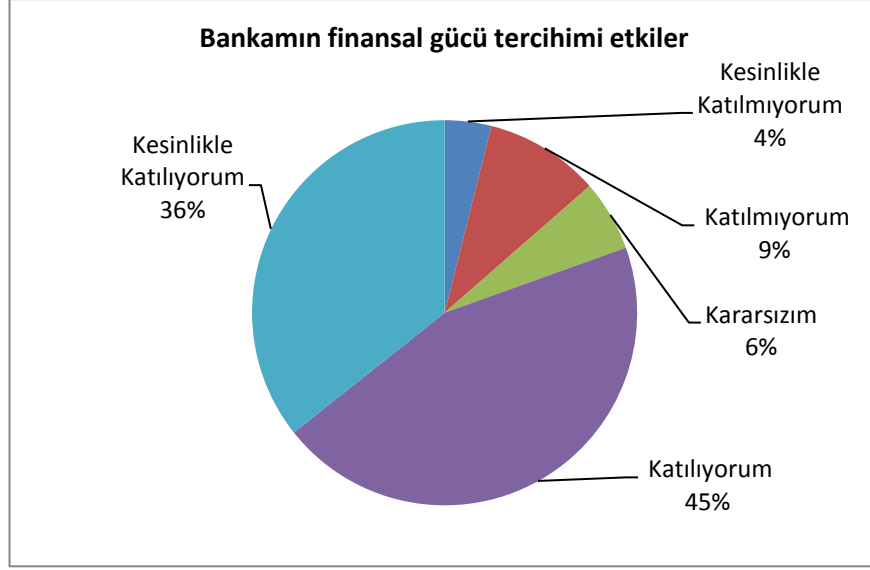
Grafik-22: Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler

“Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler” sorusuna katılımcıların %20’si Kesinlikle Katılıyorum, %40’ı Katılıyorum, %13’ü Kararsızım, %20’si Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



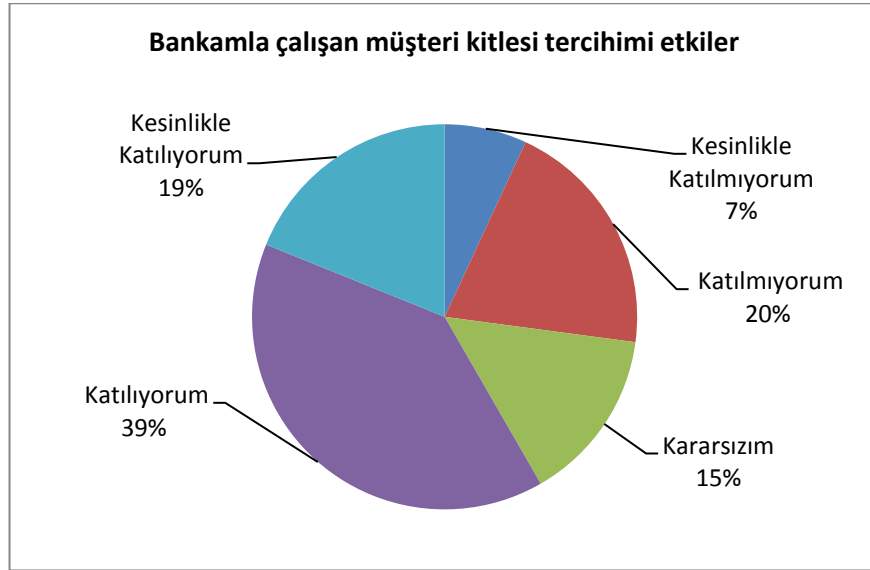
Grafik-23: Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler

“Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler” sorusuna katılımcıların %23’ü Kesinlikle Katılıyorum, %38’i Katılıyorum, %13’ü Kararsızım, %19’u Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



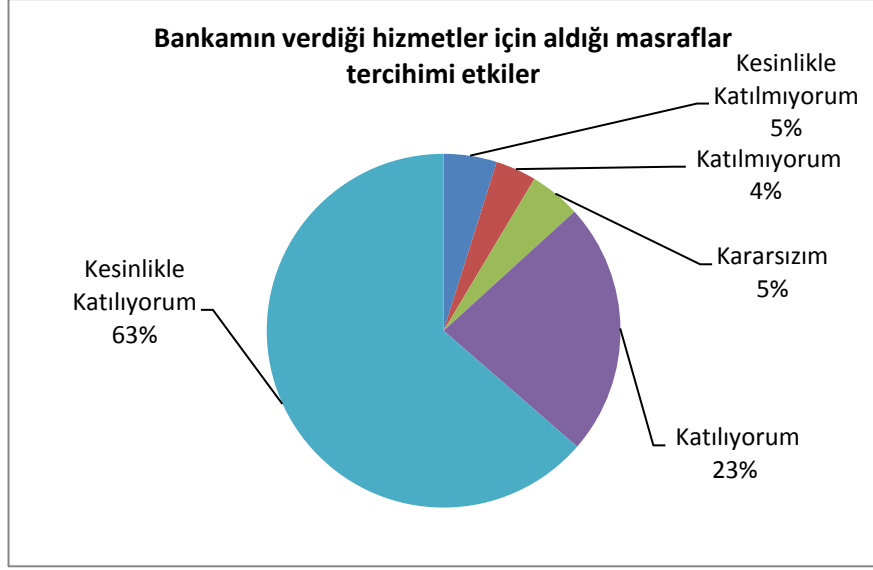
Grafik-24: Bankamın finansal gücü tercihimi etkiler

“Bankamın finansal gücü tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %36’sı Kesinlikle Katılıyorum, %45’i Katılıyorum, %6’sı Kararsızım, %9’u Katılmıyorum, %4’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



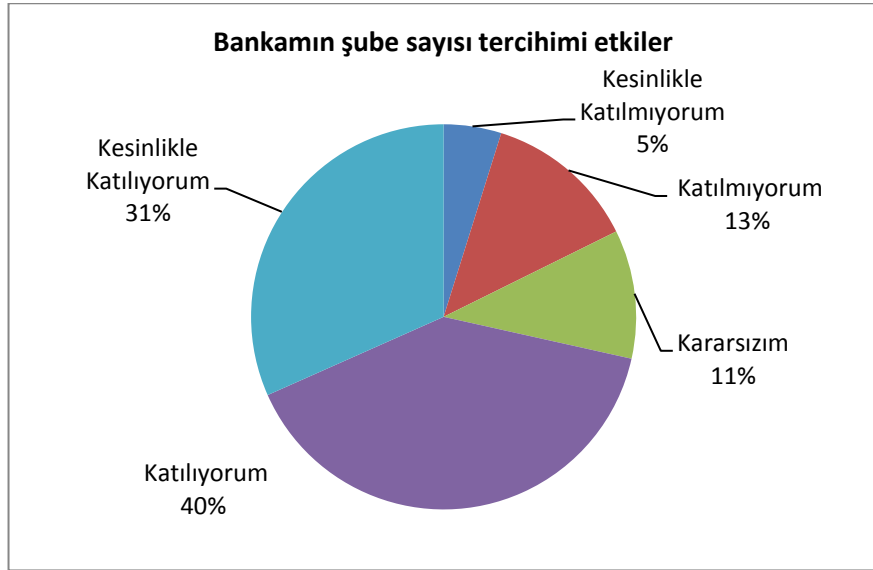
Grafik-25: Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihimi etkiler

“Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %19’u Kesinlikle Katılıyorum, %39’u Katılıyorum, %15’i Kararsızım, %20’si Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



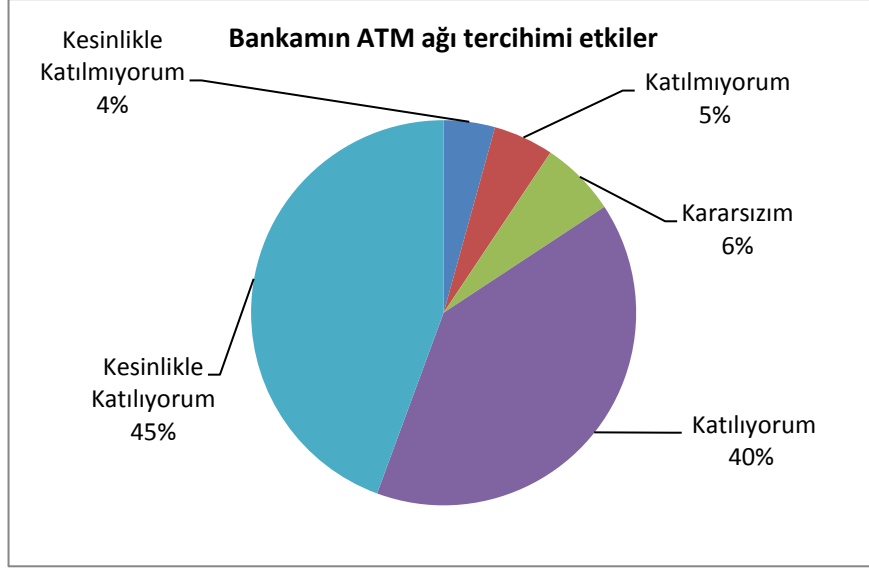
Grafik-26: Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihimi etkiler

“Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %63’ü Kesinlikle Katılıyorum, %23’ü Katılıyorum, %5’i Kararsızım, %4’ü Katılmıyorum, %5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



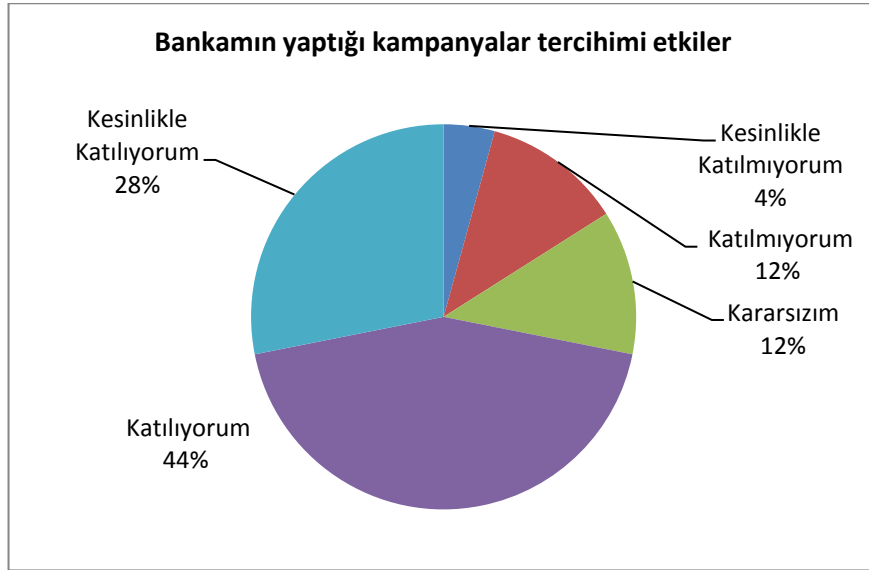
Grafik-27: Bankamın şube sayısı tercihimi etkiler

“Bankamın şube sayısı tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %31’i Kesinlikle Katılıyorum, %40’ı Katılıyorum, %11’i Kararsızım, %13’i Katılmıyorum, %5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



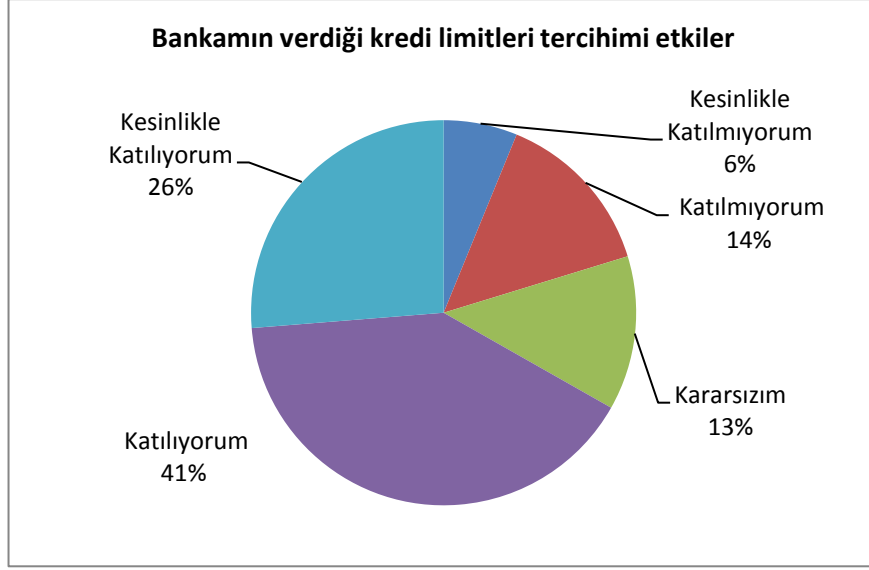
Grafik-28: Bankamın ATM ağı tercihi etkiler

“Bankamın ATM ağı tercihi etkiler” sorusuna katılımcıların % 45’i Kesinlikle Katılıyorum, %40’sı Katılıyorum, %6’sı Kararsızım, %5’i Katılmıyorum, %4’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



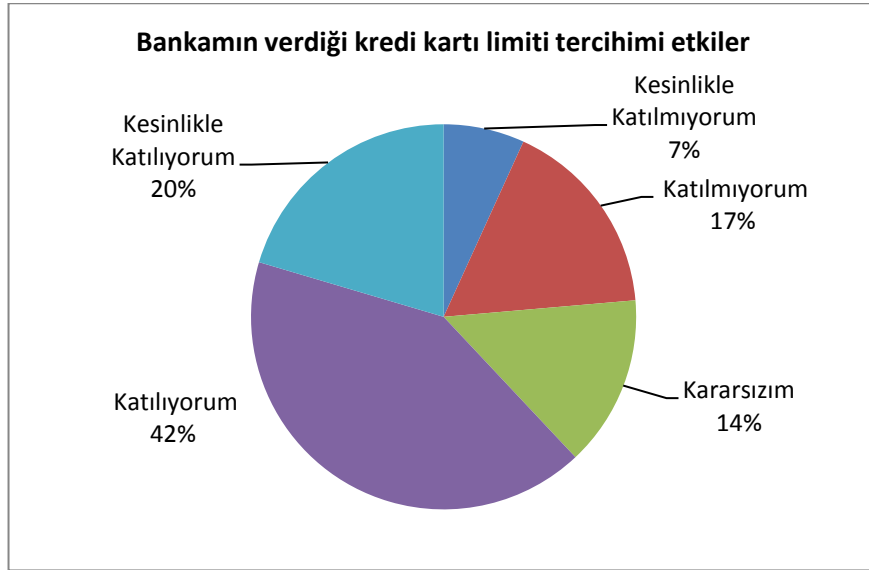
Grafik-29: Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler

“Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler” sorusuna katılımcıların %28’i Kesinlikle Katılıyorum, %44’ü Katılıyorum, %12’si Kararsızım, %12’si Katılmıyorum, %4’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



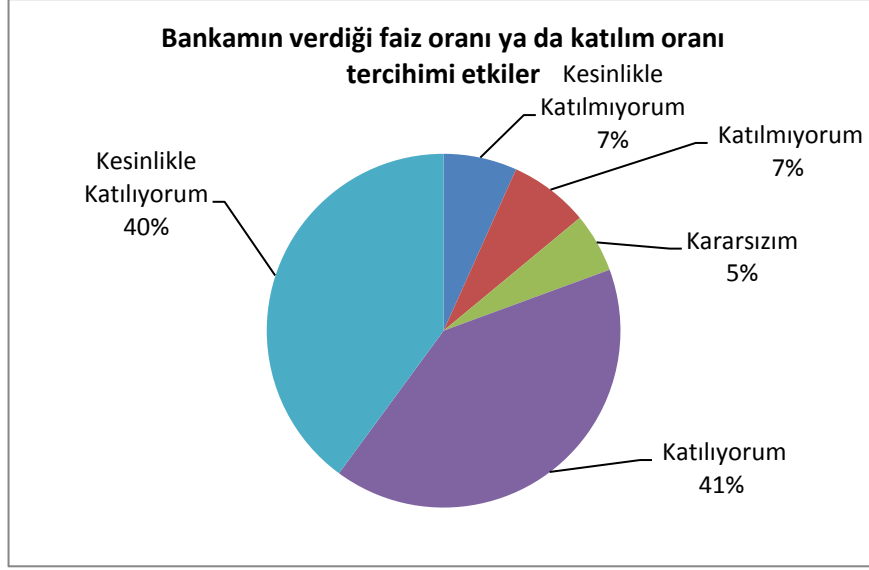
Grafik-30: Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler

“Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler” sorusuna katılımcıların %26’sı Kesinlikle Katılıyorum, %41’i Katılıyorum, %13’ü Kararsızım, %14’ü Katılmıyorum, %6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



Grafik-31: Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihi etkiler

“Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihi etkiler” sorusuna katılımcıların %20’si Kesinlikle Katılıyorum, %42’si Katılıyorum, %14’ü Kararsızım, %17’si Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



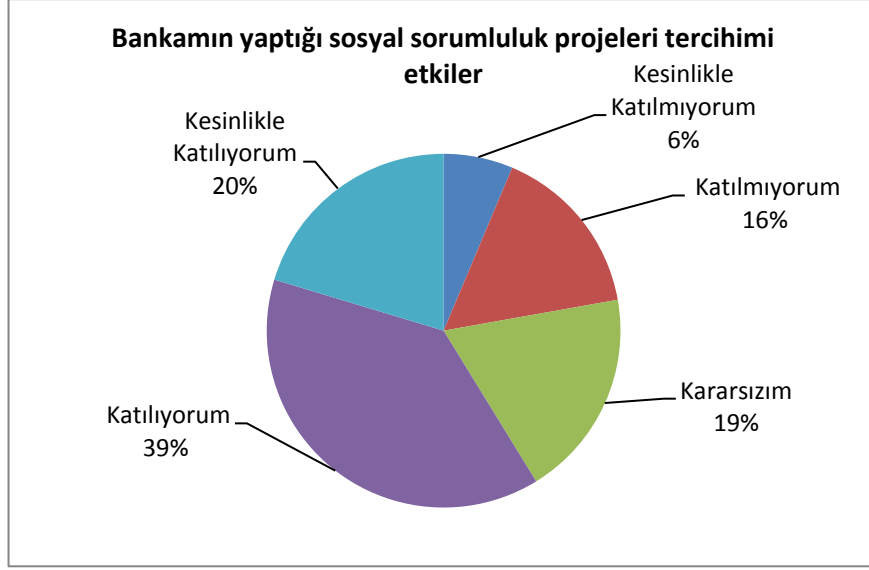
Grafik-32: Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihimi etkiler

“Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %40’ı Kesinlikle Katılıyorum, %41’i Katılıyorum, %5’i Kararsızım, %7’si Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



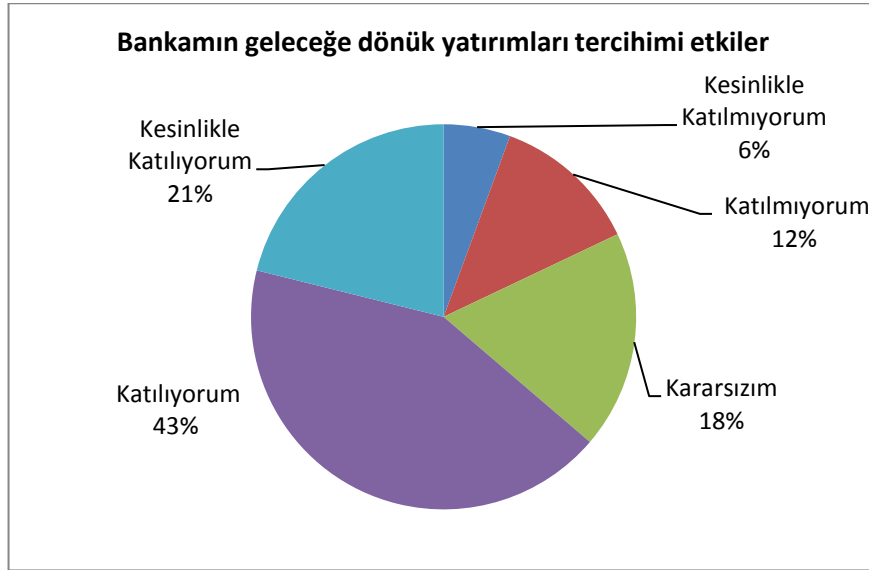
Grafik-33: Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihimi etkiler

“Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %14’ü Kesinlikle Katılıyorum, %30’u Katılıyorum, %21’i Kararsızım, %24’ü Katılmıyorum, %11’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



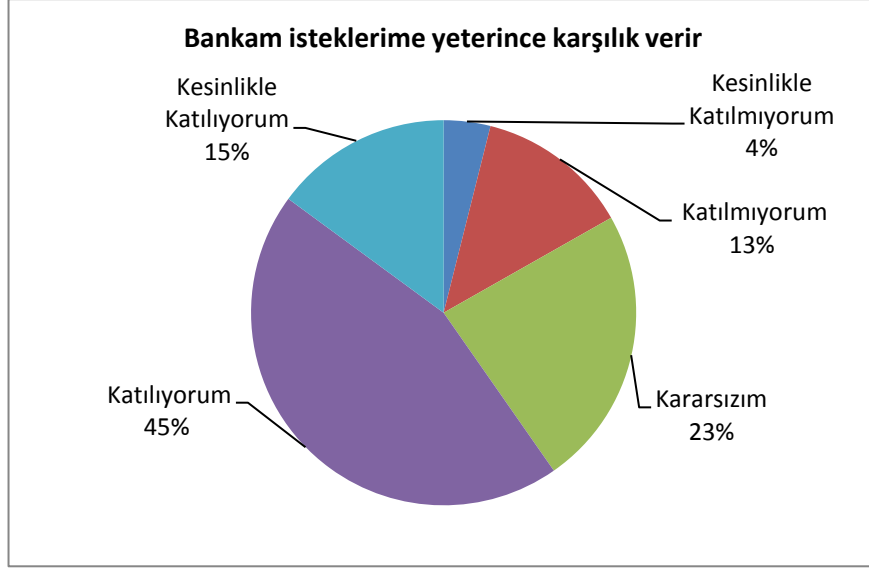
Grafik-34: Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihimi etkiler

“Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %20’si Kesinlikle Katılıyorum, %39’u Katılıyorum, %19’u Kararsızım, %16’sı Katılmıyorum, %6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



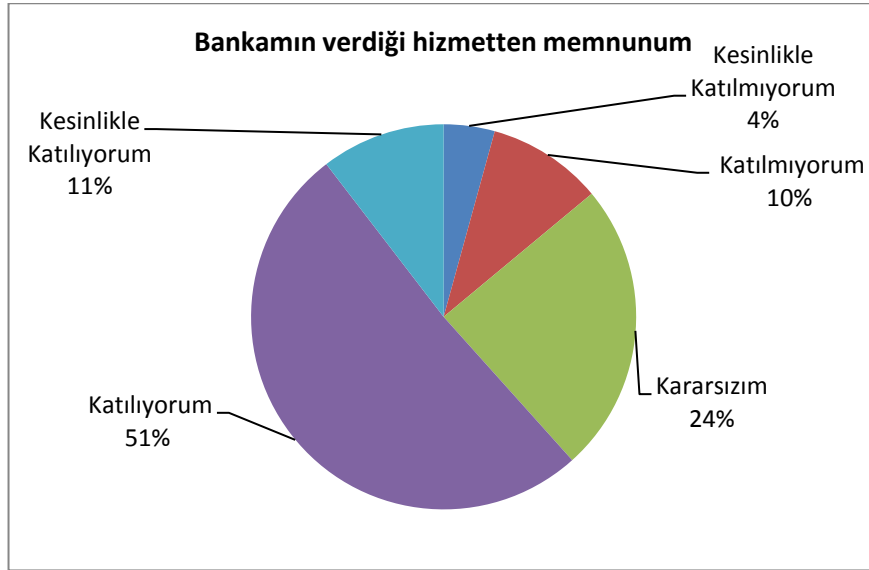
Grafik-35: Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihimi etkiler

“Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihimi etkiler” sorusuna katılımcıların %21’i Kesinlikle Katılıyorum, %43’ü Katılıyorum, %18’i Kararsızım, %12’si Katılmıyorum, %6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



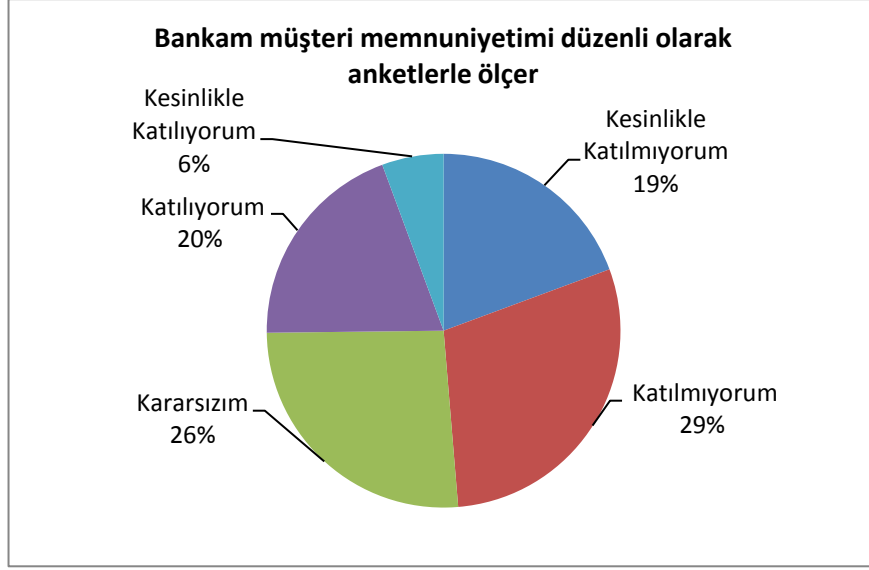
Grafik-36: Bankam isteklerime yeterince karşılık verir

“Bankam isteklerime yeterince karşılık verir” sorusuna katılımcıların %15’i Kesinlikle Katılıyorum, %45’i Katılıyorum, %23’ü Kararsızım, %18’i Katılmıyorum, %9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



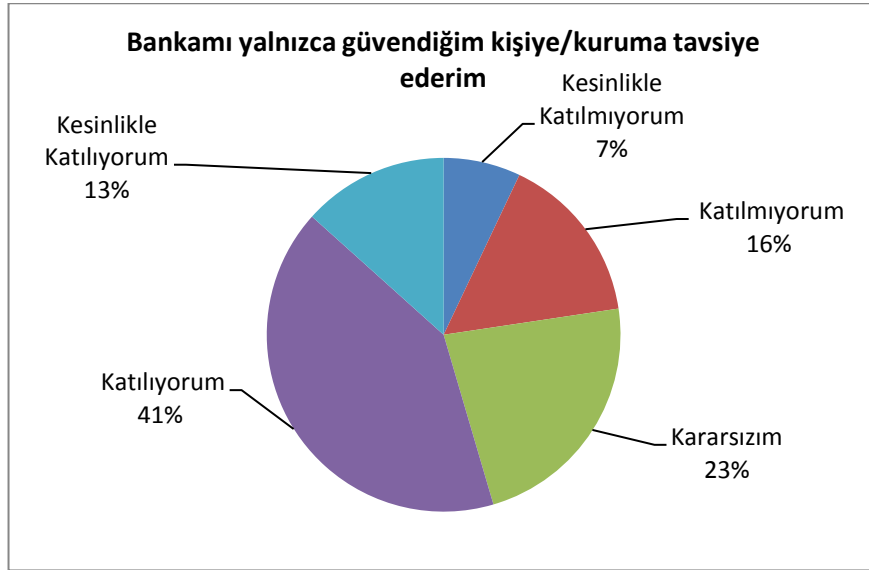
Grafik-37: Bankamın verdiği hizmetten memnunum

“Bankamın verdiği hizmetten memnunum” sorusuna katılımcıların %11’i Kesinlikle Katılıyorum, %51’i Katılıyorum, %24’ü Kararsızım, %10’u Katılmıyorum, %4’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



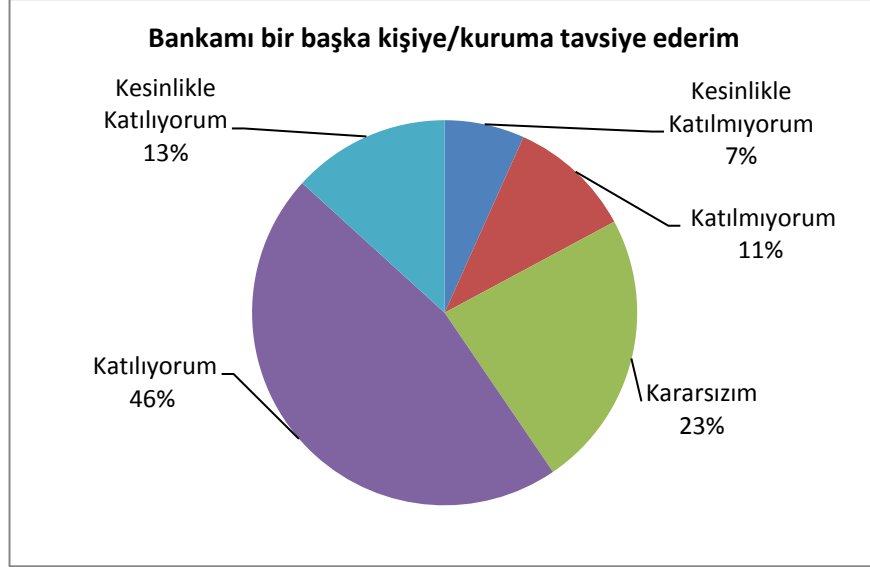
Grafik-38: Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer

“Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer” sorusuna katılımcıların %6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %20’si Katılıyorum, %26’sı Kararsızım, %29’u Katılmıyorum, %19’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



Grafik-39: Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim

“Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim” sorusuna katılımcıların %13’ü Kesinlikle Katılıyorum, %41’i Katılıyorum, %23’ü Kararsızım, %16’sı Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.



Grafik-40: Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim

“Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim” sorusuna katılımcıların %13’ü Kesinlikle Katılıyorum, %46’sı Katılıyorum, %23’ü Kararsızım, %11’i Katılmıyorum, %7’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir.

5.3.2. Katılımcıların Sosyodemografik Değişkenlere Göre Bankaları Tercih Tutum Ölçeği Puanları

Bu bölümde bankaların finansal yapılarının müşterilerin tercihinde önemini araştırmak amacıyla yapılan Bankaları Tercih Tutum Ölçeği anketi puanlarının sosyodemografik değişkenlere göre farkları incelenmiştir.

Tablo-1: Cinsiyet değişkenine göre puan ortalamaları ve fark

	N	Mean	Minimum	Maximum
Erkek	201	73,4	30	100
Kadın	277	70,5	20	100
Total	478	71,7	20	100
Sig(2-talid)		0,01		

Cinsiyet değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamalarına baktığımızda erkek katılımcıların 73,4 kadınların ise 70,5’dir. Cinsiyet değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamaları arasında anlamlı fark ($p < 0.05$) bulunmuştur.

Tablo-2: Yaş değişkenine göre puan ortalamaları ve fark

	N	Mean	Minimum	Maximum
25 altı	65	72,8	20	98
25-30	175	73,1	38	100
31-40	166	70,7	20	100
40 üstü	72	70,1	24	93
Total	478	71,8	20	100
Sig(2-talid)		0,2		

Yaş değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamalarına baktığımızda 25 yaş altı katılımcıların 72,8 puan, 25-30 yaş arası katılımcıların 73,1 puan, 31-34 yaş arası katılımcıların 70,7 puan ve 40 yaş üstü katılımcıların ise 70,1 puandır. Yaş değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamaları arasında anlamlı fark ($p>0.05$) yoktur.

Tablo-3: Medeni Durum değişkenine göre puan ortalamaları ve fark

	N	Mean	Minimum	Maximum
Evli	258	71,1	24	100
Bekar	213	72,6	20	100
Diğer	4	72,3	70	77
Total	475	71,8	20	100
Sig(2-talid)		0,4		

Medeni hal değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamalarına baktığımızda evli olan katılımcıların 71,1 puan, bekâr katılımcıların 72,6puan, diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların 72,3 puandır. Medeni hal göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamaları arasında anlamlı fark ($p>0.05$) yoktur.

Tablo-4: Eğitim durumu değişkenine göre puan ortalamaları ve fark

	N	Mean	Minimum	Maximum
İlkokul	8	68,0	52	87
Orta Okul	14	58,7	20	83
Lise	86	72,2	20	100
Üniversite	293	72,3	32	100
Yüksek Lisans	70	72,1	28	97
Doktora	7	69,1	58	84
Total	478	71,7	20	100
Sig(2-talid)		0,1		

Öğrenim durumu değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamalarına baktığımızda ilkokul mezunu katılımcıların 68,0 puan, Orta Okul mezunu katılımcıların 58,7puan, lise mezunu katılımcıların 72,2 puan, üniversite mezunu

katılımcıların 72,3 puan, Yüksek lisans mezunu katılımcıların 72,1 puan ve doktora mezunu katılımcıların 71,7 puandır. Öğrenim durumu değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamaları arasında anlamlı fark ($p>0.05$) yoktur.

Tablo-5: Aylık gelir değişkenine göre puan ortalamaları ve fark

	N	Mean	Minimum	Maximum
1000 TL altında	36	69,6	20	97
1000-2000 TL	124	73,3	28	98
2001-3000 TL	122	71,9	20	100
3001-5000 TL	121	71,1	32	97
5000 TL üstü	71	70,6	28	100
Total	474	71,7	20	100
Sig(2-talid)		0,4		

Katılımcıların aylık gelirleri değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamalarına baktığımızda 1000 TL altında geliri olan katılımcıların 69,6 puan, 1000-2000 TL arasında geliri olan katılımcıların 73,3 puan, 2001-3000 TL arasında geliri olan katılımcıların 71,9 puan, 3001-5000 TL arasında geliri olan katılımcıların 71,1 puan ve 5000 TL üstü geliri olan katılımcıların 71,7 puandır. Katılımcıların aylık gelirleri değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamaları arasında anlamlı fark ($p>0.05$) yoktur.

Tablo-6: Meslek değişkenine göre puan ortalamaları ve fark

	N	Mean	Minimum	Maximum
Devlet Memuru	16	72,6	54	93
Özel Sektör	249	71,6	28	100
Serbest Meslek	89	72,1	29	100
Emekli	6	65,3	24	87
Diğer	118	71,7	20	97
Total	478	71,7	20	100
Sig(2-talid)		0,8		

Katılımcıların meslekleri değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamalarına baktığımızda Devlet Memuru katılımcıların 72,6 puan, Özel Sektörde çalışan katılımcıların 71,6 puan, Serbest Meslek katılımcıların 72,1 puan ve Emekli katılımcıların 65,3 puan ve diğer seçeneğini işaretleyen katılımcıların ise 71,7 puandır. Katılımcıların meslekleri değişkenine göre bankaları tercih ölçeği puan ortalamaları arasında anlamlı fark ($p>0.05$) yoktur.

5.3.3. Müşterilerin Cinsiyet değişkenine göre banka tercihlerinde farklar

Bu bölümde müşterilerin cinsiyet değişkenine göre banka tercihlerinde ankette belirtilen hususlar doğrultusunda fark olup olmadığı araştırılmıştır.

Tablo-7: Katılım ya da mevduat bankası olması durumuna göre müşteri tercihi

1	Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler					Fark P(0.12)
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	5,2%	16,6%	23,6%	33,2%	21,4%	100,0%
Kadın	11,4%	18,6%	22,5%	29,0%	18,6%	100,0%
Total	8,8%	17,7%	22,9%	30,8%	19,8%	100,0%

“Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların % 21,4 ü Kesinlikle Katılıyorum, %33,2’si Katılıyorum, %23,6’sı Kararsızım, %16,6’sı Katılmıyorum, %5,2 ‘si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %18,6sı Kesinlikle Katılıyorum, %29’u Katılıyorum, %22,5’i Kararsızım, %18,6’sı Katılmıyorum, %11,4’ ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-8: Özel ya da kamu bankası olması durumuna göre müşteri tercihi

2	Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler					Fark P(0.26)
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	5,2%	22,0%	11,6%	43,1%	18,1%	100,0%
Kadın	7,8%	19,0%	14,4%	36,6%	22,2%	100,0%
Total	6,7%	20,3%	13,2%	39,4%	20,4%	100,0%

“Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %18,1’i Kesinlikle Katılıyorum, %43,1’i Katılıyorum, %11,6’sı Kararsızım, %22’si Katılmıyorum, %5,2 ‘si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %22,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %36,6’sı Katılıyorum, %14,4’ü Kararsızım, %19’u Katılmıyorum, %7,8’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-9: Yerli ya da yabancı sermayeli olması durumuna göre müşteri tercihi

3	Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler					Fark P(0.24)
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	5,3%	21,1%	11,8%	40,8%	21,1%	100,0%
Kadın	8,8%	17,0%	13,7%	35,6%	24,8%	100,0%
Total	7,3%	18,7%	12,9%	37,8%	23,2%	100,0%

“Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %21,1’i Kesinlikle Katılıyorum, %40,8’i Katılıyorum, %11,8’i Kararsızım, %21,1’i Katılmıyorum, %5,3’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %24,8’i Kesinlikle Katılıyorum, %35,6’sı Katılıyorum, %13,7’si Kararsızım, %17’si Katılmıyorum, %8,8’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. (p>0.05)

Tablo-10: Finansal güce göre müşteri tercihi

4	Bankamın finansal gücü tercihim etkiler					Fark P(0.38)
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	2,6%	8,7%	4,8%	45,2%	38,7%	100,0%
Kadın	4,9%	10,4%	6,8%	44,6%	33,2%	100,0%
Total	3,9%	9,7%	6,0%	44,9%	35,6%	100,0%

“Bankamın finansal gücü tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların % 38,7’si Kesinlikle Katılıyorum, %45,2’si Katılıyorum, %4,8’i Kararsızım, %8,7’si Katılmıyorum, %2,6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %33,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %44,6’sı Katılıyorum, %6,8’i Kararsızım, %10,4’ü Katılmıyorum, %4,9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. (p>0.05)

Tablo-11: Bankayla çalışan müşteri kitlesine göre müşteri tercihi

5		Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihimi etkiler					Fark P(0.43)
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz	Erkek	5,2%	21,4%	16,6%	37,1%	19,7%	100,0%
	Kadın	8,2%	19,0%	13,1%	41,3%	18,4%	100,0%
Total		6,9%	20,0%	14,6%	39,5%	18,9%	100,0%

“Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihimi etkiler.” sorusuna erkek katılımcıların %19,7’si Kesinlikle Katılıyorum, %37,1’i Katılıyorum, %16,6’sı Kararsızım, %21,4’ü Katılmıyorum, %5,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %18,4’ü Kesinlikle Katılıyorum, %41,3’ü Katılıyorum, %13,1’i Kararsızım, %19’u Katılmıyorum, %8,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-12: Alınan masraflara göre müşteri tercihi

6		Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihimi etkiler					Fark P(0.98)
		Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz	Erkek	4,3%	3,9%	4,3%	23,9%	63,5%	100,0%
	Kadın	5,2%	3,6%	4,9%	22,6%	63,6%	100,0%
Total		4,9%	3,7%	4,7%	23,2%	63,6%	100,0%

“Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihimi etkiler.” sorusuna erkek katılımcıların %63,5’i Kesinlikle Katılıyorum, %23,9’u Katılıyorum, %4,3’ü Kararsızım, %3,9’u Katılmıyorum, %4,3’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %63,6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %22,6’sı Katılıyorum, %4,9’u Kararsızım, %3,6’sı Katılmıyorum, %5,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-13: Şube sayısına göre müşteri tercihi

7	Bankamın şube sayısı tercihim etkiler					Fark P(0.59)
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	3,9%	13,5%	12,7%	40,6%	29,3%	100,0%
Kadın	5,5%	12,4%	9,4%	39,4%	33,2%	100,0%
Total	4,9%	12,9%	10,8%	39,9%	31,5%	100,0%

“Bankamın şube sayısı tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların % 29,3’ü Kesinlikle Katılıyorum, %40,6’sı Katılıyorum, % 12,7’si Kararsızım, %13,5’i Katılmıyorum, %3,9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %33,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %39,4’ü Katılıyorum, %9,4’ü Kararsızım, %12,4’ü Katılmıyorum, %5,5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. (p>0.05)

Tablo-14: ATM ağı genişliğine göre müşteri tercihi

8	Bankamın ATM ağı tercihim etkiler					Fark P(0.66)
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	3,9%	4,4%	7,9%	38,2%	45,6%	100,0%
Kadın	4,6%	5,6%	5,2%	41,3%	43,3%	100,0%
Total	4,3%	5,1%	6,4%	40,0%	44,3%	100,0%

“Bankamın ATM ağı tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %45,6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %38,2’si Katılıyorum, %7,9’u Kararsızım, %4,4’ü Katılmıyorum, %3,9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %43,3’ü Kesinlikle Katılıyorum, %41,3’ü Katılıyorum, %5,2’si Kararsızım, %5,6’sı Katılmıyorum, %4,6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. (p>0.05)

Tablo-15: Banka kampanyalarına göre müşteri tercihi

9	Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler					Fark P(0.12)
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	2,2%	13,5%	10,0%	43,5%	30,9%	100,0%
Kadın	5,6%	10,5%	13,7%	44,1%	26,1%	100,0%
Total	4,1%	11,8%	12,1%	43,8%	28,2%	100,0%

“Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler” sorusuna erkek katılımcıların % 30,9’u Kesinlikle Katılıyorum, %43,5’i Katılıyorum, %10’u Kararsızım, %13,5’i Katılmıyorum, 2,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %26,1’i Kesinlikle Katılıyorum, %44,1’i Katılıyorum, %13,7’si Kararsızım, %10,5’i Katılmıyorum, %5,6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. (p>0.05)

Tablo-16: Bankanın verdiği kredi limitlerine göre müşteri tercihi

10	Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler					Fark P(0.10)
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	3,5%	13,1%	11,4%	44,1%	27,9%	100,0%
Kadın	8,3%	14,9%	14,2%	37,6%	25,1%	100,0%
Total	6,2%	14,1%	13,0%	40,4%	26,3%	100,0%

“Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %27,9’u Kesinlikle Katılıyorum, %44,1’i Katılıyorum, %11,4’ü Kararsızım, %13,1’i Katılmıyorum, %3,5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %25,1’i Kesinlikle Katılıyorum, %37,6’sı Katılıyorum, %14,2’si Kararsızım, %14,9’u Katılmıyorum, %8,3’ü Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. (p>0.05)

Tablo-17: Kredi Kartı limitlerine göre müşteri tercihi

		Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihim etkiler					Fark P(0.86)
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
11							
Cinsiyetiniz	Erkek	5,8%	15,5%	14,6%	43,4%	20,8%	100,0%
	Kadın	7,6%	17,5%	14,2%	40,4%	20,2%	100,0%
Total		6,8%	16,7%	14,4%	41,7%	20,5%	100,0%

“Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %20,8’i Kesinlikle Katılıyorum, %43,4’ü Katılıyorum, %14,6’sı Kararsızım, %15,5’i Katılmıyorum, %5,8’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %20,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %40,4’ü Katılıyorum, %14,2’si Kararsızım, %17,5’i Katılmıyorum, %7,6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-18: Faiz oranına ya da katılım oranına göre müşteri tercihi

		Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler					Fark P(0.01)
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Total
12							
Cinsiyetiniz	Erkek	5,2%	3,1%	4,8%	41,5%	45,4%	100,0%
	Kadın	7,8%	10,5%	5,9%	40,2%	35,6%	100,0%
Total		6,7%	7,3%	5,4%	40,7%	39,8%	100,0%

“Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %45,4’ü Kesinlikle Katılıyorum, %41,5’i Katılıyorum, %4,8’i Kararsızım, %3,1’i Katılmıyorum, %5,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %35,6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %40,2’si Katılıyorum, %5,9’u Kararsızım, %10,5’i Katılmıyorum, %7,8’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmuştur. ($p<0.05$) Yani erkekler kadınlara göre Bankaların verdiği faiz oranı ya da katılım oranlarının banka tercihlerinde daha fazla etkilediğini görmekteyiz.

Tablo-19: Banka sponsorluklarına göre müşteri tercihi

13	Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihim etkiler					Fark P(0.00)
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	4,8%	23,2%	21,9%	33,8%	16,2%	100,0%
Kadın	16,1%	24,3%	19,7%	27,9%	12,1%	100,0%
Total	11,3%	23,8%	20,6%	30,4%	13,9%	100,0%

“Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %16,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %33,8’i Katılıyorum, % 21,9’u Kararsızım, %23,2’si Katılmıyorum, %4,8’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; % 12,1’i Kesinlikle Katılıyorum, % 27,9’u Katılıyorum, %19,7’si Kararsızım, %24,3’ü Katılmıyorum, %16,1’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmuştur. ($p < 0.05$) Yani erkekler kadınlara göre Bankaların yaptığı sponsorluklar banka tercihlerinde daha fazla etkilediğini görmekteyiz.

Tablo-20: Yapılan sosyal sorumluluk projelerine müşteri tercihi

14	Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler					Fark P(0.01)
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	2,2%	14,0%	20,5%	39,3%	24,0%	100,0%
Kadın	9,5%	17,3%	18,0%	37,6%	17,6%	100,0%
Total	6,4%	15,9%	19,1%	38,3%	20,4%	100,0%

“Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %24’ü Kesinlikle Katılıyorum, %39,3’ü Katılıyorum, %20,5’i Kararsızım, %14’ü Katılmıyorum, %2,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %17,6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %37,6’sı Katılıyorum, %18’i Kararsızım, %17,3’ü Katılmıyorum, %9,5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmuştur. ($p < 0.05$) Yani erkekler kadınlara göre Bankaların yaptığı sosyal sorumluluk projeleri banka tercihlerinde daha fazla etkilediğini görmekteyiz.

Tablo-21: Geleceğe yönelik yatırımlara göre müşteri tercihi

		Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihim etkiler					Fark P(0.03)
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
15							
Cinsiyetiniz	Erkek	2,6%	11,8%	16,7%	43,4%	25,4%	100,0%
	Kadın	7,8%	12,7%	19,6%	41,8%	18,0%	100,0%
Total		5,6%	12,4%	18,4%	42,5%	21,2%	100,0%

“Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihim etkiler” sorusuna erkek katılımcıların %25,4’ü Kesinlikle Katılıyorum, %43,4’ü Katılıyorum, %16,7’si Kararsızım, %11,8’i Katılmıyorum, %2,6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; % 18’i Kesinlikle Katılıyorum, %41,8’i Katılıyorum, %19,6’sı Kararsızım, %12,7’si Katılmıyorum, %7,8’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmuştur. ($p < 0.05$) Yani erkekler kadınlara göre Bankaların geleceğe dönük yatırımları banka tercihlerinde daha fazla etkilediğini görmekteyiz.

Tablo-22: Bankaların müşteri memnuniyetini karşılama oranı

		Bankam isteklerime yeterince karşılık verir					Fark P(0.08)
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
16							
Cinsiyetiniz	Erkek	3,5%	8,8%	24,1%	45,2%	18,4%	100,0%
	Kadın	4,2%	15,6%	23,1%	44,6%	12,4%	100,0%
Total		3,9%	12,7%	23,6%	44,9%	15,0%	100,0%

“Bankam isteklerime yeterince karşılık verir” sorusuna erkek katılımcıların %18,4’ü Kesinlikle Katılıyorum, %45,2’si Katılıyorum, %24,1’i Kararsızım, %8,8’i Katılmıyorum, %3,5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %12,4’ü Kesinlikle Katılıyorum, %44,6’sı Katılıyorum, %23,1’i Kararsızım, %15,6’sı Katılmıyorum, %4,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p > 0.05$)

Tablo-23: Bankanın verdiği hizmete göre müşteri memnuniyeti

17	Bankamın verdiği hizmetten memnunum					Fark P(0.02)
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	2,2%	8,3%	24,3%	50,4%	14,8%	100,0%
Kadın	5,6%	10,8%	24,5%	52,0%	7,2%	100,0%
Total	4,1%	9,7%	24,4%	51,3%	10,4%	100,0%

“Bankamın verdiği hizmetten memnunum” sorusuna erkek katılımcıların % 14,8’i Kesinlikle Katılıyorum, %50,4’ü Katılıyorum, %24,3’ü Kararsızım, %8,3’ü Katılmıyorum, %2,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %7,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %52’si Katılıyorum, % 24,5’i Kararsızım, %10,8’i Katılmıyorum, %5,6’sı Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmuştur. ($p < 0.05$) Yani erkekler kadınlara göre Bankalarının verdiği hizmetten daha fazla memnun olduklarını görmekteyiz.

Tablo-24: Bankanın müşteri memnuniyetini anketlerle ölçmesi

18	Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer					Fark P(0.68)
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Cinsiyetiniz Erkek	17,0%	32,3%	26,2%	19,2%	5,2%	100,0%
Kadın	20,9%	27,2%	26,2%	19,9%	6,0%	100,0%
Total	19,2%	29,4%	26,2%	19,6%	5,6%	100,0%

“Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer” sorusuna erkek katılımcıların %5,2’si Kesinlikle Katılıyorum, %19,2’si Katılıyorum, %26,2’si Kararsızım, %32,3’ü Katılmıyorum, %17’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %19,9’u Katılıyorum, %26,2’si Kararsızım, %27,2’si Katılmıyorum, %20,9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p > 0.05$)

Tablo-25: Bankanın güvenilen kişilere ya da kurumlara tavsiye edilmesi

		Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim					Fark P(0.07)
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
19							
Cinsiyetiniz	Erkek	5,2%	15,2%	19,9%	42,4%	17,3%	100,0%
	Kadın	8,5%	16,0%	25,1%	40,1%	10,4%	100,0%
Total		7,1%	15,6%	22,9%	41,1%	13,4%	100,0%

“Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim” sorusuna erkek katılımcıların %17,3’ü Kesinlikle Katılıyorum, %42,4’ü Katılıyorum, %19,9’u Kararsızım, %15,2’si Katılmıyorum, %5,2’si Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %10,4’ü Kesinlikle Katılıyorum, %40,1’i Katılıyorum, %25,1’i Kararsızım, %16’sı Katılmıyorum, %8,5’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-26: Bankanın herhangi bir kişiye ya da kuruma tavsiye edilmesi

		Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim					Fark P(0.09)
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
20							
Cinsiyetiniz	Erkek	6,1%	7,9%	20,5%	48,9%	16,6%	100,0%
	Kadın	6,9%	12,4%	25,5%	44,4%	10,8%	100,0%
Total		6,5%	10,5%	23,4%	46,4%	13,3%	100,0%

“Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim” sorusuna erkek katılımcıların %16,6’sı Kesinlikle Katılıyorum, %48,9’u Katılıyorum, %20,5’i Kararsızım, %7,9’u Katılmıyorum, %6,1’i Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Buna karşın kadın katılımcıların ise; %10’8’i Kesinlikle Katılıyorum, %44,4’ü Katılıyorum, %25,5’i Kararsızım, %12,4’ü Katılmıyorum, %6,9’u Kesinlikle Katılmıyorum seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu soru için ki kare testi analizi yaptığımızda erkek ve kadınlar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. ($p>0.05$)

Tablo-27: Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler						
	1	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		2,06	0,19	0,94	0,56	0,19	3,93
Katılmıyorum		0,94	3,37	1,50	2,43	1,50	9,74
Kararsızım		0,19	1,12	2,43	1,69	0,56	5,99
Katılıyorum		2,81	8,80	10,11	15,73	7,12	44,57
Kesinlikle Katılıyorum		2,62	4,31	8,05	10,30	10,49	35,77
Total		8,61	17,79	23,03	30,71	19,85	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta kesinlikle katılıyorum ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankanın türünün de bankaların finansal yapıları kadar olmasa da müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-28: Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	2	Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
	Kesinlikle Katılmıyorum	2,05	0,74	0,19	0,37	0,56	3,91
	Katılmıyorum	0,93	3,17	1,12	2,98	1,49	9,68
	Kararsızım	0,19	1,12	1,86	2,05	0,74	5,96
	Katılıyorum	1,49	11,17	5,96	22,16	3,91	44,69
	Kesinlikle Katılıyorum	1,86	4,10	4,10	12,10	13,59	35,75
Total		6,52	20,30	13,22	39,66	20,30	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın özel ya da kamu bankası olması tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta kesinlikle katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankanın özel ya da kamu bankası olması müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-29: Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	3	Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		2,25	0,75	0,19	0,38	0,38	3,94
Katılmıyorum		0,56	3,38	1,13	3,00	1,50	9,57
Kararsızım		0,19	0,75	1,69	2,81	0,38	5,82
Katılıyorum		1,88	9,94	6,57	20,08	6,38	44,84
Kesinlikle Katılıyorum		2,44	3,75	3,38	11,63	14,63	35,83
Total		7,32	18,57	12,95	37,90	23,26	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta kesinlikle katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankanın yerli ya da yabancı banka olması müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-30: Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	5	Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihi etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,87	1,12	0,37	0,19	0,37	3,93
Katılmıyorum		1,12	4,12	1,50	2,06	0,75	9,55
Kararsızım		0,19	1,87	2,25	1,12	0,56	5,99
Katılıyorum		1,12	9,36	6,55	24,72	3,18	44,94
Kesinlikle Katılıyorum		2,62	3,75	3,93	11,24	14,04	35,58
Total		6,93	20,22	14,61	39,33	18,91	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta katılmıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankayla çalışan müşterinin müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-31: Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	6	Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihim etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		2,24	0	0	0,37	1,31	3,93
Katılmıyorum		1,31	1,50	0,75	1,68	4,49	9,72
Kararsızım		0,56	0,19	0,75	1,68	2,80	5,98
Katılıyorum		0,37	1,31	2,06	15,70	25,42	44,86
Kesinlikle Katılıyorum		0,37	0,75	0,93	3,74	29,72	35,51
Total		4,86	3,74	4,49	23,18	63,74	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu kesinlikle katılırken ikinci büyük çoğunluk katılıyorum şeklinde tercihlerini ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların almış oldukları masraflar müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-32: Bankamın şube sayısı tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

	7	Bankamın şube sayısı tercihi etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	Kesinlikle Katılmıyorum	2,05	0,56	0	0,75	0,56	3,92
	Katılmıyorum	0,75	3,36	0,56	3,36	1,68	9,70
	Kararsızım	0	1,31	1,12	2,43	1,12	5,97
	Katılıyorum	1,31	5,04	4,66	23,32	10,26	44,59
	Kesinlikle Katılıyorum	0,75	2,43	4,48	10,07	18,10	35,82
Total		4,85	12,69	10,82	39,93	31,72	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın şube sayısı tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların şube sayısı müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-33: Bankamın ATM ağı tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	8	Bankamın ATM ağı tercihim etkiler.					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum	1,69	0	0,38	0,94	0,94	3,94	
Katılmıyorum	1,31	1,69	0,94	4,69	1,13	9,76	
Kararsızım	0	1,13	0,75	2,25	1,88	6,00	
Katılıyorum	0,75	1,50	2,06	24,58	15,76	44,65	
Kesinlikle Katılıyorum	0,38	0,75	2,25	7,50	24,77	35,65	
Total	4,13	5,07	6,38	39,96	44,47	100,00	

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın ATM ağı tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların ATM ağı müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-34: Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	g	Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,87	0,56	0	0,56	0,93	3,92
Katılmıyorum		0,75	3,17	0,56	3,36	1,87	9,70
Kararsızım		0	1,31	1,49	1,68	1,49	5,97
Katılıyorum		0,75	4,29	4,10	27,24	8,58	44,96
Kesinlikle Katılıyorum		0,93	2,43	5,78	11,01	15,30	35,45
Total		4,29	11,75	11,94	43,84	28,17	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın yaptığı kampanyalar tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların yaptığı kampanyalar müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-35: Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	10	Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		2,26	0,19	0	0,56	0,94	3,95
Katılmıyorum		0,94	2,63	1,32	3,01	1,69	9,59
Kararsızım		0,19	1,13	1,69	1,88	1,13	6,02
Katılıyorum		1,88	5,64	6,39	23,87	7,14	44,92
Kesinlikle Katılıyorum		0,94	4,32	3,57	11,28	15,41	35,53
Total		6,20	13,91	12,97	40,60	26,32	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın verdiği kredi limitleri tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların verdiği kredi limitleri müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-36: Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	11	Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihi etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
	Kesinlikle Katılmıyorum	2,08	0,19	0,76	0,57	0,19	3,79
	Katılmıyorum	0,95	3,79	0,38	3,98	0,76	9,85
	Kararsızım	0,57	1,14	1,52	1,70	1,14	6,06
	Katılıyorum	1,52	7,39	7,01	24,43	4,73	45,08
	Kesinlikle Katılıyorum	1,70	4,36	4,55	10,98	13,64	35,23
Total		6,82	16,86	14,20	41,67	20,45	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların verdiği kredi kartı limitleri müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-37: Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	12	Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,87	0,37	0	0,75	0,93	3,93
Katılmıyorum		2,06	1,50	0,75	2,43	2,99	9,72
Kararsızım		0,56	0,93	0,75	1,87	1,87	5,98
Katılıyorum		1,31	2,80	2,80	24,86	13,08	44,86
Kesinlikle Katılıyorum		0,93	1,68	1,12	10,65	21,12	35,51
Total		6,73	7,29	5,42	40,56	40,00	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların verdiği faiz oranları ya da katılım oranları müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de bankaların finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-38: Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	13	Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihi etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		2,06	0,38	0,56	0,56	0,38	3,94
Katılmıyorum		1,69	3,94	1,13	2,63	0,38	9,76
Kararsızım		0,38	1,69	1,69	1,31	0,94	6,00
Katılıyorum		3,19	10,88	10,13	16,89	3,75	44,84
Kesinlikle Katılıyorum		3,94	6,94	6,94	9,19	8,44	35,46
Total		11,26	23,83	20,45	30,58	13,88	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta katılmıyorum şeklinde ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların yaptığı sponsorluklar müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-39: Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	14	Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
	Kesinlikle Katılmıyorum	1,87	0,56	0,56	0,75	0,19	3,93
	Katılmıyorum	1,50	3,93	1,31	2,24	0,75	9,72
	Kararsızım		1,50	1,50	2,06	0,93	5,98
	Katılıyorum	1,50	6,36	8,79	22,06	5,79	44,49
	Kesinlikle Katılıyorum	1,50	3,55	6,92	11,40	12,52	35,89
Total		6,36	15,89	19,07	38,50	20,19	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların yaptığı sosyal sorumluluk projeleri müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de bankalarının finansal yapılarına oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-40: Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihi etkiler ile bankamın finansal gücü tercihi etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihi etkiler	Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihi etkiler						
	15	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		2,26	0,56	0,19	0,56	0,38	3,95
Katılmıyorum		0,94	3,38	2,07	2,82	0,38	9,59
Kararsızım		0,56	0,94	2,07	1,32	1,13	6,02
Katılıyorum		0,94	5,45	8,46	24,62	5,08	44,55
Kesinlikle Katılıyorum		0,94	2,07	5,64	13,35	13,91	35,90
Total		5,64	12,41	18,42	42,67	20,86	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihi etkiler sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katıldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların geleceğe yönelik yatırımları müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-41: Bankam isteklerime yeterince karşılık verir ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	16	Bankam isteklerime yeterince karşılık verir					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,12	0,75	0,56	0,93	0,56	3,93
Katılmıyorum		0,75	2,24	2,80	3,18	0,75	9,72
Kararsızım			0,93	2,24	2,24	0,56	5,98
Katılıyorum		1,12	5,42	10,28	24,30	3,74	44,86
Kesinlikle Katılıyorum		0,93	3,55	7,66	14,02	9,35	35,51
Total		3,93	12,90	23,55	44,67	14,95	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankam isteklerime yeterince karşılık verir sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, bankaların müşteri isteklerine karşılık vermesi müşteri tercihinde önemli olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de batan banka örneklerini oldukça çok gördükleri için bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-42: Bankamın verdiği hizmetten memnunum ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	17	Bankamın verdiği hizmetten memnunum					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,31	0,37	0,75	1,31	0,19	3,92
Katılmıyorum		0,93	1,49	2,24	3,54	1,31	9,51
Kararsızım		0	0,37	2,61	2,80	0,19	5,97
Katılıyorum		0,93	4,48	11,01	25,75	2,61	44,78
Kesinlikle Katılıyorum		1,12	2,99	7,65	17,91	6,16	35,82
Total		4,29	9,70	24,25	51,31	10,45	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamın verdiği hizmetten memnunum sorusuna da müşterilerin çoğunluğu katılırken ikinci büyük çoğunlukta kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, müşterilerin bankalarının verdiği hizmetten memnun olduğunu görmekteyiz. Buradan çıkan sonuç ise müşteriler özellikle Türkiye de bankalarının finansal yapılarının gücüne oldukça fazla derece de önem vermektedirler.

Tablo-43: Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer ile bankamın finansal gücü tercihim etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihim etkiler	18	Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,88	0,75	0,56	0,38	0,38	3,95
Katılmıyorum		2,64	3,01	1,88	1,69	0,38	9,60
Kararsızım		0,38	2,45	2,07	0,94	0,19	6,03
Katılıyorum		6,78	14,12	12,62	9,23	1,69	44,44
Kesinlikle Katılıyorum		7,72	9,04	8,85	7,34	3,01	35,97
Total		19,40	29,38	25,99	19,59	5,65	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer sorusuna da müşterilerin yarısı katılmazken ikinci büyük çoğunlukta kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, müşterilerin bankalarının memnuniyetlerini ölçen anketler yapmadıklarını görmekteyiz.

Tablo-44: Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim ile bankamın finansal gücü tercihimin etkilerin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihimin etkileri	19	Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,49	0,56	0,74	0,74	0,37	3,91
Katılmıyorum		0,74	2,42	2,23	2,98	1,30	9,68
Kararsızım		0	1,30	1,86	2,05	0,74	5,96
Katılıyorum		1,68	7,08	10,24	23,28	2,61	44,88
Kesinlikle Katılıyorum		3,17	4,10	7,64	12,29	8,38	35,57
Total		7,08	15,46	22,72	41,34	13,41	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim sorusuna da müşterilerin çoğunluğu kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, müşterilerin bankalarını güvendiği kişilere tavsiye ettiklerini görmekteyiz.

Tablo-45: Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim ile bankamın finansal gücü tercihimin etkilerinin karşılaştırılması

Bankamın finansal gücü tercihimin etkileri	20	Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim					
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Total
Kesinlikle Katılmıyorum		1,87	0,56	0,19	0,93	0,37	3,93
Katılmıyorum		0,56	1,87	2,24	3,74	1,31	9,72
Kararsızım		0,19	0,75	1,68	2,80	0,56	5,98
Katılıyorum		1,87	4,86	11,03	23,55	3,36	44,67
Kesinlikle Katılıyorum		2,24	2,43	8,04	15,33	7,66	35,70
Total		6,73	10,47	23,18	46,36	13,27	100,00

Yapılan anket çalışmasında bankaların finansal gücünün müşteri tercihinde çok etkili olduğu gözlemlenmiştir. Şekildeki sonuçlarda da görüldüğü gibi banka müşterilerinin büyük çoğunluğu bankalarının finansal gücünün tercihlerini etkilediğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim sorusuna da müşterilerin çoğunluğu kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bu iki soruyu birbirleriyle kıyasladığımızda bankaların finansal yapılarının müşteri tercihinde oldukça önemli bir konu olduğu sonucuna varırken, müşterilerin bankalarını bir başka kişiye ve kuruma tavsiye ettiklerini görmekteyiz.

ALTINCI BÖLÜM

AMAÇ ve YÖNTEM

6.1. Amaç

Bu araştırmada amaç; Türkiye'deki bankaların finansal yapılarını inceleyerek bankaların finansal yapılarının müşteri tercihine etkisini araştırmaktır.

6.1.1.Araştırmanın Problem Cümlesi

Türkiye'de bankacılık sektörünün finansal yapısı ne durumdadır? Bankaların finansal yapılarının büyüklüğü müşteri tercihinde etkisi var mıdır? Soruları araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır.

6.1.2.Araştırmanın Hipotezi

Bankaların finansal yapılarının müşteri tercihine etkisi vardır.

6.1.3. Araştırmanın Sınırlıkları ve Sayıltayı

Bu araştırmada; Türkiye'deki bankaların finansal yapıları 2009 ile 2013 yılı arasında incelenmiş, 2009 yılı öncesi kapsam dışına alınmıştır.

Bu araştırmada kullanılan ve araştırmacı tarafından geliştirilen müşterilerin banka tercihlerini etkileyen ankete çalışmaya katılan kişilerin doğru ve eksiksiz olarak yanıtladıkları varsayılmaktadır.

6.1.4.Araştırmanın Kapsamı ve Önemi

Bu araştırmada Bankaların finansal yapılarının müşteri tercihlerine etkileri incelenmiştir. Araştırmada Dünyada bankacılığın tarihsel gelişimi ve Türkiye'de bankacılığın gelişimi, Faizsiz bankacılığın gelişimi ve sektördeki etkileri incelenmiştir. Ayrıca bu araştırmada Türkiye'deki Bankaların 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 yılları finansal değişiklikleri BDDK verilerinden ve TBB verilerinden yararlanarak incelenmiş olup 2014 ve 2015 yılı verileri kapsam dışına çıkarılmıştır. Finansal veriler ele alınırken aktif yapılar ele alınmıştır. Şube sayısı ve ATM sayılarının fazlalığı bankaların sabit yapılarının büyüklüğünü gösterir. Bankaların vermiş olduğu hizmet sayısı ile bankaların finansal gücü arasında pozitif bir ilişki varlığından yola çıkarak bu araştırma yapılmıştır.

2009 yılının, küresel krizin Türkiye’de bankacılık kesimine yansımalarının başlangıcı olduğu düşünüldüğünde; baz etkisi nedeni ile daha sonraki yıllarda gerçekleşen iyileşmenin nispeten yüksek görüldüğü gözden kaçırılmamalıdır.

Her ne kadar araştırma finansal yapı ile müşteri tercihleri arasındaki ilişkiyi test etmeye odaklansa da anket formuna bakış açısını zenginleştirmesi için özellikle finans dışı faktörlerin tercih kararı üzerindeki etkisini analiz edebilmek için sorular dahil edilmiştir. Böylece tercih kararında finansal yapının yanı sıra finansal yapı dışı (algı, ticari itibar, referans kişi, pazarlama gibi...) faktörlerinde etkisi dahil edilmiştir. Bu durum araştırmanın tercih davranışı üzerindeki finansal yapı ve finansal yapı dışı faktörleri birlikte karşılaştırılmasına olanak veren bir mimariye kavuşmasını etkilemiştir. Son olarak Bankaların finansal yapısının müşterinin tercihlerinde etkisi, bankalarla ilişki içerisinde olan 549 kişi üzerinden anket yapılarak tespit edilmiştir.

Bu araştırma; Banka yöneticilerini, yeni müşteri sağlamada neleri yapmaları gerektiği hakkında fikir sahibi yapacaktır. Banka yöneticilerinin; müşterilerinin istek ve önerilerinin neler olduğunu bilerek, buna göre çalışmalar yaparak müşteri memnuniyetini sağlamasında da önemli etkisi olacaktır. Ayrıca bu araştırma Bankaların 2009-2013 yılları arasında finansal yapılarına ait istatistiklere ulaşmada ekonomist ve bankaların finansal yapıları üzerinde araştırma yapan akademisyenlere veri olması bakımından önemlidir.

6.2. Yöntem

Bu bölümde çalışma grubu, veri toplama araçları ile verilerin analizi konularına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

6.2.1. Çalışma Grubu

Araştırma internette bulunan “surveey” anket sitesi üzerinden yapılmıştır. Araştırmaya 549 kişi katılmıştır. Katılımcıların sosyo demografik özelliklerine göre dağılımları aşağıdaki gibidir.

Tablo-46: Ankete Katılanların Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet	N	%
Erkek	235	42,8
Kadın	312	56,8
Total	547	99,6
System	2	0,4
	549	100,0

Araştırmaya katılanların %42,8'i (235 kişi) erkek, %56,8'i (312 kişi)'si bayandır.

Tablo-47: Ankete Katılanların Yaş Değişkenine Göre Dağılımı

Yaş	N	%
25 altı	74	13,5
25-30	194	35,3
31-40	194	35,3
40 üstü	84	15,3
Total	546	99,5
System	3	0,5
	549	100,0

Ankete katılanların %13,5'i 25 yaş altında, %35,3'ü 25-30 yaş arasında %35,3'ü 25-30 yaş arasında, %35,3'ü 31-40 yaş arasında ve %15,3'ü ise 40 yaş üzerindedir. 3 kişi ise yaş seçeneğini işaretlememiştir.

Tablo-48: Ankete Katılanların Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı

Medeni Durum	N	%
Evli	293	53,4
Bekâr	246	44,8
Diğer	5	0,9
Total	544	99,1
System	5	0,9
	549	100,0

Araştırmaya katılanların %53,4'ü (293 kişi) Evli, %44,8'i (246 kişi) bekâr seçeneğini işaretlemiştir.

Tablo-49: Ankete Katılanların Eğitim Durumu Değişkenine Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	N	%
İlkokul	8	1,5
Orta Okul	18	3,3
Lise	104	18,9
Üniversite	332	60,5
Yüksek Lisans	78	14,2
Doktora	7	1,3
Total	547	99,6
System	2	0,4
	549	100,0

Araştırmaya katılanların %1,5'i (8kişi) ilkokul, %3,3'ü (18 kişi) ortaokul, %18,9'u (104 kişi) lise, %60,5'i (332 kişi) üniversite, %14,2'si (78 kişi) Yüksek lisans, %1,3'ü (7 kişi) ise doktora mezundur. 2 Kişi ise eğitim durumu seçeneğini işaretlememiştir.

Tablo-50: Ankete Katılanların Aylık Gelir Değişkenine Göre Dağılımı

Aylık Gelir	N	%
1000 TL altında	42	7,7
1000-2000 TL	149	27,1
2001-3000 TL	142	25,9
3001-5000 TL	131	23,9
5000 TL üstü	78	14,2
Total	542	98,7
System	7	1,3
	549	100,0

Araştırmaya katılanların %7,7'si (42kişi) 1000 TL altı, %27,1'i (149kişi) 1000-2000 TL arası, %25,9'u (142 kişi) 2001-3000 TL arası, %23,9'u (131 kişi) 3001-5000 TL arası ve %14,2'si (78 kişi) 5000 TL üzeri aylık geliri vardır. 7 Kişi ise aylık gelir seçeneğini işaretlememiştir.

Tablo-51: Ankete Katılanların Meslek Dağılımı

Mesleğiniz	N	%
Devlet Memuru	26	4,7
Özel Sektör	271	49,4
Serbest Meslek	103	18,8
Emekli	6	1,1
Diğer	141	25,7
Total	547	99,6
Missing	2	0,4
	549	100,0

Araştırmaya katılanların %4,7'si (26 kişi) Devlet Memuru, %49,4'i (271 kişi) Özel Sektör, %18,8'i (103 kişi) Serbest Meslek, %1,1'i (6 kişi) Emekli olup %25,7'si (141 kişi) ise diğer seçeneğini işaretlemişlerdir. 2 Kişi ise mesleğiniz seçeneğini işaretlememiştir.

6.2.2. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada bankaların finansal yapılarını incelemek amacıyla Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) verilerinden yararlanılmıştır. Toplumun banka tercihlerinde bankanın finansal yapısının etkisini araştırmak amacı ile araştırmacı tarafından "*Bankaları tercih tutum ölçeği*" geliştirilmiştir.

Araştırmada; Türkiye' deki Bankaların 2009, 2010, 2011, 2012 ve 2013 yıllarındaki finansal yapıları incelenmiştir. Bankaların finansal yapıları olarak Toplam

aktif ve pasifler, özkaynakların toplam aktiflere, kredilerin mevduata, oranları incelenmiştir.

6.2.2.1. Bankaların tercih tutum ölçeği:

Araştırmacı tarafından müşterilerin banka tercihlerinde bankanın finansal yapılarının etkisini araştırmak amacı ile oluşturulmuştur. Bankaları tercih tutum ölçeği; 20 maddeden oluşmuş, her madde 1-5 arasında puanlanan 5'li likert tipi ölçektir. Ölçek puanlamasında Kesinlikle katılmıyorum;1 puan, Katılmıyorum; 2 puan, Kararsızım; 3 puan, Katılıyorum; 4 puan, Kesinlikle katılıyorum;5 puan olarak değerlendirilmektedir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 20, en yüksek puan ise 100 dür. Alınan puanların 100'e yakın olması banka tercihinde finansal yapının önemli olduğunu gösterir.

Ölçeğin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapılmış olup ölçeğin güvenirliği (Cronbach alfa değeri) 0,884 çok yüksek bulunmuştur. Soruların güvenirlik analizleri EK-2 de verilmiştir.

6.2.2.2. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgi formu; cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, çalışılan kurum, aylık gelir düzeyi gibi demografik değişkenlere ilişkin soruların yer aldığı bir formdur.

6.3. Verilerin İstatistiksel Analizi

Anket ile elde edilen verilerden SPSS 15.00 for Windows Evaluation programı ile Frequencies, crosstabs, Ki kare Test ve ANOVA analizleri yapılmıştır.

SONUÇ

Ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahip olan bankaların 2009-2013 yılları arasındaki finansal yapıları ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Bankaların finansal yapılarının bireysel müşterilerin tercihlerine etkileri de ayrıntılı bir şekilde araştırılmıştır. Bankacılığın gelişimi, finansal acıdan istikralı bir ivmeyle büyümesi, bireysel müşterilerde de güveni beraberinde getirmiştir. Bankalara olan güvenin artmasıyla bireysel müşterilerin yatırımlarını bankalarda değerlendirmeleri mevduat ve faizsiz bankacılığının gelişmesinde önemli katkılar sağlamıştır.

Türkiye’de bankacılık sektöründeki karlılık oranı gittikçe artmaktadır. Her vatandaşın gün geçtikçe bankalara bağımlılığı artmaktadır. Müşteri memnuniyetindeki değişkenliğe rağmen kazandırılan tüketici alışkanlığı bu bağımlılığın gün geçtikçe artacağını göstermektedir. Her sene açıklanan en karlı şirketlerin büyük bölümünün bankalar olması bunu kanıtlamaktadır.

Türk bankacılığının bu denli hızlı büyümesi yurtdışından daha fazla talep gelmesini sağlamaktadır. Dünya üzerindeki büyük bankalar Türk bankalarını satın alarak bu piyasaya girmek istemektedirler. Aynı zamanda bankalar uluslar arası arenada elini kuvvetlendirmek için Türk bankacılık sektörüne girmeyi kaçınılmaz görmektedir.

Türk Bankaları teknolojiyi de arkalarına alarak dünya çapında ödüller kazanmaktadır. Bilgi teknolojilerine yatırım yaparak dünya çapında ilgi çekmektedirler. Gelişen teknoloji ile sabit masraflarını düşürüp aldığı komisyonları artırarak karlılığını artırmaktadırlar.

Bankalar üzerindeki çok sıkı denetlemeler ve kurallar riski minimize etmektedir. BDDK’nın aktif denetimleri ve uluslar arası piyasada iş yapılabilmesi için alınan BASEL kuralları; kontrolsüz büyümeyi engellemekte ve böylece bankalar risklerini yönetebilmektedir. Devlet de bankaları teşvik etmekte gerektiğinde müdahale ederek dengeleri gözetmektedir.

Bankaların sağlam duruşu müşteriler için güven sağlamakta ve tercihleri etkilemektedir. Banka büyüklüğü müşterinin sorgusuz kendini bankalara emanet etmesini sağlamaktadır.

Bu araştırma ile bankaların katılım ya da mevduat bankası olması, özel ya da kamu ve yerli ya da yabancı sermayeli olması müşterilerin tercihinde etkili olduğu bulunmuştur. Katılımcıların bankanın türüne önem verdikleri görülmektedir.

Bu araştırma ile bankaların finansal gücü, şube sayısı ve ATM ağının fazla olması müşterilerin tercihinde etkili olduğu bulunmuştur. Ayrıca bankaların verdiği hizmetler için aldığı masraflar, yaptığı kampanyalar, verdiği kredi ve kredi kartı limitlerinin müşterilerin tercihinde etkili olduğu bulunmuştur. Bu araştırma ile bankaların yaptığı sponsorluklar, sosyal sorumluluk projeleri müşterilerin tercihinde etkili olduğu bulunmuştur. Bankaların verdiği faiz ve katılım oranları ile bankanın ileriye yönelik yatırımları müşterilerin tercihinde etkili olduğu bulunmuştur.

Araştırmaya katılan kişilerin müşterisi oldukları bankalarından memnun olduklarını, memnuniyetlerini anketlerle düzenli olarak ölçtüklerini ve bankalarını yakın kişilere ve kurumlara tavsiye ettiklerini belirtmişlerdir.

Banka tercihlerde erkek katılımcıların bayan katılımcılara oranla titiz davrandığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve gelir düzeyi değişkenlerine göre banka tercihlerinde anlamlı fark bulunmamıştır. Bu sonuç, yaşın, medeni durumun, eğitim düzeyinin ve gelir düzeyinin banka tercihinde etkisinin diğer etkenlere göre daha az olduğunu gösterir.

Bankaların toplam aktiflerinin 2009-2013 yılları arasında düzenli olarak arttığı bulunmuştur. 2009 yılında 798.563 milyon TL olan toplam aktifler 2013 yılında 1.355.370 milyon TL ye çıkmıştır. Bunun yanında bankaların özkaynaklarının 2009-2013 yılları arasında düzenli olarak arttığı görülmüş olup, 2009 yılında 106.462 milyon TL olan özkaynaklar 2013 yılında 184.892 milyon TL ye çıkmıştır.

Bankaların mevduat ve fon toplamalarının 2009-2013 yılları arasında düzenli olarak arttığı bulunmuştur. 2009 yılında 531.492 milyon TL olan mevduat ve fon toplamalarının 2013 yılında 1.002.730 milyon TL ye çıkmıştır. Bankaların 2009-2013 yılları arasında mevduat yapısı içinde bulunan vadeli mevduat ve katılma hesaplarında istikrarlı artış olduğu bulunmuştur. 2009 yılında 448.251 milyon TL olan vadeli mevduat ve katılma hesapları 2013 yılında 816.661 milyon TL ye çıkmıştır. Bankaların 2009-2013 yılları arasında mevduat yapısı içinde bulunan vadesiz mevduat ve özel cari hesaplarında istikrarlı arttığı bulunmuştur. 2009 yılında 83.242 milyon TL olan mevduat ve özel cari hesapları 2013 yılında 186.070 milyon TL ye çıkmıştır. Bankaların mevduat yapısı içerisinde bulunan vadesiz tasarruf mevduatlarında 2009-2013 yılları arasında düzenli olarak arttığı görülmüş, 2009 yılında 199.659 milyon TL olan vadesiz tasarruf mevduatları 2013 yılında 354.833 milyon TL ye çıkmıştır.

Bankaların repo işlemleri ile sağlanan fonları 2009-2013 yılları arasında inişli çıkışlı seyir izlemiştir. 2009 yılında 60.711 milyon TL olan repo işlemleri ile sağlanan fonlar 2013 yılında 119.113 milyon TL ye çıkmıştır. Bankaların borçlar yapısı içerisinde yurtdışı bankalara olan borçlarında yıllara göre artışlar olmuştur. 2009 yılında 71.722 milyon TL olan yurtdışı bankalara borçlar 2013 yılında 210.833 milyon TL ye yükselmiştir. Bankaların krediler toplamında istikrarlı bir artış görülmektedir. 2009 yılında 396.935 milyon TL olan krediler 1.057.827 milyon TL ye yükselmiştir. Aktifler içerisinde yer alan menkul değerler portföyü inişli çıkışlı seyir izlemiştir. 2009 yılında 262.852 milyon TL olan menkul değerler portföyü 2013 yılında 286.943 milyon TL seviyesine çıkmıştır. Menkul değerler portföyü içerisinde yer alan kamu borçlanma senetleri inişli çıkışlı seyir izlemiştir. 2009 yılında 162.545 milyon TL olan kamu borçlanma senetleri 2013 yılında 106.493 milyon TL seviyesine düşmüştür. Aktiflerin içinde yer alan nakit değerler ve TCMB 2009 yılında 40.232 milyon TL, 2010 yılında 43.682 milyon TL ye 2011 yılında 52.913 milyon TL 2012 yılında 44.440 milyon TL ve 2013 yılında 49.758 milyon TL olmuştur.

Bankaların mevduatlarının toplam aktiflere oranı 2009-2013 yılları arasında azaldığı görülmüş, 2009 yılı sonunda %63,5 olan mevduatların toplam aktiflere oranı 2013 yılında %57,7 olmuştur. 2009 yılında mevduatların krediye dönüşüm oranı yalnızca %75,1 iken 5 yıl içinde oran artış göstererek 2013 yılında %107,7 ye ulaşmıştır. 2009 yılında Likit aktiflerin toplam aktiflere oranı %33 iken 2013 yılında %28,5 oranına düşmüştür. 2009 yılında Likit aktiflerin mevduata oranı %52 iken 2013 yılında %49,5 oranına düşmüştür. 2009 Yılında kredilerin toplam aktiflere oranı %47,7 iken 5 yıl içinde oran artış göstererek 2013 yılında %62,1 seviyesine ulaşmıştır. Özkaynaklarının toplam aktifler içindeki payı %13,3 iken 2013 yılında %11,3 seviyesine düşmüştür. Net dönem karı(zararı)nın toplam aktiflere oranı 2009 da %2,4 iken 2013 yılında %1,4'e inmiştir. Kredilerin toplam aktifler içindeki payı %72,2 iken 2013 yılında ise %70,7 seviyesine düşmüştür. 2009 yılında %52 seviyesinde olan likit aktiflerin mevduata oranı 2013 yılında %49,5 seviyesine inmiştir.

Bankalar hedeflerine ulaşabilmek adına riskleri de göz önünde bulundurarak finansal yapılarını güçlendirmelidirler. Likidite riski, bankacılıkta ana risklerden biridir. Bankalar, likidite ihtiyaçlarını önceden tahmin edip ona göre önlem almaları gerekmektedir. Yine aynı şekilde Operasyonel risklere de dikkat edilmelidir. Bankalar, iç süreçlerdeki başarısızlıklardan, çalışanların hataları veya işletme içindeki sistemin tutarsızlıklarından kaynaklanan dolaylı veya dolaysız olarak zarar edilmesi durumuna hazırlıklı olmalıdırlar. Bankalar, gelecekleriyle ilgili risklerinden

bir tanesi olan Karşı Taraf riskini minimize etmelidirler. Finansal piyasaların bozulduğu anda taraflar birbirine olan yükümlülüklerini yerine getirmeli ve yine kriz dönemlerine hazırlıklı olmalıdırlar. Bankaların bir başka dikkat etmesi gereken risk de Döviz Kuru riskidir. Döviz kuru riski, en basit şekilde bankaların taşıdıkları pozisyonlara bağlı olarak yerli paranın yabancı paralar karşısında değer kazanması ya da değer kaybetmesi durumunda ortaya çıkan bir piyasa riski türü olarak karşımıza çıkabilir. Bankalar bu risklere önceden hazırlıklı olmalı ve bir kriz anında finansal yapılarının güçlü olmasını sağlamalıdırlar.

Yaptığımız bu araştırma neticesinde bankaların finansal büyüklüklerinin müşteri tercihinde etkinliği araştırılırken karşılaşılan sorunlar, sorunların çözümü için uygulanan metotlar ve bazı konularla ilgili öneriler sunmaya çalışacağız. Bu ÖNERİLER;

- Bankalar finansal güçlerine önem vermeli ve finansal yapılarını arttırmalıdırlar.
- Finansal açıdan zayıf bankalar birleşmeli ve güçlü bir banka olarak faaliyet göstermelidirler.
- Mevduat bankacılığı ve faizsiz bankacılık tek çatı altında aynı anda yapılabilirdir.
- Bankalar şube sayılarına önem vermeli ve müşterilerin rahatça ulaşabileceği en yüksek şube sayısına ulaşmalıdırlar.
- Bankalar bankamatik sayılarına önem vermeli ve müşterilerin rahatça ulaşabileceği noktalarda ATM hizmeti vermelidirler.
- Bankalar müşterilerden aldığı havale masraflarında minimum tutar belirlenip müşteri memnuniyetini önemsemelidirler.
- Bankalar müşterilerden aldığı EFT masrafında minimum tutar belirleyip müşteri memnuniyetini önemsemelidirler.
- Bankalar müşterilerden aldığı kredi kartı aidat ücreti gibi ücretlerde müşterinin istek ve önerilerine önem vermelidirler.
- Bankalar müşterilerden aldığı hesap işletim ücreti gibi ücretlerde müşterinin istek ve önerilerine önem vermelidirler.

- Bankalar sosyal sorumluluk projelerine önem vererek müşterilerin sempatisini kazanmalıdırlar.
- Bankalar sponsorluk anlaşmaları yaparak müşterilerin sempatisini kazanmalıdırlar.
- Bankalar müşterilerine sunduğu kredi limitlerinde müşteri tercihlerini önemsenmelidir.
- Bankalar belirli periyotlarla promosyonlar yaparak müşteri beklentilerini karşılamalıdırlar.
- Bankalar hedefledikleri müşteri kitlesine göre çalışmalar yapmalıdırlar.
- Bankaların müşterilerine sundukları faiz oranları ve katılım oranlarında müşteri tercihlerini önemsemelidirler.
- Bankalar geleceğe dönük çalışmalar yapıp bu çalışmalarını müşterilerle paylaşmalıdırlar.
- Bankalar müşterilerinin memnuiyetlerini düzenli aralıklarla ölçmelidirler.
- Katılım bankacılığına daha fazla önem verilmeli ve güçlü bir katılım bankası kurulmalıdır.
- Devlet Bankası olarak yeni ve güçlü bir Katılım Bankası kurulması körfez ülkelerindeki yatırımcıların mevduatlarını ülke ekonomisine kazandıracaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKBULAK Yavuz, KAVAKLI Emre ve TOKMAK Ayça, **Kayıp Yıllar Türkiye'de 1980'li Yıllardan Bu Yana Kamu Borçlanma Politikaları ve Bankacılık Sektörüne Etkileri**, Beta Yayınları Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 2004.

AKGÜÇ Öztin, **Banka Yönetimi ve Performans Analizi**, Avcıol Basım Yayın, İstanbul, 2007.

AKGÜÇ Öztin, **Mali Tabloları Analizi**, Avcıol Basım Yayın, İstanbul, 1995.

ALTAN Mikail, **Fonksiyonlar ve İşlemler Açısından Bankacılık**, Beta Basım Yayın, İstanbul, 2001.

AYDEMİR Namık, **Dünden Bugüne Türkiye'de Bankacılık**, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası, Ankara, 2005.

BAKDUR Alper, **Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneri**, DPT Yayınları, 2003.

CEMALCILAR İlhan, **Pazarlama, Kavramlar, Kararlar**, İstanbul, Beta Basım Yayın, 1999.

ÇANKAYA Fikret ve ÖZ Mehmet, **Türkiye'de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi**, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, İstanbul, 2001.

ÇOLAK Ömer Faruk ve ÖCAL Tezer, **Finansal Sistem ve Bankalar**, Nobel Yayınları, Ankara, 1999.

ERCAN Metin Kamil ve BAN Ünsal, **Finansal Yönetim**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2008.

EYÜPGİLLER Servet, **Banka ve Mali Kuruluşlar**, Ankara, Yargı Yayınevi, 1988.

GÖÇMEN YAĞCILAR Gamze, **Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi**, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu Kitapları, Ankara, 2011.

GÜNEY Alptekin, **Banka İşlemleri**, Beta Basım A.Ş., İstanbul, 2010.

KARAPINAR Aydın, **Özel Finan Kurumları ve Muasebe Uygulamaları**, Gazi Kitapevi, Ankara, 2003.

KORUKÇU Ünal, **Bankacılığın Tarihsel Gelişimi, 40. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türk Bankacılık Sistemi**, Bankalar Birliği Yayınlar, Ankara, 1998.

ÖÇAL Tezer, ÇOLAK Ömer Faruk, TOGAY Selahattin, ESER Kadir, **Para Banka**, Gazi Kitabevi Yayıncılık, Ankara, 1997.

ÖZKAZANÇ Önder, **Para ve Banka**, Açıköğretim Yayınları, Eskişehir, 1988.

ÖZULUCAN Abitter ve ÖZDEMİR Fevzi Serkan, **Katılım Bankacılığı**, Türkmen Kitap Evi, İstanbul, 2010.

PARASIZ İlker, **Modern Bankacılık Teori ve Uygulama**, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2007.

PETERSON Robert A., **Response Construction in Consumer Behavior Research**, Journal of Business Research, 2005.

SEZGİN Mete, **Günümüz Bankacılığında Banka Hizmetleri Pazarlaması** Literatürk (Nüve Kültür Merkezi), İstanbul, 2008.

ŞEKERKAYA Ahmet, **Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü**, Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları, Ankara, 1997.

TAKAN Mehmet, **Bankacılık**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2001.

TAKAN Mehmet, **Bankalarda Toplam Kalite Yönetimi**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2001.

Türkiye Bankalar Birliği, **Bankalarımız 2010**, Paragraf Basım Sanayi A.Ş., Mayıs 2011, Yayın No: 276.

Türkiye Bankalar Birliği, **Bankalarımız 2011**, Paragraf Basım Sanayi A.Ş., Mayıs 2012, Yayın No: 284.

Türkiye Bankalar Birliği, **Bankalarımız 2013**, Paragraf Basım Sanayi A.Ş., Mayıs 2014, Yayın No: 304.

TOKGÖZ Erdinç, **Türkiye Ekonomisi**, İmaj Yayınevi, Ankara, 2001.

UYAR Seçil, **Bankacılık Krizleri**, Ziraat Yayınları, Ankara, 2003.

YURTTADUR Mustafa, **Kobi Yönetimi ve Büyüme**, Beta Basım A.Ş., İstanbul, 2015.

ZERKA Mustafa Ahmet Ez, EN Muhammed Abdülaziz ve KARAMAN Hayrettin, **İslam'a Göre Banka ve Sigorta**, Nesil Yayınları, İstanbul, 1992.

MAKALELER

AKDOĞAN Mehmet Şükrü, "Pazarlama Yönetim Fonksiyonları Açısından Hizmet", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Aralık 1983, 135.

AKTAN Bora ve BODUR Bora, "Oranlar Aracılığı İle Finansal Durumunuzu Nasıl Çözümlersiniz? Küçük İşletmeler İçin Bir Rehber", **Journal of Yasar University**, 2006 , Cilt:1, Sayı:1.

ÇİÇEK Recep, "Ticari Bankalarda Banka Hizmetlerinin Pazarlanması", **Standart Ekonomik Dergi**, Ağustos 2003, 500.

ÇİLLİ Hüseyin ve TEMEL Tuğrul, “Türk Bankacılık Sistemi İçin Bir Erken Uyarı Modeli”, **T.C. Merkez Bankası Tartışma Tebliği**, Şubat 1988, 8804.

GEYLAN Ramazan, “Ticari Banka Şubelerinde Verilen Hizmetin Kalitesini Olumsuz Yönde Etkileyen Sorunlar”, **Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Haziran 1986, Cilt 4.

KADERLİ Yusuf, DOĞU Süleyman, ARABACI Özlem, “Basel III ve Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun KOBİ’lerin Finansman Sorunu Üzerindeki Muhtemel Etkileri”, **Ege Akademik Bakış**, 2013, Cilt:13, Sayı:4.

OMAR Fuat Al ve HAG Mohammed Abdal, “Islamic Banking Theory, Practice and Challenges”, **Oxford University Press**, 1996, 24.

ÖZCAN Mehmet Emin ve HAZIROĞLU Temel, “Bankacılıkta Yeni Bir Boyut: Katılım Bankacılığı”, **Bereket Dergisi**, 2000, 9.

RODOPLU Bedri Cemal, “Dünyada Faizsiz Bankacılık”, **Bereket Dergisi**, 1997, 9.

TAŞKIN DİLVİN Fatma, “Türkiye’de Ticari Bankaların Performansını Etkileyen Faktörler”, **Ege Akademik Bakış**, Nisan 2011, Cilt: 11, Sayı: 2.

TUNÇ Hüseyin, “Soru ve Cevaplarla ÖFK’lar”, **Bereket Dergisi**, 2000, 13.

YAHŞİ Fahrettin, “Özel Finans Kurumlarında Mevzuat Serüveni”, **Active Bakıcılık ve Finans Dergisi**, 2001, 21.

YÜKSEL Berrin, “Hizmet Pazarlamasında İlişki Değişimi ve Değişimin Etkinliğini Arttırmada İlişki Pazarlamasının Rolü”, **Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 1997, 440.

TEZLER

AKCAN Ahmet, Özel Finans Kurumlarının Türk Finans Sektöründeki Konumu ve Geleceği, Malatya, 1997, **(Doktora Tezi)**

AVCI Pınar, 2008 Küresel Krizinin Türk Bankacılık Sektöründeki Finansal Oranlara Etkisi, Edirne 2012, **(Yüksek Lisans Tezi)**

GÜÇTEKİN Murat, Özel Finans Kurumu Organizasyonu, Sorunları ve Önerileri, Gebze, 1997, **(Yüksek Lisans Tezi)**

POLATKAN Raşit Bora, İslam Bankacılığı ve Türkiye’de Özel Finans Kurumları, Çanakkale, 1998, **(Yüksek Lisans Tezi)**

SUIÇMEZ Selvi, Özel Finans Kurumları ve Türkiye Uygulaması, İstanbul, 2002, **(Yüksek Lisans Tezi)**

İNTERNET KAYNAKLARI

www.albaraka.com.tr. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

www.anadolufinans.com.tr. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/13744_bsr_311214.xls. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/12707_bsr_311213.xls. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/11551_bsr_311212.xls. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/10560_bsr_301211.xls. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/8965b_sr_311210.xls. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Gunluk_Raporlar/7434B_SR_311209.xls. (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

http://www.isbank.com.tr/reuters-haberdetay.asp?Document_Header=nPAM837635 . (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

www.tbb-bes.org.tr (Erişim tarihi:05 Eylül 2014).

EKLER**EK-1: Anket**

Saygıdeğer katılımcı;

Buradaki sorulara kimsenin etkisinde kalmadan samimiyetle vereceğiniz cevaplar, bilimsel gerçeklerin ortaya çıkmasına destek olacaktır. Bu veriler sadece bilimsel amaçlı bir araştırma için kullanılacaktır. Anket formu üzerine adınızı yazmayınız. Değerli görüşlerinizi bizimle paylaşmak suretiyle araştırmamıza yapmış olduğunuz önemli katkıya ve ilginize teşekkür ederim. Kemalettin BULUT

1-Cinsiyetiniz () Erkek () Kadın

2-Yaşınız () 25 altı () 25-30 () 31-40 () 40 üst

3-Medeni Durumunuz () Bekâr () Evli () Diğer

4-Eğitim Durumunuz () İlkokul () Ortaokul () Lise () Üniversite

() Yüksek Lisans () Doktora

5-Aylık Geliriniz () 1000 TL altında () 1000-2000 TL

() 2001-3000 TL () 3000 TL Üstü

6- Mesleğiniz () Serbest meslek () Özel sektör

() Devlet memuru () Çalışmıyor

() Diğer

	Saygıdeğer katılımcı; Buradaki sorulara kimsenin etkisinde kalmadan samimiyetle vereceğiniz cevaplar, bilimsel gerçeklerin ortaya çıkmasına destek olacaktır. Bu veriler sadece bilimsel amaçlı bir araştırma için kullanılacaktır. Anket formu üzerine adınızı yazmayınız. Değerli görüşlerinizi bizimle paylaşmak suretiyle araştırmamıza yapmış olduğunuz önemli katkıya ve ilginize teşekkür ederim.	KESİNLİKLE KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	KARARSIZIM	KATILYORUM	KESİNLİKLE KATILYORUM
1	Bankamın katılım ya da mevduat bankası olması tercihim etkiler.					
2	Bankamın kamu ya da devlet bankası olması tercihim etkiler.					
3	Bankamın yerli ya da yabancı sermayeli olması tercihim etkiler.					
4	Bankamın finansal gücü tercihim etkiler.					
5	Bankamla çalışan müşteri kitlesi tercihim etkiler.					
6	Bankamın verdiği hizmetler için aldığı masraflar tercihim etkiler.					
7	Bankamın şube sayısı tercihim etkiler.					
8	Bankamın ATM ağı tercihim etkiler.					
9	Bankamın yaptığı kampanyalar tercihim etkiler.					
10	Bankamın verdiği kredi limitleri tercihim etkiler.					
11	Bankamın verdiği kredi kartı limiti tercihim etkiler.					
12	Bankamın verdiği faiz oranı ya da katılım oranı tercihim etkiler.					
13	Bankamın yaptığı sponsorluklar tercihim etkiler.					
14	Bankamın yaptığı sosyal sorumluluk projeleri tercihim etkiler.					
15	Bankamın geleceğe dönük yatırımları tercihim etkiler.					
16	Bankam isteklerime yeterince karşılık verir.					
17	Bankamın verdiği hizmetten memnunum.					
18	Bankam müşteri memnuniyetimi düzenli olarak anketlerle ölçer.					
19	Bankamı yalnızca güvendiğim kişiye/kuruma tavsiye ederim.					
20	Bankamı bir başka kişiye/kuruma tavsiye ederim.					

EK-2: Soruların Güvenilirlik Analizi**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,884	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
s1	68,3486	152,018	,254	,887
s2	68,2484	148,848	,375	,883
s3	68,2109	146,447	,443	,881
s4	67,7411	146,100	,532	,878
s5	68,2860	147,510	,420	,881
s6	67,3486	146,960	,513	,878
s7	67,9186	145,523	,514	,878
s8	67,5574	145,143	,610	,876
s9	67,9624	143,618	,614	,875
s10	68,0647	142,094	,629	,874
s11	68,1962	143,141	,591	,876
s12	67,7349	144,040	,566	,876
s13	68,6326	146,563	,444	,881
s14	68,2422	143,878	,574	,876
s15	68,1336	143,752	,603	,875
s16	68,1754	148,421	,480	,879
s17	68,1754	149,279	,481	,879
s18	69,0731	151,168	,306	,885
s19	68,3257	147,320	,483	,879
s20	68,2296	147,006	,509	,878

