



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim dalı Muhasebe-Finans Yüksek Lisans Programı

KATILIM (İSLAMİ) BANKALARI VE TİCARİ BANKALARDA MÜŞTERİ TERCİHLERİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Orxan NADIROV

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2018

KATILIM (İSLAMİ) BANKALARI VE TİCARİ BANKALARDA MÜŞTERİ
TERCİHLERİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Orxan NADIROV

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

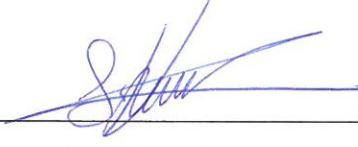
İşletme Anabilim dalı Muhasebe-Finans Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2018

KABUL VE ONAY

Orxan NADİROV tarafından hazırlanan "Katılım (İslami) Bankaları Ve Ticari Bankalarda Müşteri Tercihleri: Türkiye Üzerine Bir Araştırma" başlıklı bu çalışma, 11.06.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Semra Karacaer (Başkan)



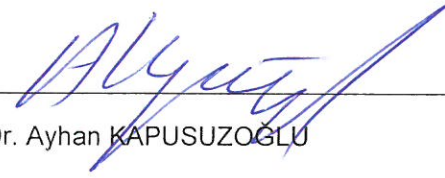
Prof. Dr. Mehmet Baha KARAN



Doç. Dr. Selin Metin CAMGÖZ (Danışman)



Doç. Dr. Göknur BÜYÜKKARA



Doç. Dr. Ayhan KAPUSUZUOĞLU

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Musa Yaşar SAĞLAM

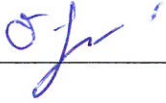
Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☒ Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

11.06.2018



Orxan NADIROV

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

- **Tezimin/Raporumun tamamı dünya çapında erişime açılabilir ve bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir.**

(Bu seçenekle teziniz arama motorlarında indekslenebilecek, daha sonra tezinizin erişim statüsünün değiştirilmesini talep etmeniz ve kütüphane bu talebinizi yerine getirirse bile, teziniz arama motorlarının önbelleklerinde kalmaya devam edebilecektir)

- **Tezimin/Raporumuntarihine kadar erişime açılmasını ve fotokopi alınmasını (İç Kapak, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) istemiyorum.**

(Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir, kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisi alınabilir)

- **Tezimin/Raporumun 02.07.2021 tarihine kadar erişime açılmasını istemiyorum ancak kaynak gösterilmek şartıyla bir kısmı veya tamamının fotokopisinin alınmasını onaylıyorum.**

- **Serbest Seçenek/Yazarın Seçimi**

02/07/2018


Orxan NADIROV

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında zgn olduğunu, Tez Danışmanının **Doç. Dr. Selin Metin Camgöz** danışmanlığında tarafımdan retilindiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.


Orxan NADIROV

ÖZET

NADIROV, Orxan. Katılım (İslami) Bankaları ve Ticari Bankalarda Müşteri Tercihleri: Türkiye Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2018

1970’lerde petrol krizi ve petrol fiyatlarında kesin artıştan dolayı petrol zengini olan İslam ülkelerinde fonlarının bankacılık sistemlere yatırılması gereksinimi duyulmuştur. Bankacılık sistemine faizin haram olması nedeniyle fonlarını yatıramayan Müslüman hane halkın sermayeleri elinde atıl vaziyette kalmıştır. Bunun sonucu olarak katılım bankacılık sektörü önemi artarak hızla tanınmış ve gelişmiştir. Bu çalışmada, Türkiye’deki banka müşterilerinin katılım bankacılığının tercih etme sebepleri, katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında bilgi düzeylerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Öte yandan, katılım ve ticari bankacılığı kullanan müşterilerin dini yönelim ve finansal okuryazarlık puanları karşılaştırılmıştır. Katılım bankacılığı etkileneceğini düşünülen değişkenlerden (dini yönelim, finansal okuryazarlık, katılım bankacılığı hakkında bilgi sahibi olma, yaş, cinsiyet, medeni durum) bir model oluşturulmuş ve bu modelin katılım bankacılığı kullanabilme tahmin gücü ölçülmüştür.

Çalışmanın örneklemini toplam 207 banka müşterisinden (79’u katılım bankacılığı ve 128’i ticari bankacılığı müşterisi) oluşturmaktadır. Yapılan analizlere göre; “Dini Nedenler”, “Faiz Kavramından Tamamıyla Uzak Kurumlar Olmaları”, “Personelin Yakın İlgisi” katılım bankacılığını en fazla tercih etme sebepleri olarak bildirilmiştir. Bağımsızlık örneklem t testi ile katılım bankacılığı müşterileri ile ticari banka müşterilerinin dini yönelim açısından farklılaştıkları; ancak finansal okuryazarlık açısından farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Oluşturulan lojistik regresyon modeline göre dini yönelim, katılım bankacılığı hakkında bilgi sahibi olma ve cinsiyetin (erkek olmanın) katılım bankacılığını kullanmayı olumlu yönde, finansal okuryazarlığı ise olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, yaş ve medeni durumun katılım bankacılığı kullanımı üzerinde anlamlı bir etkisine rastlanmamıştır.

Anahtar sözcükler

Katılım Bankacılık, Finansal Okuryazarlık, Dini Yönelim, Demografik Özellikler, Katılım Banka Tercih Sebepleri.

ABSTRACT

NADIROV, Orxan. Participation (Islamic) Banks and Commercial Bank Customers Preferences: A Research on Turkey, Master Thesis, Ankara, 2018

After the oil crisis and the sharp rise in the oil prices in 1970's, oil-rich Islamic countries felt a need to invest their funds into the banking systems. As the concept of interest is unlawful in Islam, the capitals of Muslim households remained idle. As a result, participation banking sector was born and developed rapidly with a widespread recognition. This study aims to explore the potential reasons behind the customers' preference of participation banking services and tries to identify the level of knowledge about the products and services of participation banking. The study also investigates the differences in terms of levels of religious orientation and financial literacy scores between the customers of participation and commercial banking services. A logistic model is derived from the variables (religious orientation, financial literacy, level of knowledge about participation banking, age, gender, marital status) in predicting the odds of using participation banking.

The sample of this study is composed of 207 banking service customers (79 participation banking users and 128 commercial). The findings of this research reveal that "religious reasons", "these institutions being far away from the concept of interest" and "close attention of staff to customers" are ranked as the top among the reasons for the preference of choosing participation banking. Independent sample t-test indicate that while customers of participation and commercial banking differ significantly in religious orientation, they are similar in financial literacy. According to the logistics regression model, religious orientation, knowledge about participation banking and gender (being a male) are reported to have a significant positive effect while financial literacy has a negative effect on the use of participation banking. On the other hand, age and marital status have not been found to be significant in predicting the odds of using of participation banking.

Keywords

Participation Banking, Financial Literacy, The Religious Orientation, Demographic Variables.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM.....	ii
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	iii
ETİK BEYAN	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	x
TABLolar DİZİNİ.....	xi
ŞEKİLLER	xiv
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: KATILIM BANKACILIĞI TANIMI ve TARİHİ.....	4
1.1.KATILIM BANKACILIĞININ TANIMI	4
1.2.KATILIM BANKACILIĞI'ININ TARİHİ	7
1.3.KATILIM BANKACILIĞI'NIN ORTAYA ÇIKIŞ SEBEPLERİ.....	13
1.3.1. Dini Nedenler.....	14
1.3.2. Ekonomik Nedenler	15
1.3.3. Sosyal Nedenler	16
1.4.TÜRKİYE'DE KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİMİ	16
1.5.KATILIM BANKALARININ FAALİYETLERİ.....	18
1.5.1. Fon Toplama Faaliyetleri	18
1.5.2. Fon Kullandırma Yöntemleri.....	21

1.5.3. Katılım Bankalarının Diğer Faaliyetleri	32
2. BÖLÜM: ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİNE İLİŞKİN LİTERATÜR TARAMASI	33
2.1.KATILIM BANKACILIĞI TERCİH SEBEPLERİ İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR	33
2.2.FİNANSAL OKURYAZARLIKLA İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR.....	37
2.3.DİNİ YÖNELİMLE İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR.....	42
3. BÖLÜM: YÖNTEM	47
3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI.....	47
3.2.ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM SEÇİMİ VERİ TOPLAM YÖNTEMİ	47
3.3.ÇALIŞMADA KULLANILAN ÖLÇME ARAÇLARI	48
3.3.1. Katılım Bankacılık Tercih Sebebi Ölçeği:.....	48
3.3.2. Dini Yönelim Ölçeği:.....	48
3.3.3. Finansal Okuryazarlık Ölçeği:.....	49
3.4.DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ	49
3.5.GÜVENİLİRLİK ANALİZİ	51
3.6.ÖN VE TANIMLAYICI ANALİZLER	52
3.6.1. Katılım Ve Ticari Banka Müşterilerin Demografik Özellikleri.....	52
3.6.2. Tanımlayıcı Analizler	60
3.6.3. Korelasyon Analizleri	63
3.7.HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİNE DAİR VERİ ANALİZİ	66
3.7.1. Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Nedenleri	66
3.7.2. Katılım Bankacılığın İşleyişi ve Prensipleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma	73
3.7.3. Katılım ve Ticari Banka Kullanıcılarının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılması	74
3.7.4. Katılım Bankası ve Ticari Banka Müşterilerinin Dini Yönelim Açısından Karşılaştırılması	74
3.7.5. Araştırmanın Hipotezlerinin Test Edilmesine Yönelik İstatistiksel Analizler	75
SONUÇ.....	85

KAYNAKÇA.....	90
EK 1. ORİJİNALLIK RAPORU	102
EK 2. ETİK KURUL ONAY YAZISI	102
EK 3. ANKET FORMU.....	105
ÖZGEÇMİŞ.....	113



KISALTMALAR

TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
BDDK	: Bankacılık Devlet Denetleme Kurulu
B.K	: Bankacılık Kanunu
R.G	: Resmi Gazete
İ.İ.T	: İslam İşbirliği Teşkilatı
TKBB	: Türkiye Kalkınma Bankalar Birliği
FODER	: Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği
İMF	: Uluslararası Para Fonu
IDB	: İslam Kalkınma Bankası
BAE	: Birleşik Arap Emirlikleri

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1 Katılım Bankacılığın Zaman İçerisindeki Gelişimi	9
Tablo 2 İslam Kalkınma Bankası Üye Devlet Ülkeler.....	10
Tablo 3 Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği İndeks Değerleri.....	50
Tablo 4 Finansal Okuryazarlık Ölçeği için Cronbach Alfa Katsayısı.....	51
Tablo 5 Dini Yönelim Ölçeği için Cronbach Alfa Katsayısı	51
Tablo 6 Toplam Banka Müşterilerin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	52
Tablo 7 Katılım Banka Müşterilerine Göre Dağılımı	52
Tablo 8 Ticari Banka Müşterilerin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	52
Tablo 9 Toplam Banka Müşterilerin Yaş'a Göre Dağılımı	53
Tablo 10 Katılım Banka Müşterilerinin Yaşa Göre Dağılımı.....	53
Tablo 11 Ticari Banka Müşterilerinin Yaş'a Göre Dağılımı	53
Tablo 12 Toplam Banka Müşterilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı	54
Tablo 13 Katılım Bankası Müşterilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı	54
Tablo 14 Ticari Banka Müşterilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı	54
Tablo 15 Toplam Banka Müşterilerinin Dini Tercihlere Göre Dağılımı	54
Tablo 16 Toplam Banka Müşterilerinin Dini Vecibelerine Göre Dağılımı	55
Tablo 17 Katılım Banka Müşterilerinin Dini Vecibelerine Göre Dağılımı	55
Tablo 18 Ticari Banka Müşterilerinin Dini Vecibelerine Göre Dağılımı	55
Tablo 19 Toplam Banka Müşterilerinin Öğrenim Seviyesine Göre Dağılımı	55
Tablo 20 Katılım Banka Müşterilerinin Öğretim Seviyesine Göre Dağılımı	56
Tablo 21 Ticari Banka Müşterilerinin Öğretim Seviyesine Göre Dağılımı	56
Tablo 22 Toplam Banka Müşterilerinin İstihdam Türüne Göre Dağılımı	56
Tablo 23 Katılım Banka Müşterilerinin İstihdam Türüne Göre Dağılımı	56
Tablo 24 Ticari Banka Müşterilerinin İstihdam Türüne Göre Dağılımı	57
Tablo 25 Toplam Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Türlerine Göre Dağılımı.....	57
Tablo 26 Katılım Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Türlerine Göre Dağılımı	57
Tablo 27 Ticari Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Türlerine Göre Dağılımı.....	58
Tablo 28 Toplam Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Devamlılığına Göre Dağılımı	58
Tablo 29 Katılım Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Devamlılığına Göre Dağılımı	58
Tablo 30 Ticari Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Devamlılığına Göre Dağılımı	59

Tablo 31 Toplam Banka Müşterilerinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı	59
Tablo 32 Katılım Banka Müşterilerinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı.....	60
Tablo 33 Katılım Banka Müşterilerinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı.....	60
Tablo 34 Araştırmanın temel değişkenlerine ait tanımlayıcı veriler.....	61
Tablo 35 Toplam Katılımcılar için Temel Değişkenlerin Korelasyon Matris Tablosu ..	63
Tablo 36 Katılımcı Banka Müşterileri için Temel Değişkenlerin Korelasyon Matris Tablosu.....	64
Tablo 37 Ticari Banka Müşterileri için Temel Değişkenlerin Korelasyon Matris Tablosu.....	65
Tablo 38 Tüm Banka Müşterilerin Katılım Bankacılığının Tercih Sebepleri	67
Tablo 39 Ticari Banka Müşterilerinin Katılım Bankacılığını Tercih Sebepleri	68
Tablo 40 Katılım Banka Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Sebepleri	71
Tablo 41 Katılım Bankalarının Hizmet ve Ürün Hakkında Bilgi Sahibi Olma	73
Tablo 42 Katılım ve Ticari Banka Kullanıcılarının Finansal Okuryazarlık Düzeyine İlişkin T Testi Karşılaştırılmasını Gösteren Dağılım	74
Tablo 43 Katılım ve Ticari Banka Kullanıcılarının Dini Yönelim Açısına İlişkin T Testi Karşılaştırılmasını Gösteren Dağılım.....	75
Tablo 44 Hosmer ve Lemeshow Testi	76
Tablo 45 Lojistik Regresyon Model Özeti.....	76
Tablo 46 Lojistik Regresyon Sınıflandırma Tablosu	77
Tablo 47 Katılım Banka Kullanımını Tahminleyen Lojistik Regresyon Analizi Parametre Tahminleri.....	77
Tablo 48 Kadın Bireylerin Örnekleme göre Katılım Banka Kullanımı Durumu	79
Tablo 49 Hosmer ve Lemeshow Testi (Kadın Bireylerin).....	80
Tablo 50 Lojistik Regresyon Model Özeti.....	80
Tablo 51 Lojistik Regresyon Sınıflandırma Tablosu	80
Tablo 52 Denklemdaki Değişkenlerin Lojistik Regresyon Analizi Parametre Tahminleri.....	81
Tablo 53. 35 Yaş üstü grubu Üzerinde Katılım Banka Kullanımı Durumu.....	82
Tablo 54 Lojistik Regresyon Model Özeti.....	82
Tablo 55 Lojistik Regresyon Sınıflandırma Tablosu	83

Tablo 56 35 yaş üstü Bireylerin Katılım Bankası Kullanımını Tahminleyen Lojistik Regresyon Analizi Parametre Tahminleri	83
---	----



ŞEKİLLER

Şekil 1 Murabaha Anlaşması Akış Şeması	23
--	----



GİRİŞ

Yirmibirinci yüzyılda bankalar müşterilerine mevduat toplama, kredi kullandırma hizmetleri sunmakta, aynı zamanda hızlı, kaliteli ürün ve hizmet sunarak sektörün ve ekonominin gelişmesine katkı sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda, bankalar, en genel itibari ile çalışma sistemlerine göre ticari ve katılım bankaları olarak ikiye ayrılabilirler. Ticari bankalara kıyasla daha yakın bir geçmişe sahip olan katılım bankaları, sektör içinde ticari bankaların sunduğu benzer eylem ve ürün yelpazesi sunmakla birlikte esasen faizsiz faaliyetler yapmaktadırlar.

Katılım Bankacılığı 1970’lerde İslam ülkelerindeki petrol krizi ve petrol fiyatlarında kesin artıştan dolayı petrol zengini olan İslam ülkelerinde fonlarının faizsiz sistemlere yatırılması gereksinimi duyulmuştur. Bir diğer ifadeyle, bankacılık sistemi İslam ülkelerine de girmiş ancak faizin haram olması nedeniyle bu ülkelerde yeteri kadar gelişme gösterememiştir. Bundan ötürü batılı ülkelerde sermaye birikimi hızlı bir şekilde büyürken Müslüman ülkelerde halkın elindeki sermaye atıl vaziyette kalmıştır. Bunun sonucu olarak katılım bankacılık sektörü önemi artarak hızla gelişmiştir. Hatta bazı uluslararası faizli bankalar (örn. Citibank, HSBC) fonları kendi sistemlerine çekmek için katılım bankacılık hizmeti vermeye başlamışlardır.

Türkiye’de katılım bankacılık sistemi 1980’li yıllar itibariyle Özel Finans kurumları adı altında Bakanlar Kurulu kararıyla (16.12.1983 tarih 83/7506 sayılı kararname) kurulmaya başlanmış, 2005 yılında Bankacılık Kanunu’nda yapılan değişiklik ile Katılım Bankası şemsiyesi altında İslami finans ilkeleri doğrultusunda bankacılık hizmetleri veren kurumlar açılmaya başlanmıştır. Ülkemizde ilk kurulan özel finans kurumu 1985 yılında Albaraka Türk Finans Kurumu A.Ş. ve Faisal Finans Kurumu A.Ş.’dir. Daha sonra 1989 yılında Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş. kurulmuş, 1991 yılında Anadolu Finans, 1995 yılında ise İhlas Finans Kurumu A.Ş. kurulmuştur. Daha sonra 2016 yılı itibariyle faaliyete başlayan Ziraat Katılım ve Vakıf Katılım bankaları da sektöre girmiştir.

Alan yazınında katılım bankacılığı ile ilgili son 10 yıldır yürütülmekte olan çalışmalar genellikle iki konu üzerinde yoğunlaşmıştır. Bunlardan ilki, Katılım bankacılığı ve faaliyetlerine yönelik müşterilerin algıları üzerinedir. Bu çalışmalarda, özellikle Katılım bankacılığını kullananların müşteri memnuniyeti seviyeleri ölçümlenmeye çalışılmıştır (Bilir ve Özgen, 2010; Khattak ve Ur Rehman, 2010; Kaytancı vd., 2013). Diğer grup çalışmalar ise, Katılım bankacılığını tercih sebeplerini belirleme üzerinedir. Bu çalışmalarda katılım bankacılığını tercih etme bağlamında sıklıkla, ürün ve hizmet kalitesi, ürün çeşitliliği, dini motivasyon ve işlem maliyetlerinin düşüklüğü ele alınmıştır.

Gerçekleştirilen bu çalışmanın öncelikli amacı, ülkemizde Katılım bankacılığının tercih edilme sebeplerinin neler olduğunun belirlenmesi ve tercih sebeplerinin ticari banka müşterileri ile benzerlik ve farklılıklarına ışık tutmaktır. Araştırmanın bir diğer amacı ise katılım bankacılığı ve katılım banka ürünleri hakkında müşterilerin sahip olduğu bilgilerin değerlendirilmesidir. Üçüncü olarak, araştırmada katılım bankacılığı kullanan ve ticari bankacılığı kullanan müşterilerin dini yönelim ve finansal okuryazarlık puanlarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Son olarak da, katılım bankacılığı kullanımını etkileyeceği düşünülen bir model oluşturulmuş ve bu modelde demografik faktörler (cinsiyet, yaş, medeni durum), finansal okuryazarlık, katılım bankacılığı ürün bilgisi ve dini yönelim faktörlerinin etkisi ve gücü araştırılmıştır.

Yukarıda sıralanan amaçlar kapsamında, Bölüm 1’de katılım bankacılık kavramının tanımı, ortaya çıkış sebepleri ve Türkiye’deki gelişimine dair bilgilere yer verilmiştir. Takip eden bölümde, katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerine dair detaylı tanım ve açıklamalar yapılmıştır. Ardından, araştırmanın temel değişkenleri olan finansal okuryazarlık ve dini yönelim kavramlarına ilişkin teorik incelemeler yapılmıştır ve konu ile ilgili akademik çalışmalara yer verilmiştir.

Bölüm 3’de ise ülkemizde faaliyet gösteren banka müşterilerine uygulanan anket yöntemiyle katılım bankacılık ürün ve hizmetler, katılım bankacılık tercih sebepleri, verilerin finansal okuryazarlık ve dini yönelim üzerinde etkisini ölçmek amacıyla

istatistiksel analizler yorumlanmıştır. Son bölümde ise araştırmanın sonuçları tartışılmış ve genel değerlendirmeler ışığında gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.



1. BÖLÜM: KATILIM BANKACILIĞI TANIMI VE TARİHİ

1.1. KATILIM BANKACILIĞININ TANIMI

Katılım bankacılığı, parayı mutlaka bir iktisadi faaliyette değerlendirerek ticari kazanç elde edilmesi esasına dayanan ve bu ticari kazançtan elde edilen geliri de ortağı olduğu katılım hesabı sahipleri ile paylaşan bir ticari faaliyet modelidir (TKBB, 2011).

Katılım bankacılığı, faizsiz kazanç doğrultusunda her türlü bankacılık faaliyetlerini yürüten, kâr ve zarara ortak katılımı baz alarak fon toplayan, finansal kiralama ve ticari ortaklık metotları ile fon kullandırılarak çalışan yeni bir bankacılık çalışma sistemidir (TKBB, 2011). Bir başka ifadeyle, bu sistem temel yapısı ile parasal işlemlerde mal ve hizmet hareketlerinin birbirine ilişkilendirildiği, her parasal hareketin mutlaka hizmet veya mala karşılık olarak oluştuğu, elde edilen gelirin de kâr veya zarar ortaklığı çerçevesinde paylaştırıldığı bir bankacılık sistemidir (Özsoy, 2012).

Katılım bankaları, alternatif finansman çözümleri sunarak finans sektöründe faaliyet gösteren, bankacılık hizmetlerini gerçekleştiren ve sektörü de finanse eden kuruluşlardır. Bankacılık hizmetlerini gerçekleştirerek aynı zamanda da ortaklarından (cari hesap sahipleri) kâr/zarar ortaklığı ile toplanan fonları, faizsiz finansman çerçevesi içerisinde reel sektöre aktararak, ortaya çıkan kar veya zararı tasarruf sahipleri ile paylaşmaktadırlar (Özulucan ve Deran, 2009).

Bu sisteme ait ürünlerin özellikle 1970’li yıllar itibariyle pek çok ülkede kullanıldığı düşünülmektedir. Önceleri, Orta Doğu ve Güneydoğu Asya Ülkeleri’nde başlayan kullanım, günümüzde Almanya, ABD, İngiltere başta olmak üzere pek çok sayıda ülkede kullanılmaktadır. Bu sistem diğer klasik bankacılık modellerinin kullandığı ürün ve hizmetleri sunmakta, ancak bunları İslami kurallar çerçevesinde kalmak şartıyla gerçekleştirmektedir. Bu işlemler fon temini, ödeme, döviz işlemleri, varlık dağılımı, risk yönetimi, riskten korunma gibi çeşitli hizmet ve ürünlerden oluşmaktadır. Risk paylaşımı, kâr/zarar ortaklığı gibi ürünlerle geleneksel bankacılık işlemlerinin yanı sıra Sukuk, Dow Jones İslamic Market ve Global İslamic Index Series gibi çeşitli finansal yenilikleri de geliştirmişlerdir. 1970’li yıllarla birlikte gelişmeye başlayan sistem

2000’li yıllara gelindiğinde uluslararası finansal sistemle entegre yolunda ilerlemeler kaydetmiş, farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek enstrümanları geliştirerek günümüzde alternatif alanlarda hizmetler vermeye başlamıştır (Tekbaş, 2013).

İslam Kalkınma Bankası, 1975 yılında Cidde’de katılım bankacılık sektöründe dünyada ilk kuruluş olarak tarihe geçmiştir. Türkiye’nin de kurucu üye olarak yer aldığı bu kuruluş klasik batı banka modellerini kendisine örnek seçmiş, İslam İşbirliği Teşkilatı üye ülkelerinin de kalkınma programlarını destekleyen prensipler doğrultusunda çalışmaktadır (Ece, 2011).

Katılım bankacılık prensibi ile yola çıkan ve katılım bankacılığı şeklinde teşekkül eden bu yeni model bankacılık, sektöre yeni bir soluk getirme suretiyle ortaklık ve kar payı gibi riskleri paylaşmış ve diğer bir yönü ile de ekonomiye bir dinamizm kazandırmıştır. Başka bir yönü ile ise fonlama yaparak küçük ve orta büyüklükteki ekonomiyi pozitif yönde tetikleyerek ve çeşitlilik arz eden işletmeleri ortaya çıkarmak suretiyle yapılan yatırımlardan marjinal getiri sağlanmasına, diğer sektörler için de bir kaynak oluşturarak istihdam yaratmakta ve yüksek gelir elde edilmesini sağlamaktadır (Ece, 2011).

Katılım bankaları (faizsiz bankalar) klasik bankalardan farklı bir işleyiş esasına dayanmakta, fon toplama, yatırım ve finansman metotları ile diğer bankalardan ayrılmaktadır. Bu yeni model, bankacılık ve işlemlerinde faize kesinlikle yer vermemesi nedeniyle farkını ortaya koymaktadır. Katılım bankalarının esas aldığı ve onları diğer faiz temeli üzerine kurulu bankalardan ayıran belli başlı esasları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Bu tür katılım bankalarının işlemleri İslam kuralları çerçevesinde yürütülmektedir.
- Katılım bankaları parayı bir mübadele aracı ve değer ölçütü olarak görmektedir.
- Diğer bankalardan farklı olarak faiz yerine kâr/zarar ortaklığı prensibini kabul etmektedir.
- Üretimi desteklemekle kâr elde etme amacı taşımaktadır.
- Ekonomik kalkınmayı sosyal kalkınmaya bağlı kılmaktadırlar (Özsoy, 2011).

Faizsizlik prensibi üzerine çalışan finans kurumlarının üzerinde müşterilere verdiği hizmetlerde bir sınırlılık olduğu ön yargısı mevcuttur. Aslında bu tür bankalar geleneksel bankacılık hizmetlerinde olmayan İslami ilkelere ters düşmeyen ürünleri sunmakla farklı bir hizmet sahasında faaliyet göstermekte ve farklı müşteri tiplerinin ihtiyaçları doğrultusunda katılım bankacılık ilkelerine uygun ürünleri çeşitlendirerek hizmetin boyutlarını genişletmektedir. Farklı bankacılık düzenlemeleri, kurumlar arasındaki farklılıklar gibi nedenlerle katılım bankacılık yapan kurumların sunduğu hizmetlerde ülkeden ülkeye değişiklik gösterse de, bazı ortak ürün ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Bu ürün ve hizmetler de aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- a) Faize bağlı olmaksızın ödünç ve kredi verme,
- b) Kredi mektubu,
- c) Peşin döviz alım ve satımı,
- d) Altın külçe alım ve satımı,
- e) Garantiler,
- f) Faizsiz önceden belirlenmiş bir ticari kazanç çerçevesinde, garanti karşılığı finansman bonoları şeklinde kısa vadeli kaynak sağlama,
- g) Belli bir komisyon karşılığında menkul kıymetleri toplama ve değerlendirme hizmetleri,
- h) Tüm menkul kıymetlerin faizsiz olmaları şartıyla alım ve satımı,
- i) Belirli amaçlar doğrultusunda özel fonlar kurma ve bunların yönetimi,
- j) Mudaraba esasına göre finansman sağlama,
- k) Müşaraka esasına göre kaynak imkânı oluşturma,
- l) Azalan katılım esaslarına göre finansman sunma,
- m) Özel yatırım hesapları hizmetleri, bankalarla beraber direk yatırım,
- n) Finansal kiralama hizmetleri,
- o) Gayrimenkul alım-satım işleri,
- p) Finansla acente hizmetleri,
- q) Murabaha, üçüncü şahıslar için evvelce kararlaştırılmış kâr payı esasına göre alım ve satım işleri,
- r) Açıkları kapatmak maksadıyla özel fon oluşturma,

- s) Projelerin fizibilite çalışmaları için finansal, ekonomik, teknik, yönetim ve pazarlama danışmanlığı hizmetleri sunma,
- t) Faizsizlik ilkesine dayanan mortgage kredileri,
- u) İslam esaslarına göre uygun portföy yönetimi ve yatırım fonları,
- v) Bunlara ek olarak katılım bankaları proje geliştirme ve bu projelere kaynak oluşturma, risk sermayesi prensibine göre finansörlüğünü üstlenme ve yine İslam esasları baz alınarak ulusal ve uluslararası piyasalara finansman desteği verme gibi alanlarda da hizmet vermektedir (<http://www.tkbb.org.tr>).

1.2. KATILIM BANKACILIĞI'NIN TARİHİ

Katılım bankacılık, “Katılım Bankacılığı”, “Faizsiz Bankacılık” ya da “İslami Bankacılık” şeklinde isimlendirilmektedir. Bu söylemin tarihte ilk olarak M.Ö. 2000’li yıllarda Babil hükümdarı Hammurabi’ye kadar uzandığı söylenebilir. Ünlü Hammurabi Kanunları olarak adlandırılan 282 maddelik yazıtlar incelendiğinde katılım bankacılığın izlerine rastlanmaktadır (<http://www.constitution.org>).

Bazı kaynaklara göre Fırat Nehri kıyısında M.Ö. 600’lü yıllarda İsrail’den kovularak gelen Murashu ismindeki Yahudi ailelerinin faizsiz kredi verdiği kayıtlara geçilmiştir. Yine M.S. 1100’lü yıllarda Hristiyan hacıları korumak için kurulan Temple Mezhebi Avrupa’da faizsiz fon sağladığı kaydedilmiştir. Bu mezhep kendisine ve mensuplarına yapılan bağış sonrasında hatırı sayılır servet ve nüfuz elde etmiş, elde edilen bu gelirle Avrupa’da çok sayıda şube oluşturulup askeri ve ticari amaçlar doğrultusunda faizsiz kredi sağlandığı bilinmektedir. Batı Avrupa’da ise 18. yüzyılda reformların getirdiği ağır faizlerden korunmak için faizsiz finans kurumları olarak bilinen ve yaygınlaşan “Dostluk Cemiyetleri (Friendly societies)” oluşturulmuştur. İngiltere’de bu kuruluşların sayısı 7000’i aşmıştır. Bu cemiyetlerin izine hala günümüzde rastlamak mümkündür (Akın, 1986). Ancak bu gelişmeler katılım bankacılık faaliyetlerinden çok yardım amaçlı oluşturulduğundan bu günkü manada katılım bankacılığı şeklinde doğru yorumlanamamaktadır.

İslam dünyasında bankacılık hizmetleri ilk olarak Abbasiler 750-1258’li yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde kazanılan savaşlar ve müsadere gibi siyasi olaylar

sonucu devlet hazinesinde ciddi bir ganimet ve servet birikimi meydana gelmiş, bu paraların sosyal ve ekonomik hayata katkı yapması için çalışmalar yapılmıştır. Ancak İslam dünyasında faiz içerikli bir bankacılık söz konusu olmadığından bu tür faizsiz kredi işlerinin devlet tarafından büyük bir titizlikle takip edilmekte olduğu kaydedilmektedir (Yusuf, 1971).

Faizsiz kredi uygulaması Osmanlı Devlet’inde ilk olarak para vakıfları olarak bilinen “Vakf-ı Nukûd” veya “Evkâf-ı Nukûd” kurumları ile hayata geçirilmiştir. Bu vakıflarda amaç hayır işleri için toplanan fonlar Murabaha ve Mudarebe gibi yöntemlerle değerlendirilmiş, buradan elde edilen gelir (rıbh) vakfın hayır işlerinde kullanılmıştır. Murabaha yöntemi ile piyasa fiyatlarını göz önünde tutularak yıllık %10-15 arası kâr sınırlaması uygulaması ile ekonomiye uzun vadede istikrar sağlayacak kaynaklar oluşturulmuştur (Döndüren, 2008).

1945 yılından sonra İslam ekonomisi başlığı altında, İslami bankacılık sistematüğini oluşturmak üzere kafa yoran Müslüman Hintli aydınlar İslam’ın faiz hususlarındaki sınırlarını aşmadan nasıl bir banka modeli oluşturulması konusunda düşünmeye başlamışlar ve bu alanda çalışmalar yapmışlardır (Polat, 2009).

Dünya, İslami Finans kurumlarını 1960’lı yıllarda tanımaya başladığı sırada Mısır’da Ahmed en-Naccar tarafından 1963 yılında kurulan Katılım Bankacılığı bu sektörde ilk banka olma özelliğini kazanmıştır. Yine aynı dönemlerde meydana gelen özellikle Hindistan’da Müslüman yaşadığı yerlerde rastlanan “Kooperatif Bankacılık” adı ile ortaya çıkan faaliyetlerde mevcuttur (Karakaş, 2002).

1970 yılında, İslam Devletleri Dışişleri Bakanları Cidde’de bir toplantı yapmıştır. Daha sonra İslam Kalkınma Bankası (IDB) 7 Aralık 1973’te kurulmuştur. Banka İslam İşbirliği Teşkilatı (eski ismi İslam Konferansı Örgütü)’na üye 7 ülke tarafından kurulmuştur. İslam ülkeleri arasında ekonomi ve sosyal olarak geri kalmış ülkelerin kalkınmasına yardım amacıyla teşkilatlanmıştır. Tablo 1’de Katılım Bankacılığının zaman içerisindeki gelişimini anlatan süreç sunulmaktadır.

Tablo 1 Katılım Bankacılığın Zaman İçerisindeki Gelişimi

ZAMAN DİLİMİ	GELİŞMELER
1950-1960	Yaşanan çeşitli sosyo-politik olaylar sonrasında Müslüman ekonomistler katılım bankacılık olanaklarını gündeme getirmiştir.
1960-1970	Katılım bankacılık sisteminde kullanılacak kar paylaşımlı uygulama türleri tanımlanmıştır. Banka türü kurum uygulamaları başlamıştır. İslami finans kapsamında ticaret-temelli uygulama türleri geliştirildi.
1970-1980	İlk İslami ticaret bankası olan Dubai İslam Bankası (Dubai Islamic Bank - DIB) kuruldu. İlk İslami ticaret çok-terafli kalkınma finans kurumu olan İslam Kalkınma Bankası (Islamic Development Bank - IDB) Cidde’de kuruldu. Pakistan tüm finansal sistemini İslami prensiplere uygun hale getireceğini açıkladı. Yeni İslami finans uygulamaları geliştirildi.
1980-1990	İslami bankacılık sektörü 100 milyar doları aşan bir varlık değeri ile çok hızlı bir gelişmeye sahne oldu. İran ve Sudan, tüm finansal sistemlerini İslami prensiplere uygun hale getireceklerini açıkladılar. İslami yatırım fonları oluşturulmaya başlandı. HSBC, Citibank gibi büyük uluslararası bankaların da dâhil olduğu geleneksel bankalar İslami ürün ve hizmetleri sunmaya başladılar. İslami finans çerçevesinde yeni ürün uygulamaları devam etmiştir. İslami finans üzerine akademik araştırmalar yapılamaya başlandı. Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund –IMF) ve Dünya Bankası (The World Bank) sürece dâhil oldu.
1990-2000	İslami yatırım fonları müthiş bir gelişme gösterdi. Down Jones İslami endeksler yayınlamaya başladı. Mevcut İslami bankalar büyüdü ve yenileri kuruldu. Varlık-temelli İslami finans ürünleri geliştirildi. İslami ikincil piyasalar oluşturuldu. Birçok destek kuruluşu açıldı. İslami finans kurumları için muhasebe standartları oluşturuldu.
2000-Günümüze	İslami finans sisteminin gelişmesi devam etti. 75 ülkede 550 İslami finans kurumunda 1,3 trilyon dolarlık rezerv oluştu. Muhasebe, denetim ve kontrol mekanizmaları önem kazandı. İslami Finansal Hizmetler Kurulu (Islamic Financial Services Board-IFSB) kuruldu. İlk İslami dereceleme ajansı kuruldu. İslami uygulamalar yoluyla kamu sektörü kaynak hareketleri önem kazandı.

Kaynak: Çürük (2013)

İslam Kalkınma Bankasının 56 üyesi bulunmaktadır. Tablo 2’de İslam Kalkınma Bankası’na üye olan devletler yer almaktadır.

Tablo 2 İslam Kalkınma Bankası Üye Devlet Ülkeler

• <i>Suudi Arabistan</i> • <i>Kuveyt</i> • <i>Libya</i> • <i>İran</i> • <i>Mısır</i> • <i>Umman</i> • <i>Mozambik</i> • <i>Türkiye</i> • <i>Sierra Leone</i> • <i>Lübnan</i> • <i>Mali</i> • <i>Brunei</i> • <i>Endonezya</i> • <i>Komoros</i> • <i>Malezya</i> • <i>Fildişi Sahilleri</i> • <i>Nijerya</i> • <i>Tacikistan</i> • <i>Filistin</i>	• <i>İran</i> • <i>Ürdün</i> • <i>Sudan</i> • <i>Tunus</i> • <i>Gabon</i> • <i>Maldivler</i> • <i>Benin</i> • <i>Irak</i> • <i>Birleşik Arap Emirlikleri (BAE)</i> • <i>Somali</i> • <i>Surinam</i> • <i>Azerbaycan</i> • <i>Kamerun</i> • <i>Uganda</i> • <i>Bangladeş</i> • <i>Katar</i> • <i>Türkmenistan</i> • <i>Cibuti</i>	• <i>Bahreyn</i> • <i>Suriye</i> • <i>Gine-Bissau</i> • <i>Kazakistan</i> • <i>Kırgızistan</i> • <i>Afganistan</i> • <i>Maldivler</i> • <i>Moritanya</i> • <i>Senegal</i> • <i>Pakistan</i> • <i>Gine</i> • <i>Cezayir</i> • <i>Togo</i> • <i>Çad</i> • <i>Gambiya</i> • <i>Arnavutluk</i> • <i>Nijer</i> • <i>Yemen</i> • <i>Özbekistan</i>
---	---	--

Kaynak: İslam Kalkınma Bankası Websitesi (<http://www.isdb.org>)

Tablo 2’de görüleceği gibi, Katılım bankacılık sisteminde Ortadoğu ve Uzakdoğu ülkeleri en geniş kapsamlı olarak sistemi uyguladığı görülmektedir. Faizsiz sistemin %100 olarak uygulandığı ülkenin ise İran ve Sudan olduğu Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) ve İMF verilerinden anlaşılmaktadır.

Merkezi Suudi Arabistan'da bulunan Dünya İslam Bankaları Birliği, kurucusu Prens Muhammed Al Faisal liderliğinde ticari bankacılık standartlarını ve faizsiz katılımcılık sistemini karşılıklı olarak birbirine kombine etmek ve iki sistem arasında dil birliği sağlamak için faaliyetler göstermektedir (Erdoğan, 2011).

Malezya-Kuala Lumpur; %10'un üzerinde bir piyasaya sahip olan ülke ticari bankacılığının her türlü ürünün alternatif ürününü geliştirmektedir. Yenilikçi bir özelliğe sahip olması nedeniyle her yeni faizsiz işlemde ve üründe ilk sırayı almaktadır.

Bahreyn; Katılım bankalarının faizsiz işlemlerinin en çok kullanıldığı ülke konumundadır. Kurumsal banka ağırlıklı merkezi bir konuma sahiptir.

Londra; Yatırım ve yeni pencereler alanında ticari ve katılım banka geçişlerinde köprü konumunda olan bir merkezdir.

Suudi Arabistan; faizli meselelerde Suudi din alimlerinin kesin görüşleri olduğu için Suudi Arabistan'da faizli işlemlere kesinlikle müsaade edilmemektedir. Ancak bankalar yaptıkları işlem karşılığında ücret alabilmektedir. Faizli meseleler idari mahkemelere yargı konusu olmaktadır. Ancak bu mahkemeler finansal ve ticari konularda faize izin veren kararlar alamamaktadırlar. Mısır katılım bankacılığında merkez üs olmasına karşın bunu Suudi Kraliyet ailesinin ve önemli iş adamlarının desteği ile kazandığını söylemek yerinde bir tespit olacaktır. Suudi Hükümeti İslam Kalkınma Bankası'nın Cidde'de 1975 yılında kurulmasına da öncülük etmiştir. Dar Al- Maal Al İslamı Group, Al Rajhi Bankacılık ve Yatırım Şirketi ve Dallah Al Baraka Group katılım bankacılık alanında en büyük ve etkili olan özel finansal kurumlardır (Türkmenoğlu, 2007).

İran ve Pakistan; bu iki ülkedeki durum diğer ülkelere göre biraz daha farklılık göstermektedir. İran 1980 yılında gerçekleşen devrimle bankaların faizli olarak faaliyet göstermelerinin durdurulacağını ilan etmiş, 30 Ağustos 1980 tarihinde İran meclisi katılım bankacılık sistemine geçiş ile ilgili tasarıyı görüşerek 1 Eylül 1983 yılında yürürlüğe koymuştur. İran anayasasının 4. Maddesi bütün yasal düzenlemelerin dini esaslara göre dayandırılmasını düzenlemektedir. İran Parlamentosu 1983 yılında

çıkardığı yasa ile her türlü faizli işleme dayalı bankacılık faaliyetlerini yasak etmiştir. Böylelikle İran'da katılım bankacılık mecburi olarak kullanılmaya başlanmıştır (Öztop, 2006).

Pakistan; Pakistan Anayasası bütün faizli ödeme ve tahsilleri ile ilgili işlemlerin dini esaslara aykırı olamayacağı yönünde olduğu için, 1981 yılında Pakistan'daki ticari bankalar tasarruf sahibi müşterilerine faizli mevduat hesaplarının yerine katılım bankacılık prensipleri doğrultusunda yeni hesaplar oluşturmuştur (Öztop, 2006). Ülkede bankacılık işlemleri faize dayalı borçların yerine sermaye yatırımlarına katılma senetleri, faizin yerine bankalar işlem ücreti tahsil etmeye başlamıştır. İşlem ücretlerinin miktarları faizli bankacılık işlemlerindeki faiz miktarları seviyesine yükseltilmiştir.

Sudan; bu ülke Katılım bankacılık sistemi için faaliyet izni veren ilk ülkelerden bir tanesidir. 1977 yılında ilk katılım banka Sudan Faysal İslam Bankası'dır. Daha sonra 1981 yılında Tadamon İslam Bankası kurulmuştur. Bankanın 20 milyon Sudan Lirası olan sermayesinin %70'lik payı yerli kalan kısmı ise yabancı sermayeler tarafından oluşturulmuştur (Uçar, 2001). Bu gün ise Sudan finansal sistemi %100 oranında katılım bankacılık sistemi üzerinden faaliyet göstermektedir.

İslam İşbirliği Teşkilatı (İ.İ.T.)'ye bağlı olan İslam Kalkınma Bankası ve İslam Bankaları Birliği faaliyetlerine başlamasıyla birlikte katılım bankacılığında iki tür yol izlenmeye başlamıştır. Birinci yol, dininin temel değerleri ile örtüşen bir toplum modeli oluştururken aynı zamanda da İslami ekonomik sistem içerisinde mali sistem ve bankacılık sektörünün yeniden dizayn edilmesidir. Bu modeli uygulayan ülkelerin başında İran, Pakistan gelmektedir. Kısmen Sudan'ın bu modeli uygulamaya çalıştığı görülmektedir. İkinci bir yol ise, küresel dünya piyasasına hâkim olan liberal ekonomi piyasası içerisine İslami finans kuruluşlarının dâhil edilmesi ve bunun sonucu rekabet ortamının oluşturulmasını içeren bir yöntem olarak kullanıldığı görülmektedir. İran, Pakistan ve Sudan dışında kalan diğer ülkeler de bu modeli uygulamaya koymuşlardır.

Katılım bankacılığı dünya genelinde hızlı bir şubeleşme süreci içerisinde. Özellikle Orta Doğu ve Güney Asya ülkelerinde İslami finansal aracı kurum faaliyet

göstermektedir. Bunların dışında Güney Afrika Cumhuriyeti devletleri, ABD, İngiltere ve Avrupa ülkeleri bu sistemin kullanılmasına izin vermişlerdir. Bu gün birçok ülkede klasik bankalarla katılım bankalar yan yana bulunmaktadır. Hatta dünyanın önde gelen bankaları geleneksel bankacılık yanında katılım bankacılık pencereleri açarak Müslüman kesimin ilgisini çekmeye muhafazakâr müşteri potansiyelini portföyüne katmaya çalışmaktadır. İngiltere’de yaklaşık üç milyon Müslüman nüfus olması nedeniyle İslami Finansal kurumlar açısından önemli işlem hacmi oluşturacak bir potansiyele sahiptir. Dünya çapında bankacılık sektöründe önde gelen bankalardan Citibank ve BNP gibi bankalar geleneksel bankacılık sisteminin yanında katılım bankacılığı faaliyetlerine de yer vermektedirler. Batı Avrupa ve Japonya’da katılım bankacılığı sisteminde faaliyet gösteren bankalar bulunmakta ve aynı zamanda küresel bankacılık işlemlerini gerçekleştirmektedir (Al-Jarhi, 2005).

1.3. KATILIM BANKACILIĞI’NIN ORTAYA ÇIKIŞ SEBEPLERİ

Birçok iktisadi ve sosyal kurum ve kuruluşlar toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkmaktadır. Katılım Bankacılık sistemi toplumsal ihtiyaçlar sebebiyle geliştirilmiş bir sistemdir. Dinin iktisadi faaliyetler üzerinde ısrarla durduğu konuların birisi faiz meselesidir. İslam dininde faizle borç veren kişi ya da kurum veya kuruluşlar borçlunun hakkına girmekte ve haksız kazanç sağlamaktadırlar. Borçlu anaparadan hariç olarak daha fazlasını ödemek durumunda kalmaktadır. Bu da dininin adalet sıfatıyla bağdaşmamaktadır.

Müslüman toplumların faiz hassasiyeti nedeni ile atıl durumda kalan sermayenin ekonomiye kazandırılması, insanlık hizmetine sunulması düşüncesi ekonomik aktörleri harekete geçirmiştir. Atıl kalan bu kaynakların insanlığın hizmetine sunulması, bir katma değer oluşturulması, ekonomiye bir hareket katması Katılım Bankacılığının ortaya çıkmasına zemin oluşturmuştur (Eskici, 2007).

İslami Bankacılık terimi, “İslami” kavramlardan rahatsızlık duyan taraf ve kesimlerin, kuruluşun amacından saptırılmaması için ve tüm insanlığın bu olumlu gelişmeden istifade edebilmesi için sistemin adını faizsiz bankacılık (interest-free banking) veya

ülkemizde olduğu gibi, katılım bankacılığı (participation banking) şeklinde kullanılmaktadır (Özsoy, 2011).

Dünyada az gelişmiş ülkeler küresel ticaretten daha fazla yararlanma ve pay almak için kalkınmanın önünde engel teşkil eden sermaye yetersizliğine kaynak sağlamak adına çözüm yolları geliştirmektedirler. Söz konusu bu ülkeler ellerindeki bu sermayenin Avrupa ve Amerika gibi ülkelere kaçmaması, kendi ülkelerinde değerlendirilmesi ve diğer Müslüman ülkelerin kalkınmalarında kullanılması için katılım bankacılık sistemini geliştirme ihtiyacı duymuşlardır.

Türkiye’de ise Ortadoğu ülkelerinin Petro-Dolarlarının ve Türkiye’de faizin haram olduğu inancını taşıyan insanların kayıt dışında bekleyen fonlarının kayıt altına alınarak ülke kalkınmasında kullanımını sağlamak amacıyla 1980’li yıllarda katılım bankacılık sistemi ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2011). Takip eden kısımda katılım bankacılığının ortaya çıkış sebepleri dini, ekonomik ve sosyal nedenler başlıkları altında verilecektir.

1.3.1. Dini Nedenler

Katılım bankacılığının ortaya çıkmasındaki nedenlerden en önemlisi İslam dininde faizin her türlüşünün yasak edilmesidir. Faizin toplum üzerinde büyük bir olumsuzluk oluşturduğu, ekonomik olarak haksız kazanç sağladığı ve bununla birlikte birçok toplumsal problemlerin ortaya çıkmasına zemin hazırladığı gerçeği toplumların birçok kesimi tarafından kabul görmektedir.

Arabistan bölgesinde İslam öncesi faizcilik yaygındı. Genellikle yoksul kesim hayatlarını devam ettirmek ve bir takım ihtiyaçlarını karşılamak için faizli olarak ödünç para almaktaydılar. Bu bireyler borçlarını gününde de ödeyemedikleri için borçlar katlanarak büyümekte, çoğunlukla da faiz anaparayı geçmekte, borçlu olan kişiler bu kez de katlanan borcu kapatmak için her şeyini feda etmek durumunda kalmaktaydılar. Bu durum toplumda ciddi ekonomik çöküntülere neden olmakta, insanların hayatını karartmakta ve sosyal bunalımlara felaketlere yol açmaktaydı. İslamiyet’in kabulü ile birlikte her türlü faizli işlemler yasaklanmıştır (Eskici, 2007).

1.3.2. Ekonomik Nedenler

Arap ülkeleri özellikle 1970’li yıllarda petrol kaynaklarından elde edilen gelirleri değerlendirmek, ekonomiye kazandırmak ve kalkınmada kullanmak için sistem arayışı içine girmişlerdir. Bu yeni arayış katılım bankacılık sisteminin ortaya çıkışına zemin hazırlayan ekonomik sebeplerin başında gelmektedir. 1970’li yıllarda petrol ülkelerinin, özellikle petrol fiyatlarının artışı ile ihraç ettikleri petrolden sağladığı çok büyük oranlarda sermaye birikimi ortaya çıkmıştır. Oluşan bu sermaye petro-dolar olarak nitelendirilen tasarruf şeklinde batı ülkelerine kaymaya başlamıştır. Yaşanan bu olumsuz gelişmeler İslam ülkelerinde fark edilmeye başlanmış ve bunun önüne geçmek amacıyla sistem arayışları başlamıştır. Önemli petrol yataklarına sahip ülkelerin yanında yeterince petrol kaynağı olmayan, ancak yeterli düzeyde doğal kaynağa ve insan gücüne sahip olan ülkeler sermaye yoksulluğu nedeniyle bu kaynakları ekonomisine kazandıramamışlardır. Dolayısıyla iki taraf arasında, bir tarafın sermayesi, diğer tarafın ise doğal kaynak ve insan gücünü birleştirilmesi fikri ile işbirliği yapılması yönünde görüşler ortaya çıkmıştır. İşte tam bu noktada, sermaye fazlalığı olan Müslüman ülkeleri ile sermaye açığı bulunan diğer İslam ülkeleri arasında oluşturulacak işbirliğinin her iki taraf içinde müspet sonuçlar doğuracağı fikri de bu bankaların kurulmalarında önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır (Özkan, 2012). Dolayısıyla, Katılım Bankacılığının ortaya çıkmasının en önemli ekonomik nedeninin bu işbirlikleri olduğu söylenmektedir (Eskici, 2007).

Kurulan katılım bankacılığı anlayışı ile bu ülkeler faizsiz işlem usullerine göre faaliyet gösterecek finansal yapı kuruluşlarını meydana getirmeye başlamışlardır. Bu finansal kurumların oluşturulması ile Müslüman ülkeleri atıl durumda olan sermayeyi ülke ekonomilerine entegre etmeye başlamış ve Müslüman ülkeleri arasında ticari faaliyetlerin gelişmesini sağlamışlardır. Böylece ekonomi dışında atıl kalan ya da verimsiz alanlara yönlendirilen tasarruflar bu kurumlar vasıtasıyla ekonomiye dâhil edilerek ticari bir hareketlilik sağlanmıştır.

Katılım bankacılığı, kredinin müşteriye nakit olarak verilmemesini, fon denetiminin kolay olmasını ve takip edilmesini sağlarken fonların amaçları dışında kullanılmasını

önlemektedir. Bu da bu kuruluşların ekonomiye direkt olarak katkı yapmasını sağlamaktadır (Özkan, 2012).

1.3.3. Sosyal Nedenler

Toplumlarda kişilerin sahip oldukları imkânlar nispetinde farklı değerlerde ekonomik tabakalar meydana gelmektedir. Toplumlardaki barış ve huzurun inşa edilmesi ve sürdürülmesinin yolu bu oluşan tabakalar arasındaki iletişimin sürdürülmesi, ilişkilerin kurulması ve bu tabakalar arasındaki ekonomik farkların en alt seviyelere çekilmesinden geçmektedir. Katılım bankacılığı, sermayenin reel ekonomi etrafında toplanmasına imkân vermekte, bunun sonucu olarak istihdam alanları oluşturmakta ve üretim faaliyetlerine kaynak oluşturmaktadır. Günümüz tüketim sistemleri üzerine kurulmak istenen bir yaşamsal döngü içerisindeyken bu bankacılık sisteminin üretim alanına teşvik etmesi önemli bir noktadır. Katılım bankacılığı sistemi ile gelir dağılımının dengeli bir hale dönüştürülmesi amaçlanmıştır (Erdoğan, 2011). Toplumsal barışın sağlanmasının yolu tam da buradan geçmektedir (Eskici, 2007).

Katılım bankalarının toplumda düzen sağlayıcı bir rol üstlendiğini de dininin yasakladığı konular dışında fon kullandırarak yaptığı görülmektedir (Özkan, 2012). Müslüman ülkelerinde katılım bankacılık sisteminin hayata geçirilmeye başlanmasında politik nedenlerin de etkili olduğu görülmektedir. Devlet yönetiminin dini esaslar üzerine oluşturulduğu *İran, Pakistan ve Suudi Arabistan* gibi ülkelerde petrol gelirinden sermayelerini artıran ve hatırı sayılır bir birikime sahip olan sarrafları kontrol etme amacıyla da Katılım bankacılığın kurulmasının desteklendiği görülmektedir.

1.4. TÜRKİYE'DE KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİMİ

Dünyadaki örnekleri göz önüne alındığında katılım bankacılığının Türkiye'de geç başladığı söylenebilmektedir. Ancak ortaya çıkış sebepleri açısından diğer dünya ülkeleri ile aynı nedenlere dayanmaktadır. Ekonomik ve sosyal sebepler penceresinden bakıldığında ise gelişmekte olan bazı Arap ve Ortadoğu ülkelerinden finansman kaynaklarının ülkeye girişinin sağlanması ve faiz duyarlılığı olan kesimin elindeki atıl varlıkların ekonomiye dâhil edilmesinin amaçlandığı gözlenmektedir.

Türkiye’de İslami Finans koşulları içerisinde 1980’li yıllar itibariyle Özel Finans kurumları adı altında Bakanlar Kurulu kararıyla (16.12.1983 tarih 83/7506 sayılı kararname) kurulmaya başlanmış, 2005 yılında Bankacılık Kanunu’nda yapılan değişiklik ile Katılım Bankası şemsiyesi altında İslami finans ilkeleri doğrultusunda bankacılık hizmetleri veren kurumlar açılmaya başlanmıştır. Ülkemizde ilk kurulan özel finans kurumu 1985 yılında Albaraka Türk Finans Kurumu A.Ş. ve Faisal Finans Kurumu A.Ş.’dir. Bu kuruluşlar İslami finans ilkelerine göre bankacılık hizmeti vermektedir. Daha sonra 1989 yılında Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş. kurulmuş, 1991 yılında Anadolu Finans, 1995 yılında ise İhlas Finans Kurumu A.Ş. kurulmuştur. 2001 yılında yaşanan kriz sonrası bu kurumlardan İhlas Finans Kurumu iflas etmiş ve kapatılmıştır. Daha sonra bu kurumlardan Faisal Finans, Ülker grubu tarafından devir alınmış, Family Finans adı altında varlığını devam ettirerek 2005 yılında Anadolu Finans ile birleşmiştir. Bu gün halen Türkiye Finans Bankası olarak yoluna devam etmektedir (Tekbaş, 2013).

Türkiye’de katılım bankacılığı için en kritik dönem, ekonomik kriz koşullarının en ağır yaşandığı 2000-2001 yılları olmuştur. Diğer bütün piyasa oyuncularının da çok yakından hissettiği 2001 krizi Katılım bankacılığını olumsuz yönde etkilemiştir. 2005 yılının sonunda yürürlüğe konulan Bankacılık yasası İslami finans kuruluşlarına yaptıkları işe uygun olan banka statüsü ve unvanını kazandırarak, bu sistemin Türkiye’de hızlı bir şekilde büyümesini sağlamıştır.

Türkiye’de de dünya piyasalarına paralel şekilde katılım bankacılık sistemi gelişim göstermektedir. 2005 yılından 2012’ye kadar faaliyet gösteren dört finans kuruluşunun toplam varlıkları yıllık ortalama olarak %32 oranında büyüme göstermiştir. Bu dönemde geleneksel bankacılık sektörünün büyüme oranı ise %19 olarak gerçekleşmiştir.

Katılım bankacılığı, sermaye piyasasına da girerek İslami finans ilkelerine uygun olarak müşterilerin hisse senedi ve yatırım fonu ihtiyaçlarını karşılar duruma gelmiştir. Bunun yanı sıra son yıllarda hızlı bir gelişim gösteren bireysel emeklilik konusunda da katılım bankalarının birçoğu bireysel emeklilik şirketi kurarak müşterilerine bireysel emeklilik sistemi (BES) konusunda hizmet vermektedir. Türkiye’de hâlihazırda Albaraka Türk,

Kuveyt Türk, Türkiye Finans ve 2016 yılında faaliyete başlayan Ziraat Katılım ve Vakıf Katılım olmak üzere beş katılım bankası faaliyet gösterirken, 2017 yılsonu itibarıyla toplam 975 şubede yaklaşık 14 bin kişi istihdam edilmektedir.

1.5. KATILIM BANKALARININ FAALİYETLERİ

Katılım bankalarının diğer finans kurumları ve bankalardan ayıran temel özelliği faizsiz çalışma prensibine dayalı olarak finansal faaliyetleri gerçekleştirmesidir. Bu önemli ayırt edici faaliyet sebebiyle diğer ticari bankaların yaptıkları işlemlerin yapılmamasına veya bazı işlemlerin daha da önem kazanmasına neden olmuştur.

Katılım bankacılık prensibi ile hizmet veren katılım bankaları faiz içermeyen diğer bütün bankacılık faaliyetlerini de sunmaktadır. Çek karnesi verme, çek ve senetlerin tahsile alınması, teminat mektubu verme, ihracat akreditiflerinin ihbar ve teyit edilmesi, döviz alım satım işleri, havale, fatura ödemesi vb. gibi bankacılık işlemlerini örnek göstermek mümkündür. Aşağıda katılım bankacılık faaliyetleri alt başlıklar halinde detaylı olarak yer verilmiştir.

1.5.1. Fon Toplama Faaliyetleri

Öz kaynaklar ve yabancı kaynaklar, Katılım Bankaları'nın kaynaklarını oluşturmaktadır. Bunlardan öz kaynaklar; işletme faaliyetleri sonucu oluşan fon ve işletme sahipleri tarafından sermaye olarak verilen değerler toplamıdır. Katılım Bankaları'nın asıl kaynakları yabancı kaynaklardan meydana gelmektedir. Katılım bankaları da diğer geleneksel bankalar gibi fon toplamakta ve bu fonları kullandırmaktadır. Ancak bu fonların toplanması ve kullanılması faizli işlemlere tabi tutulmamaktadır. Cari hesap ve katılma hesapları ile toplanan fonlar, Katılım Bankaları'nın yabancı kaynaklarını meydana getirmektedir.

1.5.1.1. Özel Cari Hesaplar

Geleneksel bankalarda bunun karşılığı olan hesap türü vadesiz mevduat hesaplarıdır. Özel Cari Hesaplar; 1 Kasım 2005 tarih ve 25983 M. sayılı R.G.'de yayınlanan 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun Tanımlar ve Kısaltmalar başlıklı 3. maddesinde:

“Katılım Bankalarında açılabilen ve istenildiğinde kısmen veya tamamen her an geri çekilebilme özelliği taşıyan ve karşılığında hesap sahibine herhangi bir getiri ödenmeyen fonların oluşturduğu hesapları ifade eder.” şeklinde tanımlanmıştır.

Yabancı veya TL cinsinden herhangi bir kişi veya tüzel kişilik adına Özel Cari Hesap Cüzdanı karşılığında oluşturulan hesaplar her zaman geri çekilebilme imkânı veren bir sistem üzerine çalıştırılır.

“Özel cari hesap, hesap sahibinin kendi işlemlerinin hızlı ve ücretsiz olarak yapılmasını sağlarken, katılım bankalarının da müşteri edinmek ve maliyeti çok düşük olan fon kaynağından yararlanabilmesine olanak vermektedir” (Özkan, 2012).

Bu hesaplar, müşterinin parasını istediği gibi çekip yatırabileceği, kar payı ödemesi olmayan bazen de verilen bu hizmet karşılığında ücrete tabii olan hesap türüdür. Genelde bu tür hesaplarda sunulan hizmet karşılığında herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Bu tür mevduat hesapları çoğunlukla paranın güvenliği amacı ile oluşturulmaktadır (Özgür, 2007). Hesap sahipleri dilediği zaman ihtiyaç anında elinin altında kullanıma hazır bir paranın tutulması için oluşturulan hesaplar olarak öne çıkmaktadır (Takan, 2002). Küçük tasarrufların değerlendirilmesine olanak sağlamakta olan bu sistem, milli ekonomi adına da artı değer etkisi yaratmaktadır. Geleneksel bankacılık sisteminde açılan vadesiz mevduat hesaplarına muadil olarak geliştirilen özel cari hesapları birbirlerinden ayıran temel fark, faiz sistemi ile çalışan bankalarda çok az miktarda da olsa vadesiz mevduat hesaplarına bir faiz ödenirken, katılım bankacılığı sisteminde her ne şekilde olursa olsun herhangi bir ücret ödenmemektedir (Pekcan, 2006).

1.5.1.2.Katılım Hesapları

Katılım hesapları; piyasa şartları çerçevesinde belirlenen kâr oranı ile belli zamanlar içerisinde kullanılması şartıyla, kâr ve zarara ortak olma sözleşmesiyle katılım bankalarına yatırıldığı hesaplardır. Kâr-zarar ortaklığı çerçevesinde faaliyet gösteren hesaplar olduğu için tasarrufunu faizsiz bir bankada katılım hesabında değerlendiren kişinin elde edeceği kâr oranı önceden bilinmemektedir (Kaçmaz, 2009).

5411 sayılı Bankacılık Kanunu bu hesapların tanımını şu yapmıştır:

“Katılım bankalarına yatırılan fonların bu kurumlarca kullanılmasından doğacak kar veya zarara katılma sonucunu veren, karşılığında hesap sahibine önceden belirlenmiş herhangi bir getiri ödenmeyen ve anaparanın aynen geri ödenmesi garanti edilmeyen fonların oluşturduğu hesaplardır”.

Tasarruf sahipleri, hesaplara yatırdığı paranın miktarı ve vadesine göre bankanın kâr veya zarardan payını almaktadır. Mudaraba akdine uygun olarak (iş ortaklığı) bu hesaplar açılmaktadır (Gökalp ve Güngör, 1993). Bu hesapların diğer mevduat hesaplarından farkı, tasarruf sahiplerinin banka ile arasında borç-alacak ilişkisi olmamakta, kâr-zarar ortaklığı söz konusu olmasıdır. Bu sebeple mevduat hesaplarından farklı olduğu kabul edilmektedir. Kâr ve zarara katılma akdi ile tasarruf sahipleri elindeki fonu katılım bankalarına yatırarak katılma hesaplarını oluşturmaktadır. Fonların kullanılmasından doğacak kâr veya zarara ortak olmak bu hesabın temel özelliğini oluşturmaktadır. Kâr ve zarara katılma akdine göre daha önceden belirlenmiş herhangi bir sabit getirisi olmadığı gibi, yatırılan anaparanın nominal değerinin geri ödenmesi yönünde de garanti verilmemektedir (Özulucan ve Özdemir, 2010).

Katılım bankalarına yatırılan paralar, başka kişi ya da kuruluşlara çeşitli projelerde değerlendirilmek üzere tahsis edilirken önceden belirlenen oranlara göre kâr ve vade uygulanmaktadır. Bu finansmanı sağlayan katılım bankaları elde edilen kârı %80'ini tasarruf sahiplerine dağıtırken geri kalan %20'lik kısmı da kendi almaktadır. Genel olarak katılma hesaplarında bu oranlar kullanılmakta ise de bazen bankadan bankaya farklılık gösterebilmektedir. Tasarruf sahiplerinin katılım bankalarında elde edeceği kâr

veya zarar belli olmamaktadır. Oysa faizli sistemde çalışan tasarruf sahibinin daha önceden belirlenen faiz tutarını vade sonu anapara ile birlikte hesabına yatırılmaktadır.

1.5.2. Fon Kullandırma Yöntemleri

Katılım bankaları, atıl bir vaziyette kimseye bir yararı olmayan birikimleri özel cari hesap ve katılma hesapları adı altında tasarruf sahiplerinden toplayarak bu fonların farklı kuruluş aracılığıyla; bunu bazen ortaklık yolu ile bazen malın satışı veya kiraya verilmesi şeklinde kullandırmak suretiyle ekonomiye kazandırmakta aynı zamanda da tasarruf sahiplerine bir gelir kapısı açmaktadır. Bu kâr payı adı altında dağıtmaktadır. Bu fonların bankalar aracılığıyla reel sektöre aktarılmasının önemi bankalar kadar toplum içinde oldukça büyüktür. Tabi bu fonlar gelişi güzel değil ilgili mevzuatlar çerçevesinde kullandırılmakta ve kullanılabilir. Bankacılık Kanunu'nun 48. maddesine göre:

“Bankalarca verilen nakdi krediler ile teminat mektupları, kefaletler, ciro, kabul gibi gayri nakdi krediler ve bu niteliğe haiz taahhütler, satın alınan tahvil ve benzeri sermaye piyasası araçları, tevdiatta bulunmak suretiyle ya da herhangi bir şekil ve surette verilen ödünçler, varlıkların vadeli satışından doğan alacaklar, vadesi geçmiş nakdi krediler, tahakkuk etmekle birlikte tahsil edilmemiş faizler, gayri nakdi kredilerin nakde tahvil olan bedelleri, ters repo işlemlerinden alacaklar, vadeli işlem ve opsiyon sözleşmeleri ile benzeri diğer sözleşmeler nedeniyle üstlenilen riskler, ortaklık payları ve kurulca kredi olarak kabul edilen işlemler, izlendikleri hesaba bakılmaksızın bu kanun uygulamasında kredi sayılır. Birinci fıkrada belirtilenlere ilâve olarak, kalkınma ve yatırım bankalarının finansal kiralama yöntemiyle sağladığı finansmanlar ile katılım bankalarının taşınır ve taşınmaz mal ve hizmet bedellerinin ödenmesi suretiyle veya kâr ve zarar ortaklığı yatırımları, taşınmaz, ekipman veya emtia temini veya finansal kiralama, mal karşılığı vesaikin finansmanı, ortak yatırımlar veya benzer yöntemlerle sağladıkları finansmanlar da bu Kanun uygulamasında kredi sayılır.”(Bankacılık Kanunu Resmi Gazete: 5411 19.10.2005).

BDDK tarafından 1 Kasım 2006 tarihinde çıkarılan yönetmelik 19. maddeye göre fon toplama yöntemleri katılım bankalarında şu şekilde sınıflandırılmıştır:

- Kurumsal Finansman Desteği,
- Bireysel Finansman Desteği,
- Kâr – Zarar Ortaklığı Yatırımı,
- Finansal Kiralama,
- Ortak Yatırımlar.

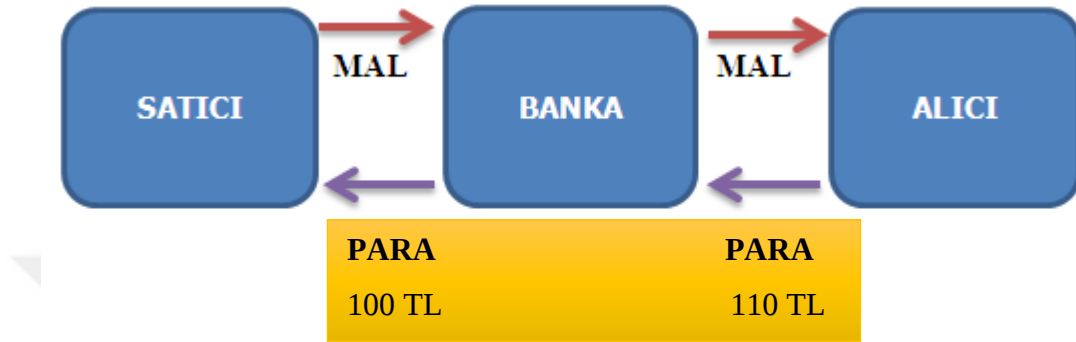
Kurumsal ve bireysel finansman desteği yöntemlerinin özel finans kurumlarında üretim desteği olarak bilinen murabaha yöntemine karşılık gelmektedir. Katılım bankacılığı modelinde ortak yatırımlar; kâr-zarar ortaklığı yatırımı, mal karşılığı vesaikin finansmanı ve finansal kiralama yöntemlerini içine almaktadır (Özkan, 2012).

1.5.2.1.Murabaha

Kavram olarak r-b-h kökünden türetilmiş “artma, çoğalma” anlamına gelmekte olan murabaha “karlı satış” manasına gelmektedir. Murabaha, kişinin elindeki malın maliyet fiyatını karşı tarafa ya da alıcıya söylemek suretiyle muayyen bir kâr artışı yapılarak satılmasıdır. Katılım bankalarının kullandığı en yaygın para kazanma yöntemi murabaha işlemidir. Genelde peşin olarak alınan malın vadeli kârlı satışı ile gerçekleştirilmektedir. Vadeli satış işlemlerinde müşteri, malın maliyetini tam olarak öğrenebilme imkânına sahip değildir. Yani bankanın bu maliyeti bildirme zorunluluğu yoktur. Ancak müşteri bankayı vekâleten temsil ederek malın satıcıdan alınmasına aracılık etmektedir. Burada mal ile ilgili evraklar müşteri adına düzenlenebilir, bunun dini yönden sakıncası yoktur. Zira bu evrakların müşteri adına tanzim edilme şartı İslam hukukunda aranmamaktadır (Aktepe, 2012).

Katılım bankalarında bu işlem, fon ihtiyacı olan işletmelerin (kredi müşterisi) ihtiyacı olan her türlü gayrimenkul, hizmet bedeli veya emtianın banka tarafından işletme adına satıcıdan alınmasıyla işletmenin bankaya borçlandırılması şeklinde murabaha işlemi yapılmaktadır (Eken, 2005). Banka müşterisi, murabaha yöntemi ile aldığı malın fiyatını, satıcıya parayı ödeyen katılım bankasına ne kadar kâr payı vereceğini bilmektedir.

Murabaha akdi, İslam hukukunda temel olarak güven esasına dayanmaktadır. Bu gibi sözleşmelerde alıcı, satıcının beyanına güvenmek durumunda ve buna göre bir akit yapılmaktadır. Müşteriye en küçük bir şüpheli durumları bile açıklamak gerekmektedir. Murabaha anlaşması'nın akış şemasını Şekil 1'de yer verilmiştir.



Şekil 1 Murabaha Anlaşması Akış Şeması

Kaynak: <https://www.deloitte.com>

Murabaha işlemi klasik bankalardaki faizli kredilerin yerine geçmekte ise de İslami kurallara göre geliştirilmiş murabaha işlemi arasında önemli ayrımların olduğu görülmektedir. Bu farkları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Yılmaz, 2010);

a) Faizli kredi işlemlerinde iki taraf murabaha sisteminde üç taraf vardır. Faizli kredilerde banka ile müşteri karşılıklı olarak bir araya gelmektedir. Diğer tarafta satıcı, banka ve alıcıdan (müşteri) oluşan üç taraf vardır. İşlem bu üçlü arasında gerçekleşmektedir. Banka, müşterisinin ihtiyacı olan bir malı 100 TL satın alacak ve müşterisi olan alıcıya bir yıllığına 110 TL den satmak üzere anlaşarak işlem gerçekleştirilmektedir. Burada olay üç taraf arasında gerçekleştirilmektedir.

b) Kredi ödünç para verme işlemi iken, murabaha gerçek bir finansman faaliyeti şeklinde yapılmaktadır. Kredi bir miktar paranın belirli bir süre zarfında karşılığında faiz alındığı işlemin adıdır. Murabaha ise bir ticaret işidir. Alış veriş karşılığında oluşmaktadır. Bir mal alım satımı yapılmaksızın murabaha veya finansman işlemi gerçekleşmiş olmaz. Murabaha bankanın malın alış fiyatına ek olarak vade farkı

ya da kâr payı uygulamasıdır. Murabaha, malın alım satım işlemleri tamamlanmasıyla gerçekleşmiştir. Sonraki işlemler karşılıklı olarak mutabık kalınan mal bedelinin müşterinden belirlenen vadede geri alınmasıdır. Kredi borç para verme (ikrazat) olayıdır. Borç para verilerek finansman gerçekleşmez, finansmanda ilk adım atılmış olur. Finansmanın tamamlanması borç alan müşterinin aldığı para ile işletmenin ihtiyacı olan malı veya hizmeti satın almasıyla sağlanır.

c) Kredi getirisi faiz, murabahanın getirisi ise kâr payıdır. Faiz bir miktar paranın belirli vade ile kullandırılması sonucu finansöre ödenen bedeldir. Kâr payı ise alış-veriştan kaynaklanan gelir veya vade farkıdır. Alıcı belirli bir süreden evvel ona sahip olmakta ve onunla gelir getirici faaliyetler yapabilme imkânı karşısında razı olarak paranın sahibine para vermeyi kabul etmekte, paranın sahibi de sahip olduğu malın bedelini belirli bir süre sonrasında almaya razı olmasıyla vade farkı almaya hak kazanmaktadır.

d) Murabahanın riski krediden daha az olmaktadır. Murabahada müşteri aldığı finansman kaynağını başka bir yerde veya başka amaçla kullanma imkânına sahip değildir. Her şeyi banka alıp satmaktadır. Satıcıya parası ödenir, müşterinin para eline geçmemektedir. Müşteri de sağlanan finansman sonucunda para değil mal sahibi olmaktadır. İşlem sonucunda yapılan işin bir vesikası olmak zorundadır, fatura vs. gibi. Ancak kredide para doğrudan müşteriye verilir. Burada konut ve taşıt kredileri hariçtir. Ancak bunun bile istisnası olduğu bilinmektedir. Bazen müşteriye para nakit olarak verilmektedir.

e) Bankalar krediyi müşteriye işletmede olan ihtiyaca yönelik olarak kullandırmaktadır. Müşteri aldığı krediyi her zaman amaca yönelik olarak değerlendiremeyebilmektedir. Müşterinin aldığı krediyi doğru yerde kullanması onun basiret ve dürüstlüğüne kalmaktadır. Veriliş amacı dışında kullanılan paranın geri dönmeme riskide çok yüksektir.

f) Murabaha daha rasyonel bir işlem olmaktadır. Yapılan finansman işletmenin ihtiyacına yönelik olarak sağlanır. Yani ihtiyaç ne kadarsa o kadar finansman

sağlanır. Fakat kredilerde alınan finansmanın ihtiyacı karşılamama olasılığı yüksektir. İhtiyaçtan fazla olabilmekte veya eksik de kalabilmektedir. Fazla alındığı ise fazladan faiz ödenmiş olmaktadır,

g) Müşteri takibi ve kredi takibi murabahada daha kolay olmaktadır. Nedeni, paranın nereye harcanacağını belli olmasıdır. Bunun yanında ödemelerin taksitler halinde geri dönüşümü finansal anlamda müşteriyi yakın takip imkânı sağlamaktadır. Müşteri de taksitlerini nakit durumuna göre ayarlamak ve ödemelerini ona göre gerçekleştirmek zorundadır. Bu da kredinin geri ödenebilme kabiliyetini artırmaktadır.

Çağdaş Murabaha; banka müşterisinin satın almak istediği bir malı bankaya aldırarak, bankanın da kendisine belirli bir miktar kâr karşılığı satmasıyla oluşan satın alma işidir. Bu alım-satım olayında üç taraf mevcuttur. Satıcı, banka ve müşteri arasında gerçekleşmektedir.

Müşteri veya özel işletmeler ihtiyacı olan ticari malları (yarı mamul, mamul madde, makine, teçhizat, vb.) peşin alma imkânı olmadığı durumlarda söz konusu malın satıcısından ön araştırma yaparak fiyat ve niteliklerinin belirlenmesi ile bankadan bu malı peşin satın alıp kendisine vadeli şekilde satması için müracaat eder. Banka müşterinin talebinin yerine getirilmesindeki prosedürleri ve hukuki uygunluğu denetledikten sonra, bu işe aracılık edeceğini müşteriye bildirir. Sonrasında hemen banka ile müşteri arasında bir ön anlaşma yapılmaktadır. Bu anlaşma maddeleri banka ile müşteri arasındaki yükümlülükleri ve malın maliyetinin hesaplanmasındaki dikkate alınacak hususların belirlenmesini içermektedir. Bu ön mutabakat sonrasında talep olunan mal bankanın bizzat yetkilisi veya vekili tarafınca satıcıdan malın bedeli peşin ödenmek suretiyle alınarak, müşteriye imzalanan mutabakat metnine göre vadeli olarak satılmasıyla oluşur. Satın alınan ya da ithal edilen mal ülke mevzuatları gereği sigorta ettirilir. Bu sayede satın alınan mal müşteriye ulaşıncaya kadar oluşabilecek herhangi bir çalınma, bozulma veya zarar görme durumlarında kurumun bu gibi durumlardan önemli bir kaybı olmamaktadır. Katılım bankaları bu yöntem sayesinde müşterisi ya da

ihtiyaç sahibi kişi veya işletmelere üçüncü kişilerle müşteri arasında aracılık yapmak suretiyle de üretime katkı sağladığı söylenebilir (Bayındır, 2005).

Bireysel finansman desteği, ise katılım bankaları bireysel müşterilerine ticari olmayan faaliyetlerde finansman desteği sağlanmasıdır. Bu uygulama bir çeşit murabaha yöntemidir. Müşterinin ihtiyaçlarının karşılanmasında (taşıt, konut, vb.) katılım bankası malın bedelini doğrudan satıcıya ödeyerek müşterisine de vadeli olarak tekrar satması şeklinde gerçekleşmektedir. Örneğin, konut finansmanında müşteri satın almak istediği gayrimenkulün banka tarafından alınmasını ve istenilen bir vade ve kâr payı ödemeyi kabul ederek kendisine satılmasını isteyebilir (Eskici, 2007).

Bu durum taşıt finansmanında geçerlidir. Gerçek kişiler veya tüzel kişiliğe sahip müşteri istedikleri bir taşıtın banka tarafından alınarak istenilen vade ve kâr payı ödemesi ile satın alınmasıyla gerçekleşen murabaha çeşididir. Bu murabaha yöntemi sadece konut ve taşıt gibi ihtiyaçlarla sınırlı olmamaktadır. Kişilerin diğer ihtiyaçlarının karşılanması için gerçek kişilere kullandırılan finansman destekleri mevcuttur. Piyasa şartlarının uygun olması koşuluyla bankanın diğer tüketim ihtiyacı olan malların peşin ödemek suretiyle müşterisine istenilen vade ve kâr payı ilavesi ile satılması şeklinde yapılmaktadır. Bu finansman desteği beyaz eşya, teknolojik ürün, eğitim, bireysel tüketime dayalı ihtiyaçlarda da sağlanmaktadır. Örneğin; evlenmek isteyen müşteri ev eşyasının finansmanını bankadan talep ettiği takdirde yapılacak alım satımın faturalarını ibraz etmek suretiyle banka tarafından finansman desteği alabilmektedir. Yine bu finansman desteği yukarıda bahsedilen vadeli ve kâr payı ilave edilerek müşteriye satılmasıyla gerçekleşmektedir.

1.5.2.2.Mudarabe

Kelime manası gitmek, uzaklaşmak, rızık için koşturmak anlamlarına gelen mudarebe Arapçada “durb” kökünden türemiştir. Bir tarafın sermayeyi katması diğer tarafın ise emeğini ortaya koymak suretiyle gerçekleştirilen sistemde ortaya çıkan kârın paylaşılması, zararı ise sermayeye çıkarmak koşuluyla yapılan ortaklık türüdür (Gül, 2005).

Başka bir ifade şekli ile mudarebe bir tarafın sermayeyi ödediği diğer tarafın da gereken işi yaptığı, ifa ettiği bir anlaşma türüdür. Banka (finansör) sermayeyi verir, işçi (amil) projeyi yapar. Bu akidde amile verilen paranın miktarının belirlenmesi ve bütün tarafların kâr paylarının üzerinde anlaşma sağlanması şarttır.

Yatırımın oluşması için nakdi sermaye ve entelektüel sermayenin bir araya gelmesi gerekmektedir. Ancak, toplumlarda bu iki bileşenin bir arada bulunduğu kesim çok az sayıdadır. Elinde yeterli sermaye birikimi mevcut kişiler aynı oranda bu sermayeyi işletebilecek bilgi ve beceriye sahip olmamaktadır. Ya da tam tersi şekilde de bilgi ve beceri sahibi kişilerin yeterli sermaye birikimlerinin olmadığı da karşılaşılan durumlar arasındadır. Bu sebeple birini tamamlayan müteşebbisler için, yatırım yapmasını sağlayacak bir sistem “Mudarebe Sistemi” emek-sermaye ortaklığı geliştirilmiştir.

Mudarabe, insanların ellerindeki pasif durumda olan sermayenin verimli alanlara yönlendirilerek aktif hale getirilmesi, işletilmesinin sağlanması ile ekonomiye katkıda bulunması, bunun yanı sıra hem tasarruf sahiplerinin hem de işletmecilerin kâr etmesini sağlayan bir sistem olarak katkıda bulunmaktadır (Gül, 2004).

Din’de mudarebe ortaklığı her çeşit vadeli finansmanı sağlamak için sıkça kullanılan bir metottur. Katılım bankaları mudarebe yönteminde projenin masraflarını kendi üstlenmektedir. Mudarebe yönteminde sermayedar (rabbu’l-mal) banka, fonu kullanan müşteri ise mudaribdir. Fon kullanan müşteri bu projede sadece emeğini ve ustalığını kullanmaktadır. Sermayedar yani banka yönetime karışmamaktadır (Özsoy, 2011).

Mudarebede akdin şartlarına göre işi yürütecek olan ortak, sermaye sahibinin yani bankanın vekili hükmündedir. Şirketin sermayesi bu ortağın elinde emanettir. Herhangi bir kusur olmaksızın sermayenin zayi olması durumunda geri ödeme yapmamaktadır. Yapılan proje sonucu elde edilen kâr önceden belirlenmiş olan hisseye göre taksimat yapılır. Kurulan akidde herhangi bir hüküm kurulmamışsa işi yürüten ticaretin gerektirdiği şekilde tasarruf sahibidir. Anlaşma sırasında bir kural konmuşsa bu şartlar doğrultusunda ticaret yapılır. Mudarebe yönteminde yetenekli ve başarılı

müşebbislerin istifade edebileceği bir sistemdir. Yetenekli müşebbisler güvenilirliklerini kanıtlamaları halinde Katılım bankalarından fon kullanabilirler.

Mudarebe usulü ile akit yapılırken sözleşme maddelerinde kâr ne şekilde dağıtılacak kayıt altına alınmalıdır. Burada rakam yerine oran belirlenmelidir. Banka fon kullandıracağı müşterisine, akdi yaptığı sırada talep edeceği kâr oranını bildirmek zorundadır. Bu kâr oranı talep edilen fon miktarı veya vadesine göre değişkenlik gösterebilmektedir.

1.5.2.3.Müşareke

Kavramsal olarak birinin diğerine ortak olması, iki veya daha fazla taraflar arasında kurulacak sermaye ortaklığı anlamlarına da gelmektedir. Arapçada şe-re-ke kökünden türemiştir. Müdarebede olduğu gibi burada da iki taraf bulunmaktadır. Müdarebe usulünde ortaklardan biri sermaye diğeri emek koymaktadır. Ancak müşareke usulünde ortaklar hem sermaye hem de emeği birleştirebilmektedirler. Ortaklar önceden anlaştıkları gibi kârı paylaşmaktadırlar. Ortakların yönetimde hepsi söz sahibidir.

Bankacılıkta müşareke, banka ile müşteri arasında, belirli bir vadede ticari bir işi yapmak üzere fonların bir araya getirilmesi sonucu yaptıkları sözleşme çerçevesinde yaptıkları sermaye benzeri finansman modelidir. Genelde sanayi işleri finansmanında kullanılmaktadır. Makine ve teçhizat tedarikinde bu yöntem kullanılmaktadır

Sermaye ve emeğin eşit olması kârın paylaşımının da eşit olarak dağıtılmasının zorunlu olmadığı müşarekede aynı şekilde kâr paylaşımının da eşit olması sermaye ve emeğin de eşit olmasını zorunlu tutmamaktadır.

1.5.2.4.İcara

Kiralamak, iş karşılığı verilen şey manalarına gelen icara, İslam fıkında da aynı anlama uygun olarak menfaatin bedel karşılığı satımını içeren iş ve kira akitlerini ifade etmektedir. Burada kiralayan müstecir, kiraya veren acir, icara usulüne konu olan işçinin menfaat karşılığı ücret şeklinde ifade edilmektedir.

Bir malın banka tarafından satın alınmak suretiyle ihtiyacı olan kişi ve kuruluşlara kiralamasına Finansal Kiralama denmektedir. Bu finansman türü mülkiyetin devredilmesi ya da normal kiralama yolu ile gerçekleştirilmektedir. Normal kiralama yöntemi, malın kiraya verilmesi süresi sonunda tekrar geri alınması suretiyle yapılmaktadır. Örnek olarak banka bir gayrimenkulü yaptırır ya da satın alır daha sonra bir kişi ya da kuruluşa belli bir süreliğine kiraya verir. Süre bitiminde sözleşme yenilenmezse gayrimenkul geri alınmaktadır. Taraflar karşılıklı olarak taahhüde girmiş olurlar, bu sözleşme birinin diğerini zarara sokmasını önlemek için yapılır.

Katılım bankaları ve leasing şirketleri kiralama işini mülkiyetin devredilmesiyle sonuçlanacak biçimde yapmaktadır. Burada, satış ve kiranın birleşmesiyle yeni bir akit oluşmaktadır. Yani kiralanan mal 100 hisseden oluşsa ilk taksiti hisse bedeli olarak ödeyen kiracı diğer kalan 99 hissenin kirasını öder. Taksitler ödendikçe kiracı mal üzerindeki hisse miktarı artmaktadır (Bayındır, 2007).

Türkiye’de faaliyette bulunan katılım bankalarında bu usulü yönteme “Finansal Kiralama veya Leasing” adı verilmiştir. Türk Finans Sistemi’nde finansal kiralama adı 1983 yıllarında çıkarılan Özel Finans Kurumları’nın kuruluş kararnamesinde ilk kez kullanılmıştır. 1985 yılında aynı isimle 3326 sayılı Finansal Kiralama Kanunu adı ile hukukumuza girmiştir. Anadolu’da bu yöntem eski çağlardan beridir kullanılmaktayken bu yasa ile kurumsal bir kimliğe bürünmüştür. Katılım bankaları murabahadan sonra fonları genel olarak bu şekilde finanse etmektedir (Canbaz, 2012).

1.5.2.5.Selem veya Selef

Bu usulün kavramsal olarak tanımlarında belirli bir malın fiyatının önceden ödenmesiyle ileriki bir tarihte teslimini öngören bir sözleşme türü olarak tarif edildiği görülmektedir (Atıa, 1995). İslam hukukunda selem akdi olarak bilinen bu usul müecceli muaccele satmak şeklinde de tabir edilmektedir. Hukuki bakımdan bir satış akdi olmasına karşın bazı özellikleri nedeniyle genel manada satış akdinden farklıdır. Diğer satış akitlerinden ayıran önemli bir özelliği konusu mevcut olmayan bir akdin İslam Hukuku’nda yapılamayacağı mevcut ise de bu usul bunun dışındadır. Selem akdi yapılırken henüz ortada bir şey bulunmamaktadır (Yazman, 1964).

Katılım bankacılığında da finans aracı olarak kullanılan selem akdi bu sistemdeki yerini almıştır. Günümüz bankacılık sisteminde müşterinin ihtiyacına göre kullanılmaktadır. Bankanın, satıcı ile yaptığı sözleşmeye binaen gelecekte üretilecek bir ürünü veya malı bankaya teslim etmek üzere satıcıya malın fiyatını peşin ödemek suretiyle satın alması şeklinde gerçekleşmektedir. Güvenilirlik hususunda kendini kanıtlamış bir çiftçiye banka kendi sermayesinden finansman sağlayarak ileriki bir tarihte çiftçiden mahsulü almak üzere anlaşması ve bu malı piyasada satması selem akdine örnek olarak gösterilebilir. Bu sözleşmede malın özelliklerinin, cinsinin, miktarının, fiyatının, teslim yeri ve tarihinin mutlaka belirtilmiş olması gerekmektedir. Oluşturulan akit ile şartlara uygun olarak gerçekleştirilen selem ile ileriki üretilecek ve teslim edilecek olan ürün ya da mal peşin satılmış ve böylelikle ihtiyaç olan para elde edilmiş olmaktadır. Böyle yaparak müşteri (banka) ihtiyacı olan malı önceden almış olmakta satıcı da peşin satarak ihtiyacını karşılamaktadır. Bu durumda faizli bir işlem yapılmadan ihtiyaçlar giderilmiş olmaktadır (Özsoy, 2012).

1.5.2.6.Karz-ı Hasen

Kelime manası güzel borç anlamına gelen Karz-ı Hasen, finansman sağlayan herhangi bir kâr ve faiz beklentisi olmadan ihtiyacı sahibinin ihtiyacı olan finansmanın Allah rızası için yapılmasıdır. Misli ve benzeri olan şeylerin herhangi bir vade olmaksızın verilen şekilde veya miktarda geri verilmek üzere ihtiyaç sahibine verilmesidir. Bir çeşit ödünç verme, icap ve kabul şeklidir. “Aldım-verdim” gibi sözleşme geçerli olmaktadır. Maddi olarak ihtiyaç sahibi olmuş birine finansal destek sağlayarak ihtiyacı olan parayı herhangi bir menfaat gözetmeden Allah rızası için verse ve aynı ile geri alsa bu Karz-ı Hasen olmaktadır. Yani verdiği miktar bir altınsa bir altın geri almak Karz-ı Hasen sayılmaktadır (Aktepe, 2012). Altın veya gümüşün birim değerinin değişmesi Karz-ı Hasen’de fark etmektedir. Her şey misliyle alınıp verilmektedir. Ancak alacaklı borcuna karşılık alacağı ödeme aracını kabul ederse caiz olur. Ödeme gücü olan birisinin borcunu ödememesi durumunda alacaklı bunu zorla alabilir.

Borçlu aldığı miktarı geri ödemekle yükümlü iken alacaklı da verdiği kadar almak durumundadır. Borçlu, aldığı parayı zayı etse, kaybetse, çaldırsa vb. şekilde ihtiyacına yönelik kullanmadan yitirse de borcu tazmin etmek zorundadır. Vade bu akitte

belirlense de bağlayıcı değildir. Alacaklı ihtiyacı olanın ihtiyacını giderdiği için mükâfatı Allah katındadır. Allah rızası için yapılan bir iş olması nedeniyle borçluyu sıkıştırmak bu iyiliğin sevabını azaltır. Ancak borçlu da bir an önce borcunu vermeye gayret etmelidir.

1.5.2.7.Müzaraa ve Musakat

Genelde tarımsal alanda kullanılan ortaklık yöntemi müzaraa, bir tarafın arazisini sermaye olarak ortaya koyması ile diğer tarafında iş gücünü birleştirmesi sonucu yapılan ortaklık türüdür. Oluşturulan bu ortaklık sonucu elde edilen ürün veya kâr ortaklar arasında önceden yapılan sözleşmeye göre pay edilmektedir.

Müzaraa yöntemi gibi tarımsal faaliyet için oluşturulan başka bir ortaklık ya da sözleşme şekli, meyvecilikte kullanılan musakat yöntemidir. Bir taraf sermaye olarak meyve ağaçlarını verir, diğer tarafta bu meyvelerin bakımı, toplanması ve işçiliğini üstlenmektedir. Kazanılan kâr önceden belirlendiği üzere taraflar arasında paylaşılmaktadır (Özbay, 2014).

1.5.2.8.Sukuk

Arapçada, “*sakk*” kelimesinin çoğulu olan sukuk; sertifika, vesika, enstrüman manalarına gelmektedir. Finansman kaynağı oluşturmak için kullanılan bir yöntemdir. Sukuk, İslami finansman kurallarına göre ihracı yapılan bonolara denilmektedir. Para piyasalarında ise bono ve tahviller için senet kavramı kullanılmaktadır. Geleneksel bankacılık sisteminde kullanılan çek ile aynı kökten türetilmiştir. Bu belge ticari sözleşmeye dayanan borç alacak ilişkisini temsil etmektedir. Sukuk’u diğer muadillerinden ayıran özelliği bir varlık karşılığında çıkarılmış olmasıdır. Yani sukuk ihraç edecek kişi ya da kuruluşun bir varlığa malik olması gerekir. Sukuk’un esas özelliği gerçek bir ticari veya yatırım faaliyeti olmasıdır. Katılım bankacılığında finansman türlerinin hepsinde bu realite vardır. Sukuk bir varlığa sahip olduğunun göstergesidir. Bu nedenle Varlığa Dayalı Menkul Kıymetler ve Gelir Ortaklığı Senetleriyle benzerlik göstermektedir (Kılınç, 2014).

Günümüzde birçok Avrupa ülkelerinde ve körfez ülkelerinde sukuk ihraç eden devletler ve kurumlar mevcuttur. Bu itibarla, sukuk hem devlet hem de özel finans kurumlarınca çıkarılabilmektedir. Büyük projelerde sermayeyi finanse etmek için sukuk ihraç edildiği görülmektedir. Varlık karşılığı sukuklarda, varlığın kazanç hakkı yatırımcıya satılmaktadır. Katılım bankaları kendi projeleri için kaynak ihtiyacını sukuk ihraç ederek sağlarken, aynı zamanda atıl fonlarını da değerlendirebilmektedir (Kılınç, 2014).

1.5.3. Katılım Bankalarının Diğer Faaliyetleri

Geleneksel bankaların yaptığı bütün hizmetleri, faizli işlem yapmamak kaydıyla Katılım bankaları da gerçekleştirebilmektedir. Sadece gerçekleştirilen işlemlerin faizle ilişkili olup olmadığı hususuna dikkat edilmektedir. Katılım bankaları esas itibariyle reel sektörde geleneksel bankacılık sistemlerine alternatif oluşturmak suretiyle bu bankalarda sunulan hizmetleri sağlamak durumundadır (Karapınar, 2003).

Katılım bankaları, bankacılık ana faaliyetleri dışında menkul kıymet ve döviz alım satımı işlemleri de yapmaktadır. Bu gibi işlemlerde bir nevi ticaret aracı olduğu için İslami kurallar çerçevesinde kâr paylaşımı şeklinde yapılmaktadır. İslami kurallar çerçevesinde çalışan katılım bankaları modern bankacılık sisteminin hizmetlerinin birçoğunu müşterilerine sunabilmektedir. Böylelikle hem müşterinin ihtiyaçları karşılanmakta hem de banka bu işlerden komisyon olarak varlığını devam ettirmektedir. Katılım bankalarının bu doğrultuda sunduğu hizmetleri sıralayacak olursak:

- Kredi kartı vermek
- Teminat mektubu vermek,
- Kasa kiraya vermek,
- Çek ve senet tahsili,
- Elektronik fon transferleri
- Çek verme,
- Havale vb. işlemleri şeklinde sıralanmaktadır.

2. BÖLÜM: ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİNE İLİŞKİN LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde katılım bankacılığı tercih sebepleri, finansal okuryazarlık, dini yönelim ve demografik değişkenlerle olan ilişkileri kapsamında yurtdışı ve Türkiye’de yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

2.1. KATILIM BANKACILIĞI TERCİH SEBEPLERİ İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR

Katılım bankacılığı ile ilgili çalışmalar genellikle bankacılığı tercih etme sebepleri bakımından incelenmiştir. Alanyazında, müşterilerin bankacılığı tercih etme sebepleri arasında bankanın güvenilirliği, işlemlerdeki hız ve etkinlik, banka şube sayıları ve konumu, fiziksel imkânlar, banka personelinin ilgisi, işlemlerde maliyetler gösterilmiştir (Durak, 2017).

Örneğin, Erol vd (1989), 434 Ürdünlü bireysel müşterilere anket yaparak katılım bankacılığı tercih sebeplerini araştırmıştır. Yapılan çalışma sonucunda sırasıyla din, getiri oranı, sağlanan hizmet ve ürünler, bankanın itibarı tercih sebepleri olarak ifade etmiştir. Diğer bir çalışmasında Erol vd (1990) banka müşterilerinin katılım ve ticari bankaların sağladıkları servisler arasındaki farkları bilmediklerini tespit etmişlerdir.

Haran, Ahmak ve Planisek (1994) çalışmalarında Müslüman ve Müslüman olmayan müşterilerin banka tercih etme sebeplerini belirlemek için Malezya’da 301 Müslüman ve Müslüman olmayan müşterilere anket yöntemi ile bir araştırma yapmıştır. Çalışma sonucunda dini yönelimin bir tercih sebebi olmadığı belirtilmiştir. Değerlendirme sonucu Müslüman müşterilerin katılım bankacılığı en önemli tercih sebebi “işlemlerin tamamlanmasındaki hız ve etkinlik” olması, Müslüman olmayan müşterilerin tercih sebebi ise “personelin yakın ilgisi” olduğu tespit edilmiştir.

Bir başka çalışmada Hegazy (1995), katılım bankacılığı tercih sebeplerini araştırmak üzere, 400 banka müşterisine anket yapmıştır. Çalışma sonuçlarına göre araştırmada yer alan bireylerin katılım bankacılığını en çok tercih etme sebebi olarak “arkadaş/akraba tavsiyesi” olduğu ifade edilmiştir.

Metawa vd (1998) araştırmalarında Bahreyn’de müşterilerin katılım bankacılığının tercih etme sebeplerinin ölçülmesi için 400 katılım banka müşterisine anket uygulaması yapmıştır. Bu bağlamda, katılım banka müşterilerinin tercih sebepleri “İslami Prensipe Uyulması”, “Getiri Oranı”, “Akraba ve Arkadaş Tavsiyesi” olarak sıralanmıştır. Zainuddin vd (2004) ise, Malezya’da 123 banka müşterisine anket uygulayarak katılım bankacılığı tercih sebeplerini ölçmeye çalışmıştır. Öncelikle, katılım bankacılığını tercih edenlerin 30 yaş üstü ve sabit aile geliri olan kişiler olduğu tespit edilmiştir. Bunların dışında, “akraba ve arkadaş tavsiyesi” nin en çok tercih edilen sebep olduğu sonucuna varılmıştır.

Dusuki vd (2007) çalışmalarında ise Malezya’da 52 katılım banka şubelerindeki 800 müşteriye anket yapılarak katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinin analizi yapılmıştır. Bu bağlamda, katılım bankacılığı tercih sebepleri “banka personelinin bilgili, “yetkin ve saygılı olması”, “müşterilere kaliteli hizmet sunulması” olarak sıralanmıştır.

Eskici (2007) yaptığı çalışmasında, katılım bankacılığı kullanan müşteri özelliklerini tespit etmek amacıyla Türkiye’nin çeşitli bölgelerinde 368 katılım banka müşterisine anket uygulanmıştır. Değerlendirme sonucu olarak, katılım bankacılığı kullanan müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme sebepleri sırasıyla “güvenilirlik”, “çalışma kalitesi”, “çalışma hızı”, “rekabet edebilirlik”, “uygulanan masraf” önemli faktörler olarak belirtilmiştir.

Bir diğer araştırmada Wakhid vd (2007) Endonezya’da 175 banka müşterisi üzerine yapılmıştır. Çalışmada katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinden dini faktörün en önemli tercih nedeni olduğu belirlenmiştir. Amin (2008) araştırmasında ise Malezya’da 150 banka müşterisine anket yaparak katılım bankacılığın tercih etme sebeplerini incelemiştir. Katılım bankacılığı tercih etme sebepleri sırasıyla “Şariat kurallarına uyumu”, “Aylık düşük masraflar”, “şeffaf olması” , “faizsiz işlemler” tespit edilmiştir. Al-Azmi vd (2009), Bahreyn banka müşteriler üzerine yaptığı çalışmada katılım bankacılığı tercih etme sebeplerin sırasıyla din ve hizmet kalitesi olduğu sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde Lee (2011) çalışmasında Pakistan’ın Peşawar,

Lahor, Ravalpindi ve İslamabad şehirlerinde 170 banka müşterisiyle anket yapılarak katılım bankacılığına olan tutumları ölçülmüştür. Sonuç olarak, erkeklerin daha pozitif tutum sergilediği ortaya çıkmıştır.

Gait (2009) çalışmasında Libya’da 385 tüketiciyle telefon aracılığıyla anket yaparak, mesleğin, aylık gelirin, yaşın ve eğitim seviyesinin katılım bankacılığı tercihi üzerinde etkisi olduğu sonucuna varmıştır. Başka bir deyişle, düşük aylık gelirli, daha yaşlı olma ve orta düzey eğitimi olan tüketicilerin katılım bankacılığını daha çok tercih ettikleri tespit edilmiştir.

Bir diğer çalışmada ise Marimuthu vd (2010) Malezya’da 450 bireyle anket yapılarak Katılım bankacılığını tercih etme sebepleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucu olarak, katılım bankacılığı tercih faktörleri en önemliden önemsiz doğru “maliyet-fayda karşılaştırması”, “rahatlığı”, “hizmet dağıtımı”, “arkadaş ve akraba tavsiyesi” olarak sıralanmıştır. Dini nedenler ise 5. sırada yer almaktadır.

Hasan vd (2012) çalışmasında tüketicilerin katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda, Pakistan’da 300 müşteriye anket uygulanmıştır. Sonuç olarak, müşterilerin “yüksek kar”, “düşük komisyon masrafları” ve “dini nedenler”in katılım bankacılığını tercih ettikleri sonucuna varılmıştır.

Othman (2012) çalışmasında Kuwait Finance House Katılım Banka’sının 360 müşterisiyle anket yapılarak katılım bankacılığını tercih etme sebeplerine “Şariat Kurallarına uygun olması” ve “Katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerinin sağlanması”nın katılım bankacılığını tercih etme en önemli faktörler olduğu belirlenmiştir.

Diğer araştırmada ise Özsoy vd (2013) Türkiye’nin Bolu ilinde 217 kişiye anket formu doldurtularak katılım bankacılığın tercih sebeplerini araştırmaya çalışmıştır. Bu bağlamda, müşterilerin katılım bankacılığını katılımcıların tercih yapmalarını etkileyen sebeplerden en önemlisinden önemsizine doğru “hizmet kalitesi”, “şube personeli ile

yakın ilişkiler”, “dini hassasiyetler”, “akraba ve arkadaş çevresinin etkisi”, “servis çeşitliliği”, “bankacılık prestij ve kâr payı”, “cazip ödeme imkânları gibi finansal sebepler” şeklinde tespit edilmiştir.

Ramadan (2013) çalışmasında Ürdün Haşimi Krallığı’nda 37 farklı katılım bankacılığı şubelerinden 424 müşteriyle anket yapılarak katılım bankacılığını tercih etme sebepleri ölçülmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak ise katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinde dini nedenlerin en önemli sebep olmadığı, dinin yanı sıra personel ilgisinin ilk tercih nedeni olduğu görülmüştür.

Bulut (2014) araştırmasında Ankara’nın Keçiören ilçesindeki 4 ticari banka ve 4 katılım banka müşterisi olan toplam 464 kişiye anket yapılmıştır. Ankette sonuç olarak, her iki banka müşterisinin bankalardan beklediği en önemli özellik bankalarının kendileriyle birebir ilgilenebilme ve müşterilerine duyarlılık göstermesi olarak tespit edilmiştir.

Çobankaya (2014) araştırmasında bireylerin katılım bankacılığı tercih etme sebeplerini ölçmek için Batı Karadeniz bölgesinde 407 bireye anket uygulanmıştır. Araştırma bulgularına göre katılım bankası müşterileri olan katılımcıların katılım bankacılığını tercih etme sebepleri sıralandığında en önemli sebeplerin, “bankanın güvenilir olması”, “çalışanların saygılı ve nazik olması”, “işlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması”, “hizmetlerin kaliteli ve ucuz olması” ve “dini hükümlere uygun olması” şeklinde sıralandığı tespit edilmiştir. Ek olarak, bireylerin katılım bankacılığını diğer bankalardan farklı görmediklerini çoğunlukla belirtmişlerdir.

Toraman, Ata ve Bugar Fatih (2015) çalışmalarında müşterilerin katılım bankacılığı faaliyetlerine yönelik tutum ve davranışlarını ölçmek için Gaziantep ilinde 539 kişiyle anket yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre katılım bankasıyla çalışmayı düşünmeyen ve kararsız olan potansiyel müşteriler, diğerlerine göre katılım bankaları hakkında daha az bilgiye sahip olduklarını, katılım bankalarının tanıtım ve reklamının daha az yapıldığını ve bu bankaları daha az ulaşılabilir olduklarını ifade etmişlerdir.

Araştırma Sorusu: Katılım Bankacılığın tercih etme kriterlerini belirlemek.

2.2. FİNANSAL OKURYAZARLIKLA İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR

21. yüzyılda karşımıza çıkan finansal okuryazarlık kavramı hakkında literatürde ortak bir tanım için fikir birliği hala sağlanamamıştır. Bu kavram, kimi kaynaklarda “finansal yeterlilik” (financial capability), “finansal okuryazarlık” (financial literacy) ve bazı kaynaklarda hatta birkaç ülkede “finansal farkındalık” (financial awareness) olarak tanım kullanılmaktadır (Kaderli vb, 2016).

Türkiye’de kurulan Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği (FODER) ise finansal okuryazarlığı “kişinin para kullanma ve yönetimi hakkında bilgiyle değerlendirme yapması ve bireylerin gelirlerini, birikim ve yatırımlarını akıllıca değerlendirip, bütçelerini doğru yönetebilme yetkinliğine sahip olabilme durumu şeklinde tanımlanmıştır (fo-der.org, 2015).

Noctor vd (1992) finansal okuryazarlık tanımını “para kullanımı ve yönetimi konusunda bilinçli değerlendirme ve karar verme yeteneği” olarak tanımlamıştır. ABD Finansal Okuryazarlık ve Eğitim Komisyonu tarafında “mevcut ve gelecekteki para kullanımı ve yönetimi konusunda bilinçli kararlar verebilme ve etkin adımlar atma becerisi” olarak tanımlamışlardır (Basu, 2005). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) finansal okuryazarlığı “Tüketicilerin veya yatırımcıların finansal ürün, kavramları ve işleyişlerini anlama, finansal risk ve fırsatlara güvenerek, finansal durumların iyileştirmek için bilinçli seçimler yapmaları, destek için nereye başvuracaklarını bilme ve diğer etkili önlemleri alma birleşimidir” şeklinde ifade etmiştir.

ABD’de 2010 yılında kurulan ve Cumhurbaşkanlığına bağlı olan Finansal Okuryazarlık Danışma Konseyi (President’s Advisory Council on Financial Literacy) finansal okuryazarlığı, hane halkının finansal kaynaklarının efektif olarak kullanması şeklinde tanımlanmıştır (Bayram, 2010).

Finansal okuryazarlık konusunda aktif çalışmaları olan Lusardi (2008) ise finansal okuryazarlığı iki alt boyutu içine alacak şekilde değerlendirmiştir. Buna göre birinci grupta genel bilgiler yer almaktadır. Bu boyut faiz oranları, enflasyon, yatırım ve risk kavramı konuları kapsamaktadır. İkinci alt boyut ise ileri seviye finans bilgisi

kapsamaktadır. Bu alt grupta bilgileri hisse senetleri, tahvil, yatırım fonları konuları hakkında bilgileri içermektedir (Karaca ve Aytan, 2016). Nitekim, bu çalışmada Araştırmamızda Lusardi (2008)'nin geliştirdiği finansal okuryazarlık ölçeği kullanılmıştır.

Dünyada ve Türkiye’de Finansal okuryazarlık ile ilgili çalışmalar katılım bankası müşterilerine finansal okuryazarlık üzerinde yapılan akademik çalışma sayısı ile sınırlıdır. Bu çalışmada çoğunlukla farklı ülkelerdeki bireylerin finansal okuryazarlık seviyesini tespit etmek üzere tasarlanan betimleyici çalışmalardır.

Örneğin, Beal ve Delpachitra (2003) Avustralya’da üniversite 1. sınıf öğrencilerine anket yaparak öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini ölçmeyi amaçlanmıştır. Sonuç olarak, 1.sınıf öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin düşük olduğunu ve bunu sebebinin üniversiteden önceki lise eğitimlerindeki bilgi eksikliğinden kaynaklandığı belirtilmiştir. Ek olarak, birinci sınıf öğrencisi olmalarına rağmen işletme konularında ders alan öğrencilerin ise finansal okuryazarlık düzeylerinin diğer öğrenciler oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Benzer şekilde Cude vd. (2006) araştırmalarında ABD’de 1891 lisans öğrencisiyle anket yaparak finansal okuryazarlık düzeyini ölçmeye çalışmıştır. Sonuç olarak, öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca mali yönetim davranışları üzerine en çok ebeveynlerin etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Rooij vd (2011) Hollanda’da 2000 bireyle anket yaparak finansal okuryazarlığı ile borsa arasındaki ilişkilerini incelemeyi hedeflemişlerdir. Değerlendirme sonuçlarına göre, ankete katılanların temel finansal okuryazarlık olan birleşik faiz, enflasyon, paranın zaman değeri konularını bildikleri, fakat az sayıdaki anket katılımcısının ileri finansal okuryazarlık konuları olan tahvil ve hisse senedi arasındaki fark, faiz oranlarının değişme etkisi ve risk çeşitlendirmesi hakkında bilgi sahibi oldukları tespit edilmiştir. Ek olarak, a bireylerin finansal kararlar almasında finansal okuryazarlığın etkili olduğu ve finansal okuryazarlığı düşük olan katılımcıların hisse senetlerine yatırım yapma olasılığının düşük olduğu aktarılmıştır.

Calcagno ve Monticone (2013) çalışmalarında İtalya'da hesabında 10.000 Euro olan 1686 müşteri üzerinde anket yapılmıştır. Sonuç olarak, finansal okuryazarlık arttıkça finansal danışmana daha çok başvurulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, finansal okuryazarlığı düşük olan bireylerin riskli varlıklara yatırım yapmadıkları sonucuna varılmıştır.

Mutlu vd (2017) çalışmalarında finansal okuryazarlık düzeyinin ölçümü için Trabzon'da 388 katılımcıyla anket yaparak finansal okuryazarlık düzeylerini tespit etmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, katılımcıların finansal okuryazarlıklarının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Öte yandan Özen vd (2015) çalışmalarında 521 Uşak Üniversitesi öğrencisiyle anket yapılarak finansal okuryazarlık düzeyi ve finans içerikli derslerin finansal okuryazarlık üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Sonuç olarak, ankete katılanların yarısından fazlası finansal okuryazarlığının düşük çıktığı görülmüştür. Ek olarak, finans içerikli dersleri alan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kadınların finansal okuryazarlık düzeyinin erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çeşitli çalışmalar da finansal okuryazarlıkla bir takım demografik değişkenler kapsamında incelenmiştir. Bu çalışmalarda, finansal okuryazarlık genellikle cinsiyet, eğitim ve gelir seviyesi ile ilişkilendirilmiş ve erkek, eğitilmiş olma ve yüksek gelir ile pozitif yönde ilişkiler tespit edilmiştir (Chen ve Volpe, 2002).

Benzer şekilde, Worthington (2006) Avustralya'da 3548 katılımcıdan telefon anketi yolu ile veri toplamıştır. Araştırmanın amacı Avustralya'da hane halkının finansal okuryazarlık düzeyi ve bunun demografik değişkenlerle ilişkisini belirlemektir. Sonuç olarak, 50-60 yaş aralığındaki kişilerin, uzmanların, çiftlik sahiplerinin ve üniversite mezunlarının finansal okuryazarlık düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan işsizlerin, kadınların ve anadili İngilizce olmayanların ve eğitim seviyesi düşük olanların finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Lusardi (2008) çalışmasında ABD’de finansal okuryazarlığın genel olarak düşük olduğu ifade etmiştir. Buna göre en düşük finansal okuryazarlık çıkan grup düşük eğitim düzeyi olan kişiler, azınlıklar ve kadınlar olduğu sonucuna varılmıştır. Ansong ve Gyensare (2012) çalışmalarında Gana’da 250 lisans ve yüksek lisans öğrencisiyle anket yapılarak demografik özelliklerin finansal okuryazarlık ile ilişkisini araştırılmıştır. Sonuç olarak, yaş ve eğitim durumunun finansal okuryazarlıkla pozitif ilişki içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile yaş ile eğitim seviyesinin artması ile finansal okuryazarlığın da artacağı belirtilmiştir.

Sohn vd (2012), Güney Koreli ergenlik döneminde olan gençlerin demografik durumlarının finansal okuryazarlığı üzerinde etkisini araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre bankada hesapları olan gençlerin finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Bacova vd. (2013) çalışmalarında Slovakya’da toplam 695 üniversite öğrencisine yüz yüze ve internet üzerinden anket yapılarak finansal okuryazarlık düzeyini ve demografik değişkenlerle ilişkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Anket sonuçlarına göre öğrencilerin % 54 oranında doğru cevap verdikleri, erkeklerin finansal okuryazarlık düzeyinin kadınlara göre daha yüksek olduğu ve iktisat bölümlerinde eğitim gören öğrencilerin diğer bölümlere göre finansal okuryazarlık düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Murphy (2013) çalışmasında Michigan Üniversitesi’nin Sağlık ve Emeklilik Araştırması’nın (Health and Retirement Study) anket verilerini kullanarak psikososyal faktörle ve finansal okuryazarlık ilişkisini araştırmıştır. Buna göre eğitim düzeyi yükseldikçe finansal okuryazarlık düzeyinin arttığı, eğitim düzeyi düştükçe finansal okuryazarlık düzeyinin de aynı şekilde düştüğü görülmektedir. Ek olarak, finansal okuryazarlık ile umutsuzluk arasında pozitif ilişkinin olduğu da tespit edilmiştir.

Barmaki (2015) çalışmasında Hacettepe Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemek, finansal davranış ve finansal tutumları ile finansal okuryazarlık, finansal davranış ve finansal tutumları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için 500 lisans öğrencisiyle yüz yüze anket yapılmıştır. Değerlendirme sonucu olarak

öğrencilerin yarısından fazlasının finansal okuryazarlık düzeyinin orta olmasının yanı sıra finansal okuryazarlıkla ilgili temel para bilgisi en fazla bilgiye sahip oldukları ve en az bilgiye sahip oldukları ise tasarruf ve yatırım alanının olduğu belirtilmiştir. Önceki çalışmalardan farklı olarak finansal okuryazarlık düzeyinin erkek öğrencilerin kadın öğrencilerinden daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen diğer bir sonuç ise en yüksek finansal okuryazarlık düzeyinin “Diş Hekimliği Fakültesi” öğrencileri olup, en düşük finansal okuryazarlık düzeyinin “Konservatuar” öğrencilerinin olduğudur. Diğer taraftan “İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi” öğrencilerinin ise tüm fakülteler arasında onuncu sırada yer aldığı tespit edilmiştir.

Türkiye’de Çam vd (2015) tarafından yapılan bir çalışmada ise finansal okuryazarlık düzeyini belirtmek için Gümüşhane Üniversitesi’nde eğitim gören 400 ön lisans öğrencisiyle yüz yüze görüşülerek anket yapılmıştır. Anket sonucu olarak, öğrencilerin temel finansal okuryazarlığının son derece düşük olduğu tespit edilmiştir. Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ile Dünya Bankasıyla beraber, hane halkın finansal okuryazarlık düzeyini ölçmek amacıyla “Türkiye Finansal Yeterlilik Araştırması” yapılmıştır. Araştırma çerçevesinde Türkiye’de 12 farklı bölgeden 40 il ve 142 ilçeden 3009 bireyle yüz yüze mülakat tekniğiyle veri toplanmıştır. Araştırmanın sonucu olarak, doğru cevap verenler ile gelir düzeyi durumu arasında doğru pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (SPK, 2012).

Yine Türkiye’de Temizel vb (2011) tarafından yürütülen çalışmada Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi’nde eğitim gören 500 öğrenciyle anket yapılarak finansal okuryazarlık düzeyi ölçülmüştür. Çalışma sonucunda öğrencilerin finansal bilgilerini en çok aileden almasına bakılmaksızın finansal okuryazarlıklarının düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Ergün vd. (2014) araştırmalarında, 448 öğrenciyle anket yapılarak demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyi üzerindeki etkisini tespit edilmeye çalışmışlardır. Sonuç olarak, öğrencilerin temel finansal okuryazarlık düzeyinin olduğu ve cinsiyet ve öğrenim durumunun finansal okuryazarlık üzerinde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Güler (2015) araştırmasında Sakarya ili hane halkının mevcut finansal

okuryazarlık düzeyi demografik özellikleri arasındaki ilişkinin ölçülmesi için 453 bireye ulaşılmıştır. Anket katılımcılarının çoğunla finansal okuryazarlık düzeyinin düşük olduğu ve demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır.

H2: Katılım bankacılığını kullananlar ile ticari bankacılığı kullananlar arasında finansal okuryazarlık açısından farklılaşma bulunmaktadır. Şöyle ki, katılım bankacılığı kullananların finansal okuryazarlık düzeyi, ticari bankacılığı kullananların finansal okuryazarlık düzeyinden yüksektir.

2.3. DİNİ YÖNELİMLE İLGİLİ AKADEMİK ÇALIŞMALAR

Dini yönelim, bireylerin dini nasıl yaşadığı ve dinin kendileri için ne anlam ifade ettiğiyle ilgili bir kavramdır (Erdoğan, 2014). Allport ve Ross (1967) dini yönelimi bireyin dini değerlerini kendi hayatındaki yaşama biçimini belirtmek için tanımlamıştır. Kişinin bir dini, herhangi bir derecede benimseme veya benimsememe şeklindeki değerlendirmesinin ifadesidir (Kurnaz, 2015). Dini gerekliliklere önem veren ve kendi hayatını dini kurallara bağlı olarak yaşamaya çalışan bireyler genelde dindar olarak değerlendirilmektedir. Fakat dine bağlı olarak yaşayan bireyler dine yönelim duygu ve düşünceleri farklı olabilmektedir. Dini yönelimi kavramlaştırma konusunda literatürde çok yer alan Allport ve Ross (1967) çalışmalarında dini yönetime sahip bireylerin dini gerekliliklere tamamen bağlı ve yaşamlarını dini referanslarla yaşadıkları görülmektedir. Ayrıca Allport ve Ross (1967) kendi çalışmalarında dini yönelimi içsel ve dışsal dini yönelim olacak şekilde 2 alt boyut ortaya koymuştur. Buna göre içsel dini yönelimi yüksek olan kişiler, dini inançlara tamamen bağlı olarak günlük hayatlarını yaşamaktadırlar. Şöyle ki, bireyler diğer ihtiyaçlara daha az önem vererek, dini inançlara daha içselleştirerek dinin sosyal yönünü önemli saymamaktadırlar. Dışsal dini yönelimi ise kişi kendisini sosyal ilişkilerde sağlamlaştırmak, statüsünü ve mevkisini korumak için kullanmaktadır. Başka bir ifadeyle bireylerin din, dini olmayan amaçlar olan sosyal ve faydacı dışsal nedenler için dini kullanmaktadırlar (Cirinlioğlu, 2006).

Alanyazınında, dini yönelimi etkileyen birtakım demografik değişkenlerden bahsedilmiştir. Bu çalışmalarda demografik değişken olarak genellikle cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey, eğitim durumu ve yaş kapsamında incelenmiştir.

Örneğin, Saroglu (2000) çalışmasında Belçika’da 295 son sınıf öğrencilerine anket yaparak kadınların erkeklere göre daha çok dini yönelim gösterdiği tespit edilmiştir. Uysal (2006) kendi çalışmasında da aynı sonuca varmıştır. Fakat Koç (2010) Bursa’da 600 kamu ve özel kurum ve kuruluşta çalışan bireye anket yaparak erkeklerin kadınlara göre daha dindar olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca yaş, eğitim ve sosyal-ekonomi düzeyi ile dini yönelim arasında önemli farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır. Yıldız (2006) çalışmasında İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi’nin beş fakültesindeki 383 öğrenciyle anket yapılarak cinsiyet ve sosyal-ekonomik düzey değişkenlerinin dini yönelim ile anlamlı ilişki içerisinde olduğu ifade etmiştir. Yüce (2009) ise araştırmasında İstanbul’da yaşayan 15-25 yaş arası 448 gence anket yaparak gençlerin yarısından fazlasının dini yönelim düzeyinin yüksek olduğunu, eğitim durumuyla dini yönelim arasında negatif ilişki olduğunu saptamıştır.

İlgili alanyazınında bireylerin dini yönelimleri ile katılım bankacılığını kullanma olasılıkları arasındaki ilişkiyi inceleyen az sayıda akademik çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmalarda dini yönelim ölçümü için sadece tek soru sorularak anket yöntemi uygulanmıştır.

Örneğin Gerrad vd. (1997) katılım bankacılığını tercih eden Müslüman ve Müslüman olmayan müşterilerin dini yönelimin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer araştırmada Bley vd (2004) Birleşik Arap Emirlikleri’nde 665 İşletme Bölümü lisans ve lisansüstü öğrenciye anket yapılarak, katılım bankacılığını tercih eden bireylerin dini yönelimlerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin ticari bankacılık hakkında bilgi sahibi olduğu fakat katılım bankacılığıyla ilgili bilgilerinin eksik olduğu ifade edilmiştir. Bir diğer araştırmada, Haron vd (2008) katılım bankacılığı kullanan müşterilerin dini yönelimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Rustam vd (2011) araştırmalarında Pakistan’da 100 kurumsal her iki banka müşterisiyle anket yapılarak, katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinden en önemlisinin dini yönelim olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde, İmtiaz vd (2013) Pakistan’da katılım bankacılığı kullanan müşterilere mülakat yapılarak, bireylerin dini görüşlerinden dolayı katılım bankacılığını tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bir diğerk çalışmada Yıldız (2006) İzmir Dokur Eylül Üniversitesi’nin beş fakültesindeki 383 öğrencisiyle anket yapılarak demografik değışkenlerin dini yönelim üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Sonuç olarak, cinsiyet ve sosyal-ekonomik düzey değışkenleri dini yönelim ile anlamlı ilişki içinde olduğu tespit edilmiştir.

Yüce (2009) araştırmasında İstanbul’da yaşayan 15-25 yaş arası 448 gence anket yapılarak dini yönelimin demografik özellikler üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, gençlerin yarıdan fazlasının dini yönelim düzeyinin yüksek olduğu, eğitim durumuyla dini yönelim arasında negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Saroglou (2000) çalışmasında Belçika’da 295 son sınıf öğrencilerine yaptığı ankette kadınların erkeklere göre daha çok dini yönelim gösterdiğı tespit edilmiştir.

Okumuş vd (2013) araştırmalarında Türkiye’de 350 katılım bankacılığını kullanan müşteriyle anket yapılarak katılım bankacılığını tercih sebeplerinin tespiti amaçlanmıştır. Sonuç olarak, katılım bankacılığını kullananların dini eğilimi yüksek olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca katılım bankacılığını kullanan müşterilerin genç, orta gelir düzeyi ve iyi eğitim profili çizdiğı görölmektedir. Diğerk çalışmada Ser vd (2014) ise Malezya’da 120 Helal Sertifikalı KOBİ’lerle anket yapılarak, katılım bankacılığı tercih edenlerin daha çok dini eğilimde oldukları sonucuna varılmıştır.

Ancak, sınırlı sayıda bazı çalışmalarda dini yönelim ölçeğı birden fazla soru ile yer almaktadır. Bu araştırmalara aşağıda yer verilmiştir;

Wan Ahmad vd (2008) araştırmalarında Malezya’da 480 çalışanıyla anket yaparak katılım bankacılığını tercih sebeplerinde dini yönelimin rolünü incelenmiştir. Sonuç olarak, katılım bankacılığını tercih eden çalışanların dini yöneliminin yüksek olduğu

tespit edilmiştir. Aynı zamanda dini yönelim yüksek olan kişilerde dini bilgilerin yüksek olduğu ifade edilmiştir.

Usman (2015) araştırmasında Endonezya’da sadece katılım bankacılığında hesabı olan, sadece ticari bankasında hesabı olan ve her ikisinde hesabı olan 363 Müslüman bireye anket yapılarak katılım bankacılığı tercih sebeplerinin dini yönelim üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda, Müslüman bireylerin katılım bankacılığını tercih etmelerinde dini yönelimin önemli ölçüde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Soma vd (2017) çalışmalarında Endonezya’da 2627 çalışana online anket yapılarak katılım bankacılığını tercih edenlerin dini yönelim ile ilişkisi incelenmiştir. Sonuç olarak, bireylerin dini yönelimi katılım bankacılığını tercih sebeplerini etkilediği ifade edilmiştir.

H3: Katılım bankacılığını kullananlar ile ticari bankacılığı kullananlar dini yönelim açısından farklılaşmaktadır. Şöyle ki katılım bankacılığını kullananların dini yönelimleri, ticari bankacılığı kullananların dini yönelimden yüksektir.

Yukarıda sıralanan tüm literatür ışığında birtakım demografik (medeni durum, cinsiyet, yaş) özelliklerin, katılım bankacılığı ürünler hakkında bilgi sahibi olma seviyesi, finansal okuryazarlık düzeyi, dini yönelim seviyelerinin bireylerin katılım bankacılığını kullanma ihtimalini artıracakı düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada aşağıda belirtilen hipotezler oluşturulmuştur.

H4: Cinsiyet (erkek olma), katılım bankacılığını kullanma olasılığını artırmaktadır.

H5: Yaş, katılım bankacılığını kullanma olasılığını artırmaktadır.

H6: Medeni durum (evli olma), katılım bankacılığını kullanma olasılığını artırmaktadır.

H7: Dini yönelim düzeyi, katılım bankacılığını kullanma olasılığını artırmaktadır.

H8: Katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olma, katılım bankacılığını kullanma olasılığını artırmaktadır.

H9: Finansal okuryazarlık, katılım bankacılığı kullanma olasılığını düşürmektedir.



3. BÖLÜM: YÖNTEM

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Türkiye’deki geleneksel bankaların ve Türkiye dışındaki faizsiz bankaların ürün ve hizmetlerinin tercih sebeplerinin neler olduğu ve bu faktörlerin nelerden etkilendiği üzerine yapılan bilimsel çalışmalar fazladır. Bu sebeple bu çalışmada Katılım bankacılığı kullanan ve ticari banka kullanan müşteriler birarada ele alınarak Katılım bankacılığını tercih sebepleri araştırılmıştır. Öte yandan, yapılan bu çalışmada bireylerin demografik değişkenlerinden yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, finansal okuryazarlık oranı ve dini yönelimleri gibi faktörlerin katılım bankacılığını kullanmayı tahmin etme gücü araştırılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEM SEÇİMİ VERİ TOPLAM YÖNTEMİ

Bu çalışmada veri toplama yöntemlerinden biri olan anket tekniği kullanılmıştır. Anket diğer veri yöntemlerinden farklı olarak kimlik gizliliği, geniş kitlelere ulaşılması ve daha az masraflı olması avantajlarından dolayı tercih edilmiştir.

Çalışmaya veri teşkil edecek örneklem Ankara’nın Çankaya bölgesinde yer alan ticari ve katılım bankası müşterilerinden elde edilmiştir. Buna göre, Çankaya bölgesindeki 2 ticari ve 2 katılım bankasının şubelerine ziyaretlerde bulunulmuştur. Günün farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilen ziyaretlerde, bankada işlem yapan müşterilere anket doldurtulmuştur. Veri toplama işlemi 3 ay sürmüş ve toplamda 25 adet ziyarette bulunulmuştur. Araştırmacıların katılımını teşvik etmek amacıyla katılımcılar arasında bir çekiliş yapılarak temsili hediyeler takdim edilmiştir.

Çalışma sonucunda dağıtılan 320 anketten, toplam 265 adet geri dönüş yapılmıştır. Geri dönüş oranı % 81’dir. Ancak, elde edilen anketler incelendiğinde analize tabi tutulacak örneklem sayısı 207’ye düşmüştür. Sonuç olarak, araştırmanın örnekleminin 99’u (% 47,8) erkek, 108’i (% 52,2) kadından oluşmaktadır. Ayrıca, 207 bireyin 79’u (%38,1) katılım bankası, 128’i (%61,9) ise ticari banka müşterisidir. Örnekleme ilişkin daha detaylı bilgiler takip eden bölümde yer almaktadır.

3.3. ÇALIŞMADA KULLANILAN ÖLÇME ARAÇLARI

Anket soruları katılım bankacılığı tercih sebepleri, katılım bankacılık bilgisi, finansal okuryazarlık ve dini yönelim bölümleri içeren toplam 73 sorudan oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan ölçekler için gerekli izinler ve etik kurul onayı alınmıştır.

3.3.1. Katılım Bankacılık Tercih Sebebi Ölçeği:

Banka müşterilerinin katılım bankacılığını tercih kriterlerini sıralamak için “Müşterilerin Katılım Bankaları Tercih Sebepleri Ölçeği” kullanılmıştır. İlgili ölçek için Sarı (2010)’nın yaptığı çalışmadan yararlanılmıştır. Katılımcılardan “Katılım bankası tercih sebepleri nedir?” sorusuna “Dini Nedenler”, “Yakın çevre tavsiyesi”, “Şube içindeki konforun iyi olması”, “Masrafların düşük olması” gibi seçeneklerin değerlendirilmesini istenmiştir. Müşterilerin Katılım Bankacılık tercih sebepleri ölçeği, 1 - (Hiç Katılmıyorum), 2 - (Pek Katılmıyorum), 3 - (Kararsızım), 4 - (Biraz Katılıyorum) ve 5 - (Tamamen Katılıyorum) şeklinde 5’li likert tipi derecelendirme ile ölçümlenmiştir.

3.3.2. Dini Yönelim Ölçeği:

Katılımcıların dini yönelimlerini ölçmek için Allport ve Ross (1967) tarafından geliştirilen “Dini Yönelim Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe çevirisi Cirhinlioğlu (2006) tarafından yapılmıştır.

Ankete kullanılan dini yönelim ölçeği 19’u olumlu ve 3’ü olumsuz anlam olmak üzere toplam 22 sorudan oluşmaktadır. “Dini inançlarımı, hayatımın diğer tüm alanlarına uygulamak için elimden geleni yapmaya çalışırım”, “Dua etmemin başlıca nedeni dua etmem gerektiğinin öğretilmesidir”, “Dürüst ve ahlaklı bir yaşam sürdüğüm sürece, neye inandığım çok fazla önemli değildir” gibi ifadeler yer almıştır. Bu ifadeler 1-“Hiç Katılmıyorum”, 2-“Pek Katılmıyorum”, 3-“Kararsızım”, 4-“Biraz Katılıyorum”, 5-“Tamamen Katılıyorum” olarak katılımcılardan değerlendirilmesi istenilmiştir. Ayrıca 6.,10.,18., sorular ters kodlanarak hesaplanmaya alınmıştır.

3.3.3. Finansal Okuryazarlık Ölçeği:

Finansal okuryazarlık düzeyinin ölçülmesi için ABD, Kanada, İtalya, İrlanda, İngiltere gibi ülkelerin yerel hane halkı için kullanılan Annamaria Lusardi (2007) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin türkçe uyarlaması Emine (2015) tarafından yapılmıştır. Finansal okuryazarlık düzeyinin ölçümü için matematiksel hesaplama, faiz, enflasyon, hisse senedi ve yatırım içerikli 7 soru sorulmuştur. Örneğin ““Eğer bir yatırımcı parasını hisse senedi, döviz, altın vs. gibi varlıklara dağıtırsa, parayı kaybetme ihtimali nedir?” a. Artar, b. Azalır, c. Aynı kalır, d. Bilmiyorum – gibi çoktan seçmeli sorular sorulmuştur. Katılımcıların finansal okuryazarlık puanları her doğru cevaba 1 puan verilerek toplam 7 puan üzerinden değerlendirilmiştir.

3.4. DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ

Araştırmanın hipotezlerini test etmeden önce, öncelikle araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin ölçüm geçerliliklerini tespit etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ile amaçlanan nokta, veri setinin daha önce kurgulanmış olan ölçüm araçları ile faktör yapılarının ile uyumlu olup olmadığını ortaya koymak, bir diğer ifade ile ölçümlerin yapı geçerliliklerini tespit etmektir (Meydan ve Şeşen, 2011).

Bu kapsamda, ‘Dini Yönelim’, ve ‘Katılım Bankacılığı Ürünleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma’ ölçeklerinin faktör yapıları incelenmiştir. Ancak, ‘Finansal Okuryazarlık’ ölçeği doğrulayıcı faktör analizine alınmamıştır. Çünkü bu faktör, farklı finans alanlarını ele alan sorular içermekte ve toplam skor her doğru ifadeye 1 puan verilerek ölçümlenmektedir.

Ölçüm modeli olarak ele alınan model, yirmiiki maddeden oluşan Dini Yönelim Ölçeği, beş maddeden oluşan Katılım Bankacılığı Ürünleri hakkında Bilgi sahibi olma değişkenleri kapsamında gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen Doğrulayıcı Faktör Analizi’nde, hiçbir madde kendi boyutu dışında olan bir madde ile ilişkilendirilmemiş ve diğer boyutları ölçen maddelerin hata terimleri arasında birleştirme işlemi yapılmamıştır. Uyum indekslerinin değerlendirilmesi ve uyum indekslerinin

raporlanması kapsamında, “Ki-kare (χ^2) / Serbestlik derecesi (df) (χ^2/df)”, “Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index- CFI)”, “İyilik Uyum İndeksi (Goodness of Fit Index- GFI)”, “Normlaştırılmamış Uyum İndeksi (Tucker- Lewis Index- TLI)”, “Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation- RMSEA)”, uyum indekslerinin kullanılmasına karar verilmiştir. Karar verilen uyum indekslerine ait referans aralıkları Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3 Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği İndeks Değerleri

Uyum İstatistiği	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
Genel Model Uyumu		
χ^2 uyum testi	Anlamli olmaması	-
χ^2/df	≤ 3	$\leq 4-5$
Karşılaştırmalı Uyum İndeksleri		
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06 - 0,08
NFI	$\geq 0,95$	0,94 - 0,90
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$
IFI	$\geq 0,95$	0,94 - 0,90
Mutlak Uyum İndeksleri		
GFI	$\geq 0,90$	0,89 - 0,85
AGFI	$\geq 0,90$	0,89 - 0,85

Kaynak: (Meydan ve Şeşen, 2015)’den düzenlenmiştir.

Gerçekleştirilen Doğrulayıcı Faktör Analizi’nde öncelikle ölçek maddelerinin tamamının ölçülmek istenilen değişkenlerle istatistiksel olarak anlamlı ilişkiye sahip olup olmadığı, daha sonra maddelerin bağlı oldukları faktör üzerindeki faktör yükleri incelenmiş ve akabinde de uyum iyiliği değerlerine bakılarak modelin uyumuna karar verilmiştir (Byrne, 2001). Bu doğrultuda yapılan DFA analizlerine ait istatistikler, anlamlılık dereceleri ve faktör yükleri incelenmiş ve Dini Yönelim Ölçeği’ne ait 11, 12 ve 20. maddelerinin faktör yüklerinin çok düşük olduğu görülmüştür. Bunun üzerine, Dini Yönelim Ölçeği anketinden sırası ile 11.madde, 12.madde ve 20.maddeler çıkartılarak analiz tekrar edilmiştir. Daha sonra, revize edilen model ait standardize

katsayılar, anlamlılık dereceleri ve uyum iyilik değerleri tekrar incelenmiştir. Revize edilen model neticesinde uyum iyiliği indeksi değerleri ölçüm modelinin doğrulandığına ve iyi uyuma işaret etmektedir [χ^2 (251, N = 207) = 754.75, $p < .000$, RMSEA = .08, GFI = .91, AGFI = .89, CFI = .89, TLI=.87, IFI = .90]. Bir diğer ifade ile, uyum iyiliği indeks değerlerinin arzu edilen sınırlar içerisinde olduğu görülmüştür.

3.5. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Güvenirlilik, katılımcıların anket maddelerine vermiş oldukları cevaplar arasındaki tutarlılığı ölçmektedir. Anket maddelerinin cevap seçeneklerini üç veya daha fazla olursa Cronbach tarafından geliştirilen Alfa (α) katsayısı kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2015, s. 182-183). Alfa katsayısı 0 ile 1 arası değerlere bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2010, s. 405).

$0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ise ölçek güvenilir düşüktür,

$0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise ölçek güvenilirdir ve

$0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir ölçektir.

Finansal okuryazarlık ve dini yönelim ölçeklerin güvenirlilik analizlerinin sonuçları SPSS programı kullanılarak Tablo 4 ve Tablo 5’de gösterilmiştir. Daha önce gerçekleştirilen DFA sonuçlarına göre dini yönelim ölçeği’nde, 3 madde analize alınmadan 19 soru üzerinden güvenirlilik analizleri yapılmıştır

Tablo 4 Finansal Okuryazarlık Ölçeği için Cronbach Alfa Katsayısı

Ölçek	Cronbach Alfa Katsayısı	Madde Sayısı
Finansal Okuryazarlık Ölçeği	,840	7

Tablo 5 Dini Yönelim Ölçeği için Cronbach Alfa Katsayısı

Ölçek	Cronbach Alfa Katsayısı	Madde Sayısı
Dini Yönelim Ölçeği	,879	19

Analiz sonucu her iki ölçek için alfa değerleri 0.84 ve 0.87 olarak görülmüştür. Bu bağlamda ölçeklere ait alfa güvenilirlik katsayılarına göre “yüksek oranda güvenilir olduğu” sonuca varılmıştır.

3.6. ÖN VE TANIMLAYICI ANALİZLER

Bu bölümde ankete katılan 207 banka müşterisinin demografik özelliklerine ilişkin analizlerin sonuçları sunulmuştur.

3.6.1. Katılım Ve Ticari Banka Müşterilerin Demografik Özellikleri

Tablo 6 Toplam Banka Müşterilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)
Erkek	99	47,8
Kadın	108	52,2
Toplam	207	100,0

Tablo 7 Katılım Banka Müşterilerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)
Erkek	41	51,9
Kadın	38	48,1
Toplam	79	100,0

Tablo 8 Ticari Banka Müşterilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans (n)	Yüzde (%)
Erkek	58	45,3
Kadın	70	54,7
Toplam	128	100,0

Tablo 6’de görüleceği üzere ankete katılan banka müşterilerinin % 48’i erkek, % 52’si kadındır. Tablo 6 ve Tablo 7’de belirtildiği gibi ankete katılan toplam 207 kişiden 79’u katılım banka müşterisi, 128’i ise ticari banka müşterisidir. Katılım banka müşterilerinin

cinsiyete göre dağılımı % 52'i kadın, % 48'i erkek olmasına karşı ticari banka müşterilerinin cinsiyete göre dağılımı % 45'i erkek, % 55'i kadın olarak gerçekleşmiştir. Ankete katılanların çoğunun kadın olmasına rağmen katılım banka müşterileri arasında en çok erkek katılımcılar olduğu saptanmıştır.

Tablo 9 Toplam Banka Müşterilerin Yaş'a Göre Dağılımı

Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)
20 Yaş altı	14	6,8
20 - 35	65	31,4
36 - 50	115	55,6
51 - 65	13	6,3
Toplam	207	100

Tablo 10 Katılım Banka Müşterilerinin Yaş'a Göre Dağılımı

Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)
20 Yaş altı	1	1,3
20 - 35	25	31,6
36 - 50	48	60,8
51 - 65	5	6,3
Toplam	79	100

Tablo 11 Ticari Banka Müşterilerinin Yaş'a Göre Dağılımı

Yaş	Frekans (n)	Yüzde (%)
20 Yaş altı	13	10,2
20 - 35	40	31,3
36 - 50	67	52,3
51 - 65	8	6,3
Toplam	128	100

Tablo 9’da görüldüğü üzere ankete katılan katılımcıların çoğunluğu % 55,6 oranla 36 – 50 yaş arası gruptur. Tablo 10 ve 11’de ise katılım ve ticari banka müşterilerinde çoğunluk teşkil ettikleri yaş aralıkları % 60,8 ve % 52,3 oranla aynı yaş gruplarıdır. Sonuç olarak çalışmamıza katılan birey orta yaş oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 12 Toplam Banka Müşterilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı

Medeni Durum	Frekans (n)	Yüzde (%)
Evli	142	68,6
Bekâr	65	31,4

Tablo 13 Katılım Bankası Müşterilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı

Medeni Durum	Frekans (n)	Yüzde (%)
Evli	65	82,3
Bekâr	14	17,7

Tablo 14 Ticari Banka Müşterilerinin Medeni Duruma Göre Dağılımı

Medeni Durum	Frekans (n)	Yüzde (%)
Evli	77	60,2
Bekâr	52	39,8

Tablo 12’de, ankete katılanların % 68,6’sı evli, % 31,4’i ise bekâr olarak belirtilmiştir.

Tablo 13 ve 14’de gösterildiği gibi ticari banka müşterileri % 52 oranla katılım banka müşterilerine nazaran daha fazla bekâr bireylerin olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 15 Toplam Banka Müşterilerinin Dini Tercihlere Göre Dağılımı

Din	Frekans (n)	Yüzde (%)
İslam	188	90,8
Diğer	15	7,2
Cevap Yok	4	1,9

Tablo 16 Toplam Banka Müşterilerinin Dini Vecibelerine Göre Dağılımı

Dini Vecibelerini Yerine Getirme	Frekans (n)	Yüzde (%)
Tamamıyla getiriyorum	30	14,5
Kısmı yerine getiriyorum	149	72
Hiç getirmiyorum	28	13,5

Tablo 17 Katılım Banka Müşterilerinin Dini Vecibelerine Göre Dağılımı

Dini Vecibelerini Yerine Getirme	Frekans (n)	Yüzde (%)
Tamamıyla getiriyorum	29	36,7
Kısmı yerine getiriyorum	50	63,3
Hiç getirmiyorum	0	0

Tablo 18 Ticari Banka Müşterilerinin Dini Vecibelerine Göre Dağılımı

Dini Vecibelerini Yerine Getirme	Frekans (n)	Yüzde (%)
Tamamıyla getiriyorum	1	0,8
Kısmı yerine getiriyorum	99	77,3
Hiç getirmiyorum	28	21,9

Tablo 16’da, katılımcıların çoğunluk olarak (%72) dini vecibelerini kısmı olarak yerine getirdiklerini ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 17 ve 18’de gösterildiği üzere katılım banka müşterileri için bu oran % 36,7 iken ticari banka müşterileri için ise bu oran % 0,8’tir.

Tablo 19 Toplam Banka Müşterilerinin Öğrenim Seviyesine Göre Dağılımı

Öğrenim Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
İlköğretim	1	0,5
Lise	25	12,1
Üniversite	120	58
Yüksek Lisans / Doktora	61	29,5

Tablo 20 Katılım Banka Müşterilerinin Öğretim Seviyesine Göre Dağılımı

Öğrenim Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
İlköğretim	0	0
Lise	22	27,8
Üniversite	37	46,8
Yüksek Lisans / Doktora	20	25,3

Tablo 21 Ticari Banka Müşterilerinin Öğretim Seviyesine Göre Dağılımı

Öğrenim Durumu	Frekans (n)	Yüzde (%)
İlköğretim	1	0,8
Lise	3	2,3
Üniversite	83	64,8
Yüksek Lisans / Doktora	41	32

Tablo 19, 20 ve 21’de görüldüğü üzere katılımcıların % 58’ini yani çoğunluğunu Üniversite mezunları oluşturmaktadır.

Tablo 22 Toplam Banka Müşterilerinin İstihdam Türüne Göre Dağılımı

Çalışma Şekli	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ücretli Kamu	41	19,8
Ücretli Özel	103	49,8
Serbest Meslek	32	15,5
Ev Hanımı	4	1,9
Öğrenci	27	27

Tablo 23 Katılım Banka Müşterilerinin İstihdam Türüne Göre Dağılımı

Çalışma Şekli	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ücretli Kamu	12	15,2
Ücretli Özel	50	63,3
Serbest Meslek	13	16,5

Ev Hanımı	3	3,8
Öğrenci	1	1,3

Tablo 24 Ticari Banka Müşterilerinin İstihdam Türüne Göre Dağılımı

Çalışma Şekli	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ücretli Kamu	29	22,7
Ücretli Özel	53	41,4
Serbest Meslek	19	14,8
Ev Hanımı	1	0,8
Öğrenci	26	20,3

Tablo 22, 23, 24’de görüldüğü üzere katılımcıların % 69,6’sı maaş karşılığında çalışan iş sahipleridir.

Tablo 25 Toplam Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Türlerine Göre Dağılımı

İşyeri Faaliyet Türü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sanayi (Üretim)	7	3,4
Ticaret (Alım Satım)	9	4,3
Gıda (Lokanta, büfe, pastane vb.)	11	5,3
Hizmet (Banka, turizm vb.)	101	48,8
Eğitim	70	33,8
İnşaat	1	0,5
Diğer	8	3,9

Tablo 26 Katılım Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Türlerine Göre Dağılımı

İşyeri Faaliyet Türü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sanayi (Üretim)	2	2,5
Ticaret (Alım Satım)	4	5,1
Gıda (Lokanta, büfe, pastane vb.)	7	8,9
Hizmet (Banka, turizm vb.)	49	62

Eğitim	12	15,2
İnşaat	0	0
Diğer	5	6,3

Tablo 27 Ticari Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Türlerine Göre Dağılımı

İşyeri Faaliyet Türü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sanayi (Üretim)	5	3,9
Ticaret (Alım Satım)	5	3,9
Gıda (Lokanta, büfe, pastane vb.)	4	3,1
Hizmet (Banka, turizm vb.)	52	40,6
Eğitim	58	45,3
İnşaat	1	0,8
Diğer	3	2,3

Tablo 25’de görüldüğü üzere ankete katılanların % 48,8’i hizmet ve % 33,8’i eğitim sektörlerinde çalışmaktadır. Tablo 26 ve 27’de görüldüğü gibi katılım banka müşterilerinin % 62 oranla hizmet sektörü çalışanı olmasına karşın ticari banka müşterileri % 45,3 oranla eğitim sektöründe çalışmaktadırlar.

Tablo 28 Toplam Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Devamlılığına Göre Dağılımı

İş Tecrübesi	Frekans (n)	Yüzde (%)
5 yıldan az	60	29
5-9 yıl	100	48,3
10-14 yıl	26	12,6
15-20 yıl	15	7,2
20 yıldan fazla	3	1,4
Yok	3	1,4

Tablo 29 Katılım Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Devamlılığına Göre Dağılımı

İş Tecrübesi	Frekans (n)	Yüzde (%)
--------------	-------------	-----------

5 yıldan az	15	19
5-9 yıl	46	58,2
10-14 yıl	8	10,1
15-20 yıl	6	7,6
20 yıldan fazla	1	1,3
Yok	3	3,8

Tablo 30 Ticari Banka Müşterilerinin İşyeri Faaliyet Devamlığına Göre Dağılımı

İş Tecrübesi	Frekans (n)	Yüzde (%)
5 yıldan az	45	35,2
5-9 yıl	54	42,2
10-14 yıl	18	14,1
15-20 yıl	9	7,0
20 yıldan fazla	2	1,6

Tablo 28’de görüldüğü üzere katılımcıların % 48,6’sı 5-9 yıl süredir çalışmaktadır. Tablo 8’de katılımcıların % 55,6 kısmı orta yaş grup olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, 5-9 yıl süredir çalışanların çok olması orta yaş grubunun çoğunluğuyla anlam teşkil etmektedir.

Tablo 31 Toplam Banka Müşterilerinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı

Aylık Gelir	Frekans (n)	Yüzde (%)
1000-3000 TL	69	33,3
3001-5000 TL	97	46,9
5001-10000 TL	9	4,3
10001 TL’den fazla	12	5,8
Yok	20	9,7

Tablo 32 Katılım Banka Müşterilerinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı

Aylık Gelir	Frekans (n)	Yüzde (%)
1000-3000 TL	33	41,8
3001-5000 TL	33	41,8
5001-10000 TL	6	7,6
10001 TL'den fazla	4	5,1
Yok	3	3,8

Tablo 33 Katılım Banka Müşterilerinin Aylık Gelirine Göre Dağılımı

Aylık Gelir	Frekans (n)	Yüzde (%)
1000-3000 TL	36	28,1
3001-5000 TL	64	50
5001-10000 TL	3	2,3
10001 TL'den fazla	8	6,3
Yok	17	13,3

Tablo 31'de görüldüğü gibi ankete katılanların yarısının aylık geliri 3001-500 TL (%46,9) arasında olduğu görülmektedir. Geliri 5001-10000 TL aralığında olan katılımcılar ise en düşük orana sahiptirler.

3.6.2. Tanımlayıcı Analizler

Birçok istatistiksel araştırmada yapılan istatistik analizlerin uygulanabilmesi için değişken dağılımının normal veya normale yakın olması gereklidir. Sonuçların normal dağılımdan farklı olması analizin yanlış yorumlanmasına neden olabilmektedir (Kalaycı, 2006). Analiz testlerinden önce verilerin normal dağılımlarına bakılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın değişkenlerinin normal dağılımı ölçümü için tanımlayıcı istatistiksel incelenmiştir. Tablo 34'de araştırmanın temel değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 34 Araştırmanın temel değişkenlerine ait tanımlayıcı veriler

			İstatistik	Std.Hata
Yaş	Ortalama		2,61	0,50
	Ortalama için %95	Alt sınır	2,51	
	Güven Aralığı	Üst sınır	2,71	
	Medyan		3,00	
	Varyans		0,504	
	Std. Sapma		0,710	
	Minimum		1	
	Maximum		4	
	Ranj		3	
	Skewness		-0,436	0,170
	Kurtosis		0,022	0,338
Finansal Okuryazarlık	Ortalama		4,60	0,174
	Ortalama için %95	Alt Sınır	4,25	
	Güven Aralığı	Üst Sınır	4,94	
	Medyan		6,0	
	Varyans		6,24	
	Std. Sapma		2,49	
	Minimum		0	
	Maximum		7	
	Ranj		7	
	Skewness		- 0,665	0,17
	Kurtosis		- 1,036	0,338
Dini Yönelim	Ortalama		3,13	0,04
	Ortalama için %95	Alt Sınır	3,03	
	Güven Aralığı	Üst Sınır	3,22	
	Medyan		3,18	
	Varyans		0,503	

Katılım Banka Ürün Bilgisi	Std. Sapma	0,7	
	Minimum	1	
	Maximum	4,64	
	Ranj	3,64	
	Skewness	- 0,404	0,17
	Kurtosis	- 0,541	0,338
	Ortalama	2,5415	,10425
	Ortalama için %95 Alt Sınır	2,3359	
	Güven Aralığı Üst Sınır	2,7470	
	Medyan	2,0	
	Varyans	2,228	
	Std. Sapma	1,49	
	Minimum	1	
	Maximum	5	
	Ranj	4	
	Skewness	0,5	0,170
	Kurtosis	-1,301	0,338

Değişkenlerin normallik dağılımı hakkında en çok bilgi sağlayan tanımlayıcı istatistikler çarpıklık (Skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleridir. Çarpıklık (skewness) dağılımın simetriden ne kadar uzakta olduğunu belirleyen ölçüttür. Ortalamanın medyandan büyük olması durumunda pozitif ve sağa çarpık dağılım, ortalamanın medyandan küçük olması durumunda ise, negatif yani sola çarpık dağılım ortaya çıkmaktadır. Kalaycı (2006) kendi çalışmasında çarpıklık katsayısının ± 3 değerler almasını normal dağılım olarak kabul etmektedir. Tablo 34’de görüleceği gibi yaş, finansal okuryazarlık, dini yönelim ve katılım bankacılık ürün ve hizmetler bilgisi değişkenleri normal kabul edilen ± 3 değer arasında olduğu belirlenmiştir.

Basıklık (kurtosis) ölçütü ise dağılımın normal serinin ne kadar dik veya basık olduğunu göstermektedir. Normal dağılım basıklık katsayısı sıfıra yakın iken, pozitif basıklık değer dik bir dağılıma, negatif basıklık ise düz bir dağılıma işaretler. Basıklık

katsayısının ise ± 2 değerler alması normal dağılım olarak kabul edilmektedir. Tablo 34’de görüldüğü gibi yaş, finansal okuryazarlık, dini yönelim ve katılım bankacılık ürün ve hizmetler bilgisi değişkenlerinin basıklık katsayıları normal kabul edilen ± 2 arasında olduğu görülmektedir. Sonuçlara bakılırsa değişkenlerimiz normal dağılım göstermektedir.

3.6.3. Korelasyon Analizleri

Korelasyon analizi değişkenler arasındaki ikili ilişkinin incelenmesi ve arasındaki ilişkinin doğrusal olup olmamasını ölçen bir istatistik analiz yöntemidir. Korelasyon katsayısı iki değişken arasında ilişkinin miktarını bulup yorumlamak amacıyla kullanılır. Korelasyon katsayısı +1 olduğunda pozitif mükemmel ilişki, -1 olduğunda negatif mükemmel ilişki ve 0 olduğunda ise bir ilişki olmadığını göstermektedir. Korelasyon katsayısının mutlak değerleri 0.70-1.00 arasındaysa yüksek, 0.30-0.70 arasındaysa orta ve 0.10-0.30 arasındaysa düşük ilişki olduğu sonucuna varılabilir (Büyüköztürk, 2015).

Bu bağlamda araştırmamızın değişkenleri arasındaki ilişkiyi test etmek adına korelasyon analizleri toplam katılımcılar, ticari ve katılım bankacılığı müşterileri bazında ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir.

Tablo 35 Toplam Katılımcılar için Temel Değişkenlerin Korelasyon Matris Tablosu

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Cinsiyet	1								
2. Yaş	-.045	1							
3. Medeni Durumu	.023	-.58**	1						
4. Öğrenim Durumu	-.132	-.041	.087	1					

5. İş Tecrübesi	-.083	.416**	-.296*	-.138*	1				
6. Aylık Gelir	-.004	-.055	.159*	.150*	.132	1			
7. Finansal									
Okuryazarlık	-.274**	.126	-.037	.497**	-.040	.055	1		
8. Dini									
Yönelim	.182**	.047	-.129	-.358**	.102	-.113	-.229**	1	
9. Katılım									
Banka Ürün Bilgisi	-.103	.075	-.150*	-.121	.052	-.140*	.133	.602**	1

* p<.05, **p<.01 Kadın: 1; Erkek:0; Evli: 1; Bekar: 0

Tablo 35’de görüldüğü gibi finansal okuryazarlık ile yaş arasında ve dini yönelim ile öğrenim durum değişkenleri arasında negatif yönde bir ilişki vardır. Buna ek olarak, dini yönelimin katılım banka ürün ve hizmetleri bilgisiyle ($r=.602$, $p<.01$) olumlu orta düzeyde pozitif yönde korelasyonu olduğu görülmektedir. Ayrıca iş tecrübesi ile yaş ($r=.416$, $p<.01$) arasındaki pozitif yönde ilişki, finansal okuryazarlık ile öğrenim durumu ($r=.497$, $p<.01$) değişkenler arasındaki pozitif yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, tabloda dini yönelim ile öğrenim durumu ($r=-.358$, $p<.01$), medeni durum ile yaş ($r=-.588$, $p<.01$) değişkenler arasında negatif bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 36 Katılımcı Banka Müşterileri için Temel Değişkenlerin Korelasyon Matris Tablosu

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Cinsiyet	1								
2. Yaş	.025	1							
3. Medeni Durumu	.084	-.396**	1						
4. Öğrenim	-.349**	-.279*	.244*	1					

Durumu									
5. İş Tecrübesi	.054	.373**	-.194	-.318**	1				
6. Aylık Gelir	-.180	.215	.025	.253*	.442**	1			
7. Finansal Okuryazarlık	-.470**	-.212	.140	.569**	-.227*	.137	1		
8. Dini Yönelim	.279*	.068	.089	-.435**	.199	-.139	-.193	1	
9. Katılım Banka Ürün Bilgisi	-.320**	-.195	.138	.338**	-.309**	-.043	.641**	.014	1

* p<.05,

**p<.01

Kadın: 1

Erkek

Evli: 1

Bekar:

:0

Tablo 36’da katılım banka müşterilerin temel değişkenler arasındaki ilişkilerini gösteren korelasyon matrisi verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi iş tecrübesi ile aylık gelir ($r=.442$, $p<.01$), finansal okuryazarlık ile öğrenim durumu ($r=.569$, $p<.01$), katılım bankası ürün ve hizmetleri bilgisi ile finansal okuryazarlık ($r=.641$, $p<.01$) değişkenler arasında pozitif yönde ilişki vardır. Ayrıca finansal okuryazarlık ile cinsiyet ($r=-.470$, $p<.01$), dini yönelim ile öğrenim durumu ($r=-.435$, $p<.01$), medeni durum ile yaş ($r=-.396$, $p<.01$) değişkenleri arasında negatif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 37 Ticari Banka Müşterileri için Temel Değişkenlerin Korelasyon Matris Tablosu

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Cinsiyet	1								
2. Yaş	-.068	1							
3. Medeni Durumu	-.029	-	1						
4. Öğrenim Durumu	.009	.157	-.098	1					
5. İş Tecrübesi	-.170	.438**	-.331**	.088	1				
6. Aylık Gelir	.065	-.132	.166	.038	-.001	1			
7. Finansal Okuryazarlık	-.138	.350**	-.175*	.420**	.145	-.09	1		
8. Dini	.299**	-.073	.007	-.229**	-.056	.023	-.27**	1	

Yönelim									
9. Katılım									
Banka Ürün Bilgisi	.091	.039	.056	-.066	.081	.003	.086	.279**	1
* p<.05,	**p<.0	Kadın:	Erkek :0	Evli: 1;	Bekar:				
	1	1			0				

Tablo 37’de ticari banka müşteriler için temel değişkenler arasında ilişkiyi gösteren korelasyon matrisi verilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi iş tecrübesi ile yaş ($r=.438, p<.01$), finansal okuryazarlık ile öğrenim durumu ($r=.420, p<.01$) değişkenleri arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Katılım banka müşterileri için değişkenler arasında da aynı sonuca varılmıştır. Ayrıca medeni durum değişkenin yaş ($r=-.650, p<.01$) ve iş tecrübesi değişkenleri ile negatif yönde ilişkileri olduğu görülmektedir.

3.7. HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİNE DAİR VERİ ANALİZİ

Bu bölümde, öncelikle araştırmanın temel amaçlarından müşterilerin katılım bankacılığını tercih nedenleri, katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olma durumlarına ilişkin tanımlayıcı istatistiksel sonuçlara yer verilmiştir. Ardından katılım bankacılığını ve ticari bankacılığı kullanan banka müşterilerinin finansal okuryazarlık ve dini yönelim düzeylerini karşılaştırmak amacıyla gerçekleştirilen bağımsız örneklem t-testi analiz sonuçları verilmiştir. Son olarak ise araştırmanın temel hipotezlerinin test edilmesinde kullanılan lojistik regresyon analizi sonuçları değerlendirilmiştir.

3.7.1. Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Nedenleri

Ankete katılan tüm müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme nedenleri Tablo 38’de tercih edilme sırasına göre gösterilmiştir. Tablo 37’de de görüleceği gibi katılım bankacılığını tercih etmede en önemli kriterin 4,41 ortalamayla ‘*Dini Nedenler*’ olduğu görülmektedir. Bu maddeyi ‘*Faiz Kavramından Tamamıyla Uzak Kurumlar Olmaları*’, ‘*Diğer Bankalarda Alınan Hizmetlerin Faizsiz Bankacılık Kurallarına Uygun Olarak bu Kurumlardan da Alınabilmesi*’ ve ‘*Personelin Yakın İlgisi Kriterleri*’ takip

etmektedir. Bu bulgular bize, katılım bankacılığının tercih sebebinin en çok dini nedenler olduğu hakkında ön bilgi sağlamaktadır. Ayrıca “şubenin iş yerine ya da eve yakın olması” ($\bar{x} = 2,05$), “döviz alım-satım işlemlerinde piyasaya göre kur avantajı” ($\bar{x} = 2,03$) ve “kurumun reklamı ve imajı” ($\bar{x} = 1,96$) kriterleri en az tercih edilen sebepler olarak görülmektedir. Tablo 38 ve 39’a bakıldığında, katılım bankası ve ticari banka müşterilerinin katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinin ilk üç sıralamasının aynı olduğu görülmektedir.

Tablo 38 Tüm Banka Müşterilerin Katılım Bankacılığının Tercih Sebepleri

Tercih Sebepleri	Ortalama	Std. Sapma	Sıra
Dini Nedenler	4,41	.990	1
Faiz kavramından tamamıyla uzak kurumlar olmaları	4,08	1.056	2
Diğer bankalarda alınan hizmetlerin faizsiz bankacılık kurallarına uygun olarak bu kurumlardan da alınabilmesi	3,57	1.129	3
Personelin yakın ilgisi	3,37	1.132	4
Dağıtılan yüksek kar payı	3,15	1.216	5
Hem dini inanç, hem de yüksek kar payı dağıtılması	3,15	1.057	6
İşlemlerin tamamlanmasındaki hız ve etkinlik	2,91	1.120	7
Cari ve katılım hesaplarının mevduat güvencesi kapsamında olması	2,69	1.117	8
Masrafların düşük olması	2,53	1.074	9
Yakın çevre tavsiyesi	2,34	1.080	10

Kurumun reklamı ve imajı	2,27	1.015	11
Uygun oranlarda kredi imkanlarının mevcudiyeti	2,27	1.076	12
Hizmetlerde çeşitlilik	2,24	1.029	13
Şube çalışanlarınca sağlanan finansal danışmanlık	2,24	1.009	14
Döviz alım-satım işlemlerinde piyasaya göre kur avantajı	2,2	.959	15
Krize karşı daha dayanıklı olması	2,17	1.036	16
Şubenin iş yerine ya da eve yakın olması	2,12	1.095	17
Şube içindeki konforun iyi olması	2,12	1.038	18

N= 207

Tablo 39 ve 40’da ise katılım bankacılığı tercih nedenleri bu sefer ticari banka müşterileri ve katılım banka müşterilerin temelinde sıralanmıştır. Tablolarda görüldüğü gibi “dini nedenler”, “faiz kavramından tamamıyla uzak kurumlar olmaları”, “diğer bankalarda alınan hizmetlerin faizsiz bankacılık kurallarına uygun olarak bu kurumlardan da alınabilmesi” her iki grup müşterilerin de tercih etme nedenleri arasında ilk 3 sırada yer almaktadır.

Tablo 39 Ticari Banka Müşterilerinin Katılım Bankacılığını Tercih Sebepleri

Tercih Sebepleri	Ortalama	Std. Sapma	Sıra
Dini Nedenler	4,24	1.148	1
Faiz kavramından tamamıyla	3,88	1.181	2

uzak kurumlar olmaları

Diğer bankalarda alınan
hizmetlerin faizsiz bankacılık
kurallarına uygun olarak bu
kurumlardan da alınabilmesi

3,44

1.155

3

Personelin yakın ilgisi

3,16

1.160

4

Hem dini inanç, hem de yüksek
kar payı dağıtılması

3,05

1.121

5

Dağıtılan yüksek kar payı

2,95

1.216

6

Cari ve katılım hesaplarının
mevduat güvencesi kapsamında
olması

2,52

1.038

7

Masrafların düşük olması

2,5

1.080

8

İşlemlerin tamamlanmasındaki
hız ve etkinlik

2,48

.972

9

Uygun oranlarda kredi imkanlarının mevcudiyeti	2,31	1.041	10
Döviz alım-satım işlemlerinde piyasaya göre kur avantajı	2,31	.978	11
Krize karşı daha dayanıklı olması	2,3	1.060	12
Kurumun reklamı ve imajı	2,28	.963	13
Yakın çevre tavsiyesi	2,27	.994	14
Hizmetlerde çeşitlilik	2,26	.933	15
Şube çalışanlarınca sağlanan finansal danışmanlık	2,26	.941	16
Şubenin iş yerine ya da eve yakın olması	2,16	1.007	17
Şube içindeki konforun iyi	2,15	.973	18

olması

N= 128

Tablo 40 Katılım Banka Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Sebepleri

Tercih Sebepleri	Ortalama	Std. Sapma	Sıra
Dini Nedenler	4,68	,567	1
Faiz kavramından tamamıyla uzak kurumlar olmaları	4,41	,707	2
Diğer bankalarda alınan hizmetlerin faizsiz bankacılık kurallarına uygun olarak bu kurumlardan da alınabilmesi	3,78	1,058	3
Personelin yakın ilgisi	3,71	1,002	4
Masrafların düşük olması	3,61	,993	5
Hem dini inanç, hem de yüksek kar payı dağıtılması	3,47	1,153	6
Yakın çevre tavsiyesi	3,32	,927	7

Cari ve katılım hesaplarının mevduat güvencesi kapsamında olması	2,97	1,187	8
Dağıtılan yüksek kar payı	2,57	1,070	9
Krize karşı daha dayanıklı olması	2,44	1,206	10
İşlemlerin tamamlanmasındaki hız ve etkinlik	2,24	1,100	11
Şube çalışanlarınca sağlanan finansal danışmanlık	2,22	1,117	12
Hizmetlerde çeşitlilik	2,22	1,173	13
Uygun oranlarda kredi imkanlarının mevcudiyeti	2,19	1,133	14
Şube içindeki konforun iyi olması	2,08	1,141	15
Şubenin iş yerine ya da eve yakın olması	2,05	1,229	16

Döviz alım-satım işlemlerinde piyasaya göre kur avantajı	2,03	,905	17
Kurumun reklamı ve imajı	1,96	,967	18

N=79

3.7.2. Katılım Bankacılığın İşleyişi ve Prensipleri Hakkında Bilgi Sahibi Olma

Tablo 41’de ankete katılanların katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olup olmadıklarına ilişkin sorulara verilen yanıtlara ait ortalamalar verilmiştir. Bu bağlamda, katılım bankası ve ticari banka müşterilerinin katılım bankacılığı hizmetleri hakkında bilgi sahibi olması düzeyinde anlamlı derecede farklılık göstermektedir.

Tablo 41’de görüleceği gibi, katılım banka müşterileri sırasıyla en çok “*Prensipleri ve İşleyişi Hakkında*” ($\bar{x} = 4,30$), “*SUKUK Yöntemi*” ($\bar{x} = 4,13$), “*Murabaha Yöntemi*” ($\bar{x} = 4,11$) hakkında bilgi sahibi iken, ticari banka müşterilerin en çok sırasıyla ise “*Prensipleri ve İşleyişi Hakkında*” ($\bar{x} = 1,72$), “*Mudaraba Yöntemi*” ($\bar{x} = 1,53$), “*Murabaha Yöntemi*” ($\bar{x} = 1,51$) hakkında bilgi sahibi oldukları ifade edilmiştir. Katılım bankası müşterilerinin katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında bilgi sahip olma ortalaması, ticari banka müşterilerinin katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olma ortalamasından yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, katılım banka müşterilerinin katılım bankacılığının işleyişi ve prensipleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 41 Katılım Bankalarının Hizmet ve Ürün Hakkında Bilgi Sahibi Olma

Katılım Bankalarının Ürün ve Hizmetleri	Katılım Bankası Kullananlar		Katılım Bankası Kullanmayanlar		t	p
	Ortalama	Std. Sapma	Ortalama	Std. Sapma		
Prensipleri ve İşleyişi Hakkında	4,30	,897	1,72	,896	20,164	,000*

Murabaha Yöntemi	4,11	1,038	1,51	,803	19,072	,000*
Mudaraba Yöntemi	4,10	1,057	1,53	,851	19,219	,000*
‘SUKUK’ Yöntemi	4,13	,979	1,48	,783	20,371	,000*
Cari ve Mevduat Hesaplarının Mevduat Güvencesinde olması	3,97	1,097	1,50	,878	16,966	,000*

*p<.05

3.7.3. Katılım ve Ticari Banka Kullanıcılarının Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Karşılaştırılması

Katılım ve ticari banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyi açısından farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek için (H2), Bağımsız Örneklem t testi yapılmıştır. Tablo 42’de görüleceği gibi, katılım bankacılığını kullananlar ile ticari bankacılığı kullanan müşteriler finansal okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Ancak, ticari banka kullanıcıların finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin ortalama değerleri ($\bar{x}$ =4,74) iken katılım banka kullanıcıların finansal okuryazarlık düzeylerine ilişkin ortalama değeri ($\bar{x}$ =4,36)’dir. Bu bağlamda, katılım banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri, ticari banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinden daha yüksek olduğu sonucuna varılmaktadır. Sonuç olarak, Hipotez 2 kabul edilememiştir.

Tablo 42 Katılım ve Ticari Banka Kullanıcılarının Finansal Okuryazarlık Düzeyine İlişkin T Testi Karşılaştırılmasını Gösteren Dağılım

	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Katılım Bankası Müşterisi	79	4,3671	2,82015	-,998	,320
Ticari Banka Müşterisi	128	4,7422	2,27705		

3.7.4. Katılım Bankası ve Ticari Banka Müşterilerinin Dini Yönelim Açısından Karşılaştırılması

Katılım bankası ve ticari banka müşterilerinin dini yönelim ortalamaları açısından farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek (H3) amacıyla Bağımsız Örneklem T testi

yapılmıştır. Tablo 43’de görüleceği gibi katılım bankacılığı ve ticari banka müşterilerinin dini yönelim düzeyleri açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir. ($t = 12,655$, $p < .05$). Tablo 41’te belirtildiği gibi katılım bankacılığını kullanan müşterilerin dini yönelim ortalaması ($\bar{x} = 3,6910$) iken, ticari banka kullanan müşterilerinin dini yönelim ortalamaları ise ($\bar{x} = 2,7814$)’dir. Sonuç olarak, katılım banka müşterilerin dini yönelim düzeyleri, ticari banka müşterilerinin dini yönelim düzeylerinden daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, Hipotez 3 kabul edilmiştir.

Tablo 43 Katılım ve Ticari Banka Kullanıcılarının Dini Yönelim Açısına İlişkin T Testi Karşılaştırılmasını Gösteren Dağılım

	N	Ortalama	Std. Sapma	T	P
Katılım Banka Müşterisi	79	3,6910	,39595	12,655	,000*
Ticari Banka Müşterisi	128	2,7814	,63318		

* $p < .05$

3.7.5. Araştırmanın Hipotezlerinin Test Edilmesine Yönelik İstatistiksel Analizler

Regresyon analizi, iki veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi belirlemeyi ve aynı zamanda ilişkilerin bağımlı değişkenle olan ilişkilerinin tahminler yapılarak kullanılan istatistiksel analiz yöntemidir. Değişken sayısına göre basit ve çoklu regresyon analizi olarak ayrılmaktadır. İki değişken arasındaki ilişki analiz edilirse basit regresyon, birden fazla değişkenin ilişkisi açıklanmaya çalışılırsa çoklu regresyon analizi yapılır. Regresyon analizi yapılırken değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisi kurmak yerine değişkenlerin nasıl ve ne ölçüde ilişkide olduğu sonucunun tespit edilmesi için kullanılan analiz yöntemidir (Tanyolaç, 2015). Lojistik regresyon analizin son zamanlarda çok kullanılması nedeniyle aşağıda sıralanmıştır (Çokluk, 2010);

- Lojistik modelin parametrelerinin yorumlanmasının kolay olması
- Bağımlı değişken kategorik olarak kesikli veya süreksiz olurken, bağımsız değişkenler sürekli, kategorik veya ikilem olabilmektedir. Lojistik regresyon bağımsız değişkenlerin sürekli veya süreksiz olması için hiçbir kısıt görülmemektedir

- Lojistik regresyonda olasılık değerlerinin hepsi pozitifdir ve 0 ile 1 değerleri arasında değişebilmektedir.

Çalışmada, H4, H5, H6, H7, H8, H9 nolu hipotezlerin test edilmesi için lojistik regresyon yapılmıştır. Buna göre lojistik regresyona yaş, cinsiyet, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi değişkenleri bağımsız değişken olarak katılmıştır. Bağımlı değişken olarak katılım bankacılığını kullanma ve kullanmama yer almıştır. Bu durum, veride bağımlı değişken olarak “katılım banka müşterisi” için “1”, “ticari banka müşterisi” için “0” olarak kodlanmıştır.

Yapılan analizlere göre , tüm değişkenlerin bir arada analize girdiği Lojistik regresyonu anlamlıdır [$\chi^2 (6, N=207) = 214.44, p < .05$].

Tablo 44 Hosmer ve Lemeshow Testi

Adım	Ki-kare	Serbestlik	Anlamlılık
1	10,514	8	.231

Gerçekleştirilen Lojistik Regresyon Analizi için öncelikle Hosmer ve Lemeshow uyum iyiliği sonuçları verilmiştir. Tablo 43’de de belirtildiği gibi Hosmer ve Lemeshow test değerinin anlamlı çıkmaması ($p > .05$), model-veri uyumunun yeterli düzeyde olduğu anlamına gelmektedir (Çokluk, 2010). Bu bağlamda, yaş, cinsiyet, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılık bilgisi gibi bağımsız değişkenler ile katılım bankacılığı kullanma ihtimalini tahminlemek üzere kurulan lojistik regresyon modelin kabul edilebilir uyuma ve anlama sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 45 Lojistik Regresyon Model Özeti

Adım	-2 Log likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²
1	56.948	.652	.886

Takip eden Tablo 45’de, Lojistik Regresyon Analizlerinde değişkenlerin açıklama gücü amacıyla kullanılan Cox & Snell R² ve Nagelkerke R² değerleri yer almaktadır. Bu değerlerin yüksek olması açıklama gücünün de yüksek olduğunu göstermektedir. Tablo 45’de görüleceği üzere Cox & Snell R² ve Nagelkerke R² için değerler sırasıyla 0,652

ve 0,886 olarak tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile modelde kullanılan değişkenlerin açıklanma oranları % 65 ve % 88 olarak belirtilmiştir.

Tablo 46 Lojistik Regresyon Sınıflandırma Tablosu

Gözlenen			Tahmin Edilen		
Adım	Katılım Banka	0	Katılım Banka Müşterisi		Doğruluk Yüzdesi
			0	1	
1	Katılım Banka	0	125	3	97,7
	Müşterisi	1	3	76	96,2
Toplam Yüzde					97,1

Kesim Değeri: ,500

Tablo 46’da ise analize katılan değişkenlerin, bağımlı değişkeni tahmin etme oran sonuçları verilmiştir. Bu bağlamda, lojistik regresyon analizi ile katılım bankası müşterisi olmayan bireylerin (0), katılım bankası müşterisi olmayan birey olma olasılığı % 97 oranda doğru tahmin edilmiştir. Aynı şekilde, katılım bankası müşterilerinin (1), katılım bankası müşterisi (1) olma olasılığı % 96 oranda doğru tahmin edilmiştir. Model genel olarak % 97 oranda doğru tahmin edilmiştir. Sonuç olarak modelin tahmininin oldukça güçlü olduğu görülmektedir.

Tablo 47 Katılım Banka Kullanımını Tahminleyen Lojistik Regresyon Analizi Parametre Tahminleri

Açıklayıcı Değişkenler	B	Std. Hata	Wald	P	Exp (B)
Dini Yönelim	2.381	1.134	4.410	.036*	10.820
Katılım Bankacılık Bilgi	2.357	.420	31.464	.000*	10.560
Finansal Okuryazarlık	-.324	.173	3.486	.062 ⁺	.723
Cinsiyet	1.626	.856	3.612	.057 ⁺	5.084
Yaş	.003	.714	.000	.996	1.003
Medeni Durumu	-1.463	.966	2.294	.130	.231

*p<.05; Bağımlı Değişken: Katılım Bankacılığını Kullananlar

Tablo 47’de belirtilen değişkenlerle ilgili bulgular değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, kullanılan bağımsız değişkenlerin anlamlılık değerlerine bakılarak hangi değişkenlerin modeli etkileyen faktörler oldukları tespit edilmiştir. Wald kriterine göre katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahibi olma ($p<.01$) ve dini yönelim ($p<.05$) değişkenleri % 95 güvenilirlik düzeyinde modelimizi etkileyen faktörler olduğu saptanmıştır. Her iki değişkenin katılım bankasını kullanma oranı ile pozitif yönden ilişki olduğu görülmektedir. Exp (B) değerine bakıldığında ise diğer değişkenlerin dikkate alınmadığında veya sabit tutulduğunda katılım bankacılığıyla ilgili bilgi sahibi olma değişkenin değeri bir birim artırıldığında katılım bankasını kullanma 10 kat ($e^{2,357}=10.560$) artmakta, dini yönelim değişkeni bir birim artırıldığında katılım bankacılığı kullanmada ($e^{2,381}=10.820$) yine aynı şekilde 10 kat artmaktadır. Ayrıca, cinsiyet (erkek olma) ve finansal okuryazarlık düzeyi değişkenlerin katılım bankacılığı kullanma arasında marjinal seviyede anlamlı bulunmuştur ($p<.1$). Bunun dışında, finansal okuryazarlık düzeyi negatif, cinsiyet değişkeninin ise pozitif olarak katılım bankası kullananlarını etkilemektedir.

Bu bağlamda, yaş, cinsiyet, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı bilgi bağımsız değişkenlerinin katılım bankası kullanım etkilerini araştırmak amacıyla belirlenen hipotez grubunda H4, H7, H8 ve H9 kabul görülmüştür. Diğer yandan, yaş (H5) ve medeni durum (H6) değişkenleri katılım bankacılığı kullanmayı anlamlı şekilde tahminlememektedir..

3.7.5.1.Ek Analizler

Yukarıda belirtilen analizlere ilaveten birtakım ek analizler de yapılmıştır. Bu analizlerin ilkinde, veri seti kadın ve erkek olarak ikiye ayrılmış ve katılım bankacılığını kullanma olasılığını etkileyen faktörler bazında her cinsiyet grubu için ayrı ayrı lojistik regresyon analizleri yapılmıştır. İkinci analizde ise, veri seti olarak yaş değişkeni 35 yaş altı ve 35 yaş üstü olarak genç ve yaşlı olmak üzere iki gruba ayrılarak, katılım bankacılığı kullanma olasılığını etkileyen faktörler bazında her yaş grubu için ayrı ayrı lojistik regresyon analizleri yapılmıştır.

3.7.5.1.1. Erkek ve Kadın Örneklemeleri üzerinde Katılım bankacılığı kullanımı

Lojistik regresyon analizinin ilkinde kadın ve erkek örneklemeleri üzerinde yine, yaş, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi değişkenleri bağımsız değişken olarak katılmıştır. Bağımlı değişken olarak ise katılım bankacılığı kullanma ve kullanmama şeklinde yer almıştır.

3.7.5.1.1.1. Erkeklerin Katılım Bankacılığını Kullanma Tahmini

Gerçekleştirilen lojistik regresyon analizi modeli anlamlı bulunmamıştır. Bir diğer ifadeyle erkek müşterilerin dini yönelim, katılım bankacılığı, yaş, finansal okuryazarlık ve katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgileri değişkenlerinin hiçbirinin erkeklerin katılım bankacılığını kullanma olasılığını tahminlemediği görülmüştür.

3.7.5.1.1.2. Kadınların Katılım Bankacılığı Kullanma Tahmini

Diğer taraftan, gerçekleştirilen diğer lojistik regresyon analizi kadın örneklemini üzerinedir. Kadın örnekleme göre katılım bankacılığını kullanma tahmini modellere göre anlamlı sonuç vermiştir [χ^2 (5, N=108) = 97.78, $p < .05$]. Bu analizde yine, yaş, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi değişkenleri bağımsız değişken olarak katılmıştır. Bağımlı değişken olarak ise katılım bankacılığı kullanma ve kullanmama şeklinde yer almıştır. Elde edilen bulgulara ait istatistikler Tablo 48, 49, 50, 51 ve 52’de özetlenmiştir.

Tablo 48 Kadın Bireylerin Örneklemine göre Katılım Banka Kullanımı Durumu

Açıklayıcı Değişkenler	Sayı	Yüzde
Katılım Banka Müşterisi	38	%35
Ticari Banka Müşterisi	70	%65

Tablo 48’de görüldüğü gibi katılan kadınların % 35’i katılım bankası müşterisi, % 65’i ticari banka müşterisidir.

Tablo 49 Hosmer ve Lemeshow Testi (Kadın Bireylerin)

Adım	Ki-kare	Serbestlik	Anlamlılık
1	14,185	8	.077

Tablo 49’da belirtildiği gibi Hosmer ve Lemeshow uyum iyiliği testi bakıldığında, anlamlılık değeri 0,077 olarak bulunmuştur. Önceden söylendiği gibi, anlamlılık değeri 0,05’ten büyük olduğunda yaş, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi bağımsız değişkenlerinin kurulan lojistik regresyon modelini kabul edilebilir uyuma ve anlama sahip olduğu belirtilmektedir.

Tablo 50 Lojistik Regresyon Model Özeti

Adım	-2 Log likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²
1	42.307	.596	.820

Takip eden Tablo 50’de, Cox & Snell R² ve Nagelkerke R² değerleri sırasıyla 0, 596 ve 0,820 olarak tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile modelde kullanılan değişkenlerin açıklanma oranları % 60 ve % 82 olarak belirtilmiştir.

Tablo 51 Lojistik Regresyon Sınıflandırma Tablosu

Gözlenen			Tahmin Edilen		
Adım	Katılım Banka	0	Katılım Banka Müşterisi		Doğruluk Yüzdesi
			0	1	
1	Katılım Banka	0	67	3	95,7
	Müşterisi	1	2	36	94,7
Toplam Yüzde					95,4

Tablo 51’de bağımlı değişkeni tahmin etme oran sonuçları verilmiştir. Bu bağlamda, lojistik regresyon analizinin katılım bankası müşterisi olmayan kadınların (0), katılım bankası müşterisi olmayan kadınları (0) olma olasılığı % 95,7 oranda doğru tahmin edilmiştir. Aynı şekilde, katılım bankası müşterisi olan kadınların (1), katılım bankası

müşterisi olan kadınlar (1) olma olasılığı % 94,7 oranda doğru tahmin edilmiştir. Model genel olarak % 95.4 oranda doğru tahmin etmiştir.

Tablo 52 Denklemdaki Değişkenlerin Lojistik Regresyon Analizi Parametre Tahminleri

Açıklayıcı Değişkenler	B	Std. Hata	Wald	P	Exp (B)
Dini Yönelim	2.442	1.275	3.670	.049*	11.495
Katılım Bankacılık Bilgi	1.951	.442	19.452	.000*	7.032
Finansal Okuryazarlık	-.373	.215	3.007	.083	.689
Yaş	.134	.767	.031	.861	1.144
Medeni Durumu	-.282	1.165	.059	.809	.754

*p<.05; Bağımlı Değişken: Katılım Bankacılığı Kullananlar

Tablo 52’de belirtilen değişkenlerle ilgili bulgular değerlendirilmiştir. Wald kriterine göre katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahibi olma ve dini yönelim değişkenlerinin % 95 güvenilirlik düzeyinde modelimizi pozitif yönde etkileyen faktörler olduğu saptanmıştır. Exp (B) değerine bakıldığında ise katılım bankacılığıyla ilgili bilgi sahibi olma değişkenin değeri bir birim artırıldığında katılım bankasını kullanan kadınlar 7 kat ($e^{1.951}=7.032$) artmakta, dini yönelim ise 11 kat ($e^{2.442}=11.495$) artmaktadır. Ancak kadın bireyler için; yaş, medeni durum, finansal okuryazarlık değişkenlerinin katılım banka kullanımı üzerinde etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

3.7.5.1.2. Yaş Gruplarına göre Katılım bankacılığı kullanma Tahmini

Yukardaki analizlere benzer şekilde bu sefer de yaş değişkeni 35 yaş altı ve 35 yaş üstü olarak genç ve yaşlı olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Bu bağlamda, lojistik regresyon analizine yine medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi değişkenler girilmiştir. Bağımlı değişken ise katılım bankacılığını kullanma ve kullanmama şeklinde yer almıştır.

3.7.5.1.2.1. Gençler üzerinde Katılım bankacılığı kullanımı

Gerçekleştirilen lojistik regresyon analiz modeli anlamlı bulunmamıştır. Bir diğer ifadeyle 35 yaş altı müşterilerin dini yönelim, katılım bankacılığı, yaş, finansal okuryazarlık ve katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgileri değişkenlerinin hiçbirinin katılım bankacılığını kullanma olasılığını tahminlemediği görülmüştür.

3.7.5.1.2.2. 35 Yaş üstü grubu Üzerinde Katılım Bankacılığı Kullanımı

Öte yandan, diğer lojistik regresyon analizi ise 35 yaş üstü grubu olan yaşlıların üzerinde gerçekleştirilmiştir. Yaşlı grubuna göre katılım bankacılığını kullanma tahmini modellere göre anlamlı sonuç vermiştir [χ^2 (5, N=128) = 130.48, $p < .05$]. Bu analizde medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi değişkenleri bağımsız değişken olarak katılmıştır. Bağımlı değişken olarak ise katılım bankacılığını kullanma ve kullanmama şeklinde yer almıştır. Elde edilen bulgular ait istatistikler Tablo 53, 54, 55 ve 56’da özetlenmiştir.

Tablo 53. 35 Yaş üstü grubu Üzerinde Katılım Banka Kullanımı Durumu

Açıklayıcı Değişkenler	Sayı	Yüzde
Katılım Banka Müşterisi	75	%58
Ticari Banka Müşterisi	53	%42

Tablo 53’te görüldüğü gibi katılan yaşlı grubun % 58’i katılım bankası müşterisi, % 42’si ise ticari banka müşterisidir.

Tablo 54 Lojistik Regresyon Model Özeti

Adım	-2 Log likelihood	Cox & Snell R ²	Nagelkerke R ²
1	41.189a	.645	.868

Takip eden Tablo 54’de, Lojistik Regresyon Analizlerinde değişkenlerin açıklama gücü olarak kullanılan Cox & Snell R² ve Nagelkerke R² değerleri sırasıyla 0,645 ve 0,868

olarak tespit edilmiştir. Bir diğer ifade ile modelde kullanılan değişkenlerin açıklama oranları % 64 ve % 86 olarak belirtilmiştir.

Tablo 55 *Lojistik Regresyon Sınıflandırma Tablosu*

Gözlenen			Tahmin Edilen		
Adım	Katılım Banka	0	Katılım Banka Müşterisi		Doğruluk Yüzdesi
			0	1	
1	Müşterisi	1	74	1	98,7
			3	50	94,3
Toplam Yüzde					96,9

Kesim Değeri: ,500

Tablo 55’de görüldüğü gibi, lojistik regresyon analizi 35 yaş üstü grubun katılım banka müşterisi olmayan bireylerin (0), 35 yaş üstü grubun katılım banka müşterisi olmayan birey (0) olma olasılığı % 98,7 oranda doğru tahmin edilmiştir. Aynı şekilde, 35 yaş üstü grubun katılım banka müşterilerinin (1), yaşlı grubun katılım banka müşterisi (1) olma olasılığı % 94,3 oranda doğru tahmin edilmiştir. Sonuç olarak model tahmininin oldukça güçlü olduğu görülmektedir.

Tablo 56 *35 yaş üstü Bireylerin Katılım Bankası Kullanımını Tahminleyen Lojistik Regresyon Analizi Parametre Tahminleri*

Açıklayıcı Değişkenler	B	Std. Hata	Wald	P	Exp (B)
Dini Yönelim	.944	1.214	.605	.926	.437
Katılım Bankacılık Bilgi	2.564	.574	19.950	.000*	12.992
Finansal Okuryazarlık	-.405	.221	3.348	.067 ⁺	.667
Cinsiyet	-1.208	1.032	1.369	.242	.299
Medeni Durumu	-.024	.601	.002	.968	.977

*p<.05; Bağımlı Değişken: Katılım Bankacılığı Kullananlar

Tablo 56’te belirtilen değişkenlerle ilgili bulgular değerlendirilmiştir. 35 yaş uřtũ grubun katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahibi olma değişkeniyle pozitif yũnde etkileyen faktũrler olduğu bulunmuştur. Bununla paralel olarak, 35 yaş uřtũ grubun katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahibi olma değişkeniyle negatif yũnde marjinal seviyede anlamlı olduğu bulunmuştur. Ayrıca, gerçekleşen lojistik regresyon analiz modelinde 35 yaş uřtũ olarak ayırdığımız yaşlı gruba gũre; cinsiyet, medeni durum, dini yũnelim, bağımsız değişkenlerinin katılım bankası kullanım uşzerinde etkisinin olmadığı sonucuna varılmaktadır.



SONUÇ

2008 yılında ABD’de çıkan mortgage krizinden sonra bir çok büyük banka etkilenmiş ve hatta bazılarının kapatılması söz konusu olmuştur. Fakat son mali krizden olumsuz yönde etkilenmeyen katılım bankacılığı sektörü alternatif bir sistem olarak gündeme gelmiştir (Smola and Mirakhor, 2010). Günümüzde katılım bankacılığı sadece İslam ülkelerinde değil Avrupa ve Amerika’da da gelişmektedir. Türkiye’de 1980 yılında önceden Özel Finans Kurumları adıyla kurulan ve daha sonra 2005 yılında çıkarılan kanunla Katılım Bankaları adıyla İslami finans ilkeleri doğrultusunda bankacılık hizmetleri veren kurumlar açılmaya başlanmıştır.

Bu çalışma kapsamında, Ankara iline bağlı Çankaya ilçesinde yer alan katılım bankası ve ticari banka müşterileri ile anket yapılarak araştırmanın temel amaçları şu çerçevede analiz edilmiştir:

- Katılım bankacılığını tercih etme sebeplerinin neler olduğunun belirlenmesi ve tercih sebeplerinin ticari banka müşterileri ile benzerlik ve farklılıklarının belirlenmesi,
- Katılım bankacılığı ve katılım bankası ürünleri hakkında müşterilerin sahip olduğu bilgilerin değerlendirilmesi,
- Katılım bankacılığını kullanan ve ticari bankacılığı kullanan müşterilerin dini yönelim ve finansal okuryazarlık puanlarının karşılaştırılması,
- Demografik faktörler (cinsiyet, yaş, medeni durum), finansal okuryazarlık, katılım bankacılığı ürün bilgisi ve dini yönelim faktörlerinin katılım bankacılığı kullanımına etkisi.

Araştırma sonuçlarına göre çalışmaya katılan tüm katılımcıların katılım bankacılığı tercih sebeplerinden en fazla “Dini Nedenler”, “Faiz Kavramından Tamamıyla Uzak Kurumlar Olmaları”, “Diğer Bankalarda Alınan Hizmetlerin Faizsiz Bankacılık Kurallarına Uygun Olarak bu Kurumlardan da Alınabilmesi” ve “Personelin Yakın İlgisi” kriterleri iken, en azı ise “Şube içindeki konforun iyi olması”, “Şubenin iş yerine ya da eve yakın olması”, “Kurumun reklamı ve imajı” görülmüştür. Bu bulgular Haron vd (1994), Erol ve El- Bdour (1989), Amin (2008), Metawa vd (1998), Wakhid vd

(2007), Hasan vd (2012), Othoman (2012), Özsoy (2013), Omer (1992)'in ile benzerlik göstermektedir. Ancak bu çalışmalarda katılım bankacılığı tercih sebepleri, Dusuki vd (2007) tarafından “banka personelin bilgili, yetkin ve saygılı olması”, Hegazy (1995) tarafından “arkadaş/akraba tavsiyesi”, Eskici (2007) tarafından “güvenilirlik”, Şenol (2014) tarafından “banka binasının, hizmet verilen salonların, donanımının ve iletişim malzemelerinin görünüşü”, Marimuthu vd. (2010) tarafından “rahatlık” olarak tespit edilmiştir.

Diğer taraftan bu çalışmada, hem ticari banka müşterilerinin hem de katılım bankası müşterilerinin katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerine dair bilgileri ölçümlenmiştir. Buna göre, katılım bankası müşterileri sırasıyla en çok “Prensip ve İşleyişi Hakkında”, “SUKUK Yöntemi”, “Murabaha Yöntemi” hakkında bilgi sahibi iken, ticari banka müşterilerin ise en çok “Prensip ve İşleyişi”, “Mudaraba Yöntemi” ve “Murabaha Yöntemi” hakkında bilgi sahibi oldukları ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, katılım bankacılığı ürünlerinden en çok katılım bankacılığı “Prensip ve İşleyişi” ve “Murabaha Yöntemi” bilinirken, katılım banka hesaplarının mevduat güvencesinin olduğu bilgisi daha az bilinmektedir.

Çalışmanın hipotezleri olan katılım ve ticari banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeyi (H2) ve dini yönelim (H3) açısından farklılaşıp farklılaşmadığının tespitlemek amacıyla bağımsız örneklem t testi yapılmıştır. Yapılan analize göre katılım bankacılığı kullananlar ile ticari bankacılığı kullanan müşteriler arasında finansal okuryazarlık düzeyleri açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak, istatistiksel olarak anlamlı olmasada katılım bankası müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin, ticari banka müşterilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinden daha düşük olduğu sonucu gözlenmektedir. Sonuç olarak, Hipotez 2 kabul edilmemiştir.

Çalışmanın bir diğer hipotezi olarak ticari ve katılım bankacılığı müşterilerinin dini yönelim ortalamaları açısından farklılaşıp farklılaşmadığı yönündedir. Yapılan analizler sonucunda katılım bankacılığı ve ticari banka müşterilerinin dini yönelim düzeyleri açısından anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Şöyle ki, katılım bankacılığı kullananların dini yönelim düzeyleri, ticari banka müşterilerinin dini yönelim

düzeylerinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, Hipotez 3 kabul edilmiştir.

Araştırmanın amaçları kapsamında çalışmada Türkiye özelinde katılım bankacılığı kullanımını tespit etmek üzere demografik faktörler (cinsiyet, yaş, medeni durum), finansal okuryazarlık düzeyi, katılım bankacılığı ürün bilgisi ve dini yönelim faktörlerini ele alan model oluşturulmuştur. Oluşturulan lojistik regresyon analizinde cinsiyet (erkek olma), katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahip olma, dini yönelim ve finansal okuryazarlık düzeyi değişkenlerinin katılım bankacılığı kullanımını etkileyen faktörler olduğu saptanmıştır. Şöyle ki, oluşturulan model, katılım bankasını kullanım artıkcı müşterilerin cinsiyet (erkek olma), dini yönelim ve katılım bankacılığı hakkında bilgi sahibi olmaları artmaktadır. Diğer bulgu katılım bankası kullanma tutumu artıkcı müşterilerin finansal okuryazarlık düzeyi düşmektedir. Bu bağlamda, yaş, cinsiyet, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılık bilgisi olan bağımsız değişkenlerin katılım banka kullanımı etkilerini araştırmak amacıyla belirlenen hipotez grubunda H4, H7, H8 ve H9 kabul görülmüştür. Diğer yandan, yaş (H5) ve medeni durum (H6) değişkenlerinin katılım bankacılığı kullanımına istatistiksel olarak anlamlı olduğu ifade edilmediğinden hipotezler kabul edilmemiştir.

Çalışma analizinin ikinci kısmında veri seti kadın ve erkek olarak ikiye ayrılmış ve katılım bankacılığını kullanma olasılığını etkileyen faktörler bazında her cinsiyet grubu için ayrı başlıklarla lojistik regresyon analizleri yapılmıştır. Veri seti olarak yaş değişkeni 35 yaş altı ve 35 yaş üstü olarak genç ve yaşlı olmak üzere iki gruba ayrılarak, katılım bankacılığını kullanma olasılığını etkileyen faktörler bazında her yaş grubu için ayrı başlıklarla lojistik regresyon analizleri yapılmıştır.

Erkek örneklemeleri üzerinde yine, yaş, medeni durum, finansal okuryazarlık, dini yönelim, katılım bankacılığı ürün ve hizmet bilgisi değişkenlerinin katılım bankacılığı kullanımını anlamlı şekilde tahminlemediği görülmüştür. Diğer taraftan, kadın örnekleme üzerinde katılım bankacılığını kullanma modeli anlamlı sonuç vermiştir. Bu bağlamda, kadın müşterilerin katılım bankacılığı ile ilgili bilgiye sahip olma ve dini yönelim değişkenlerinin katılım bankacılığı kullanımını pozitif yönde etkileyen

faktörler olduğu saptanmıştır. Şöyle ki, kadın müşterilerin katılım bankacılığıyla ilgili bilgi sahibi olmaları ve dini yönelim düzeyi artıkça katılım bankacılığını kullanımı artmaktadır. Ancak, kadın bireyler için; yaş, medeni durum, finansal okuryazarlık değişkenlerin katılım bankacılığı kullanımı üzerinde etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Yaş değişkenini 35 yaş altı genç grubun üzerinde gerçekleştirilen lojistik regresyon analiz modeli anlamlı bulunmamıştır. Şöyle ki, 35 yaş altı müşterilerin dini yönelim, katılım bankacılığı, yaş, finansal okuryazarlık ve katılım bankacılık ürün ve hizmet bilgileri değişkenlerinin hiçbirinin katılım bankacılığını kullanma olasılığının tahminlenmediği görülmüştür.

Yaş değişkenini 35 yaş üstü olarak belirlenen yaşlı grubun katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahibi olma değişkeniyle pozitif yönde etkileyen faktörler olduğu bulunmuştur. Bununla paralel olarak, yaşlı grubun katılım bankacılığı ile ilgili bilgi sahibi olma değişkeniyle negatif yönde marjinal seviyede anlamlı olduğu bulunmuştur. Ayrıca, gerçekleşen lojistik regresyon analiz modelinde 35 yaş üstü olarak ayırdığımız yaşlı gruba göre; cinsiyet, medeni durum ve dini yönelim bağımsız değişkenlerinin katılım bankacılığı kullanımı üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna varılmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma katılım bankacılığını kullanan müşterilerin artırılmasını ve hizmet kalitesinin çeşitlendirilmesini isteyen banka yöneticilerine pratik bilgiler sunmaktadır. Türkiye’de ticari ve katılım bankacılığını kullanan müşterilerin katılım bankacılığını tercih etme sebepleri, demografik değişkenler (yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, medeni durum ve eğitim durumu), finansal okuryazarlık ve dini yönelim düzeylerinin katılım bankacılığı kullanımına etkileri araştırılarak literatüre katkı yapılacağı düşünülmüştür.

Bu araştırmanın birtakım sınırlıkları da bulunmaktadır. Araştırma sadece Ankara’nın Çankaya ilçesindeki 2 ticari ve 2 katılım bankası müşterileri üzerinde yapılmıştır. Bu durum çalışmanın genelleştirilebilmesini sınırlandırır. Gelecek çalışmalar Türkiye’nin farklı illerini de kapsayacak şekilde genişletilebilir. Öte yandan veri toplama yöntemi

olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemine ait sınırlılıkla bu çalışma için de geçerlidir.



KAYNAKÇA

- Adıgüzel, A. (2014). *Üniversite gençliğinde dini yöneliminin sosyolojik açıdan incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Adil, B. (2011). *Katılım bankalarında verilen hizmet içi eğitimin personel algısına etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akhan, A. (2010). *Katılım bankaları ile mevduat bankalarının müşteri odaklılıklarının karşılaştırılması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Akın, C. (1986). *Faizsiz bankacılık ve kalkınma*. İstanbul: Kayıhan Yayınları.
- Aktepe, İ. E. (2012). *Sorularla katılım bankacılığı*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB).
- Al-Ajmi, J., Abo Hussain, H. & Al-Saleh N. (2009). Clients of conventional and islamic banks in Bahrain: How they choose which bank to patronize. *Intl. J. of Social Econ.* 36(11), 1086-1112.
- Al-Tamimi, H. A. H. & Bin Kalli, A. A. (2009). Financial literacy and investment decisions of uae investors. *Journal of Risk Finance*, 10(5), 500-516.
- Altan, M. (1998). *Modern bankacılık faaliyetleri açısından özel finans kurumlarının değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Amin, H. (2008). Choice criteria for islamic home financing: empirical investigation among malaysian bank customers. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 1(3), 256-274.
- Ansong, A. & Gyensare, M. A. (2012). Determinant of university working students' financial literacy at the university of cape coast, Ghana. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 126-133.
- Arabacı, H. (2015). *Türk katılım bankacılığında fon kullandırma yöntemleri* (Proje Ödevi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.
- Araz, T. (2012). *Financial literacy and credit card arrears* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arslan, İ. (1988). *Türk hukukunda özel finans kurumları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Atabey, G. (2017). *Siyasal katılım ile siyasal yeterlik, toplumsal cinsiyet, sistemi meşrulaştırma ve dini yönelim değişkenlerinin ilişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Atia, J. (1995). Banking in islamic framework. *Islamic Financial Institutions Seminar Proceedings Series*, 27, 23-34.
- Báčová M., Čonková M. & Bričova Z. (2013). Financial literacy of students in Slovak republic. *The 7th International Days of Statistics and Economics*, 19(21), 51-60.
- Başgümüş, A. (1997). *Özel finans kurumlarının sermaye piyasası içindeki yeri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Barmaki, N. (2015). *Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Hacettepe üniversitesi örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Basu, S. (2005). *Financial literacy and the life cycle*. Washington: Financial Planning Association.
- Bayındır, A. (2007). *Ticaret ve faiz*. İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları.
- Bayındır, S. (2005). *İslam hukuku penceresinden faizsiz bankacılık*. İstanbul: Rağbet Yayınları..
- Bayram, S. S. (2010). *Finansal okuryazarlık ve para yönetimi davranışları: Anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Baysa, E. (2015). *Finansal okuryazarlık ve banka müşteri segmentasyonları üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Beal, D. & Delpachitra, S. (2003). Financial literacy among Australian university students. *Economic Papers*, 22(1), 65-78.
- Bilir, A. (2010). *Katılım bankalarında müşteri memnuniyetinin belirlenmesi üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Bireysel Yatırımcı. <http://www.bireyselyatirimci.com>, Erişim tarihi: 15 Aralık 2017.
- Bulut, Ş. (2014). *Müşteri tercihlerinin belirleyicisi olarak ürün ve hizmet kalitesi: Katılım bankaları ile ticari bankaların karşılaştırmalı analizi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Büyüköztürk, Ş. (2015). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Bley, J. & Kuehn, K. (2004). Conventional versus islamic finance: Student knowledge and perception in the united arab emirates. *International Journal of Islamic Financial Services*, 5(4), <http://islamic-finance.net/journals/journal20/vol5no4art2.pdf> adresinden erişildi.
- Byrne, B.M. (2001). Structural equation modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative approaches to testing for the factorial validity of a measuring instrument. *International Journal of Testing*, 1(1), 55- 86.
- Calcagno, R. & Monticone, C. (2011). Financial literacy and the demand for Financial advice. *Journal of Banking & Finance*, 50, 363-380.
- Canbaz, M. F. (2013). *Katılım bankacılığının Türk bankacılık sistemindeki yeri, çalışma şekli, enstrümanları ve performans analizi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kırklareli.
- Chen, H. & Volpe, R. P. (2002). Gender differences in personal financial literacy Amaong college students. *Financial Service Review*, Pages 289-307.
- Cirhinlioğlu, F. G. (2006). *Üniversite öğrencilerinde utanç eğilimi, dini yönelimler, benlik kurguları ve psikolojik iyilik hali arasındaki ilişkiler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Cleek., G. & Pearson T. A. (1985). Perceived causes of divorce: An analysis of Interrelationships. *Journal of Marriage and Family*, 47(1), 179.
- Cude, B. & Lyons, A. (2006). College students and financial literacy: What they know and what we need to learn. *Eastern Family Economics and Resource Management Association*.
- Çam, A. V. & Barut, A. (2015). Finansal okuryazarlık düzeyi ve davranışları: Gümüşhane üniversitesi önlisans öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(7), 63-72.
- Çobankaya, F. T. (2014). *Katılım bankalarının Türkiye'deki farkındalık düzeyinin tespiti: Batı akdeniz bölgesinde bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Çokluk, Ö. (2010). Lojistik regresyon analizi: Kavram ve uygulama. *Kavram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3), 1357-1407.
- Dağdelen, T. (2017). *Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ve aydın ilindeki serbest muhasebeci mali müşavirler üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış

yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

- Danes, S. M. & Hira, T. K. (1987). Money management knowledge of college students. *Journal of Student Financial Aid*, 17(1), 3-16.
- Darçın, A. C. (2007). *Özel finans kurumlarının katılım bankalarına dönüşümünün sebepleri ve sonuçları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dinç, A. (2007). *Ergenlerde anne-baba tutumları ve dini yönelim* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dusuki, A. W. & Abdullah, N. I. (2007). Why do malaysian customers patronise islamic banks, *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142-160.
- Döndüren, H. (1988). *Çağdaş ekonomik problemlere islâmî yaklaşımlar*. İstanbul: İklim Yayınları.
- Döndüren, H. (2008). Osmanlı tarihinde bazı faizsiz kredi uygulamaları ve modern Türkiye’de faizsiz bankacılık tecrübesi. T.C. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(1), 1-24.
- Ece, N. (2011). Dünyada ve Türk bankacılık sektöründe islam bankalarının gelişimi. *Akademik Bakış Dergisi*, 25, 1-17.
- Eken, M. F. (2005). *Faizsiz bankacılık modelleri ve Türkiye uygulamaları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Erdoğan, E. (2014). *Tanrı algısı, dini yönelim biçimleri ve dindarlığın psikolojik dayanıklılıkla ilişkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğan, D. (2011), *Katılım bankacılığı ve Türk ekonomisine katkıları*. (Yüksek lisans projesi). Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Ergün, B., Şahin, A. ve Ergin, E. (2014). Finansal okuryazarlık: işletme bölümü öğrencileri üzerine bir çalışma. *The Journal of International Social Research*, 7(34), 847-863.
- Erol C. & El-Bdour R. (1989). Attitude, behavior and patronage factors of bank customers towards islamic banks. *Intl. J. of Bank Marketing*. 7(6), 31-37.
- Erol C., Kaynak E. & El-Bdour R (1990). Conventional and islamic bank: patronage behavior of jordanian customers. *Intl. J. of Bank Marketing*, 8(5), 25-35.

- Eskici, M. M. (2007). *Türkiye’de katılım bankacılığı uygulaması ve katılım bankalarının müşteri özellikleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta.
- Fidancı, H. A. (2011). *Katılım bankalarının Türkiye’deki gelişimi ve katılım bankalarında müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Finansal Okuryazarlık ve Erişim Derneği. <http://www.fo-der.org/edit-post/>, Erişim tarihi: 08 Aralık 2017.
- Gait, A. H. (2009). The impact of demographic variables on libyan retail consumers’attitudes towards islamic methods of finance. *Islamic Economic Studies*, 17(1).
- Gerrad, P. & Cunningham, J. B. (1997). Islamic banking: A studying singapore, *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 204 – 216.
- Gökalp, M. F. ve Güngör, T. (1993). *İslam toplumunun ekonomik yapısı*, İstanbul: Fey Vakfı Yayınları.
- Gökmen. H. (2012). *Finansal okuryazarlık*. İstanbul: Hiperlik Yayınları.
- Gören. İ. (2017). *Katılım bankalarının finans sektörü üzerinde yeri ve katılım bankalarına yönelik müşteri algısı üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gül, A.R. (2005). Faizsiz bankacılığın dini temeli açısından mudarabe ile selef yöntemlerinin mukayesesi, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XLVI, (1), 43-83.
- Güler, E. (2015). Hanehalkının finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Sakarya ili örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Gren, S. B., Salkind, N. J. & Akey, T. M. (2000). *Using spss for windows analyzing and understanding data*. New Jersey: Prentice Hall.
- Haron, S., Ahmad, N. & Planisek, S. L. (1994). Bank patronage factors of muslim and non-muslim customers. *International Journal of Bank Marketing*, 12(1), 32–40.
- Haron, S. & Azmi W.N.M. (2008). Determinants of Islamic and conventional deposits in the Malaysian banking system. *Man. Finance*. 34(9), 618-643.
- Hassan, S. M. (2004). Issues in the regulation of Islamic banking (case of Sudan), *Research and Studies Series Issued by Bank of Sudan*, 5, 11.

- Hasan, S. A., Subhani, M. I., Osman, M. & Others. (2012). Consumer criteria for the selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/40384/> adresinden erişildi.
- Hegazy, Ibrahim A. (1995). An empirical comparative study between islamic and commercial banks' selection criteria in Egypt. *International Journal of Commerce and Management*. 5(3), 46-61.
- Imtiaz, N., Murtaza, A., Abaas, M. A. & Hayat, K. (2013). Factors affecting the individual's behavior towards islamic banking in Pakistan: An empirical study. [http://www.erint.savap.org.pk/PDF/Vol.1\(2\)/ERInt.2013\(1.2-11\).pdf](http://www.erint.savap.org.pk/PDF/Vol.1(2)/ERInt.2013(1.2-11).pdf) adresinden erişildi.
- İnce, F. (2009). *Gençlerde dini yönelim ve kişilik* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İqbal, M. & Molyneux, P. (2005). *Thirty years of Islamic banking: history, performance and prospects*. London: Palgrave Macmillan.
- Jang, K., Hahn J. & Park, H. J. (2014). Comparison of financial literacy between Korean and U.S. High school students. *International Review Of Economics Education*, 16, 22-38.
- Janor, H., Yakob, R., Hashim, N., & Wel, Ch. (2016). Financial literacy and investment decisions in Malaysia and United Kingdom: A comparative analysis, *Malaysian Journal of Society and Space*, 12(2), 106-118.
- Kaçmaz, A. (2009). *Katılım bankalarının 2005-2008 yılları arasında Türk bankacılık sektöründeki gelişimi* (Yayımlanmamış yüksek lisans projesi). Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaderli, Y., Gümüş, U. T. & Eskici, Y. (2016). Seçilmiş ülke örnekleriyle finansal okuryazarlığın önemi ve tasarruflar üzerindeki etkileri. *Leges Hukuk Dergisi*, 7(73-75), 85-122.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kara, M. (2006). *Katılım bankalarında personel eğitimi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Karaca, S. S. ve Baysa, E. (2016). *Finansal okuryazarlık ve banka müşteri segmentasyonları üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Karapınar, A. (2003). *Özel finans kurumları ve muhasebe uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.

- Kaytancı, B. G., Ergeç, E. H. ve Toprak, M. (2013). Katılım bankası müşterilerinde bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik memnuniyet: Türkiye örneği, *Avrasya Ekonomileri Uluslararası Konferansı*, ss. 801-811.
- Kılınç, Ö. F. (2014). *Türkiye’de katılım bankacılığı ve müşteri tercih kriterleri üzerine bir uygulama: Isparta ili örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Keown, L. A. (2011). The financial knowledge of Canadians, component of statistics Canada catalogue no. *Canadian Social Trends*, March 8.
- Kennington C., Hill J. & Rakowska A. (1996). Consumer Selection Criteria for Banks in Polland. *The International Journal of Bank Marketing Bradford*, 14(4), 12-21.
- Koç, M. (2010). Demografik özellikler ile dindarlık arasındaki ilişki: Yetişkinler üzerine ampirik bir araştırma, *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 19(2), 217-248.
- Kurnaz, M. (2015). *İlk yetişkinlerde dini yönelim-mutluluk ilişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta.
- Lee, K. & Ullah, S. (2011). Customers’ attitude toward Islamic Banking in Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(2), 131-145.
- Lusardi, A. (2008). Household saving behavior: the role of financial literacy, *Information, and Financial Education Programs*, <http://www.Nber.Org/Papers/W13824>
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare ? . *Working Paper*, 13750.
- Marimuthu, M., Chan, W. J., Lim, P. G., Low, P. M. & Tan, Y. P. (2010). Islamic banking: selection criteria and implications, *Global Journal of Human Social Science*, 10(4:1), 52-62.
- Metawa, Saad A. & Almossawi, M. (1998). Banking behaviour of islamic bank customers: Perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.
- Metin Camgöz, S. (2009). *Kişilik özellikleri ile finansal performans arasındaki ilişkiler: A-tipi yatırım fonu yöneticileri üzerinde bir değerlendirme* (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Meydan, C. H., Şeşen, H., (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi – AMOS Uygulamaları, Ankara:Detay Yayıncılık.

- Milham, A. S. (1989). *Beyu'l-murâbaha ve tatbîkatuhâ fi'-mesârifi' Islâmiyye*. Amman.
- Murphy, J. L. (2013). Psychosocial factors and financial literacy. *Social Security Bulletin*, 73(1), 73-81.
- Mutlu, M. & Er, B. (2017). Financial inclusion and islamic finance: A survey of islamic financial literacy index, *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2).
- Naser, K., Jamal, A. & Al-Khatib, K. (1999). Islamic banking: A study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), 135-151.
- Noctor, M., Stoney, S. & Stradling, R. (1992). *Financial literacy: A discussion of concepts and competencies of financial literacy and opportunities for its introduction into young people's learning*, London: National Foundation for Education Research.
- Othman, A. & Owen, L. (2012). Adopting and measuring customer service quality (sq) in ıslamic banks: A case study in Kuwait finance house, *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1-26.
- Okumus, H. S. & Genc, E. G. (2013). Interest free banking in Turkey: A study of customer satisfaction and bank selection. *European Scientific Journal*, 9(16).
- Omer H. (1992). *The imlication of islamic beliefs and practice on islamic financial institutions in the UK*. (Phd dissertation). Loughborough University, Loughborough.
- Özbay, F. (2014). *Katılım bankacılığı ve Türkiye'deki uygulamaları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gediz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Özen, E. ve Kaya, Z. (2015, Ekim 21-24). Finansal okuryazarlık seviyesinin ölçülmesi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. 19. *Finans Sempozyumu*. Çorum.
- Özgür, E. (2007). *Katılım bankalarının finansal etkinliği ve mevduat bankaları ile rekabet edebilirliği* (Yayımlanmamış doktora tezi). Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Afyonkarahisar.
- Özkan, H. (2012). *Katılım bankacılığının klasik bankalarla karşılaştırılması ve muhasebe uygulamaları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Özsoy, İ. (2011). *Türkiye'de katılım bankacılığı*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB).

- Özsoy, İ., Görmez, B. ve Mekik, S. (2013). Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: Ampirik bir tetkik. *Yönetim ve Ekonomi*, 20(1), 188-206.
- Özsoy, İ. (2012, Ekim 1-2). Vatikan islami finansı öneriyor; islami finans neyi öneriyor?. *II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu*. İstanbul.
- Öztop, F. (2006). *Özel finans kurumlarının vergilendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özulucan, A. ve Özdemir, F. S. (2010). *Katılım bankacılığı*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Özulucan, A. ve Deran, A. (2009). Katılım bankacılığı ile geleneksel bankaların bankacılık hizmetleri ve muhasebe uygulamaları açısından karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 85-108.
- Pamuk, Ş. (1988). *100 soruda Osmanlı-Türkiye iktisadi tarihi*, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Pekcan, M. (2006). *Katılım bankacılığı faaliyetleri ve muhasebe sistemi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Ramadan, Z. S. (2013). Jordanian criteria for Islamic banks selection. Evidence from the Jordanian banking sector. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(3), 139–145.
- Rooij, M. V., Lusardi, A. & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449-472.
- Richards, P. S. (1991). Religious devoutness in college students: Relations with emotional adjustment and psychological separation from parents. *Journal of Counseling Psychology*, 38(2), 189-196.
- Rustam, S., Bibi, S., Zaman, K., Rusram, A. & Zahid, U. H. (2011). Perceptions of corporate customers towards islamic banking products and services in Pakistan. *The Romanian Economic Journal*, XIV(41), 107-123.
- Sağlam, D. (1976). *Türkiye ekonomisi*, Ankara: Sanem Matbaası.
- Salsman, J. & Carlson, C. (2004). Dinî yönelim, olgun iman ve psikolojik rahatsızlıklar: Negatif ve pozitif ilişkiler. *Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 26(1), 119-131.
- Sarı, B. (2010). *Türkiye’de faizsiz bankacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve banka tercihleri üzerine bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticari Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Saroglou, V. (2000). Gençlerin dinleri ve kişilikleri: Belçika’da yapılan yeni incelemeler. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*. (V. Uysal, Çev.), 19, 123-144.
- Satoğlu, S. (2014). *Bireysel yatırımcıları koruma aracı olarak finansal okuryazarlık ve Türkiye uygulaması* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Soma, A. M., Priminiana I., Wiryono, S. K., Febrian, E. (2017). Religiosity and Islamic banking product decision: Survey on Employees of pt Telekomunikasi Indonesia, *Etikonomi*, 16(1), 25-42.
- Ser, N. A. bt T., Nursyafira, F. N. & Sundram, V. P. K. (2014). Determinants of attitude towards Islamic financing among halal-certified micro and SMEs. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2540610 adresinden erişildi.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2012). *Türkiye finansal yeterlilik araştırması*. Sonuç Raporu. [Http://Www.Spk.Gov.Tr/Duyurugoster.aspx?Aid=20121116&Subid=0&Ct=F](http://www.spk.gov.tr/Duyurugoster.aspx?Aid=20121116&Subid=0&Ct=F), (07.08.2015).
- Şimşek, B. (2006). *Katılım bankalarında hizmet kalitesinin ölçülmesi ve örnek bir Uygulama* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sohn, S., Hee, J., So-Hyun, G., John, L., Seonglim & KIM, M. (2012). Adolescents’ financial literacy: The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among south Korean youth. *Journal of Adolescence*, 35, 969-980.
- Wakhid, S. C. & Efrita, S. (2007). Adapting islamic banks’ carter model: An empirical study in riau’s syariah banks, Indonesia. *Proceeding Pesat*, 2, 120-127.
- Tabakoğlu, A. (2008). *İslam iktisadına giriş*. İstanbul: Dergah Yayınları.
- Takan, M. (2002). *Bankacılık teori, uygulama ve yöntemi*, Ankara: Nobel Kitabevi.
- Tanyolaç, C. (2015). *Menkul kıymet yatırımcılarının demografik özelliklerinin incelenmesi: Türkiye üzerinde bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Entisütüsü, Ankara.
- Tekbaş, M. Ş. (2013). İslami finans kavramı, ürünler, dünyada ve Türkiye’de gelişimi ve geleceği. http://serpam.istanbul.edu.tr/wp-content/uploads/2012/09/İslami_Finans.pdf adresinden erişildi.
- Temizel, A. (2010). *Mavi yakalılarda finansal okuryazarlık*. İstanbul: Beta Kitapevi.

- Temizel, F. ve Bayram, F. (2011). Finansal okuryazarlık: Anadolu üniversitesi iktisadiidari bilimler fakültesi (İİBF) öğrencilerine yönelik bir araştırma, *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1), 73-86.
- Thomas, R. M. (1998). Conducting educational research: A comparative view. *West Port, Conn: Bergin &Garvey*.
- TKBB. (2010). *Türkiye Katılım Bankaları Birliği Dergisi*, 28–33.
- Türkmenoğlu R. E. (2007). *Katılım bankacılığı ve Türkiye'deki finansal yapı* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Toraman C., Ata H. A., Bagan Fatih M. (2015), İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik müşteri algısı üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences Dergisi*, 14(4), 761-779.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. <http://www.tkbb.org.tr/>, Erişim tarihi: 04 Kasım 2017.
- Usman, H. (2015). The role of religious norms on selecting the islamic bank. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 7(1), 31-44.
- Uysal, V. (1996). İslam dindarlık ölçeği üzerine bir pilot çalışma. *Journal of Islamic Research*, 8(3-4), 263- 271.
- Uysal, V. (2006). *Geleneksellik-çağdaşlık bağlamında Türkiye'de dindarlık ve kadın*. İstanbul: D.E.M. Yayınları.
- Wan Ahmad, W. M., Ab Rahman, A., Ali, N. A. & Che Seman, A. (2008). Religiosity and banking selection criteria among malays in Lembah Klang. *Shariah Journa*, 16(2), 279-304.
- Worthington, A. C. (2006). Predicting financial literacy in Australia. *Financial Services Review*, 15(1), 59–79.
- Yakar, S., Kandır, S. Y., Önal, Y. B. (2013). Yeni bir finansman aracı olarak sukuk-kira sertifikası ve vergisel boyutunun incelenmesi. *Bankacılar Dergisi*, 84, 72-94.
- Yayar, R., Baykara, H. V. (2012). TOPSIS yöntemi ile katılım bankalarının etkinliği ve verimliliği üzerine bir uygulama. *Business and Economics Research Journal*, 3(4). www.berjournal.com.
- Yazman, İ. (1964). Mecelle hukukunda selem akdi, *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 281-30.

- Yıldız, M. (2006). Dinsel yönelim biçimleri ve bazı demografik değişkenler açısından üniversite öğrencilerinin benlik tasarımları üzerine bir araştırma, *İslam Araştırmalar Dergisi*, 19(3), 501-510.
- Yılmaz, O. N. (2010). *Faizsiz bankacılık ilkeleri ve katılım bankacılığı*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB).
- Yılmaz, H. N. (2010). *Türkiye’de katılım bankaları alanında yaşanan gelişmeler ve katılım bankalarında müşteri memnuniyeti: Türkiye finans katılım bankası örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Yrysbayev, Z. (2009). *Komünizm sonrası kazak gençlerin dini yönelimleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yüce, F. (2009). *Gençlerde dini yönelim ve kişilik* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Zainuddin, Y., Jahya, N. & Ramayah, T. (2004). Perception of islamic banking: does it differ among users and non-users, *Jurnal Manajement and Bisnis*, 6(3), 221-232.

EK 1. ORJİNALLİK RAPORU

 HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İŞLETME ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA
Tarih: 02/07/2018
Tez Başlığı : KATILIM (İSLAMİ) BANKALARI VE TİCARİ BANKALARDA MÜŞTERİ TERCİHLERİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 101 sayfalık kısmına ilişkin, 02/07/2018 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %13'tür. Uygulanan filtrelemeler: 1- ☒ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç 2- ☒ Kaynakça hariç 3- ☐ Alıntılar hariç 4- ☒ Alıntılar dâhil 5- ☒ 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.  02/07/2018 Adı Soyadı: Orxan Nadirov Öğrenci No: N11117846 Anabilim Dalı: İşletme Anabilim Dalı Programı: Muhasebe-Finans Tezli Yüksel Lisans
<u>DANIŞMAN ONAYI</u> UYGUNDUR.  Doç. Dr. Selin Metin Camgöz

EK 2. ETİK KURUL ONAY YAZISI



**T.C.
HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ**
Rektörlük

Sayı : 35853172/ **433-1310** 06 Nisan 2017

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi: 13.03.2017 tarih ve 1762 sayılı yazınız.

Enstitünüz İşletme Anabilim Dalı (Muhasebe-Finans) yüksek lisans programı öğrencilerinden **Orxan NADIROV**'un **Prof. Dr. Mehmet BAHA KARAN** ve **Doç. Dr. Selin METİN CAMGÖZ** danışmanlığında yürüttüğü **"Katılım (İslami) Bankaları ve Ticari Bankalarda Müşteri Tercihleri: Türkiye ve Azerbaycan Üzerine Bir Araştırma"** başlıklı tez çalışması, Üniversitemiz Senatosu Etik Komisyonunun **28 Mart 2017** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan uygun bulunmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.


Prof. Dr. Rahime M. NOHUTCU
 Rektör a.
 Rektör Yardımcısı

*"Çap. İşlevine
a.d.d. yazılı bildirilim
10-04-2017"*

Hacettepe Üniversitesi Rektörlük 06100 Sıhhiye-Ankara
 Telefon: 0 (312) 305 3001 - 3002 • Faks: 0 (312) 311 9992
 E-posta: yazimd@hacettepe.edu.tr • www.hacettepe.edu.tr

Ayrıntılı Bilgi için:
 Yazı İşleri Müdürlüğü
 0 (312) 305 1008



EK 3. ANKET FORMU

İşletme Bölümü
Hacettepe Üniversitesi
Ankara, Türkiye

Değerli Katılımcı,

Aşağıda sunulan anket, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü Muhasebe ve Finans Anabilim Dalı bünyesinde Prof. Dr. Mehmet Baha KARAN'ın danışmanlığında yürütülen **"Katılım (İslami) Bankaları ve Ticari Bankalarda Müşteri Tercihleri: Türkiye Üzerine Bir Araştırma"** başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında veri desteği sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmanın amacı, katılım bankası ve ticari banka müşterilerinin katılım bankacılığı hakkında bilgi ve tercih sebepleri saptanacaktır. Bu bağlamda, sizden anket sorularına eksiksiz ve doğru bir biçimde cevap vermenizi rica ederim.

Araştırmaya veri sağlamanızda, sizin açınızdan güvenlik konusunda herhangi bir risk bulunmamaktadır. Anket sorularını cevaplandırarak vereceğiniz bilgiler güvenli bir ortamda değerlendirilecek ve bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır. Doldurduğunuz Form Hacettepe Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan izin alınmıştır.

Ek olarak, İpod çekilişine katılmak istiyorsanız anket'in sonunda bulunan bazı bilgileri doldurmanızı rica ederim.

Değerli yardım ve katkılarınız için şimdiden çok teşekkür eder, işlerinizde başarılar ve esenlikler dilerim.

Saygılarımla

Orxan NADIROV

0 543 543 3993

onadirov@hacettepe.edu.tr
orxannnnn@gmail.com

BÖLÜM A: Demografik Bilgiler

Lütfen demografik özelliklerinizle ilgili fikir edinmemiz için aşağıdaki seçenekleri size uygun olarak işaretleyiniz.

1. **Cinsiyet** ☐ Erkek ☐ Kadın
2. **Yaşınız:**
 - ☐ 20 Yaş Altı
 - ☐ 20-35
 - ☐ 36-50
 - ☐ 51-65
 - ☐ 65 Yaş Üstü
3. **Medeni Durumunuz:**
 - ☐ Evli
 - ☐ Bekar
 - ☐ Dul/Boşanmış
 - ☐ Cevap Yok
4. **Din:** ☐ İslam ☐ Diğer ☐ Cevap Yok
5. **Dini vecibelerinizi yerine getirdiğinizi düşünüyor musunuz?**
 - ☐ Tamamıyla getiriyorum
 - ☐ Kısmi yerine getiriyorum
 - ☐ Hiç getirmiyorum
6. **Öğrenim Durumu:**
 - ☐ İlköğretim
 - ☐ Lise
 - ☐ Üniversite
 - ☐ Yüksek lisans/Doktora
7. **Çalışma Şekli:**
 - ☐ Ücretli Kamu
 - ☐ Ücretli Özel
 - ☐ Serbest Meslek
 - ☐ Ev Hanımı
 - ☐ Öğrenci
 - ☐ Diğer. Lütfen Belirtiniz _____
8. **İşyeri Faaliyet Konusu:**
 - ☐ Sanayi (üretim)
 - ☐ Ticaret (Alım Satım)
 - ☐ Gıda (Lokanta, büfe, pastane vb.)
 - ☐ Hizmet (Banka, turizm vb.)
 - ☐ Eğitim
 - ☐ İnşaat
 - ☐ Diğer. Lütfen Belirtiniz _____
9. **Kaç yıldır aynı işi yapmaktasınız?**
 - ☐ 5 yıldan az
 - ☐ 5-9 yıl
 - ☐ 10-14 yıl
 - ☐ 15-20 yıl
 - ☐ 20 yıldan fazla
 - ☐ Yok

10. Pozisyon:

☐ Üst Yönetici ☐ Orta-Kademi Yöneticisi ☐ İlk Kademe Amiri

☐ Diğer. Lütfen Belirtiniz _____

11. Aylık gelir:

- ☐ 1000-3000 TL
☐ 3000-5000 TL
☐ 5000-10000 TL
☐ 10000 TL'den fazla
☐ Yok

BÖLÜM B: Genel Finansal Bilgiler (Finansal Okuryazarlık)

- 12. Vadeli mevduat hesabınızda 100 TL olduğunu ve yıllık faiz oranın %2 olduğunu farzediniz. Parayı hesabınızda tuttuğunuz takdirde, 1 yıl sonra ne kadar paranız olacağını düşünüyorsunuz?**
- a. 102 TL'den fazla
b. Tam 102 TL
c. 102 TL'den az
d. Bilmiyorum.
- 13. Vadeli mevduat hesabınızda 100 TL olduğunu, paranızı yıllık %20 faiz ile tuttuğunuzu ve hesabınızdan hiç para ya da faiz ödemesi çekmediğinizi farzediniz. 5 yıl sonra bu hesapta toplam kaç para olacağını düşünüyorsunuz?**
- a. 200 TL'den fazla
b. Tam 200 TL
c. 200 TL'den az
d. Bilmiyorum
- 14. Vadeli mevduat hesabınızın yıllık faiz oranının %1 ve yıllık enflasyonun %2 olduğunu farzediniz. 1 yıl sonra, bu hesaptaki parayla ne kadar harcama yapabileceğinizi düşünüyorsunuz?**
- a. Bugünden fazla
b. Tamamen aynı
c. Bugünden az
d. Bilmiyorum
- 15. Bir arkadaşınıza bugün 10000 TL miras kalmıştır. Aynı arkadaşınızın kardeşine bugünden 3 yıl sonra 10000 TL miras kalacağını farzediniz. Miras nedeniyle hangisi daha zengin olacaktır?**
- a. Arkadaşım
b. Onun kardeşi
c. İkisi eşit olarak zengindir
d. Bilmiyorum
- 16. 2017 yılında, gelirinizin ve herşeyin fiyatının iki katına çıktığını farzediniz. 2017 yılında, gelirinize ne kadar harcama yapabileceğinizi düşünüyorsunuz?**
- a. Bugünden fazla
b. Tamamen aynı

- c. Bugünden az
d. Bilmiyorum
17. Aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur? Bir kişi herhangi bir firmanın hisse senedini alırsa;
a. O kişi firmanın bir kısmına sahip olur
b. O kişi firmaya borç vermiş olur
c. O kişi firmanın borçlarından sorumludur
d. Yukarıdakilerden hiçbiri
e. Bilmiyorum
18. Eğer bir yatırımcı parasını hisse senedi, döviz, altın vs. gibi varlıklara dağıtırsa, parayı kaybetme ihtimali;
a. Artar
b. Azalır
c. Aynı kalır
d. Bilmiyorum

BÖLÜM C: Diğer Bankalarla Çalışmanızın Nedenleri

Lütfen diğer bankalar ile de çalışıyor olmanızın nedenleri hakkında size uygun olan seçenek ,ile ilgili kutucuğu işaretleyiniz.

Katılım Bankası müşterisi misiniz?

☐ Evet

☐ Hayır

Yukardaki soruya 'hayır' cevabını verenler tarafından cevaplandırılacaktır.

1	2	3	4	5
Hiç Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum

	1	2	3	4	5
19. Katılım bankalarında, diğer bankalarda verilen hizmetlerin bazıları sağlanmıyor.					
20. Katılım Bankaları yeterli ve yaygın şube ağına sahip değildirler.					
21. Katılım Bankalarından hızlı ve etkin hizmet alınamamaktadır.					
22. Katılım bankalarında çalışan personelde bilgi eksikliği vardır.					
23. Katılım Bankalarında kısa vadeli yatırım yapma olanağı sınırlıdır.					

24. Katılım bankalarındaki kredi oranları piyasaya göre yüksektir.					
25. Katılım Bankalarında yapılan işlemlerden alınan masraf ve komisyonlar yüksektir.					
26. Katılım Bankalarında hazine bonosu, devlet tahvili gibi sabit getiri sağlayan bir enstrümana (SUKUK) yatırım yapma olanağı yoktur.					
27. Katılım Bankalarına ait kredi kartlarını kullanmak avantajlı değildir.					
28. Faizsiz bankacılığa karşıyım.					

BÖLÜM D: Katılım Bankalarının Ürün ve Hizmetleri Hakkında

Lütfen aşağıdaki seçeneklerden size uygun olan seçenek ile ilgili kutucuğu işaretleyiniz.

1	2	3	4	5
Hiç bir fikrim yok	Çok az bilgim var	Kararsızım	Biraz bilgi sahibiyim	Yeterli bilgi sahibiyim

	1	2	3	4	5
29. Katılım Bankaları'nın prensipleri ve işleyişi hakkında bilgi sahibi misiniz?					
30. Katılım Bankaları'nın kredi kullandırım işlemlerinde uygulamış olduğu 'Murabaha' yöntemi hakkında bilgi sahibi misiniz?					
31. Katılım Bankaları'nın mevduat toplama işlemlerinde uygulamış olduğu 'Mudaraba' yöntemi hakkında bilgi sahibi misiniz?					
32. Katılım Bankaları'nın mevduat toplama işlemlerinde uygulamış olduğu 'SUKUK' yöntemi hakkında bilgi sahibi misiniz?					
33. Katılım Bankaları'ndaki gerçek kişilere ait cari ve katılım hesaplarının 100.000 TL'lik kısmının mevduat güvencesi kapsamında olduğu hakkında bilgi sahibi misiniz?					

BÖLÜM E: Sizce Katılım Bankalarını Tercih Sebepleri Nelerdir?

Lütfen aşağıdaki seçeneklerden size uygun olan seçenek ile ilgili kutucuğu işaretleyiniz.

1	2	3	4	5
Hiç Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum

	1	2	3	4	5
34. Dini Nedenler					
35. Faiz kavramından tamamıyla uzak kurumlar olmaları					
36. Dağıtılan yüksek kar payı					
37. Cari ve Katılım hesaplarının mevduat güvencesi kapsamında olması					
38. Hem dini inanç, hem de yüksek kar payı dağıtılması					
39. Yakın çevre tavsiyesi					
40. Krize karşı daha dayanıklı olması					
41. Kurumun reklamı ve imajı					
42. İşlemlerin tamamlanmasındaki hız ve etkinlik					
43. Masrafların düşük olması					
44. Uygun oranlarda kredi imkanlarının mevcudiyeti					
45. Döviz alım-satım işlemlerinde piyasaya göre kur avantajı					
46. Hizmetlerde çeşitlilik					
47. Diğer bankalarda alınan hizmetlerin faizsiz bankacılık kurallarına uygun olarak bu kurumlardan da alınabilmesi					
48. Şube çalışanlarınca sağlanan finansal danışmanlık					
49. Personelin yakın ilgisi					
50. Şubenin iş yerine ya da eve yakın olması					
51. Şube içindeki konforun iyi olması					

BÖLÜM F: Banka Müşterilerinin Dini Yönelimleri

Lütfen aşağıdaki seçeneklerden size uygun olan seçenek ile ilgili kutucuğu işaretleyiniz.

1	2	3	4	5
Hiç Katılmıyorum	Pek Katılmıyorum	Kararsızım	Biraz Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum

	1	2	3	4	5
52. Dini inançlarımı, hayatımın diğer tüm alanlarına uygulamak için elimden geleni yapmaya çalışırım.					
53. Dini inancın bana sağladığı en büyük yarar hüznün ve talihsizliklerle karşılaştığımda beni rahatlatmasıdır.					
54. Hayata bakışımın temelinde dini inançlarım yatar.					
55. Dua etmemin başlıca nedeni dua etmem gerektiğinin öğretilmesidir.					
56. Dürüst ve ahlaklı bir yaşam sürdürdüğüm sürece, neye inandığım çok fazla önemli değildir.					
57. Şartlar engellemediği sürece; her gün beş vakit namaz kılarım.					
58. Senede bir kere malımın zekâtını veririm.					
59. Şartlar engellemediği sürece; insanın ömründe bir kez hacca gitmesi gerektiğini düşünürüm.					
60. Kendi sosyal ve ekonomik refahımı korumak için zaman zaman dini inançlarımdan ödün vermem gerektiğini düşünürüm.					
61. Dini amaçlı bir gruba katılacak olsam sadece kuran kurslarında ya da toplumsal yardımı amaçlayan dini gruplara katılırdım.					
62. Dindar olmakla birlikte hayatta daha birçok önemli şey olduğuna inanıyorum.					
63. İncamla ilgili kitap okurum.					
64. Dini tefekküre dalmak için zaman ayırmak benim açımdan önemlidir.					
65. Dini bir cemaate üye olmamın bir nedeni toplum içinde bana mevkii kazandırmasıdır.					
66. Çok sık olarak Allah'ın veya kutsal bir varlığın mevcudiyetini güçlü bir şekilde hissedirim.					
67. İbadet etmek bana, mutlu ve huzurlu bir hayat sağlamalıdır.					
68. İnançlı biri olsam bile dinsel düşüncelerimin günlük yaşamımı ve ilişkilerimi etkilemesine izin vermem.					
69. Şartlar engellemediği sürece; Ramazan ayında oruç tutarım.					
70. İbadet yerleri iyi sosyal ilişkiler kurmam açısından önemlidir.					
71. Dine ilgi duymamın başlıca nedeni ibadet yerlerinin bana sıcak bir sosyal ortam sağlamasıdır.					

72. Hayatın anlamıyla ilgili pek çok soruyu cevaplandığı için din benim açımdan özellikle önemlidir					
73. İbadetin en önemli amacı kişiye huzur vermesi ve güven sağlamasıdır.					

Katkılarınızdan dolayı çok teşekkür ederiz....

BÖLÜM G: Çekiliş

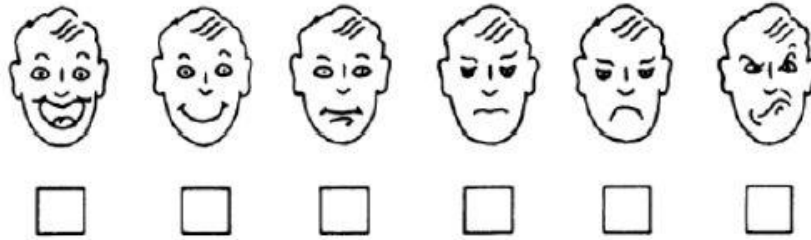
Lütfen çekilişe katılmak için aşağıdaki bilgileri doldurunuz.

1.Cep Tel:

2.Email:

SON BÖLÜM: Anketi doldurduğunuzda kendinizi nasıl hissettiniz?

Lütfen duygularınızı yansıtan aşağıdaki suratçıklardan birini işaretleyiniz.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Orxan NADIROV
Doğum Yeri ve Tarihi : Baku, 27/07/1988

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Hacettepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
Yüksek Lisans Öğrenimi : Hacettepe Üniversitesi, SBE Muhasebe-Finansman Anabilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce, Rusca, Lehçe
Bilimsel Faaliyetleri : -

İş Deneyimi

Stajlar : Deloitte Touche Tohmatsu
Projeler : -
Çalıştığı Kurumlar : İslam Ülkeleri İstatistik, Ekonomik ve Sosyal Araştırma ve Eğitim Merkezi (SESRIC), Proje Kordinatoru

İletişim

E-Posta Adresi : orxannnnn@gmail.com
Tarih : 24/04/2015