

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI

KATILIM BANKACILIĞI FİNANSMAN ÜRÜNLERİ
BİLİNİRLİĞİNİN KATILIM BANKACILIĞI
TERCİHİNE KATKILARI: KÜÇÜK VE ORTA BOY
İŞLETMELERE (KOBİ) YÖNELİK BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ
MUHAMMED TAHA YAZICI

İstanbul
Temmuz-2022

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI

KATILIM BANKACILIĞI FİNANSMAN ÜRÜNLERİ
BİLİNİRLİĞİNİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNE
KATKILARI: KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERE (KOBİ)
YÖNELİK BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MUHAMMED TAHA YAZICI

TEZ DANIŞMANI

DOÇ.DR. GÜLÇİN KAZAN

İstanbul

Temmuz-2022

TEZ ONAYI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Yönetimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Doç. Dr. Gülçin Kazan

Üye Doç. Dr. Özgür Kökalan

Üye Doç. Dr. Tuğçe Uzun Kocamış

Onay

Yukarıda imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Metin TOPRAK

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Katılım Bankacılığı Finansman Ürünleri Bilinirliğinin Katılım Bankacılığı Tercihine Katkıları: Küçük ve Orta Boy İşletmelere (KOBİ) Yönelik Bir Uygulama**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Muhammed Taha YAZICI

ÖN SÖZ

Tez çalışmamın hazırlanmasında desteklerini esirgemeyen başta kıymetli tez danışmanım Doç. Dr. Gülçin Kazan'a, eğitim hayatım boyunca beni destekleyen çok değerli babam Şaban Yazıcı'ya, annem Hatice Yazıcı'ya ve değerli eşim Banu Yazıcı ve biricik kızım Ahsen Sare Yazıcı'ya teşekkürlerimi sunarım.

Türkiye'de katılım bankacılığının öncü isimlerden ve katılım bankacılığı sektöründe çalışmamıza vesile olan merhum Abdullah Tivnikli'ye şükranlarımı sunuyorum.



ÖZET

KATILIM BANKACILIĞI FİNANSMAN ÜRÜNLERİ
BİLİNİRLİĞİNİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNE
KATKILARI: KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELERE (KOBİ)
YÖNELİK BİR UYGULAMA

Muhammed Taha YAZICI

Yüksek Lisans, İşletme

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Gülçin Kazan

Temmuz-2022, 97 Sayfa

Günümüzde KOBİ'ler ülke ekonomilerinin lokomotifi konumundadır. Türkiye'de ticari işletmelerinin büyük bir kısmı KOBİ'lerden oluşmaktadır. Ülke ekonomisi için önemli olan bu işletmeler faizsiz bankacılık ilkeleri ile faaliyet gösteren katılım bankaları için önemli bir hedef kitledir. Bankacılık sektörü içerisindeki pazar payı içerisinde henüz istediği düzeye ulaşamayan katılım bankaları bu alanda istedikleri düzeye ulaşmak için müşterilerine birçok ürün ve hizmet sunmakta ve yeni ürün ve hizmetlerin gelişimi için gayret göstermektedir. Katılım bankaları KOBİ'lerin finansman ihtiyacını giderebilmeleri için faizsiz bankacılık ilkelerine uygun finansman ürünleri sunmaktadır. Katılım bankaları işletmelerin ihtiyacı olan bir malın veya hizmetin finansmanını sağlayabilmekte olup nakit kredi işlemlerini finanse edememektedir. Araştırmamızda katılım bankalarının KOBİ'lere sunmuş olduğu finansman ürünlerinin KOBİ'ler tarafından bilinirliğinin katılım bankası tercihlerine etkisi araştırılmıştır. Katılım bankaları KOBİ'lerin birçok finansman ihtiyacına cevap verebildiği halde finansman ürünlerinin bilinirlik durumu ve bunun katılım bankacılığı tercihine ne derece etki ettiği sorusuna cevap aranmıştır. Anket çalışmasına Aralık 2021 tarihinde başlamış olup Mart 2022 tarihinde tamamlanmıştır. Anket çalışması Türkiye'de faaliyet gösteren bankalarının KOBİ müşterileri ile yapılmıştır. Yapılan ankette toplam 100 anket formu toplanmış olup, anket online olarak işletmelere dağıtılmıştır. Çalışma neticesinde araştırmaya katılan KOBİ'ler katılım bankacılığı finansman ürünlerine hâkim olunması durumunda bu durumun katılım bankacılığı tercihlerini olumlu yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Katılım Bankacılığı, Finansman Ürünleri

ABSTRACT
THE CONTRIBUTIONS OF AWARENESS OF PARTICIPATION
BANKING FINANCE PRODUCTS ON PARTICIPATION
BANKING PREFERENCE: AN APPLICATION FOR SMALL
AND MEDIUM SIZES(SMEs)

Muhammed Taha YAZICI

Master, Business

Thesis Advisor: Doç. Dr. Gülçin Kazan

July-2022 – 97 Pages

Nowadays, SMEs are the locomotive of national economies. Most of the commercial enterprises in Turkey are formed by SMEs. These businesses, which are important for the country's economy, are also an important target group for participation banks operating with interest-free banking principles. Participation banks, which have not yet reached the desired level in the market share in the banking sector, offer many products and services to their customers in order to reach the level they want in this field, and strive for the development of new products and services. Participation banks offer financing products in accordance with the principles of interest-free banking so that SMEs can meet their financing needs. Participation banks can finance a good or service that businesses need, but cannot finance cash loan transactions. In our research, the effect of awareness of financing products offered by participation banks to SMEs on participation bank preferences has been investigated. Although participation banks can meet many financing needs of SMEs, an answer has been sought to the question of the awareness of financing products and how much this affects the choice of participation banking. The survey study started in December 2021 and was completed in March 2022. Our survey was conducted with SME customers of participation banks which are operating in Turkey. In the survey, a total of 100 questionnaire forms were collected and distributed to businesses via online survey. As a result of the study, SMEs participating in the research stated that if participation banking financing products are known, this situation will positively affect their participation banking preferences.

Key Words: SME, Participation Banking, Financing Products

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ	ii
ÖN SÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi
KISALTMALAR LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	3
KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER TANIMI	3
1.1. Dünya’da KOBİ Tanımı.....	3
1.2. ABD KOBİ Tanımı	3
1.3. Avrupa Birliği (AB) KOBİ Tanımı.....	4
1.4. Türkiye’de KOBİ Tanımı.....	4
İKİNCİ BÖLÜM	8
KATILIM BANKACILIĞI TANIMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE HİZMET VE ÜRÜNLERİ	8
2.1. Katılım Bankacılığı	8
2.1.1. Katılım Bankacılığı Tanımı	8
2.1.2. Katılım Bankacılığının Dünyadaki Geçmişi ve Güncel Durumu	8
2.1.3. Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Geçmişi ve Güncel Durumu.....	10
2.2. Katılım Bankacılığı Sisteminde Kullanılan Fon Kullandırma Yöntemleri.....	12
2.2.1. Murabaha	12
2.2.2. Müşareke.....	14
2.2.3. İstisna (Eser Sözleşmesi)	15
2.2.4. Karz-ı Hasen	15

2.2.5. Selem	16
2.2.6. Mudarebe	17
2.2.7. Finansal Kiralama (İcara)	18
2.2.8. Teverruk.....	19
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	22
KATILIM BANKALARININ KOBİ MÜŞTERİLERİNE SUNDUĞU FİNANSMAN ÜRÜNLERİ.....	22
3.1. Tedarikçi Finansmanı.....	22
3.2. İşletme Finansmanı	23
3.3. Leasing (Finansal Kiralama) Finansmanı	24
3.4. Vadeli İhracat Finansmanı (VİF)	26
3.5. İhracat Taahhütlü Finansman.....	27
3.6. Gayrimenkul Finansmanı.....	27
3.7. Araç Finansmanı	27
3.8. Tarım Finansmanı	28
3.9. Eximbank Finansmanı.....	29
3.10. Doğrudan Borçlandırma Sistemi (DBS)	31
3.11. Bayi Kart	32
3.12. Teminat Mektubu	32
3.13. Akreditif	34
3.14. İthalat Finansmanı.....	35
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	36
KATILIM BANKACILIĞI FİNANSMAN ÜRÜNLERİNİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNE KATKILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	36
4.1. Literatür Taraması.....	36
4.2. Araştırmanın Kapsamı	39

4.3. Evren ve Örneklem	39
4.4. Veri Toplama Aracı.....	39
4.5. Veri Analizi	41
4.6. Araştırmanın Hipotezleri.....	41
4.7. Bulgular ve Analiz	43
4.8. Güvenilirlik ve Faktör Analizi	57
BEŞİNCİ BÖLÜM	64
SONUÇ.....	64
KAYNAKÇA	68
EKLER.....	75
ÖZGEÇMİŞ.....	85

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1: AB KOBİ Tanımı	4
Tablo 1.2: Türkiye’de KOBİ Kıstasları	5
Tablo 2.1: Katılım Bankacılığı Kredi Türleri	14
Tablo 3.1: Katılım Bankacılığı Kredi Türleri	30
Tablo 4.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri	44
Tablo 4.2: Katılım Bankalarının KOBİ’ler İçin Sunduğu Finansman Ürünlerinin Bilinirliği.....	45
Tablo 4.3: Katılımcıların Katılım Bankalarını Tercih Etme Düzey Aralık Değerlerinin İfade Ettiği Düzeyler	46
Tablo 4.4: Katılımcıların Katılım Bankalarını Tercih Etme Düzey Aralık	47
Tablo 4.5: Dağılımın Normallığı Testi.....	48
Tablo 4.6: Levene 's Testi Sonuçları	49
Tablo 4.7: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Cinsiyet Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması	50
Tablo 4.8: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Yaş Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması	50
Tablo 4.9: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Eğitim Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması	51
Tablo 4.10: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Faaliyet Sektörü Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması.....	52
Tablo 4.11: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması	53
Tablo 4.12: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin İşletmedeki Pozisyon Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması.....	54

Tablo 4.13: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin İşletmenin Ciroosu Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması.....	55
Tablo 4.14: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Katılım Bankası İle Çalışma Durumu ve Çalışma Süresi Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması	57
Tablo 4.15: Güvenilirlik Analizi	58
Tablo 4.16: Korelasyon Matrisi	58
Tablo 4. 17: Kaiser-Meyer Olkin(KMO) Değerinin Yorumu.....	59
Tablo 4.18: KMO and Bartlett's Test	59
Tablo 4.19: Ortak Varyans	60
Tablo 4.20: Faktör Analizi İle Açıklanan Varyans	60
Tablo 4.21: Dönüşümlü Faktör Yükleri	62
Tablo 4.22: Ölçeğin Alt Boyutları	62

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1: Bankaların KOBİ Kredileri.....	6
Şekil 2.1: Katılım Bankacılığının Bankacılık Sektöründeki Payı.....	11
Şekil 2.2: Murabaha Çalışma Şekli.....	12
Şekil 2.3: Selem İşleyiş Şekli.....	17
Şekil 2.4: İcara'nın İşleyiş Biçimi.....	18
Şekil 2.5: Klasik Teverruk Uygulaması.....	20
Şekil 3.1: Mektup Türleri.....	33
Şekil 3.2: Akreditif İşleyişi.....	34
Şekil 4.1: Ortalama Dağılım.....	47
Şekil 4.2: Serpilme Diyagramı.....	61

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BSMV	: Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
DBS	: Doğrudan Borçlandırma Sistemi
DİP	: Devam Eden İnşaat Projesi
GES	: Güneş Enerji Santrali
IDB	: İslam Kalkınma Bankası
KGF	: Kredi Garanti Fonu
KKDF	: Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu
KMO	: Kaiser-Meyer Olkin
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi
SBA	: ABD Küçük İşletmeler İdaresi
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TKBB	: Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TFS	: Tedarikçi Finansmanı
VİF	: Vadeli İhracat Finansmanı

GİRİŞ

Günümüzde bankacılık sistemi finansal sistemin en büyük yapıtaşı olması sebebiyle ülkeler için önemli hale gelmiştir. Faizsiz bankacılık prensipleriyle faaliyet gösteren katılım bankaları da finansal sistem içerisinde her geçen gün büyümekte ve gelişmektedir. Dünya’da ve ülkemizde faizsiz bankacılık ilkeleri ile çalışan katılım bankalarının her geçen gün sayısı artmaktadır. Bankacılık sektörü içerisinde faaliyet gösteren dünya çapında finans kuruluşları dahi bu alandaki gelişimi ve talebi göerek bu alana yatırım yapmaktadırlar.

Türkiye’de 1970’li yıllarda adımları atılan ve ilk örnekleri 1985’li yıllarda görülen faizsiz finans kuruluşlarını her geçen gün gelişimi devam etmektedir. İlk adımlarını atmaya başladığı yıllarda özel finans kurumu olarak geçen bu kurumlar daha sonra bankacılık sistemi içerisine dâhil olması ile katılım bankacılığı olarak anılmaya başlanmıştır. Katılım bankacılığı alanında son yıllarda devlet tarafından kurulan katılım bankalarının kurulması ile bireylerin ve işletmelerin katılım bankalarına olan ilgisi artmıştır. Devlet bankalarının sektöre girmesiyle Türkiye’de hali hazırda 6 katılım bankası faaliyetine devam etmektedir.

Katılım bankaları faizsiz bankacılık ilkelerine göre fon toplama ve fon kullandırma yapmaktadır. Katılım bankaları bir malın veya hizmetin finansmanını sağlamaktadır. Doğrudan bir ticaretin finanse edilmesi sebebiyle reel ekonomiyi desteklemektedir. Katılım bankaları günümüzde faaliyet gösteren konvansiyonel bankaların müşterilerine sunduğu ürün ve hizmetlerin birçoğunu faizsiz bankacılık ilkelerine uyumlu şekilde müşterilerine sunmaktadır. Bu ürünlerin yanı sıra kendi finansman kullandırım yöntemlerine özgü ürünler de sunmaktadır.

Bankacılık sektörünün en önemli müşteri hedef kitlesini Dünya’da ve Türkiye’de ekonominin dinamizmini de oluşturan KOBİ’ler oluşturmaktadır. Türkiye’de işletmelerin büyük çoğunluğu KOBİ’lerden oluşmaktadır. Dolayısıyla KOBİ’ler katılım bankaları için en önemli hedef kitle arasındadır. Katılım bankaları KOBİ’lere daha iyi hizmet sağlayabilmek için bünyelerinde departmanlar kurmuştur. KOBİ’leri sektör olarak kendi içlerinde sınıflandırarak daha iyi ve yerinde hizmet sağlamayı amaçlamaktadırlar. Şubelerinde KOBİ’lere hizmet edecek pazarlama ekipleri kurmuşlardır. Katılım bankalarının faizsiz finans ilkelerine uymak durumunda olması sebebiyle konvansiyonel bankalara nazaran ürün gamı biraz daha kısıtlı kalmaktaydı.

Son dönemde katılım bankaları KOBİ'lerin finansman ihtiyacını sağlamak adına faizsiz finans ilkelerine bağlı kalarak ürün çeşitliliğini artırmıştır. Bu ürün ve hizmetlerin KOBİ'ler tarafından bilinirliği bu ürünlerin kullanımını açısından oldukça önemlidir. KOBİ'ler katılım bankaları için işletme müşterisi olmalarının yanı sıra bünyelerinde birçok istihdamı barındırması sebebiyle aynı zamanda katılım bankaları için bireysel müşteri kazanımında da oldukça önemlidir. Ülke ekonomisi için büyük bir kitleyi oluşturan bu işletmeler katılım bankaları içinde bir kazanç kapısıdır.

Katılım bankalarının Türkiye'de bankacılık sektöründeki pazar payı %7,5 bandındadır. Sektörde 6 katılım bankası olduğunu düşündüğümüzde pazar payının düşük olduğu aşikârdır. Katılım bankaları bu pazar payını büyütebilmek için birçok çalışma yapmaktadır. Katılım bankaları 2025 yılında sektördeki pazar payını %15 bandına taşıyabilmeyi hedeflemektedir. Bu hedefine ulaşabilmesi için müşterilerine yeni ürün ve hizmetlerin çıkarılmasının yanı sıra bunu müşterilerine anlatabilmesi ve kullanılabilmesi oldukça önemlidir.

Araştırmamızda katılım bankalarının KOBİ firmalarına sunduğu ürünlerin piyasadaki faaliyet gösteren KOBİ'ler tarafından bilinirliğini ölçmeye yönelik anket çalışması yapılmıştır. KOBİ'ler bu ürünlerin içeriğine hâkim olmuş olsa bu durumun katılım bankası tercihini etkileyip etkilemediği analiz edilmiştir. Tezin ilk bölümünde KOBİ'lerin Dünya'da ve Türkiye'deki tanımları yapılmıştır. İkinci bölümde katılım bankacılığının tarihsel gelişimini anlatarak faizsiz finans ilkelerine uygun finansman yöntemleri anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde katılım bankalarının KOBİ'ler için sunduğu finansman ürünleri anlatılmış ve bu ürünlerin hangi alanlarda kullanıldığı açıklanmıştır. Dördüncü bölümde ise yapılan anket çalışması ve sonuçları yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER TANIMI

1.1. Dünya’da KOBİ Tanımı

Dünya’daki ülkelerin ekonomik dinamikleri farklı olması sebebiyle KOBİ tanımı da ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Dünya üzerinde standartlaşmış bir KOBİ tanımına rastlanmamaktadır. Dünya’da KOBİ tanımı yapılırken işletmenin çalıştırdığı personel sayısı, cirosu ve sermaye gibi veriler dikkate alınmıştır. Dünya üzerinde KOBİ’nin tanımlanmasında farklı kıstaslar olsa da KOBİ’ler gerek ülkelerin istihdamına katkısı gerek ülke ekonomilerinin dinamizmi olması sebebiyle tüm ekonomiler için önem taşımaktadır. Dünya’daki ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin işletmelerin büyük kısmı KOBİ olarak sınıflandırabileceğimiz şirketlerden oluşmaktadır (Akpinar, 2019, s. 7-12).

1.2. ABD KOBİ Tanımı

ABD’de KOBİ’nin tanımı ABD Küçük İşletmeler İdaresi (SBA) tarafından belirlenmiştir. SBA’nın yaptığı tanımda istihdam edilen personel sayısı ve yıllık gelir gibi kıstaslar kullanılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri’nde bu kıstaslar sektöre göre sınıflandırılmıştır. Bu kıstaslar aşağıdaki gibidir (Small Business, Erişim Tarihi: 01.02.2022);

- İmalat: Maksimum çalışan sayısı 500 ile 1500 arasında değişebilir.
- Toptancılık: Maksimum çalışan sayısı 100 ile 500 arasında değişebilir.
- Hizmetler: Yıllık gelirler 2,5 ila 21,5 milyon ABD dolarını aşamaz.
- Perakendecilik: Yıllık gelirler 5,0 ila 21,0 milyon ABD dolarını aşamaz.
- Genel ve Ağır İnşaat: Yıllık gelirler 13,5 ila 17 milyon ABD dolarını aşamaz.
- Özel Ticaret İnşaatı: Yıllık gelirler 7 milyon doları aşamaz.
- Tarım: Yıllık gelirler 0,5 ila 9,0 milyon ABD dolarını aşamaz.

1.3. Avrupa Birliği (AB) KOBİ Tanımı

Dünya’da olduğu gibi AB ülkelerinde de işletmelerin büyük çoğunluğu KOBİ’lerden oluşmaktadır. Avrupa’da çalışanların üçte ikisini KOBİ firmaları istihdam etmektedir. AB’de bulunan işletmelerin %99 oranından fazlasını bu işletmeler oluşturmakta ve Avrupa’da yaklaşık 25 milyon küçük ve ortak ölçekte işletme bulunmaktadır. Avrupa’da yeni girişimlerin birçoğunun da KOBİ firmalarından oluştuğu görülmektedir. KOBİ’ler Avrupa Birliği ülkelerinin hemen hemen her sektörüne değerkatmakta olup yaklaşık 100 milyon personeli istihdam etmektedirler. Avrupa ülkelerinde bu işletmeler finansal açıdan desteklenmekte ve yeni girişimlerin önü açılmaktadır.

Avrupa Birliği KOBİ tanımı yaparken personel sayısı, net satış hasılatı ve mali bilanço kıstasları dikkate alınmıştır. Avrupa Birliğinin bu tanımı üye ülkeler için bir bağlayıcılığı olmayıp tavsiye niteliğindedir. Avrupa birliğinin belirlediği bu kıstaslar aşağıda paylaşılmıştır (European Commission, Erişim Tarihi: 10.03.2022).

Tablo 1.1: AB KOBİ Tanımı

Kriterler	Mikro Ölçekli KOBİ	Küçük Ölçekli KOBİ	Orta Ölçekli KOBİ
Çalışan Personel Sayısı	<10	<50	<250
Yıllık Net Satış Hasılatı	<=2 milyon EURO	<= 10 milyon EURO	<= 50 milyon EURO
Yıllık Mali Bilanço Toplamı	<=2 milyon EURO	<= 5 milyon EURO	<= 43 milyon EURO

Kaynak: European Commission, Erişim Tarihi: 10.03.2022

1.4. Türkiye’de KOBİ Tanımı

2020 yılı verilerine göre ülkemizdeki KOBİ sayısı 3,2 milyondur. Bu sayı ülkemizdeki tüm işletmelerin %99,8’ini oluşturmaktadır. İstihdamın %73,8’ini KOBİ’ler sağlamakta ve ülkemiz ihracatının %56,3’ü KOBİ firmaları tarafından gerçekleştirilmektedir (Türkiye'nin KOBİ’leri Bülteni, Erişim Tarihi: 01.02.2022).

Türkiye’de KOBİ’nin tanımı 24.06.2018 tarihinde 2018/11828 Resmî Gazetede yayımlanıp yürürlüğe giren karar ile güncellenmiştir. Güncellenen karar ile işletmeler aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır.

a) Mikro işletme: Çalışan sayısı on kişiden az olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan biri üç milyon Türk lirasından fazla olmayan işletmeler.

b) Küçük işletme: Çalışan sayısı elli kişiden az olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan biri yirmi beş milyon Türk lirasından fazla olmayan işletmeler.

c) Orta büyüklükteki işletme: Çalışan sayısı iki yüz elli kişiden az olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan biri yüz yirmi beş milyon Türk lirasından fazla olmayan işletmeler (KOBİ Tanımı, 2018).

17 Mart 2022 tarihinde Cumhurbaşkanlığı kararı ile KOBİ tanımında değişiklik yapılmış olup güncel KOBİ tanımına ait kıstaslar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1.2: Türkiye’de KOBİ Kıstasları

KOBİ	PERSONEL SAYISI	MALİ KRİTER
MİKRO İŞLETME	10’dan az personel	5 milyon TL
KÜÇÜK İŞLETME	50’den az personel	50 milyon TL
ORTA BÜYÜKLÜKTE İŞLETME	250’den az personel	250 milyon TL

Kaynak: kosgeb.gov.tr, Erişim Tarihi: 18.03.2022

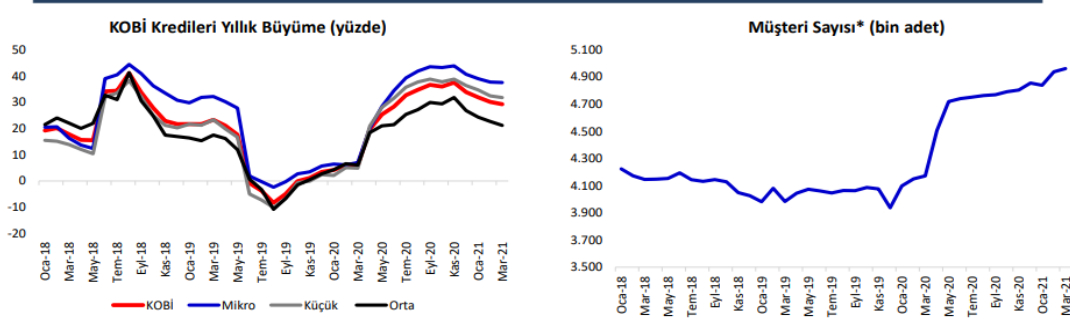
Güncellenen KOBİ tanımı ile daha çok işletmenin KOBİ sınıfına girmesi sağlanmıştır ve KOBİ sayısı 3 milyon 427 bin 891 olmuştur. Türkiye’de iş hacminin artması ile işletmelerin ciro ve bilançolarının da buna paralel olarak büyüdüğü görülmektedir. KOBİ işletmelerine Türkiye’de birçok teşvik ve destek sağlanmaktadır ve bu değişikliklerle birlikte bu teşvik ve desteklerden daha çok işletmenin faydalanması sağlanmış olacaktır. (KOBİ Tanımı Güncellendi, Erişim Tarihi: 18.03.2022).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de KOBİ’ler ülke ekonomisinin lokomotifi olması açısından önemlidir. Yukarıda paylaşılan veriler KOBİ’lerin ülkemiz

ekonomisi için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Ülkemizde yeni girişimlerin neredeyse tamamını KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'ler daha az yatırımla katma değerli ürünler üretebilmekte ülke ve bölgesel ihtiyaçlara daha hızlı yanıt vermektedir. Ekonomik koşullara daha kolay uyum sağlamak ve ekonomik krizlerden daha az etkilenmektedir. Ülkemiz ihracat rakamlarına baktığımızda da önemli katkısı bulunmakta olup dış ticaret dengesi açısından oldukça önemlidir.

Türkiye'de KOBİ'ler ile alakalı geçmiş yıl verileri karşılaştırıldığında istihdam, ihracat ve ciro gibi birçok anlamda büyümeye rastlanmaktadır. Hızla büyüyen bu alanda KOBİ'ler önemsemekte ve KOSGEB ve KGF gibi kurumlar vasıtasıyla birçok destek ve teşvik verilmektedir. Ayrıca Ekonomi Bakanlığı da destekleriyle yatırım yapan ve istihdam sağlayan işletmelere birçok yatırım teşviki vermekte ucuz kaynak imkânı sunmaktadır. İhracat yapan işletmelere Eximbank aracılığıyla ucuz yatırım kredileri ve işletme kredi imkânı sunulmaktadır. Bu imkânlar ile KOBİ'lerin büyümesi ve devamlılığının sağlanmasına katkı da bulunmaktadır.

KOBİ Kredileri



Şekil 1. 1: Bankaların KOBİ Kredileri

Kaynak: tbb.org.tr, Erişim Tarih: 15.02.2022

Ülke ekonomisi için önemli olan KOBİ'ler ülkemizdeki konvansiyonel ve katılım bankalarının en önemli hedef kitleleri arasında yer almaktadır. Katılım Bankaları özelinde bakacak olursak Katılım Bankaları bünyelerinde KOBİ işletmelerine hizmet verecek bölümler kurmuş olup şubeleri nezdinde bu işletmelere hizmet edecek pazarlama ekipleri oluşturmuştur. KOBİ işletmelerinin yoğun olduğu bölgelere şubeler açılmıştır. Katılım bankaları KOBİ'lere hizmet edebilmek için KOBİ'lere özel birçok finansman ürünü geliştirerek KOBİ'lerin hizmetine sunmaktadır. Bu kapsamda işletmelerin ihtiyaçlarına uygun ürünler geliştirilmektedir. Katılım bankalarının faizsiz finans ilkelerine uymak durumunda olması sebebiyle konvansiyonel bankalara

nazaran önceki yıllarda ürün gamı biraz daha dar kapsamlı olmaktadır. Son dönemde Katılım Bankaları faizsiz finans prensiplerine bağlı olarak işletmelerin ihtiyacına uygun ürün yelpazesini genişletme imkânına kavuşmuştur. Bu ürünlerin KOBİ'ler tarafından bilinirliği bu ürünlerin kullanımı açısından oldukça önemlidir. Katılım Bankaları konvansiyonel bankalara nazaran bu alandaki pazar payı düşük olup pazar payını büyütebilmek adına birçok çalışma yapmaktadırlar. Ülke ekonomisi için büyük bir kitleyi oluşturan bu işletmeler Katılım Bankaları içinde bir kazanç kapısıdır.



İKİNCİ BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞI TANIMI, TARİHSEL GELİŞİMİ VE HİZMET VE ÜRÜNLERİ

2.1. Katılım Bankacılığı

2.1.1. Katılım Bankacılığı Tanımı

Katılım Bankacılığı bir İslami Finans yöntemidir. Katılım bankalarının konvansiyonel bankalara göre farklı çalışma prensipleri olsa da karmaşık bir yapısı bulunmamaktadır. Katılım bankacılığında yapılan işlemlerin muhakkak bir ürün veya hizmet alımı ile ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Katılım bankaları müşterilerinden cari ve katılım hesaplarından topladıkları fonları katılım bankacılığı prensiplerine uygun şekilde şahıslara ve tüzel kişilere kullandırmaktadır. Kullandırılan fonlardan edilen gelirler ile katılım hesapları sahibine kar veya zarar payı dağıtılır. Katılım bankacılığındaki en önemli nokta kullandırılan fonun bir ticarete veya ortaklığa konu olmasıdır (Özsoy, 2012, s. 84-85).

Dünya’da daha çok İslami Bankacılık olarak anılan bu sistem ülkemizde ilk dönemde “Özel Finans Kurumu” olarak anılmakta iken bu kurumların bankacılık kanuna dâhil olması ile “Katılım Bankacılığı” olarak adlandırılmıştır. Katılım bankacılığının temel ilkesi “Faizsiz Bankacılık” ilkesidir. İslam dininde faizin haram olması Katılım bankacılığına dini bir boyut katmaktadır. Bu sebeple Katılım bankaları faiz hassasiyeti sebebiyle konvansiyonel bankalarla çalışmayan, bu sebeple birikimleri âtıl olup ekonomiye kazandırılmamış mevduatları da ekonomiye kazandırmaktadır. Ayrıca faiz hassasiyeti olup ticari anlamda büyümek için yeterli sermayesi olmayan işletmelerinde büyümesine ve kullandırmış olduğu fonlarla doğrudan mal veya hizmeti fonlaması sebebiyle de reel ekonomiye katkı sağlamaktadır.

2.1.2. Katılım Bankacılığının Dünyadaki Geçmişi ve Güncel Durumu

Faizsiz bankacılık sisteminin M.Ö. 2123-2081 seneleri arasında hüküm süren Hammurabi döneminde, “Hammurabi Kanunları” ile başladığı söylenmiş olsa da faizsiz bankacılığa örnek olacak bir müesseseye rastlanılmamıştır. İslam tarihinde de yakın döneme kadar gene aynı şekilde faizsiz bankacılık adına bir kuruma rastlanılmamıştır. Katılım Bankacılığı düşüncesi ilk kez Pakistanlı Muhammed Uzeyr

tarafından 1955 senesinde ortaya atılmıştır. İlk faizsiz banka ise 1963 senesinde Mit Gamr adıyla Mısır'da kurulmuştur.

Katılım Bankacılığının kurulduğu ilk yıllar da gelişimi sadece kurulduğu bölge ile sınırlı kalmış olup bankacılık anlamında yeterli hizmeti sağlayamamıştır. 1970'li yıllarda ise sayıları artmış olmakla birlikte, ilk yıllarda daha çok bireysel bankacılık yapan katılım bankaları ticari bankacılık yapmaya da başlamışlardır.

1975 senesinde İslam Kalkınma Bankası kurularak, Müslüman ülkelerin ekonomik kalkınma ve sosyal gelişimine katkı sunmak için İslami prensiplere uygun bir banka kurulmuştur. Bu yıllardan sonra faizsiz bankacılık alanına büyük sermaye sahipleri de ilgi göstermeye başlamıştır. Kurulduğu ilk senelerde Ortadoğu ve Körfez bölgesinde yoğunlaşan faizsiz bankacılık sistemi büyük sermayedarların ilgi göstermesiyle bu bölgeden dışarı çıkarak daha geniş bir alana yayılmıştır. Kurulan yeni katılım bankalarının olması ve farklı bölgelere yayılması ile katılım bankalarının ürün ve hizmet gamı çeşitlenmeye başlamıştır (Özsoy ve Sayar, 2021, s. 20-21).

1975 yılında kurulan İslam Kalkınma Bankası'nın (IDB) 56 üyesi bulunmaktadır. Suudi Arabistan, IDB'nin başkentliğini yapmakta olup %26,5 hisse ile aynı zamanda en büyük hissedardır. Türkiye'nin hisseleri ise %8,41 oranına tekabül etmektedir. Türkiye hissesi bulunan ülkeler arasında 5.sırada yer almaktadır (Kalaycı, 2013, s. 54).

İslam Kalkınma Bankası'nın kurulmasının akabinde özellikle Müslüman ülkelerde bu model örnek alınarak faizsiz finans kurumları kurulmaya başlanmıştır. Bu dönemde İran ve Pakistan gibi ülkelerde bankacılık sistemi faizsiz finans modeline dönüştürülmüş ve yine bu dönemde İslami Bankalar Birliği oluşturulmuştur. Müslüman ülkelerin bir kısmı tüm bankacılık sistemini katılım bankacılığına dönüştürürken bir kısmı ise mevcut sistemin üzerine faizsiz bankalar açarak diğer bankalarla rekabeti sağlamıştır (Akyüz, 2005).

Katılım Bankacılığı tarihi, özetle aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

1-Doğuş Dönemi (1972-1975): Bu dönem petrol gelirlerinde yüksek artışın yaşandığı ve büyük likiditenin hâkim olduğu dönemdir.

2-Gelişme Dönemi (1976-1983): Faizsiz bankaların hızla yayılıp Körfez bölgesinden, doğu bölgesinde Malezya, batı bölgesinde İngiltere'ye kadar yayıldığı dönemdir. Bu dönemde çok sayıda uluslararası faizsiz banka kurulmuştur.

3-Olgunluk Dönemi (1983'ten günümüze): Bu yıllarda Arap dünyasının, petrol kazançlarındaki düşüş, doların güçlenmesi, faizlerin artması, OPEC44 ülkelerinden sermaye çıkışları gibi sebeplerle, ekonomik gerilemenin yaşandığı dönemdir. Buna rağmen Amerika'da Arap sermayeli bankalar kurulmuş, Türkiye, Pakistan ve İran gibi ülkelerde birçok faizsiz banka faaliyete başlamıştır (Türkmenoğlu, 2007, s. 14).

Dünya genelinde 1329 faizsiz finans kuruluşu bulunmaktadır. Bu kuruluşların 480'ni katılım bankaları, 322'si Tekafül şirketleri ve 527'si ise diğer faizsiz finans kuruluşlarıdır. Faizsiz finans sistemi her ne kadar İslam ülkelerine gittikçe yoğunlaşmış olsa da Müslüman olmayan ülkelerde de gelişim göstermiştir. Faizsiz finans sisteminin gelişme ve büyüme potansiyelinin olması sebebiyle dünya çapında sermayelerden de bu alana yatırımlar yapılmıştır. Müslüman olmayan ülkelerde faizsiz bankacılık sisteminin alt yapısı oluşturulmuş ve faizsiz bankacılık prensiplerine uygun bankalar kurulmuştur. Avusturya, Hong Kong, Kore, Singapur, İngiltere, Fransa, Çin, Japonya, İtalya gibi ülkeler bu alanda gelişim göstermişlerdir. Citibank, Commerzbank, Union Bank of Switzerland, HSBC gibi uluslararası büyük kapitalist bankaların da faizsiz bankacılık birimleri bulunmaktadır.

2.1.3. Katılım Bankacılığının Türkiye'deki Geçmişi ve Güncel Durumu

Ülkemizde 1970'li döneme kadar faizin ekonomik boyutu ele alınmamış olup, faiz sadece dini boyutuyla incelenmiştir. Dünya'da faizsiz ekonomik sistemin gelişmesiyle beraber ülkemizde de bu konu konuşulmaya başlanmıştır. Türkiye 1980'li dönemde Körfez sermayesini ülkemize çekebilmek adına ve ülkemizde dini sebepler ile birikimlerini bankacılık sistemine sokmayan ve bu sebeple fonları atıl duran insanların fonlarının ülke gelişimine katkı sağlaması amacıyla faizsiz bankacılığın adımları atılmaya başlanmıştır. Bu durum ülkemizdeki ilk ismiyle Özel Finans Kurumlarının temellerinin atılmasına imkân sağlamıştır.

Türkiye'de Özel Finans Kurumları için gerekli hukuki zemin oluşmasının akabinde, 1985 senesinde Albaraka Türk Finans Kurumu A.Ş. ve Faisal Finans Kurumu A.Ş. kurulmuştur. Ardından 1989 yılında Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş., 1995 yılında İhlas Finans Kurumu A.Ş. ve 1996 senesinde ise Asya Finans Kurumu A.Ş. kurulmuştur. 2001 yılında Dünya'da ve Türkiye'de yaşanan ekonomik krizde etkisiyle İhlas Finans Kurumu A.Ş. iflas ederek faaliyetine son vermiştir. Faisal Finans Kurumu A.Ş. 2001 senesinde Ülker Grubu tarafında alınmış olup Family Finans Kurumu A.Ş. olarak faaliyetine devam etmiştir. 2005 senesinde ise Anadolu Finans

Kurumu ile birleşerek bugünkü Türkiye Finans Katılım Bankası ismini almıştır. 2005 yılından Bankacılık Kanununda yapılan değişik ile tüm Özel Finans Kurumlarının ismi “Katılım Bankası” olarak güncellenmiştir (Arabacı, 2007, s. 14).

Özel finans kurumları kâr veya zarara katılma kuralına göre bankacılık yapmaktadır. Özel Finans Kurumu ismi tam olarak faizsiz bankacılık sistemini karşılamamakta ve bu isim bu bankaların yaptığı faaliyetlere uzak kalmaktaydı. Uluslararası arenada bu kurumların banka olarak algılanmasında problemler yaşanmaktaydı. Bu isim uluslararası anlamda banka olarak geçmediği için güvenilirlik anlamında da sorunlar yaşıyordu. Bu sorunlar sebebiyle bu kurumlar kendi aralarında bu problemi çözmek için çözüm arayışına girmişlerdir. “Katılım Bankacılığı” ismi Temel Hazıroğlu tarafından 1997 yılında katılma hesaplarının adından yola çıkarak ortaya atılmıştır. İlk ortaya atıldığı dönemde çok ilgi görmese de daha sonraki dönemlerde de bu isim tartışılmaya başlanmıştır. Akabinde bu isim üzerinden çeşitli dergi ve gazetelerde makaleler yayınlanarak kamuoyu oluşturulmuştur. Nihayetinde 2005 yılında Bankacılık Kanunu’nda yapılan değişiklikle beraber mevzuata girmiş bulunmaktadır (Hazıroğlu, 2016, s. 119-132).

Türkiye’de güncel olarak Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş., Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş., Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., Vakıf Katılım Bankası A.Ş. ve Ziraat Katılım Bankası A.Ş. olmak üzere 6 katılım bankası faaliyetini sürdürmektedir.



Şekil 2.1: Katılım Bankacılığının Bankacılık Sektöründeki Payı

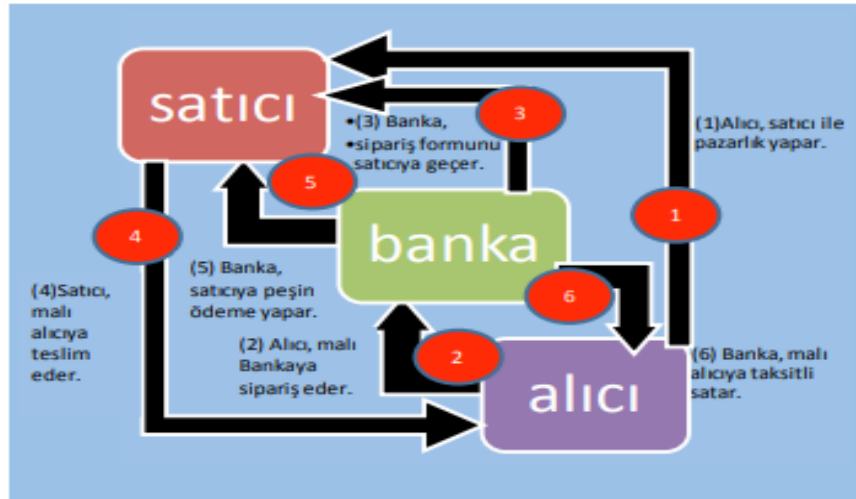
Kaynak: bloomberght.com, Erişim Tarihi: 08.03.2022

2.2. Katılım Bankacılığı Sisteminde Kullanılan Fon Kullandırma Yöntemleri

2.2.1. Murabaha

Murabaha, peşin alım vadeli satım yöntemidir. Peşin satın alınan malın üzerine karın eklenerek müşteriye satılmasıdır. Bu yöntemde müşteri, satın aldığı malı üzerine eklenen kârı ile ne kadar maliyete aldığını bilmektedir. Risksiz bir yöntem olması sebebiyle en çok kullanılan yöntemdir.

Murabaha fon kullandırma yöntemi ile tüzel kişilerin ihtiyacı olan; hammadde, mamul, yarı mamul, makine, teçhizat, işyeri, araba vb. varlıklar finanse edilebilirken, gerçek kişilerin ihtiyaç duydukları araba, konut, işyeri, arsa, eşya gibi varlıkların finansmanı da sağlanabilmektedir. (Özyurt, 2015, s. 47-49)



Şekil 2. 2: Murabaha Çalışma Şekli

Kaynak: Sorularla Katılım Bankacılığı, Erişim Tarihi: 10.02.2022

Murabahanın aşamaları aşağıdaki gibidir (Aktepe, 2013, s. 14):

- Katılım bankacılığı müşterisi almak istediği ürünü belirler. Satıcı ile bir sözleşme yapmaz veya satıcıya peşinat ödemez. Fakat katılım bankası tarafından vekâlet verildiyse sözleşme yapılabilir ve peşinat gönderilebilir.
- Katılım bankasına ilgili malın proforma veya sipariş formu ile başvurur.
- İlgili banka alınacak malın katılım bankacılığı sistemine uygun olup olmadığını araştırır. Ayrıca müşterinin bu finansmanı ödeme gücünü değerlendirilir.

- Ticari işlemlerde satıcıya sipariş formu gönderilir. Müşteriye ise malı alması için vekâlet verilir. Bireysel nitelikli işlemlerde ise vekâlet ilgili katılım bankasının çağrı merkezi veya şube personeli tarafından verilir.
- İlgili malın satın alındığına ilişkin evrak talep edilir. İlgili evrakın katılım bankacılığı prensiplerine uygun olup olmadığı kontrol edilir. Şekil ve şartlar uygunsa ödeme satıcı hesabına yapılır.
- Alınan mal belirtilen vade ve bedelle müşterisine satılır.

Murabaha yöntemi uygulanırken zaman zaman katılım bankalarının diğer faizli bankalar ile aynı işlemi yaptığı konusunda eleştiriler bulunmaktadır. Fakat katılım bankalarının yaptığı işlem ile faizli bankaların yaptığı işlem arasında çok ciddi farklar bulunmaktadır. Faizli bankalar, bir kredi kullanırken müşterinin istediği parayı vererek müşteriden faizi ile tahsil etme amacı taşır. Katılım bankaları ise gerçek bir ticareti ve gerçek bir ürünü finanse etmektedir. Katılım bankası ürünü peşin alarak, müşteriye vadeli olarak satmaktadır. Bu sistemde oranları piyasa belirler ve tüm bankaların buna uyma zorunluluğu bulunmaktadır. İki işi birbirinden ayıran ince nokta ödenen vade farkı ve işin yapılış yöntemidir.

Katılım Bankacılığı finansman modeli olan murabaha yöntemi günümüz katılım bankacılığı finansman ürünlerinden en yaygın olanıdır. Risksiz olması ve operasyonel sürecinin kolay olması sebebi ile en çok tercih edilen yöntemdir. Günümüz katılım bankacılığında sunulan finansman ürünlerinin birçoğu murabaha temellidir. Katılım bankalarının yoğun olarak murabaha yöntemi ile çalışması zaman zaman eleştirilere konu olmaktadır. Katılım bankaları da bu yöntemin yoğun kullanıldığının farkında olup diğer finansman yöntemleri ile alakalı yeni ürünler çıkarmaya veya bunun çalışmalarını yapmaya başlamışlardır. Fakat yapılan çalışmalar çok az bir müşteri kitlesine hitap etmektedir.

Tablo 2.1: Katılım Bankacılığı Kredi Türleri

TÜR	TUTAR (MİLYAR TL)	PAY
Murabaha	74.2	92.9%
Müşareke	221	0.3%
Kredi Kartları	1.5	1.9%
İcara (Finansal kiralama)	4.0	5.0%
Selem	0	0%
Toplam	79.9	100.0%

Kaynak: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), 2016

2.2.2. Müşareke

Müşareke finansman yönteminde her iki tarafta hem sermaye hem emeğini ortaya koymaktadır. Müşareke ortaklık sisteminde kâr payı tarafların daha önceden anlaştıkları oranda dağıtılmaktadır. Kâr payı dağıtılırken her iki tarafın rızası önemlidir.

Bu finansman modeli ticari işletmeye sermaye koyarak ortak olma modelidir. Yatırımcı sermayenin yanı sıra emeğini de ortaya koyarak ticari işletmenin hem karına hem zararına ortak olmaktadır. Katılım bankalarında bu finansman modelinin örnekleri bulunmaktadır. Katılım bankaları bu finansman modelinde genel olarak bir projeye finansman sağlamaktadır. Bu projeye emeğini ise yönetimde bulunarak katkı sağlar. Katılım bankaları müşterileri tarafında her sunulan projeden ziyade daha çok nitelikli projelerde yer almaktadırlar (Müşareke(Kâr-Zarar) Ortaklığı Nedir?, Erişim Tarihi: 21.03.2022).

Katılım Bankalarında müşareke sisteminin aşamaları aşağıdaki gibidir:

- İlgili finans kuruluşu müşteri tarafından istenen sermayeyi belirlenen oranda müşterisine sağlar.
- Ortak olan müşteri kendi kısmına düşen sermayeyi sağlar.

- Katılım bankası burada verilen sermayenin idaresinin sorumluluğunu ortak müşteriye devreder. Bu sorumluluğu üzerine aldığından dolayı ortak müşteri daha fazla kâr payı hakkı kazanır (Arslan, 2018, s. 25).

2.2.3. İstisna (Eser Sözleşmesi)

İstisna, bir sipariş sözleşmesidir. Bir eseri yapmak üzere imal eden ile yapılan sözleşmedir. İstisna sözleşmesinde paranın peşin verilmesi şart olmamakla birlikte malın ne zaman teslim olacağı kesin değildir. Burada eseri imal eden kişi hem ürünü üretmek için ihtiyacı olan finansmana ulaşmış olur hem de malın siparişini vermiş olmaktadır. Müşteri alacağı ürünün siparişini katılım bankasına katılım bankası da imalatçıya vermektedir. Üretilecek üründe problem olması durumunda sorumluluk katılım bankasında ve imalatçıda olmaktadır (Bayındır, 2007, s. 261-262).

İstisna finansman yönteminin ülkemizde çok kısıtlı alanlarda kullanılmaktadır. Katılım bankaları istisna yöntemini genellikle DİP (Devam Eden İnşaat Projesi)'lerde kullanmaktadır. Fakat bu projelerde de inşaat projesinin belirli bir aşamaya gelmesinden sonra buraya finansman sağlanmaktadır. Ayrıca burada gene her projeye girmemekte olup genellikle sermayesi güçlü müşterilerinin taleplerini gerçekleştirirler. İstisna finansman yönteminin diğer finansman yöntemlerine göre daha riskli olmasından kaynaklı olarak katılım bankaları daha risksiz finansman yöntemlerini tercih etmektedir. Bu sebeple piyasa tarafından katılım bankalarına bu noktada eleştiriler getirilmektedir.

2.2.4. Karz-ı Hasen

Karz-ı Hasen kelime anlamı olarak “güzel borç” manasına gelmektedir. İhtiyaç sahibine hiçbir karşılık beklemeden verilen borçtur. Tamamen Allah'ın rızasını kazanmak amacıyla verilmektedir. Kur'an-ı Kerim'de bu borç türüne ilişkin ayetler bulunmaktadır. Bu ayetler Müslümanları bu konuda teşvik etmektedir (Karzı Hasen Nedir ?, Erişim Tarihi: 20.03.2022).

Karz-ı Hasen bir finansman yöntemi olarak düşünüldüğünde konvansiyonel bankacılık sisteminde örnekleri bulunmamaktadır. Katılım bankacılığı sisteminde ise kısıtlı da olsa örnekleri bulunmaktadır. Katılım bankaları karz-ı hasen verirken müşteri sınıflandırması yapmaktadır. Özellikle kendisi ile uzun yıllardır çalışan ve banka için verimli olan müşterilerine pozitif ayrımcılık yapmaktadır. Katılım bankaları bu finansman modelini bir finansman ürünü olarak sunmamakta olup talep eden

müşterilerine değerlendirerek vermektedir. Katılım bankaları verdiği karz-1 hasen finansmanının genellikle çok kısa vadeli olarak vermektedir (Canbaz, 2019, s. 66).

Katılım bankaları karz-1 hasen finansman yöntemini personellerine verdiği borçta kullanmaktadır. Personellerin evlilik, sağlık, bedelli askerlik ve diğer önemli ihtiyaçlarında herhangi bir vade farkı olmadan borç verebilmektedir. Bu borcu verirken personele verebileceği üst sınır bulunmaktadır.

Karz-1 hasen Türkiye’de bazı vakıflar tarafından evlilik için maddi durumu olmayan gençlere evlenmeleri için verilmektedir. Her ne kadar bunun gibi örnekleri olmuş olsa da karz-1 hasen Türkiye’de çok kısıtlı alanda kullanılmaktadır. Karz-1 hasen sisteminin daha fazla geliştirmesi toplum dayanışması açısından oldukça önemlidir.

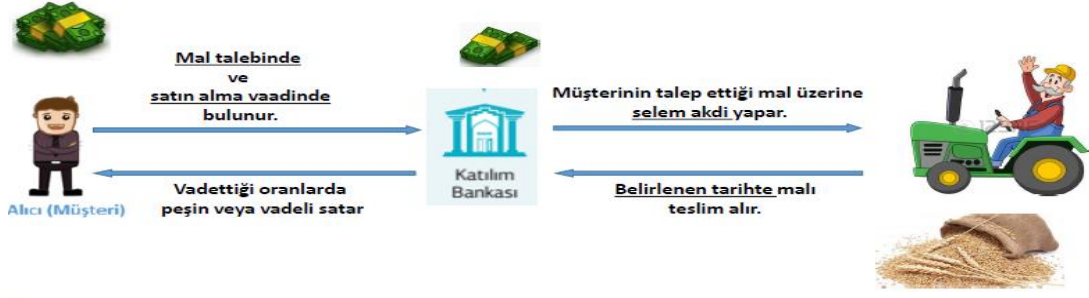
Katılım bankaları müşterilerin cari hesaplarında bulunan bakiyeleri karz-1 hasen olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla katılım bankaları cari hesaplardaki bakiyeleri kendinden finansman talep eden gerçek ve tüzel kişilere vermektedir. Cari hesaplar katılım bankaları için aynı zamanda ucuz kaynak anlamına gelmektedir.

2.2.5. Selem

Selem kelime anlamı olarak “teslim etmek, teslim olmak, peşin bedelle vadeli mahsul almak” anlamlarına gelmektedir. Selem, vadeli malın peşin bedel ile satılmasıdır. Bir ürünün seleme konu olabilmesi için standart nitelikte bir mal olması gereklidir. Ürün spesifik olarak kişiye özel bir ürün niteliğinde olursa seleme değil istisnaya konu olmaktadır (Aybakan, Erişim Tarihi : 07.03.2022).

Bu finansman yöntemiyle ileri vadeli alınacak ürünün bedeli katılım bankası tarafından finanse edilir. Bu finansman ile satıcıya ilgili malın üretim sürecini tamamlayabilmesi için finansman sağlanmış olur. Katılım bankası ile satıcı arasında bir selem sözleşmesi yapılır. Sözleşmede finansmana konu olan ürünün kalitesi, özellikleri ve diğer detaylar yer almaktadır. Sözleşmede belirtilen vade geldiğinde ürünü satın almış olan katılım bankası müşterisine satar. Ürünün müşterisi olan alıcı, bu işlemde ortaya çıkan borcu ürünü aldığı anda veya anlaşılan ileri bir vadede katılım bankasına ödeyebilir (Çobankaya, 2014, s. 17-18).

SELEM (PEŞİN PARA VERESİYE MAL)



Şekil 2.3: Selem İşleyiş Şekli

Kaynak: <https://kuveytturkakademi.com>, Erişim Tarihi: 06.03.2022

Katılım bankacılığında mal alım ve satımının olduğu bütün sektörlerde Selem akdi ile finansman sağlanabilir. Bu finansman yöntemi Hz. Peygamber zamanında tarım ürünleri üreticilerinin finansman ihtiyacı noktasında sık kullanılan bir yöntemdir. Selem akdi yoğun olarak çiftçilik sektöründe kullanılmaktadır. Bu finansman yöntemi katılım bankalarının ürün yelpazesinde neredeyse yok denecek kadar az bulunmaktadır. Ülkemizde katılım bankaları uzun yıllardır faaliyet göstermelerine rağmen bu finansman modeli ile yeni yeni çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Ülev, Selçuk, Duramaz, Sümer, AYTEKİN, Keskin ve Eliyatkin , 2018, s. 10).

2.2.6. Mudarebe

Mudarebe kelimesinin kökünün manası; yol almak, uzaklaşmak ve rızık peşinde koşmak anlamına gelmektedir. Mudarebe emek-sermaye ortaklığını ifade etmektedir. Mudarebede sermaye sahibi ve işletmeci bulunmaktadır. Burada işletmeciye “mudarib” sermaye sahibi ise “rabbü’l-mal” olarak isimlendirilmektedir. Mudarebe yöntemi katılım bankacılığında bir finansman yöntemidir. Mudarebe işlemlerinde bir taraf parasını ortaya koyarken diğer taraf ise emeğini ortaya koymaktadır. Elinde parası bulunan kişiler parasını ticarete değerlendirmek isterler. Fakat ticaret yapmak için yeterince tecrübe ve bilgi sahibi olamayabilirler. Veya ticaret yapmak için yeterli zamanı olmayabilir. Bu durumda her iki taraf ortak bir paydada buluşarak kazanç sağlayabilmektedir (Mudarebe, Erişim Tarihi : 02.03.2022).

Günümüz katılım bankacılığı sisteminde katılım bankalarına yatırılan mevduatlar sermaye tarafını ifade etmekte olup, bu sermayeyi yöneten katılım bankası ise mudarib tarafını temsil etmektedir. Ayrıca katılım bankaları ellerindeki sermayeyi müşterilerine kredi olarak vermekte olup aynı zamanda sermayedar konumunda da yer almaktadırlar. Mudarebe sistemi günümüz katılım bankacılığı finansman kullanım

yöntemleri arasında kullanım alanı yaygın olmayan bir yöntemdir. Mudarebe yönteminin yaygın olmamasının sebepleri arasında bankaların işletmelerin ticaret kanuna tabi olmamaları yatmaktadır. Bu yasalar mudarebenin gelişimini olumsuz etkileyebilmektedir. Mudarebe yöntemi diğer faizsiz fon kullandırım yöntemlerine göre sermayedar açısından daha riskli bir yöntemdir. Günümüzde katılım bankaları tarafından kullanılan en yaygın yöntem murabaha yöntemidir. Murabaha ülkemizde diğer İslami bankacılık yapan kuruluşlarda da oldukça yaygındır. Murabahanın mudarebeye oranla daha çok tercih edilmesinin sebebi ise risk oranı oldukça düşük ve operasyonel anlamda uygulanabilirliği daha hızlı ve kolaydır (Çelik, 2017, s. 391-392).

2.2.7. Finansal Kiralama (İcara)

İcara, bir makinenin, gayrimenkulün veya bir malın kiralanarak belirli süre ve ödmeden sonra malın kiralayana kişiye devredilmesidir. Bu finansman yönteminin uluslararası literatürdeki ismi leasing olarak geçmektedir. Bu finansman yönteminde kiralamaya konu varlık kira verene kira süresi boyunca bir fayda sağlamaktadır. Kira süresi bittikten sonra ilgili malın mülkiyeti kiracıya devredilmektedir (Acar, Erişim Tarihi: 05.03.2022).

Bu finansman yöntemi günümüzde katılım bankaları tarafından çok sık kullanılan faizsiz finansman modelidir. Finansal Kiralama (İcara) finansmanını katılım bankaları kendi bünyelerinde yapabilmektedir. Bu modelde finansmana konu varlığın mülkiyeti kira süresince malı kiralayana aittir. Mevduat bankaları ise finansal kiralama işlemlerini doğrudan kendi bünyelerinde yapamamaktadır. Ülkemizde mevduat bankaları finansal kiralama şirketi kurarak bu şirket aracılığı ile bu finansmanı kullanılmaktadırlar.



Şekil 2.4: İcara'nın İşleyiş Biçimi

Kaynak: <http://www.tkbb.org.tr/>, Erişim Tarihi: 05.03.2022

Günümüzde finansal kiralama işlemleri katılım bankalarında daha çok işletmelerin ihtiyacı olan makine ve teçhizat alımlarında kullanılmaktadır. Bu yöntem pratikte gayrimenkul ve araç alımı gibi işlemlerde çok sık uygulanmamaktadır. İcara, murabaha yönteminden sonra en çok kullanılan finansman yöntemidir (Özen, 2019, s. 38).

Katılım bankaları yeni yatırım yapmak isteyen veya işlerini büyütmek isteyen firmaları bu finansman yöntemi ile desteklemektedir. Makine alımı yapmak isteyen işletme katılım bankasına başvurmaktadır. Katılım Bankası satıcı ile iletişime geçerek belirlenen makinenin bedelini satıcı hesabına ödeme yaparak makineyi kendi adına tescil ettirmektedir. Kiracı ile bir finansal kiralama sözleşmesi imzalanmaktadır. Bu süre içerisinde kiracı belirlenen tarihlerde ödemeleri yapar ve kiracıya ödeme sonrasında ödeme dekontu verilmektedir. Kiralama yapan firma bu ödemeyi doğrudan işletmesine gider olarak gösterebilmektedir. Ödemeler ve belirlenen süre tamamlandıktan sonra kiralayan katılım bankası kiracıya ilgili ürünü devretmektedir.

2.2.8. Teverruk

Teverruk, nakit ihtiyacı olan bir kişinin vadeli satın alınan bir emtiayı üçüncü bir kişiye peşin olarak satmasıdır. Satılan emtia üçüncü kişiye genellikle daha düşük fiyata satılmaktadır.

Katılım bankaları, nakit ihtiyacı için kendisine başvuruda bulunan müşterisine uluslararası piyasadan almış olduğu emtiayı vadeli olarak satmaktadır. Burada banka müşterisine bu ürünü vade farkı ile satmaktadır. Katılım bankası daha sonra bu emtiayı müşterisinin vekili olarak uluslararası piyasalarda peşin olarak tekrar satışını yapmaktadır. Yapılan bu işlem çok hızlı bir şekilde yapılmaktadır (Hazıroğlu, Standartlar, Erişim Tarihi : 18.03.2022).



Şekil 2.5: Klasik Teverruk Uygulaması

Kaynak: dergipark.gov.tr, Erişim Tarihi: 18.03.2022

Teverruk yöntemi ülkemizde Katılım bankaları tarafından çok kullanılan bir finansman yöntemi değildir. Katılım bankaları tarafından uygulan teverruk yöntemi organize teverruk olarak adlandırılmaktadır. Günümüzde katılım bankaları teverruk yöntemini gecikme borcu bulunan müşterilerine borcunun vadesini uzatmak veya daha uygun şartlarda ödeme yapabilmesi için yapılandırma amacıyla kullanılmaktadır. Katılım bankaları bunu yaparken Londra metal borsası aracılığıyla anlık emtia alım satımı yapmaktadır. Katılım bankaları yapılandırmanın yanı sıra eğer müşterisinin işlemi murabaha veya diğer finansman yöntemleri ile çözülemeyecek durumda ise danışma kurullarının uygunluğu ile nadir de olsa bu finansman yöntemi ile finansman kullanılmaktadırlar.

Katılım bankaları arasında bu finansman yöntemini, bireysel müşterilerinin ihtiyaç finansmanı taleplerini karşılamak amacıyla bir finansman ürünü olarak da kullanmakta olan kurumlar bulunmaktadır. Teverruk yöntemi katılım bankacılığı müşterilerinin yanı sıra katılım bankaları tarafından likidite işlemlerinde de kullanılmaktadır. Bu organize teverruk yöntemine İslam hukukçularının çoğunluğu tarafından uygunluk verilmezken, az da olsa uygunluk verenler bulunmaktadır (Sancar, 2019, s. 171).

Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nin (TKBB) 01.03.2022 tarihli kararı ile bu finansman yöntemi ile fon kullandırımını yapılamayacağına karar verilmiştir. TKBB klasik teverruk sistemin icazet açısından uygun bulunduğunu belirtmiş fakat günümüz Katılım Bankacılığında uygulanan sistemin klasik teverruk sistemine uygun olmadığını belirtmiştir. Klasik teverruk sisteminde nakit ihtiyacı olan kişi bu teverruk sistemini bizzat kendi yaparken günümüzde bunu katılım bankası aracılığı ile

yaptırmaktadır. TKBB kararında günümüzde uygulanan sistemde bazı finansal kuruluşlar tarafından aslında caiz sayılan klasik teverruk yönteminin uygulama itibari ile gerçek bir alımı ve satımı amaçlamaması ve sadece nakit ihtiyacının giderilmesi amacıyla yapılması sebebiyle konvansiyonel bankaların uyguladığı faizli kredi ile bir farklılığı olmadığı ifade edilmiştir. Ayrıca katılım bankalarının bu yöntemi kazanç sağlayan bir finansman ürünü gibi müşterilerine sunmasının doğru olmayacağı beyan edilmiştir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KATILIM BANKALARININ KOBİ MÜŞTERİLERİNE SUNDUĞU FİNANSMAN ÜRÜNLERİ

3.1. Tedarikçi Finansmanı

Tedarikçi finansmanı ürünü katılım bankalarının sunduğu finansman ürünlerinde en yenilikçi üründür. Tedarikçi ile alıcı arasında köprü görevi üstlenen bir finansman ürünüdür. Tedarikçi finansman ürünü ile ticaretin tarafı olan alacaklı ve borçlu arasındaki ticaretin güvenilir ve sağlam ilerlemesi sağlanmaktadır. Tedarikçi finansmanı, tedarikçi firmanın vadeli alacaklarının karşılığını vadesinden önce tahsil imkânı sunarak firmanın tahsilat kabiliyetini artırmakta ve nakit akışına katkı sunmaktadır. Bu finansman ürünü alıcıya ise ödemelerinde esneklik sunmaktadır. Bu ürün katılım bankalarının fon kullandırma yöntemlerinden murabaha yöntemi ile yapılmaktadır. Tedarikçi finansmanında ürün alınırken değil satılırken finanse edilmektedir. Ürün bu özelliği ile geleneksel murabaha yönteminden ayrılmaktadır. Geleneksel murabaha yönteminde sadece satın alınan ürün finanse edilirken bu ürünle işletmeler işçi ödemeleri, elektrik, genel yönetim giderlerini de karşılayabilmektedir (Tedarikçi Finansmanı, Erişim Tarihi : 15.02.2022).

Tedarikçi finansmanı ürününün teyitli tedarikçi finansmanı ve teyitsiz tedarikçi finansmanı olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Teyitli tedarikçi finansmanı ürününde alıcının banka ile anlaşma yapmış olması gerekmekte ve her iki tarafında bankanın müşterisi olması gerekmektedir. Teyitsiz tedarikçi finansmanı ürününde ise tedarikçinin banka müşterisi olması yeterli olup alıcı firmayla bir anlaşma yapılmasına gerek bulunmamaktadır. Banka tedarikçi finansmanında alıcıdan gelecek tutarın kendi banka hesaplarına gelmesini beklemektedir. Banka alacağın kendisine gelmesini talep ederek ilgili finansmanın katılım bankacılığı prensiplerine uygunluğunu da teyit etmektedir. Ayrıca alacağın kendisine gelmesini sağlayarak firmanın nakit akışının kendi üzerinden geçmesini sağlamaktadır.

Tedarikçi finansmanı ürününün tedarikçi işletmeye faydaları;

- Alacakların fatura vadesini beklemeden tahsil edilmesi sağlanarak nakit akışının düzenlenmesine yardımcı olunmaktadır.

- Alış fiyatı baştan bellidir.
- Tahsilatlar garanti altına alınmaktadır.
- Erken tahsilat imkânıyla peşin mal alımlarında rekabet avantajı sağlanmaktadır.
- Alıcının kredibilitesine istinaden görece düşük finansman maliyeti sağlanmaktadır.
- Alıcının ödeme gücüne ve temliğe dayalı finansman imkânı sağlamaktadır.
- Ana firma ile uzun vadeli ve kalıcı ilişki kurma imkânı sunulmaktadır.
- Sadece fatura ile finansman imkânı sunulmaktadır.
- Operasyonel verimlilik sağlanmaktadır.

Tedarikçi finansmanı ürününün alıcı işletmeye faydaları;

- Ödeme vadelerini uzatma olanağı sağlanmaktadır.
- Daha uzun vadeli satın alma işlemleri yapabilme imkânı verilmektedir.
- Tedarikçilerin fatura temliki ile finansman sağlamasına olanak vermesinden dolayı ödeme aracı olarak çek-senet zorunluluğunun ortadan kalkması sağlanmaktadır.
- İşletme sermayesi ve bilanço yönetiminde verimlilik artışı sağlanmaktadır.
- Tedarik zinciri yönetimi maliyeti azaltılmaktadır.
- Tedarikçi ile ödeme ve fiyatlandırma da müzakere edilme imkânı sağlanmaktadır.
- Tedarikçiler ile uzun süreli çalışma imkânı sağlanmaktadır (Tedarikçi Finansmanı, Erişim Tarihi : 15.02.2022).

3.2. İşletme Finansmanı

Katılım bankaları tarafından işletme müşterilerinin ihtiyacı olan malın ve hizmetin finansmanını sağlamak için sunulan bir fon kullandırım ürünüdür. Bu finansman ürünü peşin al vadeli sat prensibi ile sunulmakta olup murabaha sistemine uygun bir üründür. Bilindiği üzere katılım bankaları faizsiz bankacılık ilkelerine göre müşterilerine nakit finansman sağlayamamaktadır. İşletme finansmanı, işletmelerin hammadde, ara malı,

yarı mamul veya aldığı hizmetlerin finansmanında devreye girmektedir. Sektördeki tüm katılım bankaları işletme finansmanı ürününü işletme müşterilerine sunmaktadır. İşletme finansmanı, ürününde katılım bankası mal veya hizmeti peşin finanse eder. Finanse edilen ürünün müşteri ile başta belirlenen vade ve kar ile geri ödemesi yapılır. İlgili ürünün en baştan vadesi ve karı belli olup finansman sağlandıktan sonra değiştirilemez. Daha çok kısa vadeli bir finansman türüdür. Katılım bankaları bu ürünün müşterinin üretim, satış ve alacak vadesi hesaplanarak müşteriye uygun vadede kullanılmasını isterler. İlgili hammaddeyi alıp onu işleyip satışa hazır hale getirip alıcıya ulaştırdıktan sonra alacağının vadesinde finansmanın ödenmesi beklenir. Fakat işleyiş olarak işletmelerin taleplerine göre 24 ay vadelere kadar bu finansman katılım bankaları tarafından kullanılmaktadır.

Bu fon kullandırım yönteminde müşteriden satın alacağı ürün veya hizmete ilişkin bir proforma fatura veya sipariş formu talep edilir. Talep edilen proformaya istinaden ürünün birim fiyatı da kontrol edilerek sipariş verilir. Sipariş verildikten sonra ilgili ürünün bir üretim süreci var ise ödeme proforma faturaya istinaden doğrudan satıcı hesabına yapılır. Ürünün üretim süreci bittikten sonra faturası ibraz edilir ve banka tarafından faturanın siparişi geçilen ürün ile birim fiyatının uyumlu olup olmadığı kontrol edilir. Birim fiyat uyumlu ise proje kapatılır. Satın alınan ürünün bir üretim süreci yok ve fatura hemen kesilecekse ödeme sipariş verildikten sonra faturanın gönderilmesi durumunda ürün ve birim fiyat kontrolü yapılarak doğrudan satıcıya ödeme yapılır. Katılım bankaları tarafından yürütülen bu operasyonel süreç aslında kullanılan ürünün faizsiz bankacılık prensiplerine uygun olması açısından önemlidir.

İşletme finansmanı ürünü işletmelerin ihtiyaçlarını finanse ederek öz kaynakları yetersiz firmaların büyümelerine katkı sunmaktadır. Birçok işletme bu ürünü kullanarak piyasadan vadeli aldığı malı peşin ödemesini yaparak iskonto almakta ve maliyetlerini aşağıya çekebilmektedir. Bu finansman ürününde malın veya hizmetin doğrudan finanse ediliyor olması kullanılan finansmanın doğru yerde kullanılması açısından oldukça önemlidir.

3.3.Leasing (Finansal Kiralama) Finansmanı

Leasing (Finansal Kiralama), taşınır ve taşınmaz bir varlığın mülkiyet hakkının başlangıçta kiralayan şirkette kalmak üzere, kullanım hakkının belirlenen kira bedeli

ve belirli süre ile kiracıya verildiği finansman tekniğidir. Belirlenen sürenin sonucunda ilgili mülkiyetin devri kiracıya verilir (Leasing, Erişim Tarihi : 20.02.2022).

Finansal kiralama, katılım bankaları tarafından faizsiz finans fon kullandırım yöntemlerinden olan icara yöntemi ile yapılmaktadır. Ülkemizde bulunan konvansiyonel bankalar bu finansmanı finansal kiralama şirketleri aracılığı ile yapmaktadır. Katılım bankaları ise bu finansmanı bizzat kendi bünyelerinde yapabilmektedir. Ulaşım araçları, makine ve teçhizatlar, gayrimenkuller ve cihazlar leasinge konu ürünlerdir.

Leasing (Finansal Kiralama) finansmanının avantajları;

- 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu gereği Finansal kiralama finansmanında %1 KDV avantajından yararlanılabilmektedir.
- Alınan makine ve ekipmanın KDV tutarını taksitle ödeme imkânı sunar. Banka tutarı peşin ödemekte olup kullanılan finansmanın vadesine bölmektedir.
- Leasing finansmanı ile yapılacak yatırımın tamamı finanse edilebilir.
- Leasing finansmanı ile finansal kiralama şirketi uzun vade imkânları sağlamakta olup bu sayede işletmeler yatırım yaparken nakit akışlarını bozmazlar.
- Leasing finansmanın da taşınır veya taşınmaz malın mülk sahibi, katılım bankası veya finansal kiralama şirketi, kiracı şirkete kira dekontu kesmektedir. İşletmeler bu kira dekontu ile taksitlerin tamamını gider olarak kaydedebilmektedir.
- Bu finansmanı katılım bankaları kendi bünyelerinde yaptığından dolayı operasyonel kolaylık sağlamaktadır.
- Finansal kiralama yönteminin bir çeşidi olan Sat ve Geri Kirala yöntemi ile işletmeler duran varlığının mülkiyetini kiralayana satarak kendisine fon kaynağı oluşturabilir. Bu fonu başka yatırımlarda kullanabilir. Kiralama sözleşmesinin sonunda duran varlığına tekrar sahip olabilmektedir. İşletmeler bu yöntemi daha çok bilançolarında geçmiş yıllarda alınmış olup değeri artmış olan, bilançolarında değeri düşük gözüken duran varlıklar için yapmakta olup hem bilançolarını düzeltmekte hem de kendilerine finansman kaynağı sağlamaktadırlar.

- Yurtiçinde döviz geliri olmayan firmaların yabancı para cinsinden borçlanmaları yasaklanmış olup bu finansman modelinde GTİP numarası uyumlu olan makine teçhizatlar da yabancı para kullanımı yapılabilmektedir (Finansal Kiralama, Erişim Tarihi : 20.02.2022).

Türkiye için enerji konusunda stratejik ürün olan çatı Güneş Enerji Santrali (GES) finansmanı da finansal kiralama ile yapılabilmektedir. Bu sayede işletmeler tüketeceği elektriği kendileri üretebilmektedir. İşletmelerin yaptıkları yatırım kısa sürede yatırım bedelini karşılayarak işletmeye kar ettirmektedir. İşletmeler bu finansman ile enerji maliyetini azaltırken ülkenin enerji üretimine de katkı sunmaktadır.

Bu finansman ürünü KOBİ'ler için oldukça önemlidir. İşlerini büyütmek isteyen ve mevcut faaliyetlerine ilişkin makine ve ekipmanını yenilemek isteyen KOBİ'ler için stratejik bir finansman modelidir. Katılım Bankaları bu finansman modelinde öncü kuruluşlardır. KOBİ'lere bu ürünün finansmanı ile destek olmaktadır. Katılım bankaları işletmelere bu finansman limitinin tahsisinde diğer finansman modeline göre daha esnek olabilmektedir.

3.4. Vadeli İhracat Finansmanı (VİF)

Ülkemizde son yıllarda bankalar için ihracat yapan işletmeler önem kazanmıştır. Birçok banka ihracat yapan işletmelere yönelik birçok ürün ve hizmet geliştirmekte ve bunu müşterilerine sunmaktadır. Bankaların KOBİ'ler arasındaki en değerli ve üzerinde durulan müşteri kitlesi ihracatçı müşteriler olmuştur.

Katılım Bankaları da ihracatçı müşteri kazanabilmek adına mevcut müşterilerine bu alanda ürün ve hizmet geliştirmektedir. Bu ürünlerden biri de Vadeli İhracat Finansmanı'dır. Bu ürün ile ihracatçı müşteriler vadeli yaptıkları ihracatların vadelerini beklemeden tahsilatlarını peşin yapabilmektedir. Bu ürünü vadeli akreditif, avalli poliçe kabul kredili ve vesaik mukabili ihracat yapan firmalar kullanabilmektedir. Finansmanın ödemesi ithalatçı bankanın ödeme teyidi vermesinden sonra gerçekleşmektedir. Ödeme ihracatçı firmanın hesabına geçmekte olup ihracat bedeli geldikten sonra ilgili finansmanın kapaması yapılmaktadır. İşletmelere bu ürün için limit tahsisine ihtiyaç bulunmamaktadır. Bu finansman modelinde katılım bankaları finansman komisyonu almamakta olup ihracat yapan işletme ucuz kaynak sağlayabilmektedir (İhracatın Finansmanı, Erişim Tarihi : 22.12.2022).

Bu finansman ürünü ile işletmeler vadeli çalışmak isteyen müşterilerine daha kolay vade imkânı sunabilmektedir. Bu sayede ihracat yapan işletmeler pazar paylarını bu alanda genişletebilecektir. Bu ürün ile firmalar likiditesini artırarak işletmelerini finansal olarak güçlendirebilmektedir. Ayrıca işletmeler sadece mal ve hizmet alımlarını değil, yönetim giderleri, fatura, maaş ödemesi gibi ödemelerini de bu yöntem ile yapabilmektedirler. Vadeli ihracat finansman ürünü ile katılım bankaları ihracatçı müşterilerin ihracat bedellerini bankalarına alabilecek ve nakit akışın buradan geçmesini sağlayacaktır.

3.5. İhracat Taahhütlü Finansman

Katılım bankaları tarafından ihracatçı firmalara kullanılan finansman ürünüdür. İhracatçı firma katılım bankasından kullanacağı mal alım finansmanlarını ihracat taahhütlü olarak kullanabilmektedir. Bu finansman ile ihracatçı firma kredilerde olan Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV) ödememektedir. Bunun için 2 yıl süreli bir taahhüt verilmesi istenmekte olup ihracat bedellerinin kendi bankalarına gelmesi talep edilmektedir. Bu 2 yıllık süre içerisinde taahhüt yerine getirilmezse ödenmeyen BSMV müşteriye yansıtılmaktadır. Bu finansman yönteminde katılım bankaları ihracatçı firmaya daha uygun oranlı finansman kullanılabilmektedir.

3.6. Gayrimenkul Finansmanı

İşletmelerin ihtiyacı olan arsa, konut, işyeri, fabrika gibi gayrimenkul varlıkların alımlarını finanse eden finansman modelidir. İşletmeler bu yatırımlarını katılım bankalarından nakit akışlarına uyumlu olacak şekilde yapabilmektedir.

Bu finansman katılım bankacılığında murabaha yöntemi ile yapılabilmektedir. Alacağı gayrimenkulü bulan işletmeler katılım bankasına başvurmaktadır. Gerekli limit tahsis sürecini yürüten banka limitin onaylamasının akabinde alıcı işletmeye ilgili gayrimenkulü alabilmesi için sözlü vekâlet vermektedir.

Vekâlet verildikten sonra satışa hazır hale gelen gayrimenkulün satışı yapılmasının akabinde ödeme doğrudan satıcı hesabına yapılır. Alınan gayrimenkul işletmenin üzerine olup banka tarafından ipotek alınmaktadır.

3.7. Araç Finansmanı

Katılım bankaları işletmelerin ihtiyacı olan binek, minibüs, kamyonet, kamyon, çekici gibi araç finansman ihtiyacını karşılayabilmektedir. Bu finansman katılım bankacılığı

prensiplerine uygun şekilde tahsis edilir. İşletmenin talebine göre sıfır veya ikinci el araçlar finanse edilebilmektedir. Katılım bankaları finanse edilecek araç için bir yaş sınırı koymaktadır. Sıfır araçlarda müşteriden proforma fatura talep edilirken ikinci el araçlarda ruhsat talep edilmektedir.

Araç finansmanı işletmenin nakit akışına uygun vadede kullanılmaktadır. Bu finansman murabaha yöntemi ile kullanılmaktadır. Aracı peşin alan katılım bankası müşterisine vadeli olarak satmaktadır. Satış işlemi işletme katılım bankasından aldığı vekâlet ile doğrudan aracı kendi üzerine almaktadır.

3.8. Tarım Finansmanı

Dünya ve ülkemiz için tarım ve hayvancılığın önemi her geçen gün artmaktadır. Tarım ve hayvancılık ile uğraşan bireyler ve işletmeler bankaların doğrudan hedef kitlesinde bulunmaktadır. Ülkemizde tarım bankacılığı daha yoğun olarak devlet bankaları tarafından yapılmakta iken son dönemde birçok özel banka bu alanda çalışmalar yapmaktadır. Katılım bankalarının da bu alanda daha önce çalışmaları olmuş olsa da tarım bankacılığı konusunda ürün ve hizmet geliştirme son yıllarda hız kazanmıştır. Katılım bankaları tarım finansmanında daha çok selem yöntemiyle finansman sağlamaktadır.

Katılım Bankaları kendi içlerinde tarım bankacılığı birimleri kurmuştur. Bu alandaki hedef kitlenin ihtiyacı olabilecek birçok ürün ve hizmeti geliştirmiştir. Bu sektördeki pazar paylarını arttırabilmek için her geçen gün müşteri sayısını arttırmaktadırlar. Dijitalleşmenin de etkisiyle beraber bazı katılım bankaları bu sektörde faaliyet gösteren firmalara uzaktan hesap açılışı imkânı sunmaktadır.

Katılım bankalarında tarım ve hayvancılıkla uğraşan işletmelerin finansman ihtiyacını sağlamak adına bu alanda birçok finansman ürünü bulunmaktadır. Bu sektörde faaliyetlerin dönemsellik arz ediyor olması sebebiyle özellikle esnek vade imkânları sunulmaktadır. Finansman ürünlerinde hasat döneminde taksit gibi nakit akışına uygun finansman sağlanmaktadır. Katılım bankaları Elektronik Ürün Senedi (ELÜS) teminatlı finansman kullanabilmektedir. Bu sayede işletmeler elinde bulundurduğu elektronik ürün senetlerini teminata vererek finansman ihtiyacını karşılamaktadır. Firmaların sadece mal alım finansmanını değil ihtiyaç duyduğu diğer finansmanları da hizmetine sunmaktadır. Katılım bankalarının tarım bankacılığında sektörle alakalı mal alımının yanı sıra işletmelerin ihtiyacı olan traktör alım finansmanı, tarım ekipmanları

finansmanı, tarla alım finansmanı, işyeri finansmanı, konut ve araç finansmanı gibi ürünleri de sundukları görülmektedir.

Tarım Bankacılığının gelişimi ülkemiz içinde tarımın gelişimi açısından oldukça önemlidir. Tarımın kıymeti her geçen gün artmakta verimli ve etkin üretim için bu alanda faaliyet gösteren işletmelere destek olmak gerekmektedir.

3.9. Eximbank Finansmanı

1980'li yıllarla birlikte başlayan Türkiye'nin dışa açılımı ile ihracat ülke için önemli hale gelmiştir. 1987 yılında ihracatın desteklenmesi amacıyla Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Türk Eximbank) kurulmuştur. Türk Eximbank 30 yılı aşkın süredir faaliyet göstermektedir. Banka ihracat yapan firmalara kredi, sigorta ve garanti hizmetleri sunmaktadır. Türk Eximbank ihracatçı firmalara destek olarak ülkenin döviz gelirini artırmaya katkı sunmakla beraber yeni pazarlara açılmayı teşvik etmektedir. Banka nakdi ve gayri nakdi krediler kullanılmaktadır. Banka'nın kullandığı krediler diğer bankaların kullandığı krediler ile karşılaştırıldığında daha az maliyetli kredilerdir. Banka'nın kullandığı birçok kredi türü bulunmaktadır. Türk Eximbank'ın kullandığı kredilerde Sevk öncesi kredilerde ihracat yapma yükümlülüğü bulunmaktadır. Sevk sonrası kredilerde ise ihracatçı firmaları vadeli alacakları iskonto edilmektedir. Türk Eximbank'ın ihracat yapan KOBİ'lerin ihracat hacim ve pazarlarının artırmasının yanı sıra ihracat yapan KOBİ sayısını da arttırmak gibi bir stratejisi bulunmaktadır. Özellikle TL kredilerde KOBİ'lere öncelik tanınmış olup büyük kısmı KOBİ'lere kullanılmaktadır.

Türk Eximbank ihracatçılara sunduğu bu finansman imkânını doğrudan kendi bünyesinde kullanmasının yanı sıra ticari bankalar ve finans şirketleri aracılığı ile de kullanılabilmektedir. Katılım bankaları da döviz gelirleri olan ihracatçı müşterilerine Eximbank finansmanını kullanılabilmektedir. Katılım bankaları Eximbank finansmanlarından olan sevk öncesi ihracat kredisi kullanılabilmektedir. Kullanılan finansmanlar yabancı para ve Türk lirası cinsinden kullanılabilir. Sevk öncesi ihracat kredilerinde aracı bankalar Türk Eximbank'ın kaynağını kullanmaktadır. (Türk Eximbank 2020 Yılı Faaliyet Raporu, Erişim Tarihi : 26.02.2022, s. 5).

Tablo 3.1: Katılım Bankacılığı Kredi Türleri

Kredi Türü	Para Birimi	Vade	Kar Payı (%)
Sevk Öncesi İhracat Kredisi- Katılım Bankası	TRY	120 GÜN 1 TAKSİT	17.00
	TRY	180 GÜN 1 TAKSİT	17.00
	TRY	360 GÜN 2 TAKSİT	17.00

Kaynak: www.eximbank.gov.tr, Erişim Tarihi 18.01.2022.

Katılım Bankaları Türk Eximbank'a aracılık yaparak ihracatçı müşterilerine ucuz kaynak sağlamaktadır. İhracatçı müşterisine bu finansman limitini sağlarken kendi bünyesinde tahsisini yapmaktadır. Finansman kullandırımı yapılırken müşterinin alacağı ürüne ilişkin proforma temin edilir. Eximbank evrakları ile birlikte banka tarafından Türk Eximbank'a başvuru yapılır. Eximbank'ın talebi onaylaması durumunda para katılım bankasına aktarılır. Aktarılan tutar katılım bankacılığı prensiplerine uygun şekilde satıcı hesabına ödenir. Katılım bankaları diğer finansman yöntemlerinde olduğu gibi bu finansman yönteminde de mal ve hizmetin finansmanının sağlanmasına aracılık etmekte olup doğrudan bir ticareti fonlayarak ülke ekonomisine de katkı sunmaktadır. Bu finansman ürünü ile katılım bankalarının yeni müşteri kazanımlarına katkı sunulmaktadır.

Katılım Bankaları Türk Eximbank tarafından vesaik mukabili, mal mukabili, kabul kredili ve akreditifli ihracat yapan işletmelere yaptığı Eximbank Alacak Sigortasını teminata alarak finansman kullandırımı yapabilmektedir. Bu ürün ile ihracatçı firmalar teminat yapısını güçlendirebilmektedir. İhracatçı firmaların daha ucuz kaynaklardan finansman kullanması avantajı sağlanmaktadır. Ayrıca ihracatçı müşterilerin Pazar paylarını genişletmesine fayda sunulmaktadır.

Katılım Bankalarının Türk Eximbank'ın sunduğu ürünlerin pazarlanmasında önemli hedef kitesini ise KOBİ'ler oluşturmaktadır.

3.10. Doğrudan Borçlandırma Sistemi (DBS)

Doğrudan borçlandırma sistemi, işletmelerin müşterilerine yapmış olduğu satışlardan kaynaklı alacaklarının tahsilatının garanti altına alındığı bir sistemdir. Bu sistemde ana firma banka ile bir anlaşma yapmaktadır. Bu anlaşma sonrasında banka tarafından ana firmanın alt bayilerine limit açılmaktadır. Alt bayilerin ana firmadan alım yapmasının akabinde ana firma alıma ilişkin faturayı sisteme yüklemektedir. Belirtilen vadede alt bayinin hesabı müsait olması durumunda hesaptan tahsilat yapılmaktadır. Hesap müsait değil ise firmaya açılan finansman limitleri dâhilinde ödeme ana firma hesabına aktarılmaktadır (Doğrudan Borçlandırma Sistemi, Erişim Tarihi: 29.03.2022).

DBS sisteminin ana firmaya faydaları:

- İşletmenin alt bayilerine verilen ödeme garantisi ile ana firma tahsilat riskini minimize etmiş olur.
- Firma tahsilatların gününü biliyor olması sebebiyle nakit akışını daha kolay yönetebilmektedir.
- Firmanın tahsilatları için harcadığı enerjiyi işletmenin gelişmesi gereken diğer alanlara odaklayabilmesini sağlayacaktır.
- Bayilerine sunduğu alternatif ödeme imkânı ile bu alandaki rekabet avantajını artırabilmektedir.

DBS sisteminin alt bayilere faydaları:

- Alt bayi ana firmaya ödeme garantisi vermesi sebebiyle mal alımlarında avantajlı hale gelmektedir.
- Ödeme takibi açısından kolaylık sağlamaktadır.
- Bu sistemle mal alımlarında firmanın hesabında para olmaması durumunda kredilendirme imkânı sunulmaktadır.

DBS sistemi günümüzde hem konvansiyonel hem de katılım bankaları tarafından bir tahsilat sistemi ürünü olarak müşterilerine sunulmaktadır. Katılım Bankaları bu sistemi oldukça etkin kullanmaktadır. Pazar payını arttırmak isteyen Katılım Bankaları ana firmalar ile yaptıkları anlaşmalar ile müşteri portföylerini arttırmaktadırlar. Ana firma ile yapılan bir anlaşma sonucu alt bayilerle iletişim kurarak müşteri sayılarını arttırmaktadırlar. Bu ürün ile hem yeni müşteri kazanımı yapmaktalar hem de

finansman kullanımına katkı sağlamaktadırlar. Bunların yanı sıra katılım bankaları bu ürün ile komisyon gelirlerini arttırabilmektedir.

3.11. Bayi Kart

Bayi kart ürünü, işletmelere tanımlanan bir limit ile işletmelerin bayilerine esnek vade, ana bayiye tahsilat, alt bayiye ise esnek vade imkânı sunan bir ödeme sistemidir. Bu ürün hem konvansiyonel hem de katılım bankaları tarafından işletmelere sunulan bir finansman ürünüdür. Banka burada ana bayiye özel bir limit tanımlaması yapmaktadır. Alt bayiye ise sadece ana bayide geçerli bir limit tanımlayarak bir bayi kart vermektedir. Bayi kart ile ana bayi tahsilatını bugünden yapabilmektedir. İşletmeler bu ürün ile tahsilat riskini azaltmakla birlikte çek-senet gibi kıymetli evrakların takip yükünden kurtulmuş olurlar. Alt bayi için ise kolay ödeme imkânı sunarak müşterinin ana bayiden yapacağı alım gücünü arttırabilmektedir. Alt bayiye ana bayinin anlaşma yaptığı bankadan yapılan limit tanımlaması ile alt bayinin kredibilitesini de olumlu etkileyebilmektedir (Sağlam Bayi Kart, Erişim Tarihi : 01.04.2022).

3.12. Teminat Mektubu

Teminat mektubu, lehtarın üçüncü kişilere karşı sorumlu olduğu yükümlülükleri yerine getirmemesi durumuna karşı, muhatap lehine, banka tarafından lehtarın talebi üzerine belirtilen tutarın garanti altına alınmasını sağlamaktadır. Teminat mektuplarında lehtar, muhataba karşı sorumlulukları yerine getirmemesi durumunda muhatabın ilgili bankaya giderek hiçbir itirazla karşılaşmadan mektubu tazmin hakkı bulunmaktadır. Teminat mektupları güvenilir olması, hızlı paraya dönüştürülebilir olması sebebiyle ticarete sıkça tercih edilmektedir (Doğru, 2020, s. 10-11).

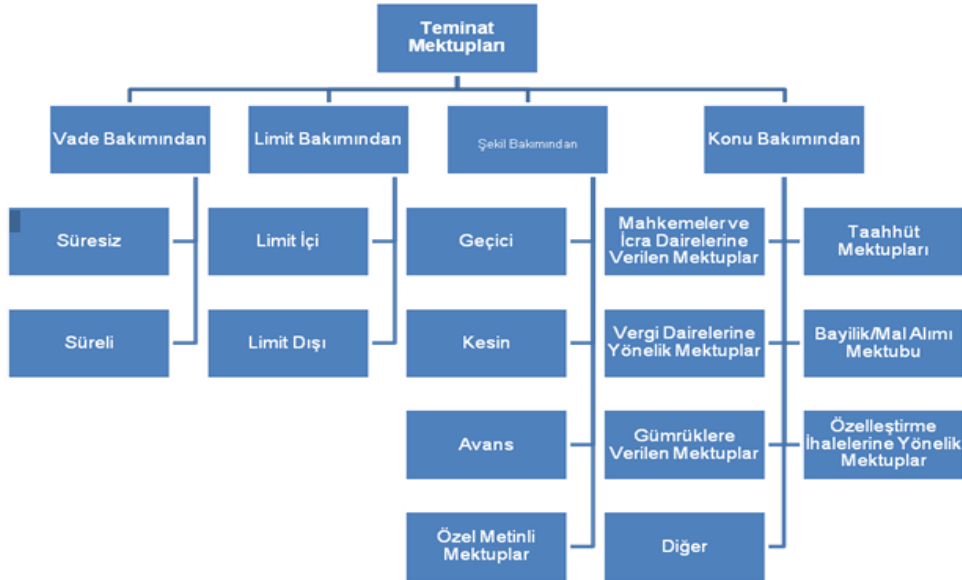
Teminat mektupları muhatap ve konusuna göre değişiklik göstermektedir. Muhatap ve konusuna göre teminat mektubu çeşitleri aşağıdaki gibidir:

- Geçici Teminat Mektubu
- Kesin Teminat Mektubu
- Avans Teminat Mektubu
- Mal Alım Mektubu
- Bayilik Mektubu
- Kesin Taahhüt Mektubu

- Gümrük Mektubu
- Vergi Dairesi Mektubu
- Mahkeme Mektubu

Teminat mektubu işletmelerin iş yapmış oldukları muhataplar nezdinde güvenilirlik seviyesini artırmaktadır. Bunun yanı sıra bazı mektup türlerinde işletmenin kendi sermayesini kullanmadan iş yapmasını sağlamaktadır. Teminat mektubu hem muhatap hem de lehtar için karşılıklı olarak daha kolay ticaret yapılmasını sağlamaktadır.

Katılım bankaları, konvansiyonel bankaların verdiği mektupları neredeyse tamamını verebilmektedir. Katılım bankaları teminat mektupları konusunda sürekli kendilerini geliştirme ve yenilemektedir. Bu alanda müşterilerinin taleplerine hızla cevap vermekte ve başvuru işlemlerini kolaylaştırmaktadırlar. Bazı katılım bankaları müşterilerinin bazı mektup türlerindeki başvuruları internet bankacılığı kanalı ile almakta ve doğrudan ihale kurumuna bildirebilmektedir. Katılım Bankaları verdikleri mektuplarının karşılığında komisyon almaktadır. Ayrıca verdiği teminat mektubu sebebiyle müşterinin nakit akışının kendi bankası üzerinden dönmesini sağlayabilmektedir. Teminat mektupları kolay paraya çevrilebiliyor olması dolayısıyla nakdi finansman yöntemlerine göre daha riskli bir finansman ürünüdür.



Şekil 3.1: Mektup Türleri

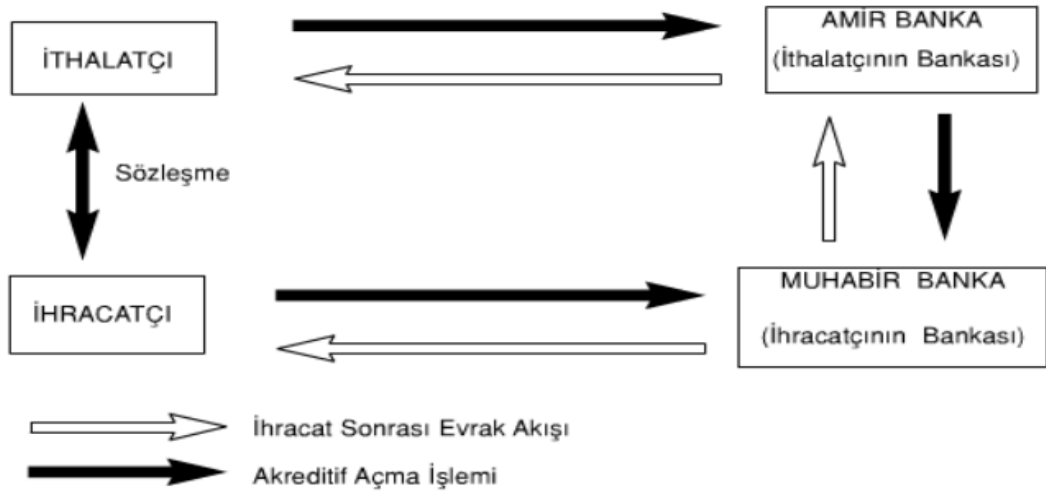
Kaynak: Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. Ürün ve Hizmet Kataloğu

3.13. Akreditif

Akreditif, dış ticaret işlemlerinde bir ödeme yöntemi olarak bilinmektedir. İthalatçı firmanın talimatıyla bir bankanın belli bir tutar ve belli bir vade içerisinde, belirtilen evrakların sunulması ve belirtilen şartların yerine getirilmesi şartıyla ihracatçı firmaya ödeme yapacağını yazılı olarak taahhüt etmesidir.

Akreditif kısaca şartlı bir banka garantisi olarak tanımlanabilir. Farklı ülkelerde bulunan alıcı ve satıcının şüphelerini ortadan kaldırmaktadır. Akreditif ödeme yöntemi ile ihracatçı alacağı parayı garanti etmiş olur. İthalatçı ise alacağı malı garanti etmiş olur. Akreditif yöntemini dış ticarete daha çok alıcı ve satıcının birbirini tanımadığı veya aralarında ilk kez ticaret yaptıkları durumlarda kullanılmaktadır. Sisteme bankaların dâhil olması ile ticaret yapan iki tarafın birbirlerine güveni yerine banka garantisi ön plana çıkmaktadır. Akreditif işlemlerinde ithalatçı, ithalatçının bankası, ihracatçı ve ihracatçı bankası olmak üzere toplam dört taraf bulunmaktadır (Tura, 2020).

Akreditif güvenli bir ödeme yöntemi olmasının yanı sıra ihracatçı işletmeler için bir finansman aracıdır. İşletmeler akreditifi teminat göstererek finansman kullanabilmektedirler. Ayrıca katılım bankalarının sunmuş olduğu vadeli ihracat finansmanı ile vadeli olan ihracat bedellerine akreditifin vadesi gelmeden ulaşabilmektedir.



Şekil 3.2: Akreditif İşleyişi

Kaynak: www.ihracat.co, Erişim Tarihi: 18.02.2022

3.14. İthalat Finansmanı

Katılım bankaları ithalat yapan KOBİ müşterilerinin yurtdışından getirmiş olduğu ürünlerin finansmanını sağlamaktadır. Katılım bankaları ithalat finansmanında ürünün parasını doğrudan ihracatçı firmanın hesabına transfer etmektedir. Banka tarafından peşin ödenen bu tutarın müşterinin talep ettiği ve banka tarafından uygun bulunan vadede geri ödemesi yapılır. Bu finansman ürünü fonlu ithalat finansmanı olarak adlandırılmaktadır. Katılım bankaları ithalatçı firmalara limit açtıklarında genel bir vekâlet girişi yapmaktadırlar. İthalat finansmanında katılım bankacılığı prensipleri gereği gümrükten çekilen mallar finanse edilememektedir. Fakat ihracatçı tarafından üretimi devam eden, mallar yolda veya gümrükte ise finansman sağlanabilmektedir. İlgili ithalata ilişkin gümrük ödemeleri de katılım bankaları tarafından finanse edilebilmektedir.

Bu finansman ürünü ile ithalatçı firmanın ihracatçı firmadan indirim talep etme şansı bulunmaktadır. Fonlu ithalat finansmanı yapması durumunda ithalatçıya Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) mükellefiyeti doğurmamaktadır.

İthalat işlemlerinde peşin ödeme, vesaik mukabili ödeme, mal mukabili ödeme, kabul kredili ödeme ve akreditif gibi ödeme yöntemleri bulunmaktadır. Katılım bankaları bu ödeme şekillerinin tamamına aracılık etmekte ve finansman sağlayabilmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞI FİNANSMAN ÜRÜNLERİNİN KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNE KATKILARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

4.1. Literatür Taraması

Akademik anlamda yapılan literatür taramasında katılım bankacılığı ile ilgili yazılan tez sayılarının artmakta olduğu görülmektedir. Katılım bankacılığı alanında birçok araştırma olmasına karşın katılım bankacılığı müşteri kitlesi olan KOBİ'ler ile alakalı çalışma sınırlıdır.

Araştırmamızın anket çalışmasını hazırlarken faydalandığımız Demir (2021) tarafından yapılan çalışmada katılım bankalarının KOBİ müşterilerine sunulan ürünlerinin kullanımı neticesinde ülke ekonomisine katkıları araştırılmış olup, araştırma sonucunda sunulan ürünlerin kullanımının ülke ekonomisine faydasının çok yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Demir, 2021).

Manici (2021), KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihini etkileyen faktörlerle alakalı bir çalışma yapmış olup, katılımcıların katılım bankasını tercih etmesinde sırasıyla; din faktörü, katılım bankacılığı bilgisi ve algı faktörü, fayda-maliyet faktörü, ürün çeşitliliği faktörü, hizmet kalitesi ve hız faktörü ve finansman şekli bilgisi faktörünün etkili olduğunu tespit etmiştir.

Yazımcı (2021) tarafından yapılan küçük işletmelerin katılım bankacılığını tercih etme nedenlerine ilişkin çalışma neticesinde firmaların katılım bankalarını tercih etmelerindeki en önemli etkenin temel bankacılık hizmetlerinden ücret almaması olduğu, katılım bankalarının kaliteli hizmet sunmaları ve güvenilir olmasının diğer önemli faktörler olduğu bulgusuna ulaşmakla beraber, en düşük tercih sebebinin faizsiz bankacılık sistemiyle çalışması olduğu tespit edilmiştir.

KOBİ'lerle alakalı yapılan diğer bir çalışmada işletmelerin finansman ihtiyaçları için katılım bankaları için yeni bir model önerisi yapılmıştır. Araştırmada KOBİ'lerin ihtiyaç duydukları ortaklık esaslı finansman yaklaşımı ile katılım bankalarının temel

İslami finans yaklaşımını ifade eden emek ve sermaye ortaklığı kazanç yaklaşımına olan ihtiyacı bir araya getirmek suretiyle iki yönlü bir çözüm sunan model kurgulanmıştır (Demir, 2018).

Elamin (2021) yaptığı çalışmada KOBİ'lerin katılım bankacılığı sistemine bakışı üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırma sonucunda tüm yaş gruplarında büyük çoğunluk katılım bankalarının ürün ve hizmetlerinin tanıtımının yeterince yapılmadığını düşünmektedir. Yapılan araştırmada birçok çıktı elde edilirken bu sonuçta araştırmamızın sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Yıldırım ve Çakar (2018) yapmış olduğu çalışmada KOBİ'lerin fonlarını ve tasarruflarını artırmak için katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktörlerin analizini yapmışlardır. Araştırma 482 KOBİ üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın neticesinde KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihini etkileyen en önemli faktör, hizmet kalitesinin algılanmasıdır. Tanınma, şeffaflık ve güvenilirlik, İslami bankacılığı kullanma niyetini etkileyen diğer faktörlerdir. Dini hassasiyetlerin -ortak görüşün aksine- işletmelerin katılım bankacılığı kullanma tercihi üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucuna varılmıştır.

Yılmaz (2016) yaptığı çalışmada bankacılık sisteminde katılım bankacılığı tercih nedenlerine ilişkin bir uygulama yapmıştır. Yaptığı uygulamada katılımcıların %15,1 işletme sahibi, %84,9'u çalışandır. Yapılan araştırmanın sonucunda %80,6'sı katılımcıların katılım bankalarında yapılan işlemlerin maliyeti daha yüksek olsa da katılım bankasını tercih edeceğini düşünmektedir. Katılımcıların katılım bankasını seçme nedeni ve boyutlar arasındaki ilişkilere bakıldığında katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin, aile ve arkadaş çevresi, ucuz ürünler, faize duyarlılık gibi durumlardan daha etkili olduğu tespit edilmiştir.

Şit (2012) katılım bankacılığının gelişmesinde işletmelerin rolünü araştırmış olup, Adana, Batman, Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Osmaniye ve Şanlıurfa bölgelerinde bulunan işletmelerle anket yapmış olup anket neticesinde işletmelerin katılım bankasını çok sık kullanmadıklarını, daha çok ticari kredilerde katılım bankalarını kullandıklarını, fakat memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna varılmış olup, araştırmada ürün ve hizmet gamının gelişimi ve katılım bankacılığının tanıtımının yapılması ile beraber işlem masraf ve oranlarında indirime gidilmesi önerisi yapılmıştır.

Kaya (2013) katılım bankacılığı tercih nedenlerine ilişkin bir araştırma yapmıştır. Araştırma Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankaları müşterileri ile yapılmıştır. Ankete 341 kişi katılmış olup anket sonucuna göre katılımcıların katılım bankacılığı tercihini etkileyen; faiz hassasiyetinin birinci öncelikli faktör, karlılık ya da maliyetin ikinci, işlemlerdeki memnuniyetin daha sonraki faktör olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Bireysel müşterilerin katılım bankacılığı tercihlerine ilişkin Anaç (2015) tarafından yapılan çalışma bulgularına göre, bireysel müşterilerin katılım bankası tercihlerini etkileyen ilk beş özellik; katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi, dini hassasiyetlerin yönlendirmesi, banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımı, samimi ve yardımsever personel, işlemlerimin kısa sürede tamamlanması olarak belirlenmiştir (Anaç, 2015).

Mahmud (2016) tarafından yoğunluk bireysel olmak üzere hem bireysel hem kurumsal müşteriler ile katılım bankacılığı tercihi ile ilgili yapılan çalışmada katılımcıların katılım bankalarını tercih etmelerinin en önemli nedenleri sırasıyla; çalışan personelin kaliteli olması, hizmet maliyetlerinin düşük olması, yatırımcılara yüksek getiri sağlaması ve tanıdık çalışanların olması sonucuna varılmıştır.

Katılım bankacılığı tercihi ile alakalı yapılan bir diğer çalışmada katılım bankaları ile çalışan 400 kişilik bir grup ile anket yapılmıştır. Araştırmada katılım bankacılığını tercih etme nedenleri, memnuniyet düzeyi, katılım bankacılığının sektörde bilinirliği, sektöre katkıları gibi sorulara cevap aranmıştır. Katılımcılar internet bankacılığı ve ürün çeşitliliği anlamında zayıf olduğunu düşünmekte olup daha çok dini hükümlere uygun olmaları ve çalışanların davranışları nedeniyle katılım bankalarını tercih ettiklerini ifade etmişlerdir (Güneşlik, 2018).

Yukarıda belirtilen çalışmalar dışında literatürde yoğun olarak katılım bankacılığının Dünya’daki ve Türkiye’deki gelişimi hakkında teorik çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalarda daha çok katılım bankacılığının ortaya çıkış sebepleri ve kullandığı yöntemlere vurgu yapılmıştır (Türkmenoğlu 2007, Canbaz 2013, Tat 2014, Şahan 2015, Sunbat 2016).

Ayrıca, literatürde katılım bankacılığının geleneksel bankalar ile karşılaştırılması hususunda da birçok çalışma yapıldığı gözlenmiştir. Bu çalışmalarda katılım bankalarının sunduğu ürün ve hizmetleri geleneksel bankaların sunduğu ürün ve

hizmetlerin karşılaştırılması yapılmıştır (Coşkun 2008, Özkan 2012, Büyüksahin 2018, Kadioğlu 2018, Şen 2019, Kök 2020).

Literatürde yer alan diğer bir konu ise katılım bankacılığının ekonomiye katkısı hakkında çalışılan tezlerdir. Araştırmalarda katılım bankaların sunduğu ürünler ile ekonomiye katkısı çalışılmıştır. Araştırmalar neticesinde reel ekonomiyi finanse etmesi sebebiyle ülke ekonomisine katkı sunduğu düşünülmektedir (Çolak 2013, Kodra 2018, Delen 2019, Şimşek 2019).

4.2. Araştırmanın Kapsamı

Çalışmamız, Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının KOBİ müşterilerine ve hali hazırda herhangi bir katılım bankası ile çalışmayan KOBİ firmalarına yönelik yapılmıştır. Araştırmamız, cevaplarının daha hızlı toplanabilmesi ve katılımcıların ankete daha iyi odaklanabilmesi adına online anket yolu ile yapılmıştır. Veriler, Aralık 2021 yılında toplanmaya başlanmış olup, veri toplama süreci Mart 2022 tarihinde tamamlanmıştır.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan Mart 2022 itibariyle tanımı güncellenen 3 milyon 427 bin 891 KOBİ firması ve 6 katılım bankasının KOBİ müşterileri oluşturmaktadır. Araştırma evrenini temsil edecek örneklem büyüklüğü yapılan analizlerin sonucunda %90 güven aralığında yüksek derecede güvenilir olarak belirlenmiştir. Araştırma kapsamında 111 veriye ulaşılmış olup analize uygun olmayan 11 veri çıkarılmış 100 veri analize dâhil edilmiştir.

4.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm de katılımcılarını tanımaya yönelik demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılım bankalarının sunduğu finansman ürünlerinin katılım bankacılığı tercihine etkisine ilişkin sorular yer almaktadır. İkinci bölümde araştırmacı tarafından geliştirilen anket kullanılmıştır. Soruların bir kısmının taslağı hazırlanırken Demir (2020) tarafından yazılmış olan “Katılım Bankalarında KOBİ Müşterilerine Sunulan Ürünler ve Bu Ürünlerin Kullanımı Neticesinde Ülke Ekonomisine Sağlanan Katkılar” isimli yüksek lisans tezinden yararlanılarak araştırmacı tarafından araştırma formatına uygun olarak düzenlenmiştir (Demir, 2020, s. 64-72).

Çalışmada kullanılan anket formu Ek-1’de yer almaktadır. Hazırlanan ankete ilişkin etik kurul izni Ek-2’de yer almaktadır.

Anket soruları 5’li Likert tipi ölçek (1=hiç katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) ile sorulmuştur. Verilerin analizinde öncelikle cinsiyet, eğitim, sektör, yaş, faaliyet süresi, işletmedeki pozisyon, işletmenin cirosu, katılım bankası ile çalışma durumu ve çalışma süresi gibi değişkenlere bağlı oluşturulan hipotezler test edilmiştir. Anketin geçerliliğinin belirlenmesinde faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinin uygun olup olmadığını belirlemek için yapılan analizlerde uygulanan KMO testi sonucu 0,860 olarak bulunmuş olup, KMO değerlemesine göre bu veri seti faktör analizi için “çok iyi” olarak belirlenmiştir. Ayrıca verilere uygulanan Barlett testi anlamlı çıkmıştır [$\chi^2 = 813,407$; $df = 91$ ($p = 0,000$)]. Elde edilen bu sonuçlar faktör analizinin uygulanabilirliğini ve değişkenler arasındaki korelasyonun var olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların tek tek bilinirlik tercihleri ile ilgili verdikleri soruların genel ortalaması 3,98 ve 4,33 arasında değişmekle birlikte 3,98 alt ortalama ile ürün bilinirliğinin katılım bankası tercihinde etkili olacağını beyan etmişlerdir. Katılımcıların ürünlerin bilinirliği doğrultusunda katılım bankalarını tercih etme tutumlarının genel ortalaması 4,18 olduğu yani katılım bankalarının tercihinde ürünlerin bilinirliğinin etkili olduğuna katıldıkları gözlemlenmiştir.

Ölçek 14 maddeden ve 3 boyuttan oluşmaktadır. Dönüşümlü faktör yüklerinden faydalanılarak faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak elde edilen boyutlar sırası ile; dış ticaret destekleri, işletme destekleri ve diğer hizmetler olarak adlandırılmıştır.

İlk boyut bankanın sağlamış olduğu Eximbank kredisi, dış ticaret ürünleri, vadeli ihracat finansmanları, kredi geri çağırma gibi risklerin olmaması, iadesiz çek finansmanı gibi dış ticaret desteklerinden oluşmaktadır.

İkinci boyut doğrudan borçlandırma, tedarikçi finansmanı taksitli ticari finansman, bayi kart, teminat mektubu ve leasing gibi işletmeye üretim desteklerinden oluşan ürünleri içermektedir.

Üçüncü boyut ise nakit krediler yerine hizmet ve fon alımını içeren gerçek ticareti esas alan fonlar, işletme finansmanı ürünü ile doğrudan ürünün satın alınması; kullanılacak

olan kredileri sıkı takip eden uzmanların yer aldığı hizmet ürünlerinden meydana gelmektedir.

Faktör analizinden sonra her bir boyut için Croanbach Alpha güvenilirlik analizi yapılmış olup Alpha değerleri birinci faktör için 0,856; ikinci faktör için 0,853 ve üçüncü faktör için 0,874 bulunmuş böylece üç faktör de güvenilirlik analizini geçmiştir.

4.5. Veri Analizi

Veri analizinde SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Bir araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım durumunun incelenmesinde çarpıklık (skewness) değerine veya normallik testi sonuçlarına bakılır. Çarpıklık değerleri ile “-1 ile +1” değerleri mükemmel bir kabul şekli olarak nitelenmektedir (Hair J. F., 2013). Bu açıklamalara göre elde edilen skewness değerleri beklenen aralıkta olduğundan veri dağılımı normal kabul edilmektedir. Araştırma sorularında parametrik veya parametrik olmayan testlerin kullanılacağını belirlemek için Levene’s homojenlik testi uygulanmıştır.

Yapılan analiz sonucunda tercih ölçeğinden elde edilen verilerin tüm değişkenler için homojen olduğu ($p = \text{sig} > 0,05$) görülmüştür. Homojenlik sağlandığı için parametrik testlerin yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmada iki değişkenli bağımsız gruplar için t-testi, ikiden fazla değişkenli bağımsız gruplar için ANOVA testi yapılmıştır.

4.6. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmamızda cinsiyet, yaş, eğitim, faaliyet sektörü, faaliyet süresi, işletmedeki pozisyon, işletmenin cirosu, katılım bankası ile çalışma durumu, katılım bankası ile çalışma süresi değişkenlerinin katılım bankasına tercihinin etkisini ölçümleyebilmek için hipotezler oluşturulmuştur. Araştırmamızda bulunan değişkenler ilişkin hipotezlerimiz aşağıdadır.

Hipotez 1

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihinin etkisi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihinin etkisi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 2

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 3

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile eğitim değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile eğitim değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 4

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet sektörü arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet sektörü arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 5

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet süresi arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet süresi arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 6

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmedeki pozisyon değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmedeki pozisyonu arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 7

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin cirosu arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin cirosu arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 8

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankasıyla çalışmama durumu arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankasıyla çalışmama durumu arasında anlamlı farklılık vardır.

Hipotez 9

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankası ile çalışma süresi arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankası ile çalışma süresi arasında anlamlı farklılık vardır.

4.7. Bulgular ve Analiz

Çalışmaya katılan örnekleme ait demografik özellikler Tablo 4.1’de gösterilmektedir. Buna göre, katılımcıların %91’i erkek, %9’u ise kadındır. Yaş dağılımları incelendiğinde, %35’i 25-34 yaş, %46’sı 35-44 yaşta olduğu görülmektedir. Eğitim durumu bakımından %64’ü üniversite ve %18’i lisansüstü mezundur. Kurumdaki pozisyonlar incelendiğinde katılımcıların %54’ü firma sahibi, %10’u genel müdürdür. Kurum içerisindeki pozisyon içerisinde en yüksek oranın firma sahibi olduğu görülmektedir. Kurumların yıllık ciroları incelendiğinde %46’sı 3milyon-25milyon TL, %27’si 25 milyon-125 milyon TL’dir. Buna göre katılımcıların %83’ünün 3 milyon TL ve üzeri bir ciroya sahip olduğu görülmektedir. Kurumun faaliyet gösterdiği sektör bazında incelediğimizde inşaat sektörü %28 gibi bir oranla ilk sırada yer alırken onu %25 ile üretim sektörü takip etmektedir. Firmaların faaliyet süreleri değerlendirildiğinde %57 gibi büyük bir oranla 10 yıl ve üzeri, %24 ile 6-10 yıl aralığında faaliyet gösteren kurumların yer aldığı gözlenmektedir. Katılımcıların

%96'sı gibi büyük bir çoğunluğu katılım bankacılığı kullanırken, %4 gibi bir oran bu hizmeti kullanmamaktadır.

Tablo 4.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Kategori	f	%
Yaşınız	18-24	2	2
	25-34	35	35
	35-44	46	46
	45-54	15	15
	55 ve üzeri	2	2
	Toplam	100	100
Cinsiyetiniz	Erkek	91	91
	Kadın	9	9
	Toplam	100	100
Eğitim Durumunuz	Ortaöğretim	1	1
	Lise	17	17
	Lisans	64	64
	Lisansüstü	18	18
	Toplam	100	100
Faaliyet Gösterilmekte Olan Sektör	Üretim	25	25
	İnşaat	28	28
	Gıda	3	3
	Tekstil	8	8
	Hizmet	12	12
	Diğer	23	23
	Toplam+1 Boş	100	100
Kurumdaki Pozisyonunuz	Firma Sahibi	54	54
	Genel Müdür	10	10
	Mali İşler Direktörü	2	2
	Finans Direktörü	4	4
	Mali İşler Müdürü	5	5
	Finans Müdürü	4	4
	Finans Yetkilisi	10	10
	Muhasebe Yetkilisi	8	8
	Toplam	100	100
2020 Yıl Sonu Cirosu	3 milyon TL altı	16	16

	3 milyon-25 milyon	46	46
	25 milyon-125 milyon	27	27
	125 milyon TL ve üzeri	10	10
	Toplam+1 Boş	100	100
Firmanın Faaliyet Süresi	3 yıldan az	7	7
	3-5 yıl	12	12
	6-10 yıl	24	24
	10 yıl ve üzeri	57	57
	Toplam	100	100
Kurumun Katılım Bankaları İle Çalışma Süreleri	Hayır çalışmıyorum	4	4
	3 yıldan az	19	19
	3-5 yıl	23	23
	5-10 yıl	28	28
	10 yıl üzeri	26	26
	Toplam	100	100

Sunulan ürünlerin bilinirliği detaylı olarak incelendiğinde işletme finansmanı %81,3 gibi bir oran ile katılımcılar arasında en çok bilinen ürün iken, %64,6'ı gayrimenkul finansmanı, %60,4'ü leasing ürünü, %58,3'ü gayri nakdi finansman hakkında bir bilgiye sahiptir. Vadeli ihracat finansmanını %8,3'lük bir oranla katılımcılar arasında en az bilinen ürün olarak değerlendirebiliriz.

Tablo 4.2: Katılım Bankalarının KOBİ'ler İçin Sunduğu Finansman Ürünlerinin Bilinirliği

	N	%	Durum %
İşletme Finansmanı	78	20.00%	81.30%
Gayrimenkul Finansmanları	62	15.90%	64.60%
Leasing (Finansal Kiralama)	58	14.90%	60.40%
Eximbank Finansmanı	14	3.60%	14.60%
Tedarikçi Finansmanı	38	9.70%	39.60%
Vadeli ihracat Finansmanı	8	2.10%	8.30%
Doğrudan Borçlandırma Sistemi	38	9.70%	39.60%
İthalat Finansmanı	22	5.60%	22.90%
Bayi Kart	16	4.10%	16.70%

Gayri Nakdi Finansman (Teminat Mektupları. Akreditif vs.)	56	14.40%	58.30%
Toplam	390	100.00%	406.30%

Katılım bankalarının bilinirliği ölçeği toplam 14 sorudan oluşturulmuştur. Ölçek “Kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, hiç katılmıyorum” şeklinde 5’li likert tipinde hazırlanmıştır.

Katılım bankalarının bilinirliği ölçeği geneli için araştırma verileri üzerinden hesaplanan güvenilirlik kat sayısı (Cronbach alpha) $\alpha=0,908$ olarak hesaplanmış, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermiştir.

Maddeler 5’li likert tipine göre derecelendirilmiş ve anket katılımcılarının katılım bankalarını tercih etmede bu bankaların ürünlerinin bilinirliği ölçeğinin hesaplanmasında sorulara verilen cevapların aritmetik ortalaması kullanılmıştır.

Tablo 4.3: Katılımcıların Katılım Bankalarını Tercih Etme Düzey Aralık Değerlerinin İfade Ettiği Düzeyler

İfadeler	Değer	Sınırlar
Hiç Katılmıyorum	1	1.00-1.80
Katılmıyorum	2	1.81-2.60
Kararsızım	3	2.61-3.40
Katılıyorum	4	3.41-4.20
Kesinlikle Katılıyorum	5	4.21-5.00

Katılımcıların ürünlerin bilinirliği doğrultusunda katılım bankalarını tercih etme tutumlarının genel ortalaması 4,18 olduğu yani katılım bankalarının tercihinde ürünlerin bilinirliğinin etkili olduğuna katıldıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 4.4: Katılımcıların Katılım Bankalarını Tercih Etme Düzey Aralık Değerleri

	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		Genel Ortalama
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
S1	1	1	5	5.0	11	11.0	26	26.0	57	57.0	4.33
S2	1	1.0	3	3.0	12	12.0	35	35.0	49	49.0	4.28
S3	2	2.0	4	4.0	10	10.0	39	39.0	45	45.0	4.21
S4			2	2.0	24	24.0	46	46.0	28	28.0	4.00
S5					15	15.0	56	56.0	29	29.0	4.14
S6			2	2.0	15	15.0	58	58.0	25	25.0	4.06
S7			4	4.0	13	13.0	47	47.0	36	36.0	4.15
S8	1	1.0	2	2.0	16	16.0	46	46.0	35	35.0	4.12
S9			1	1.0	7	7.0	50	50.0	42	42.0	4.33
S10			2	2.0	21	21.0	54	54.0	23	23.0	3.98
S11			1	1.0	11	11.0	49	49.0	39	39.0	4.26
S12					14	14.0	57	57.0	29	29.0	4.15
S13					14	14.0	45	45.0	41	41.0	4.27
S14					11	11.0	51	51.0	38	38.0	4.27

Ortalama Dağılımı



Şekil 4.1: Ortalama Dağılım

Katılımcıların tek tek bilinirlik tercihleri ile ilgili verdikleri soruların genel ortalaması 3,98 ve 4,33 arasında değişmekle birlikte, katılımcılar 3,98 alt ortalama ile ürün bilinirliğinin katılım bankası tercihinde etkili olacağını beyan etmişlerdir. Katılımcıların ürünlerin bilinirliği doğrultusunda katılım bankalarını tercih etme tutumlarının genel ortalaması 4,18 olduğu yani katılım bankalarının tercihinde ürünlerin bilinirliğinin etkili olduğuna katıldıkları gözlemlenmiştir.

Şekil 4.1’de yer alan ürünlerin ortalaması incelendiğinde katılım bankalarının müşterilerine yeni sundukları tedarikçi finansmanı, bayi kart ve dış ticaret ürünlere verilen cevaplar ortalamasının altında kalırken uzun yıllardır sunduğu mevcut ürünlerin ortalamasının üzerinde olduğu gözlenmiştir.

Tablo 4.5: Dağılımın Normallik Testi

Değişkenler	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std	Statistic	Std
Tercih Tutumu	100	-0.292	0.241	-0.044	0.478

Tablo 4.5’teki değerlere bakıldığında, veriler üzerindeki dağılımın normal olduğu görülmüştür. Bir araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım durumunun incelenmesinde çarpıklık (skewness) değerine veya normallik testi sonuçlarına bakılır. Çarpıklık değerleri ile “-1 ile +1” değerleri mükemmel bir kabul şekli olarak nitelenmektedir.

Bu açıklamalara göre elde edilen skewness değerleri beklenen aralıkta olduğundan veri dağılımı normal kabul edilmektedir.

Araştırma sorularında parametrik veya parametrik olmayan testlerin hangisinin kullanılacağını belirlemek için Levene's homojenlik testi uygulanmıştır.

Tablo 4.6: Levene 's Testi Sonuçları

Değişkenler	Levene test	
	Statistic	Sig
Cinsiyet	0.189	0.665
Eğitim Durumu	2.736	0.07
Faaliyet Gösterilen Sektör	1.177	0.326
Yaş	0.925	0.453
Firmadaki Pozisyon	1.182	0.319
Yıllık Ciro	1.014	0.39
Faaliyet Süresi	0.163	0.921
Katılım Bankası İle Çalışma Durumu/ve Süresi	0.16	0.958
Ürünlerin Bilinirliği	0.652	0.75

Yapılan analiz sonucunda tercih ölçeğinden elde edilen verilerin tüm değişkenler için homojen olduğu ($p = \text{sig} > 0,05$) görülmüştür. Homojenlik sağlandığı için parametrik testlerin yapılmasına karar verilmiştir. Bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin normalliği test edilmiş aralarındaki ilişkinin normal olduğu tespit edildikten sonra 2 değişkenli bağımsız gruplar için t-testi, ikiden fazla değişkenli bağımsız gruplar için ANOVA testi yapılmıştır.

Hipotez 1

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır.

Cinsiyet değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.7'de sunulmuştur.

Tablo 4.7: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Cinsiyet Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

Değişken	Grup	N	X	Ss	t testi		
					T	Sd	P
Cinsiyete Göre Katılım Bankası Tercihi	Erkek	91	4.192	0.51	0.63	98	0.53
	Kadın	9	4.079	0.554			

Tablo 4.7'ye göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde erkek katılımcılar için $\bar{x}=4,19$ ve kız katılımcılar için ise $\bar{x}=4,08$ 'dir. Bu iki grubun katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. [$t_{(98)}=0,630$; $p>0,05$] Katılım bankaları tercihini belirlemede cinsiyete bağlı herhangi bir fark bulunmamaktadır.

Hipotez 2

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile yaş değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır.

Yaş değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.8'de sunulmuştur.

Tablo 4.8: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Yaş Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

Yaş	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P	Anlamlılık
18-24	2	4.429	0.202	Grup arası	1.671	4	0.418	1.636	0.172	
25-34	35	4.114	0.529	Grup içi	24.262	95	0.255			
35-44	46	4.256	0.461							
45-54	15	4.181	0.556							
55 ve üzeri	2	3.429	0.909							
Toplam	100	4.182	0.512							

Tablo 4.8'e göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri yaş değişkenine göre incelendiğinde 18-24 yaş katılımcılar için $\bar{x}=4,43$; 25-34 yaş katılımcılar için $\bar{x}=4,11$; 35-44 yaş katılımcılar için $\bar{x}=4,26$; 45-54 yaş için $\bar{x}= 4,18$ ve 55 yaş üzeri için $\bar{x}=3,43$ 'tür. 55 yaş ve üzeri grubun katılım bankası tercih düzeyi ortalaması diğer yaş gruplarına göre daha düşük olmakla birlikte yaş gruplarının katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. [F=1,636; p>.05]. Yaş katılımcıların tercihinde bir farklılık oluşturmamaktadır.

Hipotez 3

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile eğitim değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile eğitim değişkeni arasında anlamlı farklılık vardır.

Eğitim değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.9'da sunulmuştur.

Tablo 4.9: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Eğitim Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

Eğitim Durumu	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P	Anlamlılık
Ortaöğretim	1	3.643		Grup arası	0.374	3	0.125	0.469	0.705	
Lise	17	4.244	0.581	Grup içi	25.558	96	0.266			
Lisans	64	4.169	0.542							
Lisansüstü	18	4.202	0.312							
Toplam	100	4.182	0.512							

Tablo 4.9'a göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri eğitim durumlarına değişkenine göre incelendiğinde ortaöğretim mezunu katılımcılar için $\bar{x}=3,64$; lise mezunu katılımcılar için $\bar{x}=4,24$; lisans mezunu katılımcılar için $\bar{x}=4,17$; lisansüstü mezunu katılımcılar için $\bar{x}= 4,20$ 'dir.Ortaöğretim mezunu katılımcıların katılım bankası tercih düzeyi ortalaması diğer eğitim düzeylerine göre daha düşük olmakla birlikte eğitim durumunun katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak

anlamli bir farklılık bulunmamaktadır. [F=0,469; p>0,05]. Diğer bir ifade ile katılımcıların katılım bankaları tercihi eğitim durumuna göre değişmemektedir.

Hipotez 4

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet sektörü arasında anlamli farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet sektörü arasında anlamli farklılık vardır.

Faaliyet sektörü değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.10’da sunulmuştur.

Tablo 4.10: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Faaliyet Sektörü Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

Faaliyet Sektörü	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P	Anlamlılık
Üretim	25	4.14	0.613	Grup arası	0.553	5	0.111	0.405	0.844	
İnşaat	28	4.112	0.485	Grup içi	25.378	93	0.273			
Gıda	3	4.238	0.431							
Tekstil	8	4.286	0.328							
Hizmet	12	4.333	0.537							
Diğer	23	4.193	0.51							
Toplam	99	4.183	0.514							

Tablo 4.10’a göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri faaliyet sektörü değişkenine göre incelendiğinde üretim sektöründeki katılımcılar için $\bar{x}=4,14$; inşaat sektöründeki katılımcılar için $\bar{x}=4,11$; gıda sektöründeki katılımcılar için $\bar{x}=4,24$; tekstil sektöründeki katılımcılar için $\bar{x}=4,29$; hizmet sektöründeki katılımcılar için 4,33 ve diğer sektörlerdeki katılımcılar için 4,19’dur. Katılımcıların çalıştıkları sektörün katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamli bir farklılık

bulunmamaktadır.[F=0,405; p>0,05] Diğer bir ifade ile katılımcıların faaliyet gösterdikleri sektör katılımcıların tercihi üzerinde farklılık göstermemektedir.

Hipotez 5

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet süresi arasında anlamlı farklılık yoktur.

H1: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile faaliyet süresi arasında anlamlı farklılık vardır.

Faaliyet süresi değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler aşağıdaki Tablo 4.11’de sunulmuştur.

Tablo 4.11: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Faaliyet Süresi Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

Faaliyet Süresi	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P	Anlamlılık
3 yıldan az	7	4.327	0.42	Grup arası	1.417	3	0.472	1.849	0.143	
3-5 yıl	12	3.958	0.509	Grup içi	24.516	96	0.255			
6-10 yıl	24	4.339	0.517							
10 yıl ve üzeri	57	4.145	0.508							
Toplam	100	4.182	0.512							

Tablo 4.11’e göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri firmanın faaliyet süresi değişkenine göre incelendiğinde 3 yıldan az faaliyet gösteren firmalar için $\bar{x}=4,33$; 3-5 yıldır faaliyet gösteren firmalar için $\bar{x}=3,96$; 6-10 yıldır faaliyet gösteren firmalar için $\bar{x}=4,34$; 10 yıl ve üzeri faaliyet gösteren firmalar için $\bar{x}=4,15$ ’tir. Katılımcıların firmalarının faaliyette oldukları süre ile katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. [F=1,849; p>0,05]. Katılımcıların sektördeki faaliyet süreleri katılım bankası tercihlerinde belirleyici olmamaktadır.

Hipotez 6

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmedeki pozisyon değişkeni arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmedeki pozisyonu arasında anlamlı farklılık vardır.

Katılımcını işletmedeki pozisyon değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.12’de sunulmuştur.

Tablo 4.12: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin İşletmedeki Pozisyon Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

İşletme İçindeki Pozisyonu	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	Sd	KO	F	P	Anlamlılık
Firma Sahibi	54	4.156	0.509	Grup arası	2.05	8	0.256	0.977	0.459	
Genel Müdür	10	4.329	0.419	Grup içi	23.882	91	0.262			
Mali İşler Direktörü	2	4.429	0.101							
Finans Direktörü	4	4.429	0.421							
Mali İşler Müdürü	5	4.1	0.812							
Finans Müdürü	4	4.464	0.149							
Finans Yetkilisi	10	4.271	0.428							
Muhasebe Yetkilisi	8	3.955	0.65							
Diğer	3	3.738	0.595							
Toplam	100	4.182	0.512							

Tablo 4.12’ye göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri firmadaki pozisyon değişkenine göre incelendiğinde firma sahibi katılımcılar için $\bar{x}=4,16$; genel müdür pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=4,33$; mali işler direktörü pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=4,43$; finans direktörü pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=4,43$; mali işler müdürü pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=4,10$; finans müdür pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=4,46$; finans yetkilisi pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=4,27$; muhasebe yetkilisi pozisyonundaki katılımcılar için $\bar{x}=3,96$ ve diğer

pozisyondaki katılımcılar için $\bar{x}=3,74$ 'dür. Katılımcıların çalıştıkları pozisyonların katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. [F=0,977; p>.05]. Katılım bankalarının tercihi katılımcıların buldukları pozisyonlara göre değişmemektedir.

Hipotez 7

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin cirosu arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin cirosu arasında anlamlı farklılık vardır.

İşletmenin ciro değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.13'te sunulmuştur.

Tablo 4.13: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin İşletmenin Cirosu Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

İşletme Cirosu	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlılık
3 milyon TL altı	16	4.17	0.584	Grup arası	0.222	3	0.074	0.273	0.845	
3 milyon-25 milyon	46	4.174	0.47	Grup içi	25.709	95	0.271			
25 milyon-125 milyon	27	4.153	0.592							
125 milyon TL ve üzeri	10	4.321	0.415							
Toplam	99	4.183	0.514							

Tablo 4.13'e göre katılımcıların ortalama tercih düzeyleri firmanın ciro değişkenine göre incelendiğinde cirosu 3 milyon TL altı katılımcılar için $\bar{x}=4,17$; 3 milyon-25 milyon TL katılımcılar için $\bar{x}=4,17$; 25-125 milyon TL katılımcılar için $\bar{x}=4,15$; 125

milyon TL ve üzeri cirosu olan katılımcılar için $\bar{x}=4,32$ 'dir Katılımcıların cirolarına göre katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır [$F=0,273$; $p>0,05$].

Hipotez 8

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankasıyla çalışmama durumu arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankasıyla çalışmama durumu arasında anlamlı farklılık vardır.

Katılım bankası ile çalışmamış olması değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.14'te sunulmuştur.

Hipotez 9

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankasıyla çalışmama durumu arasında anlamlı farklılık yoktur.

H0: Katılım bankacılığı finansman ürünleri bilinirliğinin katılım bankacılığına tercihine etkisi ile işletmenin katılım bankasıyla çalışmama durumu arasında anlamlı farklılık vardır.

Katılım bankası ile çalışma süresi değişkenine göre katılım bankalarına yönelik tercih düzeyleri ortalamasına yönelik istatistikler Tablo 4.14'te sunulmuştur.

Tablo 4.14: Katılım Bankalarının Finansman Ürünlerinin Bilinirliğinin Katılım Bankası İle Çalışma Durumu ve Çalışma Süresi Değişkenine Göre Katılım Bankacılığı Tercih Düzeyleri Ortalaması

Katılım Bankaları İle Çalışma Süresi	N	X	Ss	Varyans Kaynağı	KT	sd	KO	F	P	Anlamlılık
Hayır çalışmıyor	4	4.411	0.442	Grup arası	1.317	4	0.329	1.27	0.287	
3 yıldan az	19	4.214	0.527	Grup içi	24.616	95	0.259			
3-5 yıl	23	3.988	0.546							
5-10 yıl	28	4.268	0.513							
10 yıl üzeri	26	4.203	0.463							
Toplam	100	4.182	0.512							

Tablo 4.14'e göre katılımcıların katılım bankaları ile çalışmaması veya çalışıyor ve ne kadar süredir katılım bankası ile çalışıyor olması değişkenine göre incelendiğinde katılım bankaları ile çalışmayan firmalar için $\bar{x}=4,41$; 3 yıldan az süredir katılım bankaları ile çalışan firmalar için $\bar{x}=4,21$; 3-5 yıldır katılım bankaları ile çalışan firmalar için $\bar{x}=3,99$; 5-10 yıldır katılım bankaları ile çalışan firmalar için $\bar{x}=4,27$ ve 10 yıl ve üzeri süredir katılım bankaları ile çalışan firmalar için $\bar{x}=4,20$ 'dir. Katılımcıların firmalarının katılım bankaları ile çalışmıyor olması veya çalışma süreleri ile katılım bankası tercih düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır [$F=1,270$; $p>0,05$]. Firmanın katılım bankaları ile çalışmaması veya çalışma sürelerindeki farklılık katılımcıların katılım bankası tercihlerini etkilememektedir.

4.8. Güvenilirlik ve Faktör Analizi

Faktör analizi yapabilmek için ilk olarak ölçeğin güvenilirlik ve iç tutarlılığının bir ölçüsü olarak Croanbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Bu katsayının yüksek olması ölçekteki maddelerin birbiri ile tutarlı ve aynı özelliği ölçen maddelerden oluştuğunu gösterir. Likert tipi ölçeklerde güvenilirliğin gerçekleşmesi için Croanbach Alpha değeri aşağıdaki şekilde kategorize edilmiştir.

Tablo 4.15: Güvenilirlik Analizi

Cronbachs's Alpha	İç Tutarlılık
$\alpha \geq 0.9$	Ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Ölçek iyi derecede güvenilir bir ölçektir.
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Ölçek oldukça güvenilirdir
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Ölçek güvenilirliği kabul edilebilir
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Ölçek düşük güvenilirliktedir
$0.5 > \alpha$	Ölçek güvenilir değildir

Katılım bankalarının bilinirliği ölçeği geneli için araştırma verileri üzerinden hesaplanan güvenilirlik kat sayısı (Cronbach Alpha) $\alpha=0,908$ olarak hesaplanmış, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermiştir.

Tablo 4.16: Korelasyon Matrisi

Korelasyon Matrisi														
	S2	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S1	S3
S2	1.00	0.39	0.49	0.54	0.35	0.32	0.46	0.24	0.40	0.47	0.53	0.48	0.74	0.62
S4	0.39	1.00	0.68	0.66	0.39	0.38	0.48	0.30	0.45	0.43	0.37	0.34	0.15	0.30
S5	0.49	0.68	1.00	0.76	0.45	0.42	0.44	0.31	0.35	0.51	0.47	0.41	0.31	0.37
S6	0.54	0.66	0.76	1.00	0.48	0.52	0.54	0.32	0.56	0.52	0.49	0.59	0.33	0.37
S7	0.35	0.39	0.45	0.48	1.00	0.62	0.60	0.48	0.31	0.37	0.55	0.59	0.30	0.33
S8	0.32	0.38	0.42	0.52	0.62	1.00	0.45	0.38	0.19	0.33	0.46	0.43	0.21	0.30
S9	0.46	0.48	0.44	0.54	0.60	0.45	1.00	0.40	0.50	0.51	0.60	0.65	0.27	0.37
S10	0.24	0.30	0.31	0.32	0.48	0.38	0.40	1.00	0.29	0.31	0.31	0.25	0.23	0.25
S11	0.40	0.45	0.35	0.56	0.31	0.19	0.50	0.29	1.00	0.53	0.36	0.50	0.29	0.23
S12	0.47	0.43	0.51	0.52	0.37	0.33	0.51	0.31	0.53	1.00	0.61	0.44	0.36	0.41
S13	0.53	0.37	0.47	0.49	0.55	0.46	0.60	0.31	0.36	0.61	1.00	0.62	0.41	0.41

S14	0.48	0.34	0.41	0.59	0.59	0.43	0.65	0.25	0.50	0.44	0.62	1.00	0.39	0.38
S1	0.74	0.15	0.31	0.33	0.30	0.21	0.27	0.23	0.29	0.36	0.41	0.39	1.00	0.74
S3	0.62	0.30	0.37	0.37	0.33	0.30	0.37	0.25	0.23	0.41	0.41	0.38	0.74	1.00

Yukarıdaki korelasyon matrisinde görüldüğü üzere tüm değişkenler birbiri ile orta seviyede bağlantılı ve beklenildiği gibi aralarında pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur ($r > 0,10$).

Yüksek korelasyon ilişkisi faktör analizinde aranılmaktadır, değişkenler arasındaki bağlantı azaldıkça faktör analizine güvende azalır. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett testi sonuçlarının anlamlı olmasına bağlı olmaktadır. Uygulanan KMO testi sonucu 0,860 olarak bulunmuştur. KMO değerlemesine göre bu veri seti faktör analizi için çok iyi olarak belirlenmiştir. Ayrıca verilere uygulanan Barlett testi anlamlı çıkmıştır [$\chi^2 = 813,407$. $df = 91$ ($p = 0,000$)]. Elde edilen bu sonuçlar faktör analizinin uygulanabilirliğini ve değişkenler arasındaki korelasyonun var olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.17: Kaiser-Meyer Olkin (KMO) Değerinin Yorumu

KMO Değerinin Yorumu	
0.9-1.0	Mükemmel
0.8- 0.9	Çok İyi
0.7-0.8	İyi
0.5-0.6	Orta
0.5 > α	Zayıf

(Sharma, 1996)

Tablo 4.18: KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.86
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	813.407
	Df	91
	Sig.	0

Ortak varyans; bir değişkenin analizde yer alan diğer değişkenler ile paylaştığı varyans miktarıdır. İşletme Finansmanı (soru 2) =0,780 şu şekilde yorumlanabilir; “Soru 2 varyansın %78’ini açıklamaktadır”. Burada maddelerle ilgili olarak verilen ortak varyansların 0,416 ile 0,875 arasında değiştığı görülmektedir. Analiz sırasında faktör yükü 0,40 ya da yüksek olanlar analize alınmıştır. Burada tüm faktörler 0,40 ‘dan büyük olduğu için analize dâhil edilmiştir.

Tablo 4.19: Ortak Varyans

Ortak Varyans					
Madde No	Başlangıç Değeri	Çıkartma Değeri	Madde No	Başlangıç Değeri	Çıkartma Değeri
S2	1	0.78	S10	1	0.416
S4	1	0.71	S11	1	0.513
S5	1	0.681	S12	1	0.542
S6	1	0.788	S13	1	0.609
S7	1	0.779	S14	1	0.581
S8	1	0.617	S1	1	0.875
S9	1	0.645	S3	1	0.746

Tablo 4.20: Faktör Analizi İle Açıklanan Varyans

Bileşenler	Başlangıç Öz Değeri			Çıkartılmış Kareli Yüklerin Toplamı			Döndürülmüş Kareli Yüklerin Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	6.646	47.469	47.469	6.646	47.469	47.469	3.401	24.296	24.296
2	1.512	10.801	58.27	1.512	10.801	58.27	3.162	22.589	46.885
3	1.124	8.025	66.295	1.124	8.025	66.295	2.717	19.41	66.295

4	0.935	6.677	72.971						
5	0.79	5.64	78.611						
6	0.617	4.407	83.019						
7	0.469	3.353	86.372						
8	0.422	3.017	89.389						
9	0.358	2.56	91.949						
10	0.321	2.294	94.243						
11	0.287	2.049	96.292						
12	0.214	1.528	97.821						
13	0.164	1.173	98.994						
14	0.141	1.006	100						

Tablo 4.20 incelendiğinde; açıklanan toplam varyans, dönüşümden önceki ve sonraki öz değerleri vermekte ve üç faktörün çıktığını göstermektedir. İlk faktör toplam varyansın %24,296'sını, ikinci faktör %22,589'unu, üçüncü faktör ise %19,410'unu açıklamaktadır. Öz değerlerin açıkladıkları birikimli varyans miktarı, toplam varyansın %66,295'tir.



Şekil 4.2: Serpilme Diyagramı

Serpilme diyagramında, özdeğeri bir ve birden fazla olan ($\lambda \geq 1$) üç faktör olduğundan bu üç faktör seçilecektir.

Tablo 4.21: Dönüşümlü Faktör Yükleri

Bileşenler			
	1	2	3
S4	0.813		
S6	0.791	0.343	
S5	0.76		
S11	0.669		
S12	0.582		0.35
S7		0.845	
S8		0.753	
S9	0.442	0.636	
S10		0.624	
S14	0.375	0.574	0.333
S13	0.348	0.572	0.401
S1			0.92
S3			0.83
S2	0.393		0.77

Bileşenler matrisi tablosunda ölçeğe ait maddelerin yük değerleri büyüklüğüne bakılır. Bu yük değerlerinin 0,32'den büyük olması beklenilmektedir. Bu tabloda yük değeri 0,32'den küçük madde olmadığı ve bitişik değer bulunmadığı için tüm maddeler analizde yer almıştır. Ölçek 14 maddeden ve 3 boyuttan oluşmaktadır. Dönüşümlü faktör yüklerinden faydalanılarak faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak elde edilen boyutlara sırası ile; dış ticaret destekleri, işletme destekleri ve hizmet isimleri verilmiştir.

Tablo 4.22: Ölçeğin Alt Boyutları

Ölçeğin Alt Boyutları	İlgili Maddeler
1.Boyut Dış Ticaret Destekleri	4,6,5,11,12
2.Boyut İşletme Destekleri	7,8,9,10,14,13
3.Boyut Hizmet	1,2,3

Ölçekten elde edilen toplam puan değerleri en az 25 ve en çok 125 puan arasında değişmektedir. Puan yüksekliği katılım bankalarının tercih edilmesinde sağlanan hizmetlerin ve finansal ürünlerin bilinirliğinin etkisinin yüksek olduğunu ve toplam puanların azalması ise katılım bankalarının finansman ürünlerinin banka tercihinde etkisinin düşük olduğunu göstermektedir.

İlk boyut bankanın sağlamış olduğu Eximbank kredisi, dış ticaret ürünleri, vadeli ihracat geri çağırma gibi finansmanları, kredi risklerin olmaması, iadesiz çek finansmanı gibi dış ticaret desteklerinden oluşmaktadır.

İkinci boyut doğrudan borçlandırma, tedarikçi finansmanı taksitli ticari finansman, bayi kart, teminat mektubu ve leasing gibi işletmeye üretim desteklerinden oluşan ürünleri içermektedir.

Üçüncü boyut ise nakit krediler yerine hizmet ve fon alımını içeren gerçek ticareti esas alan fonlar, işletme finansmanı ürünü ile doğrudan ürünün satın alınması; kullanılacak olan kredileri sıkı takip eden uzmanların yer aldığı hizmet ürünlerinden meydana gelmektedir.

Faktör analizinden sonra her bir boyut için Cronbach Alpha güvenilirlik analizi yapılmış olup Alpha değerleri birinci faktör için 0,856; ikinci faktör için 0,853 ve üçüncü faktör için 0,874 bulunmuş böylece üç faktör de güvenilirlik analizini geçmiştir.

Bu çalışmada katılım bankası tercihlerinde katılımcıların katılım bankalarından bekledikleri finansal destek ürünlerinin bilinilir ve çeşitli olmasının onların tercihlerini belirlemede etkinlik düzeyini belirleyen geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek için yapılan analiz sonuçları hazırlanan ölçme aracının ölçmeye uygun olduğunu göstermektedir.

Tercih süreci içinde katılım bankası çalışan ve müşterilerinin iletişiminin etkin olması; müşterinin ihtiyaç duyabileceği ürünler konusunda detaylı tanıtımların yapılmalı ve müşterilerden aldığı geri bildirimler, istekler doğrultusunda yeni finansman ürünler hazırlanmalıdır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ

KOBİ'lerin katılım bankacılığı finansman ürünlerinin bilinirliğinin katılım bankacılığı tercihine yönelik araştırmada öncelikle araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine göre tercihlerinde anlamlı farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Daha sonra faktör analizi yapılarak anket soruları üç boyuta ayrılmıştır. Çalışmanın neticesinde anketi dolduran işletmeler katılım bankacılığı finansman ürünlerinin bilinirliğinin katılım bankacılığı tercihlerini olumlu yönde etkileyeceğini belirtmişlerdir.

Ortaya konulan hipotezlerin test edilmesi ile yaş, cinsiyet, eğitim, faaliyet sektörü, katılımcının işletmedeki pozisyonu, işletmenin cirosu, işletmenin faaliyet süresi ve katılım bankası ile çalışma durumu gibi değişkenlerin KOBİ'lerin katılım bankacılığı tercihinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların tek tek bilinirlik tercihleri ile ilgili verdikleri soruların genel ortalaması 3,98 ve 4,33 arasında değişmekle birlikte 3,98 alt ortalama ile ürün bilinirliğinin katılım bankası tercihinde etkili olacağını beyan etmişlerdir. Katılımcıların ürünlerin bilinirliği doğrultusunda katılım bankalarını tercih etme tutumlarının genel ortalaması 4,18 olduğu yani katılım bankalarının tercihinde ürünlerin bilinirliğinin etkili olduğuna katıldıkları gözlemlenmiştir.

Korelasyon analizinde tüm değişkenlerin birbiri ile orta seviyede bağlantılı ve beklenildiği gibi pozitif yönlü bir ilişki mevcut olduğu görülmüştür. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Barlett testi sonuçlarının anlamlı olmasına bağlı olmaktadır. Uygulanan KMO testi sonucu 0,860 olarak bulunmuş KMO değerlemesine göre bu veri seti faktör analizi için çok iyi olarak belirlenmiştir. Yapılan faktör analizi ile araştırmamızda yer alan sorular 3 boyuta ayrılmıştır. Bu boyutlar dış ticaret destekleri, işletme destekleri ve hizmet isimleri verilmiştir. İlk faktör toplam varyansın %24,296'sını, ikinci faktör %22,589'unu, üçüncü faktör ise %19,410'unu açıklamaktadır. Öz değerlerin açıkladıkları birikimli varyans miktarı, toplam varyansın %66,295'tir.

İlk boyutta sunulan ürünler varyansın %24,296'sını, açıklamakta olup buradaki finansman ürünleri daha çok yoğun olarak dış ticaret ürünleri yer almaktadır. Dış ticaret ülkemizde KOBİ'ler için önemli hale gelmiştir. Dış ticarete özellikle ihracat

yapan firmalara devlet tarafından özel teşvikler ve destekler verilebilmektedir. İhracatçı firmaların daha kolay ve ucuz finansmana ulaşmasını sağlamaktadır. Bankacılık sektöründe ihracatçı işletmeler en önemli hedef kitle haline gelmiştir. Katılım bankaları da ihracat yapan müşterilerine birçok ürün ve hizmet sunmakta ve her geçen gün bu alanda ürün geliştirmektedir. Katılım bankaları bu alanda oldukça tecrübeli ve bu alanda büyümeye isteklidir. Bu alanda sunulan ürünlerin hedef kitle açısından bilinirliği oldukça önemlidir. Boyut içerisinde bulunan katılım bankalarında kredi geri çağırmanın olmaması işletme müşterileri açısından oldukça önemlidir. Özellikle kriz dönemlerinde ortaya çıkan bu durumun katılım bankalarında olmaması katılım bankası tercihi açısından olumlu etki etmektedir. Dış ticaret boyutu, araştırmamızda varyansımızı en güçlü açıklayan boyuttur.

İkinci boyutta sunulan ürünler varyansın %22,589'unu açıklamak olup buradaki ürünlerin bir kısmı işletmenin ihtiyacı olan makine ve ekipman için gerekli olan finansman ürünlerini içermektedir. Bu ürünler özellikle işletmenin mevcut hizmetlerini yerine getirebilme ve yeni yatırımlar için gereklidir. Burada özellikle leasing ürünü katılım bankaları için stratejik bir ürün olup konvansiyonel bankalar bu ürünü iştirak şirketleriyle müşterilerine sunarken katılım bankaları kendi bünyelerinde bu ürünü müşterilerine sunmaktadır. Leasing finansman ürünü işletmelerin katılım bankacılığı tercihine olumlu yönde etki etmektedir. Bu boyut altında bulunan tahsilat sistemi ürünleri alıcı ve satıcıya garantiler sunarak her iki tarafın nakit akışını doğru yönetmesine katkı sunmaktadır.

Üçüncü boyutta sunulan ürünler varyansın 19,410'unu açıklamakta olup işletme finansmanı katılım bankacılığının en çok ve en yaygın kullanılan finansman ürünüdür. Bu ürün ile işletmenin ihtiyacı olan ürün veya hizmetin alınması sağlanmaktadır. Bu ürün ile işletmelerin aldığı finansmanın karşılığında bir ürün yer almakta olup işletmelerin faaliyetlerinin devamı için önemlidir. İşletme finansmanı ürünü katılım bankacılığı tercihinde önemli yere sahiptir. Finansman ürünlerinin katılım bankacılığı ilkelerine kontrolünü sağlayan uzman personelin oluşu sistemin doğru işlemini sağlamaktadır.

Katılım bankacılığı müşteri kitlesi anlamında bakıldığında bireysel müşterilerin katılım bankacılığı tercihinde din faktörünün daha etkili olduğu düşünülmektedir. KOBİ'lerde ise bu durumun biraz daha farklı olduğu gözlenmektedir. İşletmelerde faizsiz bankacılık hassasiyeti olmasa da işletmesinin faydasına olabilecek ürün veya

hizmeti veren katılım bankası ile çalışabilmektedir. Diğer taraftan aslında şirketi yöneten birey olarak kişinin faizsiz bankacılık hassasiyeti olsa da işletmesinin yararına olabilecek ürün veya hizmeti sunan konvansiyonel banka ile çalışabildiği gözlenmiştir.

Bu noktada katılım bankalarının pazar paylarını artırabilmek için KOBİ müşterilerine sunacağı ürün ve hizmetler oldukça önemli hale gelmektedir. Katılım Bankaları ülkemizde her geçen gün büyüyen ve gelişen KOBİ sektörüne doğru ürün ve hizmeti sunmalıdır. Bu sunacağı ürün ve hizmetler içerisinde bankacılık sektörünün ana kazanç kalemi olan finansman sağlamada kullandığı finansman ürünleri önem arz etmektedir. Katılım bankaları faizsiz bankacılık prensipleriyle bankacılık yapıyor olması sebebiyle konvansiyonel bankalarının sunduğu özellikle nakit kredi noktasında KOBİ müşterilerin talebini karşılayamamaktadır. Bazı işletmeler katılım bankalarında nakit kredi bulunmaması sebebiyle katılım bankalarıyla çalışmak istememektedir. Fakat katılım bankaları her ne kadar nakit kredi veremiyor olsa da faizsiz bankacılık ilkelerine uygun, işletmenin finansman ihtiyacını karşılayabilecek birçok finansman ürününü sunmaktadır. Katılım bankaları ilk kurulduğu yıllarda finansman ürünü anlamında çok daha kısıtlı ürünler sunarken günümüzde yeni finansman ürünleri sunarak ürün gamını geliştirmiştir.

Katılım bankaları müşterilerine sunacağı finansman ürünleri kadar bu ürünlerin işletmeler tarafından bilinirlik durumu oldukça önemlidir. Ürünün sunulmasından daha önemlisi ürünün müşteriler tarafından kullanılarak tutundurulmasıdır. Katılım bankaları günümüzde işletmelerin ihtiyacı olabilecek birçok finansman ürünü sunmaktadır. İşletmelerin reel ticaretini finanse etmesi sebebiyle de işletmenin ihtiyaçlarını doğru tespit edebilmektedir. Bu noktada katılım bankaları tarafından mevcut ve yeni sunulan ürünlerin müşteriye doğru ve anlaşılır şekilde aktarılmalıdır. Bu ürünleri işletmelere anlatırken işletme ile yüz yüze temasta olan şube personelinin önemi yüksektir. Ayrıca sunulan ürünleri dijital kanallarla ve iletişim araçları ile KOBİ'lere anlatılması önemlidir. Yapılan araştırmada katılımcının ürünü bilmesi durumunda bu durumun tercihini ne yönde etkileyeceği test edilmiştir. Araştırmanın sonucunda katılımcılar finansman ürünlerini bilmesi durumunda büyük oranda bu durumun tercihini olumlu yönde etkileyeceğini düşünmektedir. Dolayısıyla katılım bankalarının finansman ürünlerinin bilinirliğini artırması daha çok KOBİ tarafından tercih edilmesine katkı sağlayacaktır. Finans sektörü için önemli bir hedef kitle olan

KOBİ'lerin tercihini etkileyebilmek katılım bankalarının hedeflemiş olduğu pazar payını artırmasına en önemli katkı olacaktır.

Katılım Bankacılığının her geçen gün önemi artmaktadır. Reel sektörü finanse etmesi anlamında ekonomik faydası oldukça yüksektir. Son yıllarda katılım bankası sayısı artmış olup ülkemizde kurulmak üzere ilk dijital banka başvurusunu yeni kurulacak bir katılım bankası yapmıştır. Her geçen gün sektör büyümekte ve gelişmektedir. Akademik anlamda yapılan literatür taramasında katılım bankacılığı ile ilgili yazılan tez sayıları artmaktadır.

Sunulan finansman ürünleri noktasında personel eğitimleri sıklaştırmalı, müşteri ile iletişim kuran şube personellerinin finansman ürünleri hakkında etraflıca bilgi sahibi olması sağlamalıdır. Sunduğu finansman ürünlerinin operasyonel süreçlerini kolaylaştırmalı, müşteri tarafından tercihini artırmalıdır. Müşterilerden alınan geri bildirimler değerlendirilmeli ihtiyaç duyulan yeni finansman ürünleri geliştirilmelidir. Katılım bankaları katılım bankacılığının gelişimi için her katılım bankasının ayrı ayrı finansman ürünü geliştirmeye bir seçenek olarak, ortak bir ürün geliştirme birime kurarak KOBİ'lere uygun finansman ürünleri burada geliştirilebilir. Katılım bankalarının da murabaha temelli finansman ürünlerinin yanı sıra işletmelere katılım bankacılığı prensiplerine uygun diğer finansman yöntemleri ile de finansman ürünü geliştirmeli geliştirdiği ürünleri daha çok tabana yayarak yaygınlaştırmalıdır. Finansman ürünlerin bilinirliğini arttırarak katılım bankaları pazar payını artırırken işletmeler ise finansman ihtiyaçlarına doğru çözümler sunan katılım bankalarıyla çalışarak daha etkin bir finans yönetimi sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, O. İcara, Leasing nedir? Dr.Okan Acar'ın İnternet Sitesi: www.okanacar.com. (Erişim Tarihi: 05.03.2022).
- Akpınar, C. (2019). KOBİ'lerde Liderlik Ve Girişimciliğin İşletme Performansına Etkisi-Marmara Geri Dönüşümcüler Sanayi Bölgesi Uygulaması. Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 7-12.
- Aktepe, İ. E. (2013). Sorularla Katılım Bankacılığı. İstanbul: TKBB Yayınları. s. 14.
- Akyüz, O. (2005). Faizsiz Sistem ve Sabahattin Zaim. Bereket Dergisi. tkbb.org.tr.
- Anaç, T. (2015). Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Arabacı, N. (2007, Şubat). Katılım Bankalarının Türkiye’de Bankacılık Sektöründeki Yeri, İşleyişi Ve Performans Analizi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Ünstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 14.
- Arslan, F. (2018, Mart). Kamunun Katılım Bankacılığına Girmesinin Katılım Bankacılığına Olan Muhtemel Etkileri. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 25.
- Aybakan, B. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi-Selem: <https://islamansiklopedisi.org.tr/>. (Erişim Tarihi : 07.03.2022).
- Bayındır, A. (2007). Ticaret ve Faiz. İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları. s. 261-262.
- BDDK. Katılım Bankacılığı Kredi Türleri: bddk.gov.tr. (Erişim Tarihi: 05.01.2022).
- Blomberg HT. Türkiye'de Katılım Bankacılığı Seyri: <https://www.bloomberght.com/katilim-bankaciliginin-sektor-payinin-15-e-ulasmasi-hedefleniyor-2287108>. (Erişim Tarihi: 08.01.2022).
- Büyükşahin, E. (2018). Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Konvansiyonel Bankacılık Sistemi Arasında Fon Toplama Farklılıklarının Analiz Edilmesi (Porter 5 Güç Analizi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

- Canbaz, M. F. (2019). İslami Finans Aracı Olarak Karz-ı Hasen Ve Katılım Bankaları İçin Bir Model Önerisi. 66-67. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi. s.66.
- Canbaz, M. F. (2013). Katılım Bankacılığının Türk Bankacılık Sistemindeki Yeri, Çalışma Şekli, Enstrümanları ve Performans Analizi. Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Coşkun, A. (2008). Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yeri ve Önemi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Çelik, İ. (2017). Meşru' Bir Yatırım Aracı Olarak Mudarebe Ve Günümüzde Kullanımı. Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi. s. 391-392
- Çobankaya, F. T. (2014). Katılım Bankalarının Türkiye'ki Farkındalık Düzeyinin Tespiti: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 17-18.
- Çolak, F. (2013). Katılım Bankacılığının Sektördeki Yeri ve Finansal İstikrara Katkısı. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi
- Delen, T. Y. (2019). Alternatif Bankacılık Olarak Katılım Bankacılığının Türkiye Ekonomisine Etkisi. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Demir, A. N. (2020). Katılım Bankalarında KOBİ Müşterilerine Sunulan Ürünler ve Bu Ürünlerin Kullanımı Neticesinde Ülke Ekonomisine Sağlanan Katkılar. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 64.72
- Demir, Z. (2018). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Finansal Problemlerin Çözümünde Girişim Sermayesi Fonlarının Önemi ve Rolü: Katılım Bankacılığına Yeni Bir Model Önerisi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.
- Doğru, E. (2020). Banka Teminat Mektuplarının Ödenme Süreci. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 10-11.
- Doğrudan Borçlandırma Sistemi. Türkiye Vakıflar Bankası: <https://www.vakifbank.com.tr/dogrudan-borclandirma-sistemi.aspx?pageID=229>. (Erişim Tarihi: 29.03.2022).

Elamin, H.E.G. (2021). Türkiye ve Sudan’da Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Rolü ve KOBİ’lerin Katılım Bankalarına Bakışı: Isparta İlinde Bir Uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

European Comission. ec.europa.eu: https://ec.europa.eu/growth/index_en. (Erişim Tarihi: 10.03.2022).

Finansal Kiralama. Ziraat Katılım Bankası: <https://www.ziraatkatilim.com.tr/ticari/finansal-kiralama-leasing>. (Erişim Tarihi : 20.02.2022)

Güneşlik, S. (2018). Türkiye’de ve Dünya’da Faizsiz Bankacılık ve Türkiye’de Faizsiz Bankacılığın Tercih Edilme Sebeplerine İlişkin Bir Araştırma. Marmar Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2013). Multivariate Data Analysis: Pearson Education Limited.

Hazıroğlu, T. (2016). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Fikrinin Doğuşu Ve Kavramsal Önemi. İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jief/issue/24515/259788>. s. 119-132.

Hazıroğlu, T. Standartlar. TKBB Danışma Kurulu: <https://tkbbdanismakurulu.org.tr/standartlar>. (Erişim Tarihi : 18.03.2022).

İhracatın Finansmanı. Kuveyt Türk Katılım Bankası: <https://www.kuveytturk.com.tr/kobi/dis-ticaret/finansman/ihracatin-finansmani>. (Erişim Tarihi : 22.12.2022).

Kadioğlu, M. K. (2018). Türkiye’de Konvansiyonel ve Katılım Bankacılığı Karlılıklarını Etkileyen Faktörler. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Kalaycı, İ. (2013). "Katılım Bankacılığı Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?". Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, s. 54.

Kaya, R. (2013). Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih Nedenleri ve Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Karzı Hasen Nedir ? Karzı Hasen Vakfı: <https://karzihasenwakfi.com/karzi-hasen-nedir>. (Erişim Tarihi: 20.03.2022).

Kodra, A. (2018). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Ekonomiye Etkileri. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Finans Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

KOBİ Tanımı. (2018). KOSGEB: https://webdosya.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mevzuat/KOBI%CC%87%E2%80%99lerin_Tan%C4%B1m%C4%B1,_Nitelikleri_ve_S%C4%B1n%C4%B1fland%C4%B1r%C4%B1lmas%C4%B1_Hakk%C4%B1nda_Yo%CC%88netmelik.pdf.

KOBİ Tanımı Güncellendi. KOSGEB: <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/8173/kobi-tanimi-guncellendi>. (Erişim Tarihi: 18.03.2022).

Kök, Y. E. (2020). Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Konvansiyonel Bankacılığın Sektördeki Yeri ve Önemi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Leasing. Türkiye Finans Katılım Bankası: <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-ticari/nakdi-krediler/sayfalar/leasing.aspx>. (Erişim Tarihi : 20.02.2022).

Özkan, H. (2012). Katılım Bankacılığının Klasik Bankalarla Karşılaştırılması ve Muhasebe Uygulamaları. Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Özsoy M.Şerafettin, Sayar Yakup. (2021). KOBİ'ler İçin Adım Adım Katılım Bankacılığı. TKBB Yayınları. s. 20-21

Mahmud, F. (2016). Türkiye’de Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etme Nedenleri. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Manici, S. (2021). KOBİ’lerin Katılım Bankacılığı Tercihini Etkileyen Faktörler: Çankırı Örneği. Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Mudarebe. Sorularla İslamiyet: <https://sorularlaislamiyet.com/kaynak/mudarebe-0>. (Erişim Tarihi : 02.03.2022).

Murabaha Nedir? Sorularla Katılım Bankacılığı: www.katilimbankaciligi.com.
(Erişim Tarihi: 10.02.2022).

Müşareke(Kâr-Zarar) Ortaklığı Nedir? Katılım Finans:
<https://katilimfinans.com.tr/katilim-finans-kavramlari/musareke-krzarar-ortakligi-nedir-h13180.html>. (Erişim Tarihi: 21.03.2022).

Özen, E. (2019). Katılım Bankacılığına Özgü Yatırım Araçları Ve Dünyada Katılım Bankacılığı. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 38.

Özsoy, M. (2012). Sağlam Bankacılık Modeli ile Katılım Bankacılığına Giriş. İstanbul: KuveytTürk Yayınları. s. 84-85.

Özyurt, K. (2015). Banka Kredilerine Alternatif Olarak Murabaha Modelinin İncelenmesi. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. s. 47-49.

Sağlam Bayi Kart. Kuveyt Türk Katılım Bankası:
<https://www.kuveytturk.com.tr/kobi/kartlar-ve-pos/sirket-kartlari/saglam-bayi-kart>. (Erişim Tarihi : 01.04.2022).

Ülev S, Selçuk M, Duramaz S, Sümer E, Aytekin Y.E, Keskin Ö, Eliyatkin S. (2018). Katılım Finansmanında Yeni Yaklaşımlar, Tarımsal Üretim Finansmanı İçin Seleme Dayalı Finansman Modeli: Fındık Örneği. Sakarya: TKBB Yayınları. s.10.

Sancar, M. A. (2019). Türkiye'de Teverruk ve Yeniden Yapılandırmada Teverruka Alternatif Ürün Olarak Yeniden Yapılandırma Tekafül Fonu. İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi. s. 171.

Sharma, S. (1996). Applied Multivariate Techniques, Jhonn Wiley & Sons Ync.; 116, New York. (Lewis-Beck vd. 1994:112-113).

Small Business. Webopedia: <https://www.webopedia.com/definitions/small-business/>. (Erişim Tarihi: 01.02.2022).

Sorularla Katılım Bankacılığı. Murabaha Nedir?: www.katilimbankaciligi.com.
(Erişim Tarihi: 10.02.2022).

Sunbat, A. (2016). Katılım Bankacılığı. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Şahan, A. (2015). Katılım Bankacılığı Gelişimi Türkiye'deki Durumu ve Kullandığı Yöntemler (Murabaha). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Şen, F. K. (2019). Bireysel Emeklilik Fonlarının Katılım Bankacılığı ve Mevduat Bankacılığı Arasında Karşılaştırmalı Analizi. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Şimşek, B. (2019). Katılım Bankacılığı ve Türkiye Ekonomisine Katkıları. Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Şit, A. (2012). Katılım Bankalarının Gelişiminde İşletmelerin Rolü: Adana, Batman, Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Osmaniye ve Şanlıurfa Bölgelerinde Bir Uygulama. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Tat, H. (2014). Katılım Bankacılığı (Faizsiz Bankacılık) Sistemi Türk Bankacılık Sistemine Kazandırdığı Ürünler Türk Bankacılık Sektöründeki Yeri ve Gelişimi. İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

TBB. Bankaların KOBİ Kredileri:
https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/7770/Bankalarin_KOBI_Kredileri_Mart_2021.pdf. (Erişim Tarihi: 15.01.2022).

Tedarikçi Finansmanı. Kuveyt Türk Katılım Bankası:
<https://www.kuveytturk.com.tr/kobi/nakit-yonetimi/tahsilat-sistemleri/tedarikci-finansmani>. (Erişim Tarihi : 15.02.2022).

Tura, H. (2020). Dış Ticaret İşlemleri 2. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

Türk Eximbank 2020 Yılı Faaliyet Raporu. (Erişim Tarihi : 26.02.2022).
<https://www.eximbank.gov.tr/tr/finansal-bilgiler/faaliyet-raporlari>. s. 5.

Türkiye'nin KOBİ'leri Bülteni. TOBB:
<https://www.tobb.org.tr/KobiArastirma/Sayfalar/TRninKOBILERiBulteni.php#:~:text=2020%20y%C4%B1%C4%B1%20itibari%20ile%20T%C3%BCrkiy>

e,56%2C3'C3%BCn%C3%BC%20ger%C3%A7ekle%C5%9Ftirmektedir.
(Erişim Tarihi: 01.02.2022).

Türkmenoğlu, R. E. (2007). Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Finansal Yapı.
KIRIKKALE: Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi. Yüksek
Lisans Tezi. s. 14.

Yazımcı, C.(2021). Küçük İşletmelerin Katılım Bankacılığını Tercih Etme Nedenleri:
Kastamonu İlinde Bir Araştırma. Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

Yıldırım İ, Çakar R, (2016). Katılım Bankacılığı Kullanımını Etkiyen Faktörlere
Yönelik Bir Araştırma. Global Business Research Congress (GBRC). İstanbul

Yılmaz, H.Ö. (2016). Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih
Nedenleri ve Bir Uygulama. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi.

EKLER

EK-1: Anket Formu

KOBİ'lerde Katılım Bankacılığı Finansman Ürünleri Bilinirliğinin Katılım Bankacılığı Tercihine Katkıları

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Yüksek Lisans Programı kapsamında hazırlanmakta olan Yüksek Lisans Tezimizin bir parçası olan bu anket. "KOBİ'lerde Katılım Bankacılığı Finansman Ürünleri Bilinirliğinin Katılım Bankacılığı Tercihine Katkılarını" belirlemeyi hedeflemektedir. Bilimsel amaçlı olarak hazırlanmış olan bu araştırmada yer alan soruları eksiksiz olarak cevaplamanızı rica eder, katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz. Saygılarımızla

Yaşınız?

- 18-24
- 25-34
- 34-44
- 45-54
- 55 ve üzeri

Cinsiyetiniz?

- Erkek
- Kadın

Eğitim Durumunuz?

- İlköğretim
- Ortaöğretim
- Lise
- Lisans
- Lisansüstü

Hangi Sektörde Faaliyet Göstermektedirsiniz?

- Üretim
- İnşaat
- Gıda
- Tekstil

- Hizmet
- Diğer

Firmadaki pozisyonunuz nedir?

- Firma Sahibi
- Genel M¼d¼r
- Mali İşler Direkt¼r¼
- Finans Direkt¼r¼
- Mali İşler M¼d¼r¼
- Finans M¼d¼r¼
- Finans Yetkilisi
- Muhasebe Yetkilisi
- Diğer

2020 yılsonu cironuz ne kadar geręekleşmiştir?

- 3 milyon TL altı
- 3 milyon TL- 25 milyon TL
- 25 milyon- 125 milyon TL
- 125 milyon TL ve üzeri

Kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

- 3 yıldan az
- 3-5 yıl
- 6-10 yıl
- 10 yıl ve üzeri

Herhangi bir katılım bankası çalışıyor musunuz? Cevabınız evet ise kaç yıldır katılım bankası ile çalışmaktasınız?

- Hayır çalışmıyorum
- 3 yıldan az
- 3-5 yıl
- 5-10 yıl
- 10 yıl üzeri

Katılım bankalarının KOBİ'ler için sunduğu birçok finansman ürünleri bulunmaktadır. Aşağıda yer alan finansman ürünlerinden bilgi sahibi olduklarınızı işaretleyiniz.

- İşletme Finansmanı
- Gayrimenkul Finansmanları

- Leasing (Finansal Kiralama)
- Eximbank Finansmanı
- Tedarikçi Finansmanı
- Vadeli İhracat Finansmanı
- Doğrudan Borçlandırma Sistemi (DBS)
- İthalat Finansmanı
- Bayi Kart
- Gayri Nakdi Finansman (Teminat Mektupları, Akreditif vs.)

1. Katılım bankalarında nakit kredi bulunmamaktadır. Katılım bankaları çalışma prensipleri gereği ürün veya hizmet alımına fon sağlamaktadır. Dolayısıyla ortada gerçek bir ticaretin olması şarttır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

2. Katılım bankacılığına özgü bir ürün olan "İşletme Finansmanı" ürünü ile doğrudan işletmenin ihtiyacı olan ürünü satın alınmaktadır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

3. Katılım bankaları genel müdürlük operasyon birimlerinde, bankanın kullandırmış veya kullandıracak olduğu tüm kredilerin katılım bankacılığı prensiplerine uygun olup olmadığını inceleyen ve bunların sıkı takibini gerçekleştiren uzman personele sahiptir. Böylelikle sistemin sağlıklı işlemesi sağlanır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

4. Katılım bankalarının özellikle KOBİ müşterilerine sunmuş olduğu Eximbank kredilerinde, ticari kredilere kıyasla neredeyse %50'ye yakın bir finansman maliyetinden avantaj sağlama söz konusudur. Katılım bankalarından uygun finansman maliyetleri ile Eximbank kredisi kullanan bir KOBİ firması elde ettiği bu maliyet avantajı ile şirketinin finansman giderini azaltmış olacaktır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

5. Katılım bankalarının sunmuş olduğu bir diğer dış ticaret finansman yöntemi olan Vadeli İhracat Finansmanı aracılığıyla işletmeler ihracatın tahsilat vadesini beklemeden ihracat bedelleri bugünden tahsil edebilmektedirler. Bu ürün firmanın vadeli alacağını erken tahsil ederek faaliyetlerini daha rahat sürdürmesini sağlamaktadır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum

- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

6. Katılım Bankalarındaki dış ticaret ürünleri ve dış ticaret kredileri hem maliyet avantajı hem uzun ödemesiz dönemler içermesi hem de ihracat gelirlerini arttırması sebebi ile marjinal faydası yüksek ürünler olup, bu durum dış ticaret yapan KOBİ müşterilerinin büyümesine katkı sunmaktadır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu yönde etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

7. Katılım bankaları tahsilat sistemleri olan "Doğrudan Borçlandırma Sistemi (DBS), Doğrudan Tahsilat Sistemi (DTS), Tedarikçi Finansmanı" ürünlerini de sunmaktadır. Bu ürünler ticaret içerisinde yer alan alıcı ve satıcı arasında bankanın köprü görevi gördüğü ve ticaretin iki taraf arasında daha sağlıklı yürütülmesini sağlayan ürünlerdir. Bu durum katılım bankacılığı tercihimini olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

8. Tedarikçi Finansmanı, tedarikçi ile müşteri arasında banka aracılığıyla bir köprü kurulmasını sağlayan finansman modelidir. Tedarikçi Finansmanı ile müşteriler vadeli alacaklarını vade öncesinde tahsil ederek firmanın nakit akışına katkı sağlamaktadır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimizi olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

9. Katılım bankaları Taksitli Ticari Finansman ürünü ile işletmelerin yatırım planları doğrultusunda edineceği arsa, araç, işyeri, makine teçhizat, ekipman gibi varlıkların fonlaması yapılmaktadır. Böylelikle işletmelerin duran varlık yatırımlarını finanse etmesine katkı sağlar. Bu durum katılım bankacılığı tercihimizi olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

10. Katılım bankaları sunduğu Bayi Kart ürünü ile işletmelere özel bir limit tahsis edilmekte böylelikle işletmenin bayilerine esnek vade imkânı sunan pratik bir ödeme sistemi sunmaktadır. Bayi kart ile işletmeler tahsilat imkânını artırarak işletmenin nakit akışını artırmaktadır. Bu durum katılım bankacılığı tercihimizi olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım

- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

11. Katılım bankalarının sunduğu finansman ürünlerinde işletmelerin konvansiyonel bankalardan kredi kullandıktan sonra karşılarna çıkabilecek riskler olan kredi çağırma, maliyet değişikliği gibi riskler bulunmamaktadır. Katılım bankaları özellikle kriz dönemlerinde işletmeleri bu risklerden korumaktadır. Bu durum katılım bankacılığı tercihim olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

12. Katılım bankaları işletme finansmanı alt ürünü olan iadesiz çek finansmanı ile işletmelerin vadeli müşteri çeklerini işletmenin ihtiyacı olan hammadde, mamul gibi ürünlerin finansmanı için kullanılmasına destek olur. Bu ürün ile işletmeler mal alımlarını peşin yaparak maliyet avantajı sağlayabilmektedir. Bu durum katılım bankacılığı tercihim olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

13. Katılım bankaları leasing (finansal kiralama) finansmanı ile işletmelerin ihtiyacı olan makine, cihaz gibi ürünlere finansman desteği vererek ilgili ürünleri KDV avantajı ile alınmasını sağlamaktadır. Katılım bankaları konvansiyonel bankalardan

farklı olarak leasing finansmanını kendi bünyesinde yapabilmektedir. Bu durum katılım bankacılığı tercihim olumlu etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

14. Katılım bankaları işletmelere konusu mal alımı, bayilik teminatı, taahhüt işleri vb. olan gayri nakdi finansman ürünü olarak teminat mektubu ürününü sunmaktadır. Teminat mektupları, işletmelerin iş yaptığı muhatap nezdindeki güvenilirliğini artırarak, iş hacminin ve karlılığın artmasını sağlar. Bu durum katılım bankacılığı tercihim olumlu yönde etkiler.

- Kesinlikle Katılıyorum
- Katılıyorum
- Kararsızım
- Katılmıyorum
- Hiç Katılmıyorum

Ekler-2: Etik Kurul İzni

Evrak Tarih ve Sayısı: 13.12.2021-E.18367



T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
ETİK KURULU BAŞKANLIĞI

Sayı :E-20292139-050.01.04-18367
Konu :Etik Kurul Kararları

Sayın Muhammed Taha YAZICI
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi

"Katılım Bankacılığı Finansman Ürünleri Bilinirliğinin Katılım Bankacılığı Tercihine Etkisi: Küçük ve Orta Boy İşletmelere (KOBİ) Yönelik Bir Uygulama" başlıklı araştırmanız kurulumuzun 26.11.2021 tarihli ve 2021/11 sayılı toplantısında değerlendirilerek etik açıdan uygun bulunduğu katılanların oy birliği ile karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Nasuh USLU
Kurul Başkanı

Ek:12-M.Taha Yazıcı Etik Onay Belgesi (1 sayfa)

Mevcut Elektronik İmzalar

NASUH USLU (Etik Kurulu Başkanlığı - Kurul Başkanı) 13.12.2021 10:37

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : *BSPM1E2F7* Pin Kodu : 23881
Adres: Halkalı Caddesi No: 281 Kaçıkçakmece/İstanbul
Telefon: +44 97 98 Faks: +90 (212) 693 82 29
e-Posta: bilgi@izu.edu.tr Web: www.izu.edu.tr
Kep Adresi: izu@hs01.kep.tr

Belge Takip Adresi : <https://obyv.izu.edu.tr/en/Visyon/Dogrula/0N3>

Bilgi için: Zeynep Funda TEZ

Unvanı: Yürümlü Katip

Tel No: +902126929606





T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
ETİK KURULU

ETİK ONAY BELGESİ

Tarih	26.11.2021
Sayı	2021/11
Araştırmann Niteliği	Yüksek Lisans Tezi
Araştırmann Adı	<i>Katılım Bankacılığı Finansman Ürünleri Bilinirliğinin Katılım Bankacılığı Tercihine Etkisi: Küçük ve Orta Boy İşletmelere (KOBİ) Yönelik Bir Uygulama</i>
Sorumlu Araştırmacının Adı Soyadı	Muhammed Taha YAZICI
Diğer Araştırmacılar/Danışman Adı Soyadı	Doç. Dr. Gülçin KAZAN
Karar	UYGUNDUR

(Istanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Etik Kurulu'nun kararı tavsiye niteliğinde olup, Üniversitemizle ilgili etik ilkelerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla taşımaktadır.)

Prof. Dr. Nasuh USLU
Başkan

Prof. Dr. Metin TOPRAK
Üye

Prof. Dr. Mustafa ATEŞ
Üye

Prof. Dr. Mehmet Emin KÖKTAŞ
Üye

Prof. Dr. Ayşe Nefise BAHÇECİK
Üye

Prof. Dr. Yahya Kemal YOĞURTÇU
Üye

Av. Bilal ŞAMAT
Üye

Kurul Yeminli Kâtibi

Zeyneb Funda TEZ

ÖZGEÇMİŞ

2012 yılında Üsküdar Şeyh Şamil Lisesinden mezun oldu. 2017 yılında Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümünden mezun oldu. İş hayatına üniversite yıllarında bankacılık sektöründe yarı zamanlı olarak çalışmaya başladı. 2017 yılına kadar yarı zamanlı olarak çalışmıştır. 2017 yılından itibaren aynı katılım bankasında KOBİ Bankacılığı Satış biriminde çalışma hayatını sürdürmektedir.

