



[itobiad], 2021, 10 (4): 3456-3474

**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası
Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik
Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar**

A Qualitative Research on Determining the Factors
Affecting Conventional and Interest-Free Bank Choices:
Evidence From Karabuk Province

Video Link: <https://youtu.be/FmaVZv1y5Gs>



Hasan TERZİ

Dr. Öğr. Üyesi, KBÜ İşletme Fakültesi

Asst. Prof., KBU Business Faculty

hasanterzi@karabuk.edu.tr / Orcid ID: 0000-0003-3731-6482

Mehmet APAN

Doç Dr., SUBÜ Uygulamalı Bilimler Fakültesi

Assoc. Prof., SUBU Faculty of Applied Sciences

mehmetapan@subu.edu.tr / Orcid ID: 0000-0001-9471-4810

Abdulkadir ATAR

Doç.Dr., Karabük Üniv. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Assoc. Prof., KBU Faculty of Economics and Administrative Sciences

abdulkadiratar@karabuk.edu.tr / Orcid ID: 0000-0002-5721-9826

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Type : Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received : 26.01.2021
Kabul Tarihi / Accepted : 03.11.2021
Yayın Tarihi / Published : 25.12.2021
Yayın Sezonu : Ekim-Kasım-Aralık
Pub Date Season : October-November-December

Atıf/Cite as: Terzi, H. , Apan, M. & Atar, A. (2021). Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 10 (4) , 3456-3474 . Retrieved from <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/66167/868820>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and confirmed to include no plagiarism. <http://www.itobiad.com/>

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU Since 2012 – Istanbul / Eyup, Turkey. All rights reserved.

Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar * **

Öz

Bilindiği gibi bankalar, reel sektöre kaynak sağlayarak ülke kalkınmasında önemli rol oynamaktadırlar. Ülkelerin kalkınması, bankacılık sektörünün topladığı mevduatı kredi olarak ekonomik birimlere sunması ile gerçekleşmektedir. Özellikle KOBİ ölçeğindeki firmaların kaynak ihtiyacının sağlanması ile ülkede katma değerli inovatif ürünlerin üretimi sağlanmakta, istihdam artışı ile milli gelirin artışı sağlanmaktadır. Ülkeler, ekonomik büyümelerini sağlamak için kaynak yetersizliği yaşayan ve gelişme potansiyeli yüksek olan firmaların üretim yapabilmelerini teşvik amacıyla bankacılık sektöründeki farklı banka grupları ile fon sağlamaya yardımcı olabilmektedir. Ayrıca bankacılık sektörüne yeni bankaların girmesi ile firmalara finansman sağlama konusunda rekabet artışı sağlanabilmekte ve böylece kredi maliyetlerinin düşmesi ve firmaların kredi alabilme fırsatının artması mümkün olabilmektedir. Bu kapsamda faizsiz bankacılık prensiplerine göre çalışan katılım bankaları, firmalara kredi sağlamada alternatif oluşturma ve faiz hassasiyeti için seçenek oluşturmaktadır. Son zamanlarda Türkiye’de kamu bankaları tarafından kurulan katılım bankalarının sektöre girmesinin, katılım bankacılığı sektörünün gelişmesi ve büyümesi noktasında önemli bir motivasyon kaynağı olması beklenmektedir.

Ölçeğe göre firmaların bankacılık işlemlerinden faydalanma düzeyleri farklılık gösterecektir. Ayrıca firmaların sahip ve yöneticilerinin bankacılık işlemleri konusundaki tecrübe ve uzmanlıkları yanında faizsiz işlem yapma isteği banka tercihini farklılaştırabilecektir. Gerek mevduat bankaları gerekse katılım bankaları, sağladıkları bankacılık ürün ve hizmetleri ile potansiyel müşterilerin ilgilerini çekmeye çalışmakta ve birbirleriyle rekabet etmektedir.

Çalışmada Karabük ilinde faaliyet gösteren firmaların bankacılık işlemlerini gerçekleştirirken hangi banka türünü tercih ettikleri veya bu tercihi yaparken hangi faktörleri dikkate aldıklarını belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma yönteminin önemi, nicel yöntemlere kıyasla daha derinlemesine verilere ulaşabilme imkânı sunması olduğu söylenebilir. Bu çerçevede farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların banka tercih veya seçimi üzerinde etkili faktörleri belirlemek amacıyla genelden özele yönelik sorularla araştırma amacına yönelik cevaplar aranmıştır. Böylece firmaların banka tercih veya seçimini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde yol gösterici sonuçların ortaya çıkarılması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk bankacılık sektörü, mevduat bankaları, katılım bankaları, nitel araştırma, banka tercihi, banka seçimi.

* Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığının 04.03.2021 Tarih, 2021/02- 22 Sayılı kararı ile Etik Kurul Kararı alınmıştır.

**Bu çalışma, 23-25 Kasım 2018 tarihinde Alanya-Antalya’da düzenlenen “1.Uluslararası İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi”nin bildiri kitabında yer alan metnin makale için genişletilmiş halidir.



A Qualitative Research on Determining the Factors Affecting Conventional and Interest-Free Bank Choices: Evidence from Karabuk Province

Abstract

As known, banks play an important role in the development of a country by providing resources to the real sector. The development of countries is realized by offering the deposits collected by the banking sector to the economic units as loans. Especially by providing the resource needs of SME scale companies, the production of innovative products with added value is provided in the country, and the increase in national income is ensured with the increase in employment. In order to ensure their economic growth, countries can help to provide funds with different bank groups in the banking sector in order to encourage companies that have insufficient resources and high development potential to produce. In addition, with the entry of new banks into the banking sector, competition in providing financing to companies can be increased, and thus, it is possible to decrease the cost of credit and the opportunity for companies to obtain loans. In this context, participation banks, which operate according to the principles of interest-free banking, provide alternatives to companies in providing loans and create an option for interest sensitivity. Participation banks established by Turkish public banks recently entered the sector, and it is expected to be an important source of motivation for the development and growth of the participation banking sector.

Depending on the scale, the level of benefiting from the banking transactions of the companies will differ. In addition, the experience and expertise of the owners and managers about banking, as well as the desire to make interest-free transactions, may differentiate the bank preference. Both deposit banks and participation banks try to attract the attention of potential customers with the banking products and services they provide and compete with each other.

In the study, it is aimed to determine which bank the companies operating in Karabuk prefer for their banking transactions and which factors they consider when choosing. For this purpose, qualitative research method was preferred in the research. It can be said that the importance of the qualitative research method is that it provides the opportunity to reach more in-depth data compared to the quantitative methods. In this context, answers were sought for the purpose of the research with questions from general to specific in order to determine the factors affecting the bank preference or choice of companies operating in different sectors. Thus, it is expected to reveal guiding results in determining the factors affecting the bank preference or choice of companies.

Keywords: Turkish banking sector, deposit banks, interest-free banks, qualitative research, bank choice, bank selection.



Giriş

Dünyada modern bankacılık sisteminin ortaya çıktığı yer Avrupa olmakla birlikte çok daha öncesinde M.Ö. 3400 yıllarında bile insanlar değerli madenlerini güvenli yerlerde saklamak amacıyla tapınakları kullanmışlardır. Banka kelimesinin köken olarak İtalyanca “banco” kelimesinden türemiş olması bu kurumların menşeiini de belli etmektedir. Bilindiği gibi ticari kapitalizmin ortaya çıktığı yer de İtalyan şehir devletleridir. Modern anlamda ilk banka örnekleri, yine İtalyan şehir devletlerinde görülmektedir (Coşar, 2010, s. 427). Mevduat kabul etme, kredi kullandırma, değerli kağıtlar ihraç etme ve senet iskonto etme gibi modern bankacılık işlemlerinin yapıldığı ilk banka 1587 yılında İtalya’da kurulan Venedik Rialto Bankası’dır. Bunu daha sonra kurulmuş olan “Amsterdam Bankası (1609)”, “Hambourg Bankası (1619)”, “İsveç Bankası (1659)” ve “İngiltere Bankası (1696)” takip etmektedir (Hançerlioğlu, 1981, s. 24). Dikkat edilecek olur ise ilk modern bankaların doğduğu dönem, Avrupa’da merkantilizmin yaşandığı, Amerika kıtasının keşfinden (1496) sonra zenginliklerin kıta Avrupası’na aktığı XV. ve XVI. asırlardır. Her ne kadar modern bankalar Avrupa’da ortaya çıkmış olsa da modern bankacılığın unsurları olan ödeme araçları İslâm dünyasında çok daha önceki tarihlerde bulunmaktaydı. Henüz İslâm’ın ilk asrından itibaren paranın lojistiğini ve tedavülünü daha kolay kılan süftece (poliçe), çek (Arapça: sakk) ve havale senetleri uygulamadaydı. İslâm’ın ilk asırlarından itibaren hızlı fütühât hareketleriyle coğrafi alanını Endülüs’ten Güneydoğu Asya’daki adalara kadar genişletmesiyle bu ödeme araçları da büyük bir fonksiyonu yerine getiriyordu. Bazı tarihçiler XII. asırda yaşanan Haçlı Seferleri’yle Avrupa’nın Müslümanlar’dan bu ödeme araçlarını öğrenerek transfer ettiklerini belirtmektedirler. Hatta buna bir delil olarak Farsça kökenli çek kelimesinin aynı isimle Batı dillerine geçmesi gösterilmektedir (Tabakoğlu, 2013, s. 132). Bankacılığın asıl gelişimi ise sanayi devrimi öncesi metal para kullanmanın ve taşımanın getirdiği zorlukları aşmak üzere çıkartılan kâğıt paranın, ödemelerde ve para transferlerinde kullanılmaya başlamasıyla ilgilidir. Sanayi devrimiyle ise ekonomilerin nakdîleşmesi süreci hızlanmış, sermaye birikiminin artmasıyla bankaların sayıları ve faaliyet hacimleri dünya sathına yayılmıştır. Türkiye’de ilk kurulan modern banka ise 1847 yılında Baltazzi ve Aleon adındaki Galata bankerleri tarafından kurulan “Banque de Constantinople (İstanbul Bankası)”dur. Bu bankayı 1856 yılında İngiliz sermayesiyle kurulan “The Ottoman Bank (Bank-ı Osmanî-i Şahane)” takip etmektedir. Osmanlı’da kurulan bu ilk bankaların temel kuruluş amacı ise devlete borç vermektir (Coşar, 2010, s. 428-429). Esasen mevduat kabul etmemekle birlikte varlıkları XV. asra kadar giden para vakıfları da kredi kullandırmaları ve yaygınlıkları yönünden Türklerin sui generis geliştirdikleri bankacılık alanındaki pre-modern uygulamaları olarak zikredilebilir. Türkiye’deki modern katılım bankacılığı ise ilk kez -o dönemki adlarıyla Özel Finans Kurumu- 1985 yılında Albaraka Türk ile başlamış, bu bankayı Faisal Finans ve Kuveyt Türk bankaları izlemiştir. Bu



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar**

finansal kurumlar, daha önce “Özel Finans Kurumları” şeklinde faaliyet göstermiş ve 5411 sayılı “Bankacılık Kanunu”nda yapılan değişiklik ile “Katılım Bankaları” şeklinde isim değişikliğine uğrayarak Türk Bankacılık Sistemi’ne tam entegrasyonu sağlamıştır. Günümüzde üçü kamu üçü özel olmak üzere altı katılım bankası faaliyette bulunmaktadır. Katılım bankalarının Türk bankacılık sistemindeki aktif büyüklükleri %7,1 seviyesindedir (TKBB, 2020).

Ülkelerin ekonomik gelişmeleriyle beraber ulusal ve uluslararası ticarete önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Rekabetteki hızlı değişimler ve piyasa koşullarında meydana gelen değişmelerin etkisiyle büyük ve küçük tüm bankalar, firma müşterilerine daha fazla önem veriyor ve bu müşterileri elde tutmaya çalışıyorlar. Firmalar, bankalar için şüphesiz en büyük kâr fırsatlarını sunmaktadır. Firmaların bankacılık ihtiyaçları, basit ürün ve hizmetten karmaşık bankacılık hizmetlerine kadar genişlemiştir (Zineldin, 1995, s. 30).

Türkiye’de reel sektörde faaliyet gösteren firmaların %99,8’i KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler) ölçeğindeki firmalardan oluşmaktadır (Bayazit-Bedirhanoğlu & Lezki, 2018, s. 192). KOBİ’lerin hayatta kalabilmesi için gerekli olan çeşitli işlevleri kolaylaştırmaları nedeniyle bankalar vazgeçilmez bir iş ortağıdır. Belki de bankaların en önemli işlevi, KOBİ’lere kredilerle finansman sağlama fonksiyonudur. Gerçekten de birçok KOBİ sermaye eksikliği ile yaşamaktadır. KOBİ’lerin hayatta kalmaları ve büyümeleri için rekabet ve reel şartlarla finansmana erişimleri kilit rol oynamaktadır. Hem borç hem de hisse senedi piyasalarına erişim fırsatına sahip büyük firmaların aksine, küçük firmaların finansman için bankalardan başka gidecek hiçbir yerleri yoktur. KOBİ’nin başarısı, ticari bankacılık sektörü ile kurduğu ilişki tipine bağlı olduğu gibi, bankacılık sektörünün başarısı da KOBİ’lerle sürdürülen ilişki tipine ve bu firmaların ihtiyaçlarını anlamasına bağlıdır (Yavas, Babakus & Eroglu, 2004, s. 258).

TCMB (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası)’nca yayınlanan sektör bilançolarına göre firmaların finansman kaynakları arasında öz kaynak payının azaldığı, buna karşın yabancı kaynaklar payının artış gösterdiği belirlenmiştir. Genel olarak firmalar tarafından kısa vade için TL (Türk Lirası) cinsinden kredi kullanımı ve uzun vade için ise YP (Yabancı Para) kredi kullanımının tercih edildiği görülmüştür. Ayrıca hem TL hem de YP cinsinden kredi vadelerinde artış olduğu tespit edilmiştir (TCMB, 2016, s. 4).

Aralık 2020 itibarıyla Türk Bankacılık Sektörü’nde 34 adet “Mevduat Bankası”, 14 adet “Kalkınma ve Yatırım Bankası” ile 6 adet “Katılım Bankası” faaliyet göstermektedir. Bu bankalarca verilen toplam kredi tutarının 3.577 milyar TL olarak gerçekleştiği belirlenmiştir. Türk Bankacılık Sektörü’nün “ticari ve kurumsal krediler”deki payının %53, “KOBİ kredileri”ndeki payının %24 ve “tüketici krediler (kredi kartları dahil)”ndeki payının ise %23 olduğu belirlenmiştir (BDDK, 2020, s. 1-10).



Bu çalışmada firmaların banka tercihi üzerinde etkisi olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla nitel araştırma yöntemiyle Karabük ilinden seçilen firmalardan sağlanan veri seti analiz edilmiştir.

Literatür Araştırması

Banka seçimi üzerine yapılan çalışmaların birinci grubunu bireysel müşterilerin banka seçimi oluşturmaktadır. Bu çalışmalar arasında Eskişehir’de yaşayan bireylerin banka tercihi (Kaynak, Küçükemiroğlu & Odabasi, 1991), ABD’nin güneydoğu bölgesinde yaşayanların banka seçimi (Boyd, Leonard & White, 1994), Polonya’daki bireylerin banka seçimi (Kennington, Hill & Rakowska, 1996), Bahreyn’deki islami banka müşterilerinin banka seçim davranışı (Metawa & Almosawi, 1998), Singapur’daki öğrencilerin banka tercihi (Ta & Har, 2000), Bahreyn’deki üniversite öğrencilerinin banka seçimi (Almosawi, 2001), İngiltere’deki bireylerin çoklu banka seçimi (Devlin & Gerrard, 2005), Kayseri ilinde bireysel tüketicilerin banka tercihi (Karamustafa & Yıldırım, 2007), üniversite öğrencilerinin banka seçimi (Mokhlis, 2009), Bursa’daki tüketicilerin banka tercihi (Taşkın, Akat & Erol, 2010), Pakistan’daki islami banka müşterilerinin banka seçimi (Awan & Bukhari, 2011), Güney Afrika’da üniversite öğrencilerin banka tercihleri (Chigamba & Fatoki, 2011), Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilmesi (Özsoy, Görmez & Mekik, 2013), Giresun’daki tüketicilerin banka tercihi (Cebeci & Çabuk, 2016), Giresun ilinde bireylerin banka seçimi (Sevim & Arslantürk-Çöllü, 2017), Balıkesir ilinde bireylerin banka tercihi (Yılmaz, Boz & Yaprak, 2017), Ege Bölgesi’nde bireylerin katılım bankası tercihi (Duramaz & Erol, 2018), Malezya Selangor bölgesinde müşterilerin islami bankacılık seçimi (Selvanathan, Nadarajan, Zamri, Suppramaniam & Muhammad, 2018) örnek olarak verilebilir. Diğer çalışmalar ise firmaların banka seçimi üzerine yapıldığı gözlenmiştir. Bu çalışmanın kapsamı nedeniyle firmaların banka tercihinin inceleyen çalışmalar, aşağıda özetlenmiştir.

Rosenblatt, Laroche, Hochstein, McTavish & Sheahan (1988) tarafından Kanada’da faaliyet gösteren 170 firmanın finans yöneticisinin banka seçimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi üzerine anket uygulanmıştır. Çalışmada Kanada şirketlerinin %95,3 en geniş networke sahip banka grubu ile çalışmaya devam ettikleri belirlenmiştir. Burada en iyi şube networke sahip olma, Kanada bankalarına bağlılık, yatırım riskinin düşük olması, banka hizmetleri için memnuniyet ile banka yöneticilerinin iyi performansları banka seçimini etkileyen en önemli faktörler olarak belirlenmiştir.

Zineldin (1995) tarafından 179 İsveç firmasından sağlanan veri seti ile firmalarla bankalar arasındaki etkileşim ve ilişkilerin doğası belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada frekans analizi ve çapraz tablolama yöntemleri kullanılmıştır. Ampirik analizlerde KOBİ’lerin tek banka ile çalışmayı, büyük firmaların ise birden fazla banka ile çalışma eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Küçük firmalar ile bankalar arasındaki ilişkiler ve atmosferin önemli olduğu gözlenmiştir. Bilgi değişiminin banka ve firmalar arasındaki



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinde Kanıtlar**

ilişkide önemli olduğu belirlenmiştir. İnanç ve güven, kredi fiyat rekabetçiliği, bankanın karar alma hızı ve adaptasyon faktörlerinin firma ile banka arasındaki ilişkide belirleyici olduğu gözlenmiştir. Ancak banka müdürü veya çalışanı ile yakın iletişim ve bankanın teknoloji seviyesi önemli ancak firmanın banka ile çalışmasına ikna etmede yeterli olmadığı tespit edilmiştir.

Edris & Almahmeed (1997), Kuveyt'te sanayi, ticaret ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren 500 firmanın banka seçim yaklaşımını belirlemek için anket yöntemi ile elde ettiği veri setini, çoklu diskriminant analizi yöntemi ile incelemiştir. Çalışmada Kuveyt'teki firmaların ihtiyacı olan bankacılık hizmetlerinin önemini belirleme ve banka seçiminin gerçek belirleyicilerini tanımlamak amaçlanmıştır. Çalışmada Kuveyt orjinli olmayan firmalar ile İş Ortaklığı firmalarının beklentilerinin Kuveyt Bankalarının sundukları hizmetlerden oldukça anlamlı farklılık gösterdiği gözlenmiştir. Firmaların doğru banka seçim kararları daha çok bankanın algılanan nitelikleri ile bu niteliklerin her bir bölgede bankalar arasındaki farklılığın fonksiyonu olarak varsayılması şeklinde gözlenmiştir. Banka seçim kararlarının kökeninde firmaların farklı ülke vatandaşlarının olduğu çoklu diskriminant analizi ile tahmin edilmiştir.

Mols, Bukh & Blenker (1997) çalışmalarında Avrupa'daki 1129 adet büyük firmanın nakit yönetimi için yerel banka seçimini etkileyen faktörleri anket yöntemi ile belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmada firmaların yerel nakit bankası seçimi üzerinde etkili en önemli kriterin hizmet kalitesi olduğu, bunu fiyat ve ilişkinin takip ettiği gözlenmiştir.

Nielsen, Terry & Trayler (1998) tarafından Avusturalya'daki 1249 firma ve 13 banka üzerine anket uygulaması yapılmıştır. Anket ile elde edilen veri setinin analizi için faktör analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada işletme bankacılığı için firmalar ve bankacıların beklentileri karşılaştırmalı analiz edilmiştir. Çalışmada 15 banka seçim kriterinden 6'sında istatistiki olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Athanassopoulos & Labroukos (1999), Yunanistan'daki 468 firmanın bankacılık ilişkilerini Çok Boyutlu Ölçekleme, MANOVA ve Diskriminant Analiz yöntemleri ile incelemiştir. Çalışmada bazı firmaların bütün bankacılık ürünleri için aynı bankayla çalışmayı tercih ederken bazı firmaların ise tek bir bankaya bağlı kalmayarak daha fazla açık bankacılık ilişkisini tercih ettiği gözlenmiştir. Çalışmada banka seçimi üzerinde fiyat ile diğer banka seçim kriterleri arasında farklılık olduğu gözlemlenmiştir.

Yavas, Babakus & Eroglu (2004) tarafından ABD'de faaliyet gösteren 150 KOBİ inşaat firmasının banka seçim davranışı, Yapısal Eşitlik Modeli ile analiz edilmiştir. Çalışmada KOBİ'lerin banka tercihi üzerine arama, güven ve deneyim boyutlarına göre belirlenmeye çalışılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi ile banka seçimi üzerinde en çok güven boyutunun belirleyici olduğu tespit edilmiştir.



Lam & Burton (2005), çalışmalarında Hong Kong'taki KOBİ'lerin banka seçimini içerik analizi ile incelemişler ve elde edilen sonuçları Avustralya'daki firmalarla karşılaştırma yapmışlardır. Çalışmada banka seçimi için Hong Kong ve Avustralya firmaları arasında davranış farklılıkları olduğu gözlenmiştir. Çalışmada Hong Kong firmaları banka seçimi yaparken kredi ihtiyacının karşılanmasına öncelik verdiği, Avustralyalı firmaların uzun vadeli bankacılık ilişkilerine önem verdiği ve ana bankalarla ilişkilerinin istikrarlı olduğu, ancak Hong Kong firmalarının daha kısa süreli bankacılık ilişkilerini sürdürdükleri gözlenmiştir.

Narteh (2013)'nin çalışmasında Gana'da faaliyet gösteren 503 KOBİ firmasının banka tercihi üzerinde etkili faktörler analiz edilmiştir. Çalışmada açıklayıcı faktör analizi, çoklu regresyon analizi ve korelasyon analizi yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada fiyat rekabeti, krediye erişim, algılanan hizmet kalitesi, görevlinin nitelikleri ile bankanın nitelikleri banka seçimini etkileyen faktörler olarak tespit edilmiştir. Bunların yanında krediler ve fazla para çekebilme, nakit toplama, transferler, banka garantileri, danışmanlık hizmetleri ve eğitim şeklinde faktörlerin banka seçimini belirleyen etkenler olduğu gözlenmiştir.

Andaleeb, Rashid & Rahman (2016) tarafından 112 Bangladeş firmasından anket yoluyla araştırma verisi elde edilmiştir. Analizlerde faktör analizi ve çoklu regresyon yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada bankalar için firma temelli bir bankacılık modeli geliştirilmiştir. Modeldeki banka seçim kriterlerinden kurumsal imaj, bağlılık, sevgi ve tutarlılık değişkenlerinin müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu, ancak fayda/maliyet ile uygunluk faktörlerinin ise müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olmadığı gözlenmiştir.

Bayazit-Bedirhanoglu & Lezki (2018) çalışmalarında Eskişehir'de faaliyet gösteren 40 KOBİ firmasının banka tercihinin Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yöntemi belirlemeyi hedeflemişlerdir. Çalışmada KOBİ'lerin banka tercihi üzerinde "Kredilerin Etkisi" kriterinin önem düzeyi en yüksek kriter olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan banka tercihi üzerinde önem düzeyi en düşük kriterin ise "Personelin Etkisi" kriteri olduğu belirlenmiştir.

Çakır & Bilge (2019) tarafından Aydın ilinde faaliyet gösteren firmaların banka tercihi etkileyen faktörler SWARA yöntemi ile belirlenmiştir. Çalışmada firmaların banka tercihinin belirlemek amacıyla firmalardan anket yöntemiyle veri elde edilmiştir. Çalışma ile firmaların banka seçimi üzerinde 0,114 değeriyle "bankanın uygun yerleşim yeri" kriterinin en yüksek öneme sahip kriter olduğu belirlenmiştir.

Araştırma Metodolojisi

Bu çalışmanın amacı işletmelerin belli türdeki bankaları tercih etmelerini ya da tercih etmemelerini sağlayan gerekçeleri ortaya koyabilmektir. Bu amaçla konvansiyonel bankalar ve katılım bankaları özelinde tasarlanan bu çalışmada kalitatif veri toplama yöntemlerinden biri olan derinlemesine



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar**

mülakat (in-depth interview) yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma herhangi bir şekilde istatistiksel prosedürler ya da sayısal verilere ihtiyaç duyulmadan bulguların üretilebildiği bir araştırma yöntemidir. (Altunışık, Coşkun, Yıldırım & Bayraktaroğlu, 2001, s.187-191). Bu yöntemle amaçlanan, firmaların belli bir banka türünü tercih etmelerinin ya da tercih etmemelerinin altında yatan temel motivasyon kaynaklarını açığa çıkarabilmektir. Araştırma kapsamında görüşüne başvurulmuş firma temsilcileriyle “detaylı bir şekilde ve birebir görüşmeler yapılarak” (Gegez, 2015:69) veri toplanmış olan bu çalışmada yarı yapısal mülakat türlerinden huni tekniği kullanılmıştır. “Bu teknik kapsamında katılımcılara oldukça genel konulardan başlayarak yavaş yavaş daha dar konulara odaklanılmış” (Gegez, 2015:71) ve öncelikle katılımcılara kendi firmalarıyla ilgili sorular yöneltilmiş, ardından firmanın bankalarla ilişkilerini öğrenmeye yönelik sorular sorulmuş, son kısımda da banka türlerinden hangisini tercih ettikleri ya da tercih etmedikleri sorulmuştur. Katılımcılara yöneltilen sorular Ek-1’de verilmiştir. Araştırmanın yürütülebilmesi için gerekli etik kurul izni alınmıştır.

Firmalarla yapılan görüşmeler 01.02.2018-10.04.2018 döneminde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada iletişim kurulabilen ve görüşmeyi kabul eden firmalarla yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırmacılar, görüşmenin şeffaf bir şekilde yürütülebilmesi için görüşmeciye soru listesini önceden sunmuştur. Bu soru listesi kapsamında görüşmeler derinleştirilerek veri sağlanmıştır. Araştırmacılar, görüşmenin resmi bir denetim veya sorgu şeklinde algılanmaması için özen göstermiştir. Görüşme esnasında firmalarca ifade edilen bilgiler konsolide edilerek firmalar hakkında genel bilgiler, tablo halinde gösterilmiştir.

Tablo 1: Görüşme Yapılan Firmalar Hakkında Özet Bilgi Tablosu

	Sektör	Görüşme Yapılan	İşletmenin Hukuki Yapısı
F1	Turizm	İşletme Müdürü ve Muhasebe Müdürü	Anonim Şirket
F2	Demir Çelik	Mali İşler Yöneticisi	Anonim Şirket
F3	Sanayi	Finansman Müdürü	Anonim Şirket
F4	Gıda	Firma Ortağı, İşletme ve Muhasebe Müdürü	Limited Şirket
F5	Lokanta	Firma sahibi	Limited Şirket
F6	Perakende	Muhasebe Müdürü	Limited Şirket
F7	Giyim	Firma Sahibi	Şahıs İşletmesi
F8	Turizm	Firma Sahibi	Şahıs İşletmesi
F9	Lokanta	Firma Sahibi	Şahıs İşletmesi



Bu tabloya doğrudan firmayı adresleyebilecek bilgiler verilmemeye çalışılmış ve araştırma gizliliği sağlanmaya çalışılmıştır.

Çalışma için Karabük ilinde faaliyet gösteren firmalar tercih edilmiştir. Bu firmaların faaliyet süreleri, sermaye büyüklükleri ve ciro hacimleri ile sektörel farklılıkları olan toplam 9 adet firma ile görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan kişiler; firma sahibi, muhasebe müdürü, finansman müdürü, firma ortağı, mali işler yöneticisi gibi farklı konumlara sahiptir. Bu sayede araştırmada cevap aranan soruların, farklı pozisyonlarda görev yapanlar tarafından cevaplanması sağlanmıştır.

Araştırma kapsamındaki firmaların 3 yıl ile 59 yıl arasında değişen farklı faaliyet sürelerine sahip olduğu gözlenmiştir. Araştırmada farklı sektörlerin incelenmesi, faaliyet süresinin farklılık göstermesi, sektörel yaklaşım farklılıkları ile araştırma amacına katkı sağlaması hedeflenmiştir.

Bulgular

Araştırmada firmaları kısaca tanıyabilmek amacıyla katılımcılara firmanın hukuki yapısı, faaliyet süresi, 2017 yıl sonu öz sermayesi ve cirosu, hangi bankalarla çalıştıkları gibi tanımlayıcı soruların yanında, firmanın kredi ve finansman işlemlerinin kim veya kimler tarafından yürütüldüğü sorusu yöneltilmiştir. Görüşme yapılan şirketlerde firmanın kredi ve finansman işlemlerinin kim tarafından yönetildiği sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde, bu işlemleri firmanın hukuki yapısına göre farklı özellikteki yapıdaki, yetkideki kişilerin yönettiği görülmektedir. Şahıs şirketlerinde kredi ve finansman işlemleri şirketin sahibi tarafından yürütülürken, limited şirketlerden birinde firma sahibi, birinde firma ortağı, işletme müdürü, muhasebe müdürü, diğerinde ise muhasebe müdürü tarafından yürütülmektedir. Anonim şirketlerde ise firmanın kredi finansman işlemlerini uzmanlar yürütmektedir. Bir firmada bu işlemler yönetim kurulu üyelerinden biri tarafından yürütülmekte, bunun yanında profesyonel bir birimden finansal danışmanlık hizmeti alınmaktadır. İkinci firmada ise firma bünyesinde görev yapan finansman müdürü bu işlemleri yürütürken üçüncü firmada işletme müdürü ve muhasebe müdürü şirketin kredi ve finansman işlemleri ile ilgilenmektedir.

Araştırma kapsamında firma temsilcilerine katılım bankaları ile mevduat bankalarının birbirlerinden farklı olup olmadıkları sorulmuştur. Görüşme yapılan bir anonim şirket yetkilisi bu soruya

“Katılım bankaları ile mevduat bankaları aynı, dini ihtiyaçlar yaratılmış ancak işleyiş mekanizması aynı; bankacılık inanç sistemine göre tasarlanmış bir şey değil”

Şeklinde cevap vermiştir. Bir başka anonim şirket yetkilisi de



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinde Kanıtlar**

“Hiçbir fark yok, kendimizi kandırıyoruz. Faizden çok uzak durulduğunu düşünmüyorum. İngilizler Müslümanları sömürmek için bu düzeneği kurmuşlar. Katılım bankaları ile konvansiyonel bankalar aynı kapitalist paradigmaya sahip. Fıkhi açıdan konuyu bilemem ancak sistem itibarıyla fark olduğuna inanmıyorum”

Diyerek birinci katılımcıya benzer bir görüş öne sürmüştür. Çalışma kapsamında görüşüne başvurulmuş diğer anonim şirket yetkilisi ise katılım bankaları hakkında bilgi sahibi olmadıklarını, diğer bankalar tarafından çeşitli sebeplerle ziyaret edilmelerine karşın katılım bankaları temsilcilerinin kendilerine hiç uğramadığını ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında görüşme yapılan bir limited şirket yetkilisi

“Fetva ile çalıştıklarından katılım bankalarının İslami olduklarına inanıyorum. Ancak katılım bankalarının bankacılık ürünleri (kredi/finansman) ile ilgili fiyatlamaları piyasa şartlarından çok daha yüksek olduğu için bu bankalarla çalışmıyoruz”

Şeklinde görüş bildirmiştir. Bir diğer limited şirket yetkilisi ise daha önce gerek katılım bankaları gerekse konvansiyonel bankalarla çalışmış olsalar da yaşadıkları bir takım ekonomik zorluklardan sonra bankalarla çalışmayı bıraktıklarını, bankalarla münasebetlerinin sadece POS cihazı kullanımı ile sınırlı olduğunu belirtmiş, bununla birlikte bankalarla çalışma durumu olsa katılım bankalarını tercih edeceklerini ifade etmiştir. Aynı yetkili

“Manevi açıdan katılım bankalarını tercih ederim. Daha temiz, inançlı olduklarını düşünüyorum. Çalışanların hali, tavrı, yüz ifadesi, vs. daha iyi. Fakat finansal sistem açısından aynı, kar/maliyet hesaplaması aynı. Dolayısıyla biz de kullandığımız ürün için hangisinin maliyeti uygunsa ona bakıyoruz, örneğin POS cihazı tercihinde fiyat önemli oldu (mevduat bankalarının verdiği POS cihazını kullanmaktalar). Fiyat aynı olsa katılım bankasını tercih ederim. Onların kazanmasını isterim. Fakat nakit lazım olduğunda katılım bankası işimizi görmüyor.”

Demidir. Bir diğer limited şirket yetkilisi de katılım bankaları ile mevduat bankaları arasında tercih yapmaları gerektiğinde nasıl hareket ettiklerini şöyle ifade etmiştir:

“Kredi temin ihtiyacımız olsa faizsiz olduğu için katılım bankalarını tercih ederiz. 15 sene önce Kuveyt’ten leasing kredisi almıştık zaten. Maliyeti yüksek olsa bile katılım bankasını tercih ederiz. POS olarak katılım bankasını tercih etmedik çünkü onlar uzun süreli bloke gün istiyorlar. Ertesi gün hesaba geçildiğinde komisyon kesiyorlar. Çalıştığımız konvansiyonel bankalar ise ertesi gün komisyonsuz



hesabımıza parayı yatırıyorlar. Bu nedenle POS ürününde konvansiyonel bankalar ile çalışıyoruz."

Çalışma çerçevesinde görüşüne başvuru alan şahıs şirketlerinden birinin yetkilisi hizmet kalitesi açısından katılım bankaları ile konvansiyonel bankalar arasında fark olduğunu, konvansiyonel bankalardan daha çok memnun olduklarını ifade etmiştir. Bir başka şahıs şirketi yetkilisi ise katılım bankaları ile mevduat bankalarının birbirinden farklı olmadığını düşündüğünü belirtmiş ve

"Faizli banka ile faizsiz banka birbirinden farklı gelmiyor. Hayali bir durum sunuluyor gibi. Katılım bankalarının nasıl çalıştığını tam bilemiyoruz."

Demmiştir. Üçüncü şahıs firması yetkilisi ise konuya tamamen dini inançları çerçevesinde yaklaşmış ve şu yönde fikir bildirmiştir:

"Katılım bankalarıyla konvansiyonel bankalar farklı. Katılım bankasından para alamıyoruz, evi alıp bize satıyor. Sistemi farklı. Biri faizle iş yapıyor, diğerinde evi banka alıyor, üzerine kar koyarak satıyor. Ev alacağım zaman bana para vermeyip, evi satın alması, sonra bana satması içimi rahatlatıyor. Yine de ben ikisinden de uzak duruyorum. Katılım bankaları diğer bankalarla alışveriş yapıyor, biraz aynı gibi geliyor, sistemin parçası gibi geliyor. Fakat mecbur kalırsam katılım bankasından alırım. Hatta bankalar çok maliyetli olursa Eminevim'den faydalanabilirim. Mesela bir dairem varsa ikincisi için finansman kullanmam. Ticaretimde sıkıntıya düşeceksem kullanabilirim. (Soru üzerine) Faiz haram olmasa mevduat bankasından kredi kullanmak isterim. Fakat BAKKA (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı) projesi olsa, faizsiz iş büyütecek proje yapabilecek olursam fırsatı değerlendirmek isterim. Çok büyüme hedefim yok. Çoluk çocuğuma faiz yedirip büyümektense, küçük kalmayı tercih ederim."

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma ile Karabük ilinde faaliyet gösteren firmaların konvansiyonel ve katılım bankalarını tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi için nitel araştırma yöntemiyle firmalardan sağlanan veri seti analiz edilmiştir. Böylece firmaların konvansiyonel ve katılım bankalarını tercih etmeleri üzerinde etkili faktörlerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu çalışmada firma yetkililerinden elde edilen bilgiler ile genelleme yapılması mümkün değildir. Çünkü nitel yöntem ile sağlanan bilgiler, derinlemesine analiz yapmaya yardımcı etmektedir. Bu sayede farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların sektör, faaliyet süresi, sahip veya yönetici deneyimi, dini



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar**

yaklaşım gibi birçok faktörün banka seçimi üzerinde etkili olduğu gözlenmiştir.

Bankalar, finansal piyasalarda firmalara sağladıkları finansman ile ekonomik büyümenin gerçekleşmesinde katkı sağlarlar. Firmaların sektörel konumları ve tecrübelerine ve piyasalardaki gelişmelere bağlı olarak rakipleriyle rekabet edebilmeleri için ihtiyaç duydukları kaynak miktarını belirlemeleri gerekir. Bu kapsamda finansman ihtiyacının karşılanması için firmaların hem konvansiyonel hem de katılım bankaları ile bankacılık ilişkilerini geliştirmeleri çeşitlendirme fırsatı sağlayacaktır. Böylece finansman ile beraber diğer bankacılık hizmetlerini düşük maliyetle elde edebilmeleri fırsatı doğabilecektir.

Çalışmadan elde edilen veriler ışığında firmaların katılım bankalarını ya da konvansiyonel bankaları tercih etmesinde önemli rolü olan iki bağımsız değişken olduğu ifade edilebilir. Bunlardan birincisi bankanın finansman olanakları, ikincisi ise firmanın dini hassasiyettir. Finansman olanakları değişkeni altında bankaların sunmuş olduğu finansman/kredi, POS cihazı, kredi kartı gibi finansal ürünlerle birlikte banka imajı, çalışanların davranışları, bankanın temizliği gibi alt değişkenler yer almaktadır. Çalışmadaki bu sonuç ile Rosenblatt, Laroche, Hochstein, McTavish ve Sheahan (1988), Zineldin (1995), Lam ve Burton (2005), Narteh (2013), Andaleeb, Rashid ve Rahman (2016), Bayazit-Bedirhanoglu ve Lezki (2018) tarafından yapılan çalışmalarla paralellik arz ettiği savunulabilir. Firmanın dini hassasiyeti değişkeni altında ise bankanın müşterileri ikna etme arzusu ya da gücü ile firmanın bankadan beklediği dini hassasiyet derecesi gibi alt değişkenler yer alabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında katılım bankalarının temel prensibinin “faizsiz bankacılık uygulaması” olduğunun bankalar tarafından yeterince anlatılmadığı anlaşılmıştır. Çalışma kapsamında görüşüne başvurulmuş katılımcıların gerek kendi şirketlerindeki uygulamaları gerekse kişisel deneyimleri katılım bankalarının konvansiyonel bankalardan farklı bir yapıda çalıştıklarına ikna olmadıklarını göstermektedir. Bu iki banka türünün farklı olmadığı düşüncesine neden olan iki nokta ön plana çıkmaktadır; birincisi katılım bankalarının firmalara sunduğu finansman ürünlerinin konvansiyonel bankaların kredi ürünlerinin fiyatlarından daha yüksek olması, dolayısıyla kredi faiz hesaplaması ile finansman kâr payı hesaplamasının benzer (ya da) aynı yöntemlerle yapılıyor olduğu düşüncesi. İkinci nokta ise konvansiyonel bankaların ister mevduat büyüklüğü ister kredi büyüklüğü açısından değerlendirildiğinde katılım bankalarından çok daha büyük bir hacme sahip olması ve Türkiye’deki (ve Dünya’daki) bankacılık sisteminde daha görünür, daha ön planda olması nedeniyle ekonomik sistemin kurallarının konvansiyonel bankalar tarafından koyulmuş olması ve katılım bankalarının bu kurallar içinde ne kadar farklı davranmaya çalışsa da aslında sınırları belli bir sistemin önceden belirlenmiş kuralları içinde hareket eden bir oyuncu gibi görülmesidir.



Katılım bankaları kendilerinin gerek iç işleyiş gerek dış ilişkiler bağlamında konvansiyonel bankalardan farklı olduğunu iddia ediyorsa bu iddiasını topluma daha net ve anlaşılır biçimde ifade etmelidir. İki banka türünden birini tercih etme durumunda olan bir firma ticari kaygılarla bu tercihinin şekillendiriyorsa maliyet unsuru ön plana çıkmakta ve firma hangi bankanın ürünü ucuzsa onu tercih etmektedir. Dolayısıyla ticari kaygılarla hareket eden firmalar için katılım bankalarının yapması gereken daha rekabetçi bir yaklaşım sergileyerek firmalar için daha düşük maliyetli ürünler sunmaktır denebilir. Fakat katılım bankalarını sadece ticari kaygılarla değil, temelinde faizsiz yöntemler ve işlemler olduğu ifade edilen bir hassasiyetle tercih eden firmalar da piyasa da mevcuttur. Bu firmaların ya da bu firmaların yöneticilerinin en büyük kaygısı, katılım bankalarının faizden tamamen arındırılmış bir sistem hassasiyetiyle çalışıp çalışmadıklarıdır. Katılımcıların ifadeleri bir bütün olarak değerlendirildiğinde dini hassasiyetlerle katılım bankalarını tercih etmek isteyen firmaların şüpheleri tam olarak giderilmiş, müşteriler katılım bankalarını tercih etme noktasında tamamen ikna olmuştur denemez. Burada ticari kaygılarla hareket eden müşterilerle birlikte dini kaygılarla bir banka türünü tercih etme durumunda olan müşterileri kazanabilmek için katılım bankalarının kendi içi işleyişlerini ve finansman, kredi kartı, POS cihazı gibi ürünlerini hem piyasa şartları içinde rekabetçi bir şekilde yapılandırılmaları hem de dinin gerektirdiği hassasiyetleri tam olarak karşıladıkları mesajını müşterilerine daha açık bir şekilde iletmeleri yerinde olacaktır. Bu “doğru mesaj-doğru hedef kitlesi” modeli hem firmayı müşterilere hem de hangi kaygıyla hareket ediyor olursa olsun müşterileri katılım bankalarına yakınlaştıracaktır.

Bu çalışma ile literatüre önemli bir katkı sağlanması beklenmektedir. Farklı sektörler üzerine yapılacak yeni çalışmalarda sektörel farklılıklar ile işletme ölçeğine bağlı uygulamalarda farklı sonuçlara ulaşılabilir.

Kaynakça

- Almossawi, M. (2001). Bank selection criteria employed by college students in Bahrain: an empirical analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 19(3), 115-125. <https://doi.org/10.1108/02652320110388540>
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E., & Bayraktaroğlu, S. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. (1 b.). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Andaleeb, S. S., Rashid, M., & Rahman, Q. A. (2016). A model of customer-centric banking practices for corporate clients in Bangladesh. *International Journal of Bank Marketing*, 34(4), 458-475. doi:10.1108/IJBM-10-2014-0156



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İliinden Kanıtlar**

Athanassopoulos, A. D., & Labroukos, N. S. (1999). Corporate customer behaviour towards financial services: empirical results from the emerging market of Greece. *International Journal of Bank Marketing*, 17(6), 274-285. <https://doi.org/10.1108/02652329910300323>

Awan, H. M., & Bukhari, K. S. (2011). Customer's criteria for selecting an Islamic bank: evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 14-27. doi:10.1108/17590831111115213

Bayazit-Bedirhanoğlu, Ş., & Lezki, Ş. (2018). KOBİ'lerin banka tercihini etkileyen kriterlerin AHP yöntemi ile belirlenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(1), 191-208. doi:10.18037/ausbd.550956

BDDK. (2020). *Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri*. İstanbul: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. www.bddk.org.tr

Boyd, W. L., Leonard, M., & White, C. (1994). Customer preferences for financial services: An analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 12(1), 9-15. <https://doi.org/10.1108/02652329410049562>

Cebeci, İ., & Çabuk, Z. (2016). Tüketicilerin banka tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Giresun'da bir araştırma. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8(14), 57-66. doi:10.14784/jfrs.35440

Chigamba, C., & Fatoki, O. (2011). Factors influencing the choice of commercial banks by university students in South Africa. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 66-76. doi:10.5539/ijbm.v6n6p66

Coşar, N. (2010). *Türkiye'de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi. Tarihi Siyasi Sosyal Gelişmelerin Dışında Türkiye Ekonomisi içinde*. (Editörler: N. Coşar, & M. Bildirici). Bursa: Ekin Yayınevi.

Çakır, E., & Bilge, E. (2019). Bütünleşik SWARA - MOORA yöntemi ile kurumsal müşterilerin banka tercihlerinin belirlenmesi: Aydın ilinde bir uygulama. *Anemon Muş Alparlan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6), 269-289. <https://doi.org/10.18506/anemon.506864>

Devlin, J., & Gerrard, P. (2005). A study of customer choice criteria for multiple bank users. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(4), 297-306. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2004.10.004>

Duramaz, S., & Erol, İ. (2018). Banka müşterilerinin katılım bankası tercihlerine yönelik bir araştırma: Ege bölgesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 251-267. doi:10.18657/yonveek.378836



Edris, T. A., & Almahmeed, M. A. (1997). Services considered important to business customers and determinants of bank selection in Kuwait: a segmentation analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 15(4), 126–133. <https://doi.org/10.1108/02652329710189393>

Gegez, A. E. (2015). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Hançerlioğlu, O. (1981). *Ekonomi Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Karamustafa, K., & Yıldırım, M. (2007). Tüketicilerin bireysel banka tercihine ilişkin Kayseri ilinde yapılan bir araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 56-92. <https://www.researchgate.net/publication/279507309>

Kaynak, E., Küçükemiroğlu, O., & Odabasi, Y. (1991). Commercial bank selection in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, 9(4), 30-39. <https://doi.org/10.1108/02652329110004249>

Kennington, C., Hill, J., & Rakowska, A. (1996). Consumer selection criteria for banks in Poland. *International Journal of Bank Marketing*, 14(4), 12-21. <https://doi.org/10.1108/02652329610119283>

Lam, R., & Burton, S. (2005). Bank selection and share of wallet among SMEs: Apparent differences between Hong Kong and Australia. *Journal of Financial Services Marketing*, 9(3), 204-213. <https://doi.org/10.1057/palgrave.fsm.4770154>

Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313. <https://doi.org/10.1108/02652329810246028>

Mokhlis, S. (2009). Determinants of choice criteria in Malaysia's retail banking: An analysis of gender-based choice decisions. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, (16), 18-30. <https://www.researchgate.net/publication/255666323>

Mols, N. P., Bukh, P. N., & Blenker, P. (1997). European corporate customers' choice of domestic cash management banks. *International Journal of Bank Marketing*, 15(7), 255–263. <https://doi.org/10.1108/02652329710194946>

Narteh, B. (2013). SME bank selection and patronage behaviour in the Ghanaian banking industry. *Management Research Review*, 36(11), 1061-1080. doi:10.1108/MRR-06-2012-0147

Nielsen, J. F., Terry, C., & Trayler, R. M. (1998). Business banking in Australia: a comparison of expectations. *International Journal of Bank Marketing*, 16(6), 253–263. <https://doi.org/10.1108/02652329810241393>



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar**

Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: Ampirik bir tetkik. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 187-206. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/issue/13698/165803>

Resmi Gazete. (2005). 5411 Bankacılık Kanunu (01.11.2005). www.mevzuat.gov.tr (Erişim:22.01.2021).

Rosenblatt, J., Laroche, M., Hochstein, A., McTavish, R., & Sheahan, M. (1988). Commercial banking in Canada: A study of the selection criteria and service expectations of treasury officers. *International Journal of Bank Marketing*, 6(4), 19-30. doi:doi.org/10.1108/eb010835

Selvanathan, M., Nadarajan, D., Zamri, A. F., Suppramaniam, S., & Muhammad, A. M. (2018). An exploratory study on customers’ selection in choosing islamic banking. *International Business Research*, 11(5), 42-49. doi:10.5539/ibr.v11n5p42

Sevim, U., & Arslantürk-Çöllü, D. (2017). Müşterilerin banka seçimini etkileyen kriterlerin belirlenmesi: Giresun ili örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (18), 201-220. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulikidince/issue/26590/279898>

Ta, H. P., & Har, K. Y. (2000). A study of bank selection decisions in Singapore using the Analytical Hierarchy Process. *International Journal of Bank Marketing*, 18(4), 170-180. <https://doi.org/10.1108/02652320010349058>

Tabakoğlu, A. (2013). *İslâm İktisat Tarihine Giriş*. (3 b.). İstanbul: Dergâh Yayınları.

Taşkın, Ç., Akat, Ö., & Erol, Z. (2010). Tüketicilerin banka tercihini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Bursa'da bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 11-22. <https://app.trdizin.gov.tr/publication/paper/detail/TVRBNE1Ea3INZz09>

TCMB. (2016). *Sektör Bilançoları (2013-2015) Değerlendirme Raporu*. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İstatistik Genel Müdürlüğü. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/9c9f6d76-520b-41dd-bf0e-0a159b6a8ecd/SEKTOR+BILANCOLARI+%282013-2015%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-9c9f6d76-520b-41dd-bf0e-0a159b6a8ecd-m3fB6yM> (Erişim:23.11.2019)

TKBB. (2020). Sektör Mukayese Tablosu. <https://tkbb.org.tr/veri/sektormukayese> (Erişim: 09.11.2020)



Yavas, U., Babakus, E., & Eroglu, S. (2004). Bank choice behavior of small and medium-sized construction firms. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 19(4), 258-266. doi:10.1108/0885862041054099

Yılmaz, Ö., Boz, H., & Yaprak, B. (2017). Tüketicilerin bireysel banka tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir uygulama: Balıkesir örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Kongresi (USAK'17)*, (s. 1702-1709). İstanbul. <https://www.researchgate.net/publication/318888940>

Zineldin, M. (1995). Bank-company interactions and relationships: some empirical evidence. *International Journal of Bank Marketing*, 13(2), 30-40. <https://doi.org/10.1108/02652329510078677>

Ek-1. Katılımcılara Yöneltilen Sorular

1. Firmanın hukuki yapısını belirtiniz? (Ltd.Şti., A.Ş. vb.)
2. Firmanın faaliyet süresini belirtiniz? (Kuruluş tarihi baz alınacak)
3. Firmanın çalışan sayısını belirtiniz? (Bodrolu ve bodrosuz toplam)
4. Firma sahibinin sektördeki deneyim süresini belirtiniz?
5. Firmanın 2017 yıl sonu Öz Sermaye Tutarını belirtiniz?
6. Firmanın 2017 yıl sonu Ciro Tutarını belirtiniz?
7. Firmada kredi ve finansman işlemleri kim veya kimler tarafından yürütülüyor?
8. Firmanın öz kaynak temini nasıl yapılmıştır?
9. Firmanın işletme sermayesi ihtiyacı nasıl karşılanmaktadır?
10. Bankalarla ne zamandan beri çalışmaktasınız?
11. Hangi bankalar ile çalışıyorsunuz?
12. Bankacılık işlemlerinin yoğunlaştığı ana bir banka var mıdır?
13. Hangi bankacılık ürünlerini kullanıyorsunuz?
14. Firmanın mevduatının katılım bankası / mevduat bankası arasında yüzdesel dağılımı nedir?
15. Firmanın bankalardan sağladığı nakdi kredi limiti ve gayri nakdi kredi limitinin yüzdesel dağılımı nedir? Bu limitler, banka (katılım bankası, mevduat bankası vb.) gruplarına göre nasıl bir dağılım göstermektedir?



**Firmaların Konvansiyonel Banka ve Katılım Bankası Tercihini Etkileyen Faktörlerin
Belirlenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma: Karabük İlinden Kanıtlar**

16. Kredi almakta sorun yaşıyor musunuz? Aldığınız krediyi ödemekte sorun yaşıyor musunuz? Kredi teminatında sıkıntı yaşıyor musunuz?
17. Kredi Garanti Fonu için herhangi bir bankaya müracaat ettiniz mi? Hangi bankaya müracaat ettiniz?
18. İthalat/ihracat işlemlerinizi var mı? Varsa bu işlemlerinizi hangi finansal ürünleri (akreditif vs.) hangi bankadan kullanıyorsunuz?
19. Firma, tahvil, bono, kira sertifikası ve hisse senedi gibi finansal araçlara yatırım yapıyor mu? Bankalardan finansal yatırım için destek alıyor musunuz?
20. Katılım bankalarının mevduat bankalarından farklı olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise nedenleri nelerdir? Hayır ise nedenleri nelerdir?
21. Bankalardan beklentilerinizi nelerdir? Eklemek istediğiniz bir şey var mı?

