

# Kırsalda Katılım Bankacılığı Algısı: Oltu Örneği

Serpil Sumer\* & Murat Dilmaç\*\*

## Öz

Bu çalışmada Oltu kırsalında faaliyet gösteren esnafların fon ihtiyaçlarını karşılarken katılım bankalarını tercih edip etmeme durumları ele alınmıştır. Çalışmada veriler anket yöntemi ile elde edilerek SPSS programında analiz edilmiştir. Kategorik değişkenler arasındaki ilişkiyi bulmak için hipotezler oluşturulmuş ve Ki-Kare analizi ile test edilmiştir. Yapılan testler sonucunda medeni durum ile kredi kullanımı arasında ilişki bulunmuş ve kredi kullananlar katılım bankalarının bankacılık sistemi içerisinde yer alması gerektiğini belirtmişlerdir. Ancak hem eğitim durumu ile “kâr payı ve faiz arasında fark olduğu” ifadesi arasında ilişki bulunamamış hem de eğitim durumu ile “katılım bankalarının sisteme dahil edilmesi” arasında ilişki bulunamamıştır. Ayrıca Oltu esnafı katılım bankalarından kredi kullanmayı tercih etmemelerinin nedeni olarak geleneksel bankalarda kredi kullanımının daha kolay olduğunu belirtmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Finans, Katılım Bankacılığı, İslami Finans.

## The Perception of Participation Banking in the Rural: The Example of Oltu Town Abstract

In this study, whether the tradesmen in the Oltu town prefer participation banks while meeting their funding needs are discussed. Data used in the study were obtained by the questionnaire method and analyzed in the SPSS program. Hypotheses were created to find the relationship among categorical variables and tested with Chi-Square analysis. As a result of the analysis, a relationship was found between marital status and loan usage, and those who used the loan stated that participation banks should be included in the banking system. However, no relationship was found between educational background and the statements both “There is a difference between profit share income and interest” and “Inclusion of participation banks in the system.” Also, Oltu tradesmen stated that the reason why they do not prefer to use loans from participation banks is the easy process of using loans in traditional banks.

**Keywords:** Finance, Participation Banking, Islamic Finance.

\*Dr. Arş. Gör. | Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü  
serpil.sumer@atauni.edu.tr | ORCID: 0000-0001-8452-0393

\*\*Dr. Öğr. Üyesi | Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü  
mdilmac@atauni.edu.tr | ORCID: 0000-0002-2842-9875

DOI: 10.36484/liberal.911855

*Liberal Düşünce* Dergisi, Yıl: 26, Sayı:103, Yaz 2021, ss. 259-278.

Gönderim Tarihi: 8 Nisan 2021 | Kabul Tarihi: 10 Eylül 2021

## Giriş

Katılım bankacılığı, her bir para hareketinin mal ve hizmete karşılık geldiği ve bankanın müşterileri ile yaptığı tüm işlemlerde faizin yasak olduğu bir bankacılık türüdür. İslami finans sistemi içerisinde yer alan katılım bankacılığı dünya çapında giderek artan bir şekilde önem kazanmaktadır. Müslüman nüfusun yoğun olmadığı ülkeler de dahil olmak üzere dünyada birçok ülkede katılım bankaları (İslami bankalar) faizsiz bankacılık ürünleri ve hizmetleri sunulmaktadır (Yıldırım,2020: 520).

2008 küresel finansal kriz sürecinde bankaların da arasında bulunduğu birçok finansal kurum faaliyetlerini durdurarak iflas etmek durumunda kalmıştır. Katılım bankalarının küresel finansal kriz dönemini başarılı bir şekilde atlattığı, geleneksel bankalarda olduğu gibi çöküş yaşamaması katılım bankalarına olan ilgiyi arttırmıştır. Son yıllarda katılım bankalarına olan ilgi artışının bir diğer nedeni de geleneksel bankalarda tasarruflarını değerlendirmeyen Müslüman yatırımcıların katılım bankalarına olan yönelimleridir. Katılım bankaların sunduğu finansal hizmetler İslami prensiplerle uyumlu olduğu için geleneksel bankacılık sisteminden uzak duran yatırımcılar tasarruflarını katılım bankaları sayesinde finansal sisteme dahil etmektedir (Imam ve Kpodar, 2016:337). Dini inanışlarından ötürü finansal sisteme dahil olmayan tasarrufların katılım bankaları yolu ile finansal sisteme dahil edilmesi katılım bankacılığına olan ilginin artmasına neden olmuştur.

Katılım bankacılığı İslami prensipler doğrultusunda hareket etmektedir. Katılım bankaları müşterilerine sundukları hizmetlerde faiz kazancı yerine kâr zarar ortaklığı sunmaktadır. Ayrıca katılım bankalarının sundukları tüm bankacılık faaliyetleri İslami prensipler doğrultusunda yapılmaktadır (Odabaş ve Bozdoğan, 2020:200). Katılım bankalarının yaptıkları işlemlerde faiz, maiser ve gharar içerikli işlemler yasaktır. Ayrıca faaliyetleri tütün, alkol, kumar, eğlence sektörü, domuz eti vb. içeriğe sahip işlemler de yapılmamaktadır. Katılım bankalarında yapılan sözleşmeler açık ve şeffaf nitelikte olmalıdır. Katılım bankalarında paranın ticareti yapılmamaktadır. Yapılan her işlemlerde taraflar arasında risk paylaşımı yapılmalıdır ( Saeed vd.. 2020:198; Hasan vd. 2018:72).

Türkiye’de Özel Finans Kurumu olarak faaliyet başlayan İslami bankalar 2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanununun yayımlanmasının ardından unvan değişikliği ile katılım bankası adını almışlardır. Mevcut durumda Türkiye’de yerli ve yabancı toplamda altı katılım bankası aktif olarak faaliyet göstermektedir (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2020).

Küreselleşme ile sınırların ortadan kalkması, teknolojinin ve pazarlama tekniklerinin gelişmesi ile bankalar arasındaki artan rekabet müşteri tercihlerini etkilemektedir (Anaç ve Kaya,2017: 146). Bankalar artan rekabet karşısında tercih edilebilirliğini arttırmak için müşterilerin isteklerini karşılayarak diğer rakipler karşısında avantaj elde edebilmektedir. Katılım bankaları da dini inanışlarından ötürü finansal sistemden uzak duran mevcut ve potansiyel yatırımcıları finansal piyasalara dahil ederek hem ekonomik sistemler arasındaki para akışını sağlamakta hem de rakipler karşısında avantaj elde etmektedir.

Bu çalışmanın amacı Oltu kırsalında faaliyet gösteren esnafların fon ihtiyaçlarını karşılarken katılım bankalarını tercih edip etmeme durumlarını incelemektir. Çalışmada veriler anket yöntemi ile elde edilerek SPSS programında analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda katılımcıların kredi kullanırken katılım bankalarını tercih etmemelerinin nedeni olarak geleneksel bankalardan kredi almanın daha kolay olduğunu ve katılım bankalarının şube sayısının az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılım bankaları tercih edilebilirliklerini arttırmak için daha fazla şube açabilir ve fon kullandırma işlemlerini daha kolay hale getirebilirler. Böyle katılım bankalarının tercih edilebilirlik durumunun artacağı düşünülmektedir. Ekonomi içerisinde köklü bir geçmişe sahip olan esnafların sürekliliğini devam ettirebilmesi için gereksinim duyduğu fon ihtiyacını karşılamada reel ekonomiyi finansal açıdan destekleyerek ekonominin sürekliliğinin sağlanmasını amaç edinen katılım bankalarına yönelik algının araştırılması çalışmayı aynı alanda yapılan benzer çalışmalardan ayırmaktadır.

## Literatür Taraması

Nawi vd. (2013), İslami bankacılığı tercih etme üzerine yapılmış çalışmaları inceledikleri araştırmada, müşterilerin İslami bankacılığı neden tercih ettikleri ile ilgili olarak altı ana sebep olduğunu tespit etmişlerdir. Bunların, İslami kurallara uygunluk, dini çelişkiler, sunulan ürün ve hizmetlerin kalitesi ve çekiciliği, İslami bankalara olan ilgi, İslami bankacılığın yeterliliği ve beklentiler olduğunu belirtmişlerdir.

Toraman vd. (2015), Gaziantep ilinde hane halkına İslami bankalara olan tutum ve davranışlarını ölçmek amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırmada, İslami bir bankayla çalışmayı düşünen, kararsız olan ve olumsuz düşünceye sahip potansiyel müşteriler arasında üç alanda önemli farklılıklar tespit edilmiştir. Yüz yüze anket tekniğiyle yapılan araştırmadan 539 adet anketten elden edilen bulgulara göre, katılımcılar ürün ve hizmetlerin yeterince tanıtılmaması, İslami bankacılık hakkındaki bilgi düzeyinin düşük olması ve

ulaşılabilirliğin az olmasının tercih etmemede etkin olduğunu, dini kaygıların ise tercih etmemede daha az etkili olduğu gözlemlenmiş ve hane halkının İslami finans algısının çok zayıf olduğu sonuçları elde edilmiştir.

Yıldırım ve Cakar (2016), Türkiye genelinde 708 akademik personele uyguladıkları anket çalışmalarında, finansal tüketicilerin katılım bankacılığı algısını hizmet kalitesi, dini hassasiyet, şeffaflık ve güvenilirlik ve bilinirlik bakış açılarından incelemişlerdir. Araştırmanın bulgularına göre, hizmet kalitesi katılım bankacılığının tercih edilmesinde en önemli faktör olurken, dini hassasiyetlerin ise en az etkili faktör olduğu tespit edilmiştir.

Anaç ve Kaya (2017), bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih sebeplerini tespit etmek amacıyla, İstanbul ilinde betimsel araştırma yöntemiyle bir anket çalışması yürütmüştür. Rassal olarak seçilen 600 kişiye uygulanan ve 423 tanesi değerlemeye alınan araştırmada, katılım bankasının sunduğu faizsiz kurum imajı ve dini hassasiyetlerin katılım bankasının tercih edilmesinde en önemli iki sebep olduğu bulgusu öne çıkmaktadır. Araştırmada ayrıca müşteri memnuniyetinin personelin müşteriye gösterdiği ilgi ve alakayla yakından ilgisi olduğu bulgusu da öne çıkmaktadır.

Riaz vd. (2017), Pakistan'daki İslami bankacılık müşterilerinin algılarını incelemek için 150 katılımcıyla bir anket yürütmüşlerdir. Araştırmanın bulgularına göre, farkındalık, bilgi ve dindarlık seviyesi ile müşterilerin İslami bankacılık ve finans ürün ve hizmetleri hakkındaki algısı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Araştırmacılara göre halkın İslami bankacılık konusunda daha iyi aydınlatılabilmesi için, daha iyi pazarlama stratejileri geliştirmesi, halkla ibadethane veya konferans gibi ortamlarda bilgilendirici toplantılar düzenlenmesi İslami bankacılık algısını geliştirebilir. Ayrıca araştırmacılar, İslami bankacılık sektörü ile üniversitelerin ilahiyat birimlerinin iş birliği yapmasına vurgu yaparak, bunun sunulan ürün ve hizmetlerin İslami kurallara daha uyumlu bir hale getireceğini belirtmişlerdir.

Özen vd. (2016), hane halkının katılım bankacılığı algısını ölçmek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Uşak il merkezinde, 510 kişiyle yapılan anket uygulamasından elde edilen veriler Anova testi ile analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre katılımcıların İslami bankacılık algısının zayıf olduğunu, aynı zamanda katılımcıların %55,6 sının İslami bankacılığı geleneksel bankacılığa tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ancak, Özen vd.nin tespit ettiği önemli bir bulguya göre, katılımcıların normal şartlarda katılım bankacılığını tercih edebileceklerini, ancak getirilerinde bir kayıp söz konusu olursa aynı davranışı sergilemeyeceklerini belirtmişlerdir.

Brekke (2018), Norveç'te yaşayan Müslümanların geleneksel bankacılığa bakışları, demografik özelliklerin ve dindarlık seviyesinin İslami bankacılığa olan taleplerindeki etkisini incelemek amacıyla bir çalışma yürütmüştür. Brekke, 217'si yüz yüze 490'ı ise online olmak üzere 707 kişiyle anket yapmıştır. Araştırmada Brekke, yüz yüze ankete katılanların %66,36'sı online ankete katılanların ise %38,57'si faizsiz bankacılığın İslam hukukunun en önemli bileşeni olduğunu, katılımcıların dindarlık seviyeleri ile katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerinin önemli bir kısmına hassas olduğu ve genç ve yüksek eğitilmiş Müslümanların İslami bankacılık hizmet ve ürünlerine olan ilgisinin daha düşük oranda olduğu gibi önemli bulgulara ulaşmıştır.

Soud ve Sayılır (2017), Tanzanya'daki Müslüman ve Müslüman olmayan insanların İslami bankacılığa ilişkin algılarını incelemek amacıyla, kartopu örnekleme tekniği kullanarak 660 katılımcıyla (%50'si Müslüman - %50'si Müslüman olmayan) bir anket çalışması yapmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, Müslüman katılımcılar İslami prensiplere uygunluktan dolayı İslami bankacılığı tercih ederken, Müslüman olmayan katılımcıların ise faizsiz olması nedeniyle uygun maliyetli ürün ve hizmetlerden yararlanabilmek ve düşük işlem ücretlerinden dolayı tercih etmektedirler. Bir diğer önemli bulguya göre, ülkede İslami bankacılığın yeterince gelişememe sebebi olarak insanların bu konuda yeteri düzeyde bir farkındalığa sahip olmaması gösterilmektedir.

Suhartanto vd. (2019), hizmet kalitesi, duygusal bağlılık ve dindarlık gibi müşteri sadakati bileşenleri açısından İslami bankacılığı incelemeyi amaçlamışlardır. Araştırmacılar, Endonezya da 412 İslami bankacılık müşterisiyle yapmış oldukları anketlerden elde ettikleri verileri bir yapısal eşitlik modeli aracılığıyla analiz etmişlerdir. Araştırmanın bulguları, müşteri sadakati daha çok duygusal bağlılık ve dindarlık tarafından yönlendirildiğini ortaya koymaktadır. Bununla beraber, müşteri sadakatini doğrudan etkilemese de hizmet kalitesinin, İslami bankacılıkta müşteri memnuniyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Yanıkaya ve Pabuçcu (2017), Türkiye'de İslami bankacılık sektörünün yeterince gelişmemiş olmasının nedenleri üzerinde tartıştıkları çalışmalarında, İslami bankacılık faaliyetlerine odaklanan düzenleyici ve denetleyici kurumların yetersizliği ve katılım bankalarının Şariat yönetim çerçevesine sahip olmamasının bankacılık uygulamalarında dünyadaki diğer örneklerine göre farklılıkların meydana geldiğini öne sürmüşlerdir. Ayrıca, Türkiye'de laik yönetim anlayışının İslami bankacılığın gelişmemesinde bir diğer önemli faktör olduğu vurgulanmıştır. Araştırmacılar, çoğunlukla Murabaha'nın kullanıldığı sektörde, İslami bankacılığa özgü enstrümanların artırılması ve

toplumdaki katılım bankacılığı algısının iyileştirilmesi yoluyla Türkiye’de İslami bankacılığın önemli bir gelişme kazanacağını vurgulamışlardır.

Butt vd. (2018), İslami bankacılığın Pakistan’da düşük yayılımının arkasında yatan nedenleri ve dinin İslami banka tercihinde ve algısındaki rolünü incelemek amacıyla, anket ve nitel veri toplama yöntemleriyle bir çalışma yapmışlardır. Karma yöntemli bir yaklaşımla analizlerin yapıldığı çalışmanın bulgularına göre, İslami bankacılık kullanan veya kullanmayan müşterilerin Pakistan’daki İslami bankacılığın uygulamada göz boyadığını, tamamen faizsiz finans sistemi uygulamadıkları algısının yaygın olduğu tespit edilmiştir. Buna ek olarak, dindarlığın hizmet kalitesi, sunulan hizmetlerin uygunluğu ve şube ağı kadar tercih etmede etkili olmadığı çalışmanın dikkat çeken bir diğer bulgusudur.

Khamis ve AbRashid (2018), Tanzanya İslami bankacılığında müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Zanzibar İslami bankasının 255 müşterisiyle bir anket çalışması yürütmüşlerdir. Araştırmanın bulgularına göre, müşteri memnuniyetinde bankanın İslami kurallara uygun olarak faaliyetlerini sürdürmesi, müşterilerin banka ile özdeşleşmesi ve güvenilirlik müşteri memnuniyetinin belirleyicileri olduğu tespit edilmiştir.

Fianto vd. (2020), Endonezya’daki kamu ve özel sermayeli İslami bankacılığa müşteri sadakatinin belirleyicileri üzerine 362 katılımcı ile bir anket çalışması yapmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, kamu sermayeli İslami bankacılıkta müşterinin bankayla olan ilişkilerinin yoğunluğunu ifade eden müşteri bağlılığının, özel sermayeli İslami bankacılıkta ise müşterinin memnuniyeti müşteri sadakati ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Fianto vd., bunun Endonezya’da ki kamu kurumlarının daha ucuz ve kaliteli hizmet sunduğuyla ilgili genel kanının sebep olduğunu öne sürmektedirler.

## Yöntem

Bu çalışmanın amacı Oltu kırsalında işletmesi bulunan esnafın katılım bankacılığına yönelik algısını belirlemek üzere yapılmıştır. Çalışmada Erzurum ilinin Oltu kırsalında işletmesi bulunan 175 esnaf çalışmanın anakütlesini oluşturmaktadır.

Çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada Öndeş vd. (2018) ile Anaç ve Kaya’nın (2017) çalışmalarından yola çıkılarak hazırlanan anket uygulanmadan önce ön uygulama yapılmıştır. Anketi oluşturan soru gruplarının güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach’s

Alpha değeri katılım bankalarının tercih edilmeme nedenlerini ele alan grup için 0,886; katılım bankalarının tercih edilme nedenlerini ele alan grup için 0,991 çıkmıştır. Çalışmada kullanılan anket sorularının iç tutarlılığı bulunmaktadır. Güvenilirlik analiz sonucu Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1:** Güvenilirlik Analiz Sonucu

Soru Grubu	Cronbach’s Alpha	Madde sayısı
Tercih Etmeme Nedeni	0,886	8
Tercih Etme Nedeni	0,991	15

Literatür araştırması sonucunda hazırlanan anket 175 Oltu esnafına yüz yüze uygulanmıştır. 2021 yılı itibari ile Oltu Ticaret ve Sanayi Odası’na kayıtlı 315 esnaf bulunmaktadır. Örneklem büyüklüğünü hesaplamak için kullanılan formül:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

Formülde yer alan n, örneklem büyüklüğü; N, evren;  $n_0 = (t^2PQ)/d^2$ , t güven düzeyine karşılık gelen t değeri, d sapma miktarı, P belirli bir özelliğe sahip olma, Q ise olmama oranını yansıtır (Büyüköztürk vd. 2019:99). Sapma miktarı 0,05 alınarak formül uygulandığında evreni temsil edecek örneklem sayısı 173’tür. Anketin uygulanma sayısı evren büyüklüğünü temsil edecek büyüklüktedir.

Katılımcılara uygulanan anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü; cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, kredi kullanma durumları ile katılım bankaları ile geleneksel bankalarla ilgili fark ifadeleri bulunan sorulardan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümü katılım bankalarını kullanmayanların niçin katılım bankalarını kullanmadıklarına yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Üçüncü bölüm ise katılım bankalarını tercih edenlerin katılım bankalarının tercih etme sebeplerine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Sorular 5’li likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır (1: Kesinlikle Katılmıyorum... 5: Kesinlikle Katılıyorum). Ölçekten yola çıkılarak aritmetik ortalama değerlerinin ifade ettiği anlam düzeyleri ise;

- ✓ 1-1,80: Kesinlikle katılmıyorum
- ✓ 1,81-2,60: Katılmıyorum
- ✓ 2,61-3,40: Kararsızım
- ✓ 3,41-4,20: Katılıyorum
- ✓ 4,21-5,00: Kesinlikle katılıyorum

Çalışmada anket yolu ile elde edilen veriler SPSS 21 programında frekans, yüzde ve Ki-Kare analizleri kullanılarak analiz edilmiştir. Ki-Kare analizi 1900'li yıllarda Pearson tarafından iki veya daha fazla kategoriye sahip değişken arasında ilişki bulunup bulunmadığının belirlenmesinde kullanılmaktadır (Bayram, 2015: 125).

Çalışma kapsamında test edilecek hipotezler ise aşağıdaki gibidir:

H1: Medeni durum ve kredi kullanımı arasında ilişki bulunmaktadır.

H2: Kredi kullanma durumu ile katılım bankalarının finans sistemi içerisinde yer alması durumu arasında ilişki vardır.

H3:Eğitim durumu ile kâr payı ve faiz arasında fark olduğu görüşü arasında ilişki bulunmaktadır.

H4:Eğitim durumu ile katılım bankalarının finans sistemine dahil edilmesi görüşü arasında ilişki bulunmaktadır.

## Araştırma Bulguları

Anket katılımcılarının demografik bilgileri Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Anket katılımcılarının Demografik Bilgileri

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde(%)
Kadın	25	14,3
Erkek	150	85,7
Toplam	175	100
<b>Medeni Durum</b>		
Bekâr	62	35,4
Evli	113	64,6
Toplam	175	100
<b>Eğitim Durumu</b>		
İlkokul	29	16,6
Orta Öğretim	95	53,1
Lisans	52	29,7
Yüksek Lisans	1	0,06
Toplam	175	100

Tablo 2'ye göre; ankete cevap 175 esnafın %14,3'ü (25 kişi) kadın, %87,7'si erkektir. Katılımcıların %35,4'ü (62 kişi) bekâr iken, %64,6'sı (113 kişi) evlidir. Katılımcıların %16,6'sı (29 kişi) ilkokul, %53,1'i (93 kişi) orta öğretim, %29,7'si (52 kişi) lisans ve 1 kişi ise yüksek lisans mezunudur.

Anket katılımcılarının kredi kullanımı durumuna yönelik sorulan soruya verdikleri cevaba ait bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3:** Katılımcıların Kredi Kullanma Durumu

	Sıklık	Yüzde(%)
Evet	89	50,9
Hayır	86	49,1
Toplam	175	100,0

Tablo 3'e göre; 175 katılımcının %50,9'u (89 kişi) kredi kullanırken, %49,1'i (86 kişi) kredi kullanmadığını belirlemiştir.

Medeni durum ve kredi kullanma durumu arasındaki ilişkinin incelendiği Ki-Kare test sonuçları tabloda sunulmuştur.

**Tablo 4:** Medeni Durum ve Kredi Kullanımı Arasındaki ilişki

	Değer	Serbestlik Derecesi	Önem Düzeyi
Pearson Chi-Square	7,274	1	,007*
Continuity Correction	6,447	1	,011
Likelihood Ratio	7,335	1	,007
Fisher's Exact Test			
Linear-by-Linear Association	7,233	1	,007
Geçerli Vaka sayısı	175		

\*%5 önem seviyesi

Tablo 4'e göre; analiz sonuçları %5 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamlıdır. Medeni durum ve kredi kullanma durumu arasında ilişki bulunmaktadır. Oluşturulan H1 hipotezi "Medeni durum ve kredi kullanımı arasında ilişki bulunmaktadır" % 5 önem seviyesinde kabul edilmektedir.

Kredi kullanma durumu ile katılım bankalarının finans sistemi içerisinde yer alıp almamaları arasındaki ilişkiye yönelik yapılan Ki-Kare test sonucu Tablo 5'te sunulmuştur.

**Tablo 5:** Kredi Kullanma Durumu ile Katılım Bankalarının Finans Sistemi İçerisinde Yer Alması İlişkisi

	Değer	df	Önem Düzeyi
Pearson Chi-Square	9,640	3	,022*
Likelihood Ratio	9,795	3	,020
Linear-by-Linear Association	7,685	1	,006
Geçerli Vaka sayısı	175		

\*%5 Önem Düzeyi

Tablo 5'e göre; analiz sonuçları %5 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamlıdır. Kredi kullanan katılımcılar katılım bankalarının bankacılık sistemine dahil olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Katılımcıların kâr payı ve faiz arasında fark olup olmadığını sorusu demografik özellikler açısından ele alınmıştır. Eğitim durumu ile kâr payı ve faiz arasında fark olup olmadığı Tablo 6'da sunulmuştur.

**Tablo 6:** Eğitim Durumu ile Kâr Payı ve Faiz Arasındaki İlişki

	Değer	Serbestlik Derecesi	Önem Düzeyi
Pearson Chi-Square	13,602	9	,137*
Likelihood Ratio	13,968	9	,123
Linear-by-Linear Association	3,234	1	,072
Geçerli Vaka Sayısı	175		

\* %5 Önem Düzeyi

Tablo 6'ya göre; analiz sonuçları %5 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamsızdır. Katılımcıların eğitim durumları ile kâr payı ve faiz arasında fark olduğu ifadesi arasında anlamı bir ilişki bulunmamaktadır.

Katılımcılar kâr payı ve faiz arasında fark olmadığını belirtmişlerdir. Katılımcıların eğitim durumu ile katılım bankalarının sisteme dahil edilmesi arasındaki ilişki Tablo 7'de sunulmuştur.

**Tablo 7:** Eğitim Durumu ile Katılım Bankalarının Sisteme Dahil Edilmesi İlişkisi

	Değer	Serbestlik Derecesi	Önem Düzeyi
Pearson Chi-Square	14,156 <sup>a</sup>	9	,117*
Likelihood Ratio	14,294	9	,112
Linear-by-Linear Association	7,072	1	,008
Geçerli Vaka Sayısı	175		

\*%5 Önem Seviyesi

Tablo 7'ye göre; analiz sonuçları %5 önem seviyesinde istatistiki olarak anlamsızdır. Katılımcıların eğitim durumu ile katılım bankalarının bankacılık sisteminde yer alması ile ilgili bir ilişki yoktur.

Katılımcıların fon ihtiyaçlarını karşılamak için katılım bankalarını tercih edip etmemeleri ile ilgili verilen ifadelerle verdikleri cevapların ortalamaları Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8:** Katılım Bankalarının Tercih Edilip Edilmemesi ile İlgili Cevapların Ortalaması

	Ortalama	Standart Sapma
Katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında yeterince bilgimin olmaması	3,2229	1,48229
Katılım bankalarının şube ve ATM lerin yaygın olmaması	3,4114	1,31389
Katılım bankalarının ürün çeşitliliğinin az olması	3,2743	1,18135
Katılım bankalarının hizmet kalitesinin yetersiz olması	3,2914	1,16495
Katılım bankalarının finansman maliyetinin yüksek olması	3,0571	1,11270
Katılım bankalarını güvenli bulmamam	2,8686	1,10375
Katılım bankalarının İslami ölçülere göre hareket ettiğini düşünmem	2,8971	1,22744
Geleneksel bankalardan kredi almak daha kolaydır	3,4343	1,26626
Katılım bankalarının şube sayıları oldukça fazladır	,0343	,23725

Katılım bankalarının ürün ve hizmet çeşitliliği fazladır	,0457	,31835
Katılım bankalarına ulaşım rahatlıkla yapılabilir	,0400	,29086
Katılım bankası ATM leri yaygın ve fazladır	,0571	,39703
Katılım bankası çalışanları müşteri memnuniyetini önemsemektedir	,0743	,50306
Katılım bankası tanıtımları sürekli yapılmaktadır	,0457	,35261
Katılım bankalarında geleneksel bankalarda olmayan çeşitli ürün ve hizmetler sunulmaktadır	,0686	,47451
Katılım bankalarında yüksek kâr payı dağıtımı yapılmaktadır	,0686	,46224
Katılım bankaları dini hassasiyete önem vermektedir	,0743	,50306
Katılım bankaları hizmet sunarken faizsizlik prensibini dikkate almaktadır	,0800	,55128
Katılım bankalarının internet sitesi güvenlidir	,0743	,50306
Katılım bankalarının bağış, burs gibi topluma sunduğu katkı yüksektir.	,0686	,46224
Katılım bankalarında alınan işlem ücreti geleneksel bankalara göre azdır	,0914	,62761
Katılım bankaları geleneksel bankalara göre daha güvenlidir	,0743	,50306
Katılım bankaları hem ulusal hem de uluslararası alanda imaja sahiptir	,0686	,46224

Tablo 8'e göre; katılımcıların anket sorularına verdikleri cevapların ortalamaları dikkate alındığında katılım bankalarının tercih edilmemesine yönelik oluşturulan ifadelerden en yüksek ortalama ile kesinlikle katıldıklarını belirttikleri cevaplar:

- "Geleneksel bankalardan kredi almak daha kolaydır."
- "Katılım bankalarının şube ve ATM lerin yaygın olmaması"

Katılımcıların katılım bankalarını tercih edip etmemeye yönelik kararsız olduklarını belirttikleri cevaplar:

- "Katılım bankalarının İslami ölçülere göre hareket ettiğini düşünmem"
- "Katılım bankalarını güvenli bulmam",
- "Katılım bankalarının finansman maliyetinin yüksek olması"
- "Katılım bankalarının ürün çeşitliliğinin az olması"

Son olarak katılımcıların katılım bankalarının tercih edilebilirliğine yönelik oluşturulan ifadelerden kesinlikle katılmadıklarını belirttikleri cevaplar ise;

- “Katılım bankalarının şube sayıları oldukça fazladır.”
- “Katılım bankalarının ürün ve hizmet çeşitliliği fazladır.”
- “Katılım bankalarına ulaşım rahatlıkla yapılabilir.”
- “Katılım bankası ATM leri yaygın ve fazladır.”
- “Katılım bankası çalışanları müşteri memnuniyetini önemsemektedir.”
- “Katılım bankası tanıtımları sürekli yapılmaktadır.”
- “Katılım bankalarında geleneksel bankalarda olmayan çeşitli ürün ve hizmetler sunulmaktadır.”
- “Katılım bankalarında yüksek kâr payı dağıtımı yapılmaktadır.”
- “Katılım bankaları dini hassasiyete önem vermektedir.”
- “Katılım bankaları hizmet sunarken faizsizlik prensibi dikkate almaktadır.”
- “Katılım bankalarının internet sitesi güvenlidir.”
- “Katılım bankalarının bağış, burs gibi topluma sunduğu katkı yüksektir.”
- “Katılım bankalarında alınan işlem ücreti geleneksel bankalara göre azdır.”
- “Katılım bankaları geleneksel bankalara göre daha güvenlidir.”
- “Katılım bankaları hem ulusal hem de uluslararası alanda imaja sahiptir.”

Oltu kırsalında faaliyet gösteren esnafın fon ihtiyacını karşılamak için katılım bankalarının tercih edip etmemeleri ile ilgili olarak oluşturulan hipotezlerin kabul ve ret durumu genel olarak Tablo 9’da sunulmuştur.

**Tablo 9:** Çalışma Kapsamında Oluşturulan Hipotezlerin Geçerliliği

Hipotezler	Sonuç
H <sub>1</sub> : Medeni durum ve kredi kullanımı arasında ilişki bulunmaktadır.	Kabul
H <sub>2</sub> : Kredi kullanma durumu ile katılım bankalarının finans sistemi içerisinde yer alması durumu arasında ilişki vardır.	Kabul
H <sub>3</sub> :Eğitim durumu ile kâr payı ve faiz arasında fark olduğu görüşü arasında ilişki bulunmaktadır.	Ret

H<sub>4</sub>:Eğitim durumu ile katılım bankalarının finans sistemine dahil edilmesi görüşü arasında ilişki bulunmaktadır.

Ret

## Sonuç ve Öneriler

Kökeni 13. Yüzyıla dayanan esnaflık mesleği ekonominin gelişim sürecinde köklü bir yere sahiptir. Küreselleşme ve teknolojik gelişimlerle birlikte varlıklarını sürdürmekte sıkıntı yaşayan esnaf, ekonomik süreklilik sağlamak için çaba sarf etmektedirler (Yücel, 2008: 68). Katılım bankaları da esnafın fon ihtiyacını karşılamak için başvurdukları banka türlerinden biridir. Katılım bankalarının amaçlarından birisi de reel ekonomiyi desteklemektir. Bankaya fon ihtiyacı için başvuruda bulunan müşterisine nakdi ödeme yapmaması, ödemeyi doğrudan satıcıya yapması reel ekonomideki hareketliliği sağlamak içindir. Katılım bankalarının reel ekonomik faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanması amacı ile işletmelerin sürekliliğini sağlaması amacı paralellik göstermektedir. Bu çalışmada da artan fon ihtiyacını karşılamak isteyen ve Oltu kırsalında işletmesi bulunan esnafın katılım bankacılığına yönelik algısını belirlemek amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerden H1 ve H2 hipotezleri kabul edilirken; H3 ve H4 hipotezleri reddedilmiştir. Çalışma kapsamında ankete cevap veren katılımcıların medeni durumu ile kredi kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Kredi kullanan katılımcılar katılım bankalarını geleneksel bankacılık sisteminin tamamlayıcısı olarak belirtmektedir. Nitekim çalışma kapsamında kredi kullanan katılımcılar, katılım bankalarının bankacılık sistemi içerisinde yer alması gerektiği ifadesine katılmaktadır. Ancak hem eğitim durumu ile kâr payı ve faiz arasında fark olduğu ifadesi arasında ilişki bulunamamış hem de eğitim durumu ile katılım bankalarının finansal sisteme dahil edilmesi arasında ilişki bulunamamıştır. Katılımcıların yarısından fazlasının eğitim seviyesinin ortaöğretim olması H3 ve H4 hipotezlerinin reddedilmesinin sebebi olabilir. Çünkü katılım bankacılığı ve İslami finansa yönelik ders, seminer, konferans vb. tanıtıcı nitelikteki etkinliklere lisans ve lisansüstü eğitim seviyelerinde daha çok yer verilmektedir.

Katılımcıların anket formuna verdikleri yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda; katılım bankalarının temel prensiplerinden biri olan faizsizlik prensibi ve katılım bankalarına duyulan güven noktasında eksiklikler olması katılım bankalarının tercih edilmesinin önündeki engellerdir. Ayrıca katılım bankaları hakkında yeterli bilginin olmaması, katılım bankalarının yaygın ol-

maması, katılım bankalarında yapılan işlemlerin geleneksel bankalarda yapılan işlemlere kıyasla daha maliyetli olması katılımcıların katılım bankalarını tercih etmemelerinin altında yatan sebepleri oluşturmaktadır.

Literatürde dini hassasiyet sebebi ile katılım bankalarının tercih edilmesine yönelik yapılan çalışmaların (Anaç ve Kaya, 2017; Soud ve Sayılır, 2017) aksine yapılan bu çalışmada katılım bankalarının İslami prensipler doğrultusunda faaliyette bulunmasının katılımcıların banka tercihlerinde etkili olmadığı söylenebilir. Bu sonuç Butt vd. (2018), Yıldırım ve Çakar (2016) ve Toraman vd. (2015) çalışmaları ile tutarlılık göstermektedir.

2005 yılı itibari ile 5411 sayılı Bankacılık Kanunu uyarında unvanları değişen katılım bankalarının Oltu esnafı tarafından kredi kullanımında tercih edilip edilmemesine yönelik yapılan çalışmada katılımcılar kredi kullanırken katılım bankalarını tercih etmemelerinin nedeni olarak geleneksel bankalardan kredi almanın daha kolay olduğunu, katılım bankalarının şube sayısının az olduğunu ve katılım bankaları hakkında yeterli bilgilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Katılım bankaları tercih edilebilirliklerini arttırmak için kırsal alanlarda da şube açabilir, fon kullandırma işlemleri daha kolay hale getirebilir ve banka tanıtımları yapılarak katılım bankaları ile ilgili farkındalık oluşturulabilir. Katılım bankalarının tanıtımına yönelik yapılacak çalışmalarda özellikle toplumun tüm kesimlerine hitap eden faaliyetlerin düzenlenmesinin ve bu tanıtım faaliyetlerinde katılım bankalarının kuruluş amacı ve işlem yaparken esas aldıkları prensiplerin anlatılmasının farkındalığın etkin bir şekilde yapılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Katılım bankaları tercih edilebilirliğini arttırmak için müşterilerinde güven duygusu oluşturmaya yönelik çalışmalar da yapılabilir. Bu şekilde katılım bankalarının tercih edilebilirlik durumunun artacağı düşünülmektedir.

## Kaynakça

- Anaç, T., Kaya, F. (2017), katılım bankacılığı sektöründe bireysel müşterilerin banka tercih nedenleri üzerine bir araştırma: istanbul örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 13(2), 75-96.
- Bayram, N., (2015), *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. Bursa: Ezgi Kitapevi
- Brekke, T. (2018). Halal Money: Financial inclusion and demand for Islamic banking in Norway. *Research ve Politics*. 5(1), 1-7.
- Butt, I., Ahmad, N., Naveed, A. ve Ahmed, Z. (2018), "Determinants of low adoption of Islamic banking in Pakistan". *Journal of Islamic Marketing*. 9(3). 655-672.
- Büyüköztürk, Ş. , Kılıç Çakmak, E. , Akgün, Ö. E. , Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2019), *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri (27. Baskı)*, Ankara: Pegem Akademi

- Fianto, B. A., Gan, C., Widiastuti, T., ve Sukmana, R. (2020). Customer Loyalty to Islamic Banks: Evidence from Indonesia. *Cogent Business ve Management*. 7(1),1-27.
- Khamis, F.M. ve AbRashid, R. (2018). "Service quality and customer's satisfaction in Tanzania's Islamic banks: A case study at People's Bank of Zanzibar (PBZ)". *Journal of Islamic Marketing*, 9 (4). 884-900.
- Hasan, H., Maamor, S., ve Abdullah, H. (2019). "Evaluating the effect of Islamic financing to financial development: evidence from OIC countries". *International Journal of Management Studies*, 25 (2),71-89.
- Imam, P., ve Kpodar, K. (2016). "Islamic banking: Good for growth?". *Economic Modelling*. 59, 387-401.
- Nawi, F.A., Yazid, A., ve Mohammed, M. (2013). A Critical Literature Review for Islamic Banks Selection Criteria in Malaysia. *International Business Research*, 6(6), 143-151.
- Odabaş, A., ve Bozdoğan, T. (2020). Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının ELECTRE Yöntemiyle Analizi. *Journal of Accounting ve Finance*. (88). 199-224.
- Özen, E., Şenyıldız, L., Akarbulut, K.(2016). Faizsiz Bankacılık Algısı: Uşak İli Örneği. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*. 2(4), 1-19.
- Öndeş, T., Şimşek, A., & Sumer, S. (2018). Katılım Bankalarının Kredi Kullananlar Açısından Tercih Edilmeme Sebepleri: Atatürk Üniversitesi Akademisyenleri Üzerine Bir Uygulama. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 32(4), 897-920.
- Riaz, U., Khan, M. ve Khan, N. (2017). "An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan", *Qualitative Research in Financial Markets*, 9(4), 337-358.
- Saeed, M. Y., Hamid, K., Rehman, M. A. U., ve Nazam, M. (2020), "Islamic financial development and economic growth of emerging economy of Pakistan; a panel data approach", *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(1), 197-208.
- Soud, N,ve Sayılır, Ö. (2017). Perceptions of Islamic Banking Among Muslim and Non-Muslim Citizens in Tanzania . *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(3) , 15-29.
- Suhartanto, D., Gan, C., Sarah, I.S. ve Setiawan, S. (2019). "Loyalty towards Islamic banking: service quality, emotional or religious driven?", *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 66-80.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (2020). Erişim Adresi. <https://tkbb.org.tr/sayfa/detay/tarihce-156>
- Toraman, C ,Ata, H ve Buğan, M . (2015). A Study on Customer Perception towards the Islamic Banking Operations . *Gaziantep University Journal of Social Sciences* , 14 (4), 761-779 .
- Yanikkaya, H. ve Pabuçcu, Y.U. (2017), "Causes and solutions for the stagnation of Islamic banking in Turkey", *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 9 (1), 43-61.
- Yıldırım, İ.ve Cakar, R. (2016). A Study on the Factors Influencing the Preference of Islamic Banking. *PressAcademia Procedia* , 2 (1) , 552-563 .
- Yücel, F. (2008). Kent Esnaf ve Zanaatkârlarının Ekonomik Sorunları, Tehditler ve Çözüm Önerileri-1. *Toplumsal Güvenlik ve Yerel Siyaset Dergisi*, 67-73.
- Yıldırım, O. (2020). Türkiye Ekonomisinde Katılım Bankacılığı. *Econder Uluslararası Akademik Dergi*, 4(2), 518-529.

**Ek 1: Anket Formu**

Yaşınız :  
 Cinsiyetiniz :  
 Medeni Durumunuz :  
 Eğitim Durumunuz :

İlkokul  
 Ortaokul  
 Lise  
 Lisans  
 Lisansüstü

Türkiye’de faaliyet gösteren banka türleri

Geleneksel Bankalar ( Ziraat Bankası, Vakıf Bank, Garanti Bankası, Akbank, İş bankası, Halkbank, Denizbank, vb.)  
 Katılım Bankaları ( Kuveyt Türk, Albaraka Türk, Vakıf Katılım Bankası, Ziraat Katılım Bankası, Türkiye Finans)

		EVET	HAYIR	KISMEN	FİKRİM YOK
1	Geleneksel bankalar ile katılım bankaları arasında bir fark olduğunu düşünüyor musunuz?				
2	Kâr payı ve faiz arasında bir farkın olduğunu düşünüyor musunuz?				
3	Katılım bankalarının finans sisteminde gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?				

Hiç kredi kullandınız mı?

Evet

Hayır

Eğer Bireysel kredi kullandıysanız hangi tür kredi/kredileri kullandınız? (birden fazla işaretleyebilirsiniz)

Taşıt

Konut

İhtiyaç

Diğer

Eğer İşletme kredisi kullandıysanız hangi tür kredi/krediler kullandınız? (birden fazla işaretleyebilirsiniz)

Kredili Mevduat Hesabı

Kısa Vadeli Kredileri

Uzun vadeli Krediler

Teminat Mektubu

Döviz kredileri  
Diğer

Finansal Kiralama

Son kullandığınız kredide hangi banka türünü tercih ettiniz?

Geleneksel Bankaları

Katılım Bankalarını

4. Eğer geleneksel bankaları tercih ettiyseniz kredi tercihinizde katılım bankalarını araştırdınız mı?

Hiç bakmadım

Araştırdım

A: Son kullandığınız krediyi GELENEKSEL BANKALARDAN kullanmayı tercih ettiyseniz eğer bu gruptaki soruları işaretleyiniz.

I: Katılım bankalarını TERCİH ETMEME sebebiniz aşağıdakilerden hangisinden kaynaklanmaktadır.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Katılım bankacılığı ürün ve hizmetleri hakkında yeterince bilgimin olmaması					
2	Katılım bankalarının şube ve ATM lerinin yaygın olmaması					

3	Katılım bankalarının ürün çeşitliliğinin az olması					
4	Katılım bankalarının hizmet kalitesinin yetersiz olması					
5	Katılım bankalarının finansman maliyetlerinin yüksek olması					
6	Katılım bankalarını güvenilir bulmamam					
7	Katılım bankalarının İslami ölçülere göre hareket ettiğini düşünmemem					
8	Geleneksel bankalardan kredi almak daha kolay olduğundan					

B: Son kullandığınız krediyi KATILIM BANKALARINDAN kullanmayı tercih ettiyseniz eğer bu gruptaki soruları işaretleyiniz.

II. Aşağıda Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri ile ilgili ifadeler verilmiştir. Kendinize en yakın gelen ifadeyi işaretleyiniz.

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Katılım bankalarının şube sayısı oldukça fazladır.					
2	Katılım bankalarının ürün ve hizmet çeşitliliği fazladır.					
3	Katılım bankalarına ulaşım rahatlıkla yapılabilir.					
4	Katılım bankası ATM'leri yaygın ve fazladır.					
5	Katılım bankası çalışanları müşteri memnuniyetini önemsemektedir.					
6	Katılım bankası tanıtımları (reklam, seminer vb.) sıklıkla yapılmaktadır.					
7	Katılım bankalarında geleneksel bankalarda olmayan çeşitli ürün ve hizmetler sunulmaktadır.					
8	Katılım bankalarında yüksek kâr dağıtımı yapılmaktadır.					

9	Katılım bankaları dini hassasiyete önem vermektedir.					
10	Katılım bankaları hizmet sunarken faizsizlik prensibini dikkate almaktadır.					
11	Katılım bankalarının internet sitesi güvenlidir.					
12	Katılım bankalarının bağış, burs gibi topluma sunduğu katkı yüksektir.					
13	Katılım bankalarında alınan işlem ücreti geleneksel bankalara göre azdır.					
14	Katılım bankaları geleneksel bankalara göre daha güvenilirdir.					
15	Katılım bankaları hem ulusal hem de uluslararası alanda imaja sahiptir.					