



**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**YÖK 100/2000 DOKTORA PROGRAMI KATILIM
BANKACILIĞI ÖNCELİKLİ ALANI**

**DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GELENEKSEL
VE İSLAMİ BANKACILIĞIN KARŞILAŞTIRMALI
ANALİZİ**

Gülşah ŞEN KÜÇÜK

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN
PROF. DR. Tahsin KARABULUT**

KONYA-2021



**T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**YÖK 100/2000 DOKTORA PROGRAMI KATILIM
BANKACILIĞI ÖNCELİKLİ ALANI**

**DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GELENEKSEL
VE İSLAMİ BANKACILIĞIN KARŞILAŞTIRMALI
ANALİZİ**

Gülşah ŞEN KÜÇÜK

DOKTORA TEZİ

**DANIŞMAN
PROF. DR. Tahsin KARABULUT**

“Bu çalışma Necmettin Erbakan Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: 201421001”

Bu çalışma, YÖK 100/2000 Doktora Projesi-Katılım Bankacılığı Öncelikli Alanı kapsamında hazırlanmıştır.

KONYA-2021

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---

Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Gülşah ŞEN KÜÇÜK		
	Numarası	17810901044		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İKTİSAT/İKTİSAT		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tezin Adı	DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKACILIĞIN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ		

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Gülşah ŞEN KÜÇÜK

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ KONYA SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	--	---

ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Gülşah ŞEN KÜÇÜK		
	Numarası	17810901044		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İKTİSAT/İKTİSAT		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Tahsin KARABULUT		
	Tezin Adı	DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKACILIĞIN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ		

Geleneksel finans, insanların kararları üzerinde etkili olan psikolojik ve duygusal faktörleri ihmal ederek rasyonel olduklarını varsaymaktadır. Davranışsal finans, geleneksel finansın rasyonel insan varsayımını kabul etmemektedir. Çünkü insanların geleneksel finansın kabul ettiği şekilde rasyonel karar vermesine engel olan bilişsel, duygusal ve sosyal olmak üzere çeşitli psikolojik eğilimler bulunmaktadır. Söz konusu eğilimler, bireylerin rasyonaliteden uzak ve hatalı davranışlar sergilemesine yol açmaktadır. Geleneksel finans ve bankacılık alanından gerek insana bakış açısı gerek çalışma esasları ile farklılaşan alanlardan biri de İslami finans ve bankacılık alanıdır. İslami finans ve bankacılık alanı da insanların sınırlı rasyonel olduğunu kabul etmektedir.

Çalışmanın amacı, Türkiye genelinde katılım ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında belirlenmesi ve iki banka grubu arasında davranışsal finans eğilimleri açısından herhangi bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymaktır. Türkiye genelinde 33 ilde 390 katılım bankası ve 465 geleneksel banka müşterisi olmak üzere toplam 855 katılımcı ile gerçekleştirilen anketten elde edilen veriler SPSS 21 istatistik programında analiz edilmiştir. Anket verilerine ilişkin frekans analizi, geçerlilik ve güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, hipotezlerin test edilmesi için parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U, Kruskal Wallis ve Ki-kare testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları üzerinde davranışsal finans eğilimlerinin etkili olduğunu ve her iki banka grubu müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan finansal eğilimler bakımından büyük ölçüde benzer olduğunu göstermektedir. Çalışmanın bankaların hitap edeceği müşterilerin davranışsal profili hakkında bilgi sahibi olmasına ve müşterilerin sahip olduğu psikolojik eğilimlerin belirlenmesi sonucu finansal kararlar üzerinde etkilerinin azaltılmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Finans, Davranışsal Finans, İslami Finans, Geleneksel Bankacılık, İslami Bankacılık, Katılım Bankacılığı.

	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	
---	--	---

ABSTRACT

Author' s	Name and Surname	Gülşah ŞEN KÜÇÜK		
	Student Number	17810901044		
	Department	ECONOMICS/ ECONOMICS		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)		
		Doctoral Degree (Ph.D.)	X	
	Supervisor	Prof. Dr. Tahsin KARABULUT		
	Title of the Thesis/Dissertation	COMPARATIVE ANALYSIS OF TRADITIONAL AND ISLAMIC BANKING IN TERMS OF BEHAVIORAL FINANCE		

Traditional finance assumes that people are rational, ignoring the psychological and emotional factors that influence their decisions. Behavioral finance does not accept the rational human assumption of traditional finance. Because there are various psychological biases, including cognitive, emotional and social that prevent people from making rational decisions as accepted by traditional finance. These biases cause individuals to exhibit erroneous and irrational behaviors. Islamic finance and banking is one of the areas that differ from traditional finance and banking, both in terms of human perspective and working principles. The field of Islamic finance and banking also recognizes that people are bounded rational.

The aim of the study is to determine the bias affecting the financial decisions of participation bank and traditional bank customers in Turkey in the context of behavioral finance and to reveal whether there is any difference between the two bank groups in terms of behavioral finance bias. The data obtained from the survey conducted with a total of 855 participants, including 390 participation banks and 465 traditional bank customers, in 33 provinces across Turkey, were analyzed in the SPSS 21 statistical program. Frequency analysis of the survey data, validity and reliability analysis, descriptive statistics and non-parametric Mann-Whitney U, Kruskal Wallis and Chi-square test were used to test hypotheses. The results show that behavioral finance biases are effective on financial decisions of participation bank and traditional bank customers and that both bank groups are broadly similar in terms of financial bias that influence their customers' financial decisions. It is expected that the study will provide information about the behavioral profile of the customers that the banks will address, and contribute to reducing the effects on financial decisions as a result of determining the psychological bias of the customers.

Key Words: Traditional Finance, Behavioral Finance, Islamic Finance, Traditional Banking, Islamic Banking, Participation Banking.

ÖNSÖZ ve TEŞEKKÜR

Tez süreci boyunca bilgi ve deneyimlerini paylaşan, gerekli her türlü yardım, destek ve yönlendirmeleri yapan danışman hocam Sayın Prof. Dr. Tahsin Karabulut’a en içten teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca çalışmanın ortaya çıkma sürecinde her daim bütün içtenliği ile yardımcı olan Prof. Dr. Selim Kayhan ve Dr. Öğretim Üyesi Suna Akten Çürük hocama sonsuz şükranlarımı sunuyorum.

Son olarak beni bugünlere getiren kıymetli aileme ve bu süreçte desteğini hiç esirgemeyen sevgili eşime teşekkürlerimi sunarım.



İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ ve TEŞEKKÜR.....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	vii
TABLOLAR LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL VE DAVRANIŞSAL FİNANSIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Geleneksel Finans.....	4
1.1.1. Geleneksel Finans Teori ve Modelleri	4
1.2. Davranışsal Finans.....	6
1.2.1. Davranışsal Finans Teori ve Modelleri.....	8
1.2.1.1. Beklenti Teorisi.....	9
1.2.1.2. Temsili Yatırımcı Modeli	18
1.2.1.3. Aşırı Güven ve Yanlı Kendine Atfetme Modeli.....	19
1.2.1.4. İnteraktif İlişkiler Modeli	20
1.2.2. Davranışsal Finans Kapsamında Bireylerin Finansal Kararlarını Etkileyen Psikolojik Eğilimler	21
1.2.2.1. Bilişsel Eğilimler	23
1.2.2.1.1. Aşırı Güven Eğilimi.....	24
1.2.2.1.2. Temsil Etme Eğilimi.....	26
1.2.2.1.3. Çıpalama ve Düzeltme Eğilimi	28
1.2.2.1.4. Bilişsel Çelişki Eğilimi	30
1.2.2.1.5. Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik) Eğilimi	32
1.2.2.1.6. Hataları Yanlış Değerlendirme Eğilimi.....	34
1.2.2.1.7. Kontrol Yanılsaması	34
1.2.2.1.8. Muhafazakarlık Eğilimi	35
1.2.2.1.9. Belirsizlikten Kaçınma Eğilimi.....	36
1.2.2.1.10. Zihinsel Muhasebe Eğilimi	37
1.2.2.1.11. Doğrulama Eğilimi	39
1.2.2.1.12. Geri Görüş Eğilimi	40
1.2.2.1.13. Sonralık Eğilimi.....	41
1.2.2.1.14. Çerçeveleme Eğilimi	42
1.2.2.1.15. Aşına Olma Eğilimi	44
1.2.2.2. Duygusal Eğilimler	45
1.2.2.2.1. Sahiplenme Eğilimi	45
1.2.2.2.2. Otokontrol Eğilimi.....	46
1.2.2.2.3. Aşırı İyimserlik Eğilimi.....	47
1.2.2.2.4. Kayıptan Kaçınma Eğilimi.....	48

1.2.2.2.5. Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi.....	49
1.2.2.2.6. Statükoyu Koruma (Mevcut Durumu Koruma) Eğilimi.	50
1.2.2.3. Sosyal Eğilimler.....	51

İKİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKACILIĞIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Geleneksel (Konvansiyonel- Faizli) Bankacılık	53
2.1.1. Geleneksel Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	54
2.1.1.1. Geleneksel Bankacılığın Türkiye’de Tarihsel Gelişimi.....	55
2.1.1.1.1. Geleneksel Bankacılığın Cumhuriyet Öncesi Osmanlı Döneminde Gelişimi	55
2.1.1.1.2. Geleneksel Bankacılığın Cumhuriyet Döneminde Gelişimi	56
2.1.1.2. Geleneksel Bankacılıkta Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntemleri.....	61
2.2. İslami (Faizsiz) Bankacılık	61
2.2.1. İslami Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	62
2.2.1.1. İslami Bankacılığın Dünyada Tarihsel Gelişimi.....	62
2.2.1.2. İslami Bankacılığın Türkiye’de Tarihsel Gelişimi	65
2.2.2. İslami Bankacılıkta Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntemleri	69
2.2.2.1. İslami Bankacılıkta Fon Toplama Yöntemleri	70
2.2.2.2. İslami Bankacılıkta Fon Kullandırma Yöntemleri.....	71
2.3. Geleneksel Bankacılık ile İslami Bankacılık Arasındaki Farklar	82
2.4. Türk Bankacılık Sisteminin Güncel Durumu	84

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL FİNANS EĞİLİMLERİNİN GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKA MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL KARARLARI ÜZERİNE ETKİSİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

3.1. Literatür Taraması.....	88
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	96
3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	97
3.4. Araştırmanın Metodolojisi.....	97
3.4.1. Araştırmanın Modeli (Deseni)	97
3.4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	98
3.4.3. Veri Toplama Yöntemi	99
3.5. Araştırma Bulguları.....	100
3.5.1. Katılımcılarının Demografik Bilgilerinin Dağılımı.....	100
3.5.2. Katılımcılarının Finansal Profillerine İlişkin Bilgilerin Dağılımı.....	101
3.5.3. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi	104
3.5.4. Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	111
3.5.5. Araştırmanın Hipotezleri	116

3.5.6. Katılımcıların Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Farklılık Analizleri.....	117
3.5.6.1.Katılım Bankası Müşterilerinin Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Farklılık Analizleri.....	117
3.5.6.2.Geleneksel Banka Müşterilerinin Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Farklılık Analizleri.....	138
3.5.6.3.Katılım Bankası ve Geleneksel Banka Müşterilerinin Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Analiz Sonuçları	168
3.5.7. Geleneksel Banka ve Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimleri Açısından Karşılaştırılması.....	172
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	176
KAYNAKÇA.....	191
EKLER: ANKET FORMLARI.....	204
ÖZGEÇMİŞ	212



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Kuramsal Değer Fonksiyonu	15
Şekil 2.1. Türk Bankacılık Sisteminde Banka Sayıları.....	85
Şekil 2.2. Türk Bankacılık Sektöründeki Paylar (2020)-(%)	85



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Pozitif ve Negatif Beklentiler Arasındaki Tercihler	12
Tablo 1.2. Dörtlü Model.....	17
Tablo 1.3. Psikolojik Eğilimlerin Sınıflandırılması.....	22
Tablo 1.4. Bilişsel ve Duygusal Eğilimlerin Sınıflandırılması.....	23
Tablo 2.1. Geleneksel Bankacılığın Gelişimindeki Kilometre Taşları.....	60
Tablo 2.2. İslami Bankacılıkta Kurumsal Gelişimin Ana Taşları	64
Tablo 2.3. Sektörün Kilometre Taşları.....	68
Tablo 2.4. Geleneksel Bankacılık ile İslami Bankacılık Arasındaki Farklar	83
Tablo 2.5. Katılım Bankaları ve Bankacılık Sektörünün Temel Finansal Büyüklükleri (Milyon TL) ve Katılım Bankalarının Sektör İçindeki Payı (%) (2020 Aralık ve 2021 Haziran).....	87
Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Dağılımı	100
Tablo 3.2. Katılımcıların Finansal Profillerinin Dağılımı.....	102
Tablo 3.3. Katılım Bankası ve Geleneksel Banka Müşterilerine ait Verilerin KMO ve Bartlett Değerleri	105
Tablo 3.4. Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Faktör Analizi	107
Tablo 3.5. Geleneksel Banka Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Faktör Analizi	109
Tablo 3.6. Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapması.....	112
Tablo 3.7. Geleneksel Banka Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapması.....	113
Tablo 3.8. Katılım Bankası Müşterilerinin Statüko Eğilimine İlişkin Bilgilerin Dağılımı.....	115
Tablo 3.9. Geleneksel Banka Müşterilerinin Statüko Eğilimine İlişkin Bilgilerin Dağılımı.....	116
Tablo 3.10. Araştırmanın Ana Hipotezleri.....	116
Tablo 3.11. Katılım Bankası Müşterileri için Farklılık Analizi ile Test Edilecek Ana ve Alt Hipotezler.....	118
Tablo 3.12. Cinsiyet- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları	119
Tablo 3.13. Cinsiyet- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları	120
Tablo 3.14. Yaş-Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	121
Tablo 3.15. Yaş- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları	125
Tablo 3.16. Medeni Durum- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları.....	125
Tablo 3.17. Medeni Durum- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.....	128
Tablo 3.18. Eğitim- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	128
Tablo 3.19. Eğitim- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.....	131
Tablo 3.20. Meslek- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	132
Tablo 3.21. Meslek- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.....	135

Tablo 3.22. Gelir- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	136
Tablo 3.23. Gelir Düzeyi- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları	138
Tablo 3.24. Geleneksel Banka Müşterileri için Farklılık Analizi ile Test Edilecek Ana ve Alt Hipotezler.	139
Tablo 3.25. Cinsiyet- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları	140
Tablo 3.26. Cinsiyet- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları	142
Tablo 3.27. Yaş-Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	142
Tablo 3.28. Yaş- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları	148
Tablo 3.29. Medeni Durum- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları.	149
Tablo 3.30. Medeni Durum- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.	150
Tablo 3.31. Eğitim- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	151
Tablo 3.32. Eğitim- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.	156
Tablo 3.33. Meslek- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	157
Tablo 3.34. Meslek- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.	163
Tablo 3.35. Gelir- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları.	164
Tablo 3.36. Gelir Düzeyi- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları	167
Tablo 3.37. Test Edilecek Ana ve Alt Hipotezler.	173
Tablo 3.38. Banka Tipi- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları.	173
Tablo 3.39. Banka Tipi- Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları.	175

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ATM	Automatic Teller Machine
CEO	Chief Executive Officer
BSV	Barberis, Shleifer ve Vishny
EFT	Elektronik Fon Transferi
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla



GİRİŞ

Geleneksel finans, insanların karar ve davranışları üzerinde etkili olan psikolojik ve duygusal faktörleri ihmal ederek rasyonel olduklarını varsaymaktadır. Dolayısıyla, geleneksel finansın rasyonel insanı karar verme sürecinde en doğru kararı veren, faydasını en üst düzeye çıkaran ve hatalı davranışlar sergilemeyen bir varlığı temsil etmektedir.

Psikoloji ve finans biliminin ortak paydada buluştuğu davranışsal finans ise geleneksel finansın rasyonel insan varsayımını kabul etmemektedir. Davranışsal finans alanında gerçekleştirilen birçok akademik çalışma bireylerin tamamen rasyonel olmadığını ortaya koymuştur. Çünkü insanların geleneksel finansın kabul ettiği şekilde rasyonel karar vermesine ve davranmasına engel olan bilişsel, duygusal ve sosyal olmak üzere çeşitli psikolojik eğilimler bulunmaktadır. Söz konusu eğilimler, bireylerin rasyonaliteden uzak ve hatalı davranışlar sergilemesine yol açmaktadır.

Finans alanında teorik açıdan yaşanan gelişmelere ilave olarak sektörel açıdan da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Geleneksel finans ve bankacılık sektörüne karşı dini, ekonomik ve politik olmak üzere çeşitli sebepler ile ortaya çıkan İslami finans ve bankacılık sektörüne ilişkin kurum ve kuruluşlar dünya genelinde hızla gelişim kaydetmiştir. İslami finans ve bankacılık alanının da insana bakış açısı davranışsal finans ile benzer olup, geleneksel finans ve bankacılık anlayışının eksik kaldığı veya çözüm üretemediği noktalarda bireylere ve ekonomilere yeni bir bakış açısı sunmaktadır (Tekin, 2020: 159).

Son yıllarda, davranışsal finans ile İslami finansı birlikte ele alan çalışmalar yayınlanmaya başlamıştır. Davranışsal finans perspektifinden İslami finansı ele alan çalışmalar incelendiğinde, bireylerin İslami finans ve bankacılığa yönelik tutum ve niyetlerini belirleyen çalışmaların ağırlıklı olduğu ve finansal kararlar üzerinde etkili olan finansal eğilimlerin araştırılmadığı ve yapılan çalışmaların sınırlı olduğu noktasında eleştiriler mevcuttur.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye genelinde katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında araştırılmasıdır. Bu kapsamda katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları altında yatan eğilimlerin tespit edilmesi ve katılım bankası ile geleneksel banka müşterilerinin eğilimleri arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığı araştırılmıştır. Literatür incelendiğinde, davranışsal finans kapsamında İslami banka müşterilerinin finansal kararlarında etkisinde kaldıkları psikolojik eğilimleri dikkate alan çalışma sayısı sınırlıdır. Bu çalışma hem İslami hem de geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimleri davranışsal finans bağlamında ele alması ve iki grup arasında karşılaştırma imkânı sunması bakımından özgün bir değere sahiptir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde geleneksel finans ve davranışsal finans kavramsal açıdan ele alınmaktadır. İlk olarak, geleneksel finans ile ilgili genel bilgilere, geleneksel finans teori ve modellerine kısaca yer verilmiştir. Ardından, davranışsal finans kavramı, davranışsal finans teori ve modelleri ve bireylerin finansal kararlarını etkileyen bilişsel, duygusal ve sosyal eğilimlerden oluşan psikolojik eğilimler detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

İkinci bölümde, geleneksel (konvansiyonel-faizli) bankacılık ve İslami (faizsiz) bankacılığın Dünya ve Türkiye'deki tarihsel gelişimi, fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri ile geleneksel ve İslami bankacılık arasındaki farklar ele alınarak, Türk bankacılık sisteminin güncel durumu değerlendirilmiştir. Çalışmanın kapsamı itibarıyla, Türkiye'de geleneksel ve İslami bankacılık (Katılım bankası) daha detaylı olarak ele alınmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan üçüncü bölümde; geleneksel ve İslami banka (Katılım bankası) müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen davranışsal finans eğilimlerinin tespit edilmesi ve katılım bankası ile geleneksel banka müşterilerinin eğilimleri arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen araştırma sonucunda elde edilen veriler analiz edilmiştir. Analizde

kullanılan verilerin elde edilmesi amacıyla Türkiye genelinde 33 ilde 390 katılım bankası ve 465 geleneksel banka müşterisi olmak üzere toplam 855 katılımcıya anket uygulanmıştır. Gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen veriler SPSS 21 istatistik programında analiz edilmiştir. Anket verilerine ilişkin frekans analizi, geçerlilik ve güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler gerçekleştirilmiştir. Banka müşterilerinin demografik özellikleri ile davranışsal finans eğilimleri arasında ve her iki banka grubu müşterilerinin eğilimleri arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla oluşturulan hipotezlerin test edilmesi için parametrik olmayan testlerden değişkenlerin türüne göre Mann-Whitney U testi, Kruskal Wallis testi ve Ki-kare testi yapılmıştır.

Çalışmanın sonuç kısmında ise analizlerden elde edilen bulguların yorumlanmasına ve önerilere yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL VE DAVRANIŞSAL FİNANSIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Geleneksel finans, insanların karar verme sürecinde rasyonel olduğu varsayımı üzerine kuruludur. Davranışsal finans ise geleneksel finansın aksine insanların karar verme sürecinde irrasyonel olduğu varsayımı üzerine kuruludur. Çünkü insanların irrasyonel davranmasına yol açan bazı eğilimler söz konusudur. Bu bölümde, geleneksel ve davranışsal finansın kavramsal çerçevesi ana hatları ile ele alınmaktadır.

1.1. Geleneksel Finans

Geleneksel finans, bireylerin kararlarında rasyonel olduğu ve gelecek ile ilgili tahminlerinde psikolojik ön yargılara sahip olmadığı varsayımları üzerine kuruludur (Nofsinger, 2014: 2). Geleneksel finansın söz konusu rasyonel bireyi; tam bilgi sahibi olan, geleceği tam olarak tahmin eden, hiçbir şeyi unutmayan, karar alma sürecinde duygularının etkisinde kalmayan, aynı hataları tekrarlamayan, değişimi öngörebilen ve kararları üzerinde tam irade sahibi olan gerçek dışı bir varlığı temsil etmektedir (Demir, 2013).

19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan geleneksel finans, 20. yüzyılın ikinci yarısında hızını arttırmıştır (Kıyılar ve Akkaya, 2020: 21). Bu dönemde, geleneksel finans bireylerin yatırımları ile ilgili beklenen getiri ve riski optimize etmek için kullanabileceği teori ve modelleri geliştirmeye odaklanmıştır (Nofsinger, 2014).

1.1.1. Geleneksel Finans Teori ve Modelleri

Finans alanında güncel olarak kabul görmüş teoriler standart veya geleneksel finans teorileri olarak adlandırılmaktadır (Ricciardi ve Simon, 2000: 1). Bu teoriler, ekonomi ve finans piyasalarında faaliyet gösteren tüm katılımcıların rasyonel olduğu, her türlü bilgiye erişebildiği ve mükemmel şekilde işleyebildiği temel varsayımları üzerine kuruludur (Tekin, 2016: 89). Bu varsayımlar üzerine kurulu geleneksel finans teorilerine

göre bireyler belirsizlik altında karar alma sürecinde her türlü olasılığı ve faydayı göz önüne almakta ve hesaplayabilmektedir. Bu teorilerde, bireylerin psikolojisi tamamen devre dışı bırakılarak, tıpkı bir robot gibi daima rasyonel kararlar vereceği varsayılmaktadır (Güngör ve Demirel, 2018: 22).

Beklenen fayda teorisi, geleneksel finansın temel yapı taşlarından biridir. Beklenti teorisi geliştirilene kadar bireylerin risk altında karar alma davranışını açıklamada yaygın olarak kullanılan beklenen fayda teorisinin temelleri ilk olarak 1938 yılında Daniel Bernoulli tarafından atılmış ve 1944 yılında John Von Neumann ve Oscar Morgenstein tarafından geliştirilmiştir (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011: 249). Beklenen faydanın maksimizasyonu ilkesine dayanan beklenen fayda teorisi, risk ve belirsizlik altında karar alma ve rasyonel seçimler yapma konusunda faydalı olmak amacıyla geliştirilmiştir (Şenkesen, 2009: 5). Teoriye göre, bireyler kararlarını olasılıksal hesaplamalara dayandırmakta ve kendilerine en fazla fayda sağlayan kararı vermektedir (Tekin, 2016: 79).

Geleneksel finansın temeli, modern portföy teorisi ve etkin piyasalar hipotezi ile de yakın ilişkilidir (Ricciardi ve Simon, 2000: 1). Geleneksel portföy teorisi, rasyonel bir yatırımcının portföy riskini çeşitlendirme yoluyla azaltılabileceğini savunmaktadır. Teoride, portföyde yer alan her bir finansal varlığın beklenen getirilerinin yönü farklı olacağı için çeşitlendirilmiş portföyün riskinin de düşeceği ifade edilmektedir. Modern portföy teorisi ise riskin istenilen düzeyde azaltılamaması üzerine Markowitz tarafından ortaya konan bir teodir (Güngör ve Demirel, 2018: 18). Markowitz, çeşitlendirmenin riski azaltmasına karşın genellikle ortadan kaldırmayacağını ifade etmektedir. Markowitz'in teorisinin en önemli yönü, bir yatırımcı için önemli olanın menkul kıymetin kendi riski olmadığını göstermektir. Teoride, portföy riskinin azaltılmasında önemli olan menkul kıymetin portföyün genelinde meydana getireceği değişim ve yatırımcının portföyündeki diğer tüm menkul kıymetler ile arasındaki etkileşim olduğuna dikkat çekilmektedir (Rubinstein, 2002: 1042).

Geleneksel finans teorileri içerisinde yer alan önemli teorilerden biri de etkin piyasalar hipotezidir. Etkin piyasa, fiyatların her zaman tüm bilgileri tam olarak yansıttığı piyasa olarak ifade edilmektedir. Etkin piyasalar hipotezi, etkin bir piyasada yatırımcıların menkul kıymet fiyatları ile ilgili tüm bilgilere her zaman erişebileceğini savunmaktadır (Fama, 1970: 383). Teoride piyasayı etkileme gücü olmayan çok sayıda alıcı ve satıcının olduğu, menkul kıymetler ile ilgili bilgilere erişimin hızlı ve düşük maliyete sahip olduğu, menkul kıymet fiyatlarının yeni bilgilere hemen tepki verdiği, işlem maliyetlerinin düşük olduğu, piyasaların gelişmiş kurumsal yapılara sahip olduğu varsayılmaktadır (Altunöz ve Altunöz, 2018: 57-58).

Geleneksel finansın gelişiminde sermaye varlıklarını fiyatlama modeli, arbitraj fiyatlama modeli ve opsiyon fiyatlama modeli olmak üzere fiyatlama modelleri de etkili olmuştur. Bu modeller, yatırımcılara menkul kıymetler ile ilgili değerlendirme, getiri ve risk hakkında öngörü sağlayabilmektedir. Fakat bireylerin yatırım kararı alırken yukarıda bahsedilen finansal teori ve modellerden daha çok psikoloji ve duyguların etkisinde kaldığı görülmüştür (Nofsinger, 2014). Geleneksel finans teorilerinin psikoloji ve duygular ile şekillenen davranışsal unsurları dışlayan soyut yapısının finansal piyasalarda yaşanan dalgalanmaları ve krizleri açıklayamaması üzerine insan psikolojisini merkeze alan davranışsal finans olarak adlandırılan yeni bir yaklaşımın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011: 252).

1.2. Davranışsal Finans

İnsanların kişisel çıkarları, irade gücü ve hesaplama yeteneğinin sınırlı olması ve psikolojinin iktisat alanına dahil edilmesiyle insanların davranış olarak rasyonel olmadığını kabul eden davranışsal iktisat ve bir alt disiplini olan davranışsal finans ortaya çıkmıştır (Ansari, 2006: 18). Psikoloji, sosyoloji ve finans alanları davranışsal finansın temellerini oluşturmaktadır (Ricciardi ve Simon, 2000: 2). Literatürde, davranışsal finans kavramına ilişkin ortak bir tanım bulunmamakla birlikte disiplinler arası bir alan olduğuna yapılan vurgu göze çarpmaktadır.

Davranışsal finans, “*klasik ekonomi ve finansın psikoloji ve karar verme bilimleriyle bütünleşmesidir; finans literatüründe gözlemlenen ve raporlanan bazı anomalilere neyin sebep olduğunu açıklamaya yönelik bir girişimdir; yatırımcıların sistematik olarak yargı hatalarını veya “zihinsel hataları” nasıl yaptıklarının incelenmesidir*” (Fuller, 1998).

Davranışsal finans, “*psikoloji ve sosyoloji de dahil olmak üzere daha geniş bir sosyal bilim perspektifinden finanstır*” (Shiller, 2003: 83).

Davranışsal finans, “*psikolojinin finansal karar verme ve finansal piyasalara uygulanmasıdır*” (Shefrin, 2010: 2).

Davranışsal finans, “*özellikle duyguların ve bilişsel önyargıların, finansal kararları, şirketleri ve finansal piyasaları nasıl etkilediğinin tespiti*dir” (Nofsinger, 2014: 5).

1990’larda yeni bir alan olarak dergi, gazete gibi birçok mecrada ortaya çıkmaya başlayan davranışsal finansın başlangıcına 1800’lerde ve 1900’lerin başında yazılan birkaç orijinal kitapta rastlamak mümkündür. 1841’de MacKay tarafından kaleme alınan “*Olağanüstü Kitlesele Yanılgılar ve Kitlelerin Çılgınlığı*” (Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds), Le Bon tarafından kaleme alınan “*Kitleler: Popüler Fikirle Bir Çalışma*” (The Crowd: A Study of the Popular Mind), 1912’de Selden tarafından kaleme alınan “*Borsaların Psikolojisi*” (Psychology of the Stock Market) isimli eserler finansal piyasalarda işlem yapan yatırımcılar ve işlemciler üzerinde etkili olan duygusal ve psikolojik güçleri tartışmaktadır. Bu çalışmalar, psikoloji ve sosyolojinin finans alanına uygulandığı ilk örneklerdendir (Ricciardi ve Simon, 2000: 1). Fakat davranışsal finans Daniel Kahneman ve Amos Tversky’nin, geleneksel karar teorisinin temel taşı olan rasyonellik varsayımlarını sorgulamak için psikolojik araştırmalar yapması üzerine tam manasıyla ortaya çıkmıştır (Bachmann, De Giorgi ve Hens, 2018: 2).

Davranışsal finans, geleneksel ekonomik modellerin katı rasyonellik varsayımını gevşetmekte ve finansal piyasalardaki insan yanılıklarının ve irrasyonelitenin etkisini ortaya koymaya çalışmaktadır (Ansari, 2006: 18). Çünkü geleneksel teorilerin insanların finansal kararlar alırken sahip oldukları tüm bilgiyi rasyonel bir şekilde kullandığı varsayımının aksine, insanlar genelde irrasyonel davranış ve karar almaya ilişkin tekrarlayan hatalar sergilemektedir (Döm, 2003: 1).

Davranışsal finans, finansal piyasalarda ve yatırımcıların finansal bir karar verirken davranışları üzerinde geleneksel finansın ihmal ettiği psikolojinin etkisini incelemektedir (Veeraraghavan, 2010: 109). Kısaca ifade etmek gerekirse, davranışsal finans *“finansal karar verme psikolojisini inceler”* (Venkatapathy ve Sultana, 2016: 36). Psikolojinin şekillendirdiği yatırımcı davranışı içsel ve dışsal faktörlerle etkileşime girerek yatırımcının karar davranış sistemini oluşturmaktadır (Veeraraghavan, 2010: 109-110). Dolayısıyla davranışsal finans geleneksel finansın aksine yatırımcıların finansal kararları üzerinde etkili olan duygusal süreçleri de dahil ederek insani bir bakış açısıyla finans ve yatırımın ne, niçin ve nasıl olduğunu açıklamaktadır (Ricciardi ve Simon, 2000: 2).

Davranışsal finans, yatırımcıların finansal karar verme yetisini kısıtlayan ve geleneksel finansın ihmal ettiği bilişsel hataları, psikolojik ön yargıları ve duyguları da dikkate almaktadır (Nofsinger, 2014). Bu kapsamda, davranışsal finans yatırımcıların geleneksel finansın varsayımları ile tutarsız görünen davranışlarının anlaşılmasını, etkin piyasaların ve rasyonel yatırımcıların geleneksel finans modelleri ile tutarsız görünen fiyat modellerinin ortaya konulması gibi birçok alanda katkı sağlamaktadır (Vissing-Jorgensen, 2003: 139).

1.2.1. Davranışsal Finans Teori ve Modelleri

Zaman içerisinde finans alanında kabul gören davranışsal finans, geleneksel finansın varsayımlarının gerçek dışı olduğunu, bireylerin bu varsayımları sistematik olarak ihlal ettiğini ifade etmektedir. Bu kapsamda davranışsal finansa göre, bireyler

çoğunlukla kararlarında irrasyonel ve gelecek ile ilgili tahminlerinde psikolojik eğilimlere sahip bulunmaktadır (Nofsinger, 2014: 2-3).

Davranışsal finans, bireylerin nadiren geleneksel finans teorisi varsayımlarına göre davrandığını dolayısıyla gerçeğin geleneksel finansın varsayımlarıyla örtüşmediğini ve finans teorisinin gözlemlenen insan davranışını hesaba katması gerektiğini savunmaktadır (Byrne ve Utkus, 2013: 3). Bu kapsamda, piyasaların etkin olmadığı, bireylerin psikolojik ve duygusal faktörlerin etkisiyle hareket ettiği ve rasyonaliten uzak davrandıklarını gösteren teori ve modeller ortaya konulmuştur (Kıyılar ve Akkaya, 2020).

Bu başlık altında davranışsal finans teorisinin temel yapı taşı olan beklenti teorisi ve davranışsal finans modellerinden bahsedilecektir. Davranışsal finans modelleri; temsili yatırımcı modeli, aşırı güven ve yanlı kendine atfetme modeli ve interaktif ilişkiler modeli olmak üzere üç model üzerinde yoğunlaşmaktadır (Barak, 2008: 212). Bu üç davranışsal finans modelinin ortak özelliği sınırlı rasyonaliteye sahip yatırımcıların hisse senedi fiyatları üzerine etkisini ve dolayısıyla piyasaların etkin bir şekilde işlemediğini ortaya koymasındır (Çetiner, Gökcek ve Gölbaşı, 2019: 118).

1.2.1.1. Beklenti Teorisi

Daniel Kahneman ve Amos Tversky tarafından kaleme alınan “Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Analizi” (Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk) isimli çalışmada, risk altında karar alma davranışını açıklayan “Beklenen Fayda Teorisi” eleştirilerek, “Beklenti Teorisi” olarak adlandırılan alternatif bir model geliştirilmiştir (Kahneman ve Tversky, 1979: 263).

Beklenen fayda teorisi, basit rasyonellik aksiyomlarına göre yapılan bir seçim mantığına dayanmaktadır (Kahneman, 2011: 312). Fakat gerçek dünyada bireyler seçimlerinde sistematik olarak beklenen fayda teorisinin aksiyomlarını ihlal etmektedir. Dolayısıyla beklenen fayda teorisi risk altında karar alma davranışını açıklamada yeterli bir model değildir. Bu kapsamda Kahneman ve Tversky, beklenti teorisi ile risk altında

karar alma davranışını açıklayan alternatif bir model önermiştir (Kahneman ve Tversky, 1979: 263).

Kahneman ve Tversky tarafından geliştirilen beklenti teorisi kapsamında, bireylerin risk ve belirsizlik altında aldıkları kararlar her zaman beklenen fayda teorisinde belirtildiği gibi rasyonel değildir. Bu kapsamda beklenti teorisi, beklenen fayda teorisinde ihmal edilen bireylerin sistematik olarak rasyonaliteden uzak bir şekilde aynı yönde sapma göstermelerine yol açan psikolojik unsurları da dikkate almaktadır (Kıyılar ve Akkaya, 2020: 3).

Beklenen fayda teorisinde, sonuçların faydaları olasılıklarına göre ağırlıklandırılarak bulunmaktadır. Beklenti teorisinde ise bireylerin tercihlerinin sistematik olarak bu ilkeyi ihlal ettiği bir dizi seçim probleminden bahsedilmektedir. Bu kapsamda, ilk olarak kesinlik etkisi olarak adlandırılan durum ele alınmaktadır. Kesinlik etkisine göre, bireylerin elde edilmesi kesin olarak görülen sonuçları tercih etmeleri, olası olarak görülen sonuçlara göre daha ağır basmaktadır. Kesinlik etkisi olarak adlandırılan bu eğilim, kesin kazançları içeren seçimlerde riskten kaçınmaya ve kesin kayıpları içeren seçimlerde ise risk arayışına katkıda bulunmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979: 263-265).

Beklenen fayda teorisine yapılan en önemli eleştirilerden biri Allais paradoksudur (Kıyılar ve Akkaya, 2020: 27). Allais, beklenti teorisinde Kahneman ve Tversky tarafından kesinlik etkisi olarak adlandırılan durumu benzer sorularla ele almıştır (Güngör ve Demirel, 2018: 40). Bu kapsamda, beklenti teorisinde kesinlik etkisi kapsamında ele alınan seçim problemleri Allais örneğinin bir varyasyonu olup bazı yönlerden orijinalinden farklıdır (Kahneman ve Tversky, 1979: 265).

Beklenti teorisi kapsamında kesinlik etkisini ifade etmede kullanılan bir dizi seçim problemi aşağıdaki gibidir (Kahneman ve Tversky, 1979: 265-267);

Problem 1:

A: %33 olasılıkla 2500 kazanç
 %66 olasılıkla 2400 kazanç
 %1 olasılıkla 0 kazanç

B: Kesin 2400 kazanç

N:72 [18]

[82]

$$u(2400) > 33u(2500) + 66u(2400)$$

N; cevap verenlerin sayısını, []; cevap verenlerin % kaçının o seçeneği tercih ettiğini göstermektedir.

Problem 2:

C: %33 olasılıkla 2500 kazanç
 %67 olasılıkla 0 kazanç

D: %34 olasılıkla 2400 kazanç
 %66 olasılıkla 0 kazanç

N:72 [83]

[17]

$$34u(2400) > 33u(2500)$$

N; cevap verenlerin sayısını, []; cevap verenlerin % kaçının o seçeneği tercih ettiğini göstermektedir.

Problem 1’de katılımcıların %82’si B’yi seçerken, problem 2’de %83’ü C’yi seçmiştir. Dolayısıyla bu durum katılımcılara A ve B gibi iki seçenek sunulursa ikisi arasından kesin kazanımlar içeren sonuca yöneleceklerini göstermektedir. C ve D gibi iki seçenek sunulursa katılımcıların D seçeneğini tercih etmesi gerekirken, beklenen fayda teorisini ihlal ederek C seçeneğini tercih ettiği görülmektedir.

Problem 3:

A: %80 olasılıkla 4000 kazanç
 %20 olasılıkla 0 kazanç

B: Kesin 3000 kazanç

N:95 [20]

[80]

N; cevap verenlerin sayısını, []; cevap verenlerin % kaçının o seçeneği tercih ettiğini göstermektedir.

Problem 4:**C:** %20 olasılıkla 4000 kazanç

%80 olasılıkla 0 kazanç

N:95

[65]

D: %25 olasılıkla 3000 kazanç

%75 olasılıkla 0 kazanç

[35]

N; cevap verenlerin sayısını, []; cevap verenlerin % kaçının o seçeneği tercih ettiğini göstermektedir.

Problem 3'te katılımcıların %80'i B'yi seçerken, problem 4'te %65'i C'yi seçmiştir. Bu durum, katılımcıların aksiyomlara uymayarak beklenen fayda teorisini yine ihlal ettiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca kazanma olasılığını %100'den %25'e düşürmenin %80'den %20'ye düşürmekten daha büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Beklenti teorisi kapsamında ele alınan bir diğer etki yansıma etkisidir. Kesinlik etkisinde karar birimlerinin olumlu beklentiler yani kayıp içermeyen beklentiler arasındaki tercihleri ele alınırken, yansıma etkisinde kazançların yerini kayıpların aldığı durumlarda karar birimlerinin tercihleri ele alınmaktadır. Yansıma etkisi, bireylerin pozitif alanda riskten kaçınırken, negatif alanda ise risk arayışına girdiklerini ifade etmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979: 268).

Tablo 1.1. Pozitif ve Negatif Beklentiler Arasındaki Tercihler

Pozitif Beklentiler	Negatif Beklentiler
Problem 3: (4.000, %80) < (3.000) N=95 [20] [80]*	Problem 3': (-4.000,%80) > (-3.000) N=95 [92]* [8]

Kaynak: Kahneman, Daniel ve Amos Tversky (1979), "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk", *Econometrica*, 47(2): 268.

Tablo 1.1'de pozitif ve negatif beklentiler arasındaki tercihler üzerine katılımcılara sunulan seçim problemlerine yer verilmiştir. Pozitif beklentiler ile ilgili ilk deneyde katılımcıların %80'i kesin kazancı tercih etmiştir. Negatif beklentiler ile ilgili ikinci deneyde ise katılımcıların %92'si ilk seçeneği tercih etmiştir. Dolayısıyla, bireylerin pozitif beklentiler arasındaki tercihlerinde olası daha büyük bir kazanç yerine kesin

kazancı tercih ederek riskten kaçındığı, negatif beklentiler arasındaki tercihlerinde ise kesin bir kayıp yerine olası kayıpları tercih ederek risk arayışına girdikleri görülmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979: 268).

Bir başka deyişle, beklenen fayda teorisinin varsayımlarına göre hareket eden tamamen rasyonel tercihlerde bulunan karar birimlerinin her iki tercih grubunda da en az riskli ya da en değerli seçeneği tercih etmesi gerekmektedir. Fakat karar birimlerinin her iki seçim probleminde de en düşük beklenen değere sahip alternatifi tercih ederek rasyonel bir davranış sergilemediği görülmektedir (Şentürk ve Fındık, 2014: 135).

Beklenti teorisi kapsamında ele alınan bir diğer etki ise izolasyon (ayırma) etkisidir. Bireyler genellikle değerlendirilen tüm olasılıkların ortak olan özelliklerini ayırtma eğilimine sahiptir. İzolasyon (ayırma) etkisi adı verilen bu eğilim, aynı seçenek farklı şekillerde sunulduğunda bireylerin tutarsız tercihler yapmasına yol açmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979: 263).

Beklenti teorisi kapsamında izolasyon (ayırma) etkisini ifade etmede kullanılan bir dizi seçim problemi aşağıdaki gibidir (Kahneman ve Tversky, 1979: 273);

Problem 1:

A: %50 olasılıkla 1000 kazanç
N:70 [16]

B: Kesin 500 kazanç
[84] *

Problem 2:

C: %50 olasılıkla 1000 kayıp
N:68 [69]*

D: Kesin 500 kayıp
[31]

Katılımcılara ilk seçim problemi kapsamında başlangıçta 1000 \$, ikinci seçim problemi kapsamında ise başlangıçta 2000 \$ verilmiştir. Problem 1’de katılımcıların %84’ü B’yi seçerken, problem 2’de %68’i C’yi seçmiştir. Bu tercihler katılımcıların pozitif beklentiler için riskten kaçınma ve negatif beklentiler için risk arayışı

sergilediklerini göstermektedir. İki seçim problemi son durumlar açısından bakıldığında aynıdır.

$$A = (2,000, \%50; 1,000, \%50) = C, \text{ ve } B = (1,500) = D.$$

Aslında, problem 2 problem 1'den ilk bonusa 1.000 \$ eklenerek ve tüm sonuçlardan 1.000 \$ çıkarılarak elde edilmiştir. Fakat, katılımcılar başlangıçta verilen bonusları olasılıklar ile birleştirmemiştir. Çünkü bonus, her iki seçenekte de ortak olduğu için olasılıkların karşılaştırılmasına dahil edilmemiştir. İzolasyon etkisi bağlamında elde edilen sonuçlarda, bireylerin kararlarının fayda teorisi ile tutarsız olduğunu göstermektedir (Kahneman ve Tversky, 1979: 273).

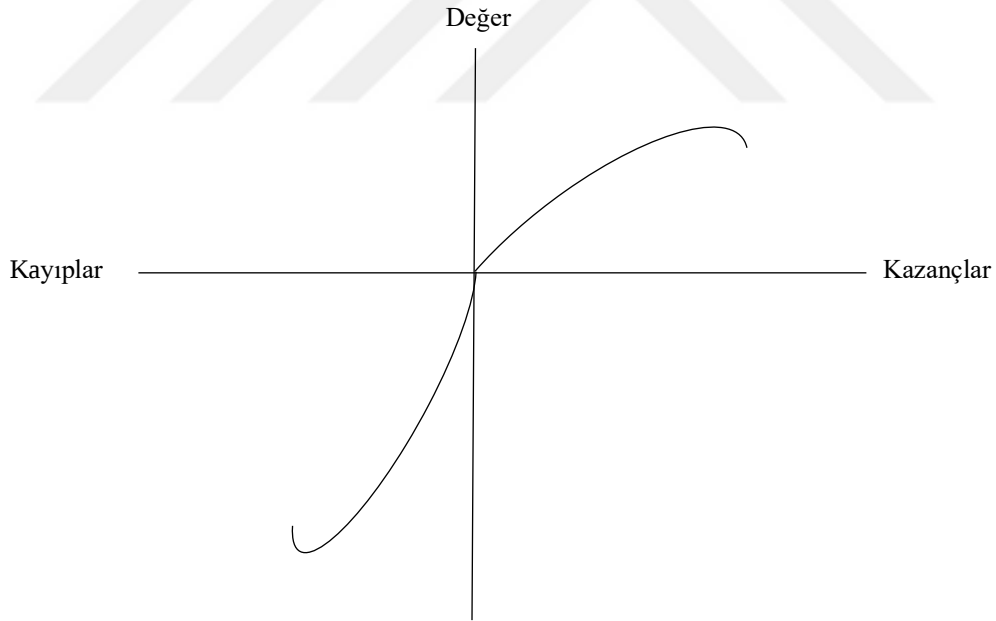
Beklenti teorisi, bireylerin seçim sürecini düzenleme ve değerlendirme olmak üzere iki aşamaya ayırmaktadır. Düzenleme aşaması, değerlendirilen olasılıkların bir ön analizinden oluşan genellikle olasılıkların daha basit bir temsildir. Düzenleme aşamasının işlevi, değerlendirme ve seçimi kolaylaştırmak için seçenekleri düzenlemek ve yeniden formüle etmektir. Düzenleme aşaması; kodlama, birleştirme, ayırma ve iptal etme temel işlemlerinden oluşmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979: 274-275).

Düzenleme aşamasının ilk işlemi kodlamadır. Bireyler sonuçları servetin nihai durumundan ziyade kazanç ve kayıp olarak algılamaktadır. Kazanç ve kayıplar ise referans noktalarına göre değerlendirilmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979: 274). Referans noktası, bireylerin kazanç ve kayıpları değerlendirirken baz aldıkları önceki durumu ifade etmektedir. Eğer, bireyin elde ettiği sonuçlar referans noktasının üzerinde ise kazanç, altında ise kayıp söz konusudur (Kahneman, 2011: 325-326).

Bir diğer işlem olan birleştirme, beklentilerin benzer sonuçlarla ilişkili olasılıklarla birleştirilerek basitleştirilmesini ifade etmektedir. Ayırma işlemi ise, düzenleme aşamasında bazı olasılıkların riskli bileşenden ayrılan risksiz bir bileşene sahip olmasını ifade ederken, iptal etme işlemi ise değerlendirilen olasılıkların ortak özelliklerinin göz ardı edilmesidir. Düzenleme aşamasının söz konusu işlemlerine ilave olarak bahsedilmesi

gereken iki ek işlem daha söz konusudur; basitleştirme ve baskın olanı bulma. Basitleştirme, olasılıkların basitleştirilmesi amacıyla olasılıkları veya sonuçları yuvarlama işlemidir. Baskın olanı bulma ise, yeterli değerlendirme yapılmadan reddedilen baskın alternatifleri tespit etmek için sunulan olasılıkların taranmasıdır. Değerlendirme aşaması ise, karar birimlerinin düzenlenen her bir olasılığı değerlendirdiği ve en yüksek değeri sağlayan olasılığı seçtiği aşamayı ifade etmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979: 274-275).

Beklenti teorisinde, bireylerin karar verme süreçleri değer fonksiyonu yardımıyla açıklanmaktadır. Değer fonksiyonu, bireylerin karar verirken kararların sonuçlarına odaklanmadığını, elde edecekleri kayıp ve kazançlara yükledikleri değerleri dikkate aldıklarını ifade etmektedir (Tekin, 2016: 93).



Şekil 1.1. Kuramsal Değer Fonksiyonu

Kaynak: Kahneman, Daniel ve Amos Tversky (1979), ‘‘Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk’’, *Econometrica*, 47(2): 279.

Değer fonksiyonunun 3 temel özelliği bulunmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1979: 279);

- Referans noktasından sapmalar üzerine tanımlanmıştır.
- Genellikle kazançlar için içbükey ve kayıplar için dışbükeydir.
- Kazançlara göre kayıplar daha diktir.

Bireyler kazanç ve kayıplarını S şeklinde ifade edilen bir fonksiyona göre değerlendirmektedir (Nofsinger, 2014: 6). Söz konusu değer fonksiyonu, bireyler açısından kazanç ve kayıpların psikolojik değerini temsil etmektedir (Kahneman, 2011: 326). S şeklindeki değer fonksiyonu kazançlar için içbükey iken, kayıplar için dışbükeydir. Bu durum, bireylerin bir kazanç durumunda kendilerini iyi hissettiklerini ancak iki kat kazanç sağlamaları halinde kendilerini iki kat mutlu hissetmediklerini ifade etmektedir. Aynı şekilde, bireylerin bir kayıp durumunda kendilerini kötü hissettiklerini ancak iki kat kayıp yaşamaları halinde kendilerini iki kat kötü hissetmediklerini ifade etmektedir (Nofsinger, 2014: 6). Değer fonksiyonunun bu özelliği, kazanç ve kayıplar açısından azalan bir duyarlılığın olduğunu göstermektedir. Ayrıca, fonksiyonun eğimi kazanç ve kayıp noktasında farklılık göstermektedir. Bu durum, kayıplara verilen tepkilerin kazançlara verilen tepkilerden daha güçlü olduğunu yani kayıpların kazançlara göre daha fazla önemsendiğini göstermektedir (Kahneman, 2011: 327).

Beklenti teorisinde, bireylerin karar verme süreçlerini açıklamak için kullanılan diğer bir husus ağırlık fonksiyonudur. Daha önce bahsedildiği üzere, beklenen fayda teorisinde bireyler sonuçların faydalarını olasılıklarına göre ağırlıklandırmaktadır. Beklenti teorisinde ise olasılıkların yerini karar ağırlıkları almakta ve bireyler sonuçların değerini karar ağırlığı ile çarpmaktadır. Karar ağırlıkları, olasılıkların arzu edilebilirliği üzerinde olayların etkisini ölçmektedir (Kahneman ve Tversky, 1979). Bu kapsamda, bireyler orta ve yüksek olasılıkları düşük ağırlıklandırırken, düşük olasılıkları ise aşırı ağırlıklandırmaktadır (Kahneman ve Tversky, 1984: 345).

Beklenti teorisine göre, bireylerin varlıktan ziyade kayıp ve kazançlara daha fazla değer verdiği ve beklenen fayda teorisinin aksine sonuçlara atfettikleri karar ağırlıkları olasılıklarla özdeş değil farklıdır. Beklenti teorisi kapsamında ulaşılan bu iki sonuç dörtlü

model olarak adlandırılan bir tercih modeli ile ortaya konulmuştur (Kahneman, 2011: 361-366).

Tablo 1.2. Dörtlü Model

	KAZANÇLAR	KAYIPLAR
Yüksek Olasılık Kesinlik Etkisi	%95 olasılıkla 10.000\$ kazanma Hayal kırıklığı korkusu RİSKTEN KAÇINMA Uygunsuz Çözümü Kabul Etme	%95 olasılıkla 10.000\$ kaybetme Kayıptan kaçınma umudu RİSK PEŞİNDE KOŞMA Uygun Çözümü Reddetme
Düşük Olasılık Olabilirlik Etkisi	%5 olasılıkla 10.000\$ kazanma Büyük Kazanç Umudu RİSK PEŞİNDE KOŞMA Uygun Çözümü Reddetme	%5 olasılıkla 10.000\$ kaybetme Büyük Kayıp Korkusu RİSKTEN KAÇINMA Uygunsuz Çözümü Kabul Etme

Kaynak: Kahneman, Daniel (2011). **Hızlı ve Yavaş Düşünme**, Çev. Osman Çetin Deniztekin ve Filiz Nayır Deniztekin, İstanbul: Varlık Yayınları, s. 367.

Beklenti Teorisinin temel başarılarından biri de tercihlere yönelik oluşturulan dörtlü modeldir. Dörtlü modelde sol üst hücre, bireylerin kesin kazanç söz konusu olduğunda riskten kaçındığını yani kesinlik etkisini göstermektedir. Sol alt hücre ise olabilirlik etkisini açıklamaktadır. Sol alt hücre, piyango gibi şans oyunlarına yönelik bireylerin tercihlerinin açıklandığı hücredir. Piyango ikramiyesinin değeri büyüdükçe, piyango bileti alanlar kazanma olasılıklarının çok düşük olmasına rağmen büyük kazanç umudu ile risk peşinde koşmaktadır. Sağ alt hücre ise, bireylerin çok düşük olasılıklara rağmen niçin sigorta şirketlerine başvurduklarını açıklamaktadır. Bireylerin belki de gerçekleşme olasılığı çok düşük olan bir felakete karşı büyük bir kayıp korkusu sebebiyle riskten kaçınacak tercihlerde bulundukları görülmektedir. Bireylerin tercihlerini içeren dört hücreden en beklenmedik olanı sağ üst hücreydi. Sol alt hücre dışında, genel eğilim riskten kaçınma şeklindeydi. Dolayısıyla üst satırda, bireyler yüksek olasılıkla kesin kazanç durumunda riskten kaçınma, kesin kayıp durumunda ise risk peşinde koşmaktadır. Dörtlü modelin ikna edici bir uygulaması sulh hukuk mahkemesinde yaşanmıştır. Yüksek olasılıkla kaybetme durumu olan davalının kesin kaybın iticiliği nedeniyle davayı düşük kazanma olasılığına rağmen sağ üst satıra uygun davrandığı gözlenmiştir (Kahneman, 2011: 367-370). Dolayısıyla çeşitli yönleriyle değindiğimiz beklenti teorisi sadece finans

alanında değil, pek çok alanda önemli katkılara sahip bir teori olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1.2. Temsili Yatırımcı Modeli

Barberis, Shleifer ve Vishny tarafından 1998 yılında geliştirilen temsili yatırımcı modeli inanç temelli bir davranış modelidir. BSV modeli, muhafazakârlık ve temsiliyet eğilimlerini içermektedir (Barberis ve Thaler, 2003: 1090).

Muhafazakârlık; bireylerin yeni bulgular karşısında inançlarını değiştirmek için yavaş davranmalarını ifade etmektedir (Barberis, Shleifer ve Vishny, 1998: 315). Temsiliyet; bireylerin yeterli zaman veya bilgiye sahip olmamaları nedeniyle benzer özelliklere sahip nesneleri gruplandırarak genelleme yapmalarını ifade etmektedir (Turguttopbaş, 2012: 3).

Yatırımcıların gelecekteki kazanç beklentilerini nasıl oluşturduğuna dair bir model olan temsili yatırımcı modelinde kazançlar rassal bir yürüyüş sergilemektedir. Fakat, yatırımcı kazançlar ile ilgili bu durumun farkında değildir. Modele göre yatırımcılar, dünyanın iki devlet ya da rejim arasında hareket ettiğini ve her rejimde kazançları yöneten farklı bir model olduğunu düşünmektedir. Eğer dünya birinci rejimde ise kazançları Model 1, ikinci rejimde ise Model 2 belirleyecektir. Model 1’de kazançlar ortalamaya geri dönüş eğilimine sahiptir. Dolayısıyla, kazanç şokları bir sonraki dönemde tersine dönmektedir yani yatırımcı kazançlara yönelik pozitif bir şokun sonraki dönemde negatif bir şok tarafından takip edileceğini yani ortalamaya dönüş rejiminde olduğuna inanmaktadır. Model 2’de ise kazançlar trend eğilimine sahiptir. Dolayısıyla, kazançlara yönelik pozitif bir şokun sonraki dönemde pozitif bir şok tarafından takip edilmesi durumunda yatırımcı kazancın trend rejiminde olduğuna inanmaktadır. Kazançları tahmin etmek için Model 1’i kullanan bir yatırımcı, muhafazakârlık eğilimi sergileyen bir yatırımcı gibi, kazançla ilişkin bir duyuruya düşük tepki verirken, Model 2’yi kullanan bir yatırımcı, temsiliyet eğilimi sergileyen bir yatırımcı gibi davranarak aşırı tepki vermektedir. Özetle, temsili yatırımcı modeli, yatırımcıların düşük ve aşırı tepki göstermelerine yol açan psikolojik

kanıtlara dayanmaktadır. Bu kapsamda, muhafazakârlık eğilimi düşük tepki, temsiliyet eğilimi ise aşırı tepki için bir kanıttır (Barberis Shleifer ve Vishny, 1998).

1.2.1.3. Aşırı Güven ve Yanlı Kendine Atfetme Modeli

Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam tarafından 1998 yılında geliştirilen model aşırı güven ve yanlı kendine atfetme olmak üzere iyi bilinen iki psikolojik eğilime dayanmaktadır (Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam, 1998: 1839-1844).

Psikolojide önemli bir literatür, bireylerin genellikle aşırı güven sahibi olduğunu ve özellikle de bilgilerinin kesinliği konusunda kendilerine aşırı güven duyduklarını göstermektedir. Ayrıca, psikologlar bireylerin bazı bilgilere daha az değer verirken, bazılarına ise daha fazla değer verdiklerini tespit etmiştir (Odean, 1998: 1888). Model kapsamında da aşırı güvenli yatırımcı, özel bilgi sinyallerine kamuya açık bilgi sinyallerine verdiğiinden daha fazla değer veren biri olarak tanımlanmaktadır. Bu durum, menkul kıymetler borsasında hisse senedi fiyatlarının aşırı tepki vermesine sebep olmaktadır (Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam, 1998: 1841).

Yanlı kendine atfetme, aşırı güven eğiliminin tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir. Bu eğilim, bireylerin aşırı güven sahibi olmayı öğrenmesine yol açmaktadır (Hirshleifer, 2001: 16-37). Model kapsamında yanlı kendine atfetme, yatırımcının kendine olan güveninde yatırım sonuçlarının bir fonksiyonu olarak ortaya çıkan bir değişim olarak ifade edilmektedir. Yatırımcının kendine olan güveni, sahip olduğu bilgiler ile kamu bilgileri uyumlu ise artmaktadır. Fakat, bu bilgiler arasında uyumsuzluk varsa gerektiği kadar azalmamaktadır (Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam, 1998: 1839-1845).

Modelde, yatırımcıların sahip oldukları özel bilgilere aşırı güven duydukları ve aşırı tepki verdikleri varsayılmaktadır. Eğer yatırımcılar yanlı kendine atfetme eğilimine de sahipse, kamuya açık bilgi geldiğinde sahip olduğu bilgileri doğrulamayanlara karşı doğrulayanlara daha fazla önem verecektir. Başka bir deyişle, yatırımcılar başarıları kendi

becerilerine ve başarısızlıklarını ise dış kaynaklara bağlamaktadır. Bu davranışın sonucu, yatırımcıların sahip olduğu bilgileri doğrulayıcı bilgilerin gelmesi sebebiyle aşırı güvenin artmasıdır. Yatırımcının aşırı güveninin artması, başlangıçtaki aşırı tepkinin ilerlemesini ve kazanç momentumu oluşmasına yol açmaktadır. Uzun dönemde ise yatırımcılar gelecekteki haberleri gözlemleyip hatalarını fark edecek ve fiyatlardaki aşırı tepki düzeltilecektir. Bu nedenle, artan aşırı güven kısa dönemde momentum ve uzun dönemde tersine dönüş ile sonuçlanmaktadır (Cooper, Gutierrez ve Hameed, 2004: 1346).

Özetle, Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam modelinin ana fikri yatırımcıların aşırı güven ve yanlış kendine atfetme eğilimleri sebebiyle hisse senedi fiyatlarının özel bilgi sinyallerine aşırı tepki, kamu sinyallerine ise düşük tepki vermesi ile ilgilidir (Daniel, Hirshleifer ve Subrahmanyam, 1998: 1841).

1.2.1.4. İnteraktif İlişkiler Modeli

Hong ve Stein tarafından 1999 yılında geliştirilen model daha önce bahsedilen “temsili yatırımcı” ve “aşırı güven ve yanlış kendine atfetme” modelleri ile aynı amacı taşımakla birlikte temsili yatırımcının psikolojisi yerine, heterojen yatırımcılar arasındaki interaktif ilişkiye odaklanmıştır. Modelde sınırlı rasyonaliteye sahip “haber avcıları” ve “momentum tüccarları” olarak adlandırılan iki tip yatırımcı bulunmaktadır. Sınırlı rasyonalite, bu yatırımcıların erişilebilir kamuya açık bilginin küçük bir bölümünü kullanmasına yol açmaktadır. İlk yatırımcı tipi olan haber avcıları, geleceğe yönelik tahminlerinde mevcut ya da geçmiş fiyatlara bağlı kalmayarak gözlemlediği bazı özel bilgileri kullanmaktadır (Hong ve Stein, 1999: 2144-2145).

İkinci yatırım tipi olan momentum tüccarları ise haber avcılarının aksine tahminlerinde geçmiş fiyat değişikliklerine bağlı kalmaktadır. Haber avcıları arasında özel bilgiler yavaş yayıldığı için fiyatlar yeni bilgilere yavaş uyum sağlamaktadır. Dolayısıyla kısa dönemde fiyatlar düşük tepki sergilemektedir. Modele daha sonra eklenen momentum tüccarları haber avcılarının yol açtığı düşük tepkiden basit bir arbitraj stratejisi ile kâr elde etmek istemektedir. Bu davranış, fiyatlarda aşırı bir momentum oluşturarak

kaçınılmaz olarak uzun vadede aşırı tepki ile sonuçlanmaktadır. Dolayısıyla, düşük tepkinin varlığı, momentum tacirlerinin piyasaya girmesini kârlı hale getirerek, aşırı tepkinin temellerini atmaktadır. Bu kapsamda, Hong ve Stein modeli tek bir basit şok türünden hareketle düşük tepki ve aşırı tepkiyi birleştiren bir model olarak ifade edilmektedir (Hong ve Stein, 1999: 2145-2169).

1.2.2. Davranışsal Finans Kapsamında Bireylerin Finansal Kararlarını Etkileyen Psikolojik Eğilimler

Geleneksel finans, bireylerin değişmeyen tercihlere sahip olarak rasyonel bir şekilde tercihlerini maksimize edecekleri varsayımına dayanmaktadır. Davranışsal finans ise, bireylerin yön değiştiren tercihlere ve sınırlı rasyonaliteye sahip olduğunu psikolojik eğilimler ile gerekçelendirerek sayısız bulgu ile ortaya koymuştur. Bireylerin bilişsel olarak sahip olduğu kısıtlılık özellikle belirsizlik altında karar verme sürecinde psikolojik eğilimlere sebep olmaktadır (Döm, 2003: 43).

Karar verme sürecinde sistematik olarak yapılan hatalar, psikolojik eğilimleri/önyargıları ifade etmektedir (Kahneman ve Riepe, 1998: 53). Bu psikolojik eğilimler/önyargılar, bireylerin karar verme sürecinde başvurduğu kısa yollar ve duygusal filtrelerdir. Bireylerin finansal karar verme yetisini kısıtlayan psikolojik eğilimlerden/önyargılardan kaçınmanın en etkili yolu ise onları tanımaktan geçmektedir (Nofsinger, 2014).

Bireylerin finansal kararlarını etkileyen psikolojik eğilimler ile ilgili üzerinde uzlaşmış ortak bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Bazı yazarlar eğilimleri hevristik olarak, bazıları ise inançlar, kararlar veya tercihler olarak adlandırırsa da genel olarak eğilimler bilişsel ve duygusal olarak sınıflandırılmaktadır (Pompian, 2006: 49). Bu kapsamda literatürde farklı yazarlara ait çeşitli sınıflandırmalar mevcuttur.

Hirshleifer (2001), psikolojik eğilimleri hevristik basitleştirme (heuristic simplification), kendini kandırma (self-deception), duygular ve kendini kontrol etme

(emotion and self-control) ve sosyal etkileşim (social interaction) şeklinde sınıflandırmıştır. Montier (2007) ise, Hirshleifer'in sınıflandırmasından hareketle alt kollara ayrılan en yaygın psikolojik eğilimlerden oluşan bir sınıflandırma ortaya koymuştur.

Tablo 1.3. Psikolojik Eğilimlerin Sınıflandırılması

Eğilimler	
Kendini Kandırma	Aşırı iyimserlik
	Kontrol yanılsaması
	Bilgi yanılsaması
	Aşırı güven
	Kendine atfetme
	Doğrulama
	Geri görüş
Hevristik Basitleştirme	Bilişsel çelişki
	Muhafazakârlık
	Temsil Etme
	Çerçeveleme
	Sınıflandırma
	Çıpalama
	Fark Edilebilirlik
Duygular	Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik)
	Sinyaller arası seçim
	Kayıptan kaçınma/Beklenti teorisi
	Ruh hali
Sosyal Etkileşim	Otokontrol
	Belirsizlikten kaçınma
	Pişmanlık teorisi
	Taklit etme
	Bulaşma
	Sürü davranışı
	Bilgi çağlayanı

Kaynak: Montier, James (2007). **Behavioural Investing: A Practitioners Guide to Applying Behavioural Finance**, New Jersey: John Wiley & Sons, s. 20.

Pompian (2006), bireylerin finansal kararları üzerinde etkili olan eğilimleri bilişsel ve duygusal eğilimler olarak sınıflandırmaktadır. Bilişsel eğilimler hatalı muhakemeden kaynaklandığı için, bilgi ve tavsiye ile düzeltilebilme imkânına sahiptir. Fakat duygusal eğilimler dürtü ve sezgilerden kaynaklandığı için düzeltilmesi zordur.

Tablo 1.4. Bilişsel ve Duygusal Eğilimlerin Sınıflandırılması

Bilişsel Eğilimler	Aşırı Güven
	Temsil Etme
	Çıpalama ve Düzeltme
	Bilişsel Çelişki
	Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik)
	Kendine Atfetme
	Kontrol Yanılsaması
	Muhafazakârlık
	Belirsizlikten Kaçınma
	Zihinsel Muhasebe
	Doğrulama
	Geri Görüş
	Sonralık
	Çerçeveleme
Duygusal Eğilimler	Sahiplenme Eğilimi
	Otokontrol
	Aşırı İyimserlik
	Kayıptan Kaçınma
	Pişmanlıktan Kaçınma
	Statükoyu Koruma

Kaynak: Pompian, Michael M. (2006). **Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases**, New Jersey, John Wiley & Sons, ss. 51-253.

Literatürde psikolojik eğilimler çeşitli başlıklar altında sınıflandırılmakla birlikte bu çalışmada bilişsel, duygusal ve sosyal eğilimler olmak üzere üç alt grupta ele alınmaktadır.

1.2.2.1. Bilişsel Eğilimler

Bilişsel eğilimler, sistematik yargı hatalarını ifade etmektedir. Bir başka deyişle, bireylerin bilgiyi işleme stratejisini basitleştirmesi sonucu gerçekliği algılama biçiminde çarpıklığa yol açan zihinsel hatalar bilişsel eğilimler olarak tanımlanmaktadır (Zindel, Zindel ve Quirino 2014: 13).

Bireylerin bilgi işleme kapasitesinin sınırlılığı, karar verme sürecini basitleştirmeye ve zihinsel kısa yollar geliştirmeye sebep olmuştur. Bireyler özellikle

rekabet ortamında ve belirsizlik altında karar vermek için zihinsel kısa yollara başvurmaktadır (Ansari, 2006: 21). Tversky ve Kahneman (1974) çalışmalarında belirsizlik altında karar verme sürecinde kullanılan üç temel hevristiği (zihinsel kısa yolları) esas almaktan kaynaklanan bilişsel eğilimleri açıklamaktadır; temsil etme, mevcudiyet (ulaşılabilirlik), çıpalama ve düzeltme. Pompian (2006) ise bilişsel eğilimleri aşırı güven, temsil etme, çıpalama ve düzeltme, bilişsel çelişki, mevcudiyet (ulaşılabilirlik), kendine atfetme, kontrol yanılsaması, muhafazakârlık, belirsizlikten kaçınma, zihinsel muhasebe, doğrulama, geri görüş, sonralık, çerçeveleme olarak sınıflandırmıştır. Bu bölümde, son olarak bireylerin karar verirken başvurduğu bilişsel kısa yollardan aşına olma eğiliminden bahsedilecektir.

Bilişsel eğilimler ve bilişsel kısayollar (hevristikler), bireylerin yargı ve karar verme stratejileri üzerinde önemli etkilere sahiptir (Garb, 2003: 35). Bu eğilimlerin ve hevristiklerin kullanımı zaman zaman etkili ve verimli bir araç olsa da çoğu durumda yanlış değerlendirmelere yol açarak olumsuz sonuçlara sebep olmaktadır (Tekin, 2018: 139).

1.2.2.1.1. Aşırı Güven Eğilimi

Bireyler doğası gereği aşırı güvenli olabilmektedir. Aşırı güven sahibi bireyler, bilgi birikimlerini ve yeteneklerini kontrol edebileceğine olan inancı abartmakta ve riskleri hafife almaktadır (Nofsinger, 2014: 11).

Aşırı güven, bireyin sezgisel düşünme, karar verme ve bilişsel yeteneklerine duyduğu yersiz inancı ifade etmektedir (Pompian, 2006: 51). Aşırı güven üzerine çalışan psikoloji ve davranışsal finans alanındaki pek çok araştırmacı, bireylerin başarı konusunda kendi beceri ve tahminlerini abartma eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur (Ricciardi ve Simon, 2000: 3). Örneğin, Svenson (1981), üniversite öğrencisi bir grup araç sürücüsüne diğer araç sürücülerine göre sürücülük yeteneklerini değerlendirmelerini istemiştir. Sürücülerin büyük bir çoğunluğu diğer araç sürücülerine göre kendilerini ortalama bir sürücüden daha iyi ve yetenekli görmektedir. Benzer bir araştırmada Cooper, Woo ve

Dunkelberg (1988), kısa bir süre önce işletme sahibi olan 2994 girişimciye iş dünyasında başarılı olma şanslarını sormuştur. Söz konusu girişimciler kendi işletmelerinin başarı şanslarını %81 olarak görürken, kendileri gibi yeni işe başlayan diğer işletmelerin başarı şansını %33 olarak görmektedir.

Davranışsal finans alanında yapılan pek çok araştırma, aşırı güven sahibi bireylerin yatırım yaparken daha fazla risk alma ve daha fazla işlem yapma eğiliminde olduğunu ve bu yüzden daha düşük kazanç elde ettiklerini ortaya koymuştur (Nofsinger, 2014). Örneğin, Barber ve Odean (2001) aşırı güvene sahip yatırımcıların aşırı işlem yaptığı gerçeğini yatırımcıları cinsiyet farklılıklarına göre ele alarak incelemiştir. 1991-1997 yıllarını kapsayan çalışmada, 29.659 erkek ve 8.005 kadından oluşan 35.000 yatırımcı incelenmiştir. Çalışma erkeklerin kadınlardan daha fazla işlem yaptığı ve fazla işlem nedeniyle, erkeklerin performansının kadınlara göre daha düşük olduğu şeklinde iki hipotez üzerine kurulmuştur. Analiz sonuçlarına göre, erkekler kadınlardan yüzde 45 daha fazla işlem yapmaktadır. Ayrıca çalışma, bekâr erkeklerin bekâr kadınlardan yüzde 67 daha fazla işlem yaptığı sonucunu ortaya koymuştur. Fazla işlem nedeniyle ortaya çıkan işlem maliyetleri, erkeklerin net getirilerini yılda yüzde 2,65 oranında azaltırken, kadınların net getirilerini yüzde 1,72 oranında azaltmaktadır. Özetle, erkekler kadınlardan daha fazla işlem yapar ve böylece getirileri kadınlardan daha düşüktür. Ayrıca, bu farklılıklar bekâr erkekler ve bekâr kadınlar arasında daha belirgin olarak gözlenmektedir.

Aşırı güven eğilimi bireylerin finansal kararlarında hatalı davranışlar sergilemesine sebep olmaktadır. Bu hatalı davranışlar şu şekilde özetlenebilir (Pompian, 2006: 53-54):

- Aşırı güven sahibi bireyler, yatırımlarını değerlendirme konusunda yeteneklerini abartma eğilimindedir. Bu durum ise, yatırımlarına dair olumsuz bilgileri görmezden gelmelerine yol açabilir.

- Aşırı güven sahibi bireyler, başkalarının sahip olmadığı özel bilgilere sahip olduklarına inanmaları sonucunda aşırı işlem yapabilirler. Aşırı işlem davranışı ise zaman içinde düşük getirilere yol açar.
- Aşırı güven sahibi bireyler, portföylerindeki aşağı yönlü riskleri hafife alabilirler. Bu durum, beklenmedik bir şekilde düşük portföy performansına maruz kalmalarına yol açar.
- Aşırı güven sahibi bireyler, portföylerinde az çeşitlendirme yaparlar. Bu durum, normalde katlanabileceklerinden daha fazla riske maruz kalmalarına yol açar.

Bireyler, günlük hayatta ve finansal işlemlerinde yaygın bir şekilde aşırı güven eğilimi sergilemektedir. Bireylerin bir karar verirken sahip oldukları bilgi, beceri, yetenek ve tahminlerine güvenmeleri önemlidir. Fakat gerçekçi olmayan bir şekilde aşırı güven hissetmeleri olumsuz sonuçlar yaratabilmektedir. Dolayısıyla, bir karar verirken sahip olduğumuz bilgi, beceri ve yeteneklerimiz konusunda gerçekçi davranarak bilinçli bir araştırma sonucunda karar vermemiz daha sağlıklı olacaktır.

1.2.2.1.2. Temsil Etme Eğilimi

İnsan beyni karşılaştığı karmaşık bilgileri daha basit hale getirebilmek için kısa yollar (hevristik) kullanmaktadır. Kısa yolların sebep olduğu eğilimlerden biri olan temsil etme eğilimi, beynin birbirine benzer özelliklere sahip olguların aynı olduğuna ilişkin varsayımda bulunmasını ifade etmektedir (Nofsinger, 2014: 83).

Tversky ve Kahneman, bireylerin genellikle belirsizlik altında karar verirken bir nesne veya olayın başka bir sınıf veya sürece ait olma olasılığına karar vermeleri istendiğinde temsil etme eğilimini kullandıklarını ifade etmektedir (Tversky ve Kahneman, 1974: 1131). Temsiliyet çoğu zaman yararlı bir kısa yol olmakla birlikte, temel oranın ve örneklem büyüklüğünün ihmalı gibi bazı ciddi hatalara yol açmaktadır (Barberis ve Thaler, 2003: 1064-1065).

Bireylerin karar verirken temel oran bilgilerini yeterli düzeyde kullanmadıkları görülmektedir. Örneğin, suçluya benzeyen birinin suçlu olma olasılığı ile ilgili bir değerlendirmede suçlu olan kişilerin yüzdesine ilişkin bilgileri kullanmadan sadece benzerlikten hareketle karar verebilmektedir (Rabin, 1998: 24). Temel oran ihmaline ilişkin, Tversky ve Kahneman'ın en bilinen deneylerinden biri hayali bir karakter olan Linda örneğidir (Kahneman, 2011: 182-185);

“Linda 31 yaşında, bekâr, açık sözlü ve çok zeki bir kadındır. Felsefe dalında eğitim görmüştür. Öğrenciyken, ayrımcılık ve sosyal adalet meseleleriyle derinden ilgilenmiş ve nükleer karşıtı gösterilere katılmıştır.”

- *“Linda bir banka veznedarıdır.”*
- *“Linda bir banka veznedarıdır ve feminist harekette aktiftir.”*

Katılımcılara yukarıda verilen alternatiflerden hangisinin daha olası olduğu sorulmuştur. Linda'nın banka veznedarı olması, feminist bir banka veznedarı olmasından daha olası olmasına rağmen, katılımcıların büyük bir çoğunluğu benzerliklere odaklanarak temel oranı ihmalî sergilemiş ve ikinci seçeneği tercih etmiştir.

Örnekleme boyutu ihmaline yatkın bireyler, küçük örneklem özelliklerinin büyük örneklem özelliklerini de doğru bir şekilde tanımladığını düşünmektedir. Bir başka deyişle, bireyler hatalı bir şekilde küçük örneklem boyutlarının popülasyonları veya gerçek verileri temsil ettiğine inanmaktadır. Söz konusu bu durum, bazı araştırmacılar tarafından “küçük sayılar yasası” olarak adlandırılmaktadır (Pompian, 2006: 63). Bu durum, bireylerin tahminde bulunurken küçük örneklemde elde edilen sonuçları genellemesine yol açmaktadır (Döm, 2003: 55). Örneğin, Amos'un öğrencileri Tom Gilovich ve Robert Vallone ile birlikte yaptığı bir çalışmada sıcak el olarak adlandırılan yaygın bir bilişsel hatadan bahsedilmiştir. Bu çalışmada basketbolda bir oyuncunun üst üste 3-4 basket atması sonucu bu oyuncunun elinin ısındığını yani sayı yapma potansiyelinin yükseldiği düşünülmektedir (Kahneman, 2011: 136).

Finansal kararlar alırken de bireyler örneklem büyüklüğü ihmalinden veya küçük sayılar yasasından kaynaklanan benzer hatalar yapmaktadır. Örneğin, bireyler üst üste birkaç başarı elde eden finansal bir analistin yetenekli olduğuna inanma eğilimi sergileyebilmektedir. Çünkü üst üste elde edilen başarıların kötü bir analisti temsil etmeyeceği düşünülmektedir (Barberis ve Thaler, 2003: 1065).

Bireyler finansal piyasalarda da sıklıkla temsil etme hatasına düşmektedir. Finansal piyasalarda birçok yatırımcı sıklıkla iyi bir şirketi iyi bir yatırım olarak algılamaktadır. Fakat, iyi bir şirketin hisse senedi aynı zamanda iyi bir yatırım olduğu anlamına gelmez. Kazancı iyi olan, yüksek satış büyümesine sahip ya da ürünlerini beğendiğiniz bir şirketin iyi bir şirket olduğunu düşünebilirsiniz. Fakat iyi bir yatırım hisse senedinin diğer hisse senetlerine göre daha fazla artış sağlamasıdır (Nofsinger, 2014: 84)

Özetle, temsil etme eğilimi bireylerin hatalı davranışlar sergilemesine yol açmaktadır. Dolayısıyla bireylerin bir karar verirken sadece benzerliklere odaklanmaması, üst üste sergilenen başarıların tesadüfi olup olmadığını araştırması, iyi bir şirketin daima iyi bir yatırım olmayacağı bilincinde olması yararına olacaktır.

1.2.2.1.3. Çıpalama ve Düzeltme Eğilimi

Çıpalama ve düzeltme eğilimi, bireylerin bir başlangıç değerinden başlayıp ve daha sonra bu başlangıç değeri üzerinde bazı düzeltmeler yaparak nihai kararlarını vermelerini ifade etmektedir (Pech ve Milan, 2009: 895).

Günlük hayatımızda yaygın ve önemli bir etki olarak karşımıza çıkan çıpalama bireylerin bilmedikleri bir sayısal değeri tahmin ederken belirli bir değerden hareketle karar vermeleri durumunda meydana gelmektedir. Yapılan çalışmalar, bireylerin verdikleri kararların herhangi bir bilgi içermeyen sayısal bir değerden etkilendiğini göstermiştir. Çünkü verilen kararlar dikkate aldıkları sayısal değere yakın olarak sonuçlanmaktadır (Kahneman, 2011: 139-140). Ayrıca, yapılan çalışmalar bireylerin başlangıç çıpalarını nasıl seçtiklerini bilmedikleri için çıpalarını yetersiz bir şekilde

ayarlama eğiliminde olduklarını ve sonuç olarak eğilimli yaklaşımlar ürettiklerini göstermiştir. Örneğin, Kanada nüfusunun 20 milyondan çok veya az olup olmadığının sorulduğunu varsayalım. Cevabınız, 20 milyonun üstünde veya 20 milyonun altında şeklinde olacaktır. Daha sonra kesin bir nüfus değeri tahmin etmeniz istenirse, tahmininiz muhtemelen 20 milyon civarında olacaktır. Bu durumun sebebi, önceki yanıtınızı çıpa olarak almanızdır (Pompian, 2006: 75-76).

Çıpalama, bireylere sadece başlangıç noktası verildiği durumlarda meydana gelmemektedir. Aynı zamanda, bireylerin tahminini bazı tamamlanmamış hesaplamaların sonucuna dayandırdığı durumlarda da ortaya çıkmaktadır. Tversky ve Kahneman, iki gruptan oluşan lise öğrencilerine yaptıkları bir çalışmada verilen sayısal değerlere 5 saniye bakmalarını ve sonuçları tahmin etmelerini istemiştir.

1. Grup: $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$

2. Grup: $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$

Yapılan deney sonucu, doğru cevap 40.320 olmasına rağmen ilk grubun tahminlerinin ortalaması 2250 iken, ikinci grubun tahminlerinin ortalaması 512'dir. Katılımcıların verilen çarpma işleminin sadece ilk birkaç adımına bakarak, bilinene dayanan kestirim veya düzeltme yoluyla tahminde bulunduğu gözlenmiştir. Bireylerin yaptığı düzeltmeler genellikle yetersiz olduğu için, bu örnekte olduğu gibi yapılan tahminler eksik tahmin ile sonuçlanmaktadır (Tversky ve Kahneman, 1974: 1128).

Bireylerin finansal davranışları üzerinde elde ettikleri kazançtan duydukları sevinç ve kaybetmekten hissettikleri acı iki önemli motivasyon unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada beynin bir kararla ilgili seçtiği çıpa yani referans noktası önemlidir. Çünkü bireyin bir finansal karar sonucu ortaya çıkan kazancın hazzını veya kaybın acısını hissetmesini veya hissetmemesini sağlayan referans noktasıdır. Örneğin, bir yatırımcı tarafından \$50'dan hisse senedi satın alınmış ve yılsonunda hisse senedi \$100'dan işlem görmüştür. Altı ay sonra, hisse senedi \$75'dan satılmış ve \$25'lik bir kazanç elde edilmiştir. Böyle bir durumda, yatırımcının kazanç elde etmiş gibi mi yoksa

kaybetmiş gibi hissedeceğini belirleyen baz alınan referans noktasıdır. Eğer referans noktası olarak satın alma fiyatını baz almışsa kazanç elde etmiş gibi hissederken, yıl sonu fiyatını baz almışsa kayıp elde etmiş gibi hissedecektir. Fakat büyük ihtimalle referans noktasını yılsonu fiyatına göre güncellemiş olacağı için para kaybeden biri olarak hissedecektir (Nofsinger, 2014: 30-32).

Çıpalama, bireylerin finansal kararlarında ilk gelen bilgiye bağlı kalmasına ve daha sonra edindiği bilgilere yeterli düzeyde adapte olmamasına yol açarak özellikle değişen koşullara ayak uyduramaması sonucunu doğurabilmektedir (Sansar, 2016: 143). Ayrıca, bireylerin finansal karar alırken herhangi bir rakamı dikkate almasına yol açmaktadır. Örneğin, bazen bireyler bir yatırım aracına ilişkin alım veya satım kararı alırken finans uzmanı tarafından telaffuz edilen herhangi bir rakamı referans noktası olarak görebilmektedir (Güngör ve Demirel, 2018: 94).

Çıpalama eğilimi, bireylerin kendi yararına da kullanılabilmektedir. Örneğin, taraflardan biri belirli bir fiyat veya koşul sunarak bir pazarlığa başlarsa, diğer tarafın teklifi muhtemelen bu çıpa etrafında şekillenecektir. Dolayısıyla, gerçek pozisyonunuzu yansıtmaktan çok daha az cömert bir teklifle pazarlığa başlamak yararınıza olacaktır. İlk teklifi karşı tarafın yapması durumunda ise, bu teklifin muhtemel son fiyata yakın olduğunu düşünmemeniz yararınıza olacaktır (Pompian, 2006: 81).

Özetle, bireylerin verilen karar ile ilgisi olmayan herhangi bir rakamın etkisinde kalmasına yol açan ve büyük ölçüde geçmiş kararlara dayalı olan çıpalama eğilimini ortadan kaldırmak için bireyler düşünülen her şeye inanmamalı ve geçmiş kararlarının sonuçlarını gelecekte elde edeceği sonuçların garantisi olarak görmemelidir (Ariely ve Kreisler, 2020: 121-138).

1.2.2.1.4. Bilişsel Çelişki Eğilimi

Birey tarafından yeni edinilen bilgiler daha önce mevcut olan bilgilerle çeliştiğinde, genellikle bilişsel çelişki olarak bilinen ve psikolojik bir olay olan zihinsel

bir rahatsızlık ortaya çıkmaktadır. Psikolojide bilişler, tutumları, duyguları, inançları veya değerleri temsil etmektedir. Bu kapsamda bilişsel çelişki, çelişkili bilişlerin kesişmesi halinde ortaya çıkan bir dengesizlik durumunu ifade etmektedir. Bilişsel çelişki, bireylerin çelişen bilişleri uyumlu hale getirerek yaşadıkları zihinsel rahatsızlıkları hafifletmek için uğraşırken ortaya çıkan tepkiyi kapsamaktadır (Pompian, 2006: 83).

Festinger tarafından ortaya konulan bilişsel çelişki teorisine göre, birey birbiriyle çelişen inanç ve değerlere sahip ise bu çelişkiden kurtulmak için çelişen inanç ve değerlerin önemini azaltmayı, birbiriyle uyuşanların ise değerini arttırmayı tercih etmektedir (Erdoğan, 1999: 54). Bir başka deyişle, bilişsel çelişki halinde birey sergilediği davranış ya da sahip olduğu biliş üzerinde değişiklikler oluşturarak yaşadığı çelişkiyi azaltma yoluna gitmektedir (Barak, 2006: 114).

Bireylerin bilişsel çelişkiyi azaltmak için sergiledikleri davranışların irrasyonel olduğu ifade edilmektedir. Çünkü genellikle bireylerin sergiledikleri davranışlar gerçekleri öğrenmelerini veya sorunlarına gerçek çözümler bulmalarını engelleyen uyumsuz davranışlardır. Bireyin yaşadığı uyumsuzluğu azaltıcı davranışı bir tür ego-savunma davranışdır; uyumsuzluğu azaltması iyi, akıllı ya da değerli olarak kendine dair sahip olduğu olumlu imajı sürdürmesine yarar sağlamaktadır. Fakat, bu ego-savunma davranışı olumsuz sonuçlara da yol açabilmektedir (Aronson, 2008: 192).

Bilişsel çelişkiden kaçınma, bireylerin önemli kararları verme sürecinde başarısız olmasına yol açabilmektedir. Örneğin, genç bir bireyin geleceğe dair önemli bir karar verme sürecini ele alalım. Genç birey, emekliliği için tasarruf etme fikrini düşündüğünde, yetersiz kazanca sahip ve zayıf bir insan imajını tahayyül edebilmektedir. Fakat bu birey, kendisine dair iyi imajı ile gelecekteki çelişkili imajı örtüştüremediğinden geleceğe dair tasarruf etmekten vazgeçebilmektedir. Bilişsel çelişkinin karar verme sürecine ilişkin bir diğer etkisi verilen bir kararla ilgili gelen yeni bilgileri filtrelemesidir. Örneğin, bireyler genellikle verdikleri finansal kararların iyi olduğuna inanmak istemektedir. Aksine bir

durum söz konusu ise, beyin çelişkili bilgiyi filtreleme yoluna gitmektedir (Nofsinger, 2014: 42-45).

Bilişsel çelişki, bireylerin finansal kararları üzerinde etkili olarak yatırımlarında kayıplara yol açan çeşitli davranışlar sergilemesine sebep olabilmektedir. Bilişsel çelişkiden kaçınma bireylerin kaybeden finansal araçlara ilişkin kötü bir karar verdiklerini kabul etmemek için satmaktan kaçınmalarına yol açabilmektedir. Dolayısıyla, bilişsel çelişki bireylerin başarısız olmuş bir finansal araca para harcamaya devam etmesine sebep olabilmektedir. Ayrıca, bilişsel çelişki bireylerin sürü davranışı sergilemesine ve yatırımları ile ilgili “bu sefer farklı” şeklinde bir düşünceye sahip olmalarına da sebep olabilmektedir. Özetle, bireylerin günlük hayatta ve finansal işlemlerinde ortaya çıkan bilişsel çelişkinin olumsuz davranışsal etkilerinin üstesinden gelmek için verilen karar ile ilgili hatalı bilgiye ısrar edilmemesi, daha sağlıklı kararlar verilmesini sağlayacaktır (Pompian, 2006: 88-93).

1.2.2.1.5. Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik) Eğilimi

Mevcudiyet veya ulaşılabilirlik, bireylerin bir kategorinin sıklığını veya bir olayın olasılığını örneklerin veya olayların akla gelme kolaylığına göre değerlendirdiği durumları ifade etmektedir (Tversky ve Kahneman, 1974: 1127). Bireyler bir olaya ilişkin örneklerin hatırlanması kolay ise meydana gelme olasılığını daha sık olarak değerlendirmektedir. Çünkü insan zihninde sık meydana gelen olaylar, nadir olaylara göre daha kolay hatırlanmaktadır (Slovic, Fischhoff ve Lichtenstein, 1980: 183).

Bireyler yaşadıkları tüm anıları eşit derecede hatırlamadıkları için önyargılı değerlendirmeler ortaya çıkmaktadır. Çünkü bireyler daha sık görülen, en son gerçekleşen, daha belirgin, daha etkili ve kişisel olarak daha ilgili olan olayları daha kolay hatırlama eğilimine sahiptir (McMahon, 2005: 18-19). Örneğin, bir birey orta yaşlı insanların kalp krizi geçirme riskini çevresinde bu tür olayları yaşayanları hatırlayarak değerlendirme yoluna gidiyorsa bu davranış mevcudiyet eğilimine sahip olduğunu göstermektedir (Tversky ve Kahneman, 1974: 1127).

Mevcudiyet eğilimi, bireylerin finansal kararları üzerinde de etkili olmaktadır. Bu davranışa sahip bireyler potansiyel olarak faydalı yatırımları yeterince bilgi sahibi olmamaları sebebiyle görmezden gelmekte veya detaylı araştırmalardan kaçınarak hazır bilgilere dayanarak karar vermektedir (Pompian, 2006: 98). Örneğin, arkadaşınızın bilgi sahibi olmadığınız bir şirketin pay senetlerine yatırım yapmanızı söylediğini varsayalım. Eğer şirket hakkında detaylı bir araştırma yapmak yerine, arkadaş tavsiyesi ile yatırım yapıyorsanız mevcudiyet eğilimine sahip olma olasılığınız yüksektir (Güngör ve Demirel, 2018: 108).

Mevcudiyet eğiliminin çeşitli kategorileri mevcuttur. Bu kategorilerden özellikle dört tanesi bireylerin yatırım ile ilgili kararları üzerinde etkili olmaktadır (Pompian, 2006: 95-98):

- **Elde edilebilirlik:** Bireylerin reklamlar, yatırım danışmanları veya yakın çevresinin önerileri ile sahip olduğu bilgilere dayanarak yatırım kararı almalarını ve disiplinli bir araştırma veya gerekli özeni göstermemelerini ifade etmektedir.
- **Sınıflandırma:** Bireyler zihinlerinde mevcut olan kategorik listelere dayalı yatırımları seçme eğilimindedir. Dolayısıyla bireylerin kolay hatırlamadıkları diğer kategoriler göz ardı edilecektir.
- **Deneyimin dar aralığı:** Bireyler çalışma alanları, yaşadıkları bölge ve ilişkide oldukları insanlar gibi hayat deneyimlerinin dar aralığına uygun olan yatırımları seçme eğilimindedir.
- **Rezonans veya Yankılaşım:** Bireyler kendi kişiliklerine uygun veya kendi davranışları ile ilişkilendirebilen özelliklere sahip yatırımları seçecektir.

Mevcudiyet eğiliminin üstesinden gelmek için, bireyler akla kolayca gelen bilgilere dayanarak karar vermek yerine detaylı bir araştırma sonucu karar vermelidir. Çünkü hatırlamanın kolaylığına dayanarak verilen bir karar istenilen sonuçları doğurmayabilir. Kısacası, bireyler zihinlerinin yanıltılabileceğinin farkında olmalıdır.

1.2.2.1.6. Hataları Yanlış Değerlendirme Eğilimi

Hataları yanlış değerlendirme veya kendine atfetme eğilimi, bireylerin başarılarını kişisel yetenek ve öngörülerine, başarısızlıklarını ise kötü şans gibi dış etkenlere bağlamasını ifade etmektedir. Örneğin, sınavda başarılı olan bir öğrenci, başarısını kendi zekasına ve çalışma ahlâkına bağlarken, başarısız olması halinde ise haksız not aldığını ifade ediyorsa kendine atfetme eğilimi sergilemektedir (Pompian, 2006: 104).

Bireyler günlük hayatta olduğu gibi, finansal kararlar alırken de hataları yanlış değerlendirme eğiliminden kaynaklanan davranışlar sergilemektedir. Eğer bir kararın sonucu başarılı ise kendi yetenek ve becerilerine, kötü bir şekilde sonuçlanmış ise kötü şansa atfedilmektedir. Bireyler özellikle daha fazla başarı elde ettikçe, başarı büyük bir şanstın kaynaklansa da bu başarıyı kendi yetenek ve becerilerine daha fazla atfetme eğilimine sahip olacaktır (Nofsinger, 2014: 20). Dolayısıyla bu davranış bireylerin hatalarını ve bu hataların sebep olacağı olumsuzlukları fark etmesine engel olmakta ve hatalarından ders almadıkları için aynı hataları tekrarlama ihtimalleri de daha yüksek olmaktadır (Özan, 2010: 83).

1.2.2.1.7. Kontrol Yanılsaması Eğilimi

Kontrol yanılsaması, bireylerin üzerinde herhangi bir kontrolü olmayan olayların sonucuna etki edebileceğine olan inancı ifade etmektedir (Montier, 2007: 22). Bir başka deyişle, bireylerin sonuçları kontrol edebileceklerine veya en azından etkileyebileceklerine inanma eğilimidir (Pompian, 2006: 111)

Kontrol yanılsaması, aşırı güven eğiliminin bir gerçeği olarak karşımıza çıkmaktadır (Ajmal, Mufti ve Shah, 2012: 101). Çünkü bireyler sonuçları kontrol edebileceğine inandığı an daha fazla aşırı güvene sahip olmaktadır. Fakat bireyler becerileri sonucu ortaya çıkan başarıları kontrol edebilir iken, tesadüfi veya şans sonucu ortaya çıkan başarıları kontrol edemeyeceklerinin farkında değildir. Dolayısıyla, bireyler

genellikle şansı beceriden ayırt etme hususunda başarılı olamamakta ve bunun sonucu olarak da kontrol yanılması ortaya çıkmaktadır (Döm, 2003: 65).

Kontrol yanılması, bireylerin daha fazla bilgiye sahip olduğu inancı ile kendine aşırı güvenmesi sonucu alınan kararların rasyonel tercihlerden uzaklaşmasına yol açmaktadır (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011: 262). Bireylerin kararları sonucu başarı elde etmesi olayları ve sonuçları kontrol edebileceğine ilişkin yanlış bir inanç doğurmaktadır. Özellikle, üst üste elde edilen başarılı finansal kararlar sonucu birey bu başarıyı kendi öngörü ve yeteneklerine bağlamaktadır. Başarısızlığı ise kötü şans veya başkalarının hatalı kararlarına bağlayarak unutma eğilimi sergileyebilmektedir (Aren, 2019: 6). Dolayısıyla bu eğilim, bireylerin yatırım ile ilgili analiz, risk yönetimi ve ticari kârlarında kötü performansa sahip olmalarına ve sonuçta düşük kazançlar elde etmelerine yol açabilmektedir (Ajmal, Mufti ve Shah, 2012: 101).

1.2.2.1.8. Muhafazakârlık Eğilimi

Muhafazakârlık eğilimi, bireylerin yeni bilgileri kabul etmek yerine önceki görüşlerine veya tahminlerine bağlı kaldıkları zihinsel bir süreci ifade etmektedir (Pompian, 2006: 119). Bir başka deyişle, bireyler yeni bilgilere karşı önceki inançlarına bağlı kalmaktadır (Byrne ve Brooks, 2008: 1)

Bireyler bir şeyler değiştiğinde meydana gelen değişikliklere muhafazakârlık eğilimi sebebiyle beklenenden az tepki vermektedir (Ritter, 2003: 5). Dolayısıyla bu eğilim, bireylerin eski bilgilerini güncelleyerek hareket etmek yerine elde ettiği yeni bilgilere yetersiz tepki vermesine ve önceki tahminlerinden elde edilen izlenimleri sürdürmesine yol açmaktadır (Pompian, 2006: 119).

Ekonomi ve finans dünyası doğası gereği bireyleri, konfor alanının dışına çıkması noktasında zorlamaktadır. Fakat muhafazakârlık eğilimi, yeniliklere açık olmayan ve konfor alanının dışına çıkmak istemeyen bireylerde sık olarak görülmektedir (Yüksel, Ubay ve Çağlayan, 2020: 298). Bu eğilime sahip bireyler, finansal kararları ile ilgili

değişikliklere başvurmadan çekinmektedir. Çünkü bireyin önceden verdiği kararlar ile çelişen yeni bilgilere karşı izlenilen bu eğilim bireyin finansal kararlarında geç kalmasına, güncel fırsatları kaçırmaya, risk almada isteksiz olmasına yol açabilmektedir. Ayrıca, bu eğilim bireyin daha önce benimsediği önyargılar çerçevesinde bilgi arayışına girmesine sebep olmaktadır (Yüksel, Ubay ve Çağlayan, 2020: 298). Bireylerin finansal kararları üzerinde etkili olan muhafazakârlık eğiliminden kaçınmanın yolu değişime açık olmaktan geçmektedir. Bireyler gerektiğinde finansal kararları ile bilgileri gözden geçirmeli, risk alabilmeli ve değişimden korkmamalıdır.

1.2.2.1.9. Belirsizlikten Kaçınma Eğilimi

Karar verme, doğası gereği birden fazla seçenek içinden belirli bir seçeneği seçme sürecidir (Bayar, 2011: 134). Belirsizlikten kaçınma eğilimi, karar verme sürecinde yeterli bilginin olmadığı veya belirsiz ve kompleks bir yapının olduğu, değişimlerin hızlı ve tahmininin zor olduğu durumlarda bireylerin sıklıkla yaşadığı bir eğilimdir (Saka, 2018: 89). Bu eğilim, bireylerin belirsizlik içeren durumlar karşısında yaşadığı tereddüdü ifade etmektedir (Pompian, 2006: 129).

Bireyler finansal karar verme sürecinde yeterli bilgiye sahip olmadığı çok sayıda finansal ürün ve hizmet ile karşı karşıyadır. Dolayısıyla finansal karar süreci zor bir süreçtir. Bireyler finansal karar alırken sonuçlarına ilişkin belirsizliklerin olduğu durumlar ile sıklıkla karşılaşmaktadır (Bayar, 2011: 134). Bu yüzden belirsizlikten kaçınma eğilimine sahip bireyler, önceden bilinen, aşina olunan ve güvenilir olduğunu düşündükleri finansal ürünleri tercih etme eğiliminde olacaktır. Bu durum, bireylerin belirli bir finansal varlık tabanında uzun süre kalmasına, satın alma gücünde kayba uğramasına ve daha pek çok sonuç ile birlikte finansal kararlarının muhafazakâr bir yapıya sahip olmasına yol açabilmektedir. Bireylerin finansal kararları ile ilgili sergiledikleri bu tutum, sınırlı çeşitlendirme yapılmasına ve daha fazla getiri imkânından mahrum kalınmasına sebep olmaktadır. Belirsizlikten kaçınmanın üstesinden gelmenin anahtarı eğitimidir. Yeterli bilgiye sahip olmayan dolayısıyla başka bir alana yönelik verilen bir

finansal kararın sonuçlarına dair olası faydalarını tahmin edemeyen, sadece bilinen bazı finansal varlıklar ile ilgili kararlar alan bireyler diğer seçeneklere yönelmenin faydalı bir eylem olabileceği hakkında bilgilendirilmelidir (Pompian, 2006: 134-138).

1.2.2.1.10. Zihinsel Muhasebe Eğilimi

Zihinsel muhasebe, bireylerin hayatında işletmeler tarafından kullanılan muhasebe sistemine benzer bir rol oynamaktadır. Muhasebe, işletmeler tarafından gerçekleştirilen finansal işlemlerin defterlere kaydedilmesi, özetlenmesi, sonuçların analiz edilmesi, doğrulanması ve raporlanmasını ifade etmektedir. Bireylerde tıpkı işletmeler gibi finansal faaliyetleri sonucu paralarının nereye gittiğini takip etmek, harcamalarını kontrol etmek amacıyla zihinsel bir muhasebe sistemi kullanmaktadır. Bu kapsamda, zihinsel muhasebe bireylerin finansal faaliyetlerini düzenlemek, değerlendirmek ve takip etmek için kullandıkları bilişsel bir eğilimi ifade etmektedir (Thaler, 1999: 183-184).

Bireyler finansal faaliyetleri ile ilgili kararlar alırken sıklıkla zihinsel muhasebeye başvurmaktadır. Zihinsel muhasebe, bazen faydalı bir araç olarak karşımıza çıkmakla birlikte genellikle kötü kararlara yol açmaktadır. Çünkü zihinsel muhasebe, bireylerin paralarını farklı kategorilere veya farklı hesaplara ayırmalarına sebep olmaktadır (Ariely ve Kreisler, 2020: 60-61).

Bireyler paralarını gıda, kira, elektrik, eğlence gibi ihtiyaçlarına göre zihinsel olarak ayırmaktadır (Veeraraghavan, 2010: 111). Örneğin, bireyler evde yemek yeme ile restoranda yemek yeme faaliyetlerini birbirinden ayrı düşündükleri için evde daha ucuza yiyecekleri bir yemeğe dışarıda daha fazla ödemeye razı olmaktadır. Fakat, bireyler restoranda daha pahalı olan yemeği evde yemeği tercih edip, restoranda ise evde yedikleri basit bir yemeği tercih etseler tasarruf etme imkânına sahiptir. Bu durum, bireylerin yemek ve eğlence için ayrı birer bütçe oluşturarak zihinsel bir ayırma gitmesinden kaynaklanmaktadır (Ritter, 2003: 4).

Zihinsel muhasebe kaynaklı kötü kararlara ilişkin örneklerden biri de kredi kartı ve nakit ödeme konusundadır. Bireyler kredi kartı kullandıklarında nakit ödemeye göre daha fazla para harcamakta, daha pahalı şeyler almakta ve daha fazla bahşış bırakmaktadır (Ariely ve Kreisler, 2020: 10). Bu durum, bireylerin zihinsel olarak kredi kartı ile nakit ödemeyi farklı değerlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Zihinsel muhasebenin bireylerin ekonomik faaliyetleri üzerinde yol açtığı etkilerden biri de düzenli gelirleri ile beklenmeyen bir şekilde elde edilen gelirleri farklı görmelerine yol açmasıdır. Bu durum, bireylerin düzenli olarak elde ettikleri maaşları üzerinden tasarruf etmelerine engel olurken, beklenmeyen bir şekilde elde edilen ikramiye, vergi iadesi gibi gelirlerini ise tasarruf veya yatırıma yönlendirmelerine sebep olmaktadır. Bunun sebebi, bireylerin beklenmeyen bir şekilde elde ettikleri kazançları servet zihinsel hesabında, maaşlarını ise tüketim zihinsel hesabında tutmalarıdır. Bireyler tüketim için ayırdıkları zihinsel hesaptan tasarruf yapmakta ise zorlanmaktadır. Zihinsel muhasebe, bireylerin yatırımlarına ilişkin ayrı zihinsel hesaplar kullanmasına yol açarak yatırım kararları üzerinde de etkili olmaktadır (Nofsinger, 2014: 63-64). Zihinsel muhasebe, yatırımlar ile ilgili riskin yanlış algılanmasına yol açarak yüksek risk alınmasını, düşük çeşitlendirmeyi ve düşük getirileri beraberinde getirmektedir (Döm, 2003: 118).

Zihinsel muhasebe, bireyler için kontrol mekanizması oluşturarak bir fayda da sağlayabilmektedir. Örneğin, birey emeklilik için yatırımına ilişkin zihinsel bir hesap ve ev almak için yatırımına ilişkin ayrı bir zihinsel hesap oluşturabilir. Bu şekilde yapılan bir ayırım, her amaca ilişkin ilerlemenin daha kolay ölçülmesini sağlamaktadır (Baker ve Nofsinger, 2002: 106).

Zihinsel muhasebe, bireylerin zihinsel sınırları düşünüldüğünde faydalı bir uygulama olabilir. Fakat bireyler parayı zihinsel kategorilere ayırarak, para ile ilgili kararlarını söz konusu kategorilerin kontrol etmesine izin vermemelidir. Çünkü harcanan, tasarruf edilen, yatırım yapılan paranın tamamı size ait olan paradır. Dolayısıyla, bireyler paranın bulunduğu kategoriyi dikkate almak yerine paranın para olduğunu yani bir bütün olduğunu ve kendi parası olduğunu unutmamalıdır. Kategorilere bölmek paranın

mübadele edilebilir olma özelliğini ihlal ederek, paranın temel faydasından mahrum kalınmasına yol açmaktadır (Ariely ve Kreisler, 2020: 65-67).

1.2.2.1.11. Doğrulama Eğilimi

Doğrulama eğilimi, bireylerin inançlarını destekleyen fikirlere önem verirken, inançları ile çelişen fikirleri değersizleştiren bir tür seçici algıyı ifade etmektedir (Pompian, 2006: 187). Bu eğilim, bireylerin hatalı yargılara varmasına yol açmaktadır. Örneğin, öğretmen başlangıçta bir öğrencinin başka öğrencilerden daha zeki olduğu inancına sahipse, öğrencinin daha sonraki performansını yorumlarken bu inancını doğrulama eğiliminde olacaktır (Rabin, 1998: 26).

Doğrulama eğilimi, bireylerin inanmak istedikleri durumlara kendilerini ikna etme konusunda doğal bir yeteneğe sahip olmasından kaynaklıdır. Örneğin, doğrulama eğilimine sahip bir birey yaz aylarında evinin önünden yılın diğer zamanlarına göre daha fazla kırmızı otomobilin geçtiğine inanabilir. Bu inanç, yaz aylarında daha fazla kırmızı araba görmesinden, diğer aylarda ise onları gözden kaçırmamasından kaynaklı olabilir. Bu eğilim, zaman içinde yersiz bir şekilde kırmızı arabaların yaz aylarında yoğunlaştığına olan inancı güçlendirecektir (Pompian, 2006: 187).

Doğrulama eğilimi, bireylerin karar verirken görüşlerini doğrulayan bilgilere daha fazla önem vermesine, görüşlerini doğrulamayan bilgilere ise daha az önem vermesine yol açarak (Shefrin, 2001: 5), bireylerin yeni bilgileri genellikle daha az dikkate almasına ve hatalı yatırım kararlarına sebep olmaktadır. Örneğin, birey bir yatırım stratejisinin diğerinden daha kazançlı olduğuna inandıktan sonra, stratejisinin hatalı olduğunu gösteren bilgilere daha az dikkat verme eğilimi sergileyecektir (Rabin, 1998: 26).

Bireyler doğrulama eğiliminden kaçınmak için görüş ve düşüncelerinin doğruluğunu ölçmek amacıyla karşıt görüş ve düşüncelerin savunmasını yapmalı, deyimisel bir ifade ile “şeytanın avukatını oynamalı”, dürüst ve objektif olmalı, görüş ve düşüncelerini doğrulamayan bilgilere açık olmalı ve bilgileri uygun titizlik ve analiz ile

incelemeli, görüş ve düşüncelerini doğrulamayan sorular sormalıdır (Rappaport ve Mauboussin, 2001: 6).

1.2.2.1.12. Geri Görüş Eğilimi

Geri görüş eğilimi, bir olay gerçekleştiğinde öngörülebilir olmasa da olayın önceden öngörülebilir olduğunu algılamaya yönelik bilişsel bir eğilimdir. Daha basit bir şekilde, geri görüş eğilimi “başından beri biliyordum” (I knew it all along) olarak ifade edilmektedir (Pompian, 2006: 199). “Geri görüş eğilimi”ni veya “başından beri biliyordum” etkisini ilk ortaya koyan kişi Baruch Fischhoff olmuştur (Kahneman, 2011: 235).

Geri görüş eğilimi, bireylerin içinde yaşadığı dünyayı olduğundan daha öngörülebilir görmesine yol açmaktadır (Kahneman ve Riepe, 1998: 55). Bu eğilim, özellikle doktorlar, finans danışmanları, CEO’lar, sosyal hizmet görevlileri, politikacılar gibi başkalarına vekâleten hizmet sağlayan karar alıcılar açısından olumsuz bir etkiye sahiptir. Çünkü bireyler kötü sonuçlanan iyi kararlar için karar alıcıları suçlamaya ve karar ile ilgili sonuç ortaya çıktıktan sonra açık bir şekilde görünen hareketler için karar alıcıları pek az takdir etme eğilimine sahiptir. Bir başka deyişle, bireyler açık bir şekilde sonuca bakarak karar verme eğilimi sergilemektedir (Kahneman, 2011: 236).

Geri görüş ile ilgili Baruch Fischhoff ve Ruth Beyth’in ortaya koyduğu bir çalışmada, ABD Başkanı Richard Nixon’ın 1972’de Çin ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği ziyaretinin çeşitli olası sonuçlarının olasılıkları üzerine bir anket gerçekleştirmiştir. Çalışmada, katılımcılar sonuçları belirli bir süre sonunda bilinecek olan ziyaretin on beş olası sonucunu tahmin etmektedir. Katılımcılardan ziyaret tamamlandıktan bir süre sonra kendi tahminlerini olabildiğince doğru bir şekilde hatırlamaları istenmiştir. Sonuçta, katılımcıların gerçekleşen olaylar için hatırladıkları olasılıklar, başlangıçta atanan olasılıklardan genellikle daha yüksek iken, gerçekleşmemiş olaylar için daha düşük olduğu gözlenmiştir (Fischhoff ve Beyth, 1975). Siyasi hayatta, bireylerin bir politikacı seçimi kazandıktan sonra baştan beri söz konusu politikacının

kazanacağını belli olduğunu ifade etmeleri (Rabin, 1998: 30) de geri görüş eğilimine ilişkin bir başka örnektir.

Finansal piyasalarda, uzmanlar olaylar gerçekleştikten sonra kendi tahminleri olmasa dahi olayların sonuçlarını kaçınılmaz olarak yorumlama eğilimine sahiptir (Döm, 2003: 78). Örneğin, birçok kişi 2008 krizinin çıkacağını önceden bildiğini ifade etmektedir. Bu cümlede, en önemli sözcük bilmektir. Bilinen şey doğru ve kanıtlanabiliyorsa bilebiliriz. Dolayısıyla, bu kişiler kriz çıkacağını düşünmüş olabilir, fakat bilmemişlerdir. Kriz yaşandığı için, şu anda krizi önceden bildiklerini söylemektedirler. Dolayısıyla, bireylerin gerçekleşen olaylar ışığında geçmişe dönük fikirlerini değiştirmesi güçlü bir bilişsel hata olarak karşımıza çıkmaktadır (Kahneman, 2011: 233-236). Geri görüş bireylerin yatırımları ile ilgili finansal kararlarında, makul riskli girişimlerin zihinlerinde aptalca bir hata olarak düşünülmesine yol açmaktadır. Örneğin, bir hisse senedi değer kaybettiğinde, bu eğilim sebebiyle kaybın kaçınılmaz olduğu ve finans danışmanının hisse senedini satmayı önermesi gerektiği düşünülmektedir (Kahneman ve Riepe, 1998: 55). Sonuç olarak, bireyler olayları önceden bilemeyeceklerinin farkında olmalı ve sonuca bakarak karar verme eğiliminin tuzağına düşmemelidir (Kahneman, 2011: 241-242).

1.2.2.1.13. Sonralık Eğilimi

Sonralık eğilimi, bireylerin yakın veya uzak geçmişte meydana gelen olaylara göre en son gerçekleşen olayları daha belirgin bir şekilde hatırlamasına yol açan bilişsel bir eğilimdir. Bu eğilim, yakın zamana dair hatırlanan bilgileri ayrıcalıklı kılarak hafızada taze olmayan olayların ve gözlemlerin ihmal edilmesi sonucunu doğurmaktadır (Pompian, 2006: 216-218).

Bireylerin finansal kararları üzerinde sonralık eğiliminin etkili olduğu görülmektedir. Bu eğilim, bireylerin yatırımları ile ilgili geleceğe yönelik tahminlerinde genellikle yetersiz olan son verilere dayanarak tahminde bulunmasına sebep olmaktadır (Pompian, 2006: 225). Sonralık eğiliminden kaynaklı olarak bireyler, finansal bir analistin

başarısını değerlendirirken de geçmiş performansından ziyade en son başarı ya da başarısızlığını dikkate almaktadır (Döm, 2003: 87). Sonuç olarak, bireylerin sonralık eğiliminin olumsuz etkilerine maruz kalmaması için sadece en yakın geçmişe değil, aynı zamanda uzak geçmişe de odaklanmaları daha sağlıklı kararlar vermelerini sağlayacaktır.

1.2.2.1.14. Çerçeveleme Eğilimi

Bireylerin kararları üzerinde olay veya durumların ifade ediliş biçimi etkili olmaktadır. Çerçeveleme eğilimi, karar vericilerin bir seçimin sunulduğu çerçeveye bağlı olarak çeşitli durumlara farklı şekillerde yanıt verme eğilimini ifade etmektedir (Pompian, 2006: 237).

Aynı problem farklı şekillerde çerçevelendiğinde bireylerin tercihlerinde farklılıklar ortaya çıktığı gözlenmiştir. Tversky ve Kahneman, hayatta kalma ve ölüm olmak üzere iki farklı çerçevede sunulan fakat aynı sonucu veren bir deney kapsamında çerçeveleme etkisini incelemiştir. Deney kapsamında 152 kişiden oluşan ilk deney grubuna ABD’de 600 kişinin ölümüyle sonuçlanabilecek bir Asya hastalığının ortaya çıkması durumunda hastaların tedavisinde A ve B olmak üzere iki program uygulanması halinde karşılaşılabilecek sonuçlar şu şekilde ifade edilmiştir. Hastaların tedavisinde A programı uygulanırsa 200 kişi kesinlikle kurtulacak iken, B programı uygulanırsa üçte bir ihtimalle hastaların hepsi kurtulacak, ama üçte iki ihtimalle hiç kimse kurtarılamayacaktır. Daha sonra 155 kişiye uygulanan ikinci deneyde ise, hastaların tedavisinde C ve D olmak üzere iki program uygulanması halinde karşılaşılabilecek sonuçlar şu şekilde ifade edilmiştir. Hastaların tedavisinde C programı uygulanırsa 400 kişi ölecek iken, D programı uygulanırsa üçte bir ihtimalle kimse ölmeyecek, ama üçte iki ihtimalle hepsi ölecektir. İlk deney kapsamında, katılımcıların %72’si A programını ve %28’i B programını, ikinci deney kapsamında ise %22’si C programını ve %78’i D programını seçmiştir. İki deney grubuna yöneltilen soruların sonuçları özdeş ($A=C$, $B=D$) olmakla birlikte, aralarındaki tek fark ilk deney grubuna hayatta kalma, ikinci deney grubuna ise ölüm çerçevesinde sunulmasıdır (Tversky ve Kahneman, 1981: 453).

Çerçeveleme, bireylerin satın alma kararları üzerinde de etkili olan bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, şeker oranları aynı olan iki içeceğin “%5 şeker içermektedir” ve “%95 şeker içermemektedir” şeklinde iki farklı çerçevede sunulması tüketicilerin satın alma kararını etkileyecektir. Dolayısıyla, şeker oranlarının aynı olduğu görülse de ifade ediliş tarzı tüketiciler üzerinde etkili olacaktır (Yüksel, Ubay ve Çağlayan, 2020: 296).

Çerçeveleme, bireylerin kazançları içeren olay veya durumlarda genellikle riskten kaçınmasına, kayıpları içeren olay veya durumlarda genellikle risk almasına yol açmaktadır (Tversky ve Kahneman, 1981: 453). Örneğin, yeni bir politikanın kayıp olarak çerçevelenmesi (yüzde 10 işsizlik ile sonuçlanacaktır) ile kazanç olarak çerçevelenmesi (yüzde 90 istihdam ile sonuçlanacaktır) farklı risk alma davranışlarına yol açacaktır. Kayıp şeklinde çerçevelenen bir sonuç, kazanç olarak çerçevelenen sonuca kıyasla daha fazla risk alma ile sonuçlanacaktır (Miles, 2012: 202).

Çerçeveleme, pek çok alanda olduğu gibi finansal alanda da etkili olan bir eğilimdir. Finansal karar aşamasında olan bir bireye, birbirine benzeyen A ve B şeklinde iki portföyden Portföy A ile finansal hedeflerine ulaşma ihtimalinin yüzde 70, Portföy B ile finansal hedeflerine ulaşamama ihtimalinin yüzde 30 olduğu ifade edilmiştir. Bu durumda çoğu insan gibi, birey Portföy A’ya yatırım yapmayı seçecektir (Pompian, 2006: 242).

Yukarıda verilen örneklerden görüleceği üzere, bireyler çerçeveleme etkisi sebebiyle hatalı seçimlerde bulunabilmektedir. Bu etkinin üstesinden gelebilmek için olay veya durumlar yeniden çerçevelenebilir. Fakat bireyler yeniden çerçevelemek çaba isteyen bir süreç olduğu için genellikle çerçevelenen şekliyle kabul etme eğilimindedir. Dolayısıyla, bireylerin seçimleri sunulan çerçeve ile sınırlı kalmaktadır (Kahneman, 2011: 425).

1.2.2.1.15. Aşına Olma Eğilimi

Aşına olma eğilimi, bireylerin kendilerine daha tanıdık gelen durum ve olguları tercih etmesini ifade etmektedir (Nofsinger, 2014: 87). Bireyler günlük hayatlarında karar verirken sıklıkla aşına olanı tercih etme eğilimi sergilemektedir. Örneğin, çamaşır deterjanı almak için markete giden birey birçok çeşitli marka ile karşılaştığında en tanıdık olanı tercih edecektir. Bireyin davranışı büyük olasılıkla televizyon reklamlarında sıklıkla duyduğu veya gördüğü markanın tanıdık gelmesinden kaynaklanmaktadır (Aronson, 2008: 69).

Bireyler finansal kararlar verirken bildikleri alanları tercih etme eğilimindedir. Bu kapsamda, bireyler paralarını uluslararası alanlarda değerlendirmek yerine genellikle kendi ülkelerinde değerlendirme eğilimindedir. Ülke önyargısı olarak ifade edilen bu durum bireylerin sadece bilinen alanlara yatırım yapmayı tercih etmesini ifade etmektedir. Çünkü bireylerin paralarını bildikleri alanlara yönlendirerek yatırım yapması kendilerini daha rahat hissetmelerini sağlamaktadır (Huberman, 2000: 2). Aşinalık, bireylerin bildikleri, tanıdıkları varlıkları daha çekici hale getirdiği için bu varlıklara daha fazla yatırım yapmasına, hakkında bilgi sahibi olmadığı belirsiz görünen varlıklara ise daha az veya hiç yatırım yapmaması sonucunu doğurmaktadır (Barberis ve Thaler, 2003: 1100). Dolayısıyla, bireylerin aşına olma eğilimi sebebiyle bildikleri, tanıdıkları alanlara daha fazla yatırım yapması ağırlıklı olarak yerel yatırımlara, daha düşük çeşitlendirmeye ve daha yüksek risk almaya yol açmaktadır (Nofsinger, 2014: 93).

Sonuç olarak aşına olma eğilimi, bireylerin rasyonel olmayan tüketici tercihlerine veya finansal kararlar vermesine sebep olmaktadır. Çünkü bireylerin her zaman bilineni tercih etmesi kendilerine en fazla faydayı veya getiri sağlayan seçeneği tercih ettiği anlamına gelmemektedir. Dolayısıyla, bireyler aşına olunanı tercih etmenin her zaman en iyi seçenek olmadığı bilincine vararak karar vermelidir.

1.2.2.2. Duygusal Eğilimler

Geleneksel yaklaşımların ihmal ettiği insani duygular verilen kararları etkilemektedir. Çünkü insan doğası gereği akıl ve duygunun bileşimi ışığında karar verme sürecini şekillendirmektedir.

Finansal kararların alınmasında önemli bir role sahip olan duygusal eğilimler, karar verme sürecinin duygusal etmenler tarafından etkilenmesini ifade etmektedir (Hamurcu ve Aslanoğlu, 2016: 35). Bu bölümde, bireylerin finansal kararları üzerinde etkili olan duygusal eğilimler literatürden hareketle sahiplenme, otokontrol, aşırı iyimserlik, kayıptan kaçınma, pişmanlıktan kaçınma ve statükoyu koruma şeklinde ele alınacaktır.

1.2.2.2.1. Sahiplenme Eğilimi

Sahiplenme, bireylerin hayatını istila ederek pek çok şeyi şekillendirmektedir. Bireyler hayatlarının önemli bir bölümünü bazı şeylerin sahipliğine adanmaktadır. Dolayısıyla, sahip olma konusunda doğru kararlar verebilmek önemlidir (Ariely, 2008: 146).

Bireyler sahip olduğu şeylere, sahip olmadıklarına göre daha fazla değer atfetmektedir (Thaler, 1980: 44). Bireylerin sahiplenme hissini artıran bazı etkenler vardır. Bireyler herhangi bir şey için çaba harcadıkça daha fazla sahiplik hissetmektedir. Aynı zamanda, bireyler çaba harcamadan da sahiplenebilmektedir (Ariely ve Kreisler, 2020: 144-145).

Gerçekleştirilen bir deneyde katılımcıların bir kısmına deneyi yürüttükleri üniversitenin simgesini taşıyan kahve kupaları gelişigüzel dağıtılmıştır. Kupa dağıtılan ve dağıtılmayan katılımcılardan kupayı incelemeleri ve alışveriş yapacakları fiyatı belirtmeleri istenmiştir. Kupa sahiplerinin ortalama satış fiyatı, kupa sahibi olmayanların ortalama alış fiyatının iki katı kadar olduğu gözlenmiştir (Kahneman, 2011: 340-341). Bu durum, bireylerin çaba göstermeden de sahiplik hissettiklerini ve kupaya verdikleri değeri

abarttıklarının göstergesidir. Bireyler bir şeye sahip olmadan sahip olmuş gibi hissedebilmektedir. Bu durum sanal sahiplik olarak ifade edilmektedir. Örneğin, ihale usulü ile satışa çıkan bir ev için pazarlık süresi uzadıkça ihaleye katılanların başlangıçta ödemeye razı olduklarından daha fazla ödemeye hazır oldukları gözlenmiştir. Bu durum, zaman geçtikçe ihaleye katılanların eve sahip olmaları durumunda yaşayacaklarını hayal ederek sanal sahiplik hislerinin artması ve eve verilen değerın yükselmesinden kaynaklanmaktadır. Ürün ve hizmetler ile ilgili reklamlarda sanal sahiplik hissi oluşturmaktadır. Reklamların yol açtığı hayaller sahiplik hissi oluşturarak bireyleri para ödemeye istekli hale getirmektedir. Bedava ya da ucuz olarak sunulan deneme teklifleri de sahiplenme hissini artıran etkenlerden biridir. Çünkü bir şeye sahip olmak hiç sahip olmamaya kıyasla daha fazla değer verilmesine yol açmaktadır. Deneme teklifleri sunan şirketler (Kablo TV paketi, internet, ev telefonu, vs.) deneme süresinin sahiplik hissini ve verilen değeri arttıracığının farkındadır. Nitekim, bireyler deneme süresi sonunda genelde iptal etmeyip kullanmaya devam etmektedir. Sunulan ürün veya hizmetin fiyatının artması bile kullanmaya engel olmamaktadır. Bireyler ürün veya hizmete sahip olmayı sürdürebilmek için fazla ödemeye razı olmaktadır (Ariely ve Kreisler, 2020: 144-148). Finansal piyasalarda ise, bireylerin satın aldıkları veya miras kalan menkul kıymetleri ellerinde tutmalarına yol açmaktadır (Pompian, 2006: 143).

Bireylerin sahip oldukları şeylere duygusal olarak bağlanması, kazançtan ziyade kayba odaklanmaları ve diğer bireylerin sahip olunan şeylere aynı bakış açısından baktığını düşünmeleri sağlıklı kararlar verilmesini engellemektedir (Ariely, 2008: 146-147). Bu yaklaşımların aksinin sergilenmesi sahiplenme eğiliminin olumsuz etkilerini hafifleterek sağlıklı kararlar verilmesine katkı sağlayabilir.

1.2.2.2.2. Otokontrol Eğilimi

Bireyler yaşamları boyunca bugünü daha eğlenceli ve geleceği daha iyi yapacak kararlar ile ilgili bir mücadele içindedir. Bireylerin verdiği pek çok karar bu mücadele için

dengeinin sağlanmasını gerektirmektedir (Nofsinger, 2014). Bu dengeinin sağlanmasını zorlaştıran ise otokontrol eksikliğidir.

Bireyler günlük yaşamları içerisinde diyet yapmaya, sigarayı bırakmaya, erken kalkmaya, spor yapmaya, sosyal medyada az vakit geçirmeye yönelik pek çok alanda karar verirken uygulama da kontrol sorunu ile karşı karşıya kalmaktadır. Bireyler faydalı olduğu bilinen pek çok şeyi şu anki haz için ertelemeyi tercih etmektedir. Çünkü bireylere şu an geleceğe göre daha cazip gelmektedir. Şu andaki ve gelecekteki seçimler arasındaki temel fark, geleceğe dair seçimlerde yer almayan duygu faktörünün şu an ki seçimlerde devrede olmasıdır (Ariely ve Kreisler, 2020: 225-227).

Bireyler günlük yaşamları içerisinde kontrol ile ilgili yaşadığı sıkıntıları finansal kararların uygulamasında da sıklıkla yaşamaktadır. Finansal açıdan otokontrol eğilimi, bireylerin yarın için tasarruf etmek yerine bugün tüketim yapmasına yol açan bir eğilimdir (Pompian, 2006: 150). Geleceğe yönelik tasarruf etmek şu an ve gelecek arasındaki duygusal farkın en bariz örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle emeklilik için tasarruf etme konusunda bu fark çok daha barizdir. Bireylerin emeklilik için tasarruf ederken gelecek adına şu an somut bazı şeylerden fedakârlık etmeleri gerekmektedir. Bireylerin bu fedakârlığı duygusal olarak bağ kuramadıkları gelecek için yapmaları ise zordur. Dolayısıyla, otokontrol eğiliminin olumsuz etkilerini hafifletmek için şu an ki zamanın cazibesi yerine geleceğe odaklanmaları gerekmektedir. Ayrıca, emeklilik birikimleri ve tasarrufları ile ilgili kontrol sorununu aşmak için bunları otomatik bir seçenek haline getirebilirler. Bireyler harcamaları nakit yerine kredi kartı ile yaptığı zaman da kontrol sorunu yaşamaktadır. Bireyler harcamaları için kredi kartı yerine nakit kullanarak, kredi kartına limit koyarak ya da sadece banka kartı kullanarak kontrol etme becerilerini arttırabilirler (Ariely ve Kreisler, 2020:229-276).

1.2.2.2.3. Aşırı İyimserlik Eğilimi

Aşırı iyimserlik, olumlu bir sonucun ortaya çıkma olasılığını abartmayı veya olumsuz bir sonucun ortaya çıkma olasılığını hafife almayı ifade etmektedir. Bu kapsamda

aşırı iyimserliğin tehlikeli ve sağlıksız kararlara yol açabileceği ifade edilmektedir (Puri ve Robinson, 2007: 76). Örneğin, iyimser bireyler hastalık, boşanma veya bir suça kurban olma ihtimallerinin daha düşük olduğunu düşünme eğilimindedir (Nofsinger, 2014: 113).

Aşırı iyimserlik, aşırı güven ile ilişkili olsa da ikisi birbirinden farklı psikolojik eğilimleri ifade etmektedir. Aşırı güven, özel bilgilerin doğruluğuna çok fazla ağırlık vermeyi ve bireyin becerilerine olan aşırı inancı içermektedir. Aşırı güvenden kaynaklanan aşırı iyimserlik ise gelecekteki olayların gerçekte olacağından çok daha fazla olumlu olacağına ilişkin inancı içermektedir (Dowling ve Lucey, 2010: 16). Aşırı iyimserliği etkileyen psikolojik eğilimlerden biri de bireyin içinde bulunduğu ruh halidir. Eğer birey iyi bir ruh halinde ise geleceğe yönelik beklentileri daha iyimser olmakta ve bu durum karar alma sürecini etkilemektedir (Nofsinger, 2014: 110).

Finansal piyasalarda yatırım yapan bireyler piyasa, ekonomi ve yatırımlarının olumlu performans sergileyeceği konusunda aşırı iyimser olma eğilimindedir. Aşırı iyimser birçok birey, başkalarının yatırımları kötü sonuçlansa da kendi yatırımlarının kötü sonuçlanmayacağını düşünmektedir. Bireylerin bilinçli bir şekilde finansal kararlarında olumsuz sonuçların ortaya çıkma potansiyelini kabul etmemesi zarara yol açabilmektedir (Pompian, 2006: 163-164).

1.2.2.2.4. Kayıptan Kaçınma Eğilimi

Beklenti teorisi kapsamında ortaya konulan değer fonksiyonu ile kayıpların kazançlardan önemli olduğu ve bireylerin kayıptan kaçınma eğilimine sahip olduğu ortaya konulmuştur (Kahneman, 2011: 326-327). Kayıptan kaçınma ile ilgili yapılan çalışmalar, yaygın olan temel bir kural ortaya koymuştur. Bireyleri psikolojik olarak olası bir kayıp eşit büyüklükte olan olası bir kazançla göre iki kat daha fazla motive etmektedir. Bir başka deyişle, kayıptan kaçınan bir birey, bir dolarlık bir kayıp için minimum iki dolarlık bir kazanç talep etmektedir. Dolayısıyla, iki katından az kazançları kabul etmeyecektir (Pompian, 2006: 208).

Bireylerin olası kayıplara olası kazançlardan daha fazla önem vermesi hatalı bir davranıştır. Kayıplara ve kazançlara eşit fakat birbirlerinin karşısı olan finansal ortaklar olarak bakılması gerekir. Bireylerin emeklilik sigortası ve yatırımları ile ilgili alanlarda karar verirken kayıptan kaçınma eğilimi sergilediği gözlenmektedir. Bireylerin emeklilikleri için belirli miktarda tasarruf etmeleri durumunda belli oranlarda katkı imkânı sunulsa dahi tasarruf etmedikleri görülmektedir. Çünkü bireylerin maaşlarının bir kısmını tasarruf için ayırmaları bu parayı harcama imkânını kaybetmiş hissetmelerine yol açmaktadır. Bireylerin tasarruf etmemeleri ise o an için herhangi bir kayıp hissi yaratmamaktadır. Dolayısıyla, kayıptan kaçınma eğilimi emeklilik için yapacağımız katkının uzun vadeli esenliğimiz için daha faydalı olduğunu görmemize engel olmaktadır. Bu durum, bireylerin yatırım planlarını da etkilemektedir. Hisse senetleri uzun vadede tahvillere göre daha iyi performans sergilemesine rağmen kısa vadede kayıplara odaklanılması risk alınmasını engellemektedir (Ariely ve Kreisler, 2020: 149-153). Kayıptan kaçınma, bireylerin kaybeden yatırımları elinde tutmasına, kazanan yatırımları ise satmasına yol açmaktadır (Pompian, 2006: 209). Kayıptan kaçınma eğilimine maruz kalmamak için uzun vadeli yatırımlar yapmalı, verilen karara sadık kalınmalı ve portföy sık sık kontrol edilmemelidir (Ariely ve Kreisler, 2020: 155).

1.2.2.2.5. Pişmanlıktan Kaçınma Eğilimi

Bireyler verdikleri kararlar ile ilgili pişmanlık yaşamamak isterler. Pişmanlık, verilen kararın kötü şekilde sonuçlanması halinde hissedilen duygusal acıyı ifade etmektedir. Bireyler bu acıya sebep olacak faaliyetlerden kaçınmaktadır (Nofsinger, 2014: 24).

Pişmanlıktan kaçınma eğilimi, bireylerin finansal kararları ile ilgili hatalı davranışlar sergilemesine yol açar. Bu eğilime sahip bireylerin, yatırım tercihlerinde tutucu davrandıkları görülmektedir. Birçok birey cesur yatırım kararları vermekten çekinmekte ve uzun vadede düşük performans yaşamaktadır. Ayrıca, bireyler ortak bir

fikir birliğinin gelecekte yaşanabilecek pişmanlığı sınırlayabileceği düşüncesi ile sürü davranışı sergileyebilmektedir (Pompian, 2006: 230-231).

Bireyler kazananları çok erken satma, kaybedenleri ise çok uzun süre elde tutmaktadır (Shefrin ve Statman, 1985: 778). Örneğin, belirli bir hisse senedine yatırım yapmayı düşündüğünüzü ancak yeni bir hisse senedi satın alabilmek için elinizde bulunan iki hisse senedinden birini satmak zorunda olduğunuzu varsayalım. İki hisse senedinden, A hisse senedi satın aldığınızdan beri %20 kazanç sağlamış, B hisse senedi ise %20 kaybettirmiştir. Böyle bir durumda, hangi hisse senedini satarsınız? Bireylerin büyük çoğunluğu verdiği karardan gurur duyacağı için A hissesini satmayı tercih ederken, pişmanlık acısını yaşamamak için kaybeden B hissesini satmaktan kaçınacaktır. Bu davranışları ise, daha düşük getiri elde etmelerine yol açarak servetlerini olumsuz etkilemektedir. Bireyler kaybı kesip, kazancı ise devam ettirmelidir (Nofsinger, 2014: 25-34).

1.2.2.2.6. Statükoyu Koruma (Mevcut Durumu Koruma) Eğilimi

Bireylerin karar verme sürecinde hiçbir şey yapmaması, mevcut veya önceki kararını sürdürmesi her zaman olası bir davranıştır. Bireyler yeni seçenekler ile karşılaştığında genellikle mevcut durumu koruma eğilimine sahiptir. Örneğin, karar vericiler alışılmış şirket politikasını takip etmeyi, aynı marka ürünleri satın almayı, aynı işte çalışmayı tercih edebilmektedir. Bireylerin bu davranışı korku, tembellik, alışkanlık, kolaylık veya doğuştan gelen muhafazakârlık gibi sebeplerden kaynaklanmaktadır (Samuelson ve Zeckhauser, 1988: 8-10). Bireylerin özellikle karar verme süreci karmaşık ise davranışta bulunma olasılıkları azalmaktadır (Nofsinger, 2014: 40). Karar verme sürecinde mevcut durumu koruma isteği faydalı olacak birtakım fırsatların kaçırılmasına sebep olarak birtakım maliyetleri beraberinde getirmektedir.

Finansal açıdan statüko eğilimi, değişikliklerden kaçınarak mevcut finansal durumun korunmasını ifade etmektedir (Güngör ve Demirel, 2018: 132-133). Bu eğilim, bireylerin karşılaştığı yatırım seçeneği arttıkça artış göstermektedir. Bireyler finansal

piyasalarda hisse senedi, tahvil, yatırım fonu gibi birçok yatırım seçeneği ile karşı karşıya kalmaktadır. Bütün bu seçenekler, birçok yatırımcıyı bunaltmakta ve yatırımcılar herhangi bir değişiklik yapmaktan kaçınarak rasyonel olmayan davranışlar sergileyebilmektedir (Nofsinger, 2014: 40). Bireylerin hiçbir eylemde bulunmaması kendi risk-getiri profiline uygun olmayan yatırımları elinde tutmasına yol açabilmektedir. Bu davranış, bireylerin yatırımları ile ilgili aşırı risk aldığı veya aşırı muhafazakâr davrandığı anlamına gelebilmektedir (Pompian, 2006: 251). Statüko eğilimi, kayıptan kaçınma eğilimi ile de yakından ilişkilidir. Bireyler kayıptan kaçınma eğilimi sebebiyle yeni bir yatırım yapmak veya portföylerini değiştirmek yerine mevcut durumlarını korumayı tercih edebilmektedir (Gazel, 2016: 33). Ayrıca statüko eğilimi, bireylerin satıştan doğacak işlem maliyetlerinden kaçınarak miras kalan veya satın alınan menkul kıymetleri elinde tutmasına yol açabilmektedir. Bu davranış ise, bireylerin servetlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Pompian, 2006: 251).

1.2.2.3. Sosyal Eğilimler

Bireylerin kararları üzerinde bilişsel ve duygusal eğilimlerin yanı sıra sosyal eğilimler de etkilidir. Sosyal bir varlık olan birey doğduğu andan itibaren varlığını sürdürdüğü sosyal çevreden etkilenmektedir. Bireyin içinde bulunduğu sosyal çevreden dışlanma korkusu tek başına karar almaktan endişe duymasına sebep olmaktadır. Bu durum ise, içinde bulunduğu çevre hangi yolu izliyorsa, aynı yolu izlemesine yol açarak sosyal eğilimlere sebep olmaktadır (Yüksel, Ubay ve Çağlayan, 2020: 302).

Bu kısımda, bireylerin finansal kararları üzerinde etkili olan sosyal eğilimler içerisinde en yaygın görülen sürü davranışı ele alınacaktır. Sürü davranışı, bireylerin en temel iç güdülerinden biri olarak alınan en basit kararlarda bile görülebilmektedir. En temel haliyle, bireyler arasındaki benzer davranış şekillerini ifade etmektedir (Devenow ve Welch, 1996: 603- 604). Bu eğilim, bireyler kendi bağımsız kararlarını vermek yerine başkalarını takip ederek kendilerini güvende hissetmek istediklerinde ortaya çıkmaktadır (McMahon, 2005: 21).

Bireyler finansal kararlar alırken de diğer bireylerin davranışlarına bakarak rasyonel olmayan kararlar verebilmektedir. Sürü davranışı, bireylerin finansal piyasalarda balon olarak ifade edilen yatırım araçlarını tercih etmesine yol açabilmektedir. Bu davranış sebebiyle, birey bağlı olduğu sürü ile birlikte zarara uğrayabilmektedir. Ayrıca, bireylerin sürüye göre davranması finansal krizleri de beraberinde getirebilmektedir (Yüksel, Ubay ve Çağlayan, 2020: 303).

Sürü davranışının rasyonel olmayan ve rasyonel görüşler olmak üzere iki uç görüşü vardır. Rasyonel görüş, bilgi güçlükleri veya teşvik sorunları gibi çeşitli sebeplerden dolayı en uygun kararın alınmasını etkileyen dışsallıklara odaklanmaktadır. Yatırımcı psikolojine odaklanan rasyonel olmayan görüş ise, yatırımcıların birbirlerini körü körüne takip ettiğini ve rasyonellikten uzak davrandıklarını ifade etmektedir. Bu iki görüş arasında yer alan görüş ise, bireylerin kısmen rasyonel olduklarını savunmaktadır (Devenow ve Welch, 1996: 604).

İKİNCİ BÖLÜM

GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKACILIĞIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Finans sektörü tıpkı insan vücudundaki atardamarlar gibi ekonomiler için önemli bir işleve sahiptir (Ayub, 2017: 201). Finans sektörünün yapı taşı olan banka ise kavram olarak, İtalyanca “masa” anlamına gelen “banco” kelimesinden gelmektedir (Özcan ve Hazıroğlu, 2000: 191).

Bankacılık, eski çağda fon fazlası ve fon ihtiyacı olanların finansal transfer ihtiyacından doğmuştur (Görmüş ve Yabanlı, 2021: 104). Günümüz itibari ile de bankacılık, fon fazlası olanlardan fon ihtiyacı olanlara doğru finansal aracılık yapan ve ödeme sistemleri sunan finansal kuruluşları ifade etmektedir (Dinç, 2017: 3).

Finansal piyasaların en önemli aracı kurumu olan ve temeli eski çağlara kadar uzanan bankacılık, günümüz itibariyle faizli ve faizsiz olmak üzere iki farklı yapıda faaliyet göstermektedir. Bu bölümde, faiz temelli geleneksel (konvansiyonel-faizli) bankacılık sistemi ile faiz yerine kâr-zarar ortaklığı esasına dayanan İslami (faizsiz) bankacılık ana hatları ile ele alınmaktadır.

2.1. Geleneksel (Konvansiyonel-Faizli) Bankacılık

Gerçek veya tüzel kişilerin finansal ihtiyaçlarını faiz temeline dayanan finansal enstrümanlar aracılığıyla karşılayan kuruluşlar “Geleneksel Banka”, “Konvansiyonel Banka” veya “Faizli Banka” olarak adlandırılmaktadır.

Geleneksel bankacılık, genel olarak mevduat (ticari) ve yatırım bankacılığı şeklinde iki kategoriye ayrılmaktadır. Mevduat bankacılığı, fon arz edenler ile fon talep edenler arasında aracılık fonksiyonunu ve çeşitli bankacılık hizmetlerini yerine getiren kuruluşlardır. Yatırım bankacılığı ise özel veya kamu şirketlerinin yatırımcılardan finansman desteği sağlayabilmesi için sermaye piyasası faaliyetlerini yerine getiren kuruluşları ifade etmektedir (Ayub, 2017: 200).

2.1.1. Geleneksel Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

İlk bankacılık uygulamalarının eski çağlara kadar uzandığı bilinmektedir. Bu kapsamda, ilk olarak Eski Sümer ve Babil’de bankacılık uygulamalarına rastlanılmaktadır. “Hammurabi Kanunları” çerçevesinde ödünç verme işlemleri düzenlenmiş (Görmüş ve Yabancı, 2021: 104) ve ödünç verme işlemleri kapsamında faize izin verilmekle birlikte bu faizin oranı sınırlandırılmıştır (Parasız, 2009: 105). İlk dönemlerde, tapınaklar banka gibi hareket etmekte ve bireyler paralarını tapınaklara emanet olarak vermektedir. Bu tapınaklar, topladığı paraları devlet ve bireylere finansman olarak kullanmaktadır. Zamanla bu faaliyetlerin dini kurumların dışına taşındığı görülmektedir (Ayub, 2017: 200).

Eski Mısır, eski Yunan ve Roma’da da bankacılık faaliyetlerini yerine getiren kurumlara rastlanılmaktadır. Eski Mısır’da bileşik faizin yasaklandığı görülürken, Eski Yunan’da faize ilişkin sınırlamalar bulunmamaktadır. Eski Yunan’da bankacılık faaliyetlerini yürüten “trapezitai” adlı özel bankerlerin yanı sıra yüksek faizlere karşı belli kentlerde devlet bankalarının kurulduğu görülmektedir (Parasız, 2009: 105-106).

Orta çağ, bankacılık açısından durgunluk aşaması olarak kabul edilmektedir. Fakat Rönesans hareketi ile Avrupa’nın bazı şehirlerinde günümüz bankalarının öncüsü sayılan kuruluşlar ortaya çıkmıştır (Özcan ve Hazıroğlu, 2000: 191). Yaşanan bu gelişmeler sonucunda 1609 yılında Amsterdam Bankası ve 1637 yılında Venedik Bankası kurulmuştur. 1640 yılında devletin tüccarların altın külçelerine el koyması üzerine tüccarların devlete olan güveni sarsılmış ve tüccarlar altınlarını “goldsmith” denilen tüccarlara vermeye başlamıştır. Zamanla bu tüccarlar ellerinde âtil duran bu altınlara karşılık “goldsmith notes” denilen senetler vermeye başlamış ve piyasada dolaşımda kullanılan bu senetler ilk banknot sistemini oluşturmuştur. O dönemde, İngiltere’nin savaş sebebiyle yaşadığı nakit ihtiyacı bir devlet bankası kurulmasını ve banka aracılığıyla piyasada paranın dolaşımının sağlanması fikrine yol açmıştır. Böylece, 1694 yılında ilk merkez bankası olan İngiltere bankası kurulmuştur (Parasız, 2009: 106-277).

2.1.1.1. Geleneksel Bankacılığın Türkiye’de Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de geleneksel bankacılığın tarihsel gelişimi iki ana başlık altında ele alınacaktır. Bu kapsamda, ilk olarak Cumhuriyet’in ilanından önce Osmanlı döneminde geleneksel bankacılığın gelişimi, ardından Cumhuriyet’in ilanından sonra geleneksel bankacılığın gelişimi incelenecektir.

2.1.1.1.1. Geleneksel Bankacılığın Cumhuriyet Öncesi Osmanlı Döneminde Gelişimi

Cumhuriyet’in ilanından önce Osmanlı döneminde Tanzimat’a kadar bankacılığa ilişkin kurumlara rastlanılmamakla birlikte, bankaların yürüttüğü işlemlere benzer faaliyette bulunan sarraf ve galata bankerleri olarak adlandırılan bazı kişiler bulunmaktadır (Parasız, 2009: 106-107).

Osmanlı döneminde kurulan ilk bankalar 1847 yılında Galatalı bankerler tarafından kurulan İstanbul Bankası (Bank-ı Dersaadet) ve 1856 yılında İngilizler tarafından kurulan Osmanlı Bankası’dır (Görmüş ve Yabancı, 2021: 104). Bu dönemde faaliyet gösteren bankalar genellikle yabancı sermaye tarafından kurulmuştur (Parasız, 2009: 107). İstanbul Bankası 1852 yılında faaliyetini durdurmuştur. Osmanlı Bankası ise, 1863 yılında Bank-ı Şahane adını alarak Merkez bankası olarak yetkilendirilirken, 1875 yılında Osmanlı devletinin hazine darı konumuna getirilmiştir (Coşkun, 2010: 100). Osmanlı bankası, 1881 yılında Duyûn-ı Umumiye’nin kurulması ile birlikte elde ettiği ayrıcalıklar sayesinde önemini arttırarak (Çekin, 2019: 9) faaliyetini devam ettirmiştir.

Milli bankacılığın gelişimi ise, 1863 yılında Tuna Valisi Mithat Paşa’nın girişimi ile zirai üretimi ve üreticilerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulan “Memleket Sandıkları” ile başlamaktadır (Özcan, 2010: 143). Memleket sandıkları, zaman içinde karşılaşılan çeşitli sorunlar sonucu aşar vergisine “menafi hissesi” adı ile %1 oranında yapılan artış ile 1883 yılında “Menafi Sandıkları” adını taşıyan yeni kurumlara dönüştürülmüştür (İloğlu, 1964: 94). Osmanlı’da ilk olarak 1867 yılında

Ruşçuk'ta kurulan Emniyet Sandıkları 1868 yılında İstanbul'da kurulmuştur (Artun, 1980: 34). Bu sandık, Mithat Paşa'nın girişimi ile halka tasarruf alışkanlığı kazandırmak ve ihtiyaç sahiplerine kaynak sağlamak amacıyla faaliyete geçmiştir (Parasız, 2009: 108).

1888 yılında Ziraat Bankası kurulmuştur. Ziraat bankası, 1863 yılında kurulan memleket sandıklarının takiben oluşturulan menafı sandıklarının yerini almıştır (İloğlu, 1964: 95). Daha önce kurulan İstanbul Emniyet Sandığı da 1907 yılında Ziraat Bankası'na bağlanmıştır (Parasız, 2008: 108). 1908 yılında İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte milli bankacılık hareketi hızlanmış, Cumhuriyet'in ilanına kadar çoğunluğu Anadolu'da olmak üzere milli sermaye ile yerel ve tek şubeli bankalar kurulmuştur (Erdem, 2008: 232).

2.1.1.1.2. Geleneksel Bankacılığın Cumhuriyet Döneminde Gelişimi

Cumhuriyet'in ilk yıllarında bankacılık alanında önemli gelişmeler olmuştur. Bu yıllarda özellikle milli bankacılığın gelişmesi için önemli adımlar atılmıştır. İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlara uygun olarak, bankacılık ile ilgili ilk önemli girişim ve ulusal banka 1924 yılında kurulan Türkiye İş Bankası olmuştur (Bozoklu, 2003: 278-280).

Cumhuriyetin ilanından sonra Ziraat Bankası'nın yeniden organize edilmesine karar verilmiştir. Bu kapsamda, 1924 yılında Ziraat Bankası anonim şirkete dönüştürülmüştür (İloğlu, 1964: 95). 1925 yılında, devlet tarafından sanayi ve maden üretiminin geliştirilmesi amacıyla kalkınma bankasının ilk örneklerinden olan Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur (Bozoklu, 2003: 284). 1927 yılında ise, inşaat sektörüne finansman sağlamak amacıyla Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur (Erdem, 2008: 234). 1930 yılında, Merkez Bankası kurulmuş ve 1931 yılında faaliyete başlamıştır (Bozoklu, 2003: 297). 1933 yılında 2243 sayılı Mevduatı Koruma Kanunu'nun ve 1936 yılında 2999 sayılı Bankalar Kanunu'nun yürürlüğe girmesi dönemin önemli gelişmeleri arasında sayılmaktadır (Çekin, 2019: 9) Bu gelişmelere paralel olarak, Cumhuriyet'in ilk yıllarında bankacılık sektörünün en belirgin özelliği çok sayıda yerel nitelikli bankanın kurulmuş olmasıdır (Parasız, 2009: 107-108).

Cumhuriyet'in ilk yıllarında uygulanan liberal ekonomik uygulamalar yerini ekonomik sorunlar ve tüm dünyayı etkileyen ekonomik buhranın da etkisi ile müdahaleci politik uygulamalara bırakmaya başlamıştır. 1933 yılında uygulamaya konulan Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı ile birlikte ülkemizde devletçi politikalar ağırlık kazanmaya başlamıştır. Bu politika değişikliğine bağlı olarak bu dönemde büyük sermayeli devlet bankaları kurulmuştur (Erdem, 2008: 235). Bu kapsamda, 1933 yılında Sümerbank ve Belediyeler Bankası (İller Bankası), 1935 yılında Etibank, 1938 yılında Denizbank ve Halk Bankası özel kanunla kurulan kamu bankaları arasında yer almaktadır. Ayrıca, 1930'lı yıllarda tek şubeli yerel bankalar kapanmıştır (Parasız, 2009: 107-108).

İkinci Dünya Savaşı sonrası ülkemizde yeni bankalara olan ihtiyacın artması özel bankaların gelişimini beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda, 1944 yılında Yapı ve Kredi Bankası, 1946 yılında Garanti Bankası, 1948 yılında Akbank, 1953 yılında Demirbank, 1954 yılında Şekerbank ve 1955 yılında ise Pamukbank kurulan özel bankalar arasında yer almaktadır. Bu dönemde özel kanunla kurulan bankalar ise, 1951 yılında yeniden açılan Denizcilik Bankası, 1954 yılında Türkiye Vakıflar Bankası ve 1959 yılında Türkiye Öğretmenler Bankası olmuştur. Ayrıca, 1950 yılında Türkiye Sınai Kalkınma Bankası faaliyete başlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak, 1958 yılında 7129 sayılı yeni Bankalar Kanunu'nun çıkarılması ve Türkiye Bankalar Birliği'nin kurulması (Erdem, 2008: 236-237) bankacılık sektöründe yaşanan önemli gelişmeler arasında yer almaktadır.

Planlı dönem olarak adlandırılan 1960-1980 döneminde bankacılık sektörü ekonomide giderek artan devlet müdahalesinin etkisi altında kalmıştır (Coşkun, 2010: 102). Bu dönemde, 1962 yılında T.C. Turizm Bankası, 1963 yılında Yatırım ve Kredi Bankası, 1964 yılında Devlet Yatırım Bankası, 1968 yılında Türkiye Maden Bankası olmak üzere çeşitli kalkınma bankaları kurulmuştur. Ayrıca, 1964 yılında Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası ve 1977 yılında ise Arap-Türk Bankası bu dönemde kurulan ticaret bankaları arasında yer almaktadır. Bu iki banka, Türk bankacılık sektörünün dışa açılmasına yönelik ilk örnekleri oluşturmaktadır (Özdemir, 2010: 876-877).

Türk bankacılık sektörünün köklü bir dönüşüm ile dışa açık ve rekabetçi bir yapı kazanması ise 24 Ocak 1980 kararları ile olmuştur (Özsoy, 2012: 32). Bu kararlar doğrultusunda, finans ve bankacılık sektörü hızlı bir liberalleşme sürecine girmiş ve uluslararası bankacılık sistemi ile bütünleşme için önemli adımlar atılmıştır. 1980-1990 döneminde finans ve bankacılık sektöründe yaşanan belli başlı gelişmeler şu şekilde özetlenebilir (Erdem, 2008: 239). Bu dönemde bankacılık sektöründe yaşanan ilk gelişme kredi ve mevduat faiz oranlarının serbest bırakılması ve bankalara mevduat çıkarma yetkisinin verilmesidir (Özdemir, 2010: 878).

Bankalararası fon teminini kolaylaştıran bankalararası para piyasası ve tasarrufların bankacılık sektörüne yönelmesi hususunda güvence sağlayan Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) kurulmuştur. Döviz işlemleri ve sermaye hareketleri serbest bırakılmıştır. Sermaye Piyasası Kanunu çıkarılmış ve Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) ve altın borsası kurulmuştur (Erdem, 2008: 239-240). Merkez bankası nezdinde açık piyasa işlemleri başlamıştır (Günel, 2006: 161). Ayrıca yabancı banka girişlerinin artması, bankaların yurtdışına şube açması, yeni bankaların kurulması dönemin önemli özellikleri arasında yer almaktadır (Uluyol, 2019: 77). Finans ve bankacılık sektöründe yaşanan gelişmeler ile artan rekabet bankaların teknolojik altyapı ve otomasyon çalışmalarına başlamasını sağlamıştır. Böylece, 1990'lı yıllara doğru tamamlanan teknolojik gelişmelerin yanı sıra kredi kartı, ATM gibi yeni ürün ve hizmetler piyasaya sunulmuştur (Parasız, 2009: 110). Bu dönemde, bankacılık sektöründe yaşanan olumlu gelişmelere rağmen çeşitli sebepler yüzünden Hisarbank, İstanbul Bankası, Ortadoğu Bankaları'nın yönetimine el konularak Ziraat Bankası'na devredilmesi şeklinde (Çoşkun, 2010: 103) olumsuz gelişmelerde yaşanmıştır.

1990'lı yıllarda sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi ile birlikte makro ihtiyati politikaların yetersizliği ve finansal piyasalarda yeterli derinliğin olmaması, aynı zamanda ekonomide yüksek bütçe açıkları sonucunda yüksek enflasyon ve yüksek reel faiz sorunsalı krizlerin yaşanmasına yol açmıştır. Sonuç olarak, ekonominin ve finansal

piyasaların kırılgan yapısı 1994 yılında, 2000 yılında ve 2001 yılında krizleri beraberinde getirmiştir (Çekin, 2019: 10). Bu süreçte, finansal yapısı yeterince güçlü olmayan çok sayıda banka Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmiştir (Uluyol, 2019: 77).

2000 yılında bankacılık sektöründe düzenleme ve denetleme yetkisine sahip olarak Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)'nın faaliyete geçmesi (Özsoy, 2012: 32) önemli bir gelişmedir. BDDK'nın faaliyete geçmesi Türk bankacılık sektöründe uluslararası uygulamalara paralel olarak düzenlemeler ve denetimler getirilmesini sağlamıştır. Basel standartları çerçevesinde bankaların sermaye yeterlilik oranı ve finansal riskleri ile sektörde yaşanan sorunlara karşı önlemler geliştirilmiştir (Eriş, 2019: 316).

2000 yılında ve 2001 yılında yaşanan krizler sonrası ekonominin yeniden yapılandırılması amacıyla 15 Mayıs 2001 yılında uygulamaya konulan Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı'nın temel hedeflerinden birisi bankacılık sektörünün yeniden yapılandırmasıdır. Bu amaçla “Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı” hazırlanmıştır. Program kapsamında bankacılık sektörünün mali ve operasyonel alanlarda yeniden yapılandırılmasına, gözetim ve denetim çerçevesinin güçlendirilmesine, sektörün etkinlik ve rekabet gücünün arttırılmasına ilişkin yasal ve kurumsal düzenlemelere yer verilmiştir (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu [BDDK], 2001). 2001 krizi sonrası bankacılık sektörünü iyileştirmeye yönelik alınan kararlar sayesinde hızla toparlanma yaşanmış ve bankacılık sektörü daha sağlam temeller üzerine şekillendirilmiştir (Kesebir, 2018: 11).

2005 yılında günümüzde halen yürürlükte olan 5411 sayılı Bankalar Kanunu yürürlüğü girmiştir (Eriş, 2019: 320). 2005 yılından sonra bankacılık sektöründe en önemli gelişme yabancı yatırımcıların satın alma veya ortaklık yolu ile yatırımlar yapması (Erdem, 2008: 255) sonucu yabancı sermayeli bankaların payının yükselmesidir. Nitekim, yabancı yatırımcıların ilgisinden önce yabancı sermayeli bankaların payı %5 iken, 2007 yılında %24'e yükselmiştir (Çoşkun, 2010: 105).

2008 yılında yaşanan küresel krizin Türk bankacılık sektörü üzerine etkileri nispeten sınırlı kalmıştır. Çünkü 2001 krizi sonrası bankacılık sektörü getirilen düzenlemeler ve tedbirler ile daha sağlam temeller üzerine yeniden yapılandırılmıştır. Ayrıca, bankacılık sektöründe geleneksel bankacılığın ağırlıklı olması ve kurumsal ve perakende bankacılık alanında faaliyette bulunmaları, krizin çıkış noktası olan subprime mortgage kredilerin ve türev araçların sebep olduğu risklerin oluşmaması, sağlıklı bir kredi politikasının izlenmesi Türk bankacılık sektörünün uluslararası rakiplerine göre daha iyi bir performans sergileyerek 2008 krizinden nispeten daha az etkilenmesini sağlamıştır (Çağır, 2011: 61-63).

Türkiye’de geleneksel bankacılığın tarihsel gelişiminde rol oynayan önemli gelişmeler Tablo 2.1’de yer almaktadır.

Tablo 2.1. Geleneksel Bankacılığın Gelişimindeki Kilometre Taşları

Yıl	Gelişme
1847	Osmanlı’da ilk banka: İstanbul Bankası’nın (Bank-ı Dersâdet/Banque de Constantinople) kurulması
1856	Bank-ı Osmânî’nin kurulması
1863	Osmanlı Bankası’nın (Bank-ı Osmânî Şâhâne) kurulması
1863	Memleket Sandıkları
1867	Emniyet Sandığı
1881	Duyûn-ı Umumiye
1908	II. Meşrutiyet’in İlanı
1923	İzmir İktisat Kongresi
1924	İş Bankası’nın kurulması
1925	Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası’nın kurulması
1927	Emlak ve Eytam Bankası’nın kurulması
1930	Merkez Bankası’nın kurulması
1936	2999 sayılı Bankalar Kanunu’nun yürürlüğe girmesi
1950	Türkiye Sınai Kalkınma Bankası’nın (TSKB) kurulması
1958	Türkiye Bankalar Birliği’nin (TBB) kurulması
1980	24 Ocak 1980 Kararları
1983	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’nun (TMSF) kurulması
1994	1994 Ekonomik Krizi
1999	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme (BDDK) Kurumu’nun kurulması
2001	2001 Şubat Bankacılık krizi
2005	5411 sayılı Bankalar Kanunu’nun yürürlüğe girmesi

Kaynak: Özsoy, M. Şerafettin (2012). **Sağlam Bankacılık Modeli ile Katılım Bankacılığına Giriş**, Ed. Dr. Mustafa Demiray, İstanbul: Kuveyt Türk. s. 33.

2.1.2. Geleneksel Bankacılıkta Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntemleri

Geleneksel bankacılık sisteminde bankalar öz kaynakları dışında mevduat hesapları, menkul kıymet ihraçları, uluslararası piyasalar ve sunulan çeşitli bankacılık hizmetleri yoluyla fon toplama imkânına sahiptir.

Fon toplama yöntemleri içerisinde özellikle mevduat hesapları önemli bir paya sahip bulunmaktadır. Geleneksel bankalar, vadesiz hesap ve vadeli hesap olmak üzere iki farklı biçimde mevduat toplamaktadır. Belirli bir vade ve faiz taahhüdü içermeyen hesaplara vadesiz hesap, belirli bir vade ve faiz taahhüdü içeren hesaplara ise vadeli hesap adı verilmektedir. Bu hesaplar bankalara verilen vadesiz hesaplar için faizsiz bir borç niteliği taşıırken, vadeli hesaplar için faizli bir borç niteliği taşımaktadır (Aktepe, 2011: 69). Ayrıca, geleneksel bankaların fon kaynakları arasında yurtiçinde bankalararası piyasadan, şirketlerden, merkez bankasından veya yurtdışında yaygın olarak Euro-dolar piyasalarından sağlanan fonlar; hisse senedi, tahvil, bono şeklinde çeşitli menkul kıymet ihraçları ve çek, senet, EFT, havale gibi çeşitli bankacılık hizmetleri aracılığıyla sağlanan fonlarda sayılabilir (Erdem, 2008: 276).

Geleneksel bankacılık sisteminde bankalar tarafından toplanan fonlar büyük ölçüde kredi olarak kullandırılmaktadır. Bu kapsamda, faizli bankaların ana gelir kalemi, vadeli hesap sahiplerine ödenecek faiz oranı ile kredi verilen müşteriden alınacak faiz oranı arasındaki farktan oluşmaktadır. Faizli bankalar, İslami bankaların aksine verdikleri kredilerin kullanım alanından ziyade geri ödenip ödenmeyeceğine önem vermektedir (Aktepe, 2011: 70). Bankalar krediler dışında toplanan fonların bir kısmını tahvil, hisse senedi gibi menkul değerlere plase etme yoluna başvurabilmektedir (Öçal ve Çolak, 1999: 143).

2.2. İslami (Faizsiz) Bankacılık

İslami (faizsiz) bankacılık, İslami değerler ve ahlaki ilkelere uygun olarak gerçekleştirilen bankacılıktır. Dolayısıyla, İslami bankacılık faiz temelli işlemlerin yanı

sıra belirsizlikten (garardan) ve etik olmayan her türlü uygulamadan uzak duran ve İslam ekonomisinin amaçlarına başarılı bir şekilde ulaşmasını sağlayan bir sistemi ifade etmektedir (Ayub, 2017: 80).

İslami bankacılığın doğuşunda dini, ekonomik ve politik sebepler etkili olmuştur. İslamiyet’te faizin haram kılınması sebebiyle geleneksel banka sistemine gitmeyerek atıl kalan tasarrufların değerlendirilmesi, İslam ülkeleri arasında sosyal, kültürel, ekonomik ilişkilerin hareketlenmesi ve fon fazlası olan ülkelere fon açığı bulunan ülkelere doğru fon aktarımı sonucu bu ülkelerin ekonomik kalkınmalarına katkıda bulunulması gibi sebepler faizsiz bankaların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Güngör, 2015: 55).

2.2.1. İslami Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

2.2.1.1. İslami Bankacılığın Dünyada Tarihsel Gelişimi

İslami bankacılığa ilişkin ilk kurumlara 1960’lı yıllarda İslam hukukuna uyumlu bankacılığa olan talep sonrası rastlanılmaktadır. 1963 yılında Mısır’da Ahmed el-Neccar tarafından Mit Ghamr Tasarruf Bankası kurulmuştur. Bu kurum, ilk modern İslami banka olarak kabul edilmektedir (Iqbal ve Mirakhor, 2011:15).

Alman tasarruf bankalarından ilham alarak geliştirilen Mit Ghamr girişimi, tasarruf hesapları aracılığıyla kırsal kesimden gelen küçük tasarrufların harekete geçirilmesini sağlamıştır. Hesap sahiplerine faiz ödemesi yapılmamakla birlikte, üretim amaçlı küçük, kısa vadeli, faizsiz krediler alma imkânı verilmiştir. Ayrıca, hesap sahiplerine talepleri halinde mevduatlarını çekme hakkı tanınmıştır. Bunlara ek olarak, kâr paylaşımı esasına dayanan yatırım hesapları da uygulamaya konulmuştur (Iqbal ve Molyneux, 2005: 37).

1971 yılında Mısır’da devlet destekli ilk faizsiz banka olarak Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile “Nasr Sosyal Bankası” kurulmuştur (Iqbal ve Mirakhor, 2011: 15). 1973 yılında yaşanan Arap-İsrail savaşı sonrası dünyada ortaya çıkan petrol krizi sonucu petrol fiyatları yükselmiş ve ham petrol üreticisi olan Arap ülkelerinin çok yüksek miktarlarda

petro-dolar olarak adlandırılan nakde sahip olmalarına yol açmıştır. Böylece, İslami bankacılığın geliştirilmesi ve İslam ülkeleri arasındaki iş birliğinin arttırılması amacıyla elde edilen yüksek meblağların değerlendirilmesini sağlayacak yeni bir kurum olarak İslam Kalkınma Bankası'nın kurulması kararlaştırılmıştır (Abdul-Rahman, 2015: 411).

1973 yılında Cidde'de gerçekleştirilen toplantı sonrası kurulması kararlaştırılan İslam Kalkınma Bankası, 1975 yılında Türkiye'nin de içinde bulunduğu 29 İslam ülkesi ile birlikte uluslararası alanda ilk İslami banka olarak kurulmuştur (Yardımcıoğlu, Koçarslan ve Annaç Göv, 2015: 72). İslami finansın doğuşuna ve gelişimine önemli katkılar sağlayan ve günümüzde halen sektörü büyük ölçüde yönlendirme kapasitesi olan İslami Kalkınma Bankası, İslami hükümlere uyumlu finansal araç yapılarını ortaya koyan ilk kurum olma özelliği taşımaktadır (Yanpar, 2015: 280).

1975 yılında kurulan bir diğer banka ise, Birleşik Arap Emirlikleri'nde yer alan Dubai'de bir grup iş adamı tarafından kurulan Dubai İslam Bankası'dır. Dubai İslam Bankası, özel girişim üzerine kurulan ilk İslami banka olma özelliği taşımaktadır (Iqbal ve Molyneux, 2005: 37). 1977 yılında ise, Mısır ve Sudan Faisal İslam Bankası ve Kuveyt Finans Evi, 1979 yılında Bahreyn İslam Bankası ve 1980 yılında İslami Yatırım ve Kalkınma Bankası faaliyete geçmiştir. 1981 ve 1985 yılları arasında Katar, Sudan, Bahreyn, Malezya, Bangladeş, Senegal, Gine, Danimarka, İsviçre Türkiye, İngiltere, Ürdün, Tunus ve Moritanya'da İslami banka ve finans kurumları kurulmuştur. Zaman içerisinde sadece Müslüman ülkeler ile sınırlı kalmayıp, Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya gibi ülkelerde de İslami finans kurumlarının kurulması ile ilgili girişimlerde bulunulmuştur (Saaed, 1999: 15).

İslami finansın hızla gelişimi, düzenleyici ve denetleyici kuruluşlara duyulan ihtiyacı arttırmıştır. Bu kapsamda, 1991 yılında İslami Finans Kurumları Muhasebe ve Denetim Organizasyonu (AAOIFI) kurulmuştur (Görmüş ve Yabancı, 2021: 106-107). Bu kurum, dünya genelinde birbirinden bağımsız olarak faaliyet gösteren İslami finans hizmeti sunan şirketlere ortak standartlar koyarak İslami bankacılığın gelişiminde önemli

rol oynamıştır (Özsoy, 2012: 68). 2002 yılında, Uluslararası İslami Finans Piyasası (IIFM), İslami Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB) ve İslam Ülkeleri Uluslararası Derecelendirme Kuruluşu (IIRA), 2010 yılında Uluslararası İslami Likidite Yönetimi (IILM) kurulmuştur (Görmüş ve Yabanlı, 2021: 106-107).

İslami bankacılığın dünyadaki tarihsel gelişimi Tablo 2.2’de yer almaktadır.

Tablo 2.2. İslami Bankacılıkta Kurumsal Gelişimin Ana Taşları

Yıl	Ülke	Olay
1963	Mısır	Mit Ghamr Tasarruf Bankası kuruldu.
1975	Suudi Arabistan	İslam Kalkınma Bankası (IDB) kuruldu.
1975	BAE	Dubai İslam Bankası kuruldu.
1977	Kuveyt	Kuveyt Finans House kuruldu.
1977	Sudan	Sudan Faysal İslam Bankası kuruldu.
1977	Mısır	Mısır Faysal İslam Bankası kuruldu.
1978	Ürdün	Ürdün İslam Bankası kuruldu.
1978	Lüksemburg	İslami Finans House kuruldu.
1979	Bahreyn	Bahreyn İslam Bankası kuruldu.
1982	Katar	Katar İslam Bankası kuruldu.
1982	Bahreyn	Albaraka Bankacılık Grubu kuruldu.
1983	Malezya	Berhad Malezya İslam Bankası kuruldu.
1984	İran	Bütün bankalar faizsiz bankaya dönüştürüldü.
1984	Türkiye	Albaraka Türk Özel Finans Kurumu kuruldu.
1991	Bahreyn	İslami Finans Kurumları Muhasebe ve Denetim Organizasyonu (AAOIFI) kuruldu.
1991	Endonezya	İslami banka Bank Muamalat kuruldu.
1992	Sudan	Bütün bankalar faizsiz bankaya dönüştürüldü.
1993	Brunei	Brunei İslam Bankası kuruldu.
1996	Bahreyn	Citibank, İslami Pencere açtı.
1998	Malezya	HSBC Amanah kuruldu.
2002	Bahreyn	Uluslararası İslami Finansal Piyasalar Kurumu (IIFM) kuruldu.
2002	Malezya	İslami Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB) kuruldu.
2002	Bahreyn	İslam Ülkeleri Uluslararası Derecelendirme Kuruluşu (IIRA) kuruldu.
2002	Tayland	Tayland İslam Bankası kuruldu.
2004	İngiltere	İngiltere İslam Bankası (bugün Al Rayan Bank adını almıştır).
2006	Avrupa	Avrupa İslami Yatırım Bankası (EIIB) kuruldu.
2007	Singapur	DBS Bank kuruldu.
2010	Kazakistan	Al Hilal Bankası kuruldu.
2010	Malezya	Uluslararası İslami Likidite Yönetimi (IILM) kuruldu.
2012	Nijerya	Jaiz Bank kuruldu.
2013	Umman	Nizwa Bankası kuruldu.
2015	Almanya	Kuveyt Türk’ün Almanya İştiraki KT Bank AG kuruldu.

Kaynak: Görmüş, Şakir ve Aydın Yabanlı (2021), “**Katılım Bankacılığı Ekosisteminin Gelişimi**”, Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı (Editörler Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı), 100-135, İstanbul: TKBB Yayınları, s. 106.

2.2.1.2. İslami Bankacılığın Türkiye’de Tarihsel Gelişimi

Dünyada “İslami banka” veya “faizsiz banka” olarak adlandırılan kurumlar Türkiye’de önceleri “Özel Finans Kurumu” olarak günümüzde ise “Katılım Bankası” olarak adlandırılmaktadır (Hazıroğlu, 2017: 247-248).

Katılım bankalarının ilk versiyonu olan Özel Finans Kurumları (1984) Türkiye’deki ilk İslami finans kuruluşları olarak kabul edilmekle birlikte, Adapazarı İslam Ticaret Bankası (1913) ve Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1975) bir başlangıcı temsil ettikleri için bu değerlendirmede dikkate alınmaları gerekmektedir (Özdemir ve Aslan, 2017: 17).

1913 yılında Adapazarı’nda “Şumnuluzade Hacı Mehmet Hilmi Efendi, Hacı Adem Beyzade İbrahim Bey, Diyarbekirlizade İbrahim Efendi” gibi sayıları 13’ü bulan bir grup müteşebbis tarafından Adapazarı’nda hüküm süren yabancı uyruklu bir bankaya alternatif olarak Adapazarı İslam Ticaret Bankası kurulmuştur. Bankanın ilk adı bazı kurucu isimlerden biri olan “Hacı Adem Beyzade İbrahim Sîpahizade Hamid ve Şürekâsı Adapazarı İslâm Ticaret Bankası” olmuştur (Kutluata, 1972: 75-77). Bankanın isminde İslam kelimesinin olması hem Adapazarı’ndaki yabancı uyruklu bir bankadan ayrılmasına hem de sadece İslami prensiplere göre faaliyet göstermesi noktasına işaret etmesi bakımından önemlidir (Hazıroğlu, 2017: 266). Bankanın isminde zaman içerisinde bazı değişiklikler olmakla birlikte yapılan son değişiklik ile “Türk Ticaret Bankası Anonim Şirketi” adını almıştır (Kutluata, 1972: 83). Türk ticaret bankası, 1997 yılında Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na devredilmiş, 2001 yılında bankacılık işlemleri yapma ve mevduat toplama yetkisi kaldırılmış ve 2003 yılında bankanın tasfiye süreci başlatılmıştır (Hazıroğlu, 2017: 266).

1975 yılında 1877 sayılı kanunun verdiği yetkiye dayanılarak 13 sayılı kanun hükmünde kararname ile “Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası” kurulmuştur. Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası, sanayinin desteklenmesi amacıyla öncelikli olarak yurt dışındaki işçilerin ve halkın tasarruflarını faizsiz bir şekilde kâr ortaklığı ve reel

ekonominin finansmanı için kullanma amacına sahip olması sebebiyle tam anlamıyla İslami banka olmasa da dönemin şartları bakımından İslami finans alanındaki en önemli girişimlerden biri olarak nitelendirilebilir (Özdemir ve Aslan, 2017: 20-21).

Türkiye’de İslami bankacılığın gelişiminde en önemli role Özel Finans Kurumları sahiptir. Bu kurumlar, ilk İslami bankalar olup, 1983 yılında 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulmuş ve 1984 yılında faaliyetlerine ilişkin esaslar Resmî Gazete’de yayınlanmıştır (Özdemir ve Aslan, 2017: 21). Bu kurumlar, 1985 yılında faaliyete geçmiş ve 1999 yılında kanun hükmünde kararname mevzuatından 4389 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamına alınarak banka statüsü kazanmıştır. 2001 yılında Türkiye Bankalar Birliği (TBB) benzeri bir birlik olan Özel Finans Kurumları Birliği (ÖFKBİR) ve Güvence Fonu kurulmuştur. Süreç içerisinde Özel Finans Kurumları Birliği (ÖFKBİR) Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) adını almış ve Güvence Fonu’da TMSF ile birleşmiştir (Hazıroğlu, 2017: 269-274). 2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile Özel Finans Kurumları “Katılım Bankası” adını almıştır (Yüksel, 2016: 154).

Türkiye’de İslami bankacılığa ilişkin sektöre giren ilk kurumlar Albaraka Türk (1985) ve Faisal Finans (1985) olup, daha sonra bu kurumları Kuveyt Türk (1989), Anadolu Finans (1991), İhlas Finans (1995) ve Asya Finans (1996) takip etmiştir (Tunç, 2016: 180). 2001 yılında İhlas Finans tasfiye edilmiştir. Faisal Finans ise el değiştirerek Family Finans adını almıştır (Özsoy, 2011: 22). 2005 yılında Anadolu Finans ve Family Finans kurumlarının birleşmesi sonucu Türkiye Finans kurulmuştur (Yüksel, 2016: 154). 2005 yılının sonuna kadar Özel Finans Kurumları adı ile faaliyet gösteren bu kurumlar 2006 yılından itibaren Katılım Bankası adı altında faaliyetlerine devam etmiştir (Özsoy, 2011: 23). Türkiye’deki katılım bankalarına 2015 yılında Ziraat Katılım bankası ve 2016 yılında Vakıf Katılım bankası eklenmiştir (Yüksel, 2016: 154). 2016 yılında Asya Finans (Bank Asya) Katılım bankası kapanmıştır (Atar, 2017: 1053). Son olarak, 2019 yılında Ziraat Katılım ve Vakıf Katılım bankalarından sonra üçüncü kamu katılım bankası olarak Emlak Katılım bankası faaliyete başlamıştır (Görmüş ve Yabanlı, 2021: 124).

2009 yılında Türkiye’de ilk İslami sigortacılık (Tekafül) şirketi olarak Neova sigorta kurulmuştur (Görmüş ve Yabanlı, 2021: 124). Katılım bankacılığın büyümesi sonucu İslami finans ürünlerinden kira sertifikası ihracı önem kazanmaya başlamıştır. 2011 yılında ülkemizde ilk özel kira sertifikası ihracı Kuveyt Türk Katılım Bankası ve 2012 yılında ilk kamu kira sertifikası ihracı Hazine Müsteşarlığı tarafından gerçekleştirilmiştir (Görmüş ve Yabanlı, 2021: 124).

Sermaye piyasalarına ilişkin bir başka gelişme ise 2011 yılında İslami endekslerin yayınlanmaya başlamasıdır (Akten Çürük, 2018: 51). Bu kapsamda, Borsa İstanbul’da işlem gören katılım bankacılığı prensiplerine uygun hisse senetlerinden oluşan Katılım 30, Katılım 50 ve Katılım Model Portföy olmak üzere katılım endeksleri oluşturulmuştur (Katılım Endeksi, www.katilimendeksi.org, 10/10/2021). 2013 yılının son çeyreğinde ise, Albaraka Türk ve Kuveyt Türk katılım bankalarının iştiraki ile faizsiz sigortacılık ve bireysel emeklilik alanında faaliyet göstermek üzere Katılım Emeklilik ve Hayat A.Ş. kurulmuştur (Canbaz Karacif, 2018: 7).

2014 yılında katılım endeksine dayalı bir borsa yatırım fonu kurulmuştur. Borsa İstanbul’da işlem gören bu fon endeksin alım-satım işlemlerine imkân sağlamaktadır (Akyüz, 2014: 1). 2015 yılında Türkiye’de faizsiz finans sisteminin daha hızlı ve sağlıklı gelişmesi amacıyla “Faizsiz Finans Koordinasyon Kurulu” faaliyetlerine başlamıştır. Ayrıca, 2015-2025 yılları içerisinde TKBB’nin izleyeceği stratejileri içeren “Türkiye Katılım Bankacılığı Strateji Belgesi” yayınlanmıştır (Türkiye Katılım Bankaları Birliği [TKBB], 2015: 40-41).

İslami finans kurumlarını konvansiyonel kurumlardan ayıran en önemli unsurlardan biri de danışma kurullarının varlığıdır. İslami finans kurumları için gerçekleştirecekleri faaliyetler ve sunacakları ürün ve hizmetler ile ilgili danışma kurulunun fetvaları (Özdemir ve Aslan, 2017: 44) önemlidir. Türkiye’de 2018 yılından önce her katılım bankasının kendine özgü bir danışma kurulunun olması, bazı uygulamalarda çok başlılığa sebep olabilmekteydi. Bu bağlamda, 2018 yılında bağımsız

genel bir danışma kurulunun oluşturulması söz konusu sorunların ortadan kaldırılması bakımından önem arz etmektedir.

2020-2021 döneminde özellikle kamu kurumları bünyesinde önemli gelişmeler olmuştur. Bu kapsamda, Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi bünyesinde ‘‘Katılım Finans Daire Başkanlığı’’nın ve TCMB bünyesinde ‘‘Katılım Bankacılığı Müdürlüğü’’nün kurulması öne çıkan gelişmeler içerisinde yer almaktadır.

Türkiye’de katılım finans ve bankacılığın tarihsel gelişimi Tablo 2.3’te verilmiştir.

Tablo 2.3. Sektörün Kilometre Taşları

Yıl	Kilometre Taşları
1983	83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Özel Finans Kurumlarına yasal faaliyet izni verildi.
1984	Albaraka Türk Özel Finans Kurumu İlk ÖFK olarak kuruldu.
1985	Faisal Finans Kurumu kuruldu ve Albaraka Türk Özel Finans Kurumu ile Faisal Finans Kurumu faaliyete başladı.
1989	Kuveyt Türk Özel Finans Kurumu kuruldu.
1991	Anadolu Özel Finans Kurumu kuruldu.
1995	İhlas Finans Kurumu ve Özel Finans Kurumları Birliği Vakfı kuruldu.
1996	Asya Özel Finans Kurumu kuruldu.
1999	Özel Finans Kurumları 4389 sayılı Bankalar Kanunu kapsamına alındı.
	İhlas Finans Kurumu’nun faaliyeti BDDK tarafından durduruldu ve bankacılık ruhsatı iptal edildi.
2001	Faisal Finans Kurumu, Family Finansa dönüştü.
	Özel Finans Kurumları Birliği kuruldu.
2003	Özel Finans Kurumları Birliği Vakfı tasfiye edilerek tüm varlığı Özel Finans Kurumları Birliği’ne devredildi.
	5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile Özel Finans Kurumlarının unvanı Katılım Bankası olarak değiştirildi.
2005	Özel Finans Kurumları Birliği unvanı Türkiye Katılım Bankaları Birliği olarak değiştirildi.
	Anadolu Finans ile Family Finans ile birleşerek Türkiye Finans olmuştur.
	Özel Finans Kurumları Birliği bünyesinde Güvence Fonu TMSF’ye devredildi.
2006	Türkiye Katılım Bankaları Birliği Statüsü Resmî Gazete’de yayınlandı.
	Bank Asya’nın halka arzı gerçekleştirildi.
2007	Albaraka Türk’ün halka arzı gerçekleştirildi.
	Bireysel Müşteri Hakem Heyeti faaliyete başladı.
2008	Türkiye Finans Katılım Bankası’nın yüzde 60 hissesi Suudi Arabistan kökenli The National Commercial Bank (NCB) tarafından satın alındı.
2009	İlk Tekafül şirketi Neova kuruldu.
	Kuveyt Türk ilk özel sektör kira sertifikası ihracını gerçekleştirdi.
2011	Katılım bankacılığı prensiplerine göre BIST’te işlem gören hisse senetlerinden oluşan Katılım Endeksi oluşturuldu.
	Hazine Müsteşarlığı ilk kamu kira sertifikası ihracını gerçekleştirdi.
2012	Türkiye Katılım Bankaları Birliği ile Malezya İslami Bankalar Birliği arasında iş birliği anlaşması imzalandı.
2013	Albaraka Türk ve Kuveyt Türk ortaklığında ilk faizsiz emeklilik şirketi olarak Katılım Emeklilik kuruldu.
	Katılım Endeksine dayalı Borsa Yatırım Fonu kuruldu.
2014	Türkiye Katılım Bankaları Birliği ile İslami Araştırma ve Eğitim Enstitüsü (IRTI) arasında iş birliği anlaşması imzalandı.
	KT Portföy kuruldu.
	İlk kamu katılım bankası olarak Ziraat Katılım Bankası kuruldu.

2015	Türkiye Katılım Bankaları Birliği tarafından, Türkiye Katılım Bankacılığı 2015-2025 Strateji Belgesi yayınlandı.
	Bank Asya'nın yönetimi TMSF'ye devredildi.
	Hazine Müsteşarlığının bağlı olduğu bakanlık bünyesinde Faizsiz Finans Koordinasyon Kurulu kuruldu.
	Albaraka Portföy kuruldu.
2016	BDDK tarafından Bank Asya'nın faaliyet izni kaldırıldı.
	İkinci kamu katılım bankası olarak Vakıf Katılım Bankası kuruldu.
	Onuncu Kalkınma Planı kapsamında İstanbul Finans Merkezi Öncelikli Dönüşüm Programına “Katılım Bankacılığı ve Faizsiz Finansın Geliştirilmesi” başlıklı bileşen eklendi.
2017	Türkiye Katılım Bankaları Birliği ile İslam Kalkınma Bankası arasında Public Private Partnership PPP projelerinin finansmanı amaçlı iş birliği anlaşması imzalandı.
2018	Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) bünyesinde, “Merkezi Danışma Kurulu” kuruldu.
2019	Üçüncü kamu katılım bankası Emlak Katılım faaliyete geçti.
2020	Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi bünyesinde “Katılım Finans Daire Başkanlığı” kuruldu.
2021	TCMB Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü bünyesinde “Katılım Bankacılığı Müdürlüğü” kuruldu.

Kaynak: Görmüş, Şakir ve Aydın Yabanlı (2021), “**Katılım Bankacılığı Ekosisteminin Gelişimi**”, Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı (Editörler Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı), 100-135, İstanbul: TKBB Yayınları, s. 124.

2.2.2. İslami Bankacılıkta Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntemleri

İslami finans sisteminde, geleneksel finans sistemine benzer şekilde fon fazlası olanlarla fon açığı olanlar arasındaki aracılık faaliyeti büyük ölçüde bankalar tarafından yerine getirilmektedir. Bu noktada, İslami bankalar geleneksel bankalardan işlevsel anlamda farklı olmamakla birlikte iş yapma modelleri bakımından farklılaşmaktadır (Yanpar, 2015: 125).

İslami bankacılık işlemlerinin en önemli özelliği, İslam hukuku çerçevesinde yerine getirilmesidir. Dolayısıyla, İslami bankalar İslami hukukuna uygun olarak fon fazlası olanlardan fon toplayarak, fon açığı olanlara ise fon kullandırarak bankacılık işlemlerini yerine getirmektedir (Yüksel, 2016: 175). İslami bankalar, fon arz edenlerden cari hesaplar ve katılma hesapları aracılığıyla topladıkları fonları, fon talep edenlere yaygın olarak mudarebe, müşareke, murabaha, selem, istisna, icare, teverruk, karz-ı hasen ve sukuk şeklindeki finansman yöntemleri aracılığıyla kullandırmaktadır.

2.2.2.1. İslami Bankacılıkta Fon Toplama Yöntemleri

İslami bankacılık fon toplama yöntemleri kapsamında geleneksel bankacılık sisteminde yer alan vadesiz mevduat hesaplarına benzeyen cari hesaplar ve vadeli mevduat hesaplarına benzeyen katılma hesapları ele alınacaktır (Yüksel, 2016: 177).

➤ Cari Hesaplar

İslami bankacılığın fon toplama yöntemlerinden ilki olan cari hesaplar, mevduat sahiplerine talep ettikleri zaman ödenmesi gereken ve karşılığında herhangi bir ödeme yapılmayan hesaplardır. Bu hesaplar aracılığıyla mevduat sahipleri, banka havalelerini işleme koyma ve çek ödemelerini gerçekleştirme gibi hizmetlerden yararlanabilmektedir. Cari hesaplar, uluslararası ticareti kolaylaştırmak için yabancı para birimi cinsinden de tutulabilmektedir (Gait ve Worthington, 2007: 22-23).

Dünyada cari hesaplar olarak adlandırılan bu hesaplar, Türkiye’de ise özel cari hesaplar olarak adlandırılmaktadır. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında özel cari hesap, *“Katılım bankalarında açılabilen ve istenildiğinde kısmen veya tamamen her an geri çekilebilme özelliği taşıyan ve karşılığında hesap sahibine herhangi bir getiri ödenmeyen fonların oluşturduğu hesapları”* ifade etmektedir. Bu bağlamda, katılım bankaları belirli bir vadenin ve getiri taahhüdünün olmadığı özel cari hesaplar aracılığıyla geleneksel bankaların vadesiz mevduat hesaplarına benzer şekilde fon toplamakta ve temel bankacılık işlemlerini gerçekleştirmektedir (Kobanoğlu ve Aykol, 2015: 89).

➤ Katılma Hesapları

İslami bankacılığın fon toplama yöntemlerinden ikincisi olan katılma hesapları, dünyada birçok ülkede yatırım hesabı olarak da adlandırılmaktadır (Yılmaz, 2010: 34). Bu hesaplar, mevduat sahiplerine fonlarını önceden belirlenen bir orandan kâr/zarar paylaşımı esasına göre (Gait ve Worthington, 2007: 23) değerlendirme imkânı sunmaktadır.

Türkiye’de 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında katılma hesabı ‘‘*Katılım bankalarına yatırılan fonların bu kurumlarca kullandırılmasından doğacak kâr veya zarara katılma sonucunu veren, karşılığında hesap sahibine önceden belirlenmiş herhangi bir getiri ödenmeyen ve anaparanın aynen geri ödenmesi garanti edilmeyen fonların oluşturduğu hesapları*’’ ifade etmektedir.

İslami bankacılık uygulamaları kapsamında bu hesaplar, mudarebe veya müşareke esaslarına göre işletilmektedir (Yanpar, 2015: 134). Bu kapsamda, mevduat sahipleri sermayedar, İslami banka ise sermayeyi işleten taraf (Tunç, 2016: 197) konumunda olmaktadır.

2.2.2.2. İslami Bankacılıkta Fon Kullandırma Yöntemleri

İslami bankaların geleneksel bankaların aksine fon kullandırırken dikkat etmesi gereken bazı hususlar bulunmaktadır. İslami bankalar, cari hesaplar ve katılma hesapları aracılığıyla topladığı fonları kullandırırken faizden kaçınma, helal sektörleri finanse etme, belirsizlikten (garardan) kaçınma şeklinde temel prensipler dahilinde hareket etmek zorundadır (Yanpar, 2015: 139).

İslami bankalar, geleneksel bankaların aksine nakit olarak fon sağlamak yerine bir ticaret veya ortaklığa dayalı olarak fon kullandırmaktadır. Bu çalışma kapsamında, mudarebe, müşareke, murabaha, selem, istisna, icare, teverruk, karz-ı hasen ve sukuk yöntemlerinden bahsedilecektir.

➤ Mudarebe

İslamiyet’in ilk yıllarından itibaren ticari hayatta yaygın olarak ortaklığa dayanan finansal bir ürün olarak mudarebe kullanılmıştır. Mudarebe, rabbu’l mâl olarak adlandırılan sermaye sahibi tarafından sermaye ve mudârib olarak adlandırılan emek sahibi tarafından emek konulması sonucu kurulan bir ortaklık türünü ifade etmektedir (Bayındır, 2007: 246-258).

Mudarebe ortaklığı, ekonomide atıl kalan sermaye ile emeğin bir araya getirilmesini sağlamaktadır. Çünkü büyük meblağlarda birikimi olan birçok kişi yeterli bilgiye, tecrübeye sahip olmadığı için bu birikimi ticari bir faaliyette kullanmak istese de kullanamamaktadır. Benzer şekilde yeterli bilgiye, yeteneğe sahip birçok kişi de sermaye yetersizliğinden dolayı ticari bir faaliyette bulunamamaktadır (Döndüren, 2005: 428).

Mudarebe ortaklığının, kayıtsız/mutlak mudarebe ve kayıtlı mudarebe olmak üzere iki türü bulunmaktadır. Kayıtsız mudarebe, sermaye sahibinin herhangi bir şart koymaksızın emek sahibine tam yetki vermesi üzerine kurulan, kayıtlı mudarebe ise sermaye sahibinin emek sahibine birtakım şartlar koyması üzerine kurulan ortaklık türüdür (İslami Finans Kurumları Muhasebe ve Denetleme Organizasyonu [AAOIFI], 2015: 368).

Mudarebe, İslami bankacılık alanında hem fon toplamada hem de fon kullandırmada yer alan finansal yöntemlerden biridir. Ve iki kademeli olarak gerçekleştirilmektedir. Bu yapıda, İslami bankaya fon sahipleri mudarebe esası ile kullanılmak üzere fon vermekte, İslami banka da bu sermayeyi yine mudarebe esası ile kullanılmak üzere girişimcilere vermektedir. İlk ortaklıkta, fon sahipleri sermaye koyan taraf (rabbu'l mâl) iken, banka mudârib konumundadır (Yanpar, 2015: 150). İkinci ortaklıkta ise banka sermaye sahibi olmakta, girişimci mudârib olarak yer almaktadır. Bu ortaklık sonucu elde edilen kâr başlangıçta anlaşılan oranlar üzerinden taraflar arasında dağıtılmaktadır. Zarar halinde ise zararın tamamı diğer tarafın ihmali olmadığı sürece sermaye sahibine ait olmaktadır. Böyle bir durumda mudaribin zararı, emeğinin karşılığını alamamasıdır (Tunç, 2016: 141-142).

İslami bankalar açısından önemli bir finansal yöntem olan mudarebe çeşitli sebepler yüzünden yeterli düzeyde kullanılamamaktadır. Güven esası üzerine kurulan mudarebe ortaklığı sonucu ahlaki tehlike, ters seçim gibi bazı olumsuz durumların yaşanabilme ihtimali veya bankaların proje değerlendirme ve ilgili teknik konularda

yeterli uzmanlığının olmaması mudarebeyi yüksek risk içeren bir finansman faaliyeti (Ayub, 2017: 367) haline getirerek daha az kullanılmasına sebep olmaktadır.

➤ **Müşareke**

Arapça kökenli müşareke ‘‘ortaklık’’ anlamına gelen bir kelimedir. İş ve ticaret bağlamında müşareke tüm ortakların ortak girişimin kâr veya zararını paylaştığı bir ortaklık türünü ifade etmektedir (Usmani, 2002: 17).

İslami bankacılık alanında müşareke, bankanın ve müşterinin hem sermaye hem girişimci olarak katkıda bulunduğu ortak bir girişimi ifade etmektedir. Bu finansman yönteminde banka ve müşteri sözleşmenin şartlarına göre girişimin sermayesine birlikte katkıda bulunarak girişimi kurmakta ve sorumlulukları paylaşarak birlikte yönetmektedir. Kâr, banka ile müşteri arasında önceden anlaşılan oranda paylaşılırken, zarar tarafların sermayeye katkıları ile orantılı olarak paylaşılmaktadır (Obaidullah, 2005: 59).

Tarafların sabit veya azalan sermaye sahibi olmasına göre müşareke ortaklığının iki türü bulunmaktadır. Sabit müşareke de tarafların belirlenen dönem boyunca kurulan ortaklıktaki sermaye paylarının değişmemesi esastır. Azalan müşareke ise bankanın ortaklıktaki payını aşamalı olarak diğer ortağa aktardığı ve sonunda mülkiyetin diğer ortağa geçtiği müşareke türüdür (Kamu Gözetim Kurumu [KGK], 2019: 4).

Ortaklık finansmanı olarak da adlandırılan müşareke, mudarebeden tüm ortakların sermaye koyarak yatırımı finanse etmesi bakımından farklılaşmaktadır. Bu nedenle, müşareke ortaklığının gerçek bir ortaklığa daha yakın olduğu ifade edilmektedir. Müşareke ortaklığında, mudarebe ortaklığında olduğu gibi kâr başlangıçta anlaşılan oranlar dahilinde paylaşılsa da zarar sadece ortakların yatırım için koydukları sermaye ile orantılı olarak paylaşılmaktadır (Netzer, 2004: 20). Müşareke ortaklığında bütün ortaklar işin yönetiminde yer alabilirken, mudarebe ortaklığında sermayedarın işin yönetiminde yer alma hakkı yoktur (Ayub, 2017: 350).

➤ Murabaha

Murabaha, dünyada tüm İslami bankalar tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Murabaha, normal ticarete bilinen bir maliyet üzerine kâr ilave edilmesi sonucu gerçekleştirilen bir satış işlemidir. Bu işlemde, satıcı mal ile ilgili katlandığı maliyet ve masraflara ilişkin tüm bilgileri alıcı tarafa iletme zorundadır (Ayub, 2017: 236). Klasik murabaha işlemine bir örnek olarak, satıcının maliyeti 500 TL olan bir mal üzerine miktar olarak 50 TL kâr ekleyerek veya oransal olarak %10 kâr ekleyerek 550 TL'ye satması verilebilir. Söz konusu işlemi peşin veya vadeli olarak gerçekleştirmek mümkündür (Akten Çürük, 2013: 48).

İslami bankacılıkta kullanılan murabaha, normal ticarete gerçekleştirilen klasik murabaha işleminden usul olarak farklıdır. Çünkü modern murabaha işleminde önceden satın alma sözü veya finansal kuruluştan finansman yoluyla mal alma üzerine bir talep söz konusudur. Bu sebeple, modern murabaha “*satın alma siparişi üzerine murabaha*” olarak ifade edilmektedir (Ayub, 2017: 236). Modern murabaha işlemine bir örnek vermek gerekirse, Bay A sahibi olduğu balık unu fabrikası için ihtiyacı olan 1000 ton sardalye satın alabilmek amacıyla İslami bankaya giderek murabaha finansmanı için başvurur. Murabaha finansmanında öncelikle banka müşterinin istediği miktardaki sardalyeyi tonu 2000 TL'den balıkçıdan satın alır ve ton başına 400 TL'lik fark ile tonu 2400 TL'den müşteriye satış işlemini gerçekleştirir. Yapılan anlaşma sonucu müşteri 24 ay taksit ile toplam 2.400.000 TL'yi aylık 100.000 TL'lik taksitler halinde öder. Dolayısıyla, İslami bankaların murabaha finansmanında müşterinin bankadan finansmana konu olan malı satın alma taahhüdü ile başlayan süreç iki ayrı alım-satım işlemi ile devam etmektedir. Birincisi İslami bankanın balıkçıdan sardalye satın alması, ikincisi ise müşterinin bankadan aynı ürünü satın alması işlemidir (Yanpar, 2015: 156-157).

Murabaha işlemlerinin temeli ticari bir mal, hak veya hizmete ilişkin ya da yatırım faaliyetine ilişkin mal veya hizmet ihtiyacının karşılanmasına dayanmaktadır. Bir murabaha işleminde mal veya hizmet talebinde bulunan müşteri, İslami banka ve

satıcı/üretici olmak üzere üç taraf bulunmaktadır. Murabaha yoluyla finansman şu aşamalardan geçmektedir;

- İslami banka, müşterisinin siparişi üzerine talep edilen malı satıcıdan satın almakta,
- Banka malın bedelini satıcıya peşin ödemekte,
- Müşteri bankadan malı vadeli satın almakta,
- Müşteri üzerinde anlaşılan vadede tek seferde veya taksitler halinde malın maliyeti ve bankanın üzerine eklediği kâr üzerinden malın bedelini bankaya ödemektedir. Satıcıdan bankaya geçen malın mülkiyeti ise müşteriye devredilmektedir (Tunç, 2016: 137-139).

Murabaha işlemi uygulamada vekâlet kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Bu kapsamda, banka müşterisine malı doğrudan satın alması için vekâlet vermekte, müşteri satın aldığı malın faturasını bankaya teslim etmekte ve mal bedeli satıcının hesabına geçmektedir (Yanpar, 2015: 158).

➤ **Selem**

Selem, alıcı tarafından bedeli peşin olarak ödenen belirli malların satıcı tarafından ileri bir tarihte teslim edilmesinin taahhüt edildiği bir satış işlemidir (Usmani, 2002: 128). Selem satıcının ileri bir tarihte üretilecek malını şimdiden satarak ihtiyacı olan finansal kaynağı elde etmesini, alıcının ise ileri bir tarihte üretilecek ihtiyacı olan malı şimdiden alarak fiyat artışlarından korunmasını ve tarafların faizsiz bir şekilde ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamaktadır (Bayındır, 2007: 261).

Selemin konusu, genellikle piyasada var olan mallardır. Selemde değişime konu nesnenin ağırlık, boyut, hacim, renk, kalite gibi açık bir şekilde özellikleri belirtilmiş standart bir mal olması gerekmektedir. Dolayısıyla, selem tarımsal, endüstriyel veya doğal ürünlere veya özellikleri ayrıntılı bir şekilde belirtilmiş herhangi bir hizmete uygulanabilmektedir (Ayub, 2017: 279-280).

İslami bankalar tarafından bir finansman aracı olarak kullanılan selemde fon ihtiyacı olan müşteri ileri bir tarihte teslim edilmek üzere malını bankaya satmakta ve bedelini peşin olarak almaktadır. Müşteri önceden kararlaştırılan tarihte malı bankaya teslim etmekte ve banka malı piyasada geçerli fiyattan satmaktadır (Obaidullah, 2005: 95-96).

İslami bankalar selem işlemi sonucu malın fiyatında veya elden çıkarılmasında karşılaşılabilecek birtakım riskleri kontrol etmek için çeşitli yöntemlere başvurmaktadır. Bu yöntemlerden ilki paralel selem yöntemidir. Paralel selem, bankanın alıcı olduğu ve satıcı olduğu iki ayrı selem sözleşmesi içeren bir işlemi ifade etmektedir. İlk selem sözleşmesi müşteri ile banka arasında imzalanmaktadır. Bu sözleşmede banka alıcı konumundadır. İkinci sözleşme ise banka ile üçüncü taraf arasında olup, banka satıcı konumundadır. Vade sonunda müşteri tarafından bankaya teslim edilen mal, banka tarafından üçüncü tarafa teslim edilmektedir. İslami bankaların uygulamada başvurabileceği diğer yöntemler ise üçüncü bir taraftan malı satın alması için vaat almak veya müşterisini ya da üçüncü tarafı satın alma konusunda vekil olarak tayin ettiği bir vekâlet sözleşmesi gerçekleştirmektir (Saraç ve Çakmak, 2021: 387).

➤ **İstisna**

Arapça bir kelime olan istisna “*yapmak*”, “*üretimde bulunmak*” manalarına gelmektedir (Tunç, 2016: 152). Bu kapsamda, istisna sipariş üzerine gerçekleştirilen üretimi ifade etmektedir (Tabakoğlu, 2016: 348). İstisnanın konusu sadece üretilebilen ya da inşa edilebilen nesneleri kapsamaktadır. İstisna uygulamasında üretime konu olan nesnenin çeşit, cins, kalite, miktar gibi tüm özelliklerinin belirtilmesi gerekmektedir. Günümüzde istisna genellikle konut, fabrika, köprü, yol, otoban inşası vb. finanse etmek için kullanılmaktadır (Ayub, 2017: 282-288).

İslami bankalar tarafından bir finansman aracı olarak kullanılan istisnada İslami banka finansman sağlayıcı olarak müşteri tarafından belirlenen malı satıcıya sipariş vermekte ve peşin veya vadeli olarak malın bedelini ödemektedir. Müşterinin belirlediği

özelliklere sahip mal temin edilerek üzerinde anlaşılan bedelle müşteriye satılmaktadır. Müşteri malın bedelini anlaşılan tarihte bankaya geri ödemektedir (Tunç, 2016: 153).

İslami bankacılıkta, istisna uygulamasının paralel bir istisna sözleşmesi biçiminde gerçekleştiği de görülmektedir (Yanpar, 2015: 163). İlk sözleşme banka ile müşteri arasında, ikinci sözleşme ise banka ile satıcı arasında kurulmaktadır (Tunç, 2016: 153). Bu durumda, ilk sipariş müşteri tarafından bankaya verilmekte, banka da satıcıya sipariş vermektedir. Talep edilen malın üretilmemesi veya müşterinin talebine uygun olmaması halinde banka malı başka bir yerden temin ederek müşteriye teslim etmek zorundadır (Bayındır, 2007: 261).

Finansman aracı olarak kullanılan istisna ile selem arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Selemde mal bedelinin peşin ödenmesi ve malın standart olması gerekirken, istisnada ise mal bedelinin peşin ödenmesi ve malın standart olması gerekmez. Her ikisinde de malın teslim tarihinin önceden belirlenmesi gerekmektedir (Özsoy, 2012: 187).

➤ **İcare (Finansal Kiralama)**

İcare, bir varlığın kullanma ve yararlanma hakkından faydalanmak üzere kiralanması veya kiraya verilmesi anlamına gelmektedir. İcare hem emeğin kiralanmasını hem de mal ve hizmetlerin kiralanmasını içeren geniş bir kavramı ifade etmektedir (Ayub, 2017: 301).

İslami bankacılık alanında kullanılan finansman yöntemlerinden biri olan icare (finansal kiralama), İslami bankanın kiraya veren rolü ile müşterisine belirli bir dönem ve önceden belirlenen belirli bir kira ödemesi karşılığında sahibi olduğu belirli bir varlığın kullanım iznini vermesini ifade etmektedir (Obaidullah, 2005: 79). İcare, satın alınan bir malın normal şekilde ya da vade sonunda mülkiyetin devredilmesi şartıyla kiralanması yoluyla gerçekleşmektedir. Normal kiralama işleminde, İslami banka tarafından kiralama işlemine konu olan mal kiralama dönemi sonunda geri alınmaktadır. Günümüzde, İslami

bankalar tarafından kullanılan finansal kiralama yönteminde ise kiralama dönemi sonunda mülkiyetin devri gerçekleştirilmektedir (Bayındır, 2007: 262). Türkiye’de de dünyadaki yapıya benzer şekilde katılım bankacılığında bu finansal kiralama yöntemi uygulanmaktadır. İcare işleminin farklı bir uygulaması ise sat ve kirala yöntemidir. Bu yöntemde, banka ihtiyacı olan veya ödeme zorluğu çeken müşteriden kiralama konusu malı satın almakta ve aynı müşteriye kiralama işlemi gerçekleştirmektedir (Tunç, 2016: 149). Bu uygulama İslam hukukçuları arasında tartışmalı olup İslami bankalar tarafından temel bir finansman modeli olarak benimsenmemesi ve istisnai durumlar dışında kullanılmaması gerektiği vurgulanmaktadır (Ayub, 2017: 319).

İslami bankalar tarafından yaygın olarak kullanılan icare, geleneksel bankalar tarafından leasing adıyla kullanılmaktadır. Fakat, geleneksel bankalar bünyeleri dışında uzmanlaşmış yan kuruluşlar aracılığıyla finansal kiralama faaliyetinde bulunabilirken, İslami bankalar ana faaliyet ve ana işlerinin bir parçası olarak finansal kiralama faaliyetinde bulunmaktadır (Wilson, 2002: 201).

➤ **Teverruk**

Teverruk, nakit sağlamak amacıyla vadeli olarak alınan malın peşin olarak üçüncü bir kişiye satılmasını ifade etmektedir (Ayub, 2017: 372-373). İslami bankalar tarafından teverruk hem kendi likidite yönetimini hem de müşterilerinin nakit finansmanını karşılamak amacıyla kullanılmaktadır (Yanpar, 2015: 173).

İslami bankalar, likidite yönetiminde kısa vadeli olarak nakit sağlamak için emtia murabahası veya bankalararası teverruk olarak da adlandırılan bir teverruk işlemi gerçekleştirmekte ve genellikle Londra Metal Borsası’nda (Londra Metal Exchange-LME) işlem yapan broker şirketlerin aracılığına başvurmaktadır (Kazancı, 2018: 25). Bu yöntemde, nakit ihtiyacı olan banka ve nakit fazlası olan banka likiditesi yüksek herhangi bir emtia seçmektedir. Nakit fazlası olan banka tarafından piyasadan nakit olarak alınan emtia, nakit ihtiyacı olan bankaya vadeli olarak satılmakta ve daha sonra nakit ihtiyacı

olan banka piyasada peşin fiyattan söz konusu emtiayı satarak ihtiyacını karşılamaktadır (Ayub, 2017: 374).

İslami bankalar, geçici olarak nakit sıkıntısı yaşayan müşterilerine de teverruk imkânı sağlayabilmektedir (Özsoy, 2012: 350). Bu yöntemde, İslami bankadan müşteri nakit olarak finansman talebinde bulunmakta ve İslami banka müşterinin talebini ve durumunu değerlendirmektedir. Eğer finansman sağlamaya karar verirse emtia borsasından (çelik, bakır, demir, platin gibi) emtia satın almakta ve satın aldığı emtiayı müşterisine vadeli olarak satmaktadır (Aktepe ve Dereci, 2021: 230). Müşteri satın aldığı emtiayı isterse doğrudan kendisi isterse bankayı vekil tayin ederek peşin olarak satmakta ve işlemiden kaynaklanan anapara ve kâr payı borcunu belirlenen vadede bankaya ödemektedir (Tunç, 2016: 161).

İslami bankacılık alanında teverruk işlemlerinin oldukça kısa süre zarfında emtianın fiziki teslimi gerçekleşmeden yerine getirilmesi, aynı aracı kurumun kullanılabilmesi yani bankanın emtiayı satın aldığı taraf ile müşterinin emtiayı sattığı tarafın aynı olma ihtimali gibi çeşitli hususlar noktasında eleştirilen fon kullandırma yöntemlerinden biridir (Yanpar, 2015: 173-174). Bu yüzden, İslami bankalar tarafından yaygın olarak kullanımından kaçınılmalı ve gerçekleştirilirken son derece özenli olunmalıdır (Ayub, 2017: 374).

➤ **Karz-ı Hasen**

Karz-ı hasen, imkânı olanın ihtiyacı olana herhangi bir menfaat gözetmeksizin borç vermesini ifade etmektedir (Zaim, 1986: 34). Karz-ı hasen ilişkisinde tarafların dikkat etmesi gereken bazı hususlar bulunmaktadır. Bu hususları şu şekilde sıralayabiliriz (Aktepe, 2013: 19-20):

- Borç veren verdiği miktarı geri alma hakkına sahiptir.
- Borç alan ise geri ödeme ile yükümlüdür.

- Karz-ı hasen işlemlerinde vade bağlayıcı olmasa da belirlenebilir. Yani borç veren istediği zaman alacağını talep etme hakkına, borç alan ise belirlenen vadeden önce borcunu ödeme imkânına sahiptir. Karz-ı hasen işleminde önemli olan borç verenin borçluyu sıkıştırıp sıkıntıya sokmaması, borç alanın ise aldığı borcu bir an evvel geri ödemeye çalışmasıdır.
- Karz-ı hasen sadece misli mallar için geçerlidir.
- Borç verilen miktar borçlunun mülkiyetine geçmektedir ve borçlu sadece dinen meşru olan işler için dilediği gibi kullanma imkânına sahiptir.

Karz-ı hasen toplumda yardımlaşma ve dayanışma bağlarının güçlenmesini sağlayacaktır. Ancak güzel borç şeklinde de ifade edilen karz-ı hasen'in İslami bankacılıkta kullanım alanı sınırlıdır. İslami bankalar ihtiyaç duyan güvenilir ve hatırı sayılır müşterilerine kısa vadeli olarak karz-ı hasen verebilmektedir. Bu borçlanmalarda müşteriler borcun vadesinde anapara dışında ilave bir bedel ödememektedir (Aktepe ve Dereci, 2021: 238).

➤ **Sukuk**

Sukuk, günümüzde İslami finans enstrümanları içerisinde yaygın olarak kullanılan araçlardan biridir. Arapça “*Sakk*” kelimesinin çoğulu olan sukuk, belirli bir varlık üzerinde mülkiyet veya katılım hakkını yansıtan sertifika anlamına gelmektedir (Cakir ve Raei, 2007: 3).

İslami Finans Kurumları Muhasebe ve Denetim Organizasyonu (AAOIFI) tarafından sukuk “*mevcut mal (ayn), menfaat veya hizmet halinde bulunan varlıklar üzerindeki mülkiyette veya belirli bir projenin varlıklarında ya da özel bir yatırım faaliyetinde şayi payları ifade eder şekilde ve birbirine eşit değerde ihraç edilen sertifikalar*” (AAOIFI, 2015: 460) olarak tanımlanmaktadır.

Sukuk en basit haliyle her türlü varlık, hak, yatırım veya faaliyetin finansmanı için özel amaçlı şirketler tarafından menkul kıymetleştirilerek ihraç edilen ve sukuk

sahiplerinin elde edilen gelirden payları oranında yararlandıkları sermaye piyasası enstrümanıdır (Kaya, Dede ve Karabulut, 2021: 272).

Sukuk, faiz ödemesi ve belirsizlik içermeyen ve İslam hukuku tarafından yasaklanan faaliyet alanlarından kaçınan bir menkul kıymet olarak geleneksel hisse senetlerinden ve tahvillerden farklı bir finansal enstrümandır. Bu kapsamda, sukuk bir şirkette süresiz bir sahipliği temsil eden hisse senetlerinden belirli bir varlık üzerinde belirli bir dönem için sahipliği temsil etmesi bakımından (Ayub, 2017: 417), tahvillerden ise bir varlığa dayalı olarak ihraç edilmesi ve söz konusu varlıktan elde edilen gelirden pay alma hakkı sağlaması bakımından farklılaşmaktadır (Tok, 2009: 13-14).

Sukuk işlemleri genel itibariyle kaynak kuruluş, özel amaçlı şirket ve sukuk yatırımcıları olmak üzere üç taraflı bir yapı çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Kaynak kuruluş hükümet, büyük şirketler, banka ve banka dışı İslami finans kurumları olabilmektedir. İhraççı olarak da adlandırılan özel amaçlı şirket, menkul kıymetleştirme sürecini yöneten tüzel bir kişiliği ifade etmektedir. Sukuk yatırımcıları ise, özel amaçlı şirket tarafından ihraç edilen menkul kıymetleri satın alan merkez bankaları, İslami bankalar, banka dışı finans kurumları ve bireysel yatırımcılar olabilmektedir (Ayub, 2017: 417).

Sukuk sözleşmeleri türüne göre İslam hukukunun izin verdiği murabaha, selem, istisna, mudarebe veya icare şeklinde bir sözleşmeye dayanılarak gerçekleştirilmektedir. Kira sözleşmesine dayanan icare sukuk dünyada ve kira sertifikası olarak adlandırılan ismiyle Türkiye’de yaygın olarak kullanılmaktadır (Durmuş, Sevinç ve Kütük, 2021: 258).

İcare sukuk yoluyla finansman şu aşamalardan geçmektedir (Aktepe, 2013: 147-148);

- Özel amaçlı şirket tarafından ihraç edilen sukuk yatırımcılar tarafından satın alınmakta,
- Kaynak kuruluş sahip olduğu varlığı özel amaçlı şirkete satarak bedelini almakta,

- Özel amaçlı şirket tarafından kaynak kuruluştan satın alınan varlık tekrar kaynak kuruluşu dönemsel olarak kiralanmakta,
- Alınan kira bedelleri yatırımcılara varlıktaki ortaklık payları oranında ödenmekte,
- Özel amaçlı şirket anlaşılan vade sonunda kaynak kuruluşu varlığı geri satmakta ve alınan bedel yatırımcılara ödenmektedir.

2.3. Geleneksel Bankacılık ile İslami Bankacılık Arasındaki Farklar

İslami bankacılık, İslam hukuku kuralları çerçevesinde düzenlenen ve çalışma esasları başta Kur'an ve Sünnet olmak üzere İslami kaynaklara dayanan bankacılık sistemidir (Parlakkaya ve Çürük, 2011: 398). Dolayısıyla, İslami bankacılığın dayandığı kaynaklar İslami bankaları çalışma esasları ve sahip olduğu uygulamalar bakımından geleneksel bankalardan farklı kılmaktadır.

İslami bankacılık sistemini geleneksel bankacılık sisteminden farklı kılan en temel unsur tüm işlemlerinde faizin yasak olmasıdır (Kettell, 2011: 32). Bu husus, İslami bankaların varlık nedeni ve altın kuralı olarak ifade edilmektedir (Hazıroğlu, 2017: 249). Dolayısıyla, İslami bankalar finansal aracılık rolünü yerine getirirken geleneksel bankalardan farklı şekillerde hareket etmektedir.

İslami bankaların fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri geleneksel bankalara göre farklılık arz etmektedir. Geleneksel bankalar vadesiz ve vadeli hesaplar veya faiz temelli finansal enstrümanlar aracılığıyla fon toplamaktadır. Vade sonunda ödeme yapılmak üzere toplanan fonlar için başlangıçta belli olan sabit bir getiri taahhüdünde bulunmaktadır. Ayrıca geleneksel bankalar topladığı fonları müşterilere faiz karşılığında nakit olarak borç vermektedir. Dolayısıyla, geleneksel banka ile müşteri arasında faizli bir borç ilişkisi kurulmaktadır.

İslami bankalar, cari hesaplar ve katılma hesapları aracılığıyla fon toplamaktadır. Vade sonunda ödeme yapılmak üzere toplanan fonlar için sabit bir getiri taahhüdünde bulunmamakta, oluşacak kâr veya zarar katılma esasına göre müşteri ile bölüşmektedir.

Ayrıca, İslami bankalar topladığı fonları müşterilere nakit olarak vermemektedir (Hazıroğlu, 2017: 249). İslami bankalar, müşterinin ihtiyacına binaen peşin alım vadeli satım, finansal kiralama veya ortaklık şeklinde çeşitli İslami finansal enstrümanlar kullanmaktadır. Dolayısıyla, İslami bankaların işlemleri reel varlıkların finansmanına dayanmaktadır. Bu yüzden, İslami banka ile müşteri arasında bir borç ilişkisinden ziyade ticari bir ilişki söz konusudur.

İslami bankacılık geleneksel bankacılıktan farklı olarak kâr veya zararın paylaşımı esasına göre faaliyet gösterdiği için riskin taraflar arasında paylaşımını dikkate almaktadır. Geleneksel bankaların fon kullandırma işlemi sonucu ise tüm risk sadece fon kullanıcısına aittir. Geleneksel bankalar anapara ve faizin zamanında ödenmesi önemli olduğu için sadece fon kullanıcısının kredi değerliliğini dikkate almaktadır. Kâr-zarar paylaşımının esas olduğu İslami bankacılıkta ise projenin üretkenliği ve girişimcinin iş zekâsı ve yönetsel yeterliliği de önem arz etmektedir. Bu farklılıklara ilave olarak, geleneksel bankaların faaliyetleri ile ilgili herhangi bir kısıtlama yokken, İslami bankaların İslam hukukunun yasakladığı veya topluma zararlı olduğu bilinen herhangi bir faaliyeti finanse etmesi yasaktır. Ayrıca, İslami bankacılık geleneksel bankacılıktan farklı olarak daha geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. İslami bankalar adil, hakkaniyetli, istikrarlı bir finansal sistem ve reel sektöre katkıları sayesinde ekonomiler üzerinde olumlu katkılara sahip bir yapı sunmaktadır (Iqbal ve Molyneux, 2005: 28-35).

Geleneksel bankacılık ve İslami bankacılık arasındaki bazı temel farklılıklar Tablo 2.4'te yer almaktadır.

Tablo 2.4. Geleneksel Bankacılık ile İslami Bankacılık Arasındaki Farklar

Geleneksel Banka	İslami Banka
Geleneksel bankaların çalışma esasları bireyler tarafından oluşturulan kurumlar aracılığıyla konulan insan yapımı ilkelere dayanmaktadır.	İslami bankaların çalışma esasları dini kaynaklı olan İslam hukuku ilkelerine dayanmaktadır.
Fon sahibine önceden belirlenen bir faiz oranı garanti edilmektedir.	Fon sahibi ile fon kullanıcısı arasında risk paylaşımı esastır.
Herhangi bir kısıtlama olmaksızın kârı maksimize etmeyi amaçlamaktadır.	İslam hukuku kısıtlamalarına tabi olarak kârı maksimize etmeyi amaçlamaktadır.

Geleneksel bankaların, zekât ile ilgili herhangi bir faaliyeti bulunmamaktadır.	Zekât toplamak ve dağıtmak İslami bankaların hizmet odaklı fonksiyonlarından biri olarak kabul edilmektedir.
Geleneksel bankaların temel işlevi ödünç para vererek faizi ile geri almaktır.	İslami bankaların temel işlevi iş ortaklığına katılımdır.
İslami bankalara göre faaliyet alanı daha dardır.	Geleneksel bankalara göre faaliyet alanı daha geniştir.
Borçlu temerrüde düşerse ilave bir para (bileşik faiz) talep edebilmektedir.	Borçlu temerrüde düşerse ilave bir para talep edemez.
Toplum yararından ziyade banka çıkarlarını gözetmektedir.	Toplum yararına gereken önemi vermektedir.
Para piyasasından ödünç almak daha kolaydır.	Para piyasasından ödünç almak nispeten daha zordur.
Geleneksel bankalar sabit bir getiri garantisi olduğu için, proje başvuru ve değerlendirmelerinde uzmanlık geliştirmeye çok az önem vermektedir.	İslami bankalar, kâr veya zararı paylaştığı için proje başvuru ve değerlendirmelerinde uzmanlık geliştirmeye daha fazla önem vermektedir.
Geleneksel bankalar, müşterilerin kredibilitesine daha fazla önem vermektedir.	İslami bankalar, projelerin uygulanabilirliğine daha fazla önem vermektedir.
Geleneksel banka ile müşterileri arasında alacaklı ve borçlu ilişkisi vardır.	İslami banka ile müşterileri arasında ortak, yatırımcı ve tacir ilişkisi vardır.

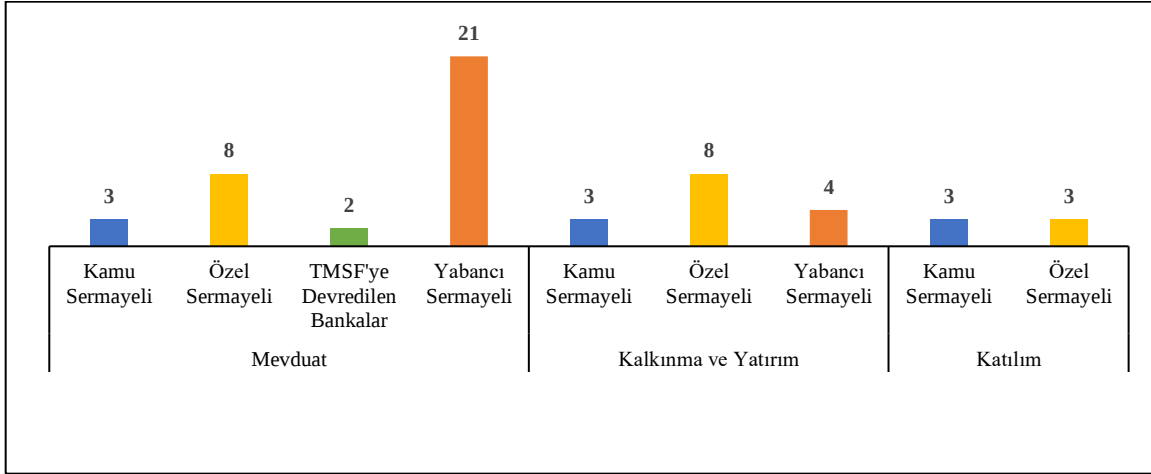
Kaynak: Ahmad, Abu Umar Faruq ve M. Kabir Hassan (2007). "Regulation and performance of Islamic Banking in Bangladesh", 251-277, **Thunderbird International Business Review**, 49, 2, s. 260.

2.4. Türk Bankacılık Sisteminin Güncel Durumu

Türk bankacılık sisteminde 2021 yılı itibariyle toplam 55 banka faaliyet göstermektedir. Söz konusu bankaların 49 tanesi geleneksel banka, 6 tanesi ise katılım bankası statüsündedir.

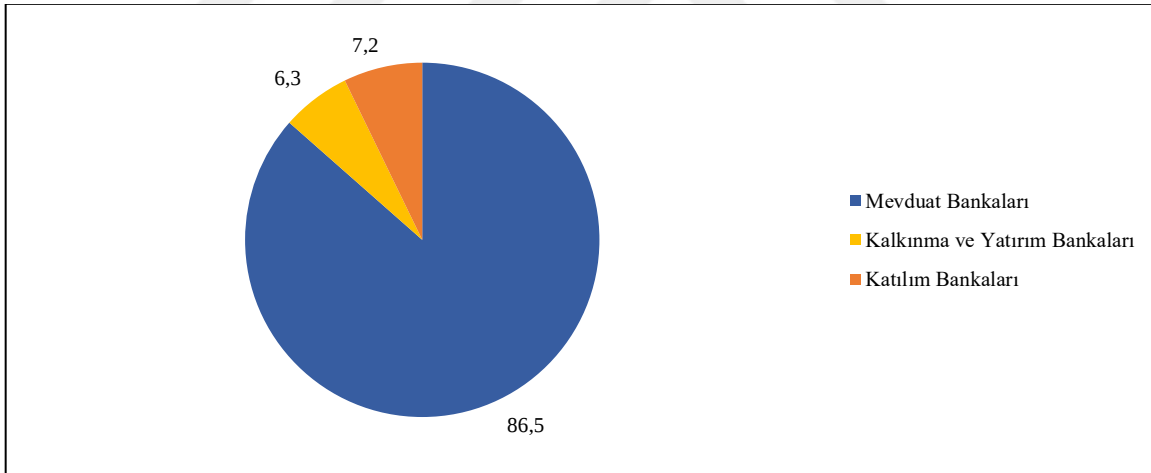
Türkiye’de geleneksel bankacılık sektörü 34 mevduat ve 15 kalkınma ve yatırım bankası olmak üzere 49 bankadan oluşmaktadır. Mevduat bankalarının 3 tanesi kamu, 8 tanesi özel ve 21 tanesi yabancı sermayeli olup, 2 tanesi Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonu (TMSF)’na devredilmiştir. Kalkınma ve yatırım bankalarının 3 tanesi kamu, 8 tanesi özel ve 4 tanesi yabancı sermayeli bankalardan oluşmaktadır.

Katılım bankacılığı sektöründe ise 6 katılım bankası faaliyet göstermektedir. Katılım bankalarının 3 tanesi özel sermayeli, 3 tanesi ise kamu sermayeli bankalardan oluşmaktadır. Türk bankacılık sisteminde banka sayıları incelendiğinde dünya genelinde olduğu gibi geleneksel bankacılık sisteminin hâkim olduğu bir yapı mevcuttur.



Şekil 2.1. Türk Bankacılık Sisteminde Banka Sayıları

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (TBB), (<https://www.tbb.org.tr/tr>-Erişim Tarihi: 10.11.2021) ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), (<https://tkbb.org.tr/>-Erişim Tarihi: 10.11.2021) sitelerinde yer alan verilerden hareketle hazırlanmıştır.



Şekil 2.2. Türk Bankacılık Sektöründeki Paylar (2020)- (%)

Kaynak: Türkiye Katılım Bankaları Birliği [TKBB] (2020). Katılım Bankaları 2020, s. 130, (<https://tkbb.org.tr/>-Erişim Tarihi: 10.11.2021).

2020 yılı itibarıyla Türk bankacılık sektöründeki paylar incelendiğinde mevduat bankalarının %86,5, kalkınma ve yatırım bankaları %6,3 ve katılım bankaları %7,2'lik paya sahip bulunmaktadır. Türk bankacılık sisteminde en fazla paya mevduat bankalarının sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2.5’te, 2020 yılı ve 2021 yılı (haziran ayı) itibariyle katılım bankaları ve bankacılık sektörünün temel finansal büyüklükleri ve katılım bankalarının sektör içindeki paylarına yer verilmiştir. Katılım bankaları ve bankacılık sektörü toplanan fonlar açısından incelendiğinde, Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre bankacılık sektörü %11,7 artarak 3.869.447 milyon TL, katılım bankaları ise %16 artarak 373.433 milyon TL olmuştur. Kullandırılan fonlar açısından incelendiğinde ise Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre bankacılık sektörü %11,7 artarak 4.103.420 milyon TL, katılım bankaları ise %16,6 artarak 280.003 milyon TL olmuştur.

Katılım bankaları ve bankacılık sektörü toplam aktifler açısından incelendiğinde ise Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre bankacılık sektörü %10,2 artarak 6.730.310 milyon TL, katılım bankaları ise %15,4 artarak 504.309 milyon TL olmuştur. Öz varlıklar açısından incelendiğinde ise, Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre bankacılık sektörü %5,1 artarak 631.364 milyon TL, katılım bankaları ise %15,9 artarak 32.000 milyon TL olmuştur. Son olarak, net kâr açısından Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre bankacılık sektörü %10 artarak 33.792 milyon TL, katılım bankaları ise %20,5 artarak 1.990 milyon TL olmuştur. Katılım bankalarının ve bankacılık sektörünün personel sayısı ve şube sayısı incelendiğinde, Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre katılım bankalarının personel ve şube sayısı %2 oranında artış gösterirken, bankacılık sektörünün personel ve şube sayısı sırasıyla %0,6 ve %0,2 oranında gerilemiştir.

Katılım bankalarının finansal büyüklükler açısından bankacılık sektörü içerisindeki payları incelendiğinde ise Haziran 2021 döneminde bir önceki yıl sonuna göre toplanan fonları %9,7’lik, kullandırılan fonları %6,8’lik, toplam aktifleri %7,5’lik, öz varlıkları %5,1’lik ve net kârı ise %5,9’luk pay ile artış göstermiştir. Katılım bankalarının finansal büyüklükler açısından bankacılık sektörü içerisindeki payının arttığı görülmektedir.

Tablo 2.5. Katılım Bankaları ve Bankacılık Sektörünün Temel Finansal Büyüklükleri (Milyon TL) ve Katılım Bankalarının Sektör İçindeki Payı (%) (2020 Aralık ve 2021 Haziran) *

							Katılım Bankalarının Sektör İçerisindeki Payı	
	Katılım Bankaları			Bankacılık Sektörü				
Finansal Başlıklar	2021 Haziran	2020 Aralık	Değişim (%)	2021 Haziran	2020 Aralık	Değişim (%)	2021 Haziran	2020 Aralık
Toplanan Fonlar**	373.433	322.017	16,0	3.869.447	3.464.221	11,7	%9,7	%9,3
Kullandırılan Fonlar***	280.003	240.133	16,6	4.103.420	3.675.203	11,7	%6,8	%6,5
Toplam Aktifler	504.309	437.092	15,4	6.730.310	6.107.832	10,2	%7,5	%7,2
Öz Varlıklar	32.000	27.603	15,9	631.364	600.804	5,1	%5,1	%4,6
Net Kâr****	1.990	1.651	20,5	33.792	30.731	10,0	%5,9	%5,4
Personel Sayısı	17.181	16.849	2,0	202.054	203.224	-0,6		
Şube Sayısı	1.280	1.255	2,0	11.166	11.189	-0,2		
*BDDK Raporlarına göre hazırlanmıştır.								
** Bankalardan toplanan fonlar hariç tutulmuştur.								
*** Takipteki alacaklar ve yurtdışı murabaha hariç tutulmuştur.								
**** Net kar rakamı geçen yılın aynı ayına göre mukayese edilmiştir.								

Kaynak: Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), (<https://tkbb.org.tr/>-Erişim Tarihi: 10.11.2021) sitesinde yer alan verilerden hareketle hazırlanmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL FİNANS EĞİLİMLERİNİN GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKA MÜŞTERİLERİNİN FİNANSAL KARARLARI ÜZERİNE ETKİSİ: KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZ

Bu bölümde çalışmanın uygulama kısmından bahsedilecektir. Bu kapsamda, araştırma ile ilgili literatür, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın sınırlılıkları, araştırmanın modeli, araştırma hipotezleri, evren ve örnekleme, veri toplama yöntemi, araştırma bulguları, analizleri ve değerlendirmelerine yer verilmiştir.

3.1. Literatür Taraması

Literatür taraması kapsamında İslami finansı davranışsal finans perspektifinden ve geleneksel finans ile birlikte ele alan makale, tez çalışmaları, kitap bölümü gibi akademik çalışmalar incelenmektedir. Bu alanda yapılan çalışmaların sınırlı olduğu ve özellikle son zamanlarda yoğunlaştığı görülmektedir.

Masomi ve Ghayekhloo (2011), çalışmasında Tahran Borsa'sında kurumsal yatırımcıların karar verme sürecinde davranışsal finans ve yatırımcı psikolojisinin etkili olup olmadığını araştırmıştır. 23 kurumsal yatırımcı üzerinde gerçekleştirilen anket sonuçları faktör analizi ve t-testi ile analiz edilmiştir. Tahran Borsa'sında işlem yapan kurumsal yatırımcıların kararları üzerinde en fazla çıpalama ve kumarbaz yanılışı olmak üzere temsil etme, aşırı güven, kayıptan kaçınma, pişmanlıktan kaçınma ve zihinsel muhasebe eğilimlerinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Wahyuni (2012), çalışmasında Surakarta'da yer alan Müslümanların İslami banka hizmetlerini kullanma davranışını etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. 198 katılımcı üzerinde gerçekleştirilen anket sonuçları hiyerarşik regresyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, İslami banka hizmetlerini kullanma niyeti üzerinde en önemli etkiye tutumun sahip olduğunu göstermektedir. Çalışma kapsamında ele alınan bir diğer değişken olan sosyal etki ise analizin ilk aşamasında İslami banka hizmetlerini

kullanma niyeti üzerinde etkili olsa da analizin ilerleyen aşamalarında modele bilgi ve fiyatlandırma yeni bağımsız değişkenlerinin eklenmesi sonucu bu etkinin tersine döndüğü gözlenmiştir. Sonuç olarak, tutum ve bilgi değişkenlerinin İslami banka hizmetlerini kullanma niyeti üzerinde etkili değişkenler olduğu sonucuna ulaşılmış ve İslami bankacılık ile ilgili Müslümanlar arasında iyi bir tutum oluşturulması ve iyi bir bilgiye sahip olunmasının önemli olduğu belirtilmiştir.

Bialkowski, Etebari ve Wisniewski (2012) çalışmalarında 1989-2007 döneminde ağırlıklı olarak Müslüman olan 14 ülke için Ramazan ayında hisse senedi getirilerini araştırmıştır. Çalışma kapsamında Bahreyn, Ürdün, Endonezya, Mısır, Kuveyt, Malezya, Fas, Umman, Pakistan, Katar, Suudi Arabistan, Tunus, Türkiye ve Birleşik Arap Emirlikleri ülkelerine ait veriler havuzlanmış en küçük kareler ve panel tahmin yöntemleri ile analiz edilmiştir. Ramazan ayında işlem hacminde önemli bir farklılık olmamakla birlikte hisse senedi getirilerinin yılın geri kalanına göre yaklaşık dokuz kat daha yüksek ve daha az hareketli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ramazan ayının yatırımcı psikolojisini olumlu yönde etkilediği ve yatırım kararları üzerinde iyimser inançlara açtığı ifade edilmektedir.

Amin (2013), çalışmasında 257 banka müşterisinin İslami kredi kartını tercih etmesinde etkili olan faktörleri gerekçeli eylem teorisinden (TRA) yararlanarak ve kısmî en küçük kareler yöntemi ile incelemiştir. Çalışma, Malezya’da banka müşterilerinin İslami kredi kartlarını tercih etme davranışsal niyetleri üzerinde etkili olan tutum, öznel norm ve algılanan finansal maliyetin etkilerini açıklamayı amaçlamaktadır. Elde edilen sonuçlar tutum, öznel norm ve algılanan finansal maliyetin İslami kredi kartı tercih etme niyeti üzerinde önemli ölçüde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Erdem ve Iqbal (2014), çalışmalarında Türkiye’nin tek borsa kuruluşu olan Borsa İstanbul’da İslami ve geleneksel yatırımcılar arasında risk davranışı açısından farklılık olup olmadığını incelemiştir. Çalışma kapsamında ilk olarak, İslami yatırımcılar ve geleneksel yatırımcılar şeklinde iki yatırımcı türü tanımlanmıştır. İslami yatırımcılar,

İslami bankaların aracı kurumları ile alım-satım yapan bireyleri ifade etmektedir. Daha sonra, Merkezi Saklama Kuruluşu (MKK) tarafından hesaplanan riskli menkul kıymetlere yatırım yapma eğilimini ölçmeyi amaçlayan bir risk iştahı endeksi olan RISE aracılığıyla iki yatırımcı türünün alım satım davranışları arasında farklılık olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmanın veri seti 2008-2014 dönemine ilişkin Borsa İstanbul'da yaklaşık 600.000 bireysel yatırımcının işlem verileri kullanılarak oluşturulan endekse dayanmaktadır. Piyasa oynaklığında ortaya çıkan hızlı değişikliklerin iki yatırımcı türünün farklı şekilde hareket etmesine yol açtığı ve İslami yatırımcıların diğer yatırımcılara göre daha az riskten kaçındığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hakim (2015), çalışmasında 2009-2014 dönemi için Körfez İş Birliği Konseyi (KİK) ülkelerinde davranışsal finansın bankacılık sektörünün rekabetçi yapısı üzerindeki etkisini incelemektedir. Çalışmada, 24 İslami banka ve 63 geleneksel banka olmak üzere 6 Körfez İş Birliği ülkesinin panel verileri kullanılmıştır. İlk adım, İslami banka girişinin her bir bankacılık piyasasının piyasa yapısını etkilediği Lerner Endeksini geliştirerek rekabet koşullarının değerlendirilmesidir. İkinci adımda, farklı derecelerdeki İslami banka penetrasyonları kullanılarak, İslami banka penetrasyonu ve bankacılık rekabetini ilişkilendiren bir denklem panel veri analizi (genelleştirilmiş en küçük kareler) ile tahmin edilmiştir. Bu denklemde, rekabet derecesindeki farklılıkları açıklamak için Lerner Endeksi bağımlı değişken olarak kullanılırken, belirli banka verileri (banka büyüklüğü, likidite, kapitalizasyon, kârlılık, verimlilik gibi) ve makroekonomik veriler (GSYİH ve GSYİH büyüme oranı) bağımsız değişken olarak kullanılarak İslami bankaların penetrasyonunun ekonomilerdeki rekabet koşulları üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir. Elde edilen analiz sonuçları, KİK ülkelerindeki bankacılık sektörünün son yıllarda daha rekabetçi hale geldiğini ve davranışsal finans penetrasyonundaki/İslami bankacılık penetrasyonundaki artışın bankacılık sektöründeki rekabeti artırdığını ortaya koymuştur.

Musse, Echchabi ve Abdul Aziz (2015), çalışmalarında İslami ve geleneksel davranışsal finans literatürünü eleştirel bir şekilde incelemiştir. Çalışma kapsamında, İslami davranışsal finans alanında yapılan çalışmaların İslami yatırımlar yapan

yatırımcıların davranışlarını araştırmaktan ziyade İslami ürünleri kullanmayanların İslami ürünlere yatırım yapmaya veya kullanmaya istekli olup olmadıklarını araştırdığı vurgulanmaktadır. Geleneksel davranışsal finans alanında yapılan çalışmaların ise borsa veya fon yatırımları yapan yatırımcıların davranışlarını araştırdığı ifade edilmektedir. Sonuç olarak, İslami davranışsal finansın geleneksel davranışsal finans ile karşılaştırıldığında yeni bir çalışma alanı olduğu ve bu alandaki çalışmaların artırılması gerektiği vurgulanmıştır.

Gavrilidis, Kallinterakis ve Tsalavoutas (2015), çalışmalarında Bangladeş, Mısır, Endonezya, Malezya, Fas, Pakistan ve Türkiye olmak üzere çoğunluğu Müslüman olan 7 ülkede sürü davranışı ve ruh hali arasındaki ilişkiden hareketle Ramazan ayında hisse senedi piyasalarında sürü davranışı olup olmadığını ve eğer varsa Ramazan ayında ortaya çıkan olumlu ruh halinin Ramazan ayı dışındaki günlerle karşılaştırıldığında daha yüksek sürü davranışına yol açıp açmayacağını incelemiştir. Sürü davranışının varlığı, hisse senedi getirilerinin yatay kesit değişkenliğine (CSAD) dayanan yöntem kullanılarak araştırılmıştır. Elde edilen bulgular Malezya ve Pakistan dışında Bangladeş, Mısır, Endonezya, Fas ve Türkiye hisse senedi piyasalarında Ramazan ayı boyunca sürü davranışının sergilendiğini ortaya koymuştur. Buna ilave olarak hem Ramazan hem de Ramazan ayı dışındaki günlerde sürü davranışının ortaya çıktığı çoğu test için özellikle Ramazan ayı boyunca sürü davranışının Ramazan ayı dışındaki günlere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, çalışmada sürü davranışı ve Ramazan ayı arasındaki ilişkinin farklı yerel/uluslararası piyasa durumlarına ve küresel mali krize göre değişiklik gösterip göstermeyeceği incelenmiş ve piyasalar arasında bazı düzeylerde farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma dini bir olayın (Ramazan) sürü davranışı açısından önemli bir belirleyici olduğunu göstererek, finansal kararlarda dinin önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymasından önemlidir.

Abdelhedi-Zouch ve Ghorbel (2016), çalışmalarında panel veri analizi ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde İslami ve geleneksel bankaların piyasa değeri üzerinde banka yöneticilerinin ve yatırımcı davranışlarının etkisini incelemiştir. Çalışmada, 2005-

2013 dönemine ilişkin Suudi Arabistan, Kuveyt, Birleşik Arap Emirlikleri, Katar, Bahreyn, Mısır, Ürdün, Türkiye olmak üzere sekiz ülkeden 25 İslami banka ve 45 geleneksel banka ele alınmıştır. Çalışmada, ilk olarak kredi kayıp karşılıkları kullanılarak yöneticinin isteğe bağlı davranışının bankanın piyasa değeri üzerindeki etkisi araştırılmakta ve her iki banka türünde de yöneticinin isteğe bağlı davranışının yatırımcıya gelecekteki kazanç beklentilerine ilişkin olumlu bir sinyal verdiği için hisse senedi fiyatları üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, geleneksel banka hisse senedi fiyatları kayıptan kaçınma eğilimi ile uyumlu olarak negatif sinyallere pozitif sinyallere kıyasla daha yüksek tepki vermektedir. İkinci olarak, yatırımcı duyarlılığının İslami ve geleneksel bankaların piyasa fiyatı üzerine etkisi ve makroekonomik faktörlerin banka değerine katkısı incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, yatırımcı duyarlılığının iki bankanın piyasa fiyatlarını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Dolayısıyla hem İslami hem de geleneksel bankaların piyasa değeri benzer şekilde yönetici ve yatırımcı davranışlarına bağlıdır. Ayrıca çalışma kapsamında makroekonomik gösterge olarak İslami ve geleneksel bankaların piyasa değeri üzerindeki piyasa yoğunlaşmasının özellikle son zamanlarda İslami bankalara yapılan yatırımların artması nedeniyle İslami banka fiyat değerlerini olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Adeyemi ve Haron (2016), çalışmalarında ikinci dereceden faktör modellerinin ölçüm değişmezliği ile Malezya'daki Müslümanların İslami bankacılık ve finans faaliyetlerinde dindarlık düzeyinin zihinsel muhasebe eğilimi, aşına olma eğilimi, pişmanlıktan kaçınma eğilimi, çıpalama eğilimi ve sürü psikolojisi olmak üzere beş davranışsal eğilim üzerine etkisini incelemiştir. Çalışma kapsamında, pişmanlıktan kaçınma eğilimi dışında tüm davranışsal eğilimler açısından farklılık olduğu ve kendilerini son derece dindar olarak algılayan bireylerin finansal kararlarında kendilerini düşük dindarlık seviyelerine sahip olarak algılayanlara kıyasla sürü psikolojisine, aşına olma eğilimine, zihinsel muhasebe eğilimine ve çıpalama eğilimine daha yatkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mamman, Ogunbado ve Abu-Bakr (2016), çalışmalarında banka müşterilerinin İslami bankacılığı benimseme niyetini etkileyen faktörlerin teorik tartışmasını sunan kavramsal bir makale ortaya koymuştur. Çalışma kapsamında, İslami bankacılığı benimseme niyetini etkileyen bazı faktörlere (güvenilirlik, gizlilik, hızlı hizmet, din, hizmet kalitesi, ürün, güven gibi) yönelik çalışmalar olduğundan bahsedilmiştir. Bu çalışmalara rağmen, İslami bankacılığın benimsenmesi ve davranışsal niyetin etkisini ele alan az sayıda çalışma olduğu ve bu çalışmaların bulgularının tutarsız olduğundan bahsedilmiştir. Çalışmada, davranışsal niyet ile İslami bankacılığın benimsenmesi arasındaki ilişkide aracı olarak “piyasa uzmanı” önerilmektedir.

İmad, bin Ahmad Razimi ve bin Osman (2017), çalışmalarında İslami yatırımcı davranışı üzerine daha önce yapılan çalışmaları gözden geçirmiştir. Elde edilen bulgular, İslami yatırımcı davranışı üzerine yeterli araştırma olmadığını ve ayrıca içerik analizi yapılan bu çalışma kapsamında daha önce yapılan araştırmaların İslami yatırım karar modeli geliştirmede, daha çok nicel olduğu ve bilgili İslami yatırımcılar hakkında çok az çalışma yapıldığı sonucunu ortaya koymuştur. İncelenen değişkenleri, yöntemleri ve ülkeleri vurgulayarak İslami yatırımcıların davranışları ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar hakkında ayrıntılı bir çerçeve sunması ve davranışsal faktörlerin yatırım kararları üzerindeki etkisi konusunda Müslüman yatırımcıların farkındalığını artırmaya ve gelecekteki çalışmalara yardımcı olabileceği hususları çalışmanın katkıları arasında yer almaktadır.

Medhioub ve Chaffai (2018), çalışmalarında Körfez İş Birliği Konseyi (KİK) ülkeleri İslami borsalarında (Bahreyn, Kuveyt, Katar, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri) sürü davranışının varlığını incelemiştir. Bu kapsamda, Ocak 2006- Şubat 2016 dönemine ait aylık beş ülkenin İslami KİK hisse senedi getirileri kullanılarak sıradan en küçük kareler ve otoregresif koşullu değişen varyans tipi modeller ile analiz yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar, sadece Suudi Arabistan ve Katar İslami borsalarında sürü davranışına ilişkin kanıtlar olduğunu ortaya koymuştur.

Kaakeh (2018), çalışmasında tüketici davranışı perspektifinden İslami davranışsal finansa ve banka çalışanlarının bu davranışla nasıl etkileşim kurduğuna odaklanmaktadır. Bu kapsamda, iki farklı ülkede tüketicilerin İslami finansa karşı tutum ve niyetlerini etkileyen faktörleri araştırmaktadır. İlk olarak, İspanya'nın Barcelona şehrinde Müslüman azınlıklar arasında İslami bankacılığı kullanma niyetini etkileyen faktörler faktör analizi ve logit regresyon ile araştırılmış ve tutum, dini motivasyon ve farkındalığın İslami bankacılığı kullanma niyetini etkileyen önemli faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonra, Birleşik Arap Emirlikleri'nde banka müşterilerinin İslami bankacılığı kullanma tutum ve niyetine ilişkin imaj, farkındalık, Şeriat uyumu ve bireyselleşme faktörlerinin etkisi yapısal eşitlik modeli ile araştırılmış ve tutum ve farkındalığın niyeti doğrudan etkilediği, imaj, farkındalık, Şeriat uyumu ve bireyselleşmenin ise tutumu doğrudan etkilediği ve dolaylı olarak tutum aracılığıyla niyeti etkilediği sonucu elde edilmiştir. Son olarak, Birleşik Arap Emirlikleri'nde pencere bankacılığı olarak faaliyet gösteren İslami bankacılık ürünleri sunan bir bankada banka çalışanlarının mesleki öz-yeterliliğini ve performansını etkileyen faktörler kısmi en küçük kareler yöntemi ile araştırılmış ve müşteri talepkârlığının satış düzeyinde farkındalık çabalarını olumlu etkilediği, farkındalık çabalarının öz-yeterliliği olumlu etkilediği, öz-yeterliliğin performansı olumlu etkilediği ve imajın satış elemanlarının öz-yeterlik ve performansını olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Oladapo, Omar, Muda ve Abdurraheem (2019), çalışmalarında Nijerya'da müşterilerin İslami bankacılığı tercih etme davranışsal niyeti üzerinde olumlu tutum ve öznel normun aracılık etkisini gerekçeli eylem teorisini temel alarak incelemektedir. Çalışmada, 274 müşteriden anket yoluyla veriler toplanmıştır. Elde edilen sonuçlar, İslami bankacılığı tercih etme davranışsal niyeti üzerinde tutumun önemli bir rolü olduğunu ve farkındalık, bilgi, din ve müşterilerin davranışsal niyetleri arasındaki ilişkiye aracılık etmede olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Öznel normun ise İslami bankacılığı tercih etme davranışsal niyeti üzerinde önemli bir rolü olmadığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla, müşterilerin İslami bankacılığı tercih etme davranışsal niyeti üzerinde sahip oldukları olumlu tutum etkili iken, karar vermeden önce başkalarının

görüşlerine çok fazla ihtiyaç duymadıkları dolayısıyla öznel normun etkili olmadığı ifade edilmektedir.

Tekin (2020), çalışmasında İslami finans ve davranışsal finans arasındaki etkileşimi ortaya koymak amacıyla literatürde yer alan çalışmalardan hareketle betimsel inceleme niteliği taşıyan bir çalışma ortaya koymuştur. Yapılan literatür incelemesi sonucu, İslami finans ile davranışsal finansın insana bakış açıları gibi pek çok alanda kesiştiği sonucuna ulaşılmıştır. İslami finans ve davranışsal finans geleneksel finansın aksine bireylerin tamamen rasyonel hareket etmediğini, finansal davranışları üzerinde etkili olan ve rasyonaliteden sapmalara yol açan farklı dinamiklere vurgu yapmaktadır. Çalışma kapsamında, her iki finans alanının birlikte ele alınarak insanın yaradılışından kaynaklanan insani özellikleri ve sahip olduğu değerleri dikkate alan daha etkin finansal modellemeler ortaya koyulabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda, finansal aktörlerin istek ve ihtiyaçlarını karşılama noktasında daha etkin ürün ve hizmet modelleri geliştirilebileceği vurgulanmıştır.

Ateşçi (2020), çalışmasında katılım bankacılığının tercih edilmesinde etkili olan faktörleri davranışsal finans kapsamında incelemiştir. Bu kapsamda, Erzincan ilinde 404 bireysel yatırımcı ile gerçekleştirilen anket sonuçları tek yönlü ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Çalışmada, bireylerin katılım bankacılığını tercih etmelerinde etkili olan belirsizlikten kaçınma, riskten kaçınma, aşırı güven, pişmanlıktan kaçınma, sürü davranışı, otoriterlik ve muhafazakarlık ve tatmin faktörü olmak üzere yedi faktör belirlenmiş olup, katılım bankacılığını tercih edenlerin davranışsal finanstan etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ahmetoğulları (2021), çalışmasında İslami ve geleneksel davranışsal finans yaklaşımına ilişkin ampirik ve teorik çalışmaları inceleyerek teorik bir değerlendirme ortaya koymuştur. Çalışma kapsamında, geleneksel davranışsal finansın İslami davranışsal finansa göre daha eski bir alan olduğu ve zihinsel ve duygusal eğilimlerden bahsetse de hayatın her alanında karar verme süreçlerinde önemli bir rolü olan inançları

dışarıda bırakmasının bu alanı eksik bıraktığından bahsedilmektedir. Dolayısıyla, İslami davranışsal finansın yeni fakat gelecek için ümit vaat eden bir alan olarak yatırımcıların karar alma süreçlerine ilişkin davranışları açıklamada önemli bir rol oynayacağı vurgulanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Rasyonel insan varsayımı üzerine kurulu geleneksel finans, bireylerin finansal karar alma süreçlerini açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Çünkü insan doğası gereği her zaman rasyonel davranmamakta, sınırlı rasyonaliteye sahip bulunmaktadır. Davranışsal finans ise, bireylerin irrasyonel veya sınırlı rasyonaliteye sahip olduğu varsayımı üzerine kuruludur. Bu temel varsayım ile bireylerin finansal karar alma süreçlerinde etkisinde kaldıkları eğilimlere odaklanmaktadır (Güngör ve Demirel, 2018: 7).

Davranışsal finansın sınırlı rasyonellik varsayımının tam karşılığını bulduğu alanlardan biri de İslami finans ve onun alt dalı olan bankacılık alanıdır. Çünkü İslami finans ve bankacılık alanı da davranışsal finans gibi bireylerin tamamen rasyonel olmadığını ve finansal karar alma süreçlerini etkileyen ve rasyonaliteden sapmalarına yol açan dinamiklerin olduğu düşüncesine dayanmaktadır. Dolayısıyla bu iki alanın birlikte ele alınması geleneksel finansa önemli bir alternatif ortaya koyabileceği gibi, daha sağlıklı finansal bir yapının inşa edilmesini de sağlayabileceği düşünülmektedir (Tekin, 2020: 142-159).

Bu çalışmanın amacı, Türkiye genelinde katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında araştırılmasıdır. Bu kapsamda katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları altında yatan eğilimlerin tespit edilmesi ve katılım bankası ile geleneksel banka müşterilerinin eğilimleri arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığı araştırılacaktır. Çalışmanın bankacılık sektörünün hitap edeceği müşterilerin davranışsal profili hakkında bilgi sahibi olmasına ve banka müşterilerinin sahip olduğu psikolojik eğilimlerin

belirlenmesi sonucu finansal kararlar üzerinde etkilerinin azaltılmasına ve daha sağlıklı kararlar verilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

Literatür incelendiğinde, İslami finansı davranışsal finans perspektifinden ve geleneksel finans ile birlikte ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Davranışsal finans perspektifinden İslami finansı ele alan çalışmalar incelendiğinde, bireylerin İslami finans ve bankacılığa yönelik tutum ve niyetlerini belirlemeye yönelik çalışmaların ağırlıklı olduğu ve finansal kararlar üzerinde etkili olan finansal eğilimlerin araştırılmadığı noktasında eleştiriler mevcuttur. Son yıllarda, İslami finansı davranışsal finans perspektifinden ele alan çalışmalar yayınlanmaya başlamıştır. Fakat davranışsal finans kapsamında, İslami banka müşterilerinin finansal kararlarında etkisinde kaldıkları psikolojik eğilimleri dikkate alan çalışma sayısı halen sınırlıdır. Bu çalışma hem İslami hem de geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimleri davranışsal finans bağlamında ele alması ve iki grup arasında karşılaştırma imkânı sunması bakımından özgün bir değere sahiptir.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Türkiye genelinde 33 il kapsamında belirli sayıda katılım bankası ve geleneksel banka müşterisi ile sınırlıdır. Ayrıca, verilerin Koronavirüs (Covid 19) salgını sebebiyle çevrimiçi (online) anket yöntemi ile toplanması ve belirli bir dönemi kapsamaması da araştırmanın sınırlılıkları arasında sayılabilir.

3.4. Araştırmanın Metodolojisi

3.4.1. Araştırmanın Modeli (Deseni)

Türkiye genelinde katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında araştırılması amacıyla yapılan bu çalışmada nicel araştırma desenlerinden biri olan “tarama modeli” kullanılmıştır. Bu model, araştırma evreninin eğilim, tutum veya görüşlerini evreni temsil eden bir örneklemeyle çalışılması sonucu sayısal olarak ortaya konulmasını sağlamaktadır.

Bu araştırmalarda, örneklemden evrene genelleme yapılması için yapılandırılmış mülakat ve anket gibi veri toplama araçları kullanılmaktadır (Fowler, 2008; aktaran Creswell, 2017; 13).

3.4.2. Araştırmanın Evren ve rneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye genelinde katılım bankası ve geleneksel banka (mevduat bankası) rn ve hizmetlerini kullanan 18 yaş ve üzeri müşteriler oluşturmaktadır. Türkiye genelindeki katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin sayılarını tam olarak belirlemek mümkün değildir.

Katılım bankalarının ye olduğu, Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) veri tabanında il bazında katılım bankalarının müşteri sayılarına erişim mümkündür. Geleneksel bankaların ye olduğu, Türkiye Bankalar Birliği (TBB) veri tabanında ise bankaya özel gizli bilgi olması sebebiyle il bazında geleneksel bankaların müşteri sayılarına ilişkin herhangi bir bilgi bulunmamaktadır. Ayrıca bir banka müşterisi birden fazla bankanın müşterisi olabilmektedir. Bu kapsamda, çalışmada örneklem seçiminde olasılıklı (tesadüfi) olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem sayısı için hedef kitledeki birey sayısının bilinmemesi durumunda kullanılan $n = t^2 \cdot p \cdot q / d^2$ formülü kullanılmıştır. Bu formülde,

n: rnek hacmini,

p: incelenen olayın gerçekleşme olasılığını,

q: incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığını,

t: belirli bir anlamlılık düzeyinde t-tablosunda bulunan teorik değeri,

d: olayın oluş sıklığına göre kabul edilen $\pm$ örnekleme hatasını ifade etmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 48). Bu kapsamda, %95 güven aralığında ve ± 0.05 'lik hata payı ile minimum örneklem sayısı; $p=0.5$ ve $q=0.5$ ise $n=(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) / (0.05)^2 = 384$ olarak hesaplanmıştır. Çalışmada, 390 katılım bankası ve 465 geleneksel banka müşterisi olmak üzere toplam 855 katılımcıya ilişkin veri toplanmıştır.

3.4.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma kapsamında, nicel veri toplama araçlarından anket kullanılmıştır. Anket, 2021 yılı mart ve haziran ayları içerisinde çevrimiçi (online) olarak gerçekleştirilmiştir. Çevrimiçi (online) anket yönteminin tercih edilmesinin sebebi, araştırma döneminde etkili olan Koronavirüs (Covid 19) salgınıdır. Salgın sebebiyle yüz yüze anket ile verilerin toplanmasının risk içerebileceği düşünülmüştür.

Banka müşterilerinin finansal kararları altında yatan davranışsal finans eğilimlerini belirlemek için ilgili literatürün detaylıca incelenmesi ve uzman görüşlerinin alınması sonucu bazı farklılıklar içeren iki anket oluşturulmuştur. Anket katılım bankası müşterisi ve geleneksel banka müşterisi olan iki gruba uygulanmıştır. Katılım bankalarının yapı ve işleyiş bakımından geleneksel bankacılıktan farklılıklar içerdiği göz önünde bulundurularak ve bankaların işlemlerinde kullandıkları birbirinden farklı hususları ifade eden faiz, kâr payı, kredi, finansman gibi kavramlar dikkate alınarak sorular hazırlanmıştır.

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterileri için ayrı ayrı oluşturulan anket 3 kısımdan oluşmaktadır. Anketin ilk kısmında banka müşterilerinin demografik bilgilerine, ikinci kısmında ise finansal profillerine ilişkin sorulara cevap aranmıştır. Finansal profil ile ilgili sorular oluşturulurken bir kısmı literatürdeki bazı kaynaklardan (El Massah ve Al-Sayed, 2013; Altın, 2018) bir kısmı ise araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Üçüncü kısmında ise, banka müşterilerinin finansal kararları altında yatan davranışsal finans eğilimlerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Bu kısımda yer alan davranışsal eğilimler ile ilgili ifadelerin bir kısmı literatürdeki bazı kaynaklardan (Pompian, 2006; Kahneman, 2011; Nofsinger, 2014; Ariely ve Kreisler, 2020; Ede, 2007; Ateş, 2007; Büyükaslan, 2012) esinlenilerek oluşturulurken, bir kısmı araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Anketin üçüncü kısmında yer alan ifadelerin biri hariç diğerleri 5'li likert ölçek üzerinden sınıflandırılmıştır. Katılımcıların ifadelere 1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle

katılıyorum şeklinde cevap vermeleri istenmiştir. Anket aracılığıyla toplanan veriler, SPSS 21 paket programından yararlanarak analiz edilmiştir. Anket formları ekler kısmında yer almaktadır.

3.5. Araştırma Bulguları

3.5.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Dağılımı

Bu kısımda katılımcılar cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, meslek ve aylık gelir yönünden incelenecektir. Bu kapsamda, katılımcılara ilişkin demografik özelliklerin belirlenmesi için frekans analizi uygulanmış ve sonuçlarına Tablo 3.1’de yer verilmiştir.

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerinin Dağılımı

Demografik Bilgiler		Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	449	52,5
	Erkek	406	47,5
Yaş Aralığı	18-25	245	28,7
	26-33	228	26,7
	34-41	201	23,5
	42-49	121	14,2
	50 ve üzeri	60	7,0
Medeni Durum	Evli	359	42,0
	Bekâr	496	58,0
Eğitim Düzeyi	İlkokul	33	3,9
	Ortaokul	47	5,5
	Lise	159	18,6
	Üniversite	456	53,3
	Yüksek Lisans	128	15,0
	Doktora	32	3,7
Meslek	İşletme Sahibi veya Ortağı	108	12,6
	Yönetici	73	8,5
	Memur	179	20,9
	İşçi	178	20,8
	Esnaf	95	11,1
	Tüccar	75	8,8
	Çiftçi	39	4,6
	Serbest Meslek	93	10,9
	Diğer	15	1,8
Aylık Gelir	3000 TL ve altı	240	28,1
	3001-5500 TL	279	32,6
	5501-8000 TL	199	23,3
	8001-10.500 TL	79	9,2
	10.501 TL ve üzeri	58	6,8

Tablo 3.1.'de, araştırmaya katılan toplam 855 katılımcıya ilişkin demografik bilgilerin dağılımına yer verilmiştir;

- Katılımcıların %52,5'i kadın ve %47,5'i ise erkektir. Katılımcıların büyük çoğunluğu kadındır.
- Katılımcıların %28,7'si 18-25 yaş aralığında, %26,7'si 26-33 yaş aralığında, %23,5'i 34-41 yaş aralığında, %14,2'si 42-49 yaş aralığında ve %7'si 50 ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu genç banka müşterilerinden oluşmaktadır.
- Katılımcıların %42'si evli ve %58'i ise bekârdır. Katılımcıların büyük çoğunluğu bekârdır.
- Katılımcıların %3,9'u ilkokul mezunu, %5,5'i ortaokul mezunu, %18,6'sı lise mezunu, %53,3'ü üniversite mezunu, %15'i yüksek lisans mezunu ve %3,7'si doktora mezunudur. Katılımcıların büyük çoğunluğu üniversite mezunudur.
- Katılımcıların %12,6'sı işletme sahibi veya ortağı, %8,5'i yönetici, %20,9'u memur, %20,8'i işçi, %11,1'i esnaf, %8,8'i tüccar, %4,6'sı çiftçi, %10,9'u serbest meslek ve %1,8'i diğer (emekli, öğrenci vb.) meslek grubundadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu memur ve işçi meslek gruplarına dahildir.
- Katılımcıların %28,1'i 3000 TL ve altı, %32,6'sı 3001-5500 TL arası, %23,3'ü 5501-8000 TL arası, %9,2'si 8001-10.500 TL arası ve %6,8'i 10.501 TL ve üzeri gelir aralığındadır. 3001-5500 TL arası gelire sahip banka müşterilerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir.

3.5.2. Katılımcıların Finansal Profillerine İlişkin Bilgilerin Dağılımı

Bu kısımda müşterisi olunan banka tipi, daha önce banka kredisi/finansmanı kullanılıp kullanılmadığı, kullanıldı ise kredi/finansman türü, tasarrufları değerlendirilmenin en iyi yolu, bankada tasarrufların nasıl değerlendirildiği ve bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktörler açısından incelenen katılımcılara ait elde edilen bulgular analiz edilecektir. Bu kapsamda,

katılımcılara ilişkin finansal profillerin belirlenmesi için frekans analizi uygulanmış ve sonuçlarına Tablo 3.2’de yer verilmiştir.

Tablo 3.2. Katılımcıların Finansal Profillerinin Dağılımı

Finansal Profil			Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Müşterisi olduğunuz banka tipi hangisidir?	Katılım bankası		390	45,6
	Geleneksel banka		465	54,4
Daha önce banka kredisi/finansmanı kullandınız mı?	Evet		417	48,8
	Hayır		438	51,2
Kullanılan kredi/finansman türü nedir?	Geleneksel bankadan kullanılan faizli kredi		316	37,0
	Katılım bankasından kullanılan faizsiz finansman		101	11,8
Tasarruflarınızı değerlendirmenin en iyi yolu nedir?	Katılım bankası hesabında tutmak		353	41,3
	Geleneksel banka hesabında tutmak		502	58,7
Bankada tasarruflarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretlenebilmektedir.)	Katılım bankası	Cari Hesap	149	11,3
		Katılma Hesabı	182	13,9
		Altın Hesabı	256	19,5
		Döviz Alım-Satımı	198	15,1
		Hisse Senedi	126	9,6
		Kira Sertifikası (Sukuk)	99	7,5
		Bireysel Emeklilik Sistemi	186	14,2
		Kıymetli Maden Alım-Satımı	66	5,0
		Aylık Talimatlı Çeyiz Hesabı	51	3,9
	Toplam	1313	100,0	
	Geleneksel banka	Vadesiz Hesap	154	10,8
		Vadeli Hesap	197	13,8
		Altın Hesabı	284	19,8
		Döviz Alım-Satımı	247	17,3
		Hisse Senedi	136	9,5
		Kira Sertifikası (Sukuk)	120	8,4
		Bireysel Emeklilik Sistemi	203	14,2
		Kıymetli Maden Alım-Satımı	60	4,2
		Aylık Talimatlı Çeyiz Hesabı	30	2,1
	Toplam	1431	100,0	
Bankada tasarruflarınızı değerlendirirken tercih ettiğiniz yatırım araçlarını etkileyen temel faktör nedir?	Katılım bankası	Yatırım aracının getiri oranı	75	19,2
		Yatırım aracının risk düzeyi	43	11,0
		Sermayeyi koruma isteği	68	17,4
		Devamlı gelir elde etme isteği	43	11,0
		Dini Hassasiyetim	99	25,4
		Yatırım aracının bilinirliği	31	7,9
		Alışkanlıklar	31	7,9
	Geleneksel banka	Yatırım aracının getiri oranı	113	24,3
		Yatırım aracının risk düzeyi	63	13,5
		Sermayeyi koruma isteği	84	18,1
		Devamlı gelir elde etme isteği	55	11,8
		Dini hassasiyetim	67	14,4
		Yatırım aracının bilinirliği	31	6,7
		Alışkanlıklar	52	11,2

Tablo 3.2’de, araştırmaya katılan toplam 855 katılımcının finansal profillerine ilişkin bilgilerin dağılımına yer verilmiştir;

- Katılımcıların %45,6’sı katılım bankası müşterisi, %54,4’ü ise geleneksel banka müşterisidir. Katılımcıların büyük çoğunluğu geleneksel banka müşterilerinden oluşmaktadır.
- Katılımcıların %48,8’i daha önce banka kredisi/finansmanı kullanırken, %51,2’si ise daha önce banka kredisi/finansmanı kullanmamıştır. Daha önce banka kredisi/finansmanı kullanan katılımcıların %37’si geleneksel bankadan faizli kredi kullanırken, %11,8’i ise katılım bankasından faizsiz finansman kullanmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun daha önce banka kredisi/finansmanı kullanmadığı, kullananların ise geleneksel bankadan faizli kredi kullandığı görülmektedir.
- Katılımcıların %41,3’ü tasarrufları değerlendirmenin en iyi yolunun katılım bankası hesabında tutmak olduğunu, %58,7’si tasarrufları değerlendirmenin en iyi yolunun geleneksel banka hesabında tutmak olduğunu düşünmektedir.
- Katılım bankası müşterisi olan katılımcıların bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih ettikleri yatırım araçları; %11,3 ile cari hesap, %13,9 ile katılma hesabı, %19,5 ile altın hesabı, %15,1 ile döviz alım-satımı, %9,6 ile hisse senedi, %7,5 ile kira sertifikası (sukuk), %14,2 ile bireysel emeklilik sistemi, %5 ile kıymetli maden alım-satımı ve %3,9 ile aylık talimatlı çeyiz hesabıdır. Buna göre, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların tasarruflarını değerlendirirken en fazla tercih ettikleri yatırım araçları geleneksel yatırım araçları olan altın ve dövizdir. En fazla tercih edilen yatırım araçlarından biri de bireysel emeklilik sistemidir.
- Geleneksel banka müşterisi olan katılımcıların bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih ettikleri yatırım araçları; %10,8 ile vadesiz hesap, %13,8 ile vadeli hesap, %19,8 ile altın hesabı, %17,3 ile döviz alım-satımı, %9,5 ile hisse senedi, %8,4 ile kira sertifikası (sukuk), %14,2 ile bireysel emeklilik sistemi, %4,2 ile kıymetli maden alım-satımı ve %2,1 ile aylık talimatlı çeyiz hesabıdır. Buna

göre, geleneksel banka müşterisi olan katılımcılar katılım bankası müşterisi olan katılımcılara benzer şekilde tasarruflarını değerlendirirken en fazla geleneksel yatırım araçları olan altın ve döviz tercih etmektedir. Ayrıca, yine katılım bankası müşterisi olan katılımcılara benzer şekilde en fazla tercih edilen yatırım araçlarından biri de bireysel emeklilik sistemidir.

- Katılım bankası müşterisi olan katılımcılar bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktör olarak %19,2'si yatırım aracının getiri oranını, %11'i yatırım aracının risk düzeyini, %17,4'ü sermayeyi koruma isteğini, %11'i devamlı gelir elde etme isteğini, %25,4'ü dini hassasiyeti, %7,9'u yatırım aracının bilinirliği ve yine %7,9'u alışkanlıkları olduğunu belirtmiştir. Bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktörler içerisinde en fazla paya dini hassasiyetin sahip olduğu görülmektedir.
- Geleneksel banka müşterisi olan katılımcılar bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktör olarak %24,3'ü yatırım aracının getiri oranını, %13,5'i yatırım aracının risk düzeyini, %18,1'i sermayeyi koruma isteğini, %11,8'i devamlı gelir elde etme isteğini, %14,4'ü dini hassasiyeti, %6,7'si yatırım aracının bilinirliği ve %11,2'si alışkanlıkları olduğunu belirtmiştir. Bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktörler içerisinde en fazla paya yatırım aracının getiri oranının sahip olduğu görülmektedir.

3.5.3. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Geçerlilik ölçülmek istenilen şeyin ölçülebilme derecesini ifade etmektedir (Karasar, 2011: 151). Çalışma kapsamında, uzman görüşü ile içerik geçerliliği ve faktör analizi ile yapı geçerliliği sağlanmıştır. Faktör analizi, birbirleri ile ilişkili olan çok sayıda değişkenin bir araya getirilmesini sağlayarak az sayıda yeni değişkenin keşfedilmesini sağlayan bir analiz yöntemidir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2021: 178).

Faktör analizinin açıklayıcı ve doğrulayıcı olmak üzere iki temel yöntemi bulunmaktadır. Açıklayıcı faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkiden yola çıkarak faktör ortaya koyulmasını, doğrulayıcı faktör analizi ise değişkenler arasındaki ilişkiye dair mevcut olan bir hipotezin ya da kuramın analiz edilmesini ifade etmektedir (Büyüköztürk, 2017: 133).

Çalışma kapsamında, literatürden hareketle önceden kategorilendirilmiş soru havuzundaki maddelerin kaç faktöre ayrıldığını belirleyerek yapı geçerliliğinin test edilmesi için açıklayıcı faktör analizi yöntemi ve faktörleştirme tekniği olarak ise temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Faktör analizi için verilerin uygunluğuna Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett küresellik testi ile karar verilmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısının 0.60'ın üzerinde olması ve Barlett küresellik testi ile hesaplanan ki-kare istatistiğinin anlamlı çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu ifade etmektedir (Büyüköztürk, 2017: 136). Bu kapsamda, katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerine ait verilerin KMO ve Bartlett değerleri incelendiğinde çalışmanın faktör analizine uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3. Katılım Bankası ve Geleneksel Banka Müşterilerine ait Verilerin KMO ve Bartlett Değerleri

	KMO ve Bartlett Testi		Katılım Bankası	Geleneksel Banka
Bilişsel Eğilimler	Kaiser-Meyer-Olkin İndeksi		0,914	0,900
	Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare Değeri	2844,732	3143,927
		df	136	136
		p	0,000	0,000
Duygusal Eğilimler	Kaiser-Meyer-Olkin İndeksi		0,851	0,823
	Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare Değeri	1320,214	1081,467
		df	36	36
		p	0,000	0,000

Çalışma kapsamında yapı geçerliliğini test etmek için gerçekleştirilen faktör analizi sonucu, her iki grup için bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimlerini ölçen 9 boyut ve 26 ifade belirlenmiştir. Faktör analizi sonucu elde edilen 9 boyut alt ifadeleri temsil edecek şekilde isimlendirilmiştir.

Tablo 3.4'te görüleceği üzere, katılım bankası müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimlerine ilişkin faktör analizi sonucu, bilişsel

eğilim faktörleri ile ilgili 6 faktör ve duygusal eğilim faktörleri ile ilgili 3 faktör belirlenmiştir.

Bilişsel eğilim faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %71,062 olarak tespit edilmiştir. Bilişsel eğilim faktörünü oluşturan faktörlerin toplam varyansı açıklama oranları; mevcudiyet (ulaşılabilirlik) eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %13,793, aşırı güven eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 12,334, çıpalama/demirleme/referans noktası eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 11,813, muhafazakârlık eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 11,686, hataları yanlış değerlendirme eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 11,496 ve aşına olma eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 9,941 olarak tespit edilmiştir.

Duygusal eğilim faktörünün toplam varyansı açıklama oranı ise %69,087 olarak tespit edilmiştir. Duygusal eğilim faktörünü oluşturan faktörlerin toplam varyansı açıklama oranları; kaçınma eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %27,073, sahiplenme eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %21,307 ve aşırı iyimserlik eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %20,708 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.4. Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Faktör Analizi

Faktör Boyutları ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Varyans Açıklama Oranı (%)
Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik)		2,345	13,793
Tasarruflarımı değerlendirirken ya da finansman ihtiyacımı karşılarken en sık gördüğüm, kolayca aklıma gelen banka ve yatırım araçlarını tercih ederim.	0,633		
Banka seçiminde yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamlarda en sık gördüğüm bankayı tercih ederim.	0,811		
Finansal yatırım araçları seçiminde yazılı ve görsel basında en sık gördüğüm yatırım araçlarını tercih ederim.	0,838		
Aşırı Güven		2,097	12,334
Kişisel bilgi ve tahminlerime güvendiğim için bankalar aracılığıyla finansal piyasalarda daha fazla risk alırsam işlemlerim.	0,817		
Finansal bir yatırım kararı alırken sahip olduğum bilgilerin banka müşterisi olan diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	0,689		
Geleneksel finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	0,666		
İslami finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	0,385		
Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Alma		2,008	11,813
Geçmişte yaptığım finansal yatırımların olumlu ya da olumsuz sonuçları, gelecekte yapacağım finansal yatırımlar için bir göstergedir.	0,820		
Bir bankada tasarruflarımı değerlendirmek veya finansman ihtiyacımı karşılamak için aklımda mutlaka belirli bir getiri oranı belirler ve getiri oranının o noktaya gelmesini beklerim.	0,707		
Muhafazakârlık		1,987	11,686
Bir banka hakkında edindiğim kanaati zor değiştiririm.	0,601		
Tasarruflarımı yıllardır değerlendirdiğim finansal yatırım araçları dışında diğer yatırım araçları ile ilgilenmem.	0,709		
Müşterisi olduğum banka tarafından sunulan ürün ve hizmetler dışında diğer bankaların sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgilenmem.	0,809		
Hataları Yanlış Değerlendirme		1,954	11,496
Kötü sonuçlanan finansal bir kararın kötü şans gibi dış etkenlerden kaynaklandığını düşünürüm.	0,684		
İyi sonuçlanan finansal bir kararın kişisel yetenek ve öngörülerimden kaynaklandığını düşünürüm.	0,730		
Finansal yatırımlarım sonucu zarar ettiysem sebebi piyasa koşullarıdır.	0,741		
Aşına Olma		1,690	9,941
Ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğum bankaları tercih ederim.	0,694		
Yabancı sermayeli bankalar (Albaraka, Türkiye Finans, Garanti, HSBC gibi) yerine, yerli sermayeli bankaları (Vakıf Katılım, Ziraat Katılım, Vakıfbank, Ziraat Bankası gibi) tercih ederim.	0,831		
Bilişsel Eğilim Faktörü Varyans Açıklama (Kümülatif olarak %): 71,062		Cronbach Alpha (n=17): 0,911	
Kaçınma Eğilimi		2,437	27,073
Riski düşük dolayısıyla getirisi düşük olan yatırım araçlarını, riski yüksek dolayısıyla getirisi yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.	0,756		
Finansal yatırımlarım sonucu meydana gelecek kayıplar kazançlardan önemlidir.	0,844		
Katılım bankasında tasarruflarımı değerlendirmem sonucu zarar edersem pişmanlık duyacağım için bir daha tercih etmem.	0,757		
Nakit paranızın olmadığını ve sahip olduğunuz iki finansal araçtan birini satarak yeni bir finansal araç almak istediğinizi varsayalım. Böyle bir durumda satın aldığınızdan beri iyi getiri sergileyen finansal aracı satmayı, düşük getiri sergileyen finansal aracı ise elde tutmayı tercih ederim.	0,455		
Sahiplenme Eğilimi		1,918	21,307
Müşterisi olduğum banka talep etmediğim halde kredi kartı gönderirse iade etmeyi düşünmem.	0,857		
Bir bankanın müşterisi olduktan sonra başka banka ile değiştirme imkânım olsa bile değiştirmeyi düşünmem.	0,859		
Aşırı İyimserlik		1,864	20,708
Müşterisi olduğum bankada yaptığım finansal yatırımlarımdan kazanç sağlayacağıma olan beklentim güçlüdür.	0,669		
Önümüzdeki dönemlerde ülkemizde katılım bankacılığı sektörünün bankacılık sektörü içindeki payının daha yüksek seviyelere ulaşabileceğini düşünüyorum.	0,762		
Pandeminin Türkiye ekonomisine olası olumsuz etkileri alınan ekonomik tedbirler nedeniyle daha hafif olacaktır.	0,765		
Duygusal Eğilim Faktörü Varyans Açıklama (Kümülatif olarak %): 69,087		Cronbach Alpha (n=9): 0,856	

Tablo 3.5’te görüleceği üzere, geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimlerine ilişkin faktör analizi sonucu, bilişsel eğilim faktörleri ile ilgili 6 faktör ve duygusal eğilim faktörleri ile ilgili 3 faktör belirlenmiştir.

Bilişsel eğilim faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %70,495 olarak tespit edilmiştir. Bilişsel eğilim faktörünü oluşturan faktörlerin toplam varyansı açıklama oranları; mevcudiyet (ulaşılabilirlik) eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %13,654, muhafazakârlık eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 12,452, aşırı güven eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 11,942, çıpalama/demirleme/referans noktası eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 11,056, aşına olma eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 10,834 ve hataları yanlış değerlendirme eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı 10,557 olarak tespit edilmiştir.

Duygusal eğilim faktörünün toplam varyansı açıklama oranı ise %63,638 olarak tespit edilmiştir. Duygusal eğilim faktörünü oluşturan faktörlerin toplam varyansı açıklama oranları; kaçınma eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %25,194, sahiplenme eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %20,354 ve aşırı iyimserlik eğilimi faktörünün toplam varyansı açıklama oranı %18,090 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3.5. Geleneksel Banka Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Faktör Analizi

Faktör Boyutları ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Varyans Açıklama Oranı
Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik)		2,321	13,654
Tasarruflarımı değerlendirirken ya da kredi ihtiyacımı karşılarken en sık gördüğüm, kolayca aklıma gelen banka ve yatırım araçlarını tercih ederim.	0,651		
Banka seçiminde yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamlarda en sık gördüğüm bankayı tercih ederim.	0,786		
Finansal yatırım araçları seçiminde yazılı ve görsel basında en sık gördüğüm yatırım araçlarını tercih ederim.	0,823		
Muhafazakârlık		2,117	12,452
Bir banka hakkında edindiğim kanaati zor değiştiririm.	0,630		
Tasarruflarımı yıllardır değerlendirdiğim finansal yatırım araçları dışında diğer yatırım araçları ile ilgilenmem.	0,758		
Müşterisi olduğum banka tarafından sunulan ürün ve hizmetler dışında diğer bankaların sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgilenmem.	0,816		
Aşırı Güven		2,030	11,942
Kişisel bilgi ve tahminlerime güvendiğim için bankalar aracılığıyla finansal piyasalarda daha fazla risk alırsam ve işlem yaparım.	0,612		
Finansal bir yatırım kararı alırken sahip olduğum bilgilerin banka müşterisi olan diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	0,557		
Geleneksel finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	0,624		
İslami finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	0,799		
Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Alma		1,879	11,056
Geçmişte yaptığım finansal yatırımların olumlu ya da olumsuz sonuçları, gelecekte yapacağım finansal yatırımlar için bir göstergedir.	0,825		
Bir bankada tasarruflarımı değerlendirmek veya kredi ihtiyacımı karşılamak için aklımda mutlaka belirli bir getiri oranı belirler ve getiri oranının o noktaya gelmesini beklerim.	0,686		
Aşına Olma		1,842	10,834
Ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğum bankaları tercih ederim.	0,700		
Yabancı sermayeli bankalar (Albaraka, Türkiye Finans, Garanti, HSBC gibi) yerine, yerli sermayeli bankaları (Vakıf Katılım, Ziraat Katılım, Vakıfbank, Ziraat Bankası gibi) tercih ederim.	0,864		
Hataları Yanlış Değerlendirme		1,795	10,557
Kötü sonuçlanan finansal bir kararın kötü şans gibi dış etkenlerden kaynaklandığını düşünürüm.	0,670		
İyi sonuçlanan finansal bir kararın kişisel yetenek ve öngörülerimden kaynaklandığını düşünürüm.	0,573		
Finansal yatırımlarım sonucu zarar ettiysem sebebi piyasa koşullarıdır.	0,699		
Bilişsel Eğilim Faktörü Varyans Açıklama (Kümülatif olarak %): 70,495		Cronbach Alpha (n=17): 0,895	
Kaçınma Eğilimi		2,267	25,194
Riski düşük dolayısıyla getirisi düşük olan yatırım araçlarını, riski yüksek dolayısıyla getirisi yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.	0,712		
Finansal yatırımlarım sonucu meydana gelecek kayıplar kazançlardan önemlidir.	0,760		
Katılım bankasında tasarruflarımı değerlendirmeyi zarar halinde pişmanlık duyacağım için tercih etmem.	0,739		
Nakit paranızın olmadığını ve sahip olduğunuz iki finansal araçtan birini satarak yeni bir finansal araç almak istediğinizi varsayalım. Böyle bir durumda satın aldıktan beri iyi getiri sergileyen finansal aracı satmayı, düşük getiri sergileyen finansal aracı ise elde tutmayı tercih ederim.	0,653		
Sahiplenme Eğilimi		1,832	20,354
Müşterisi olduğum banka talep etmediğim halde kredi kartı gönderirse iade etmeyi düşünmem.	0,832		
Bir bankanın müşterisi olduktan sonra başka banka ile değiştirme imkânım olsa bile değiştirmeyi düşünmem.	0,776		
Aşırı İyimserlik		1,628	18,090
Müşterisi olduğum bankada yaptığım finansal yatırımlarımdan kazanç sağlayacağıma olan beklentim güçlüdür.	0,659		
Önümüzdeki dönemlerde ülkemizde katılım bankacılığı sektörünün bankacılık sektörü içindeki payının daha yüksek seviyelere ulaşabileceğini düşünüyorum.	0,887		
Pandeminin Türkiye ekonomisine olası olumsuz etkileri alınan ekonomik tedbirler nedeniyle daha hafif olacaktır.	0,467		
Duygusal Eğilim Faktörü Varyans Açıklama (Kümülatif olarak %): 63,638		Cronbach Alpha (n=9): 0,806	

Güvenilirlik ölçülmek istenilen şeyin ölçümleri arasındaki kararlılığı ifade etmektedir (Karasar, 2011: 148). Çalışma kapsamında güvenilirlik analizi ile hesaplanan Cronbach Alfa katsayısı dikkate alınarak ölçeğin güvenilirliği test edilmiştir. Cronbach Alpha katsayısı *“ $0,00 \leq \alpha < 0,40$ ölçek güvenilir değil, $0,40 \leq \alpha < 0,60$ ölçek düşük güvenilirlikte, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ölçek oldukça güvenilir, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ölçek yüksek derecede güvenilir”* (Özdamar, 1999: 522; aktaran Tavşancıl, 2014: 29) olarak ifade edilmektedir.

Katılım bankası müşterileri için hazırlanan ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı bilişsel eğilimler için 0,911 ve duygusal eğilimler için 0,856 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla, katılım bankası müşterileri için hazırlanan ölçekler için hesaplanan güvenilirlik değerleri dikkate alındığında ölçeklerin genelinin yüksek güvenilirlikte olduğu görülmektedir. Bilişsel eğilimlerin alt faktörleri için Cronbach Alpha katsayısı “mevcudiyet (ulaşılabilirlik) eğilimi” faktörü için 0,817, “aşırı güven eğilimi” faktörü için 0,775, “çıpalama/demirleme/referans noktası alma eğilimi” faktörü için 0,697, “muhafazakârlık eğilimi” faktörü için 0,778, “hataları yanlış değerlendirme eğilimi” faktörü için 0,753 ve “aşına olma eğilimi” faktörü için 0,694 olarak hesaplanmıştır. Duygusal eğilimlerin alt faktörleri için Cronbach Alpha katsayısı “kaçınma eğilimi” faktörü için 0,806, “sahiplenme eğilimi” faktörü için 0,793 ve “aşırı iyimserlik eğilimi” faktörü için 0,713 olarak hesaplanmıştır.

Geleneksel banka müşterileri için hazırlanan ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı bilişsel eğilimler için 0,895 ve duygusal eğilimler için 0,806 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla, geleneksel banka müşterileri için hazırlanan ölçekler için hesaplanan güvenilirlik değerleri dikkate alındığında ölçeklerin genelinin yüksek güvenilirlikte olduğu görülmektedir. Bilişsel eğilimlerin alt faktörleri için Cronbach Alpha katsayısı “mevcudiyet (ulaşılabilirlik) eğilimi” faktörü için 0,793, “aşırı güven eğilimi” faktörü için 0,772, “çıpalama/demirleme/referans noktası alma eğilimi” faktörü için 0,693, “muhafazakârlık eğilimi” faktörü için 0,770, “hataları yanlış değerlendirme eğilimi” faktörü için 0,737 ve “aşına olma eğilimi” faktörü için 0,725 olarak hesaplanmıştır. Duygusal eğilimlerin alt faktörleri için Cronbach Alpha katsayısı “kaçınma eğilimi”

faktörü için 0,749, “sahiplenme eğilimi” faktörü için 0,651 ve “aşırı iyimserlik eğilimi” faktörü için 0,636 olarak hesaplanmıştır.

3.5.4. Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu kısımda, faktör analizi sonucunda belirlenen faktörlerin ve bu faktörler altında yer alan ifadelerin ortalama ve standart sapma dağılımlarına yer verilmiştir.

Tablo 3.6. Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapması

Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Belirlenen Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
Bilişsel Eğilimler	2,87	0,79
Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik)	2,82	1,07
Tasarruflarımı değerlendirirken ya da finansman ihtiyacımı karşılarken en sık gördüğüm, kolayca aklıma gelen banka ve yatırım araçlarını tercih ederim.	3,01	1,26
Banka seçiminde yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamlarda en sık gördüğüm bankayı tercih ederim.	2,73	1,27
Finansal yatırım araçları seçiminde yazılı ve görsel basında en sık gördüğüm yatırım araçlarını tercih ederim.	2,72	1,24
Aşırı Güven	2,76	0,94
Kişisel bilgi ve tahminlerime güvendiğim için bankalar aracılığıyla finansal piyasalarda daha fazla risk alırım ve işlem yaparım.	2,56	1,18
Finansal bir yatırım kararı alırken sahip olduğum bilgilerin banka müşterisi olan diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	2,71	1,18
Geleneksel finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	2,86	1,19
İslami finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	2,89	1,30
Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Alma	2,99	1,11
Geçmişte yaptığım finansal yatırımların olumlu ya da olumsuz sonuçları, gelecekte yapacağım finansal yatırımlar için bir göstergedir.	3,08	1,27
Bir bankada tasarruflarımı değerlendirmek veya finansman ihtiyacımı karşılamak için aklımda mutlaka belirli bir getiri oranı belirler ve getiri oranının o noktaya gelmesini beklerim.	2,90	1,26
Muhafazakârlık	2,85	1,02
Bir banka hakkında edindiğim kanaati zor değiştiririm.	2,94	1,24
Tasarruflarımı yıllardır değerlendirdiğim finansal yatırım araçları dışında diğer yatırım araçları ile ilgilenmem.	2,86	1,23
Müşterisi olduğum banka tarafından sunulan ürün ve hizmetler dışında diğer bankaların sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgilenmem.	2,75	1,21
Hataları Yanlış Değerlendirme	2,86	0,97
Kötü sonuçlanan finansal bir kararın kötü şans gibi dış etkenlerden kaynaklandığını düşünürüm.	2,71	1,18
İyi sonuçlanan finansal bir kararın kişisel yetenek ve öngörülerimden kaynaklandığını düşünürüm.	2,90	1,18
Finansal yatırımlarım sonucu zarar ettiysem sebebi piyasa koşullarıdır.	2,97	1,22
Aşına Olma	3,10	1,11
Ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğum bankaları tercih ederim.	3,25	1,26
Yabancı sermayeli bankalar (Albaraka, Türkiye Finans, Garanti, HSBC gibi) yerine, yerli sermayeli bankaları (Vakıf Katılım, Ziraat Katılım, Vakıfbank, Ziraat Bankası gibi) tercih ederim.	2,96	1,28
Duygusal Eğilimler	2,82	0,81
Kaçınma Eğilimi	2,84	0,94
Riski düşük dolayısıyla getirisi düşük olan yatırım araçlarını, riski yüksek dolayısıyla getirisi yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.	2,86	1,13
Finansal yatırımlarım sonucu meydana gelecek kayıplar kazançlardan önemlidir.	2,96	1,26
Katılım bankasında tasarruflarımı değerlendirmem sonucu zarar edersem pişmanlık duyacağım için bir daha tercih etmem.	2,77	1,18
Nakit paranızın olmadığını ve sahip olduğunuz iki finansal araçtan birini satarak yeni bir finansal araç almak istediğinizi varsayalım. Böyle bir durumda satın aldığınızdan beri iyi getiri sergileyen finansal aracı satmayı, düşük getiri sergileyen finansal aracı ise elde tutmayı tercih ederim.	2,76	1,16
Sahiplenme Eğilimi	2,66	1,11
Müşterisi olduğum banka talep etmediğim halde kredi kartı gönderirse iade etmeyi düşünmem.	2,66	1,24
Bir bankanın müşterisi olduktan sonra başka banka ile değiştirme imkânım olsa bile değiştirmeyi düşünmem.	2,67	1,20
Aşırı İyimserlik	2,89	0,95
Müşterisi olduğum bankada yaptığım finansal yatırımlarımdan kazanç sağlayacağıma olan beklentim güçlüdür.	2,94	1,14
Önümüzdeki dönemlerde ülkemizde katılım bankacılığı sektörünün bankacılık sektörü içindeki payının daha yüksek seviyelere ulaşabileceğini düşünüyorum.	3,02	1,23
Pandeminin Türkiye ekonomisine olası olumsuz etkileri alınan ekonomik tedbirler nedeniyle daha hafif olacaktır.	2,72	1,20

Tablo 3.7. Geleneksel Banka Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapması

Geleneksel Banka Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Belirlenen Faktörler	Ortalama	Standart Sapma
Bilişsel Eğilimler	2,88	0,75
Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik)	2,71	1,04
Tasarruflarımı değerlendirirken ya da kredi ihtiyacımı karşılarken en sık gördüğüm, kolayca aklıma gelen banka ve yatırım araçlarını tercih ederim.	3,01	1,19
Banka seçiminde yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamlarda en sık gördüğüm bankayı tercih ederim.	2,55	1,28
Finansal yatırım araçları seçiminde yazılı ve görsel basında en sık gördüğüm yatırım araçlarını tercih ederim.	2,57	1,23
Muhafazakârlık	2,81	1,03
Bir banka hakkında edindiğim kanaati zor değiştiririm.	2,96	1,25
Tasarruflarımı yıllardır değerlendirdiğim finansal yatırım araçları dışında diğer yatırım araçları ile ilgilenmem.	2,78	1,24
Müşterisi olduğum banka tarafından sunulan ürün ve hizmetler dışında diğer bankaların sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgilenmem.	2,70	1,24
Aşırı Güven	2,74	0,89
Kişisel bilgi ve tahminlerime güvendiğim için bankalar aracılığıyla finansal piyasalarda daha fazla risk alırım ve işlem yaparım.	2,69	1,20
Finansal bir yatırım kararı alırken sahip olduğum bilgilerin banka müşterisi olan diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	2,85	1,19
Geleneksel finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	2,83	1,23
İslami finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	2,58	1,19
Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Alma	3,18	1,13
Geçmişte yaptığım finansal yatırımların olumlu ya da olumsuz sonuçları, gelecekte yapacağım finansal yatırımlar için bir göstergedir.	3,24	1,31
Bir bankada tasarruflarımı değerlendirmek veya kredi ihtiyacımı karşılamak için aklımda mutlaka belirli bir getiri oranı belirler ve getiri oranının o noktaya gelmesini beklerim.	3,11	1,28
Aşına Olma	3,30	1,12
Ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğum bankaları tercih ederim.	3,32	1,23
Yabancı sermayeli bankalar (Albaraka, Türkiye Finans, Garanti, HSBC gibi) yerine, yerli sermayeli bankaları (Vakıf Katılım, Ziraat Katılım, Vakıfbank, Ziraat Bankası gibi) tercih ederim.	3,28	1,30
Hataları Yanlış Değerlendirme	2,85	0,97
Kötü sonuçlanan finansal bir kararın kötü şans gibi dış etkenlerden kaynaklandığını düşünürüm.	2,59	1,21
İyi sonuçlanan finansal bir kararın kişisel yetenek ve öngörülerimden kaynaklandığını düşünürüm.	2,97	1,18
Finansal yatırımlarım sonucu zarar ettiysem sebebi piyasa koşullarıdır.	2,99	1,21
Duygusal Eğilimler	2,80	0,77
Kaçınma Eğilimi	2,91	0,92
Riski düşük dolayısıyla getirisi düşük olan yatırım araçlarını, riski yüksek dolayısıyla getirisi yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.	2,90	1,23
Finansal yatırımlarım sonucu meydana gelecek kayıplar kazançlardan önemlidir.	3,04	1,25
Katılım bankasında tasarruflarımı değerlendirmeyi zarar halinde pişmanlık duyacağım için tercih etmem.	2,90	1,17
Nakit paranızın olmadığını ve sahip olduğunuz iki finansal araçtan birini satarak yeni bir finansal araç almak istediğinizi varsayalım. Böyle bir durumda satın aldığımdan beri iyi getiri sergileyen finansal aracı satmayı, düşük getiri sergileyen finansal aracı ise elde tutmayı tercih ederim.	2,81	1,24
Sahiplenme Eğilimi	2,54	1,10
Müşterisi olduğum banka talep etmediğim halde kredi kartı gönderirse iade etmeyi düşünmem.	2,40	1,26
Bir bankanın müşterisi olduktan sonra başka banka ile değiştirmek imkânım olsa bile değiştirmeyi düşünmem.	2,68	1,29
Aşırı İyimserlik	2,83	0,92
Müşterisi olduğum bankada yaptığım finansal yatırımlarımdan kazanç sağlayacağıma olan beklentim güçlüdür.	3,06	1,18
Önümüzdeki dönemlerde ülkemizde katılım bankacılığı sektörünün bankacılık sektörü içindeki payının daha yüksek seviyelere ulaşabileceğini düşünüyorum.	2,87	1,23
Pandeminin Türkiye ekonomisine olası olumsuz etkileri alınan ekonomik tedbirler nedeniyle daha hafif olacaktır.	2,56	1,23

Katılım bankası müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen davranışsal finans eğilimlerine ilişkin faktörlerin ortalamaları değerlendirildiğinde “Bilişsel Eğilimler” ($\bar{x}=2,87$) olup, alt faktörlerin ortalamaları değerlendirildiğinde en yüksek değer “Aşına Olma Eğilimi” ($\bar{x}=3,10$) ve “Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Eğilimi” ($\bar{x}=2,99$) faktörlerine aittir. Bu faktörleri sırasıyla “Hataları Yanlış Değerlendirme Eğilimi” ($\bar{x}=2,86$), “Muhafazakârlık Eğilimi” ($\bar{x}=2,85$), “Mevcudiyet Eğilimi” ($\bar{x}=2,82$) ve “Aşırı Güven Eğilimi” ($\bar{x}=2,76$) takip etmektedir. “Duygusal Eğilimler” ($\bar{x}=2,82$) olup, alt faktörlerin ortalamaları değerlendirildiğinde sırasıyla “Aşırı İyimserlik Eğilimi” ($\bar{x}=2,89$), “Kaçınma Eğilimi” ($\bar{x}=2,84$) ve “Sahiplenme Eğilimi” ($\bar{x}=2,66$) takip etmektedir.

Geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen davranışsal finans eğilimlerine ilişkin faktörlerin ortalamaları değerlendirildiğinde “Bilişsel Eğilimler” ($\bar{x}=2,88$) olup, alt faktörlerin ortalamaları değerlendirildiğinde en yüksek değer “Aşına Olma Eğilimi” ($\bar{x}=3,30$) ve “Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Eğilimi” ($\bar{x}=3,18$) faktörlerine aittir. Bu faktörleri sırasıyla “Hataları Yanlış Değerlendirme Eğilimi” ($\bar{x}=2,85$), “Muhafazakârlık Eğilimi” ($\bar{x}=2,81$), “Aşırı Güven Eğilimi” ($\bar{x}=2,74$), ve “Mevcudiyet Eğilimi” ($\bar{x}=2,71$) takip etmektedir. “Duygusal Eğilimler” ($\bar{x}=2,80$) olup, alt faktörlerin ortalamaları değerlendirildiğinde sırasıyla “Kaçınma Eğilimi” ($\bar{x}=2,91$), “Aşırı İyimserlik Eğilimi” ($\bar{x}=2,83$) ve “Sahiplenme Eğilimi” ($\bar{x}=2,54$) takip etmektedir.

Bu kapsamda katılım bankası ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Aşına Olma Eğilimi” ve “Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Eğilimi” finansal kararları üzerinde en etkili faktörler olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, katılım bankası ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde finansal kararları üzerinde “Mevcudiyet Eğilimi” ve “Kaçınma Eğilimi” de etkili olan faktörler arasındadır. “Aşırı İyimserlik Eğilimi”, “Muhafazakârlık Eğilimi”, “Aşırı Güven Eğilimi” ve “Hataları Yanlış Değerlendirme Eğilimi” faktörleri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde her iki grup arasında önemli bir farklılık bulunmamaktadır. “Sahiplenme

Eğilimi” ise her iki grupta finansal kararlar üzerinde en az etkili faktör olarak tespit edilmiştir. Sonuç olarak, bilişsel ve duygusal eğilimleri ifade eden davranışsal finans eğilimlerinin her iki banka grubu müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Söz konusu eğilimlere ilave olarak, bu kısımda duygusal eğilimler içerisinde yer alan literatürden hareketle hazırlanan ve likert formda yer almayan statüko eğilimine ilişkin frekans analizi sonuçlarına da yer verilecektir.

Tablo 3.8. Katılım Bankası Müşterilerinin Statüko Eğilimine İlişkin Bilgilerin Dağılımı

Statüko Eğilimi		Sayı	Yüzde (%)
Babanızdan katılım bankacılığı prensiplerine uygun Katılım Endeksine kote olan hisse senetlerinden bir miktar hisse senedi miras yolu ile size intikal etmiştir. Fakat finansal danışmanınız portföyünüzde yeterli miktarda hisse senedi bulunduğu için bu senetleri satmanızı önermektedir. (Herhangi bir değişiklik nedeniyle ortaya çıkacak işlem maliyeti önemsiz düzeydedir.) Böyle bir durumda hangisini seçersiniz;	Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.	207	53,1
	Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.	183	46,9

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimine ilişkin frekans analizi sonuçlarına göre %53,1’i “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçerken, %46,9’u “Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçmiştir.

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimine ilişkin frekans analizi sonuçlarına göre %50,1’i “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçerken, %49,9’u “Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçmiştir.

Tablo 3.9. Geleneksel Banka Müşterilerinin Statüko Eğilimine İlişkin Bilgilerin Dağılımı

Statüko Eğilimi		Sayı	Yüzde (%)
Babanızdan bir miktar hisse senedi miras yolu ile size intikal etmiştir. Fakat finansal danışmanınız portföyünüzde yeterli miktarda hisse senedi bulunduğu için bu senetleri satmanızı önermektedir. (Herhangi bir değişiklik nedeniyle ortaya çıkacak işlem maliyeti önemsiz düzeydedir.) Böyle bir durumda hangisini seçersiniz;	Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.	233	50,1
	Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.	232	49,9

Frekans analizi sonuçlarına göre, “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçen katılım ve geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi göstermediği, “Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçen katılım ve geleneksel banka müşterilerinin ise değişikliklerden kaçınarak mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergilediği söylenebilir.

3.5.5. Araştırmanın Hipotezleri

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan davranışsal finans eğilimlerinin demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek ve iki grubun eğilimleri arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını ortaya koymak amacıyla aşağıda yer alan **ana hipotezler** kurulmuştur. Alt hipotezler ise daha sonraki bölümlerde yer almaktadır.

Tablo 3.10. Araştırmanın Ana Hipotezleri

Hipotez No	Ana Hipotezler
H1	Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
H2	Katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
H3	Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.

H4	Geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
H5	Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan bilişsel eğilimler açısından farklılaşmaktadır.
H6	Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan duygusal eğilimler açısından farklılaşmaktadır.

Çalışma kapsamında verilerin normal dağılıp dağılmadığını tespit etmek için gerçekleştirilen Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonuçlarına göre, p anlamlılık değerleri istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değer olarak kabul edilen 0,05'ten küçük olduğu için katılım bankası ve geleneksel banka müşterileri için parametrik olmayan test yöntemleri kullanılacaktır. Bu kapsamda, iki düzeye sahip değişkenler ile kurulan hipotezler için Mann Whitney U, ikiden fazla düzeye sahip değişkenler ile kurulan hipotezler için Kruskal-Wallis H testi uygulanmıştır. Anlamlı fark tespit edildiğinde ise bu farkın hangi gruplar arasında olduğu çoklu karşılaştırma testleri ile ortaya konulmuştur. Bu kapsamda, Kruskal-Wallis H testi sonucu tüm grupların ikililerinin Mann-Whitney U testi ile kıyaslanması yoluna başvurulmuştur. Ayrıca kategorik olan değişkenler ile kurulan hipotezler için Ki-kare testi uygulanmıştır.

3.5.6. Katılımcıların Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Farklılık Analizleri

Bu kısımda, katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin sorulara verdikleri cevaplar ile bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı ortaya konulacaktır.

3.5.6.1. Katılım Bankası Müşterilerinin Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Farklılık Analizleri

Bu kısımda, katılım bankası müşterilerinin demografik özellikleri ile bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için Tablo 3.11'de verilen hipotezler sırası ile test edilmiştir. Bu kapsamda, değişkenlerin türüne göre Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis H ve Ki-kare testleri kullanılmıştır.

Tablo 3.11. Katılım Bankası Müşterileri için Farklılık Analizi ile Test Edilecek Ana ve Alt Hipotezler

H1: Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
h1: Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h2: Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h3: Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h4: Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h5: Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h6: Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h7: Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h8: Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h9: Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h10: Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h11: Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h12: Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h13: Katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h14: Katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h15: Katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h16: Katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h17: Katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h18: Katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h19: Katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h20: Katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h21: Katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h22: Katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h23: Katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h24: Katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h25: Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h26: Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h27: Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h28: Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h29: Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h30: Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h31: Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h32: Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h33: Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h34: Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h35: Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h36: Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.

H2: Katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.

- h1: Katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h2: Katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h3: Katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h4: Katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h5: Katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h6: Katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h7: Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h8: Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h9: Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h10: Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h11: Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h12: Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h13: Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h14: Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h15: Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h16: Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h17: Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h18: Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h19: Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h20: Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h21: Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h22: Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h23: Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h24: Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.

Katılım bankası müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.12’de yer verilmiştir;

Tablo 3.12. Cinsiyet- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Eğilimler	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Bilişsel Eğilimler	Kadın	189	200,40	37875,00	18069,000	-0,832	0,405
	Erkek	201	190,90	38370,00			
	Toplam	390					
Aşırı Güven	Kadın	189	196,37	37114,00	18830,000	-0,148	0,882
	Erkek	201	194,68	39131,00			
	Toplam	390					
Çıpalama	Kadın	189	206,25	38982,50	16961,500	-1,845	0,065
	Erkek	201	185,39	37262,50			
	Toplam	390					
Muhafazakârlık	Kadın	189	202,80	38329,00	17615,000	-1,248	0,212
	Erkek	201	188,64	37916,00			
	Toplam	390					
	Kadın	189	199,90	37781,00			

Mevcudiyet	Erkek	201	191,36	38464,00	18163,000	-0,752	0,452
	Toplam	390					
Hataları Yanlış Değerlendirme	Kadın	189	191,75	36241,50	18286,500	-0,641	0,522
	Erkek	201	199,02	40003,50			
	Toplam	390					
Aşına Olma	Kadın	189	203,37	38436,50	17507,500	-1,349	0,177
	Erkek	201	188,10	37808,50			
	Toplam	390					
Duygusal Eğilimler	Kadın	189	197,83	37390,00	18554,000	-0,396	0,692
	Erkek	201	193,31	38855,00			
	Toplam	390					
Sahiplenme	Kadın	189	192,37	36358,50	18403,500	-0,537	0,591
	Erkek	201	198,44	39886,50			
	Toplam	390					
Aşırı İyimserlik	Kadın	189	195,93	37030,00	18914,000	-0,073	0,942
	Erkek	201	195,10	39215,00			
	Toplam	390					
Kaçınma Eğilimi	Kadın	189	200,94	37977,50	17966,500	-0,928	0,354
	Erkek	201	190,39	38267,50			
	Toplam	390					

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri ($U=18069,000$; $p>.05$), aşırı güven eğilimi ($U= 18830,000$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($U= 16961,500$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($U= 17615,000$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($U= 18163,000$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($U= 18286,500$; $p>.05$), aşına olma eğilimi ($U= 17507,500$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($U= 18554,000$; $p>.05$), sahiplenme eğilimi ($U=18403,500$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($U=18914,000$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($U=17966,500$; $p>.05$) ile cinsiyetleri arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Tablo 3.13. Cinsiyet – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Cinsiyet		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
Kadın	189	96	46,4	93	50,8	0,768	1	0,381
Erkek	201	111	53,6	90	49,2			
Toplam	390	207	100,0	183	100,0			

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi ile cinsiyetleri arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 0,768$; $p>.05$). Dolayısıyla, katılım bankası kadın müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi ile erkek müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi arasında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile yaşları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.14'te yer verilmiştir;

Tablo 3.14. Yaş- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Yaş Aralığı	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Bilişsel Eğilimler	18-25	120	197,78	4	9,588	0,048	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri)
	26-33	107	197,64				
	34-41	93	174,68				
	42-49	45	195,87				
	50 ve üzeri	25	252,18				
	Toplam	390					
Aşırı Güven	18-25	120	188,65	4	17,038	0,002	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri)
	26-33	107	201,31				
	34-41	93	171,61				
	42-49	45	206,74				
	50 ve üzeri	25	272,14				
	Toplam	390					
Çıpalama	18-25	120	202,07	4	8,740	0,068	Fark yoktur.
	26-33	107	200,80				
	34-41	93	171,01				
	42-49	45	192,53				
	50 ve üzeri	25	237,72				
	Toplam	390					
Muhafazakârlık	18-25	120	200,25	4	5,908	0,206	Fark yoktur.
	26-33	107	200,69				
	34-41	93	185,61				
	42-49	45	170,94				
	50 ve üzeri	25	231,46				
	Toplam	390					
Mevcudiyet	18-25	120	203,93	4	4,034	0,401	Fark yoktur.
	26-33	107	191,66				
	34-41	93	184,30				
	42-49	45	187,40				
	50 ve üzeri	25	227,70				
	Toplam	390					
Hataları Yanlış Değerlendirme	18-25	120	199,05	4	1,644	0,801	Fark yoktur.
	26-33	107	187,88				
	34-41	93	190,50				
	42-49	45	206,73				
	50 ve üzeri	25	209,48				
	Toplam	390					
Aşına Olma	18-25	120	189,15	4	16,053	0,003	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri)
	26-33	107	200,54				
	34-41	93	173,49				
	42-49	45	203,71				

	50 ve üzeri	25	271,52				(42-49)- (50 ve üzeri)
	Toplam	390					
Duygusal Eğilimler	18-25	120	203,19	4	14,329	0,006	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri)
	26-33	107	181,40				
	34-41	93	177,30				
	42-49	45	208,50				
	50 ve üzeri	25	263,28				
	Toplam	390					
Sahiplenme	18-25	120	198,51	4	6,623	0,157	Fark yoktur.
	26-33	107	181,00				
	34-41	93	189,20				
	42-49	45	211,89				
	50 ve üzeri	25	237,02				
	Toplam	390					
Aşırı İyimserlik	18-25	120	198,81	4	9,905	0,042	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri)
	26-33	107	182,12				
	34-41	93	184,63				
	42-49	45	208,62				
	50 ve üzeri	25	253,72				
	Toplam	390					
Kaçınma Eğilimi	18-25	120	206,70	4	11,457	0,022	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri)
	26-33	107	183,75				
	34-41	93	177,75				
	42-49	45	197,83				
	50 ve üzeri	25	253,84				
	Toplam	390					

Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi ($X^2= 8,740$; $p>.05$), muhafazakarlık eğilimi ($X^2= 5,908$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 4,034$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($X^2= 1,644$; $p>.05$) ve sahiplenme eğilimi ($X^2= 6,623$; $p>.05$) ile yaşları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, çıpalama eğiliminin, muhafazakarlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin ve sahiplenme eğiliminin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 9,588$; $p<.05$). Bilişsel eğilimlerin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=197,78), 26-33 yaş aralığının (SO=197,64), 34-41 yaş aralığının (SO=174,68), 42-49 yaş aralığının (SO=195,87), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=252,18) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı

arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerinin (18-25), (26-33) ve (34-41) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 17,038$; $p<.05$). Aşırı güven eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=188,65), 26-33 yaş aralığının (SO=201,31), 34-41 yaş aralığının (SO=171,61), 42-49 yaş aralığının (SO=206,74), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=272,14) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşırı güven eğiliminin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerinin (18-25), (26-33) ve (34-41) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili daha aşırı güvenli olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 16,053$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=189,15), 26-33 yaş aralığının (SO=200,54), 34-41 yaş aralığının (SO=173,49), 42-49 yaş aralığının (SO=203,71), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=271,52) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşına olma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerinin (18-25), (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunanı seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimleri ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 14,329$; $p<.05$). Duygusal eğilimlerin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=203,19), 26-33 yaş aralığının (SO=181,40), 34-41 yaş aralığının (SO=177,30), 42-49 yaş aralığının (SO=208,50), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=263,28) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, duygusal eğilimlerin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerinin (18-25), (26-33) ve (34-41) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları üzerinde duygusal eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 9,905$; $p<.05$). Aşırı iyimserlik eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=198,81), 26-33 yaş aralığının (SO=182,12), 34-41 yaş aralığının (SO=184,63), 42-49 yaş aralığının (SO=208,62), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=253,72) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşırı iyimserlik eğiliminin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerinin (18-25), (26-33) ve (34-41) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili daha iyimser olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 11,457$; $p<.05$). Kaçınma eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=206,70), 26-33 yaş aralığının (SO=183,75), 34-41 yaş aralığının (SO=177,75), 42-49 yaş aralığının (SO=197,83), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=253,84) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, kaçınma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin

yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. 50 ve üzeri yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerinin (18-25), (26-33) ve (34-41) yaş aralığında yer alan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.15. Yaş – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Yaş		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
18-25	120	56	27,1	64	35,0	5,787	4	0,216
26-33	107	63	30,4	44	24,0			
34-41	93	54	26,1	39	21,3			
42-49	45	20	9,7	25	13,7			
50 ve üzeri	25	14	6,8	11	6,0			
Toplam	390	207	100,0	183	100,0			

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi ile yaşları arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 5,787$; $p>.05$). Dolayısıyla, katılım bankası müşterilerinin yaş gruplarına göre finansal karar alırken statüko eğilimi açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile medeni durumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.16’da yer verilmiştir;

Tablo 3.16. Medeni Durum- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Eğilimler	Medeni Durum	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Bilişsel Eğilimler	Evli	153	214,71	32850,50	15191,500	-2,705	0,007
	Bekâr	237	183,10	43394,50			
	Toplam	390					
Aşırı Güven	Evli	153	219,20	33537,50	14504,500	-3,349	0,001
	Bekâr	237	180,20	42707,50			
	Toplam	390					
Çıpalama	Evli	153	206,96	31664,50	16377,500	-1,628	0,103
	Bekâr	237	188,10	44580,50			

	Toplam	390					
Muhafazakârlık	Evli	153	206,88	31653,00	16389,000	-1,612	0,107
	Bekâr	237	188,15	44592,00			
	Toplam	390					
Mevcudiyet	Evli	153	202,25	30944,00	17098,000	-0,956	0,339
	Bekâr	237	191,14	45301,00			
	Toplam	390					
Hataları Yanlış Değerlendirme	Evli	153	210,06	32139,50	15902,500	-2,064	0,039
	Bekâr	237	186,10	44105,50			
	Toplam	390					
Aşına Olma	Evli	153	209,40	32039,00	16003,000	-1,976	0,048
	Bekâr	237	186,52	44206,00			
	Toplam	390					
Duygusal Eğilimler	Evli	153	209,62	32072,50	15969,500	-1,990	0,047
	Bekâr	237	186,38	44172,50			
	Toplam	390					
Sahiplenme	Evli	153	196,42	30052,50	17989,500	-0,131	0,896
	Bekâr	237	194,91	46192,50			
	Toplam	390					
Aşırı İyimserlik	Evli	153	215,52	32974,00	15068,000	-2,839	0,005
	Bekâr	237	182,58	43271,00			
	Toplam	390					
Kaçınma Eğilimi	Evli	153	205,72	31475,50	16566,500	-1,445	0,149
	Bekâr	237	188,90	44769,50			
	Toplam	390					

Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi ($U= 16377,500$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($U= 16389,000$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($U= 17098,000$; $p>.05$), sahiplenme eğilimi ($U= 17989,500$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($U=16566,500$; $p>.05$) ile medeni durumları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, çıpalama eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, sahiplenme eğiliminin ve kaçınma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri ile medeni durumları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($U= 15191,500$; $p<.05$). Bilişsel eğilimlerinin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=214,71$) ve bekârların ($SO=183,10$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğilimi ile medeni durumları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($U= 14504,500$; $p<.05$). Aşırı güven eğiliminin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=219,20$) ve bekârların ($SO=180,20$) olarak tespit edilmiştir. Bu

sonuca göre, katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararlarında daha aşırı güvenli olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi ile medeni durumları arasında **anlamli farklilik** bulunmuştur ($U=15902,500$; $p<.05$). Hataları yanlış değerlendirme eğiliminin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=210,06$) ve bekârların ($SO=186,10$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararlarının sonuçları ile ilgili daha fazla hataları yanlış değerlendirme eğilimi sergilediği söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi ile medeni durumları arasında **anlamli farklilik** bulunmuştur ($U=16003,000$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=209,40$) ve bekârların ($SO=186,52$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunanı seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimleri ile medeni durumları arasında **anlamli farklilik** bulunmuştur ($U=15969,500$; $p<.05$). Duygusal eğilimlerinin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=209,62$) ve bekârların ($SO=186,38$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde duygusal eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi ile medeni durumları arasında **anlamli farklilik** bulunmuştur ($U=15068,000$; $p<.05$). Aşırı iyimserlik eğiliminin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=215,52$) ve bekârların ($SO=182,58$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararları ile ilgili daha iyimser olduğu söylenebilir.

Tablo 3.17. Medeni Durum – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Medeni Durum		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanının önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
Evli	153	81	39,1	72	39,3	0,002	1	0,966
Bekâr	237	126	60,9	111	60,7			
Toplam	390	207	100,0	183	100,0			

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi ile medeni durumları arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 0,002$; $p>.05$). Dolayısıyla, katılım bankası evli müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi ile bekâr müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi arasında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.18’de yer verilmiştir;

Tablo 3.18. Eğitim- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Eğitim Düzeyi	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Bilişsel Eğilimler	İlkokul	18	194,89	5	4,880	0,431	Fark yoktur.
	Ortaokul	26	167,90				
	Lise	73	180,17				
	Üniversite	187	200,51				
	Yüksek Lisans	69	200,57				
	Doktora	17	228,53				
	Toplam	390					
Aşırı Güven	İlkokul	18	193,89	5	4,048	0,543	Fark yoktur.
	Ortaokul	26	164,21				
	Lise	73	184,47				
	Üniversite	187	199,26				
	Yüksek Lisans	69	203,28				
	Doktora	17	219,56				
	Toplam	390					
Çıpalama	İlkokul	18	197,33	5	7,443	0,190	Fark yoktur.
	Ortaokul	26	164,29				
	Lise	73	172,97				
	Üniversite	187	200,86				
	Yüksek Lisans	69	209,93				
	Doktora	17	220,47				
	Toplam	390					
	İlkokul	18	199,67				

Muhafazakarlık	Ortaokul	26	171,50	5	7,112	0,212	Fark yoktur.
	Lise	73	179,73				
	Üniversite	187	202,23				
	Yüksek Lisans	69	189,27				
	Doktora	17	246,76				
	Toplam	390					
Mevcudiyet	İlkokul	18	208,67	5	0,728	0,981	Fark yoktur.
	Ortaokul	26	198,33				
	Lise	73	192,31				
	Üniversite	187	192,33				
	Yüksek Lisans	69	202,04				
	Doktora	17	199,29				
Hataları Yanlış Değerlendirme	Toplam	390		5	8,301	0,140	Fark yoktur.
	İlkokul	18	196,72				
	Ortaokul	26	142,73				
	Lise	73	188,18				
	Üniversite	187	207,35				
	Yüksek Lisans	69	190,96				
Aşına Olma	Doktora	17	194,38	5	14,234	0,014	İlkokul-Doktora Ortaokul-Doktora Lise-Doktora Üniversite-Doktora Yüksek Lisans- Doktora
	Toplam	390					
	İlkokul	18	196,28				
	Ortaokul	26	175,90				
	Lise	73	171,11				
	Üniversite	187	198,49				
Duygusal Eğilimler	Yüksek Lisans	69	199,57	5	2,972	0,704	Fark yoktur.
	Doktora	17	279,94				
	Toplam	390					
	İlkokul	18	188,08				
	Ortaokul	26	170,38				
	Lise	73	189,10				
Sahiplenme	Üniversite	187	201,86	5	1,817	0,874	Fark yoktur.
	Yüksek Lisans	69	190,98				
	Doktora	17	217,62				
	Toplam	390					
	İlkokul	18	196,22				
	Ortaokul	26	181,38				
Aşırı İyimserlik	Lise	73	205,52	5	7,525	0,184	Fark yoktur.
	Üniversite	187	197,68				
	Yüksek Lisans	69	183,95				
	Doktora	17	196,18				
	Toplam	390					
	İlkokul	18	160,31				
Kaçınma Eğilimi	Ortaokul	26	169,65	5	5,743	0,332	Fark yoktur.
	Lise	73	183,07				
	Üniversite	187	208,81				
	Yüksek Lisans	69	187,15				
	Doktora	17	213,12				
	Toplam	390					
Kaçınma Eğilimi	İlkokul	18	208,06	5	5,743	0,332	Fark yoktur.
	Ortaokul	26	158,63				
	Lise	73	184,16				
	Üniversite	187	199,64				
	Yüksek Lisans	69	198,20				
	Doktora	17	230,76				
	Toplam	390					

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri ($X^2= 4,880$; $p>.05$), aşırı güven eğilimi ($X^2= 4,048$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($X^2= 7,443$; $p>.05$), muhafazakarlık eğilimi

($X^2= 7,112$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 0,728$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($X^2= 8,301$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($X^2= 2,972$; $p>.05$), sahiplenme eğilimi ($X^2= 1,817$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($X^2= 7,525$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($X^2= 5,743$; $p>.05$) ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, muhafazakarlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 14,234$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları ilkokul eğitim düzeyinin (SO=196,28), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=175,90), lise eğitim düzeyinin (SO=171,11), üniversite eğitim düzeyinin (SO=198,49), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=199,57) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=279,94) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşına olma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkokul eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, ortaokul eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, yüksek lisans eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi doktora olan katılım bankası müşterilerinin eğitim düzeyi ilkokul, ortaokul, lise, üniversite ve yüksek lisans olan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunanı seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.19. Eğitim – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Eğitim		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
İlkokul	18	10	4,8	8	4,4	12,281	5	0,031
Ortaokul	26	15	7,2	11	6,0			
Lise	73	33	15,9	40	21,9			
Üniversite	187	90	43,5	97	53,0			
Yüksek Lisans	69	47	22,7	22	12,0			
Doktora	17	12	5,8	5	2,7			
Toplam	390	207	100,0	183	100,0			

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($\chi^2= 12,281$; $p<.05$). “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçen ve eğitim düzeyi ilkökul, ortaokul, yüksek lisans ve doktora olan katılım bankası müşterilerinin “Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçen ve eğitim seviyesi ilkökul, ortaokul, yüksek lisans ve doktora olan katılım bankası müşterilerine göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığı sergileyenlerin statüko eğilimine sahip olmadığı söylenebilir.

“Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçen ve eğitim düzeyi lise ve üniversite olan katılım bankası müşterilerinin “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçen ve eğitim düzeyi lise ve üniversite olan katılım bankası müşterilerine göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığı sergileyenlerin statüko eğilimine sahip olduğu söylenebilir.

Bu doğrultuda, eğitim düzeyi belli bir seviyenin altında (ilkokul-ortaokul) ve üzerinde (yüksek lisans ve doktora) olan katılım bankası müşterilerinin finansal kararları ile ilgili finansal danışmanlarının önerilerini dikkate alarak statüko eğilimi sergilemeyeceği, eğitim düzeyi belli bir seviyede (lise-üniversite) olan katılım bankası

müşterilerinin miras kalan hisse senedini satmak yerine tutması sebebiyle mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergileyeceği söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile meslekleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.20’de yer verilmiştir. Meslek grubu içerisinde diğer seçeneğinde yer alan katılım bankası müşterisi olmadığı için tabloda diğer seçeneğine yer verilmemiştir.

Tablo 3.20. Meslek- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Meslek	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Farklılık
Bilişsel Eğilimler	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	167,67	7	11,649	0,113	Fark yoktur.
	Yönetici	39	206,73				
	Memur	79	211,12				
	İşçi	83	211,84				
	Esnaf	66	200,39				
	Tüccar	43	167,91				
	Çiftçi	14	147,39				
	Serbest Meslek	40	176,33				
	Toplam	390					
Aşırı Güven	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	179,94	7	8,135	0,321	Fark yoktur.
	Yönetici	39	203,46				
	Memur	79	201,80				
	İşçi	83	213,39				
	Esnaf	66	197,45				
	Tüccar	43	161,23				
	Çiftçi	14	165,00				
	Serbest Meslek	40	192,58				
	Toplam	390					
Çıpalama	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	162,83	7	5,963	0,544	Fark yoktur.
	Yönetici	39	194,92				
	Memur	79	205,99				
	İşçi	83	198,89				
	Esnaf	66	201,36				
	Tüccar	43	186,70				
	Çiftçi	14	150,96				
	Serbest Meslek	40	204,94				
	Toplam	390					
Muhafazakârlık	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	180,33	7	8,167	0,281	Fark yoktur.
	Yönetici	39	202,03				
	Memur	79	213,01				
	İşçi	83	207,64				
	Esnaf	66	198,64				
	Tüccar	43	168,90				
	Çiftçi	14	164,06				
	Serbest Meslek	40	173,65				
	Toplam	390					
	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	192,58				

Mevcudiyet	Yönetici	39	198,97	7	9,043	0,250	Fark yoktur.
	Memur	79	200,19				
	İşçi	83	212,84				
	Esnaf	66	207,00				
	Tüccar	43	176,73				
	Çiftçi	14	155,21				
	Serbest Meslek	40	164,06				
	Toplam	390					
Hataları Yanlış Değerlendirme	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	139,27	7	16,250	0,023	İşletme Sahibi veya ortağı-Memur; İşletme Sahibi veya ortağı-İşçi; İşletme Sahibi veya ortağı-Esnaf; Esnaf-Çiftçi; Esnaf-Serbest Meslek
	Yönetici	39	199,44				
	Memur	79	201,32				
	İşçi	83	213,58				
	Esnaf	66	218,55				
	Tüccar	43	177,92				
	Çiftçi	14	152,18				
	Serbest Meslek	40	175,23				
Aşına Olma	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	199,25	7	9,998	0,189	Fark yoktur.
	Yönetici	39	210,15				
	Memur	79	222,82				
	İşçi	83	193,61				
	Esnaf	66	188,53				
	Tüccar	43	176,28				
	Çiftçi	14	159,46				
	Serbest Meslek	40	173,50				
Duygusal Eğilimler	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	173,88	7	12,813	0,077	Fark yoktur.
	Yönetici	39	210,58				
	Memur	79	209,37				
	İşçi	83	199,40				
	Esnaf	66	217,12				
	Tüccar	43	173,88				
	Çiftçi	14	144,86				
	Serbest Meslek	40	164,64				
Sahiplenme	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	200,56	7	7,080	0,421	Fark yoktur.
	Yönetici	39	195,41				
	Memur	79	186,22				
	İşçi	83	207,70				
	Esnaf	66	215,00				
	Tüccar	43	178,40				
	Çiftçi	14	150,93				
	Serbest Meslek	40	187,13				
Aşırı İyimserlik	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	166,35	7	6,956	0,434	Fark yoktur.
	Yönetici	39	213,56				
	Memur	79	200,78				
	İşçi	83	205,48				
	Esnaf	66	204,30				
	Tüccar	43	174,03				
	Çiftçi	14	166,21				
	Serbest Meslek	40	184,51				
	Toplam	390					
	İşletme Sahibi veya Ortağı	26	174,19				
	Yönetici	39	208,37				
	Memur	79	221,46				

Kaçınma Eğilimi	İşçi	83	185,89	7	18,365	0,010	Memur-İşçi; Memur-Çiftçi; Memur-Serbest Meslek; İşçi-Esnaf; Esnaf-Çiftçi; Esnaf-Serbest Meslek
	Esnaf	66	221,39				
	Tüccar	43	181,85				
	Çiftçi	14	148,50				
	Serbest Meslek	40	153,90				
	Toplam	390					

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri ($X^2= 11,649$; $p>.05$), aşırı güven eğilimi ($X^2= 8,135$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($X^2= 5,963$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($X^2= 8,167$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 9,043$; $p>.05$), aşına olma eğilimi ($X^2= 9,998$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($X^2= 12,813$; $p>.05$), sahiplenme eğilimi ($X^2= 7,080$; $p>.05$) ve aşırı iyimserlik eğilimi ($X^2= 6,956$; $p>.05$) ile meslek grupları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin ve aşırı iyimserlik eğiliminin katılım bankası müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 16,250$; $p<.05$). Hataları yanlış değerlendirme eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=139,27), yöneticilerin (SO=199,44), memurların (SO=201,32), işçilerin (SO=213,58), esnafların (SO=218,55), tüccarların (SO=177,92), çiftçilerin (SO=152,18) ve serbest meslek mensuplarının (SO=175,23) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin katılım bankası müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile memur, işçi ve esnaf, esnaf ile çiftçi ve serbest meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. Memur, işçi ve esnaf meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerinin işletme sahibi veya ortağı olan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca, esnaf meslek grubunda yer alan katılım bankası müşterilerinin çiftçi ve serbest meslek grubunda olan katılım bankası

müşterilerine göre finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 18,365$; $p<.05$). Kaçınma eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=174,19), yöneticilerin (SO=208,37), memurların (SO=221,46), işçilerin (SO=185,89), esnafın (SO=221,39), tüccarların (SO=181,85), çiftçilerin (SO=148,50) ve serbest meslek mensuplarının (SO=153,90) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, kaçınma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın memur ile işçi, çiftçi ve serbest meslek, işçi ile esnaf, esnaf ile çiftçi ve serbest meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. Memur ve esnaf meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerinin finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin işçi, çiftçi ve serbest meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerine göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.21. Meslek – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Meslek		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)					
İşletme Sahibi veya Ortağı	26	15	7,2	11	6,0	3,466	7	0,839
Yönetici	39	22	10,6	17	9,3			
Memur	79	39	18,8	40	21,9			
İşçi	83	46	22,2	37	20,2			
Esnaf	66	34	16,4	32	17,5			
Tüccar	43	19	9,2	24	13,1			
Çiftçi	14	9	4,3	5	2,7			
Serbest Meslek	40	23	11,1	17	9,3			
Toplam	390	207	100,0	183	100,0			

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi ile meslek grupları arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 3,466$; $p>.05$). Dolayısıyla,

katılım bankası müşterilerinin meslek gruplarına göre finansal karar alırken statüko eğilimi açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile gelir düzeyi arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.22’de yer verilmiştir;

Tablo 3.22. Gelir- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Gelir	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Farklılık
Bilişsel Eğilimler	3000 TL ve altı	121	195,48	4	3,736	0,443	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	193,16				
	5501-8000 TL	96	195,95				
	8001-10.500 TL	35	175,81				
	10.501 TL ve üzeri	25	231,96				
	Toplam	390					
Aşırı Güven	3000 TL ve altı	121	195,40	4	7,708	0,103	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	202,53				
	5501-8000 TL	96	189,66				
	8001-10.500 TL	35	159,51				
	10.501 TL ve üzeri	25	236,98				
	Toplam	390					
Çıpalama	3000 TL ve altı	121	201,38	4	1,532	0,821	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	192,50				
	5501-8000 TL	96	193,99				
	8001-10.500 TL	35	179,34				
	10.501 TL ve üzeri	25	208,98				
	Toplam	390					
Muhafazakârlık	3000 TL ve altı	121	190,98	4	3,355	0,500	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	193,70				
	5501-8000 TL	96	193,13				
	8001-10.500 TL	35	195,34				
	10.501 TL ve üzeri	25	234,86				
	Toplam	390					
Mevcudiyet	3000 TL ve altı	121	198,44	4	1,089	0,896	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	187,23				
	5501-8000 TL	96	198,13				
	8001-10.500 TL	35	206,36				
	10.501 TL ve üzeri	25	193,36				
	Toplam	390					
Hataları Yanlış Değerlendirme	3000 TL ve altı	121	192,44	4	5,206	0,267	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	185,83				
	5501-8000 TL	96	211,81				
	8001-10.500 TL	35	175,57				
	10.501 TL ve üzeri	25	219,28				
	Toplam	390					
Aşına Olma	3000 TL ve altı	121	194,36	4	7,360	0,118	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	192,69				
	5501-8000 TL	96	197,22				
	8001-10.500 TL	35	167,77				
	10.501 TL ve üzeri	25	245,90				
	Toplam	390					

Duygusal Eğilimler	3000 TL ve altı	121	202,51	4	9,548	0,049	3001-5500 TL-10.501 TL ve üzeri;5501-8000TL-8001-10.500 TL;8001-10.500 TL-10.501 TL ve üzeri
	3001-5500 TL	113	180,17				
	5501-8000 TL	96	207,88				
	8001-10.500 TL	35	161,10				
	10.501 TL ve üzeri	25	231,50				
	Toplam	390					
Sahiplenme	3000 TL ve altı	121	200,23	4	6,774	0,148	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	187,88				
	5501-8000 TL	96	205,10				
	8001-10.500 TL	35	158,33				
	10.501 TL ve üzeri	25	222,22				
	Toplam	390					
Aşırı İyimserlik	3000 TL ve altı	121	200,70	4	6,204	0,184	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	179,84				
	5501-8000 TL	96	206,72				
	8001-10.500 TL	35	176,30				
	10.501 TL ve üzeri	25	224,94				
	Toplam	390					
Kaçınma Eğilimi	3000 TL ve altı	121	200,11	4	7,751	0,101	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	113	182,31				
	5501-8000 TL	96	206,49				
	8001-10.500 TL	35	165,94				
	10.501 TL ve üzeri	25	232,00				
	Toplam	390					

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri ($X^2= 3,736$; $p>.05$), aşırı güven eğilimi ($X^2= 7,708$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($X^2= 1,532$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($X^2= 3,355$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 1,089$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($X^2= 5,206$; $p>.05$), aşına olma eğilimi ($X^2= 7,360$; $p>.05$), sahiplenme eğilimi ($X^2= 6,774$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($X^2= 6,204$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($X^2= 7,751$; $p>.05$) ile gelir düzeyleri arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, aşına olma eğiliminin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin katılım bankası müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimleri ile gelir düzeyi arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 9,548$; $p<.05$). Duygusal eğilimlerin sıra ortalamaları 3000 TL ve altı gelir aralığında olanların (SO=202,51), 3001-5500 TL gelir aralığında olanların (SO=180,17), 5501-8000 TL gelir aralığında olanların (SO=207,88), 8001-10.500 TL gelir aralığında olanların (SO=161,10) ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında

olanların (SO=231,50) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, duygusal eğilimlerin katılım bankası müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın 3001-5500 TL gelir aralığı ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığı, 5501-8000 TL gelir aralığı ile 8001-10.500 TL gelir aralığı, 8001-10.500 TL ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olduğu belirlenmiştir. 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olan katılım bankası müşterilerinin 3001-5500 TL gelir aralığında ve 8001-10.500 TL gelir aralığında olan katılım bankası müşterilerine göre, 5501-8000 TL gelir aralığında olan katılım bankası müşterilerinin 8001-10.500 TL gelir aralığında olan katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları üzerinde duygusal eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 3.23. Gelir Düzeyi – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Gelir Düzeyi		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satırım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
3000 TL ve altı	121	57	27,5	64	35,0	4,193	4	0,381
3001-5500 TL	113	60	29,0	53	29,0			
5501-8000 TL	96	57	27,5	39	21,3			
8001-10.500 TL	35	21	10,1	14	7,7			
10.501 TL ve üzeri	25	12	5,8	13	7,1			
Toplam	390	207	100,0	183	100,0			

Katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi ile gelir düzeyleri arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2 = 4,193$; $p > .05$). Dolayısıyla, katılım bankası müşterilerinin gelir düzeylerine göre finansal karar alırken statüko eğilimi açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

3.5.6.2. Geleneksel Banka Müşterilerinin Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Farklılık Analizleri

Bu kısımda, geleneksel banka müşterilerinin demografik özellikleri ile bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için Tablo 3.24’te verilen hipotezler sırası ile test edilmiştir. Bu

kapsamda, değişkenlerin türüne göre Mann-Whitney U, Kruskal-Wallis H ve Ki-kare testleri kullanılmıştır.

Tablo 3.24. Geleneksel Banka Müşterileri için Farklılık Analizi ile Test Edilecek Ana ve Alt Hipotezler

H3: Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
h1:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h2:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h3:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h4:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h5:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h6:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h7:Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h8:Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h9:Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h10:Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h11:Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h12:Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h13:Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakarlık eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h14:Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakarlık eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h15:Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakarlık eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h16:Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakarlık eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h17:Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakarlık eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h18:Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakarlık eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h19:Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h20:Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h21:Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h22:Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h23:Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h24:Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h25:Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h26:Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h27:Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h28:Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h29:Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h30:Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h31:Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h32:Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h33:Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h34:Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h35:Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h36:Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.

H4: Geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerini gösterme durumları demografik özelliklere göre farklılaşmaktadır.
h1:Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h2:Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h3:Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h4:Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h5:Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h6:Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h7:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h8:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h9:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h10:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h11:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h12:Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h13:Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h14:Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h15:Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h16:Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h17:Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h18:Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.
h19:Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
h20:Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları yaşlarına göre farklılaşmaktadır.
h21:Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.
h22:Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları eğitim düzeylerine göre farklılaşmaktadır.
h23:Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları mesleklerine göre farklılaşmaktadır.
h24:Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi gösterme durumları aylık gelirlerine göre farklılaşmaktadır.

Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.25’de yer verilmiştir;

Tablo 3.25. Cinsiyet- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Eğilimler	Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Bilişsel Eğilimler	Kadın	260	232,88	60549,00	26619,000	-0,022	0,983
	Erkek	205	233,15	47796,00			
	Toplam	465					
Aşırı Güven	Kadın	260	226,75	58956,00	25026,000	-1,135	0,257
	Erkek	205	240,92	49389,00			
	Toplam	465					
Çıpalama	Kadın	260	234,29	60916,50	26313,500	-0,236	0,813
	Erkek	205	231,36	47428,50			
	Toplam	465					
Muhafazakârlık	Kadın	260	239,00	62141,00	25089,000	-1,092	0,275
	Erkek	205	225,39	46204,00			
	Toplam	465					
Mevcudiyet	Kadın	260	237,36	61712,50	25517,500	-0,793	0,428
	Erkek	205	227,48	46632,50			
	Toplam	465					
	Kadın	260	230,26	59868,50			

Hataları Yanlış Değerlendirme	Erkek	205	236,47	48476,50	25938,500	-0,498	0,619
	Toplam	465					
Aşına Olma	Kadın	260	246,45	64077,00	23153,000	-2,454	0,014
	Erkek	205	215,94	44268,00			
	Toplam	465					
Duygusal Eğilimler	Kadın	260	238,10	61906,00	25324,000	-0,923	0,356
	Erkek	205	226,53	46439,00			
	Toplam	465					
Sahiplenme	Kadın	260	236,95	61606,00	25624,000	-0,721	0,471
	Erkek	205	228,00	46739,00			
	Toplam	465					
Aşırı İyimserlik	Kadın	260	240,41	62507,50	24722,500	-1,349	0,177
	Erkek	205	223,60	45837,50			
	Toplam	465					
Kaçınma Eğilimi	Kadın	260	235,78	61303,50	25926,500	-0,505	0,613
	Erkek	205	229,47	47041,50			
	Toplam	465					

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimleri ($U= 26619,000$; $p>.05$), aşırı güven eğilimi ($U= 25026,000$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($U= 26313,500$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($U= 25089,000$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($U= 25517,500$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($U= 25938,500$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($U= 25324,000$; $p>.05$), sahiplenme eğilimi ($U=25624,000$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($U=24722,500$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($U=25926,500$; $p>.05$) ile cinsiyetleri arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin cinsiyetine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi ile cinsiyetleri arasında ise **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($U=23153,000$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları kadınların ($SO=246,45$) ve erkeklerin ($SO=215,94$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterisi kadınların erkeklere göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunanı seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.26. Cinsiyet – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Cinsiyet		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
Kadın	260	137	58,8	123	53,0	1,576	1	0,209
Erkek	205	96	41,2	109	47,0			
Toplam	465	233	100,0	232	100,0			

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile cinsiyetleri arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 1,576$; $p>.05$). Dolayısıyla, geleneksel banka kadın müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi ile erkek müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi arasında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile yaşları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.27’de yer verilmiştir;

Tablo 3.27. Yaş- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Yaş Aralığı	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Bilişsel Eğilimler	18-25	125	238,81	4	13,969	0,007	(18-25)- (50 ve üzeri); (26-33)- (42-49); (26-33)- (50 ve üzeri); (34-41)- (50 ve üzeri); (42-49) -(50 ve üzeri)
	26-33	121	236,17				
	34-41	108	223,22				
	42-49	76	201,23				
	50 ve üzeri	35	300,47				
	Toplam	465					
Aşırı Güven	18-25	125	237,25	4	7,205	0,125	Fark yoktur.
	26-33	121	220,43				
	34-41	108	242,38				
	42-49	76	212,64				
	50 ve üzeri	35	276,56				
	Toplam	465					
Çıpalama	18-25	125	234,83	4	4,709	0,319	Fark yoktur.
	26-33	121	240,74				
	34-41	108	219,63				
	42-49	76	220,30				
	50 ve üzeri	35	268,57				
	Toplam	465					
Muhafazakârlık	18-25	125	225,29	4	19,782	0,001	(18-25)- (50 ve üzeri); (26-33)- (42-49); (26-33)- (50 ve üzeri); (34-41)- (50 ve üzeri); (42-49) -(50 ve üzeri)
	26-33	121	236,49				
	34-41	108	233,11				
	42-49	76	200,14				
	50 ve üzeri	35	319,50				
	Toplam	465					
	18-25	125	253,92				
	26-33	121	222,39				

Mevcudiyet	34-41	108	229,97	4	16,323	0,003	(18-25)- (42-49); (26-33)- (50 ve üzeri); (34-41)- (50 ve üzeri); (42-49) - (50 ve üzeri)
	42-49	76	194,32				
	50 ve üzeri	35	288,33				
	Toplam	465					
Hataları Yanlış Değerlendirme	18-25	125	243,62	4	10,378	0,035	(34-41)- (50 ve üzeri) (42-49)- (50 ve üzeri)
	26-33	121	237,95				
	34-41	108	213,51				
	42-49	76	211,69				
	50 ve üzeri	35	284,34				
	Toplam	465					
Aşına Olma	18-25	125	223,87	4	10,074	0,039	(18-25)- (50 ve üzeri) (26-33)- (50 ve üzeri) (34-41)- (50 ve üzeri) (42-49)- (50 ve üzeri)
	26-33	121	238,54				
	34-41	108	217,04				
	42-49	76	233,09				
	50 ve üzeri	35	295,53				
	Toplam	465					
Duygusal Eğilimler	18-25	125	256,64	4	19,304	0,001	(18-25)- (34-41); (18-25)- (42-49); (26-33)- (42-49); (26-33)- (50 ve üzeri); (34-41)- (50 ve üzeri); (42-49)- (50 ve üzeri)
	26-33	121	234,46				
	34-41	108	212,31				
	42-49	76	194,44				
	50 ve üzeri	35	291,11				
	Toplam	465					
Sahiplenme	18-25	125	255,02	4	12,200	0,016	(18-25)- (26-33); (18-25)- (42-49); (26-33)- (50 ve üzeri); (34-41)- (50 ve üzeri); (42-49)- (50 ve üzeri)
	26-33	121	214,65				
	34-41	108	223,11				
	42-49	76	217,37				
	50 ve üzeri	35	282,26				
	Toplam	465					
Aşırı İyimserlik	18-25	125	252,25	4	10,836	0,028	(18-25)- (34-41) (18-25)- (42-49) (26-33)- (34-41) (26-33)- (42-49)
	26-33	121	243,96				
	34-41	108	207,34				
	42-49	76	209,55				
	50 ve üzeri	35	256,44				
	Toplam	465					
Kaçınma Eğilimi	18-25	125	249,81	4	15,247	0,004	(18-25)- (42-49); (26-33)- (42-49); (26-33)- (50 ve üzeri); (34-41)- (50 ve üzeri); (42-49)- (50 ve üzeri)
	26-33	121	235,43				
	34-41	108	218,63				
	42-49	76	196,02				
	50 ve üzeri	35	289,21				
	Toplam	465					

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi ($X^2= 7,205$; $p>.05$) ve çıpalama eğilimi ($X^2= 4,709$; $p>.05$) ile yaşları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, aşırı güven eğiliminin ve çıpalama eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimleri ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 13,969$; $p<.05$). Bilişsel eğilimlerin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=238,81), 26-33 yaş aralığının (SO=236,17), 34-41 yaş aralığının (SO=223,22), 42-49 yaş aralığının (SO=201,23), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=300,47)

olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (42-49) ve (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (18-25), (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca (26-33) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu ifade edilebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 19,782$; $p<.05$). Muhafazakârlık eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=225,29), 26-33 yaş aralığının (SO=236,49), 34-41 yaş aralığının (SO=233,11), 42-49 yaş aralığının (SO=200,14), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=319,50) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, muhafazakârlık eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (42-49) yaş aralığı ve (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (18-25), (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken değişime açık olmadığı daha muhafazakâr bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca (26-33) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken değişime açık olmadığı daha muhafazakâr bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 16,323$; $p<.05$). Mevcudiyet eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=253,92), 26-33 yaş aralığının (SO=222,39), 34-41 yaş aralığının (SO=229,97), 42-49 yaş aralığının (SO=194,32), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=288,33) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, mevcudiyet eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (42-49) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (18-25) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken akla kolayca gelen bilgilere dayanarak karar verme eğiliminin daha yüksek olduğu ve ayrıca (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken akla kolayca gelen bilgilere dayanarak karar verme eğiliminin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 10,378$; $p<.05$). Hataları yanlış değerlendirme eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=243,62), 26-33 yaş aralığının (SO=237,95), 34-41 yaş aralığının (SO=213,51), 42-49 yaş aralığının (SO=211,69), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=284,34) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 10,074$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=223,87), 26-33 yaş aralığının (SO=238,54), 34-41 yaş aralığının (SO=217,04), 42-49 yaş aralığının (SO=233,09), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=295,53) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşına olma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (18-25), (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunamı seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimleri ile yaşları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 19,304$; $p<.05$). Duygusal eğilimlerin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=256,64), 26-33 yaş aralığının (SO=234,46), 34-41 yaş aralığının (SO=212,31), 42-49 yaş aralığının (SO=194,44), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=291,11) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, duygusal eğilimlerin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (34-41) ve (42-49) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (42-49) yaş aralığı ve (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (18-25) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre, (26-33) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre, (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde duygusal eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 12,200$; $p<.05$). Sahiplenme eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=255,02), 26-33 yaş aralığının (SO=214,65), 34-41 yaş aralığının (SO=223,11), 42-49 yaş aralığının (SO=217,37), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=282,26) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, sahiplenme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (26-33) ve (42-49) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı, (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (18-25) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (26-33) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre, (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 10,836$; $p<.05$). Aşırı iyimserlik eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=252,25), 26-33 yaş aralığının (SO=243,96), 34-41 yaş aralığının (SO=207,34), 42-49 yaş aralığının (SO=209,55), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=256,44) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşırı iyimserlik eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (34-41) ve (42-49) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (34-41) ve (42-49) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (18-25) ve (26-33) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili daha iyimser olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi ile yaşları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 15,247$; $p<.05$). Kaçınma eğiliminin sıra ortalamaları 18-25 yaş aralığının (SO=249,81), 26-33 yaş aralığının (SO=235,43), 34-41 yaş aralığının

(SO=218,63), 42-49 yaş aralığının (SO=196,02), 50 ve üzeri yaş aralığının (SO=289,21) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, kaçınma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın (18-25) yaş aralığı ile (42-49) yaş aralığı, (26-33) yaş aralığı ile (42-49) ve (50 ve üzeri), (34-41) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı ve (42-49) yaş aralığı ile (50 ve üzeri) yaş aralığı arasında olduğu belirlenmiştir. (18-25) ve (26-33) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre, (50 ve üzeri) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin (26-33), (34-41) ve (42-49) yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.28. Yaş – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Yaş		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	2,148	4	0,708		
18-25	125	66	28,3				59	25,4
26-33	121	54	23,2				67	28,9
34-41	108	57	24,5				51	22,0
42-49	76	38	16,3				38	16,4
50 ve üzeri	35	18	7,7				17	7,3
Toplam	465	233	100,0	232	100,0			

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile yaşları arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 2,148$; $p>.05$). Dolayısıyla, geleneksel banka müşterilerinin yaş gruplarına göre finansal karar alırken statüko eğilimi açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile medeni durumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.29’da yer verilmiştir;

Tablo 3.29. Medeni Durum- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Eğilimler	Medeni Durum	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Bilişsel Eğilimler	Evli	206	228,66	47104,00	25783,000	-0,621	0,534
	Bekâr	259	236,45	61241,00			
	Toplam	465					
Aşırı Güven	Evli	206	237,82	48991,50	25683,500	-0,694	0,488
	Bekâr	259	229,16	59353,50			
	Toplam	465					
Çıpalama	Evli	206	236,57	48733,00	25942,000	-0,515	0,606
	Bekâr	259	230,16	59612,00			
	Toplam	465					
Muhafazakârlık	Evli	206	235,98	48612,50	26062,500	-0,430	0,668
	Bekâr	259	230,63	59732,50			
	Toplam	465					
Mevcudiyet	Evli	206	207,54	42754,00	21433,000	-3,672	0,000
	Bekâr	259	253,25	65591,00			
	Toplam	465					
Hataları Yanlış Değerlendirme	Evli	206	227,11	46785,00	25464,000	-0,849	0,396
	Bekâr	259	237,68	61560,00			
	Toplam	465					
Aşına Olma	Evli	206	238,07	49043,00	25632,000	-0,733	0,464
	Bekâr	259	228,97	59302,00			
	Toplam	465					
Duygusal Eğilimler	Evli	206	222,30	45794,50	24473,500	-1,533	0,125
	Bekâr	259	241,51	62550,50			
	Toplam	465					
Sahiplenme	Evli	206	215,90	44475,50	23154,500	-2,475	0,013
	Bekâr	259	246,60	63869,50			
	Toplam	465					
Aşırı İyimserlik	Evli	206	230,90	47565,50	26244,500	-0,303	0,762
	Bekâr	259	234,67	60779,50			
	Toplam	465					
Kaçınma Eğilimi	Evli	206	221,26	45579,00	24258,000	-1,688	0,091
	Bekâr	259	242,34	62766,00			
	Toplam	465					

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimleri ($U= 25783,000$; $p>.05$), aşırı güven eğilimi ($U= 25683,500$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($U= 25942,000$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($U= 26062,500$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($U= 25464,000$; $p>.05$), aşına olma eğilimi ($U=25632,000$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($U= 24473,500$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($U=26244,500$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($U=24258,000$; $p>.05$) ile medeni durumları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğilimi ile medeni durumları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($U= 21433,000$; $p<.05$). Mevcudiyet eğiliminin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=207,54$) ve bekârların ($SO=253,25$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterisi bekârların evlilere göre finansal kararlarında daha fazla aşına olma eğilimi sergiledikleri söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi ile medeni durumları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($U=23154,500$; $p<.05$). Sahiplenme eğiliminin sıra ortalamaları evlilerin ($SO=215,90$) ve bekârların ($SO=246,60$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterisi bekârların evlilere göre finansal kararlarında daha fazla sahiplenme eğilimi sergiledikleri söylenebilir.

Tablo 3.30. Medeni Durum – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Medeni Durum		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
Evli	206	95	40,8	111	47,8	2,356	1	0,125
Bekâr	259	138	59,2	121	52,2			
Toplam	465	233	100,0	232	100,0			

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile medeni durumları arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 2,356$; $p>.05$). Dolayısıyla, geleneksel banka evli müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi ile bekâr müşterilerin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemesi arasında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.31’de yer verilmiştir;

Tablo 3.31. Eğitim- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Eğitim Düzeyi	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Farklılık
Bilişsel Eğilimler	İlkokul	15	302,97	5	11,253	0,047	İlkokul-Yüksek Lisans; Lise-Yüksek Lisans; Üniversite-Yüksek Lisans; Yüksek Lisans-Doktora
	Ortaokul	21	241,02				
	Lise	86	242,47				
	Üniversite	269	233,18				
	Yüksek Lisans	59	190,30				
	Doktora	15	262,33				
	Toplam	465					
Aşırı Güven	İlkokul	15	272,23	5	4,366	0,498	Fark yoktur.
	Ortaokul	21	206,00				
	Lise	86	228,38				
	Üniversite	269	229,91				
	Yüksek Lisans	59	242,03				
	Doktora	15	278,03				
	Toplam	465					
Çıpalama	İlkokul	15	281,47	5	9,773	0,082	Fark yoktur.
	Ortaokul	21	207,88				
	Lise	86	232,03				
	Üniversite	269	231,86				
	Yüksek Lisans	59	214,93				
	Doktora	15	316,73				
	Toplam	465					
Muhafazakârlık	İlkokul	15	295,40	5	14,291	0,014	İlkokul-Yüksek Lisans; Ortaokul-Yüksek Lisans; Lise-Yüksek Lisans; Üniversite-Yüksek Lisans; Yüksek Lisans-Doktora
	Ortaokul	21	261,50				
	Lise	86	243,53				
	Üniversite	269	233,33				
	Yüksek Lisans	59	181,90				
	Doktora	15	265,47				
	Toplam	465					
Mevcudiyet	İlkokul	15	281,83	5	9,683	0,085	Fark yoktur.
	Ortaokul	21	244,79				
	Lise	86	238,20				
	Üniversite	269	238,84				
	Yüksek Lisans	59	191,31				
	Doktora	15	197,03				
	Toplam	465					
Hataları Yanlış Değerlendirme	İlkokul	15	281,33	5	6,225	0,285	Fark yoktur.
	Ortaokul	21	242,98				
	Lise	86	241,98				
	Üniversite	269	234,07				
	Yüksek Lisans	59	199,43				
	Doktora	15	232,00				
	Toplam	465					
Aşına Olma	İlkokul	15	288,33	5	11,178	0,048	İlkokul-Yüksek Lisans; Lise-Doktora; Üniversite-Doktora; Yüksek Lisans-Doktora
	Ortaokul	21	243,17				
	Lise	86	227,39				
	Üniversite	269	234,09				
	Yüksek Lisans	59	199,75				
	Doktora	15	306,80				
	Toplam	465					
Duygusal Eğilimler	İlkokul	15	252,87	5	18,884	0,002	İlkokul-Yüksek Lisans; Ortaokul-Lise; Ortaokul-Üniversite; Ortaokul-Yüksek Lisans; Ortaokul-Doktora;
	Ortaokul	21	309,64				
	Lise	86	233,66				
	Üniversite	269	239,86				
	Yüksek Lisans	59	183,98				
	Toplam	465					

	Doktora	15	171,77				Lise-Yüksek Lisans; Üniversite-Yüksek Lisans
	Toplam	465					
Sahiplenme	İlkokul	15	264,50	5	13,917	0,016	İlkokul-Yüksek Lisans; İlkokul-Doktora; Ortaokul-Doktora; Lise-Yüksek Lisans; Lise-Doktora; Üniversite-Yüksek Lisans; Üniversite-Doktora
	Ortaokul	21	248,43				
	Lise	86	245,60				
	Üniversite	269	239,70				
	Yüksek Lisans	59	190,83				
	Doktora	15	153,33				
	Toplam	465					
Aşırı İyimserlik	İlkokul	15	201,33	5	11,451	0,043	Ortaokul-Doktora; Üniversite-Yüksek Lisans; Üniversite-Doktora
	Ortaokul	21	262,17				
	Lise	86	225,57				
	Üniversite	269	245,46				
	Yüksek Lisans	59	201,64				
	Doktora	15	166,40				
	Toplam	465					
Kaçınma Eğilimi	İlkokul	15	252,37	5	17,073	0,004	İlkokul-Yüksek Lisans; Ortaokul-Lise; Ortaokul-Üniversite; Ortaokul-Yüksek Lisans; Ortaokul-Doktora; Lise-Yüksek Lisans; Üniversite-Yüksek Lisans
	Ortaokul	21	321,43				
	Lise	86	233,75				
	Üniversite	269	235,80				
	Yüksek Lisans	59	185,82				
	Doktora	15	220,80				
	Toplam	465					

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi ($X^2= 4,366$; $p>.05$), çıpalama eğilimi ($X^2= 9,773$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 9,683$; $p>.05$) ve hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($X^2= 6,225$; $p>.05$) ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, aşırı güven eğiliminin, çıpalama eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin ve hataları yanlış değerlendirme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimler ile eğitim düzeyleri arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 11,253$; $p<.05$). Bilişsel eğilimlerin sıra ortalamaları ilkokul eğitim düzeyinin (SO=302,97), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=241,02), lise eğitim düzeyinin (SO=242,47), üniversite eğitim düzeyinin (SO=233,18), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=190,30) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=262,33) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkokul eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi ve yüksek lisans eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi arasında

olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ilkokul, lise, üniversite ve doktora olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha fazla etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 14,291$; $p<.05$). Muhafazakârlık eğiliminin sıra ortalamaları ilkokul eğitim düzeyinin (SO=295,40), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=261,50), lise eğitim düzeyinin (SO=243,53), üniversite eğitim düzeyinin (SO=233,33), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=181,90) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=265,47) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, muhafazakârlık eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkokul eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, ortaokul eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, yüksek lisans eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ilkokul, ortaokul, lise, üniversite ve doktora olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken değişime kapalı olarak daha fazla muhafazakâr bir yapıya sahip olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 11,178$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları ilkokul eğitim düzeyinin (SO=288,33), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=243,17), lise eğitim düzeyinin (SO=227,39), üniversite eğitim düzeyinin (SO=234,09), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=199,75) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=306,80) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşına olma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkokul eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, yüksek lisans eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi arasında

olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi doktora olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi lise, üniversite ve yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerine göre ve ayrıca eğitim düzeyi ilkokul olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunanı seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimleri ile eğitim düzeyleri arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 18,884$; $p<.05$). Duygusal eğilimlerin sıra ortalamaları ilkokul eğitim düzeyinin (SO=252,87), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=309,64), lise eğitim düzeyinin (SO=233,66), üniversite eğitim düzeyinin (SO=239,86), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=183,98) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=171,77) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, duygusal eğilimlerin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkokul eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, ortaokul eğitim düzeyi ile lise, üniversite, yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ortaokul olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi lise, üniversite, yüksek lisans ve doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre, eğitim düzeyi ilkokul, lise ve üniversite olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde duygusal eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 13,917$; $p<.05$). Sahiplenme eğiliminin sıra ortalamaları ilkokul eğitim düzeyinin (SO=264,50), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=248,43), lise eğitim düzeyinin (SO=245,60), üniversite eğitim düzeyinin (SO=239,70), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=190,83) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=153,33) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, sahiplenme eğiliminin geleneksel

banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkökul eğitim düzeyi ile yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyi, ortaokul eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyi arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ilkökul, lise ve üniversite olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yüksek lisans ve doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre, eğitim düzeyi ortaokul olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha etkili olduğu söylenebilir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yükseldikçe finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha az etkili olduğu ifade edilebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 11,451$; $p<.05$). Aşırı iyimserlik eğiliminin sıra ortalamaları ilkökul eğitim düzeyinin (SO=201,33), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=262,17), lise eğitim düzeyinin (SO=225,57), üniversite eğitim düzeyinin (SO=245,46), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=201,64) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=166,40) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşırı iyimserlik eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ortaokul eğitim düzeyi ile doktora eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyi arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ortaokul olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları ile ilgili eğitim düzeyi doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre, eğitim düzeyi üniversite olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları ile ilgili eğitim düzeyi yüksek lisans ve doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre daha iyimser olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 17,073$; $p<.05$). Kaçınma eğiliminin sıra ortalamaları ilkökul eğitim düzeyinin (SO=252,37), ortaokul eğitim düzeyinin (SO=321,43), lise

eğitim düzeyinin (SO=233,75), üniversite eğitim düzeyinin (SO=235,80), yüksek lisans eğitim düzeyinin (SO=185,82) ve doktora eğitim düzeyinin (SO=220,80) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, kaçınma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın ilkökul eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, ortaokul eğitim düzeyi ile lise, üniversite, yüksek lisans ve doktora eğitim düzeyi, lise eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi, üniversite eğitim düzeyi ile yüksek lisans eğitim düzeyi arasında olduğu belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ilkökul, lise ve üniversite olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerine göre, eğitim düzeyi ortaokul olan geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi lise, üniversite, yüksek lisans ve doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre kaçınma eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterilerinin eğitim düzeyi arttıkça finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Tablo 3.32. Eğitim – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Eğitim		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
İlkokul	15	5	2,1	10	4,3	13,505	5	0,019
Ortaokul	21	7	3,0	14	6,0			
Lise	86	32	13,7	54	23,3			
Üniversite	269	149	63,9	120	51,7			
Yüksek Lisans	59	31	13,3	28	12,1			
Doktora	15	9	3,9	6	2,6			
Toplam	465	233	100,0	232	100,0			

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($\chi^2 = 13,505$; $p < .05$). “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçen ve eğitim düzeyi üniversite, yüksek lisans ve doktora olan geleneksel banka müşterilerinin “Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçen ve eğitim seviyesi üniversite, yüksek

lisans ve doktora olan geleneksel banka müşterilerine göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığı sergileyenlerin statüko eğilimine sahip olmadığı söylenebilir.

“Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçen ve eğitim düzeyi ilkokul, ortaokul ve lise olan geleneksel banka müşterilerinin “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçen ve eğitim düzeyi ilkokul, ortaokul ve lise olan geleneksel banka müşterilerine göre farklılık gösterdiği ve bu farklılığı sergileyenlerin statüko eğilimine sahip olduğu söylenebilir.

Bu doğrultuda, eğitim düzeyi belli bir seviyenin üzerinde (üniversite, yüksek lisans ve doktora) olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları ile ilgili finansal danışmanlarının önerilerini dikkate alarak statüko eğilimi sergilemeyeceği, eğitim düzeyi belli bir seviyede (ilkokul, ortaokul ve lise) olan geleneksel banka müşterilerinin miras kalan hisse senedini satmak yerine tutması sebebiyle mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergileyeceği söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile meslekleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.33'te yer verilmiştir;

Tablo 3.33. Meslek- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Meslek	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Farklılık
Bilişsel Eğilimler	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	266,05	8	22,476	0,004	İşletme Sahibi veya ortağı-Tüccar; İşletme Sahibi veya ortağı-Çiftçi; Memur-Tüccar; Memur-Çiftçi; İşçi-Çiftçi; Tüccar-Serbest Meslek; Çiftçi-Serbest Meslek
	Yönetici	34	219,41				
	Memur	100	254,03				
	İşçi	95	228,29				
	Esnaf	29	213,26				
	Tüccar	32	178,16				
	Çiftçi	25	156,94				
	Serbest Meslek	53	244,08				
	Diğer	15	215,53				
	Toplam	465					
	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	269,40				
	Yönetici	34	237,32				
	Memur	100	234,29				
	İşçi	95	237,47				

Aşırı Güven	Esnaf	29	220,95	8	15,436	0,051	Fark yoktur.
	Tüccar	32	184,98				
	Çiftçi	25	174,88				
	Serbest Meslek	53	229,18				
	Diğer	15	223,40				
	Toplam	465					
Çıpalama	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	245,35	8	23,392	0,003	İşletme Sahibi veya ortağı-Esnaf; İşletme Sahibi veya ortağı-Tüccar; İşletme Sahibi veya ortağı-Çiftçi; Yönetici-Çiftçi; Memur-Esnaf; Memur-Tüccar; Memur-Çiftçi; İşçi-Çiftçi; Esnaf-Serbest Meslek; Tüccar-Serbest Meslek; Çiftçi-Serbest Meslek; Çiftçi-Diğer
	Yönetici	34	238,84				
	Memur	100	257,51				
	İşçi	95	236,08				
	Esnaf	29	178,55				
	Tüccar	32	185,84				
	Çiftçi	25	154,64				
	Serbest Meslek	53	256,15				
	Diğer	15	224,03				
	Toplam	465					
Muhafazakârlık	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	244,77	8	9,476	0,304	Fark yoktur.
	Yönetici	34	195,66				
	Memur	100	258,72				
	İşçi	95	229,49				
	Esnaf	29	219,40				
	Tüccar	32	212,97				
	Çiftçi	25	201,66				
	Serbest Meslek	53	231,17				
	Diğer	15	231,80				
	Toplam	465					
Mevcudiyet	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	267,82	8	8,767	0,362	Fark yoktur.
	Yönetici	34	220,35				
	Memur	100	230,60				
	İşçi	95	218,32				
	Esnaf	29	236,09				
	Tüccar	32	222,89				
	Çiftçi	25	207,84				
	Serbest Meslek	53	240,68				
	Diğer	15	210,73				
	Toplam	465					
Hataları Yanlış Değerlendirme	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	256,36	8	18,159	0,020	İşletme Sahibi veya ortağı-Tüccar; İşletme Sahibi veya ortağı-Çiftçi; İşletme Sahibi veya ortağı-Diğer; Memur-Tüccar; Memur-Çiftçi; Memur-Diğer; Tüccar-Serbest Meslek; Çiftçi-Serbest Meslek
	Yönetici	34	211,13				
	Memur	100	256,79				
	İşçi	95	222,72				
	Esnaf	29	219,78				
	Tüccar	32	183,63				
	Çiftçi	25	188,06				
	Serbest Meslek	53	256,12				
	Diğer	15	185,47				
	Toplam	465					
Aşına Olma	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	257,91	8	40,193	0,000	İşletme Sahibi veya ortağı-İşçi; İşletme Sahibi veya ortağı-Tüccar; İşletme Sahibi veya ortağı-Çiftçi; Yönetici-Memur; Memur-İşçi; Memur-Esnaf; Memur-Tüccar; Memur-Çiftçi; Memur-Serbest Meslek; Tüccar-Serbest Meslek; Tüccar-Diğer; Çiftçi-Serbest Meslek; Çiftçi-Diğer
	Yönetici	34	220,31				
	Memur	100	283,94				
	İşçi	95	200,49				
	Esnaf	29	212,72				
	Tüccar	32	173,38				
	Çiftçi	25	154,02				
	Serbest Meslek	53	241,65				
	Diğer	15	259,33				
	Toplam	465					

Duygusal Eğilimler	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	245,69	8	13,845	0,086	Fark yoktur.
	Yönetici	34	206,96				
	Memur	100	250,03				
	İşçi	95	226,78				
	Esnaflık	29	231,07				
	Tüccar	32	190,98				
	Çiftçi	25	175,04				
	Serbest Meslek	53	259,76				
	Diğer	15	243,93				
	Toplam	465					
Sahiplenme	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	241,45	8	19,711	0,011	İşletme Sahibi veya ortağı- Yönetici; Yönetici-Memur; Yönetici-İşçi; Yönetici-Tüccar; Yönetici-Çiftçi; Yönetici-Serbest Meslek; İşçi-Diğer
	Yönetici	34	157,43				
	Memur	100	243,14				
	İşçi	95	256,39				
	Esnaflık	29	207,26				
	Tüccar	32	224,61				
	Çiftçi	25	222,74				
	Serbest Meslek	53	247,73				
	Diğer	15	175,17				
	Toplam	465					
Aşırı İyimserlik	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	244,68	8	20,404	0,009	İşletme Sahibi veya ortağı-Tüccar; İşletme Sahibi veya ortağı-Çiftçi; Yönetici-Tüccar; Yönetici-Çiftçi; Memur-Tüccar; Memur-Çiftçi; İşçi-Serbest Meslek; Tüccar-Serbest Meslek; Tüccar-Diğer; Çiftçi-Serbest Meslek; Çiftçi-Diğer
	Yönetici	34	257,93				
	Memur	100	240,90				
	İşçi	95	212,33				
	Esnaflık	29	222,98				
	Tüccar	32	173,95				
	Çiftçi	25	186,20				
	Serbest Meslek	53	278,08				
	Diğer	15	255,00				
	Toplam	465					
Kaçınma Eğilimi	İşletme Sahibi veya Ortağı	82	238,46	8	11,370	0,182	Fark yoktur.
	Yönetici	34	210,74				
	Memur	100	255,82				
	İşçi	95	214,22				
	Esnaflık	29	255,86				
	Tüccar	32	221,47				
	Çiftçi	25	181,40				
	Serbest Meslek	53	241,32				
	Diğer	15	257,43				
	Toplam	465					

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi ($X^2= 15,436$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($X^2= 9,476$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 8,767$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($X^2= 13,845$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($X^2= 11,370$; $p>.05$) ile meslek grupları arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, aşırı güven eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, duygusal

eğilimlerin ve kaçınma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimleri ile meslek grupları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 22,476$; $p<.05$). Bilişsel eğilimlerin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=266,05), yöneticilerin (SO=219,41), memurların (SO=254,03), işçilerin (SO=228,29), esnafların (SO=213,26), tüccarların (SO=178,16), çiftçilerin (SO=156,94), serbest meslek mensuplarının (SO=244,08) ve diğer (SO=215,53) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile, tüccar ve çiftçi, memur ile tüccar ve çiftçi, işçi ile çiftçi, tüccar ile serbest meslek, çiftçi ile serbest meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. İşletme sahibi veya ortağı, memur ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre ve ayrıca işçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 23,392$; $p<.05$). Çıpalama eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=245,35), yöneticilerin (SO=238,84), memurların (SO=257,51), işçilerin (SO=236,08), esnafların (SO=178,55), tüccarların (SO=185,84), çiftçilerin (SO=154,64), serbest meslek mensuplarının (SO=256,15) ve diğer (SO=224,03) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, çıpalama eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile esnaf, tüccar ve çiftçi, yönetici ile çiftçi, memur ile esnaf, tüccar, çiftçi, işçi ile çiftçi, esnaf ile serbest meslek, tüccar ile serbest meslek, çiftçi ile serbest meslek ve diğer meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. İşletme sahibi veya ortağı, memur ve serbest meslek

grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin esnaf, tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, yönetici, işçi ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde çıpalama eğiliminin daha etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 18,159$; $p<.05$). Hataları yanlış değerlendirme eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=256,36), yöneticilerin (SO=211,13), memurların (SO=256,79), işçilerin (SO=222,72), esnafların (SO=219,78), tüccarların (SO=183,63), çiftçilerin (SO=188,06), serbest meslek mensuplarının (SO=256,12) ve diğer (SO=185,47) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile tüccar, çiftçi ve diğer, memur ile tüccar, çiftçi ve diğer, tüccar ile serbest meslek, çiftçi ile serbest meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. İşletme sahibi veya ortağı ve memur meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğiliminin tüccar, çiftçi ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğiliminin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre daha fazla olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 40,193$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=257,91), yöneticilerin (SO=220,31), memurların (SO=283,94), işçilerin (SO=200,49), esnafların (SO=212,72), tüccarların (SO=173,38), çiftçilerin (SO=154,02), serbest meslek mensuplarının (SO=241,65) ve diğer (SO=259,33) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşına olma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann

Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile işçi, tüccar ve çiftçi, yönetici ile memur, memur ile işçi, esnaf, tüccar, çiftçi ve serbest meslek, tüccar ile serbest meslek ve diğer, çiftçi ile serbest meslek ve diğer meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. İşletme sahibi veya ortağı olan geleneksel banka müşterilerinin işçi, tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, memur meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin yönetici, işçi, esnaf, tüccar, çiftçi ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, serbest meslek ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal karar alırken aşına olunanı tercih etme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 19,711$; $p<.05$). Sahiplenme eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=241,45), yöneticilerin (SO=157,43), memurların (SO=243,14), işçilerin (SO=256,39), esnafların (SO=207,26), tüccarların (SO=224,61), çiftçilerin (SO=222,74), serbest meslek mensuplarının (SO=247,73) ve diğer (SO=175,17) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, sahiplenme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile yönetici, yönetici ile memur, işçi, tüccar, çiftçi ve serbest meslek, işçi ile diğer meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. İşletme sahibi veya ortağı, memur, işçi, tüccar, çiftçi ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin yönetici meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, işçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha fazla etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi ile meslek grupları arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 20,404$; $p<.05$). Aşırı iyimserlik eğiliminin sıra ortalamaları işletme sahibi veya ortaklarının (SO=244,68), yöneticilerin (SO=257,93), memurların (SO=240,90), işçilerin (SO=212,33), esnafların (SO=222,98),

tüccarların (SO=173,95), çiftçilerin (SO=186,20), serbest meslek mensuplarının (SO=278,08) ve diğer (SO=255,00) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşırı iyimserlik eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın işletme sahibi veya ortağı ile tüccar ve çiftçi, yönetici ile tüccar ve çiftçi, memur ile tüccar ve çiftçi, işçi ile serbest meslek, tüccar ile serbest meslek ve diğer, çiftçi ile serbest meslek ve diğer meslek gruplarında olduğu belirlenmiştir. İşletme sahibi veya ortağı, yönetici, memur ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin işçi, tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili daha iyimser olduğu söylenebilir.

Tablo 3.34. Meslek – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Meslek		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanın önerdiği gibi satarım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)					
İşletme Sahibi veya Ortağı	82	36	15,5	46	19,8	3,556	8	0,895
Yönetici	34	17	7,3	17	7,3			
Memur	100	54	23,2	46	19,8			
İşçi	95	45	19,3	50	21,6			
Esnaf	29	14	6,0	15	6,5			
Tüccar	32	19	8,2	13	5,6			
Çiftçi	25	12	5,2	13	5,6			
Serbest Meslek	53	28	12,0	25	10,8			
Diğer	15	8	3,4	7	3,0			
Toplam	465	233	100,0	232	100,0			

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile meslek grupları arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 3,556$; $p>.05$). Dolayısıyla, geleneksel banka müşterilerinin meslek gruplarına göre finansal karar alırken statüko eğilimi açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile gelir düzeyi arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.35'te yer verilmiştir;

Tablo 3.35. Gelir- Davranışsal Finans Eğilimleri Kruskal-Wallis H Testi Sonuçları

Eğilimler	Gelir	N	Sıra Ortalaması	sd	χ^2	p	Anlamlı Farklılık
Bilişsel Eğilimler	3000 TL ve altı	119	233,77	4	9,647	0,047	(3000 TL ve altı- 10.501 TL ve üzeri); (3001-5500 TL- 5501-8000 TL); (3001-5500 TL-10.501 TL ve üzeri); (5501-8000 TL-10.501 TL ve üzeri)
	3001-5500 TL	166	238,61				
	5501-8000 TL	103	204,79				
	8001-10.500 TL	44	237,53				
	10.501 TL ve üzeri	33	284,00				
	Toplam	465					
Aşırı Güven	3000 TL ve altı	119	233,51	4	22,960	0,000	(3000 TL ve altı- 10.501 TL ve üzeri); (3001-5500 TL- 10.501 TL ve üzeri); (5501-8000 TL-10.501 TL ve üzeri); (8001-10.500 TL-10.501 TL ve üzeri)
	3001-5500 TL	166	225,08				
	5501-8000 TL	103	205,27				
	8001-10.500 TL	44	254,97				
	10.501 TL ve üzeri	33	328,27				
	Toplam	465					
Çıpalama	3000 TL ve altı	119	233,54	4	13,390	0,010	(3000 TL ve altı-5501-8000 TL); (3000 TL ve altı-10.501 TL ve üzeri); (3001-5500 TL- 5501-8000 TL); (5501-8000 TL-8001-10.500 TL); (5501-8000 TL-10.501 TL ve üzeri)
	3001-5500 TL	166	240,73				
	5501-8000 TL	103	196,81				
	8001-10.500 TL	44	250,34				
	10.501 TL ve üzeri	33	282,05				
	Toplam	465					
Muhafazakârlık	3000 TL ve altı	119	225,96	4	1,411	0,842	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	232,08				
	5501-8000 TL	103	239,04				
	8001-10.500 TL	44	226,27				
	10.501 TL ve üzeri	33	253,14				
	Toplam	465					
Mevcudiyet	3000 TL ve altı	119	249,49	4	3,168	0,530	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	228,88				
	5501-8000 TL	103	224,76				
	8001-10.500 TL	44	216,72				
	10.501 TL ve üzeri	33	241,67				
	Toplam	465					
Hataları Yanlış Değerlendirme	3000 TL ve altı	119	232,14	4	8,967	0,062	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	246,39				
	5501-8000 TL	103	203,58				
	8001-10.500 TL	44	227,72				
	10.501 TL ve üzeri	33	267,59				
	Toplam	465					
Aşına Olma	3000 TL ve altı	119	231,91	4	5,770	0,217	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	235,72				
	5501-8000 TL	103	213,23				
	8001-10.500 TL	44	240,47				
	10.501 TL ve üzeri	33	274,98				
	Toplam	465					
	3000 TL ve altı	119	239,71	4	2,554	0,635	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	240,99				
	5501-8000 TL	103	225,70				

Duygusal Eğilimler	8001-10.500 TL	44	215,86				
	10.501 TL ve üzeri	33	214,24				
	Toplam	465					
Sahiplenme	3000 TL ve altı	119	224,58	4	3,916	0,417	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	243,31				
	5501-8000 TL	103	239,81				
	8001-10.500 TL	44	225,72				
	10.501 TL ve üzeri	33	199,98				
	Toplam	465					
Aşırı İyimserlik	3000 TL ve altı	119	241,58	4	3,917	0,417	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	233,90				
	5501-8000 TL	103	225,27				
	8001-10.500 TL	44	250,84				
	10.501 TL ve üzeri	33	197,88				
	Toplam	465					
Kaçınma Eğilimi	3000 TL ve altı	119	244,62	4	5,190	0,268	Fark yoktur.
	3001-5500 TL	166	237,20				
	5501-8000 TL	103	226,12				
	8001-10.500 TL	44	194,35				
	10.501 TL ve üzeri	33	242,98				
	Toplam	465					

Geleneksel banka müşterilerinin muhafazakârlık eğilimi ($X^2= 1,411$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($X^2= 3,168$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($X^2= 8,967$; $p>.05$), aşına olma eğilimi ($X^2= 5,770$; $p>.05$), duygusal eğilimleri ($X^2= 2,554$; $p>.05$); sahiplenme eğilimi ($X^2= 3,916$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($X^2= 3,917$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($X^2= 5,190$; $p>.05$) ile gelir düzeyleri arasında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimleri ile gelir düzeyi arasında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($X^2= 9,647$; $p<.05$). Bilişsel eğilimlerin sıra ortalamaları 3000 TL ve altı gelir aralığında olanların (SO=233,77), 3001-5500 TL gelir aralığında olanların (SO=238,61), 5501-8000 TL gelir aralığında olanların (SO=204,79), 8001-10.500 TL gelir aralığında olanların (SO=237,53) ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olanların (SO=284,00) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin geleneksel banka müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın 3000 TL ve altı ile

10.501 TL ve üzeri gelir aralığı, 3001-5500 TL gelir aralığı ile 5501-8000 TL ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığı, 5501-8000 TL gelir aralığı ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olduğu belirlenmiştir. 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerinin 3000 TL ve altı gelir aralığında, 3001-5500 TL gelir aralığında ve 5501-8000 TL gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerine göre, 3001-5500 TL gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerinin 5501-8000 TL gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğilimi ile gelir düzeyi arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 22,960$; $p<.05$). Aşırı güven eğiliminin sıra ortalamaları 3000 TL ve altı gelir aralığında olanların (SO=233,51), 3001-5500 TL gelir aralığında olanların (SO=225,08), 5501-8000 TL gelir aralığında olanların (SO=205,27), 8001-10.500 TL gelir aralığında olanların (SO=254,97) ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olanların (SO=328,27) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, aşırı güven eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın 3000 TL ve altı ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığı, 3001-5500 TL gelir aralığı ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığı, 5501-8000 TL gelir aralığı ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığı ve 8001-10.500 TL ile 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olduğu belirlenmiştir. 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerinin 3000 TL ve altı gelir aralığında, 3001-5500 TL gelir aralığında, 5501-8000 TL gelir aralığında ve 8001-10.500 TL gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlarında daha aşırı güvenli olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğilimi ile gelir düzeyi arasında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($X^2= 13,390$; $p<.05$). Çıpalama eğiliminin sıra ortalamaları 3000 TL ve altı gelir aralığında olanların (SO=233,54), 3001-5500 TL gelir aralığında olanların (SO=240,73), 5501-8000 TL gelir aralığında olanların (SO=196,81), 8001-10.500 TL gelir aralığında olanların (SO=250,34) ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olanların

(SO=282,05) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, çıpalama eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı söylenebilir. Mann Whitney U testi ile yapılan çoklu karşılaştırmalar sonucu bu farkın 3000 TL ve altı ile 5501-8000 TL ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığı, 3001-5500 TL gelir aralığı ile 5501-8000 TL, 5501-8000 TL gelir aralığı ile 8001-10.500 TL ve 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olduğu belirlenmiştir. 3000 TL ve altı gelir aralığında, 3001-5500 TL gelir aralığında, 8001-10.500 TL gelir aralığında, 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerinin 5501-8000 TL gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerine göre ve ayrıca 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerinin 3000 TL ve altı gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde çıpalama eğiliminin daha etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 3.36. Gelir Düzeyi – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Gelir Düzeyi		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanımın önerdiği gibi satırım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
		Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)			
3000 TL ve altı	119	54	23,2	65	28,0	7,139	4	0,129
3001-5500 TL	166	86	36,9	80	34,5			
5501-8000 TL	103	56	24,0	47	20,3			
8001-10.500 TL	44	26	11,2	18	7,8			
10.501 TL ve üzeri	33	11	4,7	22	9,5			
Toplam	465	233	100,0	232	100,0			

Geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile gelir düzeyleri arasında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 7,139$; $p>.05$). Dolayısıyla, geleneksel banka müşterilerinin gelir düzeylerine göre finansal karar alırken statüko eğilimi açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık olmadığı söylenebilir.

3.5.6.3. Katılım Bankası ve Geleneksel Banka Müşterilerinin Demografik Bilgileri ile Davranışsal Finans Eğilimlerine İlişkin Analiz Sonuçları

Bu kısımda, katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin demografik bilgileri ile bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimlerine ilişkin analiz sonuçlarının genel görünümüne yer verilmiştir.

➤ Cinsiyet- Davranışsal Finans Eğilimleri;

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara göre finansal kararlar üzerinde etkili olan davranışsal finans eğilimlerinin katılım bankası müşterilerinin cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı söylenebilir. Geleneksel banka müşterilerinin davranışsal finans eğilimleri ile cinsiyetleri arasında aşına olma eğilimi dışında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Aşına olma eğilimi kapsamında geleneksel banka müşterisi kadınların erkeklere göre finansal ürün ve hizmetler ile banka tercihi gibi finansal kararlar ile ilgili aşına olunanı/bilineni tercih etme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

➤ Yaş- Davranışsal Finans Eğilimleri;

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri ile yaşları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara göre katılım ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimler, aşına olma eğilimi, duygusal eğilimler, aşırı iyimserlik eğilimi ve kaçınma eğilimi ile yaşları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, bilişsel eğilimlerin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin katılım ve geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin geleneksel banka müşterilerinden farklı olarak aşırı güven eğilimi ile yaşları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, aşırı güven eğiliminin katılım bankası müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin katılım bankası müşterilerinden farklı olarak muhafazakârlık eğilimi, mevcudiyet eğilimi, hataları yanlış değerlendirme eğilimi ve sahiplenme eğilimi ile yaşları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin ve sahiplenme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin yaşlarına göre farklılaştığı söylenebilir.

➤ **Medeni Durum- Davranışsal Finans Eğilimleri;**

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri ile medeni durumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara göre katılım bankası ve geleneksel banka müşterileri arasında medeni durumlarına göre anlamlı farklılık olan davranışsal finans eğilimleri açısından farklılıklar bulunmaktadır.

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimleri, aşırı güven eğilimi, hataları yanlış değerlendirme eğilimi, aşına olma eğilimi, duygusal eğilimler ve aşırı iyimserlik eğilimi ile medeni durumları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin ve aşırı iyimserlik eğiliminin katılım bankası müşterilerinin medeni durumlarına göre farklılaştığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin ise mevcudiyet eğilimi ve sahiplenme eğilimi ile medeni durumları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, mevcudiyet eğiliminin ve sahiplenme eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin medeni durumlarına göre farklılaştığı söylenebilir.

Katılım bankası müşterisi evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, aşına olma eğiliminin, duygusal eğilimlerin ve aşırı iyimserlik eğiliminin daha fazla etkili olduğu, geleneksel banka müşterisi bekârların evlilerin göre finansal kararları üzerinde mevcudiyet eğiliminin ve sahiplenme eğiliminin daha fazla etkili olduğu söylenebilir.

➤ **Eğitim Düzeyleri- Davranışsal Finans Eğilimleri;**

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara göre her iki banka grubu müşterileri için aşına olma eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, her iki banka grubunda aşına olma eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Ayrıca, her iki banka grubunun statüko eğilimi ile sadece eğitim düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre;

- Eğitim düzeyi belli bir seviyenin altında (ilkokul-ortaokul) ve üzerinde (yüksek lisans ve doktora) olan katılım bankası müşterilerinin finansal kararları ile ilgili finansal danışmanlarının önerilerini dikkate alarak statüko eğilimi sergilemeyeceği, eğitim düzeyi belli bir seviyede (lise-üniversite) olan katılım bankası müşterilerinin miras kalan hisse senedini satmak yerine tutması sebebiyle mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergileyeceği söylenebilir. Dolayısıyla, katılım bankası müşterilerinin finansal kararlar alırken statüko eğilimi sergileyip sergilemeyeceği eğitim düzeylerine göre farklılık gösterebilir.
- Eğitim düzeyi belli bir seviyenin üzerinde (üniversite, yüksek lisans ve doktora) olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları ile ilgili finansal danışmanlarının önerilerini dikkate alarak statüko eğilimi sergilemeyeceği, eğitim düzeyi belli bir seviyede (ilkokul, ortaokul ve lise) olan geleneksel banka müşterilerinin miras kalan hisse senedini satmak yerine tutması sebebiyle mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergileyeceği söylenebilir. Dolayısıyla, eğitim düzeyi

arttıkça geleneksel banka müşterilerinin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemeyeceği ifade edilebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin katılım bankası müşterilerinden farklı olarak bilişsel eğilimler, muhafazakârlık eğilimi, duygusal eğilimler, sahiplenme eğilimi, aşırı iyimserlik eğilimi ve kaçınma eğilimi ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerin, muhafazakârlık eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı söylenebilir. Elde edilen sonuçlara göre;

- Eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerinin anlamlı farklılık tespit edilen diğer eğitim düzeyinde olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha az etkili olduğu ve finansal kararlar alırken değişime açık olarak daha az muhafazakâr bir yapıya sahip olduğu,
- Anlamlı farklılık tespit edilen eğitim düzeyleri arasında eğitim düzeyi yükseldikçe finansal kararları üzerinde duygusal eğilimlerin ve sahiplenme eğiliminin daha az etkili olduğu, finansal kararları ile ilgili daha az iyimser olduğu, finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin daha düşük olduğu söylenebilir.

➤ **Meslek- Davranışsal Finans Eğilimleri;**

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri ile meslekleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara göre her iki banka grubu müşterileri için hataları yanlış değerlendirme ile meslekleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, her iki banka grubunda hataları yanlış değerlendirme eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı söylenebilir. Ayrıca, katılım bankası müşterilerinin geleneksel banka müşterilerinden farklı olarak kaçınma eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı, geleneksel banka müşterilerinin katılım bankası müşterilerinden farklı olarak

bilişsel eğilimlerin, çıpalama eğiliminin, aşına olma eğiliminin, sahiplenme eğiliminin ve aşırı iyimserlik eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

➤ **Gelir- Davranışsal Finans Eğilimleri;**

Katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara göre katılım bankası ve geleneksel banka müşterileri arasında gelir düzeylerine göre anlamlı farklılık olan davranışsal finans eğilimleri açısından farklılıklar bulunmaktadır.

Katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, duygusal eğilimlerin katılım bankası müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimleri, aşırı güven eğilimi ve çıpalama eğilimi ile gelir düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Dolayısıyla, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin ve çıpalama eğiliminin geleneksel banka müşterilerinin gelir düzeyine göre farklılaştığı söylenebilir.

3.5.7. Geleneksel Banka ve Katılım Bankası Müşterilerinin Davranışsal Finans Eğilimleri Açısından Karşılaştırılması

Bu kısımda, geleneksel banka ve katılım bankası müşterilerinin bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için Tablo 3.37’de verilen hipotezler sırası ile test edilmiştir. Bu kapsamda, değişkenlerin türüne göre Mann-Whitney U testi ve Ki-kare testi kullanılmıştır.

Tablo 3.37. Test Edilecek Ana ve Alt Hipotezler

H5: Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan bilişsel eğilimler açısından farklılaşmaktadır.
h1:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan aşırı güven eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h2:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan çıpalama eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h3:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan muhafazakarlık eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h4:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan mevcudiyet eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h5:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan hataları yanlış değerlendirme eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h6:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan aşına olma eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
H6: Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan duygusal eğilimler açısından farklılaşmaktadır.
h1:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan sahiplenme eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h2:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan aşırı iyimserlik eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h3:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan kaçınma eğilimi açısından farklılaşmaktadır.
h4:Geleneksel ve katılım bankası müşterileri finansal kararları üzerinde etkili olan statüko eğilimi açısından farklılaşmaktadır.

Geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal eğilimler açısından aralarında anlamlı farklılık olup olmadığına dair elde edilen sonuçlara Tablo 3.38’de yer verilmiştir;

Tablo 3.38. Banka Tipi- Davranışsal Finans Eğilimleri Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Eğilimler	Banka Tipi	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	Z	p
Bilişsel Eğilimler	Katılım Bankası	390	427,49	166721,00	90476,000	-0,055	0,956
	Geleneksel Banka	465	428,43	199219,00			
	Toplam	855					
Aşırı Güven	Katılım Bankası	390	426,53	166347,50	90102,500	-0,160	0,873
	Geleneksel Banka	465	429,23	199592,50			
	Toplam	855					
Çıpalama	Katılım Bankası	390	406,59	158571,50	82326,500	-2,342	0,019
	Geleneksel Banka	465	445,95	207368,50			
	Toplam	855					
Muhafazakarlık	Katılım Bankası	390	433,12	168918,50	88676,500	-0,559	0,576
	Geleneksel Banka	465	423,70	197021,50			
	Toplam	855					
Mevcudiyet	Katılım Bankası	390	441,84	172317,50	85277,500	-1,511	0,131
	Geleneksel Banka	465	416,39	193622,50			
	Toplam	855					
	Katılım Bankası	390	431,50	168284,50	89310,500	-0,382	0,703

Hataları Yanlış Değerlendirme	Geleneksel Banka	465	425,07	197655,50			
	Toplam	855					
Aşına Olma	Katılım Bankası	390	405,74	158239,50	81994,500	-2,436	0,015
	Geleneksel Banka	465	446,67	207700,50			
	Toplam	855					
Duygusal Eğilimler	Katılım Bankası	390	431,52	168293,00	89302,000	-0,382	0,702
	Geleneksel Banka	465	425,05	197647,00			
	Toplam	855					
Sahiplenme	Katılım Bankası	390	442,36	172522,00	85073,000	-1,574	0,115
	Geleneksel Banka	465	415,95	193418,00			
	Toplam	855					
Aşırı İyimserlik	Katılım Bankası	390	439,59	171441,50	86153,500	-1,266	0,206
	Geleneksel Banka	465	418,28	194498,50			
	Toplam	855					
Kaçınma Eğilimi	Katılım Bankası	390	419,30	163528,00	87283,000	-0,947	0,344
	Geleneksel Banka	465	435,29	202412,00			
	Toplam	855					

Geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan bilişsel eğilimler ($U= 90476,000$; $p>.05$); aşırı güven eğilimi ($U= 90102,500$; $p>.05$), muhafazakârlık eğilimi ($U= 88676,500$; $p>.05$), mevcudiyet eğilimi ($U= 85277,500$; $p>.05$), hataları yanlış değerlendirme eğilimi ($U= 89310,500$; $p>.05$), duygusal eğilimler ($U= 89302,000$; $p>.05$); sahiplenme eğilimi ($U=85073,000$; $p>.05$), aşırı iyimserlik eğilimi ($U=86153,500$; $p>.05$) ve kaçınma eğilimi ($U=87283,000$; $p>.05$) açısından aralarında anlamlı düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu sonuca göre, bilişsel eğilimlerin, aşırı güven eğiliminin, muhafazakârlık eğiliminin, mevcudiyet eğiliminin, hataları yanlış değerlendirme eğiliminin, duygusal eğilimlerin, sahiplenme eğiliminin, aşırı iyimserlik eğiliminin ve kaçınma eğiliminin her iki banka grubuna göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi açısından aralarında **anlamlı farklılık** bulunmuştur ($U= 82326,500$; $p<.05$). Çıpalama eğiliminin sıra ortalamaları katılım bankası müşterilerinin ($SO=406,59$) ve geleneksel banka müşterilerinin ($SO=445,95$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterilerinin katılım bankası müşterilerine göre finansal kararlarında daha fazla çıpalama eğilimi sergiledikleri söylenebilir.

Geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğilimi açısından aralarında **anlamli farklılık** bulunmuştur ($U= 81994,500$; $p<.05$). Aşına olma eğiliminin sıra ortalamaları katılım bankası müşterilerinin ($SO=405,74$) ve geleneksel banka müşterilerinin ($SO=446,67$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, geleneksel banka müşterilerinin katılım bankası müşterilerine göre finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelerek aşına olunanı/bilineni seçme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 3.39. Banka Tipi – Statüko Eğilimi Ki-kare Testi Sonuçları

Banka Tipi		Statüko Eğilimi				χ^2	df	p
		Finansal danışmanın önerdiği gibi satırım.		Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.				
Sayı	Yüzde (%)	Sayı	Yüzde (%)	0,749	1	0,387		
Katılım Bankası	390	207	47,0				183	44,1
Geleneksel Banka	465	233	53,0				232	55,9
Toplam	855	440	100,0	415	100,0			

Geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin statüko eğilimi açısından aralarında ki-kare analiz sonucuna göre anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($\chi^2= 0,749$; $p>.05$). Dolayısıyla, her iki banka grubu arasında statüko eğilimi açısından anlamlı düzeyde bir farklılık olmadığı söylenebilir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Geleneksel finans, bireylerin finansal karar verme sürecinde rasyonel bir şekilde hareket edeceği varsayımı üzerine kuruludur. Dolayısıyla, geleneksel finans akılcı bir şekilde hareket eden bireyin finansal kararları üzerinde psikolojinin ve duyguların etkisinin olmayacağını düşünmektedir. Finans alanında yaşanan gelişmeler davranışsal finans şeklinde yeni bir alanın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Davranışsal finans, geleneksel finansın aksine bireylerin doğası gereği çoğunlukla irrasyonel veya sınırlı rasyonaliteye sahip bir şekilde hareket edeceği varsayımı üzerine kuruludur. Çünkü bireylerin finansal karar verme sürecinde hatalı davranmasına yol açan bazı psikolojik eğilimler söz konusudur. Davranışsal finans, yaşamı boyunca sayısız finansal karar ile karşı karşıya kalan bireylere bu eğilimleri tanıma ve etkisini azaltma imkânı sunmaktadır.

Finans alanının önemli bir yapı taşı olan bankacılık sektöründe yaşanan gelişmeler de faiz temelli geleneksel (konvansiyonel-faizli) bankacılık sistemine alternatif olarak faiz yerine kâr-zarar ortaklığı esasına dayanan İslami (faizsiz) bankacılık sisteminin gelişimini beraberinde getirmiştir. İslami bankacılığa ilişkin ilk kurumlara dünyada 1960'lı yıllarda, Türkiye'de ise 1980'li yıllarda rastlanılmaktadır. Dini, ekonomik ve politik olmak üzere çeşitli sebepler ile ortaya çıkan İslami bankacılık günümüzde de hızla gelişimini sürdürmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye genelinde katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında araştırılmasıdır. Bu kapsamda katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları altında yatan eğilimlerin tespit edilmesi ve katılım bankası ile geleneksel banka müşterilerinin eğilimleri arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığı araştırılmıştır. Literatür incelendiğinde, davranışsal finans kapsamında İslami banka müşterilerinin finansal kararlarında etkisinde kaldıkları psikolojik eğilimleri dikkate alan çalışma sayısı sınırlıdır. Bu çalışma hem İslami hem de geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarını etkileyen eğilimleri davranışsal finans bağlamında ele alması ve iki grup arasında karşılaştırma imkânı sunması bakımından özgün bir değere sahiptir.

Çalışma kapsamında, Türkiye genelinde 33 ilde 390 katılım bankası ve 465 geleneksel banka müşterisi olmak üzere toplam 855 katılımcı ile gerçekleştirilen anket çalışmasından elde edilen veriler SPSS 21 istatistik programında analiz edilmiştir. Anket verilerine ilişkin frekans analizi, geçerlilik ve güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, hipotezlerin test edilmesi için parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi, Kruskal Wallis testi ve Ki-Kare testi yapılmıştır.

Anket katılımcılarının demografik özelliklerine ilişkin frekans analizi sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu kadın, genç yaş grubunda ve bekâr banka müşterilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımı incelendiğinde üniversite mezunu olan banka müşterilerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Katılımcıların meslek durumuna göre dağılımı incelendiğinde büyük çoğunluğu memur ve işçi meslek gruplarına dahildir. Son olarak, katılımcıların aylık gelir durumuna göre dağılımı incelendiğinde 3001-5500 TL arası gelire sahip banka müşterilerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Anket katılımcılarının finansal profillerine ilişkin frekans analizi sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu geleneksel banka müşterilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun daha önce banka kredisi/finansmanı kullanmadığı, kullananların ise geleneksel bankadan faizli kredi kullandığı görülmektedir. Bu durumun katılım bankalarının nakit finansman desteği vermemesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu tasarrufları değerlendirmenin en iyi yolunun geleneksel banka hesabında tutmak olduğunu düşünmektedir. Bu durum, katılım bankalarının ürün ve hizmetleri ile ilgili yeterli bilgiye sahip olunmamasından kaynaklı da olabilir. Nitekim, katılım bankası ve geleneksel banka müşterisi katılımcıların bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih ettikleri yatırım araçları bakımından aralarında önemli farklılıklar bulunmamaktadır. Her iki banka grubunda yer alan katılımcıların tasarruflarını değerlendirirken en fazla tercih ettikleri yatırım araçları geleneksel yatırım araçları olan altın ve dövizdir. Türkiye ekonomisinde genellikle altın ve döviz yatırım aracı olarak belirsizlikler karşısında sığınılan güvenli bir liman olarak görülmektedir. Tüm dünyayı etkisi altına alan ve halen devam eden Koronavirüs (Covid 19) salgınının

ekonomide yol açtığı etkilerin bireylerin en iyi bilinen güvenli liman olarak gördükleri yatırım araçlarına sığınmalarında etkili olduğu düşünülmektedir.

En fazla tercih edilen yatırım araçlarından biri de bireysel emeklilik sistemidir. Bu durum üzerinde, 2013 yılından itibaren hayata geçirilen devlet katkısı uygulamasının etkili olduğu düşünülmektedir. Bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktörler içerisinde katılım bankası müşterileri için en fazla paya dini hassasiyetin sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç literatürde yer alan çalışmaların sonuçları ile de benzerlik taşımaktadır. Bankada tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktörler içerisinde geleneksel banka müşterileri için en fazla paya yatırım aracının getiri oranının sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, geleneksel banka müşterilerinin tasarruflarını değerlendirirken tercih edilen yatırım araçlarını etkileyen temel faktörler bakımından rasyonaliteye uygun bir davranış sergilediği söylenebilir.

Çalışma kapsamında bilişsel eğilimler ve duygusal eğilimler için hazırlanan sorular için uygulanan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre banka müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan bilişsel eğilimler ile ilgili aşırı güven eğilimi, çıpalama eğilimi, muhafazakârlık eğilimi, mevcudiyet eğilimi, hataları yanlış değerlendirme eğilimi, aşına olma eğilimi, duygusal eğilimler ile ilgili aşırı iyimserlik eğilimi, sahiplenme eğilimi ve kaçınma eğilimi faktörü olmak üzere toplam dokuz faktör belirlenmiştir.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Bilişsel Eğilimler” finansal kararları üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, bireylerin karmaşık bir süreç olan finansal yaşamı basitleştirmek için zihinsel kısa yollara başvurduğu söylenebilir.

Bilişsel eğilimler ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım ve geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin cinsiyete göre farklılaşmadığı; yaş gruplarına göre farklılaştığı; geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin medeni durumlarına göre

farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha etkili olduğu; katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı ve eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerinin anlamlı farklılık tespit edilen diğer eğitim düzeyinde olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde bilişsel eğilimlerin daha az etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin meslek gruplarına göre farklılaştığı ve işletme sahibi veya ortağı, memur ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre ve ayrıca işçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre bilişsel eğilimlerin finansal kararları üzerinde daha fazla etkili olduğu; katılım bankası müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin bilişsel eğilimlerinin gelir düzeylerine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Aşırı Güven Eğilimi” finansal kararları üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, bireyler finansal bir karar alırken kişisel bilgi ve tahminlerine gerçekte olması gerekenden daha fazla güvenme eğilimine sahiptir. Bu durum aşırı risk alınmasına ve aşırı işlem yapılmasına yol açarak hatalı kararlar verilmesine sebep olabilir.

Aşırı güven eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaştığı ve özellikle 50 ve üzeri yaş aralığının finansal kararları üzerinde aşırı güven eğiliminin daha etkili olduğu; geleneksel banka

müşterilerinin aşırı güven eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde aşırı güven eğiliminin daha etkili olduğu; katılım bankası müşterilerinin aşırı güven eğiliminin gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğiliminin gelir düzeylerine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; 10.501 TL ve üzeri gelir aralığında olan geleneksel banka müşterilerinin diğer gelir aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararlarında daha aşırı güvenli olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin aşırı güven eğiliminin cinsiyete, eğitim düzeyine ve meslek gruplarına göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Çıpalama/Demirleme/Referans Noktası Eğilimi” finansal kararlar üzerinde en etkili olan faktörlerden biridir. Dolayısıyla, bireyler finansal kararlar alırken akıllarında tesadüfi bir değeri çıpa olarak belirlemekte ve bu değer ile finansal kararı arasında bir bağ kurmakta ve ayrıca geçmiş finansal kararlarının sonuçlarını gelecekte elde edeceği sonuçların garantisi olarak görerek hatalı davranabilmektedir.

Çıpalama eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı ve işletme sahibi veya ortağı, memur ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin esnaf, tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, yönetici, işçi ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde çıpalama eğiliminin daha fazla etkili olduğu söylenebilir. Katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğiliminin gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı; geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğiliminin

gelir düzeylerine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin çıpalama eğiliminin cinsiyete, yaşa, medeni duruma ve eğitim düzeyine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Muhafazakârlık Eğilimi” finansal kararları üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, bireyler finansal kararları ile ilgili daha önceki görüşlerine bağlı kalmayı tercih edebilmektedir.

Muhafazakârlık eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin muhafazakârlık eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaştığı; katılım bankası müşterilerinin muhafazakârlık eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin muhafazakârlık eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı ve eğitim düzeyi yüksek lisans olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlar alırken değişime açık olarak daha az muhafazakâr bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin muhafazakârlık eğiliminin cinsiyete, medeni duruma, meslek ve gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik) Eğilimi” finansal kararları üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, bireyler tasarruflarını değerlendirme, finansman ihtiyacını karşılama, banka ve yatırım araçları tercihinde en sık gördüğü, kolayca akıllarına gelen tercihlerde bulunabilmektedir.

Mevcudiyet (Ulaşılabilirlik) eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaştığı; katılım bankası müşterilerinin mevcudiyet eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı,

geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve bekârların evlilere göre finansal kararları üzerinde mevcudiyet eğiliminin daha fazla etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin mevcudiyet eğiliminin cinsiyete, eğitim düzeyine, meslek ve gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Hataları Yanlış Değerlendirme Eğilimi” finansal kararları üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, bireyler finansal kararlarının sonucu iyi ise kendi yetenek ve öngörülerine, kötü ise dış etkenlere atfedebilmektedir.

Hataları yanlış değerlendirme eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaştığı ve özellikle 50 ve üzeri yaş aralığında yer alan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarının sonuçları ile ilgili olarak hataları yanlış değerlendirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu; geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde hataları yanlış değerlendirme eğiliminin daha etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım ve geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; işletme sahibi veya ortağı ve memur meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğiliminin tüccar, çiftçi ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarının sonuçları ile ilgili hataları yanlış değerlendirme eğiliminin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre daha fazla olduğu; memur, işçi ve

esnaf meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerinin işletme sahibi veya ortağı olan katılım bankası müşterilerine göre; esnaf meslek grubunda yer alan katılım bankası müşterilerinin çiftçi ve serbest meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerine göre hataları yanlış değerlendirme eğilimlerinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin hataları yanlış değerlendirme eğiliminin cinsiyete, eğitim ve gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Faktör analizi sonucunda belirlenen faktörler içerisinde katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Aşına Olma Eğilimi” finansal kararlar üzerinde en etkili faktör olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla, bireyler finansal kararlar alırken ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğu ve tanıdık yerel bankalara yönelebilmektedir.

Aşına olma eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğiliminin cinsiyete göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğiliminin cinsiyete göre farklılaştığı ve kadınların erkeklere göre finansal kararlar alırken aşına olunanı tercih etme eğilimlerinin daha yüksek olduğu; 50 ve üzeri yaş aralığında yer alan katılım ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararlarında aşına olunanı tercih etme eğiliminin daha yüksek olduğu; geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde aşına olma eğiliminin daha etkili olduğu; katılım bankası ve geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterilerinin aşına olma eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; işletme sahibi veya ortağı olan geleneksel banka müşterilerinin işçi, tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, memur meslek grubunda olan geleneksel banka

müşterilerinin yönetici, işçi, esnaf, tüccar, çiftçi ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, serbest meslek ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal karar alırken aşına olunanı tercih etme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin aşına olma eğiliminin gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Duygusal Eğilimler” finansal kararları üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, sadece mantığın ön planda olmadığı duygusal bir varlık olan bireylerin finansal kararları üzerinde duygularında son derece etkili olduğu söylenebilir.

Duygusal eğilimler ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım ve geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerinin yaş gruplarına göre farklılaştığı; geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerinin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimlerinin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde duygularının daha etkili olduğu; katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimlerinin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerinin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı ve anlamlı farklılık tespit edilen eğitim düzeyleri arasında eğitim düzeyi yükseldikçe finansal kararlar üzerinde duygusal eğilimlerin daha az etkili olduğu söylenebilir.

Geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerinin gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin duygusal eğilimlerinin gelir düzeylerine göre farklılaştığı, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin duygusal eğilimlerinin cinsiyete ve meslek gruplarına göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Aşırı İyimserlik Eğilimi” finansal kararları

üzerinde etkili bir faktördür. Dolayısıyla, bireylerin geleceğe yönelik beklentilerinde ve meydana gelebilecek durumlar ile ilgili olması gerekenden daha fazla iyimser olduğu söylenebilir.

Aşırı iyimserlik eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım ve geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğilimi yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır. Aşırı iyimserlik eğiliminin ileri yaş grubunda olan katılım bankası müşterilerinin finansal kararları üzerinde daha etkili olduğu ve genç yaş grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları üzerinde daha etkili olduğu söylenebilir. Geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve evlilerin bekârlara göre finansal kararları üzerinde aşırı iyimserlik eğiliminin daha etkili olduğu; katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı ve anlamlı farklılık tespit edilen eğitim düzeyleri arasında eğitim düzeyi yükseldikçe finansal kararları ile ilgili daha az iyimser olduğu söylenebilir.

Katılım bankası müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; işletme sahibi veya ortağı, yönetici, memur ve diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin işçi, tüccar ve çiftçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili daha iyimser olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin aşırı iyimserlik eğiliminin cinsiyet ve gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Kaçınma Eğilimi” finansal kararları üzerinde etkili

bir faktördür. Dolayısıyla, bireyler finansal kararları ile ilgili kayıp ve pişmanlık yaşamamak için hatalı davranışlar sergileyebilmektedir. Bu durum, bireylerin kazanç sağlayan finansal araçlarını satmalarına ve kaybeden finansal araçlarını ellerinde tutmalarına, cesur finansal kararlar alamamalarına, kayıplara kazançlardan daha fazla önem vermelerine yol açabilmektedir.

Kaçınma eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım ve geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaştığı; katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı ve anlamlı farklılık tespit edilen eğitim düzeyleri arasında eğitim düzeyi arttıkça finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin daha düşük olduğu; geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı, katılım bankası müşterilerinin kaçınma eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; memur ve esnaf meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerinin finansal kararları ile ilgili yaşayacakları kayıptan ve pişmanlıktan kaçınma eğilimlerinin işçi, çiftçi ve serbest meslek grubunda olan katılım bankası müşterilerine göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin kaçınma eğiliminin cinsiyete, medeni duruma ve gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterileri ve geleneksel banka müşterileri ortalama eğilim değerleri bakımından incelendiğinde “Sahiplenme Eğilimi” finansal kararları üzerinde en az etkili olan faktördür. Dolayısıyla, bireylerin müşterisi oldukları banka tarafından gönderilen kredi kartını iade etmeyi düşünmemesi ve müşterisi olunan bankayı değiştirmek imkânı olsa bile değiştirmemesi finansal kararları üzerinde sahiplik hissinin oluşabileceğini gösterebilir.

Sahiplenme eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin farklılık analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım bankası müşterilerinin

sahiplenme eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğiliminin yaş gruplarına göre farklılaştığı; katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğiliminin medeni durumlarına göre farklılaştığı ve bekârların evlilerin göre finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha etkili olduğu; katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğiliminin eğitim düzeylerine göre farklılaştığı ve anlamlı farklılık tespit edilen eğitim düzeyleri arasında eğitim düzeyi yükseldikçe finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha az etkili olduğu, katılım bankası müşterilerinin sahiplenme eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaşmadığı, geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğiliminin meslek gruplarına göre farklılaştığı ve işletme sahibi veya ortağı, memur, işçi, tüccar, çiftçi ve serbest meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin yönetici meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre, işçi meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerinin diğer meslek grubunda olan geleneksel banka müşterilerine göre finansal kararları üzerinde sahiplenme eğiliminin daha fazla etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin sahiplenme eğiliminin cinsiyet ve gelir düzeylerine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılım bankası müşterilerinin ve geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimine ilişkin frekans analizi sonuçlarına göre “Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım” seçeneğini seçen ile “Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum” seçeneğini seçen katılımcılar arasında rakamsal olarak büyük oranda farklılık olmamakla birlikte ilk seçeneği seçen bireylerin mevcut finansal durumlarını koruma eğilimine sahip olmadığı, ikinci seçeneği seçen bireylerin ise değişikliklerden kaçınarak mevcut finansal durumunu koruma eğilime sahip olduğu söylenebilir.

Statüko eğilimi ile demografik özelliklere ilişkin gerçekleştirilen ki-kare analizi sonucuna göre elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir; katılım ve geleneksel banka müşterilerinin statüko eğilimi ile sadece eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki

bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre; eğitim düzeyi belli bir seviyenin altında (ilkokul-ortaokul) ve üzerinde (yüksek lisans ve doktora) olan katılım bankası müşterilerinin finansal kararları ile ilgili finansal danışmanlarının önerilerini dikkate alarak statüko eğilimi sergilemeyeceği, eğitim düzeyi belli bir seviyede (lise-üniversite) olan katılım bankası müşterilerinin miras kalan hisse senedini satmak yerine tutması sebebiyle mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergileyeceği söylenebilir. Dolayısıyla, katılım bankası müşterilerinin finansal kararlar alırken statüko eğilimi sergileyip sergilemeyeceği eğitim düzeylerine göre farklılık gösterebilir. Geleneksel banka müşterileri için elde edilen sonuçlara göre; eğitim düzeyi belli bir seviyenin üzerinde (üniversite, yüksek lisans ve doktora) olan geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları ile ilgili finansal danışmanlarının önerilerini dikkate alarak statüko eğilimi sergilemeyeceği, eğitim düzeyi belli bir seviyede (ilkokul, ortaokul ve lise) olan geleneksel banka müşterilerinin miras kalan hisse senedini satmak yerine tutması sebebiyle mevcut finansal durumunu korumayı tercih ederek statüko eğilimi sergileyeceği söylenebilir. Dolayısıyla, eğitim düzeyi arttıkça geleneksel banka müşterilerinin finansal karar alırken statüko eğilimi sergilemeyeceği ifade edilebilir.

Geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan bilişsel ve duygusal eğilimlerden oluşan davranışsal finans eğilimleri açısından aralarında anlamlı farklılık olup olmadığına ilişkin gerçekleştirilen farklılık analizi sonucuna göre; geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin çıpalama eğilimi ve aşına olma eğilimi açısından aralarında anlamlı farklılık bulunmuştur. Elde edilen sonuçlara göre; geleneksel banka müşterilerinin katılım bankası müşterilerine göre finansal kararları ile ilgili daha fazla çıpalama eğilimi ve aşına olunanı tercih etme eğilimi sergilediği söylenebilir. Ayrıca, farklılık analizine göre geleneksel ve katılım bankası müşterilerinin finansal kararları üzerinde etkili olan diğer finansal eğilimler açısından aralarında herhangi bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, katılım ve geleneksel banka müşterilerinin finansal kararları üzerinde çalışmada yer alan bilişsel ve duygusal eğilimleri ifade eden davranışsal finans eğilimlerinin etkili olduğu ve tamamen rasyonel davranışlar sergilemedikleri sonucuna

ulaşılmıştır. Katılım ve geleneksel banka müşterilerinin banka tercihinde dini, ekonomik ve sosyal olmak üzere farklı unsurlar etkili olsa da finansal kararları üzerinde etkili olan psikolojik eğilimler konusunda aralarında önemli bir farklılık bulunmamaktadır. Dolayısıyla, katılım ve geleneksel banka müşterileri finansal kararları altında yatan eğilimlerin farkına varırsa, daha mantıklı kararlar alarak daha akılcı sonuçlara ulaşabilirler.

Çalışma kapsamında ele alınan finansal eğilimlere maruz kalmamak için bireyler finansal kararlar alırken durup düşünmeli, bir karar verirken bilgi, beceri ve yetenekleri konusunda gerçekçi davranarak bilinçli bir araştırma sonucunda karar vermeli, geçmiş finansal kararların gelecekte elde edeceği sonuçları garantilemeyeceğini bilmeli, gerektiğinde finansal kararları ile bilgileri gözden geçirmeli, risk almalı ve değişimden korkmamalı, zihninin kendisini yanıltabileceğini unutmamalı ve akla kolayca gelen bilgilere dayanarak karar vermek yerine detaylı bir araştırma sonucu karar vermeli, hatalarının farkına varmalı ve ders çıkarmalı, her zaman bilineni tercih etmenin en fazla faydayı veya getiriye sağlayan seçeneği tercih ettiği anlamına gelmeyeceğini bilmeli, geleceğe yönelik beklentilerinde ve meydana gelebilecek durumlar ile ilgili gerçek dışı iyimserlik sergilememeli, finansal kararlar ile ilgili oluşan sahiplik hissi doğru ve sağlıklı değerlendirme yetisini engellememeli, pişmanlık yaşamamak adına finansal kararlar alırken korkak davranmamalı, kayıplara kazançlardan daha fazla önem vermenin anlamsız olduğunu bilmeli, mevcut durumu koruma isteğinin faydalı olacak birtakım fırsatların kaçırılmasına sebep olacağını bilmeli ve daha bilinçli finansal kararlar almalıdır.

Bireylerin finansal kararlar alırken daha bilinçli kararlar alabilmesi için finans kuruluşlarının psikolojik eğilimleri tanınması ve doğru şekilde yönlendirmesi de önemlidir. Ayrıca, bireylerin finansal karar alma sürecini etkileyen eğilimler finans kuruluşlarını da etkilemektedir. Nitekim, 2008 küresel finans krizinde bireyler kadar finans kuruluşları da aşırı güven, sürü psikolojisi gibi bazı psikolojik eğilimler sergilemiştir. Sonuç olarak, çalışmada ele alınan finans kuruluşları kapsamında katılım ve geleneksel bankaların psikolojik eğilimleri tanınması ve hitap edeceği müşterilerin davranışsal profili hakkında bilgi sahibi olması gelişimleri için önemli olmakla birlikte, özellikle pazar payı küçük olan

katılım bankacılığı sisteminin sektörden aldığı payın büyümesine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın İslami ve davranışsal finans literatürüne ve bundan sonra yapılacak çalışmalara katkı sağlaması beklenmektedir. Gelecek araştırmalar finans sektörünün temel yapı taşı olan bankacılık sektörü çalışanları üzerinde, farklı coğrafi alanlarda ve yeni psikolojik eğilimler üzerinde gerçekleştirilebilir.



KAYNAKÇA

ABDELHEDI-ZOUCH, Mouna ve Achraf Ghorbel (2016). “Islamic and Conventional Bank Market Value: Manager Behavior and Investor Sentiment”, **Cogent Business & Management**, 3, 1, 1-12, DOI: 10.1080/23311975.2016.1164010.

ABDUL-RAHMAN, Yahia (2015). **İslam’da Bankacılık ve Finansman- Toplumsal Temelli Bankacılık Teknikleri ve Yöntemleri**, Çev. Salih Tuğ ve M. Abdullah Tuğ, 1. Baskı, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi: İstanbul.

ADEYEMI, Adewale Abideen ve Razali Haron (2016). “The Behavioral Biases of Muslims in Islamic Banking and Finance: A Second-Order Self-Reported Religiosity Measurement Invariance”, **Journal of Islamic Thought and Civilization (Special Issue: Islamic Banking and Finance)**, 87-114.

AHMETOĞULLARI, Kayhan (2021). “İslami ve Konvansiyonel Davranışsal Finansın Eleştirel Kaynak İncelemesi”, Teoride İktisadi, Mali ve Finansal Uygulama ve Anlayışlar (Editör: Şahin Karabulut), 401-416, Ankara: Gazi Kitabevi.

AJMAL, Sidra ve Maria Mufti ve Dr. Zulfiqar Ali Shah (2012). “Impact of Illusion of Control on Perceived Efficiency in Pakistani Financial Markets”, **Abasyn Journal of Social Sciences**, 5, 2, 100-110.

AKTEN ÇÜRÜK, Suna (2013). **İslami Finansın Türkiye’deki Gelişimi, Mevcut Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.

AKTEN ÇÜRÜK, Suna (2018). “Sermaye Piyasalarında İslami Endekslerin Kullanımı: Borsa İstanbul Örneği”, **Turkish Studies Economics, Finance and Politics**, 13, 22, 51-62.

AKTEPE, İshak Emin (2011). **İslam Hukuku Çerçevesinde Finansman ve Bankacılık**, İstanbul: Erkam Yayınları.

AKTEPE, İshak Emin (2013). **Sorularla Katılım Bankacılığı**, İstanbul: TKBB Yayınları.

AKTEPE, İshak Emin ve Mustafa Dereci (2021). “İslam Hukukunda Akit Teorisi ve Katılım Bankacılığında Akitler”, **Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı**, Ed. Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı, 218-247, İstanbul: TKBB Yayınları.

AKYÜZ, Osman (2014). **Katılım Endeksi Yeni Ürünleri (Katılım Endeksi Tanıtım Toplantısı- 15 Ağustos 2014)**, TKBB, İnternet Adresi: <https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Osman AKYUZ Katilim Endeksi Yeni%20 Urunleri.docx>, Erişim Tarihi (11/10/2021).

ALTIN, Ayşegül (2018). **Davranışsal Finans Açısından Bireysel Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Kültürün Etkisi: Isparta ve Burdur Göllerinde Bir Uygulama**, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Burdur.

ALTUNÖZ, Utku ve Hasip Altunöz (2018). **Davranışsal Ekonomi (Nörofinans) Kavram, Teori ve Uygulama**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

AMIN, Hanudin (2013). “Factors Influencing Malaysian Bank Customers To Choose Islamic Credit Cards Empirical Evidence From The TRA Model”, **Journal of Islamic Marketing**, 4, 3, 245-263.

ANSARI, Valeed Ahmad (2006). “Behavioural Finance: A Review”, **SCMS Journal of Indian Management**, October-December, 3,4, 18-28.

AREN, Selim (2019). “Psikolojik Yanlılıkların Finansal Çerçeve Değerlendirilmesi”, **Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi**, 2, 1, 1-25.

ARIELY, Dan (2008). **Akıldışı Ama Öngörülebilir- Kararlarımızı Biçimlendiren Gizli Kuvvetler**, Çev. Asiye Hekimoğlu Gül ve Filiz Şar, İstanbul: Optimist.

ARIELY, Dan ve Jeff Kreisler (2020). **Tamamen Duygusal- Para Harcamanın Akıllıca Yolları**, Çev. Taner Gezer, İstanbul: Optimist.

ARONSON, Elliot (2008). **The Social Animal**, 10. Baskı, New York: Worth Publishers.

ARTUN, Tuncay (1980). **Türkiye’de Bankacılık**, İstanbul: Tekin Yayınevi.

ATAR, Abdulkadir (2017). “Başlangıcından Günümüze Dünyada ve Türkiye’de İslami Bankacılığın Genel Durumu”, **Journal of History Culture and Art Research**, 6, 4, 1029-1062. doi: <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v6i4.1079>.

ATEŞ, Alper (2007). **Finansal Yatırımların Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma**, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

ATEŞCİ, Ömer (2020). **Katılım Bankacılığının Davranışsal Finans Kapsamında Değerlendirilmesi**, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.

AYUB, Muhammed (2017). **İslami Finansı Anlamak**, Çeviri Editörleri: Suna Akten Çürük ve Raif Parlakkaya, İstanbul: İktisat Yayınları.

BACHMANN Kremena ve Enrico G. De Giorgi ve Thorsten Hens (2018). **Behavioral Finance for Private Banking. From the Art of Advice to the Science of Advice**, United States of America: Wiley Finance Series.

BAKER, H. Kent ve John R. Nofsinger (2002). “Psychological Biases of Investors”, **Financial Services Review**, 11, 2, 97-116.

BANKACILIK DÜZENLEME VE DENETLEME KURUMU [BDDK] (2001). Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı (15/05/2001), İnternet Adresi: <https://www.bddk.org.tr/Duyuru/Detay/8>, (Erişim Tarihi: 10/10/2021).

BANKACILIK KANUNU (2005). Resmî Gazete 25983 (1 Kasım 2005), Kanun No: 5411, İnternet Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5411.pdf>, (Erişim Tarihi: 20/10/2021).

BARAK, Osman (2006) “**Hisse Senedi Piyasalarında Anomaliler ve Bunları Açıklamak Üzere Geliştirilen Davranışsal Finans Modelleri; İMKB’de Bir Uygulama**”, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.

BARAK, Osman (2008). “İMKB’de Aşırı Reaksiyon Anomalisi ve Davranışsal Finans Modelleri Kapsamında Değerlendirilmesi”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 10,1, 207-229.

BARBER, Brad M. ve Terrance Odean (2001). “Boys Will Be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment”, **The Quarterly Journal of Economics**, 116, 1, 261-292.

BARBERIS Nicholas ve Richard Thaler (2003). “A Survey of Behavioral Finance”, **Handbook of The Economics of Finance**, Eds. George Constantinides, Milt Harris ve Rene Stulz, Elsevier Science B.V., Chapter 18, 1052-1114.

BARBERIS, Nicholas ve Andrei Shleifer ve Robert Vishny (1998). “A Model of Investor Sentiment”, **Journal of Financial Economics**, 49, 307-343.

BAYAR, Yılmaz, (2011). “Yatırımcı Davranışlarının Davranışçı Yaklaşım Çerçevesinde Değerlendirilmesi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 6, 2, 133-160.

BAYINDIR, Abdülaziz (2007). **Ticaret ve Faiz**, İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları.

BIAŁKOWSKI, Jędrzej, Ahmad Etebari ve Tomasz Piotr Wisniewski (2012) “Fast Profits: Investor Sentiment and Stock Returns During Ramadan”, **Journal of Banking & Finance**, 36, 835-845.

BOZOKLU, Derya (2003). “Atatürk Döneminde Bankacılık Sistemine ve Gelişimine Genel Bir Bakış”, **Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi**, 19, 55, 269-302.

BÖYÜKASLAN, Adem (2012). **Bireysel Yatırımcıları Finansal Yatırım Kararına Yönlendiren Faktörlerin Davranışsal Finans Açısından İncelenmesi: Afyonkarahisar Örneği**, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.

BÜYÜKÖZTÜRK, Şener (2017). **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı-İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum**, 23. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

BYRNE, Alistair ve Mike Brooks (2008). “Behavioral Finance: Theories and Evidence”, **The Research Foundation of CFA Institute Literature Review**, 3,1, 1-26.

BYRNE, Alistair ve Stephen. P. Utkus (2013). **Understanding How the Mind Can Help or Hinder Investment Success**, VAM-2013-05-08-0790, 1–32,

<https://www.vanguard.co.uk/documents/portal/literature/behaviourial-finance-guide.pdf>, (06/09/2020).

ÇAKİR, Selim ve Faezeh Raei (2007). “Sukuk vs. Eurobonds: Is There a Difference in Value-at-Risk? ‘’, **IMF Working Paper**, No: WP/07/237.

CANBAZ KARACİF, Feyza Elif (2018). **Yatırımcı Zararlarının Tazmininde Tekâfûl (Katılım Sigortacılığı) Modeli**, Yeterlilik Etüdü.

COOPER, Arnold C. ve Carolyn Y. Woo ve William C. Dunkelberg (1988). “Entrepreneurs’ Perceived Chances for Success’’, **Journal of Business Venturing**, 3, 97-108.

COOPER, Michael J. ve Roberto C. Gutierrez Jr. ve Allaudeen Hameed (2004). “Market States and Momentum’’, **The Journal of Finance**, 59, 3, 1345-1366.

COŞKUN, Metin (2010). **Para ve Sermaye Piyasaları Kurumlar, Araçlar, Analiz**, Ankara: Detay Yayıncılık.

ÇAĞIL, Gülcan (2011). “2008 Küresel Kriz Sürecinde Türk Bankacılık Sektörünün Finansal Performansının ELECTRE Yöntemi ile Analizi’’, **Maliye ve Finans Yazıları**, 1, 93, 59-86.

ÇEKİN, Semih Emre (2019). “Türkiye’de Finans Sisteminin Yapısı ve Dönüşüm Gereksinimi’’, **SETA Analiz**, Sayı: 290, İstanbul: SETA Yayınları.

ÇETİNER, Müge ve Hande Ayhan Gökcek ve Bilge Turp Gölbaşı (2019). “Davranışsal Finans Açısından Bilişsel Çelişki, Aşırı Güven ve Taklit ve Sürü Davranışları Boyutlarında Bireysel Yatırımcı Kararları Üzerine Bir İnceleme’’, **International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies)**, 5,11, 116-128.

ÇOKLUK, Ömay ve Güçlü Şekercioğlu ve Şener Büyüköztürk (2021). **Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları**, 6. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

DANIEL, Kent ve David Hirshleifer ve Avandhar Subrahmanyam (1998). “Investor Psychology and Security Market Under and Overreactions’’, **Journal of Finance**, 53, 6, 1839-1885.

DEMİR, Ömer (2013). **Akıl ve Çıkar – Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği**, Birinci Baskı, Bursa: Sentez Yayıncılık.

DEVENOW, Andrea ve Ivo Welch (1996). “Rational Herding In Financial Economics’’, **European Economic Review**, 40, 603-615.

DİNÇ, Yusuf (2017). **Banka Pazarlaması ve Yeni Nesil Bankacılık Ampirik Bir Analiz**, İstanbul: Beta Yayınları.

DOWLING, Michael ve Brian Lucey (2010). “Other Behavioral Biases”, **Behavioral Finance, Investor, Corporations, and Markets**, Chapter 16, Eds. Kent Baker, H. ve John R. Nofsinger, 1. Baskı, John Wiley&Sons, Inc, New Jersey.

DÖM, Serpil (2003). **Yatırımcı Psikolojisi ve İMKB Üzerine Ampirik Bir Çalışma**, İstanbul: Değişim Yayınları.

DÖNDÜREN, Hamdi (2005). **Delilleriyle Ticaret ve İktisat İlmihali**, İstanbul, Erkam Yayınları.

DURMUŞ, Abdullah, Erkan Sevinç ve Hamit Kütük (2021). “Katılım Bankacılığı Likidite Yönetimi Uygulamaları ve Kullanılan Ürünler”, **Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı**, Ed. Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı, 248-267, İstanbul: TKBB Yayınları.

EDE, Müjdat (2007). **Davranışsal Finans ve Bireysel Yatırımcı Davranışları Üzerine Ampirik Bir Uygulama**, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

EL MASSAH, Suzanna ve Ola Al-Sayed (2013). “Risk Aversion and Islamic Finance: an Experimental Approach”, **International Journal of Information Technology and Business Management**, 16,1, 49-77.

ERDEM, Ekrem (2008). **Para Banka ve Finansal Sistem**, Ankara: Detay Yayıncılık.

ERDEM, Orhan ve Zamir Iqbal, (2014). “How Does The Risk Appetite of Islamic Finance Investors Differ from Its Conventional Counterparts?”, Unpublished Work.

ERDOĞMUŞ, Nihat (1999). “Kişilerde İç Çatışma Nedeni Olarak Rekabet-İşbirliği İkilemi”, **Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi**, 1, 45-60.

ERİŞ, Mahmut Hayati (2019). “Dünyada ve Türkiye’de Bankacılık: Tarihsel Perspektif”, **Finansal Piyasalar Para ve Bankacılık**, Editörler: Prof. Dr. Başak Tanınmış Yücememiş ve Prof. Dr. Levent Çinko, 307-327, Ankara: Nobel.

FAMA, Eugene F. (1970). “Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work”, **The Journal of Finance**, 25, 2, 383-417.

FISCHHOFF, Baruch ve Ruth Beyth (1975). “I Knew It Would Happen –Remembered Probabilities of Once Future Things”, **Organizational Behavior and Human Performance**, 13, 1-16.

FOWLER, Floyd J (2008). **Survey Research Methods**, 4. Baskı, Thousand Oaks, CA:Sage (Aktaran s. 13) Creswell John W. (2017). **Araştırma Deseni- Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları**, Çev. Selçuk Beşir Demir, 3. Baskı, Ankara: Eğiten Kitap.

FULLER, Russell, J. (1998). “Behavioural Finance and Sources of Alpha”, **Journal of Pension Plan Investing**, 2, 3.

GAIT, Alsadek H. ve Andrew C. Worthington (2007). “A Primer on Islamic Finance: Definitions, Sources, Principles and Methods”, **University of Wollongong School of Accounting & Finance Working Papers Series**, 1-26.

GARB, Howard N. (2003). “Psychometric Characteristics of Assessment Procedures”, **Handbook of Psychology: Assessment psychology**, Eds. John R. Graham ve Jack A. Naglieri ve Irving B. Weiner, 10, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

GAVRIILIDIS, Konstantinos ve Vasileios Kallinterakis ve Ioannis Tsalavoutas (2015). “Investor Mood, Herding and the Ramadan Effect”, **Journal of Economic Behavior & Organization**, 1-16.

GAZEL, Sümeyra (2016). **Davranışsal Finans- Psikolojik Eşik ve Önyargılar**, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

GÖRMÜŞ, Şakir ve Aydın Yabanlı (2021). “Katılım Bankacılığı Ekosisteminin Gelişimi”, **Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı**, Ed. Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı, 100-135, İstanbul: TKBB Yayınları.

GÜNAL, Mehmet (2006). **Para, Banka ve Finansal Sistem**, 1. Baskı, Ankara: Yeni Dönem Yayınları.

GÜNGÖR, Kâmil (2015). “Malezya’daki Faizsiz Bankacılık Modelinin Türkiye’de Uygulanabilirliği Üzerine Bir Analiz”, **Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi**, 3, 29, 54-61.

GÜNGÖR, Sezen ve Engin Demirel (2018). **Davranışsal Finasta Yatırımcı Önyargıları**, İstanbul: Alfa.

HAKIM, Amira (2015). “Does Behavioral Finance have an Impact on Banking Competitiveness over the Time?”, **International Conference on Trends in Business and Economics (ICTBE'15) May 29-30**, 2015 London (UK).

HAMURCU, Çağrı ve Suphi Aslanoğlu, (2016). “Bilgi Teknolojileri-İletişim Sektörü Çalışanları Üzerinde Davranışsal Finans Eğilimlerinin Etkileri: Ölçek Çalışması”, **Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi**, 4, 7, 30-53.

HAZIROĞLU, Temel (2017). **Katılım Ekonomisi Yeni Zihin, Yeni İktisat**, İstanbul: İz Yayıncılık.

HIRSHLEIFER, David (2001). “Investor Psychology and Asset Pricing”, **Munich Personal RePEc Archive**, February 2001, 1-83.

HONG, Harrison ve Jeremy C. Stein (1999). “A Unified Theory of Underreaction, Momentum Trading and Overreaction in Asset Markets”, **Journal of Finance**, 54, 6, 2143-2184.

HUBERMAN, Gur (2000). “Familiarity Breeds Investment”, **Review of Financial Studies**, 14, 3, 1-33.

IMAD, Oussedik Mohamed, Mohd Shahril bin Ahmad Razimi ve Mohd Farihal bin Osman (2017). “Why Do We Invest Islamically? A Literature Review on Islamic Investment Decision”, **Journal of Humanities, Language, Culture and Business**, 1,6, 1-16.

IQBAL, Munavar ve Molyneux, Philip (2005). **Thirty Years of Islamic Banking, History, Performance and Prospect**, London: Palgrave Macmillan.

IQBAL, Zamir ve Mirakhor, Abbas (2011). **An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice**, Second Edition, Singapore: John Wiley and Sons (Asia).

İLOĞLU, Asım Süreyya (1964). “Türkiye’de Zirai Kredi ve T.C. Ziraat Bankası”, **Journal of Social Policy Conferences**, 15, 89-118.

İSLAMİ FİNANS KURUMLARI MUHASEBE ve DENETLEME ORGANİZASYONU [AAOIFI] (2015). **Faizsiz Finans Standartları**, İstanbul: TKBB Yayınları.

KAAKEH, Abdulkader (2018). **Behavioural Finance in Islamic Finance, A new Approach**. Universitat Autònoma de Barcelona, Department of Business, School of Economics and Business International Doctorate in Entrepreneurship and Management, Doctoral Dissertation, Barcelona, Spain.

KAHNEMAN, Daniel (2011). **Hızlı ve Yavaş Düşünme**, Çev. Osman Çetin Deniztekin ve Filiz Nayır Deniztekin, İstanbul: Varlık Yayınları.

KAHNEMAN, Daniel ve Amos Tversky (1979). “Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk”, **Econometrica**, 47, 2, 263-292.

KAHNEMAN, Daniel ve Amos Tversky (1984). “Choices, Values and Frames”, **American Psychologist Association**, 39, 4, 341-350.

KAHNEMAN, Daniel ve Mark W. Riepe (1998). “Aspects of Investor Psychology”, **Journal of Portfolio Management**, 24, 4, 52-65.

KAMU GÖZETİM KURUMU [KGK] (2019). **Faizsiz Finans Muhasebe Standardı 4 Müşareke Finansmanı**, Ankara.

KARASAR, Niyazi (2011). **Bilimsel Araştırma Yöntemi- Kavramlar-İlkeler-Teknikler**, 22. Basım, Ankara: Nobel Kitabevi.

KATILIM ENDEKSİ, İnternet Adresi: www.katilimendeksi.org, Erişim Tarihi (10/10/2021).

KAYA, Süleyman, Kenan Dede ve Esmâ Karabulut (2021). “Katılım Bankacılığında Kullanılan Sermaye Piyasası Ürün ve Uygulamaları”, **Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı**, Ed. Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabancı, 268-295, İstanbul: TKBB Yayınları.

KAZANCI, Fatih (2018). “Türkiye’de Faizsiz Bankacılık Prensiplerine Uygun Teverruk Pazarı: Ürün İhtisas Borsası”, **İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi**, 4, 1, 17-47.

KESEBİR, Murat (2018). “Türkiye’de 2001 Krizi Sonrası Bankacılık Sektörünün Durumu, Yapısal Reformlar ile Son Yıllardaki Gelişmeler”, **Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi**, 3, 2, 1-19.

KETTELL, Brian (2011). **Introduction to Islamic Banking and Finance**, 1. Baskı, West Sussex: John Wiley & Sons.

KIYILAR, Murat ve Murat Akkaya (2020). **Davranışsal Finans**, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

KOBANOĞLU, Mehmet Selman ve Selin Aykol (2015). “Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişim Süreci ve Katılım Bankacılığında Kullanılan Finansal Enstrümanlar”, **Bankacılık Sistemi Finansal Araçlar, Riskler ve Krizler**, Editör Savaş Durmuş ve Hasan Ayaydın, 81-101, Bursa: Ekin Yayınevi.

KUTLUATA, Münir (1972). **Sakarya’da Bankacılık ve Türk Ticaret Bankası**, İstanbul: Sakarya Sosyal Araştırma Merkezi yayınları.

MAMMAN, Muhammed, Ahamad Faosiy Ogunbado ve Abu Sufian Abu-Bakr (2016). “Factors Influencing Customer’s Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: A Proposed Framework”, **IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)**, 7,1, 51-55.

MASOMI, Sayed Rasol ve Sara Ghayekhloo (2011). “Consequences of Human Behaviors’ in Economic: The Effects of Behavioral Factors in Investment Decision Making at Tehran Stock Exchange”, **2010 International Conference on Business and Economics Research**, 1, 234-237.

McMAHON, Richard G.P. (2005). “Behavioural Finance: A Background Briefing”, The Flinders University of South Australia, **School of Commerce Research Paper Series**, 2-36.

MEDHIOUB, Imed ve Chaffai Mustapha (2018). “Islamic Finance and Herding Behavior: An Application to Gulf Islamic Stock Markets”, **Review of Behavioral Finance**, 10, 2, 192-206, DOI:10.1108/rbf-02-2017-0014.

MILES, Jeffrey A. (2012). **Management and Organization Theory: A Jossey- Bass Reader**, John Wiley & Sons.

MONTIER, James (2007). **Behavioural Investing: A Practitioners Guide to Applying Behavioural Finance**, New Jersey: John Wiley & Sons.

MUSSE, Osman Sayid Hassan ve Abdelghani Echchabi ve Hassanuddeen AbdulAziz (2015) “Islamic and Conventional Behavioral Finance: A Critical Review of Literature”, **Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics**, 28, 2, 237-251.

NETZER, Miriam Sophia (2004). **Ribâ in Islamic Jurisprudence: The Role of Interest in Discourse on Law and State**, The Fletcher School, Unpublished Master Thesis.

NOFSINGER, John R. (2014). **Yatırım Psikolojisi**, Çev. Sümeyra Gazel, 5. Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

OBAIDULLAH, Mohammad (2005). **Islamic Financial Services**, Islamic Economics Research Center.

ODEAN, Terrance (1998). “Volatility, Price, and Profit When All Traders Are Above Average”, **Journal of Finance**, 53, 6, 1888-1889.

OLADAPO, Ibrahim Abiodun, Normah Omar, Ruhaini Muda ve Abdulazeez Adewuyi Abdurraheem (2019). “The Mediating Effect of Attitude on Customers’ Behavioural Intention to Participate in Islamic Banking: Empirical Evidence”, **International Journal of Financial Research**, 10, 5, 167-180.

ÖÇAL, Tezer ve Ömer Faruk Çolak (1999). **Finansal Sistem ve Bankalar**, Ankara: Nobel Yayıncılık.

ÖZAN, Mengü Hafize (2010). “İşletmelerde Alınan Finansal Kararların Yatırımcı Davranışları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Finansman Programı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

ÖZCAN, Mehmet Emin ve Temel Hazıroğlu (2000). “Bankacılıkta Yeni Bir Boyut: Katılım Bankacılığı”, **Türkiye’de Özel Finans Kurumları- Teori ve Uygulama-**, Ed. B. Cemal Rodoplu, 191-196, İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.

ÖZCAN, Tahsin (2010). **Vakıf Medeniyeti ve Para Vakıfları**, Türkiye Finans Katılım Bankası Kültür Yayınları.

ÖZDAMAR, Kazım (1999). **Paket programlar ile İstatistiksel Veri Analizi I**, 2. Baskı, Eskişehir: Kaan Kitabevi. (Aktaran s. 29) Tavşancıl Ezel (2014). **Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi**, 5. Basım, Ankara: Nobel Kitabevi.

ÖZDEMİR, Mücahit ve Hakan Aslan (2017). **Türkiye’de İslami Finansın Dönüşümünün Ekonomi Politikası**, 1. Baskı, İstanbul: SETA Yayınları.

ÖZDEMİR, Zekai (2010). “Bilanço Yapısı İtibarıyla Türk Bankacılık Sistemi”, **Journal of Social Policy Conferences**, 50, 867-899.

ÖZSOY, İsmail (2011). **Türkiye’de Katılım Bankacılığı**, İstanbul: TKBB.

ÖZSOY, M. Şerafettin (2012). **Sağlam Bankacılık Modeli ile Katılım Bankacılığına Giriş**, Ed. Dr. Mustafa Demiray, İstanbul: Kuveyt Türk.

PARASIZ, İlker (2009). **Para Banka ve Finansal Piyasalar**, 9. Baskı, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.

PARLAKKAYA, Raif ve Suna Akten Çürük (2011), “Finansal Rasyoların Katılım Bankaları ve Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tasnif Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye Örneği”, **Ege Akademik Bakış**, 11, 3, 397-405.

PECH, Wesley ve Marcelo Milan (2009). “Behavioral Economics and The Economics of Keynes”, **The Journal of Socio-Economics**, 38, 6, 891-902.

POMPIAN, Michael M. (2006). **Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios that Account for Investor Biases**, New Jersey: John Wiley & Sons.

PURI, Manju ve David T. Robinson (2007). “Optimism and Economic Choice”, **Journal of Financial Economics**, 86, 71–99.

RABIN, Matthew (1998). “Psychology and economics”, **Journal of Economic Literature**, 36, 1, 11-46.

RAPPAPORT, Alfred ve Michael J. Mauboussin (2001). “Pitfalls to Avoid”, **Working Paper**, 5-12.

RICCIARDI, Victor ve Helen K. Simon (2000). “What is Behavioral Finance?”, **Business, Education & Technology Journal**, 2, 2, 1-9.

RITTER, Jay R. (2003). “Behavioral Finance”, **Pacific-Basin Finance Journal**, 11, 4, 1-13.

RUBINSTEIN, Mark (2002). “Markowitz’s “Portfolio Selection”: A Fifty-Year Retrospective”, **The Journal of Finance**, 57, 3, 1041–1045.

SAAED, Abdullah (1999). **Islamic Banking and Interest: A Study of the Prohibition of Riba and its Contemporary Interpretation**, Leiden: E.J. Brill.

SAKA, Uluç (2018). “Davranışsal Finans Açısından Kurumsal Yatırımcılar ve Etkilerinin Analizi”, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sermaye Piyasası ve Borsa Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

SAMUELSON, William ve Richard Zeckhauser (1988). “Status Quo Bias in Decision Making”, **Journal of Risk and Uncertainty**, 1,1, 7-59.

SANSAR, Nazlı Gamze (2016). “Değişen Finansal Akımlar: Rasyonalizmden Davranışsal Finans Yaklaşımına”, **İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 3, 2, 135-150.

SARAÇ, Mehmet ve Umut Çakmak (2021). “İslami Finansta Risk Yönetimi”, **Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı**, Ed. Şakir Görmüş, R. Ahmet Albayrak ve Aydın Yabanlı, 358-395, İstanbul: TKBB Yayınları.

SEFİL, Sinem ve Hakkı Kutay Çilingiroğlu (2011). “Davranışsal Finansın Temelleri: Karar vermenin Bilişsel ve Duygusal Eğilimleri”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10,19, 247-268.

SHEFRIN, Hersh (2001), "Behavioral Corporate Finance", **Journal of Applied Corporate Finance**, 14, 3, 1-17.

SHEFRIN, Hersh (2010). "Behavioralizing Finance", **Foundations and Trends in Finance**, 4, 1-2, 1- 184.

SHEFRIN, Hersh ve Meir Statman (1985). "The Disposition to Sell Winners Too Early and Ride Losers Too Long: Theory and Evidence", **The Journal of Finance**, 40, 3, 777-792.

SHILLER, Robert, J. (2003). "From Efficient Market Theory to Behavioral Finance", **Journal of Economic Perspectives**, 17,1, 83-104.

SLOVIC, Paul ve Baruch Fischhoff ve Sarah Lichtenstein (1980). "Facts and Fears: Understanding Perceived Risk", **In Societal Risk Assessment: How Safe is Safe Enough?**, Eds. Richard C. Schwing, Walter A. Albers, New York: Plenum Press, 181-216.

SVENSON, Ola (1981). "Are We All Less Risky and More Skillful Than Our Fellow Drivers?", **Acta Psychologica**, 47 (2), 143-148.

ŞENKESEN, Evrim (2009). "**Davranışsal Finans ve Yatırımcı Duyarlılığının Tahvil Verimi Üzerindeki Etkisi: İMKB Tahvil ve Bono Piyasasında Bir Uygulama**", İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul.

ŞENTÜRK, Fatih ve Hakkı Fındık (2014). "Rasyonel Karar Alan Ekonomik Birimin Risk Altında Verdiği Kararlara Davranışsal Yaklaşım: Kahneman-Tversky Beklenti Teorisi Perspektifinden Eleştirel Bir Bakış", **Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi**, 11,42, 127-139.

TABAKOĞLU, Ahmet (2016). **İslam İktisadına Giriş**, İstanbul: Dergâh Yayınları.

TEKİN, Bilgehan (2016). "Beklenen Fayda ve Beklenti Teorileri Bağlamında Geleneksel Finans- Davranışsal Finans Ayrımı", **Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies**, 2,4, 75-107.

TEKİN, Bilgehan (2018). "Bilişsel Önyargı ve Hevristik Bağlamında Finansın İnsani Boyutu Olarak "Davranışsal Finans": Bir Literatür İncelemesi ve Derleme Çalışması", **Uluslararası İnsan Çalışmaları Dergisi**, 1, 2, 131-156.

TEKİN, Bilgehan (2020). "Davranışsal Finans-İslami Finans Etkileşimi", **İslam İktisadi ve Finans Üzerine Çalışmalar**, Ed. Musa Öztürk, 1. Basım, 141-163, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

THALER, Richard (1980). "Toward A Positive Theory Of Consumer Choice", **Journal of Economic Behavior and Organization**, 1, 39-60.

THALER, Richard (1999). "Mental Accounting Matters", **Journal of Behavioral Decision Making**, 12, 3, 183-206.

TOK, Ahmet (2009). İslami Finans Sistemi Çerçevesinde Sukuk (İslami Tahvil) Uygulamaları, Katılım Bankaları ve Türkiye Açısından Değerlendirmeler, Sermaye Piyasası Kurulu Hukuk İşleri Dairesi, Yeterlik Etüdü, Ankara.

TUNÇ, Hüseyin (2016). Katılım Bankacılığı: Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması, İstanbul: Nesil Yayınları.

TURGUTTOPBAŞ, Neslihan (2012). “İMKB’de Oluşan Fiyatların Davranışsal Finans Yaklaşımı ile Değerlendirilmesi”, 1. Uluslararası Muhasebe ve Finansman Sempozyumu, 1-16.

TÜRKİYE KATILIM BANKALARI BİRLİĞİ (2015). Katılım Bankaları 2015, TKBB Yayınları.

TVERSKY, Amos ve Daniel Kahneman (1974). “Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases”, Science, New Series, 185, 4157, 1124-1131.

TVERSKY, Amos ve Daniel Kahneman (1981). “The Framing of Decisions and the Psychology of Choice”, Science, 211, 4481, 453-458.

ULUYOL, Osman (2019). “1980-2000 Döneminde Türkiye’de Bankacılığın Gelişimi”, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, 17, 73-107.

USMANI, Mufti Muhammad Taqi (2002). An Introduction to Islamic Finance, Kluwer Law International.

VEERARAGHAVAN, K. (2010). “Role of Behavioural Finance – A Study”, International Journal of Enterprise and Innovation Management Studies (IJEIMS), 1, 3, 109-112.

VENKATAPATHY, R ve Hanis Sultana (2016). “Behavioural Finance: Heuristics in Investment Decisions”, TEJAS Thiagarajar College Journal, 1, 2, 35-44.

VISSING-JORGENSEN, Annette (2003). “Perspectives on Behavioral Finance: Does “Irrationality” Disappear with Wealth? Evidence from Expectations and Actions”, NBER Macroeconomics Annual, 18, 139-194.

WAHYUNI, Salamah (2012). “Moslem Community Behavior In The Conduct Of Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing”, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 57, 290-298.

WILSON, Rodney (2002). “The Interface Between Islamic and Conventional Banking”, Islamic Banking and Finance New Perspectives on Profit-Sharing and Risk, Ed.,Munawar Iqbal ve David T. Llewellyn, 196-218, Massachusetts: Edward Elgar Publishing, Inc.

YANPAR, Atilla (2015). İslami Finans- İlkeler, Araçlar ve Kurumlar, İstanbul: Scala Yayıncılık.

YARDIMCIOĞLU, Mahmut, Hüseyin Koçarslan ve Sabiha Annaç Göv, (2016). “İslam Kalkınma Bankası”, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 69-82.

YAZICIOĞLU, Yahşi ve Samiye Erdoğan (2004). **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Detay Yayıncılık.

YILMAZ, Osman Nihat (2010). **Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı**, İstanbul: TKBB Yayınları.

YÜKSEL, Serhat (2016). “İslami Bankacılığı Ortaya Çıkaran Nedenler ve İslami Bankacılığın Finansal İstikrara Katkıları”, **İslam Ekonomisi ve Finansı**, Ed. Seyfettin Erdoğan, Ayfer Gedikli ve Durmuş Çağrı Yıldırım, 153-174. İstanbul: Umuttepe Yayınları.

YÜKSEL, Serhat ve Gözde Gülseven Ubay ve Çağatay Çağlayan (2020). “Davranışsal Finans Kapsamında Kurumsal Yatırımcıların Kararlarına Etki Eden Faktörler: Rüzgâr Enerjisi Yatırımlarına Yönelik Bir İnceleme”, **Davranışsal Finans: Homo Economicus, Psikoloji, İrrasyonelite**, Ed. Mehmet Fatih Buğan, 289-307, 1. Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara.

ZAİM, Sabahaddin (1986). “İslam Açısından İktisadî ve Sosyal Faaliyetlerle İlgili Normatif Kaideler”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 44, 1-4, 17-37.

ZINDEL, Márcia Longen ve Thilo Zindel ve Marcelo Grangeiro Quirino (2014). “Cognitive Bias and their Implications on the Financial Market”, **International Journal of Engineering & Technology IJET-IJENS**, 14, 3, 11-17.

EKLER: Anket Formları**DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKACILIĞIN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ****GELENEKSEL BANKA MÜŞTERİLERİ İÇİN ANKET FORMU****Değerli Katılımcı,**

Bu anket, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim dalında yürütülmekte olan doktora tez çalışmasına katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

Çalışmanın amacı, İslami ve geleneksel bankaları tercih eden müşterilerin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında araştırılmasıdır.

Bu çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayanmakta olup, sizlerden kimlik belirleyici herhangi bir bilgi istenmemektedir. Anketten elde edilen veriler, sadece bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Bütün soruların eksiksiz ve samimi bir şekilde cevaplanması çalışma açısından önemlidir. Çalışma ile ilgili herhangi bir sorunuz olması halinde aşağıda yer alan e-posta aracılığıyla iletişime geçebilirsiniz. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Danışman**Prof. Dr. Tahsin KARABULUT****Gülşah ŞEN KÜÇÜK**

NOT: GELENEKSEL BANKACILIK ile ifade edilen FAİZLİ bankacılık olup, KATILIM BANKACILIĞI ile ifade edilen İSLAMİ/ FAİZSİZ bankacılıktır.

I. Bölüm- Demografik Bilgiler**1. Cinsiyetiniz:** ☐ Kadın ☐ Erkek**2. Yaş aralığınız:** ☐ 18-25 ☐ 26-33 ☐ 34-41 ☐ 42-49 ☐ 50 ve üzeri**3. Medeni durumunuz:** ☐ Evli ☐ Bekâr**4. Eğitiminiz:** ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora**5. Mesleğiniz:**

☐ İşletme sahibi veya ortağı ☐ Yönetici ☐ Memur ☐ İşçi ☐ Esnaf ☐ Tüccar ☐ Çiftçi ☐ Serbest Meslek ☐ Diğer (.....)

6. Aylık geliriniz:

☐ 3000 TL ve altı ☐ 3001-5500 TL ☐ 5501-8000 TL ☐ 8001-10.500 TL ☐ 10.501 TL ve üzeri

II. Bölüm- Finansal Profil

7. Müşterisi olduğunuz banka tipi hangisidir?

- ☐ Katılım Bankası
☐ Geleneksel Banka

8. Daha önce banka kredisi/finansmanı kullandınız mı?

- ☐ Evet ☐ Hayır (Cevabınız hayır ise 10. soruya geçiniz.)

9. Kullanılan kredi/finansman türü nedir?

- ☐ Geleneksel bankadan kullanılan faizli kredi
☐ Katılım bankasından kullanılan faizsiz finansman

10. Tasarruflarınızı değerlendirmenin en iyi yolu nedir?

- ☐ Katılım Bankası hesabında tutmak
☐ Geleneksel Banka hesabında tutmak

11. Bankada tasarruflarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Birden fazla seçenek işaretlenebilmektedir.

- ☐ Vadesiz Mevduat
☐ Vadeli Mevduat
☐ Altın Hesabı
☐ Döviz Alım-Satımı
☐ Hisse Senedi
☐ Kira Sertifikası (Sukuk)
☐ Bireysel Emeklilik Sistemi
☐ Kıymetli Maden Alım-Satımı
☐ Aylık Talimatlı Çeyiz Hesabı

12. Bankada tasarruflarınızı değerlendirirken tercih ettiğiniz yatırım araçlarını etkileyen temel faktör nedir?

- ☐ Yatırım aracının getiri oranı
☐ Yatırım aracının risk düzeyi
☐ Sermayeyi koruma isteği
☐ Devamlı gelir elde etme isteği
☐ Dini hassasiyetim
☐ Yatırım aracının bilinirliği
☐ Alışkanlıklar
☐ Diğer (.....)

III. Bölüm- Geleneksel Banka Müşterilerinin Finansal Kararlarında Etkili Olan Davranışsal Finans Eğilimleri

Geleneksel Banka Müşterilerinin Finansal Kararlarında Etkili Olan Davranışsal Finans Eğilimleri (Lütfen aşağıda yer alan ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve size en uygun gelen seçeneği (X) şeklinde işaretleyiniz.) 1- Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Kararsızım. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Kişisel bilgi ve tahminlerime güvendiğim için bankalar aracılığıyla finansal piyasalarda daha fazla risk alırım ve işlem yaparım.	1	2	3	4	5
2	Finansal bir yatırım kararı alırken sahip olduğum bilgilerin banka müşterisi olan diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
3	Geleneksel finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	1	2	3	4	5
4	İslami finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	1	2	3	4	5
5	Geçmişte yaptığım finansal yatırımların olumlu ya da olumsuz sonuçları, gelecekte yapacağım finansal yatırımlar için bir göstergedir.	1	2	3	4	5
6	Bir bankada tasarruflarımı değerlendirmek veya kredi ihtiyacımı karşılamak için aklımda mutlaka belirli bir getiri oranı belirler ve getiri oranının o noktaya gelmesini beklerim.	1	2	3	4	5
7	Bir banka hakkında edindiğim kanaati zor değiştiririm.	1	2	3	4	5
8	Tasarruflarımı yıllardır değerlendirdiğim finansal yatırım araçları dışında diğer yatırım araçları ile ilgilenmem.	1	2	3	4	5
9	Müşterisi olduğum banka tarafından sunulan ürün ve hizmetler dışında diğer bankaların sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgilenmem.	1	2	3	4	5
10	Tasarruflarımı değerlendirirken ya da kredi ihtiyacımı karşılarken en sık gördüğüm, kolayca aklıma gelen banka ve yatırım araçlarını tercih ederim.	1	2	3	4	5
11	Banka seçiminde yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamlarda en sık gördüğüm bankayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
12	Finansal yatırım araçları seçiminde yazılı ve görsel basında en sık gördüğüm yatırım araçlarını tercih ederim.	1	2	3	4	5
13	Kötü sonuçlanan finansal bir kararın kötü şans gibi dış etkenlerden kaynaklandığını düşünürüm.	1	2	3	4	5
14	İyi sonuçlanan finansal bir kararın kişisel yetenek ve öngörülerimden kaynaklandığını düşünürüm.	1	2	3	4	5
15	Finansal yatırımlarım sonucu zarar ettiysem sebebi piyasa koşullarıdır.	1	2	3	4	5
16	Ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğum bankaları tercih ederim.	1	2	3	4	5
17	Yabancı sermayeli bankalar (Albaraka, Türkiye Finans, Garanti, HSBC gibi) yerine, yerli sermayeli bankaları (Vakıf Katılım, Ziraat Katılım, Vakıfbank, Ziraat Bankası gibi) tercih ederim.	1	2	3	4	5
18	Müşterisi olduğum banka talep etmediğim halde kredi kartı gönderirse iade etmeyi düşünmem.	1	2	3	4	5
19	Bir bankanın müşterisi olduktan sonra başka banka ile değiştirme imkânım olsa bile değiştirmeyi düşünmem.	1	2	3	4	5
20	Müşterisi olduğum bankada yaptığım finansal yatırımlarımdan kazanç sağlayacağıma olan beklentim güçlüdür.	1	2	3	4	5
21	Önümüzdeki dönemlerde ülkemizde katılım bankacılığı sektörünün bankacılık sektörü içindeki payının daha yüksek seviyelere ulaşabileceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
22	Pandeminin Türkiye ekonomisine olası olumsuz etkileri alınan ekonomik tedbirler nedeniyle daha hafif olacaktır.	1	2	3	4	5

23	Riski düşük dolayısıyla getirisi düşük olan yatırım araçlarını, riski yüksek dolayısıyla getirisi yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.	1	2	3	4	5
24	Finansal yatırımlarım sonucu meydana gelecek kayıplar kazançlardan önemlidir.	1	2	3	4	5
25	Katılım bankasında tasarruflarımı değerlendirmeyi zarar halinde pişmanlık duyacağım için tercih etmem.	1	2	3	4	5
26	Nakit paranızın olmadığını ve sahip olduğunuz iki finansal araçtan birini satarak yeni bir finansal araç almak istediğinizi varsayalım. Böyle bir durumda satın aldığımdan beri iyi getiri sergileyen finansal aracı satmayı, düşük getiri sergileyen finansal aracı ise elde tutmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
27	Babanızdan bir miktar hisse senedi miras yolu ile size intikal etmiştir. Fakat finansal danışmanınız portföyünüzde yeterli miktarda hisse senedi bulunduğu için bu senetleri satmanızı önermektedir. (Herhangi bir değişiklik nedeniyle ortaya çıkacak işlem maliyeti önemsiz düzeydedir.) Böyle bir durumda hangisini seçersiniz; ☐ Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım. ☐ Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.					

**DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GELENEKSEL VE İSLAMİ BANKACILIĞIN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

KATILIM BANKASI MÜŞTERİLERİ İÇİN ANKET FORMU

Değerli Katılımcı,

Bu anket, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim dalında yürütülmekte olan doktora tez çalışmasına katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

Çalışmanın amacı, İslami ve geleneksel bankaları tercih eden müşterilerin finansal kararlarını etkileyen eğilimlerin davranışsal finans bağlamında araştırılmasıdır.

Bu çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayanmakta olup, sizlerden kimlik belirleyici herhangi bir bilgi istenmemektedir. Anketten elde edilen veriler, sadece bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Bütün soruların eksiksiz ve samimi bir şekilde cevaplanması çalışma açısından önemlidir. Çalışma ile ilgili herhangi bir sorunuz olması halinde aşağıda yer alan e-posta aracılığıyla iletişime geçebilirsiniz. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Danışman

Prof. Dr. Tahsin KARABULUT

Gülşah ŞEN KÜÇÜK

NOT: GELENEKSEL BANKACILIK ile ifade edilen FAİZLİ bankacılık olup, KATILIM BANKACILIĞI ile ifade edilen İSLAMİ/ FAİZSİZ bankacılıktır.

I. Bölüm- Demografik Bilgiler

1. Cinsiyetiniz: ☐ Kadın ☐ Erkek

2. Yaş aralığınız: ☐ 18-25 ☐ 26-33 ☐ 34-41 ☐ 42-49 ☐ 50 ve üzeri

3. Medeni durumunuz: ☐ Evli ☐ Bekâr

4. Eğitiminiz: ☐ İlkokul ☐ Ortaokul ☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

5. Mesleğiniz:

☐ İşletme sahibi veya ortağı ☐ Yönetici ☐ Memur ☐ İşçi ☐ Esnaf ☐ Tüccar ☐ Çiftçi ☐ Serbest Meslek ☐ Diğer (.....)

6. Aylık geliriniz:

☐ 3000 TL ve altı ☐ 3001-5500 TL ☐ 5501-8000 TL ☐ 8001-10.500 TL ☐ 10.501 TL ve üzeri

II. Bölüm- Finansal Profil

7. Müşterisi olduğunuz banka tipi hangisidir?

- ☐ Katılım Bankası
- ☐ Geleneksel Banka

8. Daha önce banka kredisi/finansmanı kullandınız mı?

- ☐ Evet ☐ Hayır (Cevabınız hayır ise 10. soruya geçiniz.)

9. Kullanılan kredi/finansman türü nedir?

- ☐ Geleneksel bankadan kullanılan faizli kredi
- ☐ Katılım bankasından kullanılan faizsiz finansman

10. Tasarruflarınızı değerlendirmenin en iyi yolu nedir?

- ☐ Katılım Bankası hesabında tutmak
- ☐ Geleneksel Banka hesabında tutmak

11. Bankada tasarruflarınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?

Birden fazla seçenek işaretlenebilmektedir.

- ☐ Cari Hesap
- ☐ Katılma Hesabı
- ☐ Altın Hesabı
- ☐ Döviz Alım-Satımı
- ☐ Hisse Senedi
- ☐ Kira Sertifikası (Sukuk)
- ☐ Bireysel Emeklilik Sistemi
- ☐ Kıymetli Maden Alım-Satımı
- ☐ Aylık Talimatlı Çeyiz Hesabı

12. Bankada tasarruflarınızı değerlendirirken tercih ettiğiniz yatırım araçlarını etkileyen temel faktör nedir?

- ☐ Yatırım aracının getiri oranı
- ☐ Yatırım aracının risk düzeyi
- ☐ Sermayeyi koruma isteği
- ☐ Devamlı gelir elde etme isteği
- ☐ Dini hassasiyetim
- ☐ Yatırım aracının bilinirliği
- ☐ Alışkanlıklar
- ☐ Diğer (.....)

III. Bölüm- Katılım Bankası Müşterilerinin Finansal Kararlarında Etkili Olan Davranışsal Finans Eğilimleri

Katılım Bankası Müşterilerinin Finansal Kararlarında Etkili Olan Davranışsal Finans Eğilimleri <i>(Lütfen aşağıda yer alan ifadeleri dikkatlice okuyunuz ve size en uygun gelen seçeneği (X) şeklinde işaretleyiniz.)</i> 1- Kesinlikle Katılmıyorum. 2- Katılmıyorum. 3- Kararsızım. 4- Katılıyorum. 5- Kesinlikle Katılıyorum.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Kişisel bilgi ve tahminlerime güvendiğim için bankalar aracılığıyla finansal piyasalarda daha fazla risk alırsam ve işlem yaparım.	1	2	3	4	5
2	Finansal bir yatırım kararı alırken sahip olduğum bilgilerin banka müşterisi olan diğer yatırımcıların bilgilerine göre daha değerli olduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
3	Geleneksel finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	1	2	3	4	5
4	İslami finans ve bankacılık ürün ve hizmetleri hakkında bir tasarruf sahibi olarak iyi bir bilgi birikimine sahibim.	1	2	3	4	5
5	Geçmişte yaptığım finansal yatırımların olumlu ya da olumsuz sonuçları gelecekte yapacağım finansal yatırımlar için bir göstergedir.	1	2	3	4	5
6	Bir bankada tasarruflarımı değerlendirmek veya finansman ihtiyacımı karşılamak için aklımda mutlaka belirli bir getiri oranı belirler ve getiri oranının o noktaya gelmesini beklerim.	1	2	3	4	5
7	Bir banka hakkında edindiğim kanaati zor değiştiririm.	1	2	3	4	5
8	Tasarruflarımı yıllardır değerlendirdiğim finansal yatırım araçları dışında diğer yatırım araçları ile ilgilenmem.	1	2	3	4	5
9	Müşterisi olduğum banka tarafından sunulan ürün ve hizmetler dışında diğer bankaların sunduğu ürün ve hizmetler ile ilgilenmem.	1	2	3	4	5
10	Tasarruflarımı değerlendirirken ya da finansman ihtiyacımı karşılarken en sık gördüğüm, kolayca aklıma gelen banka ve yatırım araçlarını tercih ederim.	1	2	3	4	5
11	Banka seçiminde yazılı ve görsel basında yayınlanan reklamlarda en sık gördüğüm bankayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
12	Finansal yatırım araçları seçiminde yazılı ve görsel basında en sık gördüğüm yatırım araçlarını tercih ederim.	1	2	3	4	5
13	Kötü sonuçlanan finansal bir kararın kötü şans gibi dış etkenlerden kaynaklandığını düşünürüm.	1	2	3	4	5
14	İyi sonuçlanan finansal bir kararın kişisel yetenek ve öngörülerimden kaynaklandığını düşünürüm.	1	2	3	4	5
15	Finansal yatırımlarım sonucu zarar ettiysem sebebi piyasa koşullarıdır.	1	2	3	4	5
16	Ürün ve hizmetleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olduğum bankaları tercih ederim.	1	2	3	4	5
17	Yabancı sermayeli bankalar (Albaraka, Türkiye Finans, Garanti, HSBC gibi) yerine, yerli sermayeli bankaları (Vakıf Katılım, Ziraat Katılım, Vakıfbank, Ziraat Bankası gibi) tercih ederim.	1	2	3	4	5
18	Müşterisi olduğum banka talep etmediğim halde kredi kartı gönderirse iade etmeyi düşünmem.	1	2	3	4	5
19	Bir bankanın müşterisi olduktan sonra başka banka ile değiştirmeye imkânım olsa bile değiştirmeyi düşünmem.	1	2	3	4	5
20	Müşterisi olduğum bankada yaptığım finansal yatırımlarımdan kazanç sağlayacağıma olan beklentim güçlüdür.	1	2	3	4	5

21	Önümüzdeki dönemlerde ülkemizde katılım bankacılığı sektörünün bankacılık sektörü içindeki payının daha yüksek seviyelere ulaşabileceğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
22	Pandeminin Türkiye ekonomisine olası olumsuz etkileri alınan ekonomik tedbirler nedeniyle daha hafif olacaktır.	1	2	3	4	5
23	Riski düşük dolayısıyla getirisi düşük olan yatırım araçlarını, riski yüksek dolayısıyla getirisi yüksek olan yatırım araçlarına tercih ederim.	1	2	3	4	5
24	Finansal yatırımlarım sonucu meydana gelecek kayıplar kazançlardan önemlidir.	1	2	3	4	5
25	Katılım bankasında tasarruflarımı değerlendirmem sonucu zarar edersem pişmanlık duyacağım için bir daha tercih etmem.	1	2	3	4	5
26	Nakit paranızın olmadığını ve sahip olduğunuz iki finansal araçtan birini satarak yeni bir finansal araç almak istediğinizi varsayalım. Böyle bir durumda satın aldığımdan beri iyi getiri sergileyen finansal aracı satmayı, düşük getiri sergileyen finansal aracı ise elde tutmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
27	Babanızdan katılım bankacılığı prensiplerine uygun Katılım Endeksine kote olan hisse senetlerinden bir miktar hisse senedi miras yolu ile size intikal etmiştir. Fakat finansal danışmanınız portföyünüzde yeterli miktarda hisse senedi bulunduğu için bu senetleri satmanızı önermektedir. (Herhangi bir değişiklik nedeniyle ortaya çıkacak işlem maliyeti önemsiz düzeydedir.) Böyle bir durumda hangisini seçersiniz; ☐ Finansal danışmanımın önerdiği gibi satarım. ☐ Babamdan miras kalan hisse senedini satmam çünkü insanların vefat ettikten sonra bıraktıkları şeyleri satmayı veya değiştirmeyi sevmiyorum.					

ÖZGEÇMİŞ

Gülşah Şen Küçük, ilkokulu Tefvik Yaramanoğlu İlköğretim okulunda, ortaokulu İnönü Orta Öğretim okulunda okudu. Liseyi Karatay Lisesi'nde tamamladı. 2008 yılında Selçuk Üniversitesi İktisat bölümünde başladığı lisans öğrenimini 2013 yılında başarılı bir şekilde tamamladı. 2014 yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi İktisat Ana Bilim Dalı'nda tezli yüksek lisans öğrenimine başladı ve 2017 yılında “Küresel finans merkezlerinin performansını etkileyen makroekonomik faktörlerin karşılaştırmalı analizi: İstanbul'un finans merkezi olma potansiyeli” isimli tez çalışması ile yüksek lisans derecesi aldı. 2017 yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı YÖK 100/2000 Katılım Bankacılığı programında Doktora öğrenimine başladı.