



T.C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI TİCARET BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE KATILIM BANKACILIĞINA YÖNELİK
TERCİHLERİN BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Ertuğrul UZUN

BURSA – 2022



T.C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI TİCARET BİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE KATILIM BANKACILIĞINA YÖNELİK
TERCİHLERİN BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Ertuğrul UZUN

Danışman:

Doç. Dr. Müslüm BASILGAN

BURSA – 2022

TEZ ONAY SAYFASI

T. C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Anabilim / Ana sanat Dalı, Uluslararası Ticaret Bilim Dalı'nda numaralı Ertuğrul Uzun'un hazırladığı "Türkiye'de Katılım Bankacılığına Yönelik Tercihlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans (yüksek lisans / doktora / sanatta yeterlilik) tezi ile ilgili savunma sınavı günü saatleri arasında yapılmıştır. Alınan cevaplar sonunda adayın (başarılı / başarısız) olduğuna (oybirliği /oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Üye

Doç.Dr. Müslüm BASILGAN
Bursa Uludağ Üniversitesi

Üye

Doç.Dr. Serdar YAY
İzmir Demokrasi Üniversitesi

Üye

Dr.Öğr. Üyesi Fatih GÜRSES
Bursa Uludağ Üniversitesi

.../.../ 20....



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE İŞLETMECİLİK ANABİLİM DALI
BAŞKANLIĞINA

Tarih: 03/08/2022

Tez Başlığı / Konusu: Türkiye’de Katılım Bankacılığına Yönelik Tercihlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 107 sayfalık kısmına ilişkin, 03/08/2022 tarihinde şahsım tarafından *turnitin* adlı intihal tespit programından (Turnitin)* aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 19 ‘dur.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç/dahil
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları’nı inceledim ve bu Uygulama Esasları’nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Tarih ve İmza
03/08/2022

Adı Soyadı: Ertuğrul Uzun
Öğrenci No: _____
Anabilim Dalı: Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik
Programı: Uluslararası Ticaret Tezli Y. L.
Statüsü: Y.Lisans Doktora

Danışman
(Adı, Soyad, Tarih)

Doç. Dr. Müslüm BASILGAN

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “ Türkiye’de Katılım Bankacılığına Yönelik Tercihlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma “ başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntıların kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve İmza

Adı Soyadı: Ertuğrul Uzun

Öğrenci No:

Anabilim Dalı: Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret

Program: Uluslararası Ticaret

Tezin Türü: Yüksek Lisans

ÖZET

Yazar adı soyadı	Ertuğrul Uzun
Üniversite	Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim dalı	Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret
Bilim dalı	Uluslararası Ticaret
Tezin niteliği	Yüksek Lisans
Mezuniyet tarihi/...../20....
Tez danışmanı	Doç. Dr. Müslüm Basılğan

Türkiye’de Katılım Bankacılığına Yönelik Tercihlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma

Bankacılığın kökeni çok eski tarihlere dayanmaktadır. Fakat 1300’lü yıllardan bu yana ilerlemesini devam ettirmiş olan bankacılık sistemi, 20. yy’da Amerika Merkez Bankası’nın kurulmasıyla beraber modern bankacılığa dönüşmüştür. Ekonomik sistemlerin ihtiyaçlarına göre gelişen ve büyüyen bankacılık alanında günümüzde konvansiyonel bankacılıktan farklı bankacılık çeşitleri de vardır. Ayrıca bu farklı bankacılık türleri giderek daha etkin ve aktif bir biçimde etkinliklerine devam etmektedir. Bu bankacılık türlerinden biri de Katılım Bankacılığıdır.

Katılım bankacılığı kısaca, özel cari ve katılma hesapları aracılığıyla fon toplamak ve topladığı bu fonları faizsiz finans şartlarına uygun biçimde kullanırmak amacıyla faaliyet göstermekte olan bankalardır. Katılım bankacılığı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de talep görme açısından gelişimini sürdürmektedir. Bu çalışmamızda, Katılım bankalarını tercih eden müşterilerin tercihlerinin belirleyicileri üzerine bir anket uygulanmıştır. Anketler, Google formlar aracılığıyla oluşturulup Türkiye geneline dağıtılmış ve 423 kişinin ankete katılımı olmuştur. Anketlerin analizi sonrasında, belirlenen dört faktör içerisinde, müşteriler için en önemli olan faktörün Müşteri Hizmetleri faktörü olduğu sonucuna varılmıştır. Bu doğrultuda, müşteri tercihlerinin belirleyicileri konusunda en önemli etkenin Müşteri Hizmetleri faktörü olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankacılığı, Türkiye, Bankacılık Sistemi, Müşteri Tercihleri.

ABSTRACT

Name & surname	Ertuğrul Uzun
University	Bursa Uludağ University
Institute	Institute of Social Sciences
Field	International Business and Trade
Subfield	International Trade
Degree awarded	Master
Date of degree awarded/...../20....
Supervisor	Assoc. Prof. Dr. Müslüm Basılgan

A Research On Determinants Of Preferences Towards The Participation Banking in Turkey

The origin of banking dates back to ancient times. However, banking, which has continued its progress since the 1300s, stepped into modern banking with the establishment of the Central Bank of America in the 20th century. In the field of banking, which develops and grows according to the need of economic systems, there are different types of banking than conventional banking. In addition, these different types of banking continue to operate more and more effectively. One of these banking types is Participation banking.

In short, Participation banking is the banks that operate to collect funds through private current and participation accounts and to use these funds in accordance with interest-free finance conditions. Participation banking continues to develop in terms of demand in Turkey as well as all over the World. In this study, a questionnaire was applied on the determinants of the preferences of customers who prefer participation banks. The surveys were created through Google forms and distributed throughout Turkey and 423 people participated in the survey. After the analysis of the surveys, it was concluded that the most important factor for the customers is the Customer Service factor among the four determined factors. Accordingly, it has been determined that the most important factor in determining the determinants of customer preferences is the Customer Service factor.

Keywords: Participation Banking, Turkey, Banking System, Customer Preferences.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU	iii
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLO LİSTESİ	xi
KISALTMALAR	xii
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞI VE TEMEL ÖZELLİKLERİ

1.1. Bankacılık Kavramı.....	4
1.2. Dünya’da Bankacılığın Gelişimi	6
1.3. Bankacılık Türleri.....	9
1.3.1. Merkez Bankaları.....	9
1.3.2. Ticaret Bankaları	9
1.3.3. Yatırım Bankaları	9
1.3.4. Kalkınma Bankaları	10
1.3.5. Katılım Bankaları.....	10
1.4. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkışı.....	11
1.4.1. Katılım Bankacılığı Kavramı.....	11
1.4.2. Dünyada Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkışı.....	12
1.4.2.1. Dünya’da Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkmasındaki Sebepler	13
1.4.3. Katılım Bankacılığında Düzenleyici Uluslararası Kurumlar	16
1.4.3.1. İslami Araştırmalar ve Eğitim Enstitüsü	16
1.4.3.2. İslam Kalkınma Bankası	16
1.4.3.3. Uluslararası İslami Finans Piyasası.....	17
1.4.3.4. İslami Finans Kurumu Muhasebe ve Denetimi Örgütü	17
1.4.3.5. İslami Uluslararası Derecelendirme Ajansı	17
1.5. Katılım Bankacılığının Temel Özellikleri.....	18
1.5.1. Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Arasındaki Farklılıklar	18
1.5.2. Geleneksel Bankacılık İle Katılım Bankacılığı Arasındaki Benzerlikler	19

1.5.3. Katılım Bankaları İle Merkez Bankası Arasındaki İlişkiler	20
1.5.3.1. Malezya Merkez Bankası.....	20

2. BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞINDA TİCARİ İŞLEMLER, FON KAYNAKLARI VE KULLANIMI

2.1. Katılım Bankacılığında Temel Finansman Modelleri	22
2.1.1. Murabaha Finansman Modeli	22
2.1.2. Mudaraba ve Muşaraka Finansman Modeli	22
2.1.3. İcara Finansman Modeli	23
2.2. Katılım Bankacılığında Fon Kaynakları ve Fon Kullanırma Araçları	23
2.2.1. Fon Kaynakları	24
2.2.1.1. Özel Cari Hesaplar	24
2.2.1.2. Katılma Hesapları.....	24
2.2.2. Fon Kullanırma Araçları.....	25
2.2.2.1. Mudaraba	25
2.2.2.2. Muşaraka.....	26
2.2.2.3. Murabaha.....	26
2.2.2.4. Muzaraa, Musakat ve Mugarese	27
2.2.2.5. İcara ve İktina.....	27
2.2.2.6. Selem.....	28
2.2.2.7. İstisna	29
2.2.2.8. Joala	30
2.2.2.9. Puan Sistemi.....	30
2.2.2.10. Tavarruk	31
2.2.2.11. Komodite.....	31
2.2.2.12. Sukuk	31
2.2.2.13. Tekafül (Sigorta).....	32
2.3. Katılım Bankacılığında Bireysel Finansman Türleri.....	32
2.3.1. Araç Finansmanı	32
2.3.2. Konut Finansmanı.....	33
2.3.3. İhtiyaç Finansmanı.....	33
2.3.4. Arsa Finansmanı	33
2.3.5. Hac / Umre Finansmanı	33

3. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE BANKACILIK VE KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİMİ

3.1. Türkiye’de Bankacılığın Gelişimi	35
---	----

3.1.1. Türkiye’de Cumhuriyetten Önce Bankacılık.....	35
3.1.2. Türkiye’de Cumhuriyetten Sonra Bankacılık.....	36
3.1.2.1. Ulusal Ekonomiye Geçiş Dönemi (1923-1932).....	36
3.1.2.2. Devlet Bankacılığı Yılları (1933-1946).....	37
3.1.2.3. Planlı Dönem Yılları (1960-1979).....	38
3.1.2.4. 1980 ve Günümüz Dönemi.....	38
3.2. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi.....	40
3.3. Türkiye’de Aktifliklerini Sürdüren Katılım Bankaları.....	45
3.3.1. Kamu Sermayeli Katılım Bankaları.....	45
3.3.1.1. Ziraat Katılım Bankası.....	45
3.3.1.2. Vakıf Katılım Bankası.....	45
3.3.1.3. Türkiye Emlak Katılım Bankası.....	46
3.3.2. Yabancı Özel Sermayeli Katılım Bankaları.....	46
3.3.2.1. Albaraka Türk Katılım Bankası.....	46
3.3.2.2. Türkiye Finans Katılım Bankası.....	47
3.3.2.3. Kuveyt Türk Katılım Bankası.....	48
3.4. Katılım Bankacılığı Sektör İncelemesi.....	49

4. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE KATILIM BANKACILIĞINA YÖNELİK TERCİHLERİN BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE ANALİZ

4.1. Literatür Taraması.....	53
4.2. Materyal ve Yöntem.....	58
4.2.1. Araştırma Modeli ve Araştırma Soruları.....	58
4.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	59
4.2.3. Veri Toplama Araç ve Gereçleri.....	59
4.2.4. Araştırmanın Ölçme Aracı.....	60
4.2.5. Verilerin Analizi ve Yorumlanması.....	64
4.3. Araştırmanın Bulguları ve Analizi.....	65
4.3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları.....	65
4.3.2. Katılımcıların Dört Farklı Boyutta Katılım Bankalarını Tercih Etme Algıları.....	67
4.3.3. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Tercih Algıları.....	69
4.3.4. Katılımcıların Medeni Duruma Göre Tercih Algıları.....	70
4.3.5. Katılımcıların Yaşlarına Göre Tercih Algıları.....	70
4.3.6. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Tercih Algıları.....	73
4.3.7. Katılımcıların Gelir Seviyelerine Göre Tercih Algıları.....	74
4.3.8. Katılımcıların Müşteri Türlerine Göre Tercih Algıları.....	76
4.3.9. Katılımcıların Bankaları Tercih Etmelerindeki Üstün Faktör.....	77

SONUÇ VE TARTIŞMA.....	78
KAYNAKÇA	81
EKLER.....	92
Ek. 1: Çalışmada Kullanılan Anket Soruları	92

TABLO LİSTESİ

- Tablo 1:** Kronolojik Açıdan Bankacılık Tarihi
- Tablo 2:** Türk Bankacılık Sektörü İçerisinde Bankaların Dağılımı (2021)
- Tablo 3:** Türkiye’de Faizsiz Finansın Kilometre Taşları
- Tablo 4:** Albaraka Türk Katılım Bankası Ortaklık Payları
- Tablo 5:** Türkiye Finans Katılım Bankası 2020 Yılı İtibarıyla Şirket Ortaklık Yapıları
- Tablo 6:** Kuveyt Türk Katılım Bankası 2020 Yılı İtibarıyla Şirket Ortaklık Payları
- Tablo 7:** Katılım Bankaları Yıllara Göre Şube Miktarları
- Tablo 8:** Katılım Bankaları Yıllara Göre Personel Miktarları
- Tablo 9:** Katılım Bankalarında Yıllara Göre Toplanan Fon Miktarları (Milyon TL)
- Tablo 10:** Katılım Bankalarında Toplanan Fonlarda TP ve YP Payları
- Tablo 11:** Katılım Bankaları Kullandırılan Fonlar (Milyon TL)
- Tablo 12:** Müşteri Tercihlerinin Belirleyicileri – Anket Soruları
- Tablo 13:** Faktör Analizi Uygunluk Değerleri
- Tablo 14:** Müşteri Tercihlerini Belirleyen Faktörler
- Tablo 15:** Demografik Faktörlerin Frekans Dağılımları
- Tablo 16:** Tercihlerin Belirleyicileri Algısı Katılım Düzeyleri
- Tablo 17:** Cinsiyet Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Bağımsız Örneklem T Testi (N=407)
- Tablo 18:** Medeni Durum Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Bağımsız Örneklem T Testi (N=407)
- Tablo 19:** Yaş Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Tek Yön Analizi (N=407)
- Tablo 20:** Eğitim Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Tek Yön Analizi (N=407)
- Tablo 21:** Gelir Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Tek Yön Analizi (N=407)
- Tablo 22:** Müşteri Türleri Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Bağımsız Örneklem T Testi (N=407)
- Tablo 23:** Tercih Sebepleri Dağılımı Ki Kare Uyum İyiliği Testi (N=423)

KISALTMALAR

AAOIFI	: Accounting and Auditing Organization for Islamic Institutions
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BKK	: Bakanlar Kurulu Kararı
BSMV	: Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi
DESİYAB	: Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası
IDB	: İslam Kalkınma Bankası
IFSB	: Islamic Financial Services Board
KKDF	: Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu
KZOB	: Kar/Zarar Ortaklığı Belgesi
M.Ö.	: Milattan Önce
OPEC	: Organization of Petroleum Exporting Countries
ÖFK	: Özel Finans Kurumu
TKBB	: Türkiye Katılım Bankaları Birliğı
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
Y.Y.	: Yüzyıl

GİRİŞ

Katılım bankacılığının ve geleneksel bankacılığın ortaya çıkışı ve gelişimi çok uzun zamanlar öncesine dayanmaktadır. İlk bankacılık hareketleri dini yöntemler ve din adamları aracılığıyla şekillenmiştir. Milattan önce 2000’li dönemlerde Babil’de ilk defa alacaklı ve verecekli ilişkilerinin ne biçimde olması gerektiğine dair belgelere rastlanılmıştır. Bunlar üzerinde, din çerçevesinde ortaya konmuş antlaşmalar düzenlendiği görülebilmektedir. Bununla beraber tarafların anlaşmasına odaklı düzenlendiği görülebilen bu yazılarda faizin istenmediği ve günümüzde de sıklıkla karşılaşılan tefecilik hareketlerine yakın uygulamaların da yasaklı olduğu bilgileri de bulunmaktadır. Faizin yasaklı olması durumu sadece İslam dininde değil, diğer dinlerde de geçerlidir. İslamiyet’in yaygınlaşmasıyla birlikte İslam dininin egemen olduğu topraklarda faizsizlik ilkesi ticarete tüm tesirini göstermiştir.

Bugünün finansal düzeninde İslami bankacılık hareketleri ilk defa 20. Yüzyıl dönemlerinde görülebilmektedir. 1971 senesinde Mısır’da dönemin hükümetinin de destekleriyle ortaya çıkan Nasr Sosyal Bankası, faizsiz finans hizmeti sağlayan ilk kurum şeklinde tarihe adını yazdırmıştır. Endüstrileşmeye Körfez devletlerinin katılmasıyla, petrol kuyularının ortaya çıkmasıyla ve petrol ile birlikte zengin olan Körfez devletlerinin hazinelerinde bulundukları yüksek değerdeki sermayeleri faizsiz bir biçimde değerlendirme hedefleri, faizsiz bankacılık sürecinde yeni bir yöntem arayışlarına sebep olmuştur. Faizsiz bankacılık yöntemlerinde evrensel anlamda akademik ve ticari toplantılar yapılmış, bunların sonucunda katılım bankacılığı yöntemleri tüm dünyada daha çok kullanılabilir hâle gelmiştir. Eylül 2020 itibarıyla 2,5 Trilyon Dolarlık büyüklüğü ile İslami finans kendi alanında tüm dünyada etkilerini artırmaktadır. Türkiye de İslami finans alanında dünyada en hızlı uyum sağlamaya çaba gösteren devletler arasında yer almaktadır. Bu süreçte birtakım konjonktürel sorunlarla karşı karşıya kalınmış olsa da vatandaşların bu alana olan gereksinimleri katılım bankacılığı sisteminin Türkiye’de çok hızlı ilerlemesini de getirmiştir. Öyle ki 10 yıl gibi pek de uzun olmayan bir zaman zarfında Türkiye, İslam Kalkınma Bankası’nın en büyük ve etkili ortaklarından biri haline gelmiştir. Türkiye’de aktiflikte bulunan 6 katılım bankasının birleştirilmiş olmayan toplam aktif genişliği 2020 senesinde 437,1 Milyar TL’ye gelmiştir.

Katılım Bankaları ülkemize 16/12/1983 gün ve 83/7506 sayılı kanun hükmündeki kararname ile resmileşmiş ve bu kararname, 25/02/1384 dönemli Resmi Gazete’de yayımlanarak aktifliklerine başlamışlardır. Ulusal ve uluslararası alanda meydana gelen benzerlik problemleri amacıyla Özel Finans Kurumları ismi, 19/10/25 tarih ve 5411

sayılı Bankacılık Kanunu ile değiştirilerek ‘‘Katılım Bankaları’’ ismine sahip olmuşlardır.

Gelişmiş devletlerde ve hala gelişmekte olan ũlkelerde ekonomik gelişme ũzerinde tesirli olan değişkenler ve kurumlar uzun senelerdir araştırmalara konu olmuşlardır. Tarihsel dōneme baktığımızda geçmişte ekonomik gelişme ve gũ belirteci savaşlardan elde edilen zaferler ve yine bu savaşlardan kazanılan yağmalar olsa da gũnũmũzde ekonomik gelişmenin gōstergeleri teknolojik ilerlemeler, ũretim ve iş gũcũdũr. Araştırmalar gōsterdi ki devletler, kurumların iyi ũrgũtlenmesine yardımcı olarak ve prodũktivitelyi yũkselterek ekonomik ilerleme aşamalarına çok mũhim katkılarda bulunabilirler. Organizasyonu iyi olan ve tamamen verimliliğe dayalı yōntemlerde bulunan devletlerin, halihazırdaki kaynaklarının menfaatinde denetim fonksiyonlarını da gōvrendirerek kaynaklarından daha yũksek seviyede randıman aldıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Katılım bankalarının ũlkelere olan etkileri gōz ũnũne alındığında bankacılık sistemi içerisinde ũnemli olan bir sektōr olduğu gōrũlecektir. Geçmişten gũnũmũze kadar olan sũre içerisinde Tũrkiye’de de oldukça iyi bir ũekilde gelişim gōstermiř olan Katılım bankaları, hala tam olarak potansiyeline ulaşabilmiş değildir. Hatta şu an ũlkemiz için hala yeni bir sektōr olduğu sōylenebilir. Bu tespit Tũrkiye’de katılım bankacılığında mũřteri tercihlerinin belirleyicilerinin ortaya konulmasının ũnemini de yansıtmaktadır.

Bu noktadan hareketle tezin temel amacı bireylerin katılım bankacılığı tercihlerini etkileyen faktōrleri ortaya koymaktır. Bu kapsamda çalışma ũ bōlũmden oluşmaktadır.

Birinci bōlũmde geleneksel bankacılığın ortaya çıkışı, gelişimi ve bazı aşamalar ũzerinde durulmuştur. Özellikle belirli dōnemlere gōre Tũrkiye’de bankacılık sisteminin yaşadığı olaylar ve gelişimine değinilmiştir. Ardından katılım bankacılığının ortaya çıkmasındaki sebeplere yer verilmiştir. Bu sebepler dini, ekonomik ve sosyal sebepler olarak ũ farklı alanda detaylandırılarak incelenmiştir.

İkinci bōlũmde katılım bankacılığındaki temel finansman modelleri olan Mudarabaha Finansman Modeli, Muşaraka ve Mudarabaha Finans Modeli ve İcara Finansman Modelleri’nden bahsedilmiştir. Bu bilgilerin devamında ise katılım bankalarının fon toplama ve kullandırma yōntemleri olan Mudaraba, Muşaraka, Murabaha, Mucaraa, İcara ve İktina, Selem, vb. fon kullandırma yōntemlerinin tũmũne yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise Türkiye’de bankacılığın ve katılım bankacılığının gelişimi üzerinde durulmuştur. Bankacılığın gelişimi dönemlere ayrılarak dört farklı dönemde incelenmiştir. Bu dönemler; Ulusal Ekonomiye Geçiş Dönemi (1923-1932), Devlet Bankacılığı Yılları (1933-1946), Planlı Dönem Yılları (1960-1979) ve 1980 ve Günümüz Dönemi olarak incelenmiştir. Türkiye’de bankacılığın gelişimi ile alakalı bu bilgiler verildikten sonra Türkiye’de katılım bankacılığının ortaya çıkışı, Türkiye’de faaliyet göstermekte olan katılım bankaları ve bu bankalarla alakalı verilere yer verilmiştir.

Son olarak ise yani dördüncü bölümde, Türkiye’de katılım bankacılığına yönelik tercihlerinin belirleyicileri üzerine yapılan anket çalışmasının istatistikî analizleri yapılmış ve ulaşılan sonuçlar literatür temelinde tartışılmıştır.

1. BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞI VE TEMEL ÖZELLİKLERİ

1.1. Bankacılık Kavramı

Bankalar, en sade biçimiyle “sermayeyi az faizle kazanan ve daha çok faizle işleten işletmeler” ya da “para ile ticaret yapmakta olan kuruluşlar” olarak açıklanabilir. Yapılmış tüm tanımlamalar bankaların tek yönlü ve genel nitelikte olan özelliklerini açıklayan en sade tanımlar olarak da belirtilebilir (Bakkal & Aksüt, 2011, s. 5).

Banka sözcüğü tarihi açıdan irdelendiğinde bu sözcüğün İtalyanca’da tezgâh, masa ya da sıra anlamına gelmekte olan “banco” sözcüğünden Türkçe’ye aktarıldığı sonucuna ulaşılabilmektedir (Takan, 2001, s. 2). Bankaların net tanımlarını yapmak günümüz dünyasında oldukça güç duruma gelmiştir. Bunun sebebi ise dünyanın ve dünyada yaşananların hızlı bir şekilde değişim ve evrim geçirmesidir. Bütün dünya yeniliklere uyum sağlamaya çalışırken bankalar da kendilerini bu alanda geliştirmeye devam etmektedir. Bu açıdan yaklaştığımızda aslında bankacılığın sistemlerinin ve işlevlerinin de günler geçtikçe değiştiğini görüyoruz. Temelde aynı mantık ve sistemle hareket ediyor olsalar da eski dönemlerdeki bankacılık sistemlerine göre bir hayli değişim göstermektedirler. Bu nedenle bankalar hakkında konuşurken bankaya ne taraftan yaklaştığımıza odaklanarak bir tanımda bulunmak en isabetlisi olacaktır. Kotan’a göre bankanın açıklanmasındaki bu güçlük sebebiyle bankacılık yasası bile bankanın ne demek olduğunu açık bir biçimde açıklayamamıştır (Kotan, 1981, s. 45).

Bankalar diğer bir deyişle insanların sahip oldukları tasarruflarını kaynak olarak kabul eden ve bu elde ettiği tasarrufları en kazançlı şekilde piyasalarda işleme sokarak kar yapma hedefi güden ekonomik bir kurumdur. Başka bir açıdan banka, para kredi ve sermaye süreçlerinin bütününe kapsayan yasal düzenlemelerle bu süreçleri sürdüren kişilerin ve şirketlerin ya da kurumların tüm finansal gereksinimlerini karşılama işlemlerini kendisine çalışma alanı olarak seçmiş ekonomik bir bileşendir (Takan, 2001, s. 2)

Bankacılık sektörü, ekonomik açıdan kalkınma için en mühim aktörlerdendir. Bankalar, sermaye biriktirme, firmaların gelişmesi ve finansal açıdan zenginlik kazanabilmek için ekonomide mühim bir görev yapmaktadırlar. Sağlam ve kazançlı bankacılık sisteminin varlığı süreklilik kazanmada ve ekonominin makroekonomik sıkıntılara karşı daha fazla dirençli olmasında çok mühimdir (Moran, 1986, s. 12).

Dünyanın birçok bölgesinde olduğu gibi Türkiye’de de finansal sektörün en temel unsuru banka ve bankacılıktır. Bunları türlerine göre ayırmak gerekirse; katılım bankaları, ticari bankalar ve kalkınma ve yatırım bankaları biçiminde üç gruba ayrılırlar. Yatırımları elde eden ve bu mevduatı gereksinim duyanlara veren ticari bankalar bu alanın en mühim bileşeni olan ve oransal biçimde en üst seviye olan noktadadırlar. Tasarrufların temel basamağı olarak görülen insanların tasarruflarının en yüksek biçimde değerlendirilebildiği finansal yöntem mevduat bankalarıdır (Çoban vd., 2018, s. 523).

Bankacılık sektörü amaçları gereği kişilerin, işletmelerin ve aynı zamanda ülke politikalarının merkezinde yer almıştır. Yaşanmış olan krizlerden edinilen deneyim devletlerin finans sisteminin verimliliğini devam ettirebilmek için bununla alakalı yasalar çıkarmıştır. Çünkü ülkelerin gelişmesi, ekonominin ve toplumların en temel taşı olan ailelerin refah seviyelerinin yükselmesiyle alakalıdır. Ekonomi ve toplumun en temel taşı olan aile ekonomisinin ve refah seviyesinin artması, devletlerin de sürekli bir şekilde gelişmelerine olanak sağlamaktadır. Ülkeler aynı zamanda bankaların piyasada etkin bir şekilde bulunması, risklerin en az miktara indirilmesi için de birçok hukuksal düzenlemeler getirmektedir. Devletlerin kendi değişiklikleri ve uygulamaları dışında tüm ülkelerin de uyması gerekli olan uluslararası kanuni düzenlemeler de vardır (Çalık ve Aygün, 2017, s. 53-54).

Günümüzde bankalar, yatırım ve kredi hizmetlerinden ziyade birçok değişik işlemler de yapmaktadırlar. Bu açıdan bankalar;

- Devletlerin kredi ve para politikalarını desteklerler,
- Finansal işletmelerde arabuluculuk misyonunu yerine getirirler,
- Menkul kıymet alımı ve satım süreçlerini gerçekleştirirler,
- Kiralanabilir kasalar ile birlikte, değerli varlıkların korunmasına yardımcı olurlar,
- Kredi kartı, banka kartı gibi ödemede çok işimize yarayan ve ödemeyi kolaylaştıran araçların kullanımını sağlarlar,
- İç ve dış ticaret işlemlerinde aracılık rolünü yerine getirirler.

Ayrıca bankalar sadece yukarıda belirttiğimiz parasal alanlarda işlem yapmamaktadır. Bir önceki paragrafta da belirttiğimiz üzere ülke ekonomisi için de çok önemlidir. Devletlerin finansal yapısının sağlam olması bankalar ile sağlanmaktadır. Finansal sistem içinde bu kadar büyük rol oynayan bankacılık alanının, ekonomik çerçeve ile ilişkisini sade ve net bir şekilde sunabilmesi ve güvenilir koşulda çalıştırabilmesi çok önemlidir. Bankacılık sektörü, ekonomik kalkınmanın en süratli şekilde sağlanabilmesinde çok mühim bir araç olarak görülmektedir (Yetiz, 2016, s. 109-110).

1.2. Dünya’da Bankacılığın Gelişimi

Ticari bankalar, M.Ö. dört bin yıllarında Mezopotamya olarak bilinen Irak’ta Babil saltanatı süresinde meydana gelmiştir. O tarihlerden başlayarak günümüze kadar gelişerek ilerlemiştir. Eski zamanlarda ortaya çıkan bu ticari bankalar, mevcut bankalar gibi döviz bozdurma, mevduat biriktirme ve kredi verme gibi faaliyetleri uyguluyorlardı. Orta Çağ’daki bu para değiş tokuşu fikri, yerel ya da yabancı para birimlerini dönüştürme işlemlerinden gelir elde eden veznedar fikrini kökünden söküp atmıştır (Idiab vd., 2011, s. 1024).

Tarihte bilinen bankacılık sistemlerinin Sümerlerde milattan önce 3500 yıllarında kurulmuş olan ilk ismi ‘mabet’ olarak bilinmektedir. Bu mabedin ise ilk görevlileri de rahiplerdi. Mabedler o dönemlerde ürünler toplandıktan yani hasat edildikten sonra geri ödenme amacıyla tohum ve benzeri ürün ve alet edinimi amacıyla çiftçilere verildi. Kazılarda ulaşılan bu bilgiler ve belgeler doğrultusunda bankacılık sisteminin temellerinin bu dönemlere dayandığının kanıtıdır (Parasız, 2000, s. 6). Tapınlarda görevli olan ve aynı zamanda mabet sisteminde borç vermekle görevli olan bu rahipler, borçları verirken karşılığında eğer borçlarını ödeyemezlerse diye insanlardan teminat istemekteydiler. Borcunu ödeyemeyecek kişileri haciz etmekte ve eğer haciz edilebilecek bir malı da yoksa borçlu kişiyi köle olarak alıp satmaktaydılar. Paranın keşfine kadar bankacılık sistemleri temelde bu şekilde ilerlemiştir (Symons, 1983, s. 685).

Günümüzdeki haliyle ticari bankalar, Orta Çağ’ın son dönemlerinde, özellikle 13. ve 14. yüzyılda kurulmuştur. Bu durumun sebebi ise, haclı seferlerinin yapılması için çok fazla paralar harcanması ve sefer sonrası ortaya çıkan zenginliklerin birikmesiydi. Bu tarz etkinliklerin artması ve sonucunda ortaya çıkan zenginliğin de büyümesi bankacılığın da gelişmesine destek oldu (Idiab vd., 2011, s. 1025).

Dünya’da bankacılığın ilerleyişi, İtalya’da, 14. yy’ın son dönemlerinde Rönesans ile beraber, yeni denizyolu rotalarının keşfedilmesi ve bununla beraber yeni ticari yerlerin ortaya çıkması ile olmuştur. Bu yeniliklerle beraber, devletlerarasındaki para hareketleri hızlanmış, ticaret ile uğraşan kişilere ve zanaatçılara hizmet sunan gerçek kişiler olan bankerler meydana gelmiş ve ticaretin artmasıyla beraber ilk bankalar ortaya çıkmıştır. Rönesans etkisi ile 15. ve 16. yy’da Kuzey Avrupa’da Amsterdam ve Londra gibi yeni finansal odaklar oluşmuştur (Atlı vd., 2018, s. 89).

Rönesans döneminde ortaya çıkmış olan bu keşiflerin sonucu, mali kuruluşlarda yapısal bir değişim yaşanmış ve bu da Avrupa finans piyasasının yüksek oranda etkilenmesine neden olmuştur (Frowen, 1993, s. 80). İspanyolların Güney Amerika’dan topladıkları değerli taşlar ve altınlarla birçok farklı çeşitte sikkeler üretmeleri, Avrupa’da piyasada var olan paraların fazlalığı ve saflık derecelerinin farklı olması bu dönem içerisinde paraların kendi aralarındaki kıymetlerinin ortaya konmasında çok büyük problemleri ortaya çıkarmıştır. Ticaretin çok fazla hareketli olduğu Amsterdam ve Hamburg’da para çeşitlerinin kıymetlerinin ortaya çıkarılmasında, oluşan kargaşayı çözüme kavuşturmak için ilk olarak Amsterdam Bankası oluşturulmuştur (Kandemir, 2015, s. 44).

Dünyadaki ilk merkez bankası 1609 senesinde Hollanda’da kurulmuş olan Amsterdam Bankası’dır. 1637 senesinde kurulmuş olan Venedik Bankası ile çek, belgit ve kağıt para kullanımı ortaya çıkmıştır. İngiltere’de, çok fazla süren harp masraflarının karşılanabilmesi amacıyla 1694 senesinde İngiltere Merkez Bankası, Amerika’da 1781 yılında Bank Of North America ve 1800 yılında Napoleon’un önderliğinde Fransa Bankası kurulmuştur. 1907 yılında kurulmuş Amerikan Merkez Bankası (FED), günümüz bankacılık alanının yapı taşlarını oluşturur (Yazıcı, 2019, s. 4).

Bankacılığın tarihi açısından önemli görülebilecek tarihler kronolojik olarak aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 1: Kronolojik Açıdan Bankacılık Tarihi

Tarih	Yaşanan Gelişmeler
M.Ö. 9000-6000	Evcilleştirilmeye başlanmış olan hayvan ve bitkiler bu dönemde değiş tokuşa konu olmaya başlayarak paranın ilk çeşidi olarak görev almışlardır.
M.Ö. 3500	Sümer ve Babillerin mabetlerinde rahiplerin borç verdiğini ortaya koyan kanıtlar bulunmuştur.
M.Ö. 2000	İlk bankacılık yasalarını Eshunna Krallığı düzenlemiş ve faiz yüzdelerini %20 şeklinde hükme bağlamışlardır.
M.Ö. 1792-1750	Bu yıllarda Babil Kralı Hammurabi tarafından ilk bankacılık yasaları hazırlanmıştır.
M.Ö. 640-630	İlk madeni para Lidyalılar tarafından keşfedilmiş ve kullanılmaya başlanmıştır.
1609	İlk merkez bankası Hollanda'da kurulmuştur.
1637	Venedik Bankası kurulmuş, çek ve banknotlar kullanılmaya başlanmıştır.
1694	İngiltere, 50 yıldan daha uzun süren savaşların finansmanı için İngiltere Bankası'nı kurmuştur.
1781	Amerika'da ilk banka kurulmuştur.
1800	Napoleon tarafından Fransa Bankası kurulmuştur.
1907	ABD Merkez Bankası kurulmuştur.
1914	Tarihte bilinen ilk uluslararası para sistemi altın standardıdır.
1929	Büyük buhran yani kara Perşembe olarak da bilinen ekonomik buhran gerçekleşmiştir. 50 milyon insan işsiz kalmıştır. Bütün ekonomik sistemler ve bankacılık sistemi değişim geçirmiştir.
1930	Bank For International Settlements merkez bankasının bankası olarak uluslararası bankacılık işlemlerini düzenlemek amacıyla kurulmuştur.
1937	Fort Knox'ın yapımı tamamlanmış ve altın rezervinin Amerika ve dünyadaki merkezi olmuştur.
1971-1974	15 Ekim 1973'de Petrol İhraç Eden Arap Ülkeler Birliği'nin Yom Kippur savaşında ABD'nin İsrail ordusuna destek vermesine karşı ilan ettiği petrol ambargosudur.
2008	Mortgage krizi yaşanmıştır.

Kaynak: (Yazıcı, 2016, s. 2).

1.3. Bankacılık Türleri

Bankaların müşterileri gerçek ve tüzel kişiler olabilir. Bankacılık hizmetleri de müşterilerinin bu ihtiyaçlarına göre değişiklik gösterebilir. Farklı farklı şekillerde hizmet veren bu bankalar, amaçlarına ve hitap ettikleri gruplara göre farklı kategorilere ayrılır.

1.3.1. Merkez Bankaları

Bugüne baktığımızda merkez bankaları, para ve kredi politikalarını ekonominin içinde bulunduğu hali değerlendirerek, bu değerlendirmeye göre belirlenen en uygun biçimde düzenlemektedir (Moran, 1986, s. 13). Bunların yanında, paranın iç ve dış piyasalardaki değerinin gözetilmesi için gereken önlemlerin alınabilmesi, açık piyasa işlemlerini yerine getirmesi, tasarruf mevduatı sigorta fonunun yönetilmesi, parite oranlarına yönelik dengeleyici çalışmalar merkez bankalarının en önemli görevleridir. Aynı zamanda Türkiye’de para basabilme yetkisi de sadece Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası’na aittir (Bulut, 2014, s. 10).

1.3.2. Ticaret Bankaları

Günümüzde ticaret bankaları, kişilerden ve kurumlardan aldığı fonları, tekrar kişilere ve kurumlara kredi olarak veren bankalardır diyebiliriz. Ticari bankaların sermayesi bireylerden, işletmelerden ve kamu kurum ve kuruluşlarından meydana gelmektedir. Ticari bankalar sermayelerini fon ihtiyacı olan kişilere ve işletmelere kullandırarak kredi riski oluşturmaktadırlar. Oluşturulan bu kredilerden kazandığı faizler ile fon sahiplerine kesime ödediği faiz miktarı aralığında kalan kısım bu ticari bankaların karı olarak isimlendirilmektedir (Erdem, 2010, s. 43).

1.3.3. Yatırım Bankaları

Yatırım bankaları, yatırımlara destek olma amacıyla işletmelere kredi sağlayan kuruluşlardır. İşletmeler orta ve uzun vadeli kredi gereksinimlerini sermaye piyasaları aracılığı ile tahvil ve hisse senedi satılması aracılığıyla karşılarlar. Az gelişmiş ülkelerde sermaye piyasasının yeterince gelişmiş olmaması, devletleri yeni arayışlara itmiştir. Bunların sonucunda ise az gelişmiş ülkelerde yatırım bankacılığı olgusu oluşmuştur (Bulut, 2014, s. 13).

Türkiye’de yatırım bankalarının hareketleri, son 50’li senelik dönem içerisinde bazı dönemlerde meydana gelen gereksinimlerin giderilmesi noktasında önemli bir rol

almıştır. Yatırım bankaları orta ve uzun vadeli krediler vermektedir. Yatırım bankacılığının ana işlevlerine değinecek olursak (Takan, 2001, s. 81):

- Firmaların ihraçta kullanacağı menkul kıymetlerin ihtiyaç duyulduğunda satın alınacağına taahhüt etmek,
- Tasarrufların yatırımlara entegre edilmesine yardımcı olmak,
- Firmaların ihraç edeceği menkul kıymetleri satın alarak kendi nam ve hesabına satış yapmak,
- Riski üstlenmeden yatırımcının menkul kıymetlerinin satışını yapmak,
- Birikim sahiplerine danışmanlık yapmak ve birikim sahiplerinin menfaatlerini korumak,
- Yatırım bankalarının finansmana ilişkin olarak firmalara sağlayacakları diğer hizmetler.

1.3.4. Kalkınma Bankaları

Kalkınma bankalarının misyonları, az gelişmiş ülkelerde ihtiyaç duyulan teknik bilgi, altyapı ve etütleri hazırlayarak, onlara danışmanlık hizmeti sunmak ve aracılık etmektir. Kalkınma bankaları ülkelerin refah seviyelerinin artmasında ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasında önemli bir yere sahiptir (Bulut, 2014, s. 14).

Kalkınma bankalarının işlevleri:

- Sanayi sektörüne uzun dönemli krediler vermek,
- İç kaynakları harekete geçirerek sanayi sektörüne yönlendirmek,
- Girişimcilere teknik yardımda bulunmak,
- Yeni yatırım alanlarında öncülük yapmak,
- Kalkınma planlarının uygulanmasına, gerçekleşmesine etkide bulunmak,
- Yurtdışından özel olarak uluslararası finansman kuruluşlarından edinilecek kaynak ve teknik desteği sanayi alanına aktarmak (Akgüç, 1992, s. 9).

1.3.5. Katılım Bankaları

Katılım bankacılığının temelinde İslami finans sistemi bulunmaktadır. İslami finans, paranın kendi başına bir değeri olmaması gerektiği inancına dayanmaktadır. Para, değeri olan ürün ve hizmetleri değiş-tokuş etmeye yaran bir araç olarak görülmektedir. Para

hakkındaki bu düşünceye dayanarak, paradan para kazanma yöntemi İslami finansa uygun değildir. Bu durum, mümkün olan her şartta, faizi ödeyerek veya alarak faize dahil olmaktan kaçınılması gerektiği anlamına gelmektedir (Bank Of England, 2021).

Katılım bankaları, 5411 sayılı kanununa göre, fon ihtiyacını özel cari ve katılma hesapları aracılığıyla toplayan, ayrıca ana misyonunun topladığı bu fonları kredi olarak kullanılmak üzere kurulmuş kuruluşlar ile benzer amaçlarla yurt dışında faaliyet gösteren kuruluşların Türkiye'deki şubelerine denilmektedir (Bankacılık Kanunu, 2005).

TÜİK verilerine göre, 2021 yıl sonu itibariyle Türkiye'nin nüfusunun büyük kısmını (%95 civarı) Müslümanlar meydana getirmektedir. Görülen bu büyük kapasiteye rağmen Katılım bankacılığı son yıllara kadar gerekli ilgiyi görememiştir. Fakat son 15 yıllık süreç içerisinde Türkiye'nin hem ekonomik hem de siyasi yapısında meydana gelen değişim ve ilerlemenin de etkisiyle, Katılım bankacılığının gördüğü ilgi artmaya başlamıştır. 2014 yılından bu yana ise her yıl katlanarak artan bir büyüme oranına sahiptir.

1.4. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkışı

Katılım bankaları, faizsiz sistemde çalışan ve İslami kurallara göre faaliyet gösteren bankalardır. Bu bölümde detaylı olarak katılım bankacılığı kavramı, ortaya çıkışı ve genel ölçekte ortaya çıkmasındaki sebepler incelenecektir. Katılım bankaları sadece Müslüman insanlara göre düzenlenmiş gibi görünse de aslında Hristiyan ve Yahudi insanların da ihtiyaçlarını giderebilecek bir bankacılık sistemidir. Çünkü, dinlerde farklılıklar olsa da faizli sistemin önerilmediğini görmekteyiz. Bu yüzden katılım bankaları Müslüman topraklarda ortaya çıkmış ve daha çok aktif müşteriye sahip olsa da, diğer kesimlerden de talep görmektedir (Hassan ve Levis, 2007).

1.4.1. Katılım Bankacılığı Kavramı

Katılım Bankaları, finansal faaliyetlerinin İslami şartlara göre düzenlendiği bir finansal yapıdır. Bu anlamda İslami finansın temel aldığı, en ana yapı İslami şartlardır. Yani bunlar; aşırı belirsizlikten uzaklaşma (garar), faiz yasağı, kumar benzeri şeylerden sakınma (meysir) ve risk paylaşımı denebilir. İslami finans kuruluşlarının etkinliklerinin İslami yasalara uyumlu davranıp davranmadığı, bu kurumların içerisinde bulunan Şer'i danışma kurullarının denetimindedir (Kaya, 2017, s. 8). Bahsi geçen yerlerde hem din alanında hem de finans alanında yetkin kişiler görev yapmakta, etkinlikler bu yetkin kişilerin oluşturduğu kurulların hükümlerine göre şekil almaktadır. Ayrıca, İslami

Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Kurumu (AAOIFI) ve İslami Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB) benzeri uluslararası bağımsız kuruluşların yayınlamış olduğu kurallar hem İslami finans kuruluşlarının etkinliklerinin hem de İslami finans ürünlerinin düzenlenmesi aşamasında mühim bir görevi gerçekleştirmektedir (Güçlü ve Kılıç, 2019, s. 272-273).

İslami bankacılık kavramı çok eski dönemlerine dayansa da, 20. yüzyılın son çeyreğinde daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır. Katılım bankacılığı Müslüman olan kişilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılayacak finansal kuruluşlara olan ihtiyaçlardan doğmuştur (Alsu vd., 2018, s. 304).

Katılım bankalarını diğerlerinden farklı kılan önemli özellik, katılım bankalarında faiz bulunmamasıdır. Faiz sistemi yerine kâr payı sistemi bulunmaktadır. Bazı ülkelerde “Faizsiz Bankacılık” veya “İslami Bankacılık” diye isimlendirilen bankalar Türkiye’de 2005 senesine kadar özel finans kurumları ismi ile faaliyetlerini devam ettirmişlerdir. 2005 yılından sonra ise ismi değişerek “Katılım Bankacılığı” olarak yerini almıştır. Katılım bankaları şu biçimde işler: Katılım bankası ile varlık sahipleri buluşur ve buna mudarebe yani emek-sermaye birlikteliği denebilir. Türkiye’de ise kar-zarar birlikteliği olarak isimlendirilmiştir. Katılım bankaları bu yöntemle piyasadan elde ettiği varlıkları bir tüccar edasıyla işletip kar yapmayı ve kazanacağı bu karı daha önce varlıklarını paylaştığı ortaklarıyla bölüşmeyi taahhüt eder (Özkan, 2012, s. 4).

1.4.2. Dünyada Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkışı

İslam hukukuna baktığımızda faiz haramdır ve hem Kuran’ı Kerim hem de Sünnet incelendiğinde faizin kesin bir söylemle yasaklanmış olduğu görülebilmektedir. İslama göre vade farkı ile ticaret süreçleri uygun olmasına rağmen vade farkıyla kazanç elde edilmesi ve satılması yasaklanmıştır. Müslüman toplumlarda, İslam’daki bu faizle ilgili kurallara dayalı olarak dini emirlerden kaynaklı faize dayalı çalışmakta olan bankalarla iş yapmaya yanaşmayan kişiler vardır. Bu kesimlerin bulunması yüzünden faizsiz yani İslami finans ile bağlantılı arayışlar 1940’lı yıllardan beri yeşermeye başlamıştır (Yurttadur ve Demirbaş, 2017, s. 90-91).

Faizsiz finansman kuruluşlarının ortaya çıkması ile ilgili ilk söylentiler 1940’lı yıllarda ortaya çıkmıştır. Bu söylemlerle beraber ilk çalışma 1963 yılında Mısır’ın Mit Gamr köyünde kırsal bölgede hizmetlerini devam ettiren üreticileri; tefeci ve aracı gibi faktörlerden korumak hedefiyle A. M. Neccar tarafından ortaya atılmıştır (Orhan, 2020,

s. 15). 2. Dünya Savaşı'nın akabinde Alman halkının çabucak kalkınmasına Alman tasarruf bankalarının gösterdiği pozitif etkileri fark eden Neccar, fark ettiği bu bankacılık süreçlerini İslam İktisadı ve coğrafyanın gerektirdiği kültürel değerlerle harmanlayıp Mısır'da yürürlüğe sokmuştur. Almanya başlangıçta A. M. Neccar'a yardımcı olmuştur. Daha sonrasında ortaya koymaya çalıştığı sistemi görmüş ve desteklerini kesmiştir. Almanya'nın yardımlarını yarıda kesmesi sonrasında ilk faizsiz bankacılık adımları 4 sene boyunca sürmüştür fakat 1967 senesinde bu çalışmalara nokta koyulmuştur. Yapılan birinci girişim faizsiz bankacılık yani İslami bankacılık sistemiyle ilgili yeni çalışmaların öncüsü olmuş ve farklı bankaların kurulmasına sebep olmuştur (Ece, 2011, s. 3-4).

A. M. Neccar'ın çalışmalarından esinlenilerek modern yapıya en benzer şekilde oluşturulmuş İslam Bankaları'nın ilk örneği, Kahire'de 1971 yılında kurulmuş olan Sosyal Nasır Bankası'dır (Şener, 1983, s. 44).

1974 yılında Cidde'de kurulan fakat 1975 senesinde zor bir şekilde aktifliğe geçebilen ve hala faaliyetlerini sürdürmekte olan İslam Kalkınma Bankası'nın devamında dünya çapında birçok faizsiz banka kurulmuştur. Malezya İslami Bankacılık konusunda başı çeken ülke olarak tarihte yerini almıştır. Klasik bankacılıkla beraber ilerleyen faizsiz bankacılık, 2012'de bankacılık sektörünün %20'sine kadar ulaşmıştır. Faizsiz bankacılık sektöründe İran'da da sektöre katılan kuruluşlar İslami finans kurallarına göre inşa edilmiştir. Tüm ülkelerde bulunan İslami finans varlıklarının %40 civarının İran'da tutulduğu söylentiler arasındadır. Bütün dünyada faaliyet gösteren İslami bankaların en fazla işlem hacmine sahip olan 10 bankasından 7 tanesi İran'dadır (Mutlu, 2020, s. 25-26).

1.4.2.1. Dünya'da Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkmasındaki Sebepler

Katılım bankacılığının ortaya çıkmasındaki sebepleri 3 farklı biçimde inceleyebiliriz. Bunlar; dini sebepler, ekonomik sebepler ve sosyal sebeplerdir. Ama bundan önce katılım bankacılığının dayanmış olduğu ilkelere bakmamız gerekmektedir. Bu ilkeler şöyledir (Tuncay, 2018, s. 163);

- Katılım bankacılığında faiz haramdır ve bu sebepten dolayı da katılım bankaları sektörel risklere maruz kalılabilecek sözleşmeleri kullanma ve bunların karşılığında da etkin bir risk yönetimi sunmalıdırlar.

- Katılım bankacılığında müşteriler hem kara hem de zarara ortak olurlar. Bu durum da çok fazla kar ve zararın önüne geçmektedir.
- Spekülasyon ve belirsizlik yasaklanmıştır. Tüm riskler açık olarak bildirilmekte ve şartlar açıkça paylaşılmaktadır.
- İslami bankacılık işlemlerinin aktiflere dayalı olması gereklidir ve bundan dolayı da katılım bankaları reel ekonomiye bağlıdırlar.

1.4.2.1.1. Dini Sebepler

İslami bankacılığın ortaya çıkmasındaki en önemli nedenlerden biri dini nedenlerdir. İslam dininde faiz açıkça yasaklanmıştır yani haramdır. Bakara Suresi'nin 278, 279 ve 280. Ayetlerinde “*Ey iman edenler! Allah'tan sakının, inanmışsanız, faizden arta kalmış hesaptan vazgeçin. Böyle yapmazsanız bunun Allah'a ve peygamberine açılmış bir savaş olduğunu bilin. Eğer tövbe ederseniz sermayeniz sizindir. Böylece haksızlık etmemiş ve haksızlığa uğramamış olursunuz. Borçlu darda ise eli genişleyinceye kadar beklemelidir.*” ifadelerine yer verilmektedir. Bu ayetten de anlaşılacağı gibi İslam dinine göre faiz tamamen haramdır (S. Yüksel, 2016, s. 157).

Muhafazakar kesim, inançlarına bağlılıklarından dolayı klasik bankalarla bir işlem yapmazken, bu kesimin tasarrufları ekonomiden ayrı kalmaktadır. Bu tasarrufların ekonomiye katılması demek, köşede duran önemli boyuttaki bir sermayeyi piyasa içerisine sokmak demektir. Toplum içerisindeki bu muhafazakar taraf yurt içinde veya yurt dışında altın, döviz gibi gayrimenkul biçiminde bekleterek üretim kısmına katılmayan kaynakları, bu kesime uygun bir bankacılık sistemi ile üretim sürecinin içerisine alınmıştır. İslam ülkelerindeki Müslüman alimler, dini inançlarının emirlerine göre muhafazakar kesime de hitap edebilecek biçimde faizsiz çalışan bankalar oluşturmuşlardır ve sonunda da İslami Bankacılık ortaya çıkmıştır. Ancak katılım bankalarının bir ülkede temel fonksiyonlarını yerine getirmesi o ülkede faizin tamamen yasaklanması ve bunun ihlalinde bir ceza konmasını gerektirir. Bu ise ülkemizde geçerli olmadığından Katılım Bankacılığı da tam anlamıyla etkisini gösterememektedir. (Dinçer, 2016, s. 4).

1.4.2.1.2. Ekonomik Sebepler

İslam bankacılığı kavramının meydana gelmesini sağlayan ekonomik sebeplerden biri: İslam ülkelerinin kendi sınırları içerisinde elde edilmiş olan petrol kazançlarıdır. 1970'li yıllarda Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC) birliğinin petrol ücretlerini yükseltmesiyle beraber petrol ihracatında bulunan İslam ülkelerinin kazançları yükselmiştir. Bu yükselen gelirlerle birlikte İslami ülkelerin kalkınma ve

gelişmesinde bir yükselme olmamıştır. Bunun nedeni, kaynakların batılı ülkelere doğru akmasından dolayıdır. Bu yükselen ücretler ülkedeki gelir dağılımını negatif yönde etkilemiş ve ikili bir ekonomik yapının meydana gelmesine sebep olmuştur. Süre içerisinde İslam ülkeleri bu eksikliklerini görmüş ve ekonomik amaçlı çözümler bulmaya çalışmışlardır (Özsoy, 1997, s. 98).

İslam ülkeleri içerisinde petrol zenginliklerini elinde bulunduranların yanında petrol kazancı yüksek olmayan fakat doğal kaynaklar ve insan gücü açısından bollukta olan devletler de vardır. Yeterli boyutlarda finansmanı elinde olmayan bu devletler, çok olan üretim faktörlerinden faydalanamadıklarından dolayı ilerleyip gelişememişlerdir. Sermayeyi elinde bulunduran ve sermaye eksikliği olan İslam ülkelerinin uygulayacakları anlaşmalarla tüm taraflar açısından da güzel sonuçlar elde edileceği gibi düşünceler bulunmaktadır. Bu mevcut düşünce İslam bankalarının kurulma sebeplerinden biridir. İslam bankacılığının kurulmasındaki ekonomik nedenlerden diğeri ise; ticari bankaların çoğunun kısa vadeli krediler oluşturmasıdır. Ancak, gelişmelerini sürdürebilmek amacıyla olan İslam devletleri için daha uzun vadeli krediler gerekmektedir. Bu gibi durumlarla beraber de İslam bankacılığı kavramı meydana gelmiştir. Çünkü, İslami bankacılık gelişme sürecindeki projeleri destekleme yönünde adımlar atmaktadır. Klasik faizli sistemde bankalar kredi verdikleri firmaların faaliyetleriyle yani ne yaptıklarıyla ilgilenmezler. Klasik bankalar için öncelik kendi kârlarıdır. İslami Bankacılık'da ise durum ortaklık ilkesine dayandığı için fonlar denetlenmektedir (Tuhan, 2014, s. 31-32).

1.4.2.1.3. Sosyal Sebepler

Sosyal sebepler, İslami bankaların kurulmasındaki önemli nedenlerden biridir. Toplumlar bireylerden meydana gelir ve bu yüzden bireylerin sahip oldukları tasarruflar eşit olmadığından dolayı ekonomik sınıflar meydana gelmektedir. Bir toplumda yerleşik olan huzur ve barış bu farklı sınıflara ait kişiler arasında iyi ilişkilerin oluşturulmasına ve bunların sürdürülebilmesine imkân tanıyarak ekonomik sınıflar arasındaki mevcut olan farkı yok edebilir. Bu aşamada faizsiz bankacılık devreye girerek insanlar arasındaki bu farkı en aza indirecek şekilde sermayenin reel ekonomiyi baz alarak değerlendirilmesi neticesinde bireylere kolaylıklar sağlayarak istihdam alanları oluşturmakta ve üretim sektörünü canlandırmayı hedeflemektedir. Bu gibi nedenlerden dolayı faizsiz bankacılık, toplumsal bütünlüğün sağlanmasında yardımcı olmaktadır. İslami bankalar dinin yasaklamış olduğu yani haram kıldığı durumlar dışında (domuz eti, uyuşturucu, alkol vb.) müşterilerine fon kullanarak toplumda düzeni sağlayan ve sınıfsal farklılıkları ortadan kaldırmaya etkileri olan bir finans sistemidir (Özkan, 2012, s. 9).

Farklı bir kaynakta ise katılım bankacılığı sisteminin ortaya çıkması şu biçimde anlatılmıştır; az gelişmiş olan İslam ülkelerindeki fakirliği düşürebilecek, refahı arttırabilecek ve sermayeyi emek ile entegre ederek sistem içerisine dahil edebilmek amacıyla ortaya konulmuş bir araçtır. Bu sistem şu biçimde işlemektedir; sermayeyi ellerinde bulunduranlar, ellerindeki bu sermayeyi belirlenen oranlarda kazanç ve kayıplara paydaş bulunduğunu bilerek faizli sistemdeki gibi sadece belli bir kesimin memnun edildiği sermaye akışı bulunmamaktadır. Bu sebeple az gelişmiş İslam devletlerinde ve diğer tüm gelişmemiş devletlerde “Sosyal Devlet” düşüncesinin faizsiz bankacılık sürecinin ilerlemesine ortam oluşturduğunu söyleyebiliriz. Faizsiz Bankacılık Sistemi, İslam medeniyetinin uzun sürelerden beri çağdaş medeniyete dahil edebildiği nadir katkılardan birini temsil eder. Aynı zamanda faize karşı olan bir toplumda finansal gereksinimlerin nasıl giderilebileceğine yönelik çözüm üretmesi ile toplumun geçmişinden gelen tecrübesiyle yeni bir probleme nasıl çözüm yaratabileceğine de mühim bir misaldir (Hassan ve Lewis, 2007).

1.4.3. Katılım Bankacılığında Düzenleyici Uluslararası Kurumlar

Faizsiz bankacılık sistemi, dünya üzerinde talep görmeye başladıkça ve birçok ülkede sektörel anlamda ilerleme gösterdikçe yerel veya bölgesel olmaktan çıkmış, küresel bir hal almıştır. Buna bağlı olarak, faizsiz bankacılık üzerine küresel anlamda düzenleyici, denetleyici ve yön verici kurumlar kurulmuştur.

1.4.3.1. İslami Araştırmalar ve Eğitim Enstitüsü

1981 yılında İslam Kalkınma Bankası'nın bir bölümü olarak Suudi Arabistan'da kurulmuş ve aktifliğe başlamıştır. İslam ekonomisiyle alakalı bilgilendirme, eğitim, araştırma ve teknik destek gibi konularda faaliyette bulunmak ve katkılar sunmak için kurulmuştur. Bu enstitünün ana misyonlarını sıralamak gerekirse; İslami finans konusunda eğitimler vermek ve bu konuda sunulabilecek projelere destek sağlamak, talepte bulunan ülke ve kurumlara İslam ekonomisi hakkında danışmanlık yapmak, ihtiyaca yönelik değişen finans sisteminde yeni faizsiz finansal ürünler üretmek ve bunları finanse etmek olarak açıklanabilir (IRTI, 2021).

1.4.3.2. İslam Kalkınma Bankası

Birçok faizsiz bankacılık etkinliği yürütülen ülkenin ekonomiden sorumlu bakanlarının bir araya geldiği görüşmede İslam Kalkınma Bankası'nın kurulmasında karar kılınmıştır. Ülkelerin temel hedefleri, ekonomik açıdan geri kalmış Müslüman ülkelerin

ve diğerk ülkelerdeki Müslüman topluluğun İslami finansman imkanları dahilinde ekonomik ve sosyal ilerlemesini sağlamaktır. İslam Kalkınma Bankası, 20 Ekim 1975'te resmi olarak faaliyetlerine başlamıştır. Bu bankanın merkezi, Suudi Arabistan'ın bir şehir olan Cidde'dedir. İslam Kalkınma Bankası'nda şu an 57 ülke üye konumundadır. 2019 verilerine göre ise bu bankada en yüksek sermaye oranına sahip ülke %23,50 ile Suudi Arabistan'dır. Bu bankanın kurucu üyelerinden biri olan Türkiye, %6,45 sermaye payı ile 9. sırada bulunmaktadır (Meenai, 2009, s. 8).

1.4.3.3. Uluslararası İslami Finans Piyasası

Uluslararası İslami Finans Piyasası, 2002'de Bahreyn Krallığı'nın sunduğu kraliyet kararnamesiyle merkezi Bahreyn'de olmak üzere kâr hedefi taşımayan ve özerk bir altyapı geliştirme kuruluşudur. Uluslararası İslami Finans Piyasası; Bahreyn, Malezya, Endonezya, Brunei, Sudan, Pakistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve İslam Kalkınma bankası gibi sürekli üyelerin ortaklığı ile meydana gelmiştir. Aynı zamanda Dubai Uluslararası Finans Merkezi Kurumu ve Pakistan Devlet Bankası gibi finans sektöründe etkin olarak bulunan birçok uluslararası ve ulusal kurum tarafından destek görmektedir (IIFM, 2021).

1.4.3.4. İslami Finans Kurumu Muhasebe ve Denetimi Örgütü

Bu kurum 1991 yılında Bahreyn'de kurulmuştur. Faizsiz bankacılık hizmeti sunan finans kurumları için denetleme, muhasebe ve etik kurallarını hazırlayan bağımsız bir uluslararası kuruluştur. Kurumun hedefi; uluslararası ölçekte İslami finans uygulamalarının İslami şartlar bütününde raporlanması ve uyumlaştırılmasıdır. Kurum aracılığıyla çıkarılan kuralları uygulayan finans kurumlarının uygunluğunun denetiminin yapılabilmesi ve belirlenen hedef amacıyla düzenli seminerler, konferanslar organize edip yayınlar yapılması da misyonlar arasındadır (Hassan ve Lewis, 2007, s. 306).

1.4.3.5. İslami Uluslararası Derecelendirme Ajansı

Merkezi Bahreyn'de olan İslami Uluslararası Derecelendirme Ajansı, 2005'te İslam Kalkınma Bankası'nın ortaya çıkardığı bir alt kurumdur. İslami finans şartlarına uyumlu alanlarda işlem yapan bankalar açısından değerlendirmelerde bulunur ve bu değerlendirmeler müşteriler ve yatırımcılar tarafından karar alma aşamasında önem kazanmaktadır. Ayrıca islam ülkelerinde eğitim alanında çeşitli faaliyetler organize etmektedir. Bu eğitimlerde İslami finans kavramının yeni pazarlara tanıtılması ve daha derin bir anlayışa sahip olunması hedeflenmektedir (Eid ve Asutay, 2019, s. 23)

1.5. Katılım Bankacılığının Temel Özellikleri

Günümüzde İslami bankacılık hızla büyümeye devam etmektedir. Bazı noktalarda geleneksel bankacılık ile kıyaslandığında mevcut piyasalara ve iş uygulamalarına göre uyumsuz görünmesine rağmen, dünyada gördüğü ilgi gittikçe artmaktadır. Özellikle son 20 yıl içerisinde beklenmedik derecede hızlı büyüme ve genişleme göstermiştir. En hızlı ilerlemelerini gösterdiği 2012 yılında piyasa hacmi olarak dünyada 1.460 milyar dolar hacme ulaşmıştır. Aynı zamanda 50'den fazla ülkede faaliyet göstermektedir. En çok talep gördüğü bölge ise Müslüman çoğunluğun da en çok bulunduğu bölge olan Orta Doğu bölgesidir. Dünya genelindeki büyüklüğünün %74'ü Orta Doğu kaynaklıdır. Bu noktada da Orta Doğu bölgesi için İslami finansın merkezi denilebilir (Hanif, 2010, s. 1).

Katılım bankacılığının en çok ilgi gördüğü ülkelerden biri olan Pakistan'da İslami bankacılık, 2004 ve 2014 yılları arasında yıllık ortalama %63 büyüme hızına ulaşmıştır. Bu hızlı büyüme hızına rağmen günümüzde hala bebek aşamasında görülmektedir. Fakat, bu durumların yanında İslami bankacılık çok önemli üç zorlukla karşı karşıyadır. Bunlardan birincisi, Müslüman kesimin çoğunlukta olduğu toplumlarda da kişilerin kazanç bekliyor olmasıdır. Fakat bu noktada Şeriat'ın getirdiği kısıtlamalar engel olabilmektedir. İkincisi, sistemin günümüz sektörlerinin ihtiyaçlarını karşılayıp karşılayamayacağı sorusunun hala soruluyor olmasıdır. Üçüncüsü ise insanların bankacılık sektörüne olan güvensizlikleriyle alakalıdır. Bazı kesimler Katılım bankacılığının, İslam dinini sadece bir kılıf olarak kullandığını düşünmektedir. Bu noktada da Katılım bankaları ile geleneksel bankaların arasındaki farklar önce çıkmaktadır (Hanif, 2010, s. 4).

1.5.1. Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Arasındaki Farklılıklar

Katılım bankacılığının kapsayıcı ilkesi, her türlü faizin yasaklanmasıdır. İslami finans modeli, risk paylaşımı temelinde çalışır. Finansal sermaye sağlayıcısı ve girişimci, kâr payı karşılığında iş riskini paylaşır ve bu risk yönetimini etkiler. Bununla birlikte, İslami bankalardaki kar paylaşımının biçimlerinin temeli, bu kurumların karşı karşıya olduğu risklerin doğasını değiştirmektir. İslami finans, kâr ve risk paylaşımı kavramına ve faiz kavramından kaçınmaya dayanmaktadır. Bu, finansman sağlayıcının anapara ve dönemsel dağıtımların tamamını otomatik olarak ödemeye yetkili olmadığı, ancak bu riskin borçlu ile birlikte finansman sağlayıcı tarafından üstlenilmesi gerektiği anlamına gelir. Bu, İslami bir bankanın risk profilini değerlendirirken dikkate alınması gereken bir dizi mülahaza ile sonuçlanan yoğun/batılı kredi verme kavramıyla çelişmektedir (Eid ve Asutay, 2019, s. 32).

Geleneksel bankacılık ile Katılım bankacılığı arasındaki temel farklar şunlardır (Akkizidis ve Khandelwal, 2007, s. 3) :

- Geleneksel bankalar genel olarak faiz oranına bağlı olarak işlem yaparlar, Katılım bankalarında ise faiz yasaktır.
- Bu durum geleneksel bankalarda finansal faaliyetleri kolaylaştırırken, Katılım bankalarında finansal faaliyetlere ek olarak sosyal ve ekonomik faaliyetleri de kolaylaştırmaktadır.
- Geleneksel bankalar yapılandırılmış ve resmileştirilmiş bir durumdayken, Katılım bankaları ise hala yapılandırılmamış ve birçok yönden gayri resmi durumdadır.
- Geleneksel bankalarda ahlaki boyut sınırlı durumdadır fakat Katılım bankaları ahlaki açıdan daha güçlü değerlere sahiptir.
- Geleneksel bankalar ileri derecede gelişmiş durumlardır fakat Katılım bankaları henüz hala gelişme aşamasında olan bankalardır.
- Geleneksel bankalar, menkul kıymetler açısından güçlü ve gelişmiş ikincil piyasalara sahiptir fakat Katılım bankaları ikincil piyasalara sahip değillerdir.
- Geleneksel bankalar finansal kiralama ve leasing yapamazken, Katılım bankaları finansal kiralama ve leasing yapabilirler.
- Geleneksel bankalarda ticareti yapılan şey parayken, Katılım bankalarında ticareti yapılan şey üründür.
- Geleneksel bankalar mantık olarak borç verme işleminden para kazanırken, Katılım bankaları ticaret yaparak para kazanmaktadır.
- Katılım bankacılığında sistem ortaklık türüne dayanırken, geleneksel bankalarda sistem kredi/borç sistemine dayanmaktadır.

1.5.2. Geleneksel Bankacılık İle Katılım Bankacılığı Arasındaki Benzerlikler

Geleneksel bankalar ile Katılım bankaları arasındaki benzerliklere de değinmek gerekirse;

- Kurumlar vergisi, damga vergisi ve gelir vergisine konu olan etkinliklerinden dolayı bu iki bankacılık türü de devlete vergi vermelidir.
- Katılım bankaları da geleneksel bankalar gibi yönetim kurulu, denetleme kurulu ve genel müdür şeklinde yönetim kadrosuna sahip olmalıdır.
- Katılım bankalarının ve geleneksel bankalarının kurulması ve faaliyete geçebilmesi için Bankalar Kurulu'ndan izin almaları şarttır.

- Bu bankaların her ikisi de devlete karşı benzer seviyede bağımlı ve sorumlu şekildedirler (Hanif, 2010, s. 10).

1.5.3. Katılım Bankaları İle Merkez Bankası Arasındaki İlişkiler

İlk ortaya çıkışı 1960'lı yıllara dayanan İslami finans kuruluşları, 70'li dönemlerde Arap devletlerinde meydana gelen gelir artışı ile aramakta olduğu maddi kaynağı bulmuş ve uluslararası alanda hızla yer almaya başlamıştır. Günümüzde hala gelişmesini devam ettiren katılım bankaları Kuveyt, Malezya, Türkiye, Bahreyn gibi Müslüman ülkelerin yanında, Almanya ve İngiltere gibi dini yapısı farklı olan ülkelerde de faaliyetlerini sürdürmektedir (IFDI, 2021, s. 14-15).

Katılım bankaları coğrafi genişlemesini sürdürürken önemli bir konu Katılım bankaları ile merkez bankası arasındaki ilişkilerin biçimidir. Aşağıda Katılım bankaları ile merkez bankası arasındaki ilişkiler katılım bankacılığı alanında en mühim gelişmelere imza atan Malezya'nın merkez bankacılık sistemi örneğinde incelenecektir.

1.5.3.1. Malezya Merkez Bankası

Orijinal adıyla Bank Negara Malaysia yani Malezya Merkez Bankası, 26 Ocak 1959'da kurulmuştur. Bu bankanın ilk hedefi, parasal ve finansal sürekliliği destekleyerek, Malezya ekonomisinin devamlılık içerisinde büyümesi için uygun bir ortam yaratmaktır (Bank Negara Malaysia, 2021).

Malezya'daki Katılım bankacılığının kurulması, merkez bankasının kurulması kadar eski dönemlere dayanmaktadır. 1980'li yıllarda "Bank Islam Malaysia Berhad" adıyla kurulmuş olan bu banka İslami finansın ülkedeki ilk yenilikçi örneği olarak görülmektedir. Bugün itibarıyla Malezya, İslami finans sektöründe dünya düzeyinde %26,5'lik pay ile dünyanın en büyük İslami finans kuruluşlarının bulunduğu devlettir (IFSB, 2019, s. 11).

Malezya Merkez Bankası'nın Katılım bankaları ile ilişkileri geleneksel bankacılık teorileri çerçevesinde şekillense de, İslami finans kuruluşlarının kaynak problemini giderebilmek hedefiyle, merkez bankacılığı sistemini iki farklı biçimde organize etmiştir. Bunlardan birincisi "İslami Bankalar Arası Para Piyasası", ikincisi ise "İslami para piyasası araçlarının ticaretinin yapılabileceği ürünler" olarak belirtilebilir. İslami

para piyasası araçları ile alakalı olarak söyleyeceğimiz şeyler genel olarak tüm dünyadaki Katılım bankalarının fon kullandırma ve fon toplama yöntemlerine benzemektedir. Fakat “İslami Bankalar Arası Para Piyasası” bu açıdan diğer örneklerine göre farklıdır (Dali ve Ismail, 2006, s. 197).

1.5.3.1.1. Malezya İslami Bankalar Arası Para Piyasası

1983 ve 1993 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte Malezya’da aktiflik göstermekte olan tek Katılım bankası Bank Islam Malaysia Berhad olmuştur. Be sebepten, bu Katılım bankasının yararlanabileceği herhangi bir faizsiz bankalar arası para piyasası ortaya çıkmamıştır. Bu dönem süresince Bank Islam Malaysia Berhad’ın yaşamakta olduğu kaynak problemlerini Malezya Merkez Bankası’nın ihraç ettiği “Devlet Yatırım Sertifikaları” (Government Investment Issue) ile beraber bir çözüme kavuşturulmaya çalışılmıştır (Alam ve Rivzi, 2016, s. 68). Bu dönemde ortaya çıkan sıkıntılar sebebiyle, 1994 yılında İslami Bankalar Arası Para Piyasası faaliyete geçmiştir.

İslami bankalar genelde bu piyasaya günlük kaynak ihtiyaçlarını gidermek için başvurmaktadır. Fakat, bu piyasa yapı olarak her ne kadar İslami bankaların gereksinimlerini karşılamaya yönelik bir piyasa olsa da içerisinde sunulmakta olan ürünler geleneksel bankaların da yararlanabileceği ürünlerdir. Bu açıdan, geleneksel bankalar İslami para piyasasından ihtiyaç duydukları menkul kıymeti alıp faydalanabilmektedirler. Ayrıca bu piyasa sadece Katılım bankalarının likidite problemlerine yönelik oluşturulmuş bir piyasa değildir. Diğer yandan da Malezya Merkez Bankası’ndan aldığı yetki bağlamında İslami finans kuruluşlarının denetlenmesi ve düzenlenmesinden de mesuldür (Bacha, 2008, s. 6).

2. BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞINDA TİCARİ İŞLEMLER, FON KAYNAKLARI VE KULLANIMI

2.1. Katılım Bankacılığında Temel Finansman Modelleri

Katılım bankacılığında üç temel finansman modeli bulunmaktadır. Murabaha finansman modeli, mudaraba ve muşaraka finansman modeli ve icara finansman modelidir.

2.1.1. Murabaha Finansman Modeli

Bu finansman modeline göre Katılım bankaları peşin bir şekilde alım, vadeli bir şekilde de satım anlamına gelen murabaha modeliyle girdi edinerek ürün akışı gerçekleştirir. Bu şekilde ürün veya hizmet üreticisi kazandığı girdiyi üretim veya hizmet basamaklarına dahil eder. Bu durum vade farkında konu olmaktadır. Vade farkı temelde enflasyonla birlikte hareket eden bir değerdir. Ekonomilerde enflasyondan olumlu veya olumsuz yönde etki görmekte olan bir diğer değer ise faiz olmaktadır. Bu iki değer temeli sebebiyle küresel açıdan birçok farklı değişkenden etkilenebilmektedir (Hanif, 2014, s. 169).

Murabaha finansmanının talep açısından piyasada bulunan vade farkı değerinden daha alt düzeyde masraflı bir değer arayışı bulunmaktadır. Bu finansman modelinde sunulmakta olan vade farkı, piyasada sunulan vade farkından az bir ederdeyse işlem uygulanır. Murabaha, bu yararıyla sektörlerdeki rekabetçi özelliği ile enflasyonla mücadele edebilecek bir sistemdedir. Yani bu modele piyasa etkinliğini olumlu yönde etkiler diyebilmekteyiz. Ayrıca bu yönden baktığımızda da ekonomiye katkı sağlamaktadır. Çoğu merkez bankasının amaç edindiği ücret istikrarı hedefine uygun görev görmektedirler (Ahroum vd., 2020, s. 202).

2.1.2. Mudaraba ve Muşaraka Finansman Modeli

Bu model, sermaye biçimindeki faizsiz kaynak modelleridir. Mudaraba fon edinme sistemi şeklinde kullandığı gibi, fon kullandırma sistemi biçiminde de önemlidir. Emek sermaye ortaklığı olarak bilinmekte olan mudaraba finansmanında işleme tabii olan

proje ile ilişkili olarak bir taraf yalnızca emek diğer taraf ise yalnızca sermaye sağlamaktadır. Muşaraka ise kar-zarar ortaklığı olarak açıklanabilir. Mudarabadan farklı olarak işlemin her iki tarafı da sermaye sağlamaktadırlar. Bununla beraber tüm taraflar sermaye sağladığı gibi yine iki taraf da emek sağlayabilir. Bu iki finansman türü arasındaki fark bundan oluşmaktadır (Dinc, 2017, s. 25).

Mudaraba ve Muşaraka güncel yatırımlar ve zanaat işleri açısından mühim birer finansman modelidirler. Bu açıdan baktığımızda girişimci finansmanı konusunda ekonomik fayda sağlar. Bununla beraber ortaklık kültürünün geliştirilebilmesinde de bu model, Katılım bankacılığı sisteminde çok önemli bir yere sahiptir. Geleneksel bankalar bu tarz konularda çözüm bulmaktan uzak olmakla beraber, mudaraba ve muşaraka modeli bankacılık sistemi ile sermaye piyasalarının fonksiyonunu bir araya getirir. Bu yönden değerlendirdiğimizde, bu faizsiz bankacılık modeli, para piyasası içerisinde olan bankacılık sistemini değiştirerek para ve sermaye piyasaları içerisinde denge oluşturur. Böylelikle de sermaye piyasaları açısından bir başka tercih yolu üreterek rekabeti oluşturmaktadır (Amer vd., 2014, s. 102).

2.1.3. İcara Finansman Modeli

Son bahsedeceğimiz temel finansman modellerinden bir diğeri de “İcara” modelidir. Finansal kiralama amacıyla yürütülen bu finansman biçimi hak devri şeklinde meydana gelir. Buna göre faizsiz finansal kuruluş sahipliğindeki bir malın zilyetliğini devrederek kira kazancına sahip olur. Sıklıkla üretim aşamalarına katılan makine, toprak ve bina olarak örnek verebileceğimiz bu unsurların icara finansmanı tarafından kapsama alındığı görülmektedir (Aggarwal ve Yousef, 2000, s. 96).

2.2. Katılım Bankacılığında Fon Kaynakları ve Fon Kullanırma Araçları

Katılım bankalarını temelde bütün farklı bankalardan yani finans kurumlarından ayıran yer faaliyetleridir. Bu sebepten dolayı katılım bankalarının işlemlerinin faizsiz yapılması gereklidir. Doğal olarak bu durum da katılım bankalarının, faizli çalışan diğer bankaların kullandığı araçların bazılarını kullanamaması demektir. Bu sebepten de farklı faaliyetler daha çok önem kazanmıştır. Katılım bankalarının dinin yasakladığı faaliyetlerde bulunan, genel ahlaka ters ve topluma negatif yönde etki verecek faaliyette olan işletmelerle iş yapmaları ve bu işletmeleri desteklemeleri uygun değildir (Özulucan ve Deran, 2009, s. 89).

2.2.1. Fon Kaynakları

Katılım bankalarının esas fon toplama kaynakları özel cari hesaplar ve katılma hesaplarıdır.

2.2.1.1. Özel Cari Hesaplar

Özel cari hesaplar, katılım bankaları tarafından açılabilen ve isteğe bağlı olarak geri çekebilme özelliğini barındıran ve buna karşılık hesabın yöneticisine herhangi bir kazanç sağlamayan vadesiz mevduat hesaplarıdır denebilir (Tosun, 2000, s. 180).

Bu açıklamaya bakarak özel cari hesaplar kazanç ödemesi yapmayan, bir çeşit vadesiz mevduat hesabına karşılık gösterilebilir. Fakat vadesiz mevduat hesaplarında az miktarda da olsa bir faiz getirisi varken özel cari hesap, bankalarla beraber hesabın maliki arasında bir alacak-verecek ilişkisi ortaya çıkarır. Katılım bankası, bahsettiğimiz hesaplara yerleştirilen tasarrufları işletir ve bundan kar yapar. Bu hesapların işletilmesi sırasında fonlarla ilgili olumsuz bir durum oluşmasında, katılım bankası hesabın malikine borcunu takdim eder. Yani özel cari hesabın çalıştırılmasından ortaya çıkan kazanç ya da kayıp katılım bankasındır (Aktepe, 2010, s. 72).

2.2.1.2. Katılma Hesapları

Katılma hesapları BDDK'nın hazırlamış olduğu yönetmelikte şu biçimde tanımlanır; "Katılım bankalarına TL ve döviz biçiminden unvana yazılı biçimde 'kazanç ve kayıplara katılma cüzdanı' mukabilinde yerleştirilen fonların bu kuruluşlarca kullandırılmasından ortaya çıkacak kazanç veya kayıplara katılma sonucu veren, mukabilinde hesap malikine en başta konuşulmuş faiz, kazanç ve değişik bir unvan altında bir kazanç verilmeyen ve en başta yatırılan sermayenin tamamıyla geri ödenmesi garanti olmayan fonların meydana getirdiği hesapları ifade eder." (Resmi Gazete, 2001, s. 24529).

Katılım bankalarında bulunan hesapların tasarruflarını kazanç ve kayıpların bölünmesi amacına göre kullanılarak, yatırıma ve ticari etkinliklere yönlendirme talep eden kişiler ve kurumlar aracılığıyla seçilen hesaplardır. Katılma hesaplarında başlangıç sermayesi garantisi olmaması, bu hesapların bir çeşit risk sermayesi şeklinde de isimlendirilmesine sebep olmaktadır. Katılım hesaplarına dahil olarak dönemsel kazanç payı ödemeli hesap oluşturulabildiği gibi, süresi en az 5 sene olacak birikimli hesaplar ve tekrar katılım bankalarına özel olan ayarlı bir projenin karşılanması sebebiyle net bir süre barındırmayan, özel fon birikimleri de oluşturulabilmektedir (Tunç, 2010, s. 191).

Katılım bankalarından alacakları olan üçüncü şahısların, sadece kurumun sahip olduğu anapara, ihtiyat ve dağıtılmamış kazançlar tarafında talep hakları bulunmaktadır. Ödeme yapılacak kişilerin katılım hesaplarında birikmekte olan fonlardan talep hakkı bulunmamaktadır. Katılım hesaplarının piyasada kullanılmasından ortaya çıkabilecek bütün harcamalar katılım bankası bünyesinde karşılanmaktadır ve bu hesapların işletilmesinden ortaya çıkacak kazanç ya da kayıplardan katılım bankası tarafından alınacak pay yüzde 20'den fazla olmamaktadır. Katılım bankasının tespit ettiği oranın, %20'lik marjda kalma şartıyla değiştirilebilmesi T.C. Merkez Bankası'nın vereceği izne bağlıdır (Tunay, 2005, s. 334).

2.2.2. Fon Kullandırma Araçları

Özel cari hesaplar ve katılma hesapları ile müşterilerinden fon toplamakta olan katılım bankalarının fon kullandırma araçları, mudaraba, muşaraka, murabaha, muzaraa, mugarese, musakat, icara, iktina, selem, joala, istisna, puan sistemi, tavarruk, komodite, karz-ı hasen, sukuk ve tekafül başlıkları ile incelenecektir.

2.2.2.1. Mudaraba

İslam hukukuna baktığımızda Mudaraba; bir ticaret amacıyla sermaye sahibi ile sermayeyi işletecek olan taraflar arasında yapılan bir akitir (Es-Sadr, 1993, s. 33).

Mudaraba, taraflardan birinin emeği, diğer tarafın ise sermayeyi karşıladığı, karın daha öncesinde belirlenen oranlara göre pay edildiği, zarar etme gibi bir durum ortaya çıktığında ve zararda işi idare etmekte olanın bir hatası olmadığı durumda, zararın sermayeyi sağlayanlarca karşılandığı bir modeldir (Ahmad, 1980, s. 4). Fakat diğer bir durumda ise yani zararın ortaya çıkmasında emeğini ortaya koyanın kasıt ya da hatası varsa bu zarar kendisinden kesilmektedir. Bu yolla katılım bankası zarar olasılıklarını yok etme hedefiyle ihtiyaç duyulan önlemleri alabilir. Mudaraba yöntemi, sektöre yeni dahil olan, yetenekli ama ekonomik açıdan güçlü olmayan girişimcilerden faydalanabilme hedefine en uygun yoldur (Yılmaz, 2010, s. 15).

Murabaha sürecinde katılım bankası ile beraber fon gereksinimi duyan müşteri veya kuruluş, aralarındaki kontrata uygun olarak bankanın kesin bir hasılat edinmesi faizle karışmasına neden olsa bile murabaha sürecinde direkt olarak mal ticareti yapmakta ve bu ticareten kazandığı kazancı da ticari kazanç olarak görülmektedir. Murabaha anlaşmasında aşağıdaki nitelikler bulunmalıdır;

- Fon gereksinimi duyan müşteri fonlanan ürünün ihtiyaç duyulan nitelikte bulunmaması durumunda ürünü geri verme hakkına sahiptir. Bu madde fon gereksinimi giderilen kişinin ürünü görüş ihtimalinin bulunmadığı ve banka aracılığıyla tedarik edildiği ürünler için uygulanmaktadır.
- Banka ürün ediniminde ortaya çıkabilecek yüksek giderleri evvelden ortaya koymalıdır. Fon gereksinimi sahibinin koşullarına dayalı olarak ürünü sağlar.
- Banka ürün masraflarını ve ilişkili olan tüm harcamaların ayrıntılarını satış bedelinde ekstra belirtmelidir.
- Müşteri, murabaha kontratında ürünü satın alacağını bildirir; ancak ithal edilen ürünün gümrükten teslim alınması müşteriden istenmemelidir. Bu madde ile müşterinin fazladan maliyet masrafını ve ihracat işlemleri ile zaman kaybetmesine mani olur.
- Ürün müşteriye teslim olana kadar banka ürün üzerinde hak sahibi konumundadır.
- İthal ürünlerde gümrük ve yükümlülükler geçerli ülkelerde katılım bankasının kazancı ürünün satın alındığı değer dahil olarak belirtilmektedir. Bu kullanım ise ürünün değerini müşteri için yükseltmektedir. Bu nedenden dolayı gümrüğe uygun devletlerinin ürünlerin ithalatında murabaha işlemleri istenilen seviyede değildir (Gait ve Worthington, 2009).

2.2.2.2. *Muşaraka*

Muşaraka hem sermaye hem de emeğin faal olarak belirtildiği bütünüyle bir ortaklıktır. Faizsiz bankacılık sisteminin, kazançlı gördüğü farklı sektörlerde etkinlik gösteren teşebbüslere katılım bankasının kişisel sermayesi ile katılmasıdır. Yani bir yandan öz sermaye iştiraki diyebiliriz. Mudarabadan daha farklı olarak sermaye bütün taraflar tarafından sağlanmakta ve yönetime de bütün taraflar katılmaktadır (Bulut ve Er, 2009, s. 28). Kar ve zararın paylaşımını hedef alan bu yöntemde iki taraf da kazanca ortak olduğu gibi kayıplara da ortak olmak zorundadır. Kazanç paylaşımı herhangi bir tarafa belli bir kazanç belirlenmeden, daha öncesinde belirlenmiş oran ile yapılmaktayken, zarar paylaşımı sermaye göz önüne alınarak yapılmaktadır (Parlakkaya ve Çürük, 2011, s. 398).

2.2.2.3. *Murabaha*

Murabaha, katılım bankacılığının en fazla kazandıran fon kullandırma yöntemlerinden biri şeklinde görülmektedir. Bu ürünün Türkiye'deki tabiri kurumsal finansman desteğidir. Murabahada uygulanan işlemlerin temelinde ticari bir ürün, hak ya da hizmetin alım satımı veya herhangi bir yatırım etkinliğinin gereksinim duyduğu mal veya hizmetin temini bulunmaktadır. Bu amaçla banka, müşterisinin gereksinimi olan

mal veya hizmeti müşterisi için satıcısından nakit olarak alır ve buna ek yapacağı bir miktar kazanç ile vadeli olarak alıcısına satar (Tunç, 2010, s. 135).

Murabaha sanayi ve ticaret işletmelerinin makine, hammadde ve teçhizat gibi her şekilde işletme malzeme ihtiyaçlarının faizsiz banka tarafından iç ya da dış piyasadan karşılanıp, vadeli olarak ihtiyacı olan işletmeye sunulmasıdır denilebilir (Gül vd., 2017, s. 144).

Fonksiyon olarak murabaha, klasik bankalardaki kredinin yerine geçiyormuş gibi görünüyorsa da arada gayet mühim farklılıklar bulunmaktadır. Kredide banka ile alıcı karşı karşıya gelmekteyken, murabahada satıcı, müşteri ve katılım bankası aktiftir. Kredi ödünç para verme faaliyeti iken murabaha sahici bir finansman faaliyetidir. Murabaha bir ticarettir ve kesinlikle bir alışveriş ile beraber gerçekleşmektedir. Kredinin kazancı faiz olurken, murabahanın kazancı kâr olmaktadır (Yılmaz, 2010, s. 13).

2.2.2.4. *Muzaraa, Musakat ve Mugarese*

Muhâhale veya muhâbere şeklinde de bilinen muzaraa, birinin farklı birine ait toprakları kullanarak, elde edilen malın bir bölümünde hak sahibi olmasına hak tanıyan bir sözleşmedir. Musâkat, bağ-bahçe iştiraki şeklinde de bilinmektedir ve meyve veren bitkilerin meyvelerinin pay edilebilmesi amacıyla kurulan bir iştiraktır. Mugârase ise meyve vermeyen gibi bitkilerin ekimi ve büyütülmesi adına boş saha sahibi ile yapılan sözleşmedir denilebilir (Tunç, 2010, s. 134).

2.2.2.5. *İcara ve İktina*

İcara; bir gayrimenkul ya da makinenin kiralanmasıdır. İcara kelimesi Arapça'da da kiralama anlamını taşımaktadır. Üreticinin kullanması gereken bu ürün banka tarafından sahiplenilerek, üreticiye kiralanmaktadır. Ödenecek kira miktarı genelde mal sahibinin yani bankanın, amortisman masraflarını giderdikten sonra belirli bir kazancı da içinde bulunduracak biçimde oluşturulmaktadır (Takan ve Boyacıoğlu, 2011, s. 14).

İcaraya aynı zamanda kiralama diyebiliyor olsak da aslında finansal kiralama ile aralarında ufak bir fark bulunmaktadır. Birbirlerinden farklılaştıkları en mühim kısım kiralanılan ürünün kullanılma şartı aranması durumunda değişiklik göstermektedir.

Bunun yanı sıra katılım bankalarının icara temelli işleyişinin tüm dünya tarafından leasing adıyla bilinen işlemlerden farkının olmadığı düşünülmektedir (Iqbal ve Mirakhor, 1987).

İslam hukuku tarafından, yararı kiralayan aracılığıyla kazanılan belirtilen malların kiralınması uygun bir husustur. Diğer mukavelelerin İslam ile uygunluğunda gerekli bütün faktörler, bu biçimde meydana gelen kira kontratları içerisinde yasaldır. Müteşebbis sözleşme bitiminde kiraladığı ürünün mülkiyetini de elinde bulundurmaktadır. Bu husus yapılan kontratla da ilişkilidir. Faiz bulundurmeyen finansman modeli için de çok genel şekilde kullanılan bir araçtır (Kalaycı, 2013, s. 64). Finansal kiralamanın müteşebbislere sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir.

- Müteşebbis mevcut yatırımlarda kendi öz kaynaklarını kullanmadığı için, bu kaynakları farklı durumlarda değerlendirebilir.
- Kiralama süresinin sonunda şirketi zorlamayacak ücretler ile kiralanan mal alına bilinir.
- Finansal kiralama müteşebbisler için orta ve uzun vadede finansman kaynağı sağlarken, yatırımlarda da esnek finansman kolaylığı sağlar.
- Yatırımlar kiralalarla karşılanırken bu sayede kiralar yatırımdan gelecek olan karlar ile geri ödenir.
- Kiralama yolu ile elde edilmiş olan mallar için amortisman tutarı kiracı tarafından ayrılır. Böylece vergi indirim avantajı kazanmaktadır.

İktina; aslında finansal kiralama olarak bilinmektedir ve katılım bankası makine ya da gayrimenkulü bir süre için kiralar. Kiralayan kişi ya da kurum bu malı işletmesinde işlettiği sürelerce kira ile birlikte malın sahipliğini de kazandıran taksitleri karşılamaktadır. Kira süresi sonunda malın sahipliği el değiştirir ve malın sahibi kiracı olur (Takan ve Boyacıoğlu, 2011, s. 14).

2.2.2.6. *Selem*

Selem, bir ürünü veya hizmeti satın alan kişinin aldığı şey üzerinden bir anlaşmaya oturduğu ürünün fiyatını daha önceden karşılması ve bu ürünün belirlenmiş olan sonraki bir vadede teslimatını belirten anlaşma çeşididir. Selem satış İslamiyet'in ilk zamanlarından günümüze kadar gelmiştir. Özellikle tarımla uğraşan topluluklar selem ile ürünlerin toplama zamanı başlamadan önce toplayacakları ürünleri mahsul ekim döneminde elden çıkartarak gübre ve tohum benzeri gereksinimlerini gidermişlerdir.

Selem satış sözleşmesi sadece tarım ürünlerini kapsamaz, benzeri ürünleri kapsayan ürünlerde de geçerlidir. Genellikle bir yıl vadesi olan bu ticarete banka ürünlerin fiziken sahipliğini kazanmadan satamaz ve bu ürünün ederi o zamanki piyasa fiyatının daha üzerine satılmaz (Tunç, 2010, s. 148).

İslamiyet'in ortaya çıktığı ve yayılmaya başladığı dönemlerde de mevcut olan bu sözleşme türü, çiftçilerin hasat döneminde elde etmeyi planladıkları ürünleri mahsul ekiminde selem ile satıp tohum gibi ihtiyaçlarını karşılamaları şeklinde oluyordu. İlk çıkış noktası tarım olmasına rağmen günümüzde altın, gümüş vb. likit kıymetler dışında her türlü mal üzerine selem işlemi kullanılmaktadır. Selem yönteminin uygulanma aşamaları aşağıda belirtildiği gibidir:

- Girişimci mevcut malın bedelini bankasına öder
- Mal sahibi yani tedarikçi belirlenen süre içerisinde malı bankaya ya da bankanın gösterecek olduğu kişiye (girişimciye) teslim eder.
- Banka tedarikçiye malın tedarik edilme talimatını verir ve malın bedelini peşin öder.
- Girişimci (fon kullanma müşterisi) sipariş şartlarını bankasına bildirir ve bu malın tedarik edilmesini ister (Dinçer, 2016, s. 15).

Katılım bankacılığı sistemi içerisinde çok fazla kullanılsa da selem de bir finansman çeşididir. Fon kullanma isteğinde bulunan kişi bu yöntemde çalışmak istediğini belirterek katılım bankasına gelebilir (Ergeç, 2018, s. 16). Banka ise bu isteği tedarikçiye iletir. Sonrasında tedarikçi, gerekli koşulları sağlayan ürünü müşteriye teslim eder ve bu ürünün ederini katılım bankasından direkt olarak alır. Bu açıdan selem satın alınan varlığın teslimatının önceden belirlenmiş tarihe kadar ertelendiği alım/satım işlemidir. Modern dünyanın faizsiz bankacılık anlayışında, düşünürler paralel seleme izin vermişlerdir. Bu açıdan baktığımızda selemde finansörün ikili rolü bulunmaktadır. Paralel selemde bir yandan satıcı konumundayken, diğer yandan başka biriyle yapacağı sözleşmede ilk sözleşmedeki mevcut malın özelliklerini taşıyan malların da satın alınması için de alıcı konumundadır (Tunç, 2010, s. 148).”

2.2.2.7. *İstisna*

İstisna kelimesi Arapça kökenli bir kelimedir ve yapmak, üretmek anlamına gelir (Selmi, 2018, s. 44). İstisna akdi, henüz var olmamış ve ilerleyen dönemde üretilecek bir ürünün satılması sürecine denebilir (Erdoğan, 1990, s. 135). Büyük çoğunlukla

inşaat ve tarıma dayalı işlerde kullanılan bir fon kullandırma yöntemidir (Babuşçu ve Hazar, 2016, s. 197).

İstisna sözleşmesi yapıldığında üretilecek olan ürün, sözleşmede ayarlanan koşullarda üretilmiş olması halinde bedeli tedrici olarak diğer tarafa verilir. İstisna sözleşmelerinin selem sözleşmelerine göre en dikkat çekici farkı, paranın ürünü üretecek olan kişiye daha önceden peşin olarak takdim edilmemesidir. Malın teslim edilmesine dair kesin bir tarih bulunmamaktadır (TDV, 2019).

Aslında bu fon kullandırma yöntemi en çok üretimi uzun süren ürünlerde kullanılmaktadır (Akman, 2019, s. 8). İstisna sözleşmeleri katılım bankaları tarafından sıklıkla kullanılan sözleşme türlerinden biridir. Banka bu sözleşme akdini müşteri ile tartıştıktan sonra finansör olarak araya girmekte ve müşterinin isteklerine göre, ürünün ederini imalatçıya veya tedarikçiye hak ediş yöntemine göre veya ürünün teslimatında peşin olarak ödemeyi gerçekleştirirler. Bu noktada banka sözleşmede geçen ürünün ürettirilmesinden veya başka bir şekilde karşılanmasından sorumlu olmaktadır. Müşterinin ortaya koymuş olduğu şartlarda ürettirilen veya tedarik edilen bu ürün taraflarca anlaşmaya varılmış olan bir bedel üzerinden yeniden müşteriye satılır (Tunç, 2010, s. 150).

2.2.2.8. Joala

Joala dediğimiz kavram temelde istisna kavramına yakın bir kavramdır. İstisnadan farkı ise Joala'da satıcının bir ürün yerine hizmet satmasıdır. Bunun dışında her açıdan istisna ile benzerdir. Joala sözleşmesinde satıcının vereceği hizmet ortaya konurken, bu hizmetin ederi de belirlenmektedir. Birçok farklı durumda bu işlemin hangi fon kullandırma yöntemi olduğunu fark edebilmek oldukça güçtür (Zarqa, 1997, s. 68).

2.2.2.9. Puan Sistemi

Diğer fon kullandırma yöntemlerine göre daha yeni bir yöntem olan bu sistemde müşteriye bankaya yatırdığı miktar ve vade için benzer yüzdede bedeli olmayan kredi sunulmaktadır. Örnek olarak bir yıllık süre için bankaya 5000 TL yatıran müşteri, altı ay yani yarım yıllık bir dönem için 2500 TL'lik krediyi faizsiz olarak alabilme imkanı kazanır (Eskici, 2007, s. 78).

2.2.2.10. Tavarruk

Bu fon kullandırma sistemi aslında katılım bankalarının kısa süreçteki kaynak fazlalarını değerlendirebilmesi biçimidir. Bu yöntemde katılım bankaları, uluslararası ürün piyasasından direkt olarak edindiği ya da edindirdiği ürünleri belirlediği bir kazancı da payının üzerine ilave şekilde müşterilerine vadeli biçimde sunar (Öztürk, 2011, s. 118).

2.2.2.11. Komodite

Bu yöntem herhangi bir kalite farklılığı göstermeyen emtiaların, uluslararası pazarda yüksek miktarlarda anlık olarak alıp satılmasıdır. Bu alanda en çok işlem gören ürünler altın, petrol ve tarım ürünleri olmaktadır. Bu malları satıcı ve alıcı görememekte ve belirlenen bir vadede belirli bir ücret dahilinde sözleşmeler yapılarak para transferi sağlanmaktadır (Öztürk, 2011, s. 119). Katılım bankaları bu yönteme kısa zamanlı likidite denge bozukluklarını düzeltebilmek hedefiyle başvurumaktadırlar. Komodite, katılım bankalarının, özellikle likidite fazlasını değerlendirebilmek için başvurdukları fon kullandırma yöntemlerindedir (Tunç, 2010, s. 160).

2.2.2.12. Sukuk

Sukuk, İslami bono adıyla da tanınmaktadır. Faiz bulundurmeyen, gayrimenkul veya sermaye birlikteliğini gösteren bir finansal sertifikadır (Özsoy, 2012, s. 7). Sukuk aynı zamanda oransal olarak mülkiyeti de belirtmektedir. Sukuk sahibi olan kişi belirlenen bir zaman için belirlenen bir varlığın ortaya çıkartacağı nakit akışından ortaya çıkacak risk ve kara sahiptir. Sukuk ihracatının belli bir vadesinin bulunması ve mülkiyetinin şirketin belli bir yatırımı ile sınırlandırılmış olması sukuku hisse senedinden farklılaştıran şeydir (Küçükçolak, 2008, s. 27).

TKBB’da sukukun özellikleri şu şekilde verilmiştir:

“Sukuk’un en temel özelliği diğer İslâmi finansman çeşitlerinde de bulunduğu gibi gerçek bir ticari ya da yatırım ilişkisine odaklı olması, proje, varlık ya da bilanço endeksli çıkarılabilir olmasıdır. Hem devlet hem de özel kurumlar tarafından çıkarılabilen sukuk, günümüzde hem Körfez ülkelerinde hem de Avrupa ülkelerinde devletler ve kurumlar tarafından çıkarılmaktadır. Sukuk, genellikle büyük projeler için gerek duyulan büyük miktarda sermayeyi elde edebilme hedefiyle çıkarılmaktadır. Katılım bankaları ise bünyelerindeki projeleri için kaynak toplayabilme hedefiyle sukuk çıkarabildikleri gibi, diğer kurumların çıkardıkları sukuktan da satın alarak atıl fonlarını

değerlendirebilirler. Katılım bankaları yeni bir projenin finansmanı için sukuk arz ettikleri gibi, aktifinde bulunan varlıklara istinaden sukuk çıkararak, alacaklarını nakde çevirmeye de yönelmiş olabilirler. Sukuk ile kaynak sağlama, faizsiz finansman modelindeki fon kullandırma yöntemlerinin neredeyse tamamı için uygundur ve hangi tür işlem için uygulanacaksa ona göre isimlendirilir. Bu yöntemle alım satıma konu olan işlemler için, alt yapı inşası için veya özel bir projenin gerçekleştirilmesi için kaynak elde edilebilir.” (TKBB, 2022, s. 1).

Sukuk, sadece inançları gereği faizden kazanç istemeyen müşterilerin ihtiyaçlarına karşılık vermek değildir. Bunun yanında faizsiz bir hedefle çalışan bankalara da mühim derecede katkılar vermektedir. Normal şartlar altında cari hesaplarla kısa süreli fon edinen faizsiz bankalar, bu fonları uzun süreli şekilde sunmak zorunda kalmaktadırlar. Bu durum varlıklar ve yükümlülükler arasında vade uyumsuzluğunu meydana çıkartmaktadır. Sukuk ihracı, faizsiz bankaların varlıkları ve görevleri arasındaki vade uyumsuzluğunu indirmeye destek çıkmaktadır (Jobst vd., 2008, s. 338).

2.2.2.13. Tekafül (Sigorta)

Tekafül, dayanışma anlamına gelmektedir ve kefalet kelimesinden oluşturulmuş Arapça temelli bir kelimedir. Dünyada farklı ülkelerde, farklı yorumlarla da kullanılmaktadır. Bu yorumlar birbirlerinden oldukça farklı olabilmekte ve genelde aşağıdaki ilkelerden oluşmaktadır:

- Kazanç hedefi olmayan sigortalıların bir araya toplandığı sigortacılık türü,
- Sigorta şirketlerinin topladığı fonların faiz dışı yatırım yollarında kullanılması,
- Ziyan ve görevlerin katılımcıların hisse oranlarına göre dağıtıldığı bir toplumsal sigorta havuzu modeli (Kaya, 2017, s. 215).

2.3. Katılım Bankacılığında Bireysel Finansman Türleri

Bu bölümde, Katılım bankacılığında müşterilerin kullanabildiği bireysel finansmanlardan bahsedeceğiz.

2.3.1. Araç Finansmanı

Müşterilerin araç satın alımlarının karşılanabilmesi hedefiyle bu kişilerin kredibilitesi ve kazanç-borç dengesine göre kredilendirmeler oluşturulmaktadır. BDDK tarafından

düzenlenmiş olan yönetmeliğe göre müşterilere binek araç edinmelerinde faydalanacakları araç kredilerinde, kredi miktarı kredi ile alınacak aracın kasko ederi ya da satış bedeli elli bin Türk Lirası ve altında olan taşıtlar için %70'ini aşamaz. Eğer kasko bedeli elli bin Türk Lirası kadarsa %70 uygulanır. Elli binin üzerinde ise %50 olarak uygulanır. Teminat olarak da genellikle araç rehin alınmaktadır. Ayrıca bu alımlarda %5 oranında BSMV ve %15 oranında KKDF uygulanmaktadır (Doğan, 2015, s. 363).

2.3.2. Konut Finansmanı

Konut finansmanı TL olarak kullanılabilir. Ayrıca kat mülkiyet tapusu çıkartılmamış olan gayrimenkuller de dahil olmak üzere temelden fonlama, vb. yöntemlerle konut kredisi sağlanabilmektedir. Konut finansmanında fonlanabilecek bedel, satın alımı için kredi istenen konutun ekspertiz ya da satış bedelinin üzerine çıkmamak şartıyla teminata alınan gayrimenkullerin katılım bankalarının anlaşmış olduğu SPK lisansli eksperlerce belirlenen ekspertiz değerinin %80'i ile sınırlanmıştır. Müşteriler kendilerine ait farklı bir konutun ipoteği ya da nakit rehini ek teminat sağlanması ile %100'e kadar kredi verilebilir. Konut finansmanı kullanımlarında BSMV %0 ve KKDF %0 oranında uygulanır (Albaraka Türk, 2020).

2.3.3. İhtiyaç Finansmanı

İhtiyaç finansmanı, müşterilerin tüketim amaçlı (bilgisayar, mobilya, klima, vb.) ürün edinebilmelerinin finanse edilmesi hedefiyle verilen kredidir. İhtiyaç finansmanlarında kullanım sınırı fatura bedelinin azami %100'üdür. Ayrıca BSMV %5 ve KKDF %15 oranında uygulanmaktadır (Kaya, 2017, s. 135).

2.3.4. Arsa Finansmanı

Müşterilerin arsa satın alımlarının karşılanabilmesi hedefiyle kişilerin kazanç-borç dengelerine göre ve kredibilitelerine göre krediler verilmektedir. Teminatı arsa şeklinde edinilecek arsaların imarlı arsa olması şarttır. Arsanın ekspertiz değerinin %100'üne kadar finansman kullanılabilir. Teminat yönetimi banka aracılığıyla ortaya konurken arsa yerine daha farklı bir gayrimenkul de alınabilir (Doğan, 2015, s. 364).

2.3.5. Hac / Umre Finansmanı

Diyanet İşleri Başkanlığı'nın ve yetki verilen kurumlarla bankalar arasında yapılan anlaşmalar ile hac ya da umre finansmanları yapılmaktadır. Bu finansman, diğer

finansman çeşitleri gibi değerlendirilmemektedir. Ödeme gücü yeterli olan müşterilere kullanılmaktadır. Bu kullandırmalarda da BSMV %5 ve KKDF %15 oranında uygulanmaktadır (Albaraka Türk, 2020).

3. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE BANKACILIK VE KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİMİ

3.1. Türkiye'de Bankacılığın Gelişimi

Türkiye Cumhuriyeti'nde bankacılık, dünyada da olduğu gibi halkın tasarruflarının ekonomiye dahil edilmesi ve bu tasarrufların fon arayan kişilere, şirketlere veya kurum ve kuruluşlara aktarılması ve ekonomiye kazandırılması amacıyla. Türkiye'de bankacılık sistemini Cumhuriyet Öncesi ve Cumhuriyet Sonrası olarak farklı dönemlerde değerlendireceğiz.

3.1.1. Türkiye'de Cumhuriyetten Önce Bankacılık

Cumhuriyet öncesi dönemde yani Osmanlı döneminde bankacılık faaliyetlerinin ilkleri 19.'cu yüzyılda hayata geçirilmiştir. Osmanlılar reel ve finansal alanlarda daha düzgün ve dengeli bir ekonomiyi lonca ve vakıf yöntemi, hisbe örgütü, mudarebe, muşareke, icare, istisna ve para vakıf ve cemiyetleri ile uzun bir vakit sürdürebilmişlerdir. Batının genel olarak çoğu konuda ilerlemesi ve gelişmesi süreçlerini izlemesine rağmen Osmanlılar, 19. yüzyıllara kadar gelen dönemde bu modern finans kuruluşlarını benimsemeyip, Para Vakıfları gibi kurumlarla, modern finans kuruluşlarının sağladığı hizmetleri sağlamaya çalışmışlardır (Uluyol, 2019, s. 20).

Osmanlı'da ilk banka 1847 yılında İstanbul Bankası ismiyle Galata Bankerleri aracılığı ile kurulmuştur. Fakat, bu banka uzunca süre zarfında aktif olmamış ve 1852 yılında bütün faaliyetlerine son verilmiştir. 1856 yılında kurulmuş olan Osmanlı Bankası Osmanlı İmparatorluğu'nda bankacılığın ortaya çıkışı olarak görülür. Cumhuriyet öncesi dönemde özellikle 1839 Tanzimat Fermanı döneminin ardından devletin giderlerinin, devletin kazançlarını geçtiği bir sürece gelinmiştir. İstanbul'da aktiflik göstermekte olan sarraf ve bankerlerden borçlar alınarak ülkenin ihtiyaçları karşılanmaya çalışılmıştır. Kırım Savaşı'nın sonlanmasıyla 1856 Paris Barış Antlaşması imzalanmıştır. Böylelikle Osmanlı İmparatorluğu'nun dış borç alabilme imkânları artmıştır. Bu Osmanlı Bankası'nın ortaya çıkmasındaki en mühim nedendir. Banka, dış borçların alınabilmesinde Osmanlı hükümeti ile dış sermayeyi elinde bulunduranlar arasında köprü görevini üstlenmek hedefiyle İngilizler tarafından kurulmuştur (Yetiz, 2016, s. 111-112).

1850 ve sonraki dönemlerde Sanayi devrimindeki yeniliklerin yakalanamaması ve takip edilememesi sonrasında, uzun zamanlar boyunca varlığını devam ettiren kapalı ekonomi, faizin haram olması gibi ana başlıklar, bankaların meydana gelerek ilerlemesini ve kendini güçlendirmesini mühim derecede engellemiştir (Ertuğrul ve Zaim, 1996, s. 4). Bugünün Türkiye’inde finans alanının önde gelenleri olan banka ve bankacılık sistemlerinin ilerlemesi, Avrupa’da ortaya çıkan ve 19. yüzyılın ortalarından beri kendisini Osmanlı Devleti’nde göstermeye başlayan bankacılık sistemine aynı düzlemde bir süreç hakimdir. Bu seviyede bazı aşamaları geçtikten ve belirli başlı bir yetişkinliğe eriştikten sonra yenilikleri ve düzenlemeleri takip etmeyi başarabilen Türk finans alanı, uyum sağlamaya ve takip etmeye çalışsa bile batılı bankaların genelde arkasında kalmış ve finansal yapı dolayısıyla onlardan her zaman daha güçsüz bir görüntü vermiştir. Avrupa’dan Türkiye’ye gelen bu süreçte bir süre bankerler aracılığıyla sürdürülen çalışmalar daha sonralarda daha sistemsal ve kurumsal bir sistemle bankacılık işlemleri olarak karşımıza gelmiştir. Buna sebep olarak da Avrupa’nın yeni Pazar arayışlarını gösterebiliriz. Sonuç olarak bankalar piyasalarda bulunan kaynakları tekrardan işletebilmek hedefiyle kurulmuş olan ve kredi ticareti diyebileceğimiz işlemler yapan kurumlar şeklinde aktifliklerine başlamışlardır. Türk bankacılık sistemi Osmanlı bakiyesi olarak devam eden ekonomik yapısıyla Osmanlı devletine benzer aşamalardan geçerek günümüze ulaşmıştır (Çivi, 1985, s. 93).

Modern bankacılık yöntemlerine yönelim eski zamanlardaki şekilde altın ya da gümüş maden maliki olan tüccarlardan bankalara yönelen bir hareket izlemiştir. Osmanlı’nın son yıllarından Cumhuriyetin ilk senelerine kadar uzanan Galata bankerleri ileriki senelerde bankacılık hareketlerini yürüten kuruluşlara dönmüşlerdir. Çoğunlukla azınlıklar aracılığıyla sürdürülen finansman süreçleri takiben bankerliğe ve bankacılığa evrilmiştir. Çoğunlukla gayrimüslimler aracılığı ile edinilen bu amaç, ilerleyen süreçte gerçek anlamda bankerliğe dönmüştür (Artun, 1983, s. 62).

3.1.2. Türkiye’de Cumhuriyetten Sonra Bankacılık

Türkiye’de Cumhuriyet sonrası bankacılık dönemlerini dört farklı dönemi ele alarak inceleyeceğiz.

3.1.2.1. Ulusal Ekonomiye Geçiş Dönemi (1923-1932)

Bu dönemde Türkiye Cumhuriyeti henüz yeni kurulmuştu. Yeni kurulan Cumhuriyet’in zorunlu olarak üstlenmesi gereken bazı görevleri vardı. Bunların başında da Osmanlı

Devleti'nin borçlarının ödenmesi geliyordu. Bunların yanında yeni ekonomik yatırımlar ve yabancı şirketlerin ellerinde olan birçok kurumun satın alınması gerekiyordu. Bu dönemde yapılacak bu değişiklikleri devletten başka yapabilecek bir kurum yoktu (D. Bozoklu, 2003, s. 270).

Cumhuriyetin başlarında milli bankacılığa oldukça önem verilmiştir. Milli bankacılığın gelişebilmesi için gerekli adımlar da bu süreçte atılmıştır. İzmir İktisat Kongresi'nde verilen kararlara uymak şartıyla, ekonomik gelişmenin yerli bankalarla yapılabileceği düşüncesi benimsenmişti (Parasız, 2011, s. 22). Mustafa Kemal Atatürk ekonomik gelişmenin sağlam bir bankacılık sistemi ve sermaye piyasasının yaratılmasına dayandığını düşünüyordu. Köylülerin de para ve sermaye piyasasına girmesi gerekmektedir. Bu konularda yapılacak yatırımların da özel teşebbüs ile olması mümkün değildi. Yatırım yapılacak öncelikli sektörler ticaret, tarım, inşaat ve sanayi alanları olmuştu. Bu dönemler içerisinde ülke ekonomik sorunlarla baş etmeye çalışırken bir yandan da 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı patlak vermişti. 1929 yılında New York borsasındaki çok ciddi düşüşlerle ortaya çıkan ve beraberinde bütün dünyayı saran bu buhran, Türk ekonomisinde de etkilerini göstermişti (D. Bozoklu, 2003, s. 270-271).

3.1.2.2. Devlet Bankacılığı Yılları (1933-1946)

Türkiye 1930'lu yıllara gelindiğinde tarım alanında üretimin yaygın bulunduğu bir devlet izlenimi vermekteydi. 1920'li yıllarda hedeflenmiş olan özel kesimin teşvik edilmesi ile sanayileşme stratejisi, sermaye birikiminin azlığı sebebiyle istenilen derecede iyi bir netice ortaya çıkarmamıştı (Parasız, 2011, s. 23). Bu durum, ekonomik açıdan güçlenmenin ortaya çıkabilmesi için devletin sınai yatırımlarının yapılabilmesinde daha önemli bir yer alması gerekliliği konusundaki düşüncelerin tartışmaya başlanmasına sebep olmuştur. Tam da bu dönemde ortaya çıkan dünya ekonomik krizinin, dış ticaret açıklarına sebep olması ve tarım ürünlerinin değerlerindeki azalmanın çiftçilerin gelirlerini yüksek derecede azaltması, sanayileşme için farklı yöntemler aranması çabalarını daha da arttırmıştır (Keskin vd., 2008, s. 4).

Bu dönemde, Halk Bankası, Sümerbank, Belediyeler Bankası, Denizbank, Etibank Halk Sandıklar sanayi planlarında olan işletmelerin oluşturulması, işletilmesi ve finansman giderlerinin desteklenmesi hedefiyle, kamu aracılığıyla ve özel banka statüsüyle ortaya çıkmıştır. (Keskin vd., 2008, s. 5).

3.1.2.3. Planlı Dönem Yılları (1960-1979)

Bu yılların bankacılık tarafından en önemli özelliklerinden biri, özel statüye sahip olan ticaret bankalarının çoğunluğunun holding olmasıdır. Bu yıllarda özel sektör yatırımlarının ekonomiyi ayaklandıracağı fikri ile hükümet tarafından teşvikleri sağlanmıştır (Keskin vd., 2008, s. 11).

Planlı dönem içerisinde çabuk bir kalkınma oluşturulabilmiş ve aynı zamanda sanayileşmenin finansmanında enflasyona sebep olan metotların kullanılması ve ilerleyen sanayinin fazla enflasyon durumunda iç tüketime doğru üretime yönelmesi ve dış satıma odaklanamaması, 1970’li senelerde çok büyük bir döviz bunalımının meydana çıkmasına sebep oluşturmuştur. Bu bunalımı aşabilmek sebebiyle alınan mevduat uygulamaları ve benzeri önlemler sebebiyle dış borçlar ciddi miktarda yükselmiştir. 1980’li yılların sonuna gelindiğinde ise bu sanayileşme stratejisinden vazgeçilmiş ve dış piyasalarda üretimi arttırmayı amaç belirleyen bir strateji benimsenmiştir (Özince, 2008, s. 27).

3.1.2.4. 1980 ve Günümüz Dönemi

70’li senelerin sonlarına gelindiğinde ödemeler dengesi sorunları sebebiyle yaşanan ekonomik hareketsizlik, sanayinin döviz gereksinimini de giderebilecek yeni bir sanayileşme taktiğinin özümsemesi durumunu beraberinde getirmiştir. 1980 yılında, iç pazara doğru üretimin gerçekleştirildiği ithal ikameci endüstrileşme stratejisinden vazgeçilerek, piyasa ekonomisine yönelik, dışa açılmayı ve dışsatıma doğru üretimi amaç edinen bir kalkınma politikası uygulanmaya başlamıştır. Bu yeni stratejiyi güçlendirmek, ekonominin serbest piyasa hedeflerine göre tekrar yapılandırılmasını ve kaynakların düzenli bir şekilde gelişme için ihtiyaç duyulan konuma getirilmesini sağlayabilmek adına, esnek döviz kuru ve pozitif reel faiz politikası kullanılmaya geçilmiştir (Keskin vd., 2008, s. 14).

1980-90 yılları ekonomide yapısal değişikliklerin meydana geldiği dönem olarak belirtilebilir. Bu dönemin özellikleri içinde serbest faiz politikası, dış kökenli bankaların piyasaya katılması, Türk bankalarının dış ülkelerde şube açmaları ve fazla miktarda bankanın ortaya çıkması söylenebilir. 1990-2000 dönemi ise bireysel bankacılık sisteminin gelişmesi, kredi kartlarının, tüketici kredilerinin, ATM ağlarının, telefon bankacılığının ve internet bankacılığının halk arasında daha fazla kullanılmaya başladığı dönemler olarak belirtilebilir (Parasız, 2011, s. 25). Bu dönemde bankalar yoğun biçimde kamu finansmanına yönelmiş ve açık pozisyonlarla çok fazla seviyede kar yapmışlardır. 2000’den sonraki yıllar için bahsedilebilecek şeyler, ortaya çıkan ekonomik buhranlarla beraber mali olarak yeterince sağlam olmayan bankaların, 1999

ve sonraki yıllarda TMSF'ye devredilmesidir. Ziraat ve Halk Bankası özerkleştirilmiş, bankacılık sisteminin tekrar düzenlenme çalışmaları hız kazanmıştır (Uluyol, 2019, s. 76-77).

Türk bankacılık sektörünün büyümesi ile birlikte 1980'lerde yasal, yapısal ve kurumsal değişiklikler ve ilerlemeler meydana gelmiştir. Bu düzenlemeler ana amaç olarak bankacılığın daha kazançlı çalışması ve bankacılıkta rekabetin desteklenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda, faiz oranları ve döviz kurları serbestleşmiş, bankacılık sistemine girişlere izin verilmiş ve yabancı bankaların Türkiye'ye girmesi ya da şube açabilmesi amacıyla birçok düzenlemeler ortaya konmuştur (Bakdur, 2003, s. 12).

1984 yılından sonra Katılım Bankacılığı ve Özel Finans Kurumları etkinliklerine başlamıştır. Katılım Bankaları, alternatif finansman yöntemleri ile parasal alanda aktif olarak rol alan, reel ekonomiyi finanse eden ve bankacılık hizmetleri ortaya koyan yapıdaki kuruluşlardır. Bankacılık hizmetleri vermenin yanında, kaynak sahiplerinden özel cari hesap ve katılma hesapları aracılığıyla alınan fonlar faizsiz finansman ilkesine dayanarak reel sektöre geçirilmekte, ortaya çıkan kar ve zarar tasarruf sahipleriyle bölüşülmektedir (Uluyol, 2019, s. 78).

Bu dönemde bankacılık sektörünün yaşadığı en mühim gelişme 3192 sayılı Bankalar Kanunu'dur. Bu kanun ile ilgili son düzenleme Nisan 1985 yılında yapılmış ve Mayıs 1985 yılında yürürlüğe sokulmuştur. 1980'den sonra yaşanan yeni gelişmeler ile Türk Bankacılık Sistemi hem ülke içindeki mevcut yapısını sağlamlaştırmış hem de uluslararası piyasalarda önemli gelişmeler katetmiştir (Delen, 2019, s. 9).

Sonraki yıllarda yaşanan ekonomik krizler sonucunda birçok banka, piyasanın da olumsuz etkilenmesiyle birlikte Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmiştir. Fakat bu krizlerde yaşanan kötü durumların aksine, 2008 krizinde Türk Bankacılık Sektörü önemli bir iş başararak, bu krizden çok büyük yaralar almadan krizi atlattır. Bu durum aynı zamanda bankacılık sektörümüzün itibarını düzeltmesinde yardımcı olmuştur (Parasız, 2011, s. 27).

Tablo 2'de Türk bankacılık sektöründe bulunan bankaların türlerine göre dağılımına yer verilmektedir. Türk bankacılık sektöründe 2021 Ekim tarihi itibari ile toplam 55 banka faaliyettedir. Bu bankaların 34'ü mevduat bankaları, 15'i kalkınma ve yatırım bankaları ve 6 tanesi ise katılım bankalarıdır. Mevduat bankalarının 3'ü kamu sermayeli, 8'i özel sermayeli, 2'si Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilen, 21'i de yabancı sermayeli bankalardır. Kalkınma ve yatırım bankalarının ise sadece 3'ü kamusal

sermayeli, 8'i özel sermayeli ve 4'ü yabancı sermayelidir. Katılım bankalarının ise 3'ü kamu sermayelidir (TBB, 2021).

Tablo 2: Türk Bankacılık Sektörü İçerisinde Bankaların Dağılımı (2021)

Banka Çeşidi	Banka Miktarı	Sektördeki % Payı
Mevduat Bankaları	34	61,83
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	15	27,27
Katılım Bankaları	6	10,9
Toplam	55	100

Kaynak: (Türkiye Bankalar Birliği, 2021).

3.2. Türkiye’de Katılım Bankacılığının Tarihsel Gelişimi

1970’li yılların ortalarında İslam Kalkınma Bankası’nın ilk üyelerinden biri olan Türkiye, 1980’li yılların ortalarında bu topluluktaki payını artırarak bu topluluğun en büyük paydaşlarından biri olmuş ve İslam Kalkınma Bankası Yönetim Kurulu’nda devamlı üye bulundurabilme hakkı kazanmıştır. Bununla beraber Türkiye, 56 İslam devletleri içerisinde ekonomik işbirliği amacının yerine getirilmesinde büyük rol oynamış ve işlem hacmi 30 milyar dolarlara ulaşmakta olan ve dünyanın en çok bilinen finans organizasyonlarından biri diyebileceğimiz İslam Kalkınma Bankası üzerindeki etkinliğini yükseltme imkanı da kazanmıştır (Kılınç, 2014, s. 39).

1980’li dönemlere kadar ithal ikameci gelişim politikaları sürdürmekte olan Türkiye bu tarihlerden sonra dünyaya ulaşmayı hedefleyen ihracatla kalkınma stratejisi izlemeye başlamıştır. Bu strateji, dünyada ortaya çıkmış ve kullanılan yeniliklerin finans alanında ülkemize kazandırılmasına yardımcı olmuştur. 28.07.1981 tarihinde Türkiye’de 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu yürürlüğe girmiş, 1983 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası kurulmuş ve bu borsanın kurulması ile birlikte tüm sermaye piyasası araçları teker teker uygulamaya sokulmuştur (Kaya, 2017, s. 36).

80’li dönemlerde yaşanan döviz krizleri nedeniyle, yabancı sermaye gereksinimi ve sıkışan ekonominin düzgün işleyebilmesi amacıyla Türkiye’de yabancı bankaların da kurulabilmesinin önü açılmış ve 13 adet yabancı banka Türkiye’de şubelerini açmışlardır. Bu dışa yönelim döneminde dünyada 70’li yıllardan beri başarı ile

uygulanmış olan faizsiz bankacılık uygulamaları hız kazanmıştır (Kuveyt Türk, 2022). Böylelikle Türkiye'de faizsiz bankacılığa geçiş için hem ulusal hem de uluslararası anlamda çok önemli aşamalar kaydedilmiştir. Bunların yanında, ülkemizde tercihlerini faizsiz bir sisteme uyumlu bir şekilde değerlendirmek isteyen tasarruf sahiplerine hizmet sağlayabilmek hedefiyle, 1975 yılında Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası'nın temelleri atılmıştır. Ancak bu banka (DESİYAB) 3 yıl süre ile faizsiz olarak yürütülmüştür fakat 3 yıl sonra yani 1978 yılında faizli sisteme dönmüştür. Türkiye'de faizsiz finansmanla ilişkili olarak bir diğer mühim adım Kar/Zarar Ortaklığı Belgesi (KZOB)'dir (Özulucan ve Özdemir, 2010, s. 15). Kar/Zarar Ortaklığı ise kısaca, ticaret sektöründe faaliyette bulunan bir işletmeye sermaye koymak yoluyla sermayesine ortak olma olarak tanımlanmaktadır (Katılım Finans, 2021).

Bülent Ulusu'nun başbakanlığı sürecinde Türkiye'nin tartıştığı konulardan biri olan faizsiz bankacılık sistemi, Turgut Özal'ın başbakanlığı döneminde hazırlanmıştır. Dönemin Cumhurbaşkanı olan Kenan Evren'in onaylamış olduğu 16/12/1983 gün ve 83/7506 sayılı kararname ile birlikte yasallaşmış ve Özel Finans Kurumları adı ile ilk kez faizsiz bankacılığın temelleri oluşturulmuştur. Bu uygulama ile hedeflenen ana hedef, Türkiye'de az olan özel tasarrufların teşviği ve özellikle dini inanışlarından dolayı "yastık altı" olarak tabir edilen, kenarda duran ve ekonominin içinde olmayan döviz, altın gibi sektörlere yayılmış olan tasarrufların ekonomiye dahil edilmesidir (Kuveyt Türk, 2022).

Bunun yanı sıra Türkiye'nin de üyesi olarak bulunduğu İslami Kalkınma Bankası'nın hedefleri içerisinde bulunan hem İslam ülkeleri ile olan ikili ilişkileri ilerletmek hem de bu ülkelerden petrol ticareti yapan ülkelerin kaynak aktarımının Türkiye'ye kayması hedeflenmiştir (Eskici, 2007, s. 26). Bu dönemlerden sonra, Türkiye'de temelleri 1985'te atılmış olan katılım bankacılığı, son dönemlerde daha hızlı ve çabuk bir gelişme kat etmiştir (Anaç ve Kaya, 2017, s. 152).

Kanuni açıklıkların da düzeltilmesi ile birlikte ilk Özel Finans Kurumu (ÖFK) olarak 1985 yılında Albaraka Türk kurulmuştur. Bu yıllarda adını sonradan Family Finans olarak değiştirmiş olan Faisal Finans Kurumu, 1990 yılında da Anadolu Finans kurulmuştur. Sonraki dönemlerde Family Finans ve Anadolu Finans 2005 yılı itibari ile birleşerek Türkiye Finans ismine geçmiştir. 1995 yılında İhlas Finans ve 1996 yılında da Asya Finans ortaya çıkmıştır. İhlas Finans isimli kurum 2001 krizi sebebi ile likidite sıkıntıları çekmiş ve sonunda BDDK tarafından çalışmasına son verilmiştir (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2015).

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 71. maddesinin 1. Fıkrasının zorunluluğu doğrultusunda temettü hariç ortaklık payları ile yönetim ve denetimi 29/05/2015 tarihi ile birlikte Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulunca (BDDK) Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMS) devredilen Asya Katılım Bankası, geçmiş olan bu süre zarfında TMSF'nin yönetimi altında sürdürülmekte olan çözüm süreci negatif bir sonuçla karşılaşmıştır. Bu yaşananlardan sonra 5411 sayılı kanununun 107. maddesinin son fıkrasına göre bu bankanın aktiflik izninin sonlandırılması TMSF yönetimi ile birlikte BDDK'dan istenmiştir. TMSF'nin bu isteği üzerine BDDK'nın aldığı karar ile bankanın faaliyet izni alınmıştır (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2015). Bu dönemlerden sonra 2001 tarihinde cari ve katılma hesaplarında biriken birikimlerin güvence altına sokulması hedefiyle, Özel Finans Kurumları Birliği ile düzenlenerek işleme konulan yönetmeliğe dayanarak idare olmak üzere güvence fonu kurulmuştur (Eskici, 2017, s. 29).

2001 yılında meydana gelen kriz hem bütün ülkeyi hem de bankacılık sektörünü büyük ölçüde olumsuz etkilediği gibi ÖFK'ları da olumsuz etkilemiştir. Bu dönemlerde toplanılan katılım fonlarında mevduat bankalarındaki gibi bir güvencenin olmaması ve 2001 krizinde bir ÖFK'nın iflas etmesi bu bankalara karşı güvenin azalmasına hatta kaybolmasına sebep olarak gösterilmiştir. Ancak bütün bu yaşanan olaylara rağmen, bu sektörün kendi içerisinde sahip olduğu iç dinamikler ve kriz döneminde görevlerini sürdürmekte olan yöneticilerin verdikleri doğru kararlar sayesinde ÖFK'lar krizden başarılı bir şekilde yani iflas etmeden çıkabilmişlerdir. Bu yaşananlar katılım bankacılığı açısından çok önemli bir dönem olarak görülmektedir. 2001 yılında %1 seviyesine kadar inen ÖFK'ların sektör içindeki büyüklüğü, 2003 yılında bir istikrar da yakalanması ile beraber %2'ye, önümüzdeki dönemlerde ise %2,4'e yükselmiştir. ÖFK'lardaki en önemli gelişme, banka isimlerinin ve statülerinin elde edildiği 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun yürürlüğe konmasıyla 2005'ten sonraki devam eden dönemlerde meydana gelmiştir (BDDK ve TKBB, 2013, s. 14).

2005 dönemine kadar olan süreci aslında islami bankaların kuruluş süreci olarak görebiliriz. Çünkü bu yıla kadar olan süreç katılım bankalarının tanınma ve yavaş yavaş gelişme süreci olarak görülmektedir. 2005 yılından bu yana katılım bankaları, sektör içerisindeki istikrarlı gelişimlerini düzenli olarak yükseltmişlerdir. Katılım bankacılığı sektörünün gelişmesi ve daha da büyümesini istemekte olan Türkiye son yıllarda önemli adımlar atarak iki adet devlet bankasının katılım hizmetini aktif etmişlerdir (Karakoç, 2011, s. 28-29).

Türkiye’de faizsiz finansın kilometre taşlarını bir özet niteliğinde Tablo 3’de görebilirsiniz.

Tablo 3: Türkiye’de Faizsiz Finansın Kilometre Taşları

TARİH	TARİHSEL SIRALAMA
1975	Türkiye IDB’nin %8,5 sermaye payı ile kurucu ortağı olmuştur.
1983	ÖFK’lar yasal faaliyet iznini 83/7506 sayılı BKK ile almışlardır.
1984	İlk ÖFK olarak Albaraka Türk ÖFK kurulmuştur.
1985	Faisal ÖFK kurulmuştur.
1989	Kuveyt Türk ÖFK kurulmuştur.
1991	Anadolu ÖFK kurulmuştur.
1995	İhlas OFK ve OFKB Vakfı kurulmuştur.
1996	Asya ÖFK kurulmuştur.
1999	ÖFK’lar 4389 sayılı BnK kapsamına dahil edilmiştir.
2000	BDDK kurulmuştur.
2001	ÖFK kurulmuştur. Faisal Finans Kurumu, Family Finans’a dönüştürülmüştür. İhlas ÖFK’nın faaliyeti BDDK tarafından durdurulmuş ve bankacılık lisansı elinden alınmıştır.
2002	ÖFKB tarafından Güvence Fonu oluşturulmuştur.

2003	ÖFKB Vakfı'nın faaliyetleri sona erdirilerek tüm varlıkları ÖFK Birliği'ne devredilmiştir. 5411 sayılı BKN ile sektördeki kuruluşların unvanı ÖFK yerine Katılım Bankası şeklinde düzenlenmiştir.
2005	ÖFKB adı TKBB olarak düzenlenmiştir. Anadolu Finans ve Family Finans bir araya gelerek Türkiye Finans'ı kurmuşlardır. ÖFKB bünyesindeki Güvence Fonu TMSF'ye devredilmiştir.
2006	Bank Asya'nın halka arzı gerçekleşmiştir.
2007	Albaraka Türk Katılım Bankası'nın halka arzı gerçekleşmiştir.
2008	Türkiye Finans Katılım Bankası'nın %60 hissesi Suudi Arabistan menşeli The National Commercial Bank tarafından satın alınmıştır.
2009	İlk tekafül kuruluşu Neova kurulmuştur.
2011	Kuveyt Türk ilk özel sektör kira sertifikası ihracını gerçekleştirmiştir.
2012	Hazine müsteşarlığı ilk kamu kira sertifikası ihracını gerçekleştirmiştir.
2013	Albaraka Türk ve Kuveyt Türk işbirliğinde ilk faizsiz emeklilik kuruluşu diyebileceğimiz Katılım Emeklilik kurulmuştur.
2014	Katılım endeksine dayandırılmış olan Borsa Yatırım Fonu kurulmuştur.
2015	Türkiye'de Katılım Bankacılığı 2015-2025 Strateji Belgesi yayınlanmıştır.
2016	BDDK tarafından Bank Asya'nın faaliyet iznine son verilmiştir.
2017	TKBB ile IDB, birlikte Public Private Partnership projelerinin finansmanı hedefli iş birliği anlaşması imzalanmıştır.
2018	TKBB nezdinde, Merkezi Danışma Kurulu kurulmuştur.
2019	Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş. üçüncü katılım bankası olarak faaliyet iznini almıştır.

Kaynak: (Görmüş ve Yabanlı, 2019, s. 124).

3.3. Türkiye’de Aktifliklerini Sürdüren Katılım Bankaları

Türkiye’de şu anda, daha önceki bölümlerde de bahsettiğimiz gibi 6 adet katılım bankası faaliyet göstermektedir. Bu bankaların 3’ü kamu bankası ve diğer 3’ü ise özel sermayeli bankalardır.

3.3.1. Kamu Sermayeli Katılım Bankaları

Bu bölümde, kamu sermayeli olan katılım bankalarından bahsedeceğiz. Bunlar Ziraat Katılım Bankası, Türkiye Emlak Katılım Bankası ve Vakıf Katılım Bankası olarak üç tanedir.

3.3.1.1. Ziraat Katılım Bankası

Ziraat Katılım Bankası bütünüyle Türkiye Cumhuriyeti Hazinesi tarafından karşılanmış 675 milyon TL sermaye ile BDDK’nın izniyle kurulmuştur. Bu banka BDDK’nın 6302 sayılı kararı ile aktif olabilme iznini elde etmiştir. Ziraat Katılım Bankası birinci şubesini 29 Mayıs 2015 gününde açarak resmi olarak faaliyetlerine başlamıştır. Bu kurumun 2018 yılında yapılan 2017 Yılı Olağanüstü Genel Kurulu’nda ödenmiş olan sermaye miktarı 1.750 milyar TL’ye çıkarılmıştır (Ziraat Katılım Bankası, 2019, s. 1).

Ziraat Bankası A.Ş.’nin sahip olduğu hisselerin hepsi, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı sahipliğindeyken, Bakanlar Kurulu’nun 24 Ocak 2017 tarihinde çıkarttığı Kararname ile Türkiye Varlık Fonu’na aktarılmıştır (Ziraat Katılım Bankası, 2019, s. 1-2)

3.3.1.2. Vakıf Katılım Bankası

Vakıf Katılım Bankası BDDK’nın 27 Şubat 2015 tarihli izniyle kurulmuş ve BDDK’nın 29627 sayılı kararı ile aktiflik izni alarak 24 Şubat 2016 tarihinden sonra faaliyetlerine başlayabilmiştir. Bankanın ödenmiş sermayesi 1.020 milyar TL’dir (Vakıf Katılım Bankası, 2020).

Vakıf Katılım Mart 2020 tarihi ile birlikte toplam tutar olarak 34 Milyar TL’yi aşmıştır. Toplam fon hacmi yine 2020 yılına baktığımızda 25 milyar TL’ye kadar gelmiş ve bu banka 2020 yılı verilerine baktığımızda 116 şube ve 1642 personelle müşterilerine hizmet vermektedir (Vakıf Katılım Bankası, 2020).

3.3.1.3. Türkiye Emlak Katılım Bankası

Türkiye'nin katılım bankacılığı sektöründeki en yeni kamu sermayeli bankası T. Emlak Katılım Bankası A.Ş. Atatürk'ün emir ve talimatlarıyla 03.06.1926 döneminde Emlak ve Eytam Bankası ismiyle Ankara'da temelleri atılmıştır. Bankanın ortaya çıkış hedefi inşaat sektöründeki fikirlerin güçlendirilmesi, ihtiyaçlarının karşılanabilmesi ve yetim haklarının savunulması şeklinde düzenlenmiştir. Banka, 06.01.1988 tarihinde Anadolu Bankası ile bir araya gelerek ismini almıştır. 29.11.1992 döneminde Denizcilik Bankası A.Ş. bütün bileşenleriyle beraber Emlak Bankası'nda geçmiştir. BDDK'nın 06.07.2001 zamanlı kararı istikametinde banka tüm aktif ve pasifleriyle bütün biçimde T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'ye verilmiştir, böylece bu bankanın bankacılık sektörü içerisinde faaliyette bulunma ve mevduat toplama hakkı elinden alınarak tasfiye aşamasına geçmiştir. 27.05.2017 tarihli 7020 sayılı KHK ile banka tasfiyeden çıkarılmış, 03.09.2018 döneminde bir araya gelen banka genel kurulu, ana sözleşmeyi onaylayarak temel aktiflik alanını "katılım bankası" biçiminde belirlemiş ve 10.09.2018 tarihinde bankanın adı şimdiki hali şeklinde tescillenmiştir. Banka BDDK'nın 26.02.2019 tarihli kararı ile etkinlik izni elde etmiş ve 21.03.2019 tarihinde işlemlerine başlamıştır (Türkiye Emlak Katılım Bankası, 2019, s. 1).

3.3.2. Yabancı Özel Sermayeli Katılım Bankaları

Türkiye'de Eylül 2020 tarihinden beri faizsiz bankacılık yapma amacıyla kurulmuş altı katılım bankası bulunmaktadır ve bu bankalardan üçü yabancı özel sermayeli bankalardır. Bu bankalardan, Albara Türk, Türkiye Finans Katılım Bankaları ve Kuveyt Türk yabancı özel sermayeli katılım bankalardır.

3.3.2.1. Albaraka Türk Katılım Bankası

Türkiye ekonomisi içerisinde faizsiz bankacılık adına kurulmuş olan ilk banka Albara Türk Katılım Bankası A.Ş.'dir. 5 Kasım 1984 döneminde Albaraka Türk Özel Finans Kurumu A.Ş. ismiyle kurulmuştur. 21.01.1985 gün ve 10912 sayılı TCMB tarafından da faaliyet izni alınmıştır. Bankanın adı sonrasında Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. şeklinde yeniden adlandırılmıştır (Albaraka Türk Katılım Bankası, 2022).

Tablo 4: Albaraka Türk Katılım Bankası Ortaklık Payları

Ortaklık Biçimi	Pay Miktarı (Bin TL)	Oranı (%)
Yabancı Ortaklık	840.263	62,24
-Albaraka Bankacılık Grubu	489.961	36,29

-Dallah Al Baraka Holding	207.585	15,38
-İslam Kalkınma Bankası	105.861	7,84
-Diğer	35.856	2,73
Yerli Ortaklar	39.421	2,92
Halka Açık	470.316	34,84
Toplam	1.350.000	100

Kaynak: (Albaraka Türk Katılım Bankası, 2020).

Tablo 4’de 30.06.2020 tarihi ile birlikte bu bankanın şirket ortaklık paylarına yer verilmiştir. Ortaklık şeklinde yabancı ortakların payları %62,24, yerli ortakların payları %2,92 ve halka açık olan pay ise %34,84 olarak görülmektedir. Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.’nin en hisseli pay sahibi bileşeni %36,29 ile Bahreyn’de mukim Albaraka Bankacılık Grubu’dur. Diğer yabancı pay sahipleri içerisinde %15,38 ile Dallah Al Baraka Holding ve %7,84 ile İslam Kalkınma Bankası yer almaktadır (Albaraka Türk Katılım Bankası, 2022).

3.3.2.2. Türkiye Finans Katılım Bankası

“Türkiye Finans, 1991 döneminde %100 yerli sermayeli birinci özel finans kuruluşu olarak aktif olan ‘Anadolu ÖFK’ ile 1985-2001 dönemleri arasında Faisal ÖFK unvanıyla katılım bankacılığı hizmeti veren ve 2001 yılında ismi ‘Family Finans’ olarak değişen bankanın 2005 yılında bir araya gelmeleriyle kurulmuştur. Anadolu Finans ile Family Finans’ın birleşmesi BDDK’nın 28.12.2005 tarihli kararıyla resmen tescil edilmiş ve 30.12.2005 tarihinde bankanın adı Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. şeklinde değiştirilmiştir. Bu isim değişikliği 30.12.2005 senesinde, 6762 numaralı Türk Ticaret Kanunu gerekliliklerine uyumlu bir şekilde T.C. İstanbul Ticaret Sicili Memurluğu tarafından onaylanmıştır ” (Türkiye Finans Katılım Bankası, 2019, s. 1).

Tablo 5: Türkiye Finans Katılım Bankası 2020 Yılı İtibarıyla Şirket Ortaklık Yapıları

Ortaklık Yapısı	Pay Tutarı (TL)	Pay Oranı (%)
The National Commercial Bank	1.742.676.447	67,03
Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.	274.838.187	10,57
Diğer Ortaklar	582.485.366	22,40

Toplam	2.600.000.000	100
---------------	----------------------	------------

Kaynak: (Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., 2020).

Tablo 5’te Türkiye Finans Katılım Bankası’nın en büyük ortağı The National Commercial Bank, bu bankanın %67,03 hissesini elinde bulundurmaktadır. Bankanın diğer hissedarları ise %10,57 ile Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. ve %22,40 ile diğer ortaklardan oluşmaktadır.

3.3.2.3. Kuveyt Türk Katılım Bankası

Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. TCMB'den alınan 28.02.1989 tarihli kararla Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu A.Ş. ismiyle ortaya çıkmıştır. Türkiye'de faizsiz bankacılık yapma amacıyla ÖFK şeklinde ortaya çıkan ve hala aktif faaliyetini katılım bankası şeklinde sürdüren Kuveyt Türk Katılım Bankası etkinliklerine 31 Mart 1989 döneminde başlamıştır. 5411 sayılı BKN'ye uyum sağlamak hedefiyle 2006 yılında bankanın adı Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. olarak değiştirilmiştir. Bankanın sermayesi 4.000.000.000 TL olup, her biri 1 TL ederde olacak 4.000.000.000 tane hisseye paylaştırılmıştır. Hisse senetleri nama yazılıdır (Kuveyt Türk Katılım Bankası, 2020, s. 16).

Tablo 6: Kuveyt Türk Katılım Bankası 2020 Yılı İtibarıyla Şirket Ortaklık Payları

Ortaklık Yapısı	Pay Tutarı (Bin TL)	Oranı (%)
Kuveyt Finans Kurumu	2.489.600	62,24
Wafra Uluslararası Yatırım Şirketi	360.000	9,00
İslam Kalkınma Bankası	360.000	9,00
Diğer Gerçek ve Tüzel Ortaklar	41.600	1,04
T.C. Vakıflar Genel Müdürlüğü	748.800	18,72
Toplam	4.000.000	100

Kaynak: (Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., 2020)

Tablo 6’da Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.’nin 30.06.2020 itibarıyla şirket ortaklık yüzdeleri verilmiştir. Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.’nin hisselerinin yüzde 62,24’ü

Kuveyt'te mukim Kuwait Finance House'a (KFH), yüzde 18,72'si T.C. Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne, yüzde 9'u Wafra Uluslararası Yatırım Şirketi'ne, yüzde 9'luk bölümü İslâm Kalkınma Bankası'na, yüzde 1,04'lük bölümü ise reel ve tüzel kişilerin sahipliğindedir. Bankanın yönetim kurulu başkan ve üyeleri, denetim kurulu üyeleri, genel müdür ve yardımcılarının banka sermayesindeki pay yüzdesi 0.11'dir (Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. , 2020).

3.4. Katılım Bankacılığı Sektör İncelemesi

Türkiye’de bulunan Katılım bankalarının sektörel olarak gelişimi her yıl devam etmektedir. Bu gelişim hem toplanan fonlar açısından hem de şube ve personel sayıları açısından gözlemlenebilmektedir.

Katılım bankalarının şube ve personel sayıları seneler baz alınarak araştırıldığında artan bir eğilim içerisinde olduğu görülebilmektedir. Aşağıdaki grafikte Katılım bankalarının şube sayılarının yıllar itibariyle değişimi verilmiştir.

Tablo 7: Katılım Bankaları Yıllara Göre Şube Miktarları

Şube Miktarı	Yıl
1.280	2021
1.194	2020
1.139	2019
1.065	2018
990	2017
1.126	2016
1.024	2015

Kaynak: (TKBB, 2021).

Grafikte de görüldüğü üzere Katılım bankaları, 2017 yılındaki tek dönemlik süreci ayırdığımızda genel olarak artan bir eğilimdedir diyebiliriz. 2015 yılı ve öncesini de dahil ettiğimizde bu artış çok daha büyük olarak yansımaktadır.

Aşağıdaki tabloda ise Katılım bankalarının 2015-2021 yılları arasındaki personel sayısı gelişimi bulunmaktadır.

Tablo 8: Katılım Bankaları Yıllara Göre Personel Miktarları

Personel Miktarı	Yıl
17.181	2021
16.393	2020
15.789	2019
15.310	2018
14.610	2017
16.215	2016
16.705	2015

Kaynak: (TKBB, 2021).

Personel miktarlarında da şube artışlarına doğru orantılı biçimde yükseliş görülmektedir. 2017 yılındaki şube sayılarındaki azalma nedeniyle çalışan sayılarında da o yılda bir azalma görülmektedir fakat devam eden dönemlerde düzenli olarak bir artış gerçekleşmiş ve en son verilere bakıldığında ise 2015 yılına göre personel sayılarında artış olduğu görülmektedir.

Katılım bankalarının toplanan fonlarının yıllar içerisindeki hareketliliği aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 9: Katılım Bankalarında Yıllara Göre Toplanan Fon Miktarları (Milyon TL)

Toplanan Fon Miktarı (Milyon TL)	Yıl
373.433	2021
271.731	2020
173.410	2019
124.122	2018
92.007	2017
74.886	2016
70.318	2015

Kaynak: (TKBB, 2021).

Tablo 9’u incelediğimizde Katılım bankalarının toplanan fonlarının yıllar itibariyle sürekli olarak artış içerisinde olduğu görülmektedir. Özellikle 2020 yılından sonraki dönem en yüksek artışın yaşandığı dönem olarak belirlenmiştir.

Yıllara göre toplanan fonlara baktığımızda, bununla beraber bu fonların içerisindeki Türk Parası ve Yabancı Para paylarının da ortaya konulmasının mühim olduğu görülebilmektedir. 2015-2021 yılları arasındaki toplanan fon miktarlarında Yabancı Para payı ve Türk Parası payı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 10: Katılım Bankalarında Toplanan Fonlarda TP ve YP Payları (Milyon TL ve %)

TP Payı (Milyon TL)	TP Payı (%)	YP Payı (Milyon TL)	YP Payı (%)	Yıl
118.137	31,63	255.296	68,37	2021
113.574	41,79	158.157	58,21	2020
64.590	37,24	108.820	62,76	2019
61.938	49,9	62.184	50,1	2018
51.194	55,64	40.813	44,36	2017
41.666	55,63	33.220	44,37	2016
37.669	53,56	32.709	46,44	2015

Kaynak: (TKBB, 2021)

Toplanan fonların yapısına baktığımızda, Yabancı Para payının 2018 yılı ve sonrasında artışta olduğu görülebilmektedir. Aslında bu tabloya bakarak müşterilerin TL'ye olan güveninin azaldığı da söylenebilmektedir.

Katılım bankalarının 2015-2021 yılları arasında kullandığı fonların tablosu da aşağıda verilmiştir.

Tablo 11: Katılım Bankaları Kullandırılan Fonlar (Milyon TL)

Kullandırılan Fonlar (Milyon TL)	Yıl
280.003	2021
207.273	2020
138.765	2019
123.262	2018
92.114	2017
82.350	2016
76.007	2015

Kaynak: (TKBB, 2021).

Katılım bankalarının kullandıkları fonlarda da yıllara göre baktığımızda düzenli bir artış görülmektedir. Yine diğer grafiklerde de olduğu gibi özellikle 2020 ve 2021 yıllarında büyük bir artış yaşanmıştır.

4. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE KATILIM BANKACILIĞINA YÖNELİK TERCİHLERİN BELİRLEYİCİLERİ ÜZERİNE ANALİZ

4.1. Literatür Taraması

Faizsiz bankacılık sistemi Türkiye’de olduğu gibi dünyada da gelişimini sürdüren ve bu süreçte üzerinde birçok farklı çalışmaya konu olan bir alandır. Bu alanda ortaya konmuş olan çalışmalardan müşterilere yönelik tercihlerin belirleyicileri alanında başlıca çalışmalar ve bu çalışmalarda ortaya çıkmış olan sonuçlar şunlardır:

Haque vd. (2009), Malezya’da insanların İslami bankacılıkta idrak ve hoşnutluklarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri araştırmada, hizmet niteliği, hizmetin erişilebilirliği, insanların kuruma olan sosyal ve dini bakış açısı ve güvenmesi değişkenlerinin katılım bankacılığı seçimlerinde olumlu ilişkili olduğu neticesine ulaşmışlardır.

Lo ve Leow (2014), Malezya’da İslami bankacılıkta giderek artan müşteri miktarının devamlılığıyla alakalı ortaya koyulan literatür taraması neticesinde, müşterilerin katılım bankacılığına yönelik algılarını test eden araştırmaların yetersiz bulunduğunu ve sektörle alakalı daha çok amprik araştırma yapılarak bu alanın devamlılığının sürdürülebilmesine yardımcı etkisi olacağını ortaya koymuşlardır.

Buchari vd. (2015), Bahreyn’de müşterilerin katılım bankacılığına özgü idrak ve farkındalığını meydana çıkarmak amacıyla yaptıkları araştırmada kişilerin cinsiyet ve eğitim seviyelerine bağlı olarak katılım bankacılığına göre idrak ve farkındalığının değişik olduğu fakat yaş ve gelir durumuna bakıldığında anlamlı bir değişiklik olmadığı sonucuna varmışlardır.

Awan ve Bukhari (2010), Malezya’da İslâmi bankaların geleneksel bankalara karşı başarılı olabilmesi için kişilerin tutum ve ihtiyaçlarını meydana çıkarma hedefiyle

ortaya koydukları araştırmada, 245 katılım bankacılığı müşteriinden edindikleri bilgilerin analizi neticesinde müşterilerin finansal ürünleri ve hizmet niteliğini önemli bularak katılım bankacılığı tercihinde bulunduğunu, dini hassasiyetlerin ise diğer faktörlere oranla daha az etkili z olduğu ortaya çıkmıştır.

Marimuthu vd. (2010), Malezya’da ortaya koydukları araştırmada İşlâmi bankacılığın seğıilmesini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Çalışma neticesinde, katılımcılar yarar-maliyet mukayesesi, hizmet dağıtımı, aktiflik, arkadaş/akraba referansı benzeri faktörlere dayalı olarak İşlâmi bankaları seğıtikleri görölmüştür.

Okumuş (2005), Katılım bankacılığı algı seviyesi, hoşnutluğu ve müşteri özelliklerini meydana çıkarmak için yaptığı araştırmada, Türkiye’de 160 kişiye anket uygulamıştır. Araştırma neticesinde, kişilerin tercihte bulunmalarındaki en mühim etken “dini nedenler” şeklinde bulunmuştur. Daha sonrasında konvansiyonel bankalardan edinilen hizmetlerin katılım bankaları aracılığıyla da sağlanması ve üçüncü en mühim sebep ise personelin müşterilere karşı olan yaklaşımı şeklinde tespit edilmiştir.

Jamal ve Naser (2002), yaptıkları çalışmada, hizmet niteliğinin esas ve ilişkisel büyüklüklerinin kişilerin memnuniyetini olumlu yönde cezbeden faktörler olduğunu ve bu nedenle katılım bankalarını seğımenin en mühim sebepleri içerisinde bulunduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Gerrard ve Barton (1997), Singapur’da İşlami Bankalar ile ilgili olarak ortaya koydukları araştırmada, İşlam dinine inanan ve inanmayan kişilerin ne sebeple katılım bankacılığını seğıtiklerini irdelemişlerdir. Araştırma bulgularına göre, örnekleme bulunan İşlam dinine inanan kişilerin neredeyse %20’si yalnızca dini gereklilikler sebebiyle bankayı seğıtiklerini fakat mühim bir bölümünün ise dini gereklilikler ile beraber kazanç kısmını da için içine katarak seğıimde buldukları ortaya çıkmıştır. Bu sonuç kazanç etkeninin her ne kadar Müşlmanlar kadar değilse de Müşlman olmayanlar için de geleneksel veya katılım bankacılığı tercihinde her zaman en mühim etkenlerden biri olduğunu göstermektedir. Çalışmada yazarlar ayrıca banka tercihinde Müşlmanların eş/dost ve reklam kanallarından etkilenip katılım bankalarıyla çalışma seviyesinin İşlam dinine mensup olmayan kişilere göre daha yüksek olduğu sonucuna varmışlardır.

Naser vd. (1999), Ürdün’de, Katılım Bankası kullanıcısı olan 203 kişi ile yaptıkları anket çalışmasında kişilerin İslam bankalarından hoşnutluklarını ve seçme sebeplerini araştırmışlardır. Çalışma neticesinde, kurum imajı/bankanın bilinirliği, dini nedenler ve diğer bankalardan edinilen hizmetlerin İslam bankalarınca da verilebilirliği değişkenlerinin katılım bankacılığının seçiminde önemli sebepler olduğu ortaya çıkmıştır.

Lee vd. (2011), Pakistan’da İslâmi bankalarının seçilme sebeplerine yönelik yaptıkları çalışmada, kişilerin esas olarak şeriat yasalarına göre kurallar belirlemeleri sebebiyle Katılım Bankalarını seçtikleri fakat bu faktörle beraber teknolojik gelişmişlik ve bankanın yeterince güvenli olup olmaması da onların seçimlerde etkili olduğu görülmüştür.

Mansour vd. (2010), İngiltere’de ortaya koydukları araştırmada, farklı olarak ortaya konulmuş araştırmalarda en mühim sebebin dini hassasiyet tesirinden ve ek olarak demografik özelliklerden ayrı şekilde İslami Bankaların hizmet masraflarının geleneksel bankalara oranla daha az seviyede bulunmasının bu bankalarla iş yapma konusunda en mühim faktör olduğu neticesine ulaşmışlardır. Bankaların dini temelde bulunması değişkeni ise seçim nedenlerinde ikinci en mühim seçim sebebi olduğunu gözlemlemişlerdir.

Apil (2009), Türkiye’deki katılım bankaları ile alakalı olarak ortaya koyulan bu çalışmada katılım bankacılığının kişiler üzerindeki izlenimi, şube çalışanlarının kişilere karşı olan olumlu davranışları ve müşteri hizmet niteliği kişilerin bu bankaları seçme sebeplerinin başında gelmektedir. Bu etmenlerin yanında, dini hassasiyetler, eş/dost önerileri de müşterileri katılım bankalarına kanalize eden etmenler olarak tespit edilmiştir.

Al-Ajmi vd. (2009), İslami ve konvensiyonel bankaların seçiminde en mühim tesiri olan etmenleri ortaya koyma hedefiyle Bahreyn’de 645 müşteriye anket yapmışlardır. İnanç, sosyal yükümlülük, hizmet niteliği, verimlilik, personel davranışları ve erişilebilirlik açısından yakınlık banka seçiminde en mühim değişkenler şeklinde gözlemlenmiştir.

Amin (2008), İslami bankaların tercih edilme sebepleri üzerine Malezya’da yaptığı çalışmada sırasıyla faizsiz sistem uygulanmasının, kredi faizlerinin daha alt seviyede olmasının, müşterilere karşı daha açık olmasının, yüz yüze finansman verebilmesinin müşterilerin seçimlerine tesir eden en önemli değişkenler olarak tespit etmiştir.

Dusuki ve Nurdianawati (2007), Malezya’da, bilhassa konvensiyonel ve İslami bankacığın beraber bulunduğu çiftli bankacılık zemininde, İslami bankacılık ideolojisine dair yedi ortak grubun konuyu ele alışlarını ve amaçlarını incelemişlerdir. Bu ortak gruplar fon kullanan kişiler, mevduat malikleri, banka personelleri, şube yöneticileri, İslami bankacılık müdürleri ve çalışanları, bankacılık denetleme kurumları ve İslam hukuku müşavirlerinden oluşmuştur. 1.400 örneklem üzerinden yaptıkları çalışmada ankete katılım gösterenlerin %89’u katılım bankacılığı tercihlerinde faiz hassasiyeti ya da faizin uygulanmaması nedeniyle etkili olduğunu belirtmişlerdir. Kazanç/zarar paydaşlığı biçimindeki oluşumun dini yönden en uyumlu sistem olduğunu ileri süren Dusuki ve Nurdianawati, İslami bankaların yalnızca kazanç hedefli kurumlar olmadığını üstelik İslam Hukuku açısından öngörülen ekonomik amaçlara varabilmek adına İslami norm ve faziletleri özendirme hedefleri olan oluşumlar olduğunu belirtmişlerdir.

Bhatti vd. (2010), İslami bankaların hizmetlerinden faydalanan 110 müşteriye Pakistan’da bankaları seçim nedenlerini sormuşlardır. “Dini nedenler” ve “kârlılık” en mühim değişkenler şeklinde ortaya çıkmıştır. Banka ürün ve hizmetlerinin maliyetinin az bulunması ve çalışanların kişilere iyi davranması diğer mühim değişkenler şeklinde tespit edilmiştir.

Dusuki vd. (2007), İslami bankacılık seçiminde en tesirli bulunan nedenleri ortaya çıkartabilmek amacıyla Malezya’nın dört değişik bölgesinde 750 kişiye anket uygulayarak bir çalışma yapmışlardır. Bu bilgileri Friedman testi aracılığıyla analiz etmiş ve yorumlamışlardır. İslami bankaların tercihinde İslami kanunlara göre hareket etmeleri ve nitelik bakımından daha iyi hizmet sağlaması en mühim değişken şeklinde gözlemlenmiştir. Seçimlerde mühim olan diğer değişkenler ise iyi sosyal sorumluluk projeleri, bankaların lokasyon olarak yakınlığı ve ürün ucuzluğudur.

Karakaya vd. (2004), Katılım bankasını kullanan kişilerin banka seçimini belirleyen değişkenleri ortaya çıkarmak ve müşteri hoşnutluğunu test etmek hedefiyle İstanbul’da bir araştırma ortaya koymuşlardır. Araştırmada müşterilerin banka seçimlerini etkileyen değişkenler; İslami sebepler, banka imajı, eş/dost tavsiyesi ve kazançların daha yüksek olması olarak şeklinde sıralanmıştır.

Erol ve El-Bdour (1989), Konvensiyonel ve İslami bankaların seçimini etkileyen değişkenleri araştırmışlardır. Ürdün’de 420 kişi ile yapılan çalışma neticesinde etkili ve

abuk hizmet”, “bankanın bilinirliği, imajı ve güvenilirliği” ve “bankanın gizlilik prensibine uyumluluğu” en mühim  faktör olarak belirtilmiştir. Geliri, eş/dost tesiri ve dini nedenler kişilerin banka tercihinde mühim olarak gördükleri diğer değişkenler şeklinde tespit edilmiştir.

Eskici (2007), Türkiye’nin farklı kentlerinde aktiflikte bulunan 4 farklı Katılım Bankası’nın 360 müşterisine anket uygulamıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında Katılım Bankaları ile çalışan kişilerin en mühim duyarlılığının bahsi geçen kurumların faizsiz bankacılık yapmaları olduğu gözlemlenmiştir. Katılım Bankaları’nı seçen kişilerin genellikle faizsiz bankacılık hassasiyetine göre davrandığı fakat bu hassasiyetin Katılım Bankaları ile iş yapma nedeni ve çalışma miktarında önem verilen konu olmasına karşın bu çalışmanın sürdürülmesi ve banka ile müşteri ikileminde oluşturulan ilişkilerin ayrıntılarında farklı değişkenlerin de var olduğu gözlenmiştir. Edinilen yanıtlara göre bu hassasiyeti besleyen başlıca değişkenler olarak faizsiz bankacılık yapma niteliğinin yanında kişiler ile Katılım Bankaları arasında yaratılan yakınlığın geri planında güvenilirlik, çalışma niteliği, çalışma çabukluğu, rekabet edebilirlik, ürün yelpazesi ve kesilen masraf ya da komisyonların büyüklüğü şeklinde sebepler de gözlemlenmektedir.

Hegazy (1995), İslam bankalarının ve klasik bankaların seçiminde mühim olan değişkenleri 400 kişiye anket yaparak araştırmıştır. Faizsiz bankaların tercihinde en mühim değişken eş/dost nerisi olarak ortaya konmuştur. Daha sonra ise sıralı olarak; “hizmet dağıtımındaki çabukluk ve etkileri”, “banka lokasyonuna ulaşım kolaylığı”, “personelinin kişilere karşı olan davranışları” ve “sosyal yükümlülük” İslami banka seçiminde en mühim olan faktörler şeklinde gözlemlenmiştir.

Abduh ve Mohd (2012) yaptıkları çalışmada faizsiz hizmet veren bankaları seçim sebeplerini ortaya koymak hedefiyle Malezya’da, anket çalışmasına dayanan bir araştırma ortaya koymuşlardır. Çalışmadaki ıktıların seçim sebeplerinin en mühim olanı dini gereklilikler ve faiz hassasiyeti olmakla birlikte dini gerekliliklerin yüzdesi 43 çıkmıştır. Tercih kıstaslarının öteki frekans dağılımları ise 17 ile kazanlılık, 15 ile banka itibarı, 10 ile banka imajı ve %5.5 ile personelin kişilere olan davranışı şeklinde gözlemlenmiştir.

4.2. Materyal ve Yöntem

Bu bölümde çalışmanın evreni, örnekleme, modeli, bilgi derleme ve işleme araçlarının geliştirilmesi ve uygulanması ile verilerin çözümlenmesi konuları ele alınmaktadır.

4.2.1. Araştırma Modeli ve Araştırma Soruları

Bu araştırma; düzeyine göre “uygulama”, çevresine göre ise “alan”, yöntemine göre “betimsel” bir araştırmadır (Kaptan, 1998, s. 45). Araştırmanın verileri anket tekniği yoluyla elde edilmiştir.

Araştırmanın temel araştırma soruları şu şekildedir;

- A.S.1: İmaj ve güven katılım bankacılığının tercih edilmesinde etkili midir?
- A.S.2: Dini hassasiyetler katılım bankacılığının tercih edilmesinde etkili midir?
- A.S.3: Tutum ve farkındalık katılım bankacılığının tercih edilmesinde etkili midir?
- A.S.4: Müşteri hizmetleri katılım bankacılığının tercih edilmesinde etkili midir?

Çalışmada cevaplanması hedeflenen diğer araştırma soruları şu şekildedir.

- Hangi tercih sebebi müşterilerin katılım bankalarını tercih etmelerinde diğerlerinden daha üstündür?
- Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri açısından yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri açısından eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri açısından cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri açısından gelir seviyeleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri açısından katılımcıların medeni durumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri açısından müşteri türleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4.2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de katılım bankalarını kullanan bütün müşteriler oluşturmaktadır. Bu müşteriler arasında herhangi bir ayırım gözetmeksizin anketler uygulanmıştır. Gönderilen anketler Google formlar aracılığı ile internet üzerinden gönderilmiş ve 423 adet katılımcıdan elde edilen verilerle gerekli analizler yapılmıştır.

4.2.3. Veri Toplama Araç ve Gereçleri

Yapılan literatür taraması sonucunda, müşteri tercihlerinin belirleyicilerini belirlemeye yönelik daha önce de yapılmış olan çalışmalar incelenmiş ve bu çalışmalardan varılan sonuçlara göre, uygulayacağımız anketlerde bize en verimli sonuçları verebilecek olan 24 adet anket sorusu belirlenmiştir. Bu sorular belirlenirken en çok faydalandığımız çalışma Faruk Dayı (2019) ‘‘Katılım Bankacılığının Tercih Nedenlerinin Sadakat ve Güven Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği’’ olmuştur.

Anketin güvenilirliğini ortaya koymak adına bir uygulama yapılmış ve ankete Reliability Analysis-Scale (Alpha) testi uygulanmıştır. Bu uygulama neticesinde anketin güvenilirlik derecesi $\alpha = 0,54$ olarak bulunmuştur. Güvenilirlik derecesi genel olarak 0,7 üzerinde kabul görmektedir fakat bazı kaynaklarda belirtildiği üzere, sosyal bilimler alanında yapılan bazı çalışmalarda 0,5 değeri üzerindeki güvenilirlik analizi sonucu da kabul görmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2013, s. 211). Ankette Likert tipi beşli dereceleme ölçeği kullanılmıştır. Anket soruları; kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4), ve kesinlikle katılıyorum (5) puan olarak gruplandırılmış ve değerlendirilmiştir. Geliştirilen ankete bir pilot çalışma ile uzman görüşleri doğrultusunda son şekli verildikten sonra anket uygulanmıştır.

Tablo 12: Müşteri Tercihlerinin Belirleyicileri – Anket Soruları

1	Katılım bankalarını tercih etmemde başarılı bankacılık ve finans yöntemleri etkili olmuştur.
2	Katılım bankalarını tercih etmemde, bankaların yaptıkları toplumsal katkılar (Burs, bağış, sosyal projelere destek, vb.) etkili olmuştur.
3	Katılım bankaları, geleneksel bankalardan daha güvenilirdir.
4	Katılım bankalarını tercih etmemde bankaların faizsiz kurum olarak imaj ve popüleritesi etkili olmuştur.
5	Katılım bankalarını tercih etmemde, bankacılık hizmetlerinin güvenilir ve eksiksiz olması etkili olmuştur.

6	Katılım bankalarını tercih etmemde, bu bankaların dini kurallara daha uygun davranması etkili olmuştur.
7	Katılım bankalarını tercih etmemde aile ve/veya arkadaş tavsiyesi etkili olmuştur.
8	Katılım bankalarını tercih etmemde müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı sunmaları etkili olmuştur.
9	Katılım bankalarını tercih etmemde dini hassasiyetlerim etkili olmuştur.
10	Katılım bankalarını tercih etmemde müşteri hizmeti açısından hızlı, etkin ve hatasız hizmet vermeleri etkili olmuştur.
11	Katılım bankalarını tercih etmemde personellerin müşterilere olan yaklaşımı etkili olmuştur.
12	Katılım bankalarını tercih etmemde cazip ürün ve hizmetler etkili olmuştur.
13	Katılım bankalarını tercih etmemde ev ve iş yerime olan yakınlıkları etkili olmuştur.
14	Katılım bankaları ile ilgili reklam ve ilanlara sürekli rastlarım.
15	Katılım bankaları, diğer bankalara göre daha kolay ulaşılabilir.
16	Katılım bankalarının ürün ve hizmet tanıtımı yeterince iyi yapılmıştır.
17	Katılım bankalarının bana uygun hizmet ve ürünler sunduğunu düşünüyorum.
18	Katılım bankaları ile çalışmak benim için önemlidir.
19	Katılım bankalarının benim için yararlı olacağına eminim.
20	Katılım bankaları ile geleneksel bankalar arasında bir tercihte bulunsam katılım bankalarını seçerim.
21	Katılım bankaları, geleneksel bankalara karşı iyi bir alternatiftir.
22	Katılım bankalarının ATM'leri, diğer bankalara nazaran daha güvenlidir.
23	Katılım bankalarının personelleri güvenilirdir.
24	Katılım bankalarının personellerine, bir sorun yaşadığımda hızlıca ulaşabilirim.

4.2.4. Araştırmanın Ölçme Aracı

Geçerlilik, ölçme aracının hedefe hizmet etme seviyesi ve ölçülmek istenen şeyi gerçek manada ölçebiliyor olması anlamına gelmektedir (Karasar, 2003, s. 77). Verilerin faktör analizi için doğruluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Bartlett Sphericity testiyle incelenmiştir. KMO katsayısının 60'dan yukarıda bulunması ve Bartlett testinin manidar sonuç vermesi, verilerin faktör analizi için uygulanabilir olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2003, s. 23). Bu çalışmada elde edilen veriler için (Tablo 13) KMO katsayısı .906, Bartlett Sphericity testi ise 6761,420 ($p < 0.000$) anlamlı

bulunmuştur. Eldeki verilerin faktör analizi için çok uyumlu olduğunu önümüze koyan bu değerler edinildikten sonra faktör analizi uygulanmıştır.

Tablo 13: Faktör Analizi Uygunluk Değerleri

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,906
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6761,420
	df	276
	Sig.	,000

Anketlerden kazanılan verilere Temel Bileşenler Analizi sistemiyle ve döndürme yöntemlerinden Varimax uygulanarak faktör analizi yapılmıştır. Bu analizin devamında özdeğeri 1'in üst seviyesinde olan toplam dört tane faktörün var olduğu görülmüştür (Tablo 14). Bu faktörler toplam varyansın %60,034'ünü açıklamaktadır. Ayrıca, Büyüköztürk (2003, s. 44) ölçüm sistemindeki maddelerin faktör ağırlık miktarlarının 0.45 ve bunun daha üstünde olmasının kullanmada ve seçmede iyi bir ölçüt olduğunu; ancak az miktarda madde için bu sınır değer 0.30'a kadar düşürülebileceğini belirtmektedirler. Tablo 14'de de görüldüğü gibi ölçüm sistemimde bulunan maddelerin faktör yükleri 0.350 ile 0.811 arasında farklılık göstermektedir.

Tablo 14: Müşteri Tercihlerini Belirleyen Faktörler

<i>Faktörler</i>	<i>Faktör yükleri</i>	<i>Açıklanan varyans %</i>	<i>Kümülatif %</i>	<i>Cronbach alpha</i>
<i>Faktör 1: İmaj ve Güven</i>		32,427	32,427	0,66
Katılım bankaları, geleneksel bankalardan daha güvenilirdir. (3)	0.695			
Katılım bankalarının bana uygun hizmet ve ürünler sunduğunu düşünüyorum. (17)	0.526			
Katılım bankaları ile çalışmak benim için önemlidir. (18)	0.783			
Katılım bankalarının benim için yararlı olacağına eminim. (19)	0.822			
Katılım bankaları ile geleneksel bankalar arasında tercihte bulunsam katılım bankalarını seçerim. (20)	0.850			
Katılım bankaları, geleneksel bankalara karşı iyi bir alternatiftir. (21)	0.759			
Katılım bankalarının ATM'leri, diğer bankalara nazaran daha güvenlidir. (22)	0.708			
Katılım bankalarının personelleri güvenilirdir. (23)	0.741			
<i>Faktör 2: Dini Hassasiyetler</i>		11,116	43,543	0,91
Katılım bankalarını tercih etmemde bankaların faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi etkili olmuştur. (4)	0.387			
Katılım bankalarını tercih etmemde, bu bankaların dini kurallara daha uygun davranması etkili olmuştur. (6)	0.956			
Katılım bankalarını tercih etmemde dini hassasiyetlerim etkili olmuştur. (9).	0.918			

Faktör 3: Tutum ve Farkındalık 12,086 55,629 0,72

Katılım bankalarını tercih etmemde, bankaların yaptıkları toplumsal katkılar (Burs, bağış, sosyal projelere destek, vb.) etkili olmuştur. (2)	0.422
Katılım bankalarını tercih etmemde aile ve/veya arkadaş tavsiyesi etkili olmuştur. (7)	0.554
Katılım bankalarını tercih etmemde ev ve iş yerime olan yakınlıkları etkili olmuştur. (13)	0.458
Katılım bankaları ile ilgili ilanlara sürekli rastlarım. (14)	0.683
Katılım bankaları, diğer bankalara göre daha kolay ulaşılabilir. (15)	0.693
Katılım bankalarının ürün ve hizmet tanıtımı yeterince yapılmıştır. (16)	0.717

Faktör 4: Müşteri Hizmetleri 4,405 60,034 0,62

Katılım bankalarını tercih etmemde başarılı bankacılık ve finans yönetimleri etkili olmuştur. (1)	0.674
Katılım bankalarını tercih etmemde, bankacılık hizmetlerinin güvenilir ve eksiksiz olması etkili olmuştur. (5)	0.689
Katılım bankalarını tercih etmemde müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı sunmaları etkili olmuştur. (8)	0.796
Katılım bankalarını tercih etmemde müşteri hizmeti açısından hızlı, etkin ve hatasız hizmet vermeleri etkili olmuştur. (10)	0.705
Katılım bankalarını tercih etmemde personellerin müşterilere olan yaklaşımı etkili olmuştur. (11)	0.560
Katılım bankalarını tercih etmemde cazip ürün ve hizmetler etkili olmuştur. (12)	0.747
Katılım bankalarının personellerine, bir sorun yaşadığımda hızlıca ulaşabilirim. (24).	0.462

Tablo 14’de ilişkili faktörlerde bulunan maddelerin detayına bakılarak bu faktörler adlandırılmaya çalışılmıştır. Rotasyon açıklama sayılarına göre varyansın %32,427’sini açıklayan ve 8 maddeden oluşan 1. faktör müşteri tercihlerinin belirleyicilerinde “imaj ve güven” ile ilgili maddelerinden oluşmaktadır. Varyansın %11,116’sını açıklayan ve 3 maddeden oluşan 2. faktör müşteri tercihlerinin belirleyicilerinde “dini hassasiyetler” ile ilgili maddelerden oluşmaktadır. Varyansın %12,086’sını açıklayan ve 6 maddeden oluşan 3. faktör müşteri tercihlerinin belirleyicilerinde “tutum ve farkındalık” ile ilgili maddelerden oluşmaktadır. Son olarak ise varyansın %4,405’ini açıklayan ve 7 maddeden oluşan 4. faktör müşteri tercihlerinin belirleyicilerinde “müşteri hizmetleri” ile ilgili maddelerden oluşmaktadır.

Anket Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu’nun 28.01.2022 Tarihli ve 2022/01 oturumunda alınan 21 Nolu karar ile verilen Etik Kurul onayı sonrası Türkiye’nin farklı bölgelerinde yaşayan birçok insana e-mailler aracılığıyla yollanmıştır. Anket Google form üzerinden düzenlendiği için kullanıcıların e-mail üzerinden herhangi bir geri dönüş yapmasına gerek kalmaksızın uygulanabilmiştir.

Anketin uygulaması için yapılan çalışmada, Türkiye içerisinde bulunan farklı illerdeki bütün kullanıcılara anketler yollanmış ve 423 adet anketten geri dönüş alınmıştır. Anketler her yaştan, eğitim durumundan, medeni durumdan, cinsiyetten ve meslekten kişilere uygulanmıştır.

4.2.5. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Her soru için frekans, yüzde, standart sapma ve aritmetik ortalamalar belirlenmiş ve aritmetik ortalamalar her ifadedeki düşüncenin benimsenme seviyesinin göstericisi olarak kullanılmıştır. Anketteki beşli ölçeğin değer farkının $(5-1 = 4)$ değer yargısına (5) bölünmesiyle bulduğumuz 0,80’lik aralıklar, benimsenme seviyesinin sınırlarını belirlemiştir. Buna göre, 1.00-1.80 arasında aritmetik değere sahip olan ifadelerdeki benimsenme seviyesi “Kesinlikle Katılmıyorum”, 1.81-2.60 arasındakiler “Katılmıyorum”, 2.61-3.40 arasındakiler “Kararsızım”, 3.41-4.20 arasındakiler “Katılıyorum”, ve 4.21-5.00 arasındakiler ise “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılanların cinsiyet, medeni durum ve bankadaki müşteri türleri değişkenlerine göre, düşünceleri arasında manidar farklılık olup olmadığını ortaya

koymak üzere “t” testi uygulanmıştır. İki değişken arasında anlamlı bir fark olup olmadığına, $P < 0,05$ anlamlılık seviyesine göz atılarak karar verilmiştir.

Araştırmaya katılanların yaş, eğitim düzeyi, müşteri türü ve gelir seviyeleri arasında manidar bir değişiklik olup olmadığını belirlemek amacıyla “Tek Yönlü Varyans Analizi”, ortaya koyulan değişikliklerin hangi gruplar ile ilişkili olduğunu ortaya koymak için de “Scheffe Testi” uygulanmıştır. Ancak, kritik değerlerin mühim görüldüğü pozisyonlarda ise “Least Significance Test (LSD testi)” uygulanmıştır.

4.3. Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Bu bölümde öncelikli olarak faktör analizlerinin neticesinde meydana gelen ‘imaj ve güven’, ‘dini hassasiyetler’, ‘tutum ve farkındalık ve ‘müşteri hizmetleri’ boyutlarında incelenecektir. Arından da müşteri tercihlerinin belirleyicilerinde; cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir seviyesi, medeni durum ve müşteri türü değişkenleriyle aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelenecektir. Sorular pozitif olduğu için sonuçlarda ortaya çıkan aritmetik ortalamalar (katılım seviyeleri) ne kadar yüksek ise, çalışmada kullanacağımız sınıflandırmaya göre oluşmuş olan algının “müşteri tercihlerinin belirleyicileri” algısına o kadar daha yakın olduğu değerlendirilmeye alınacaktır.

Analizlere geçilmeden önce toplanan veri setini normal dağılıma uydurabilmek için mevcut ± 3 değerleri esas alınarak z testi sonucu uç değerler tespit edilmiş ve veri setinden çıkartılmıştır (Karagöz, 2021). Çıkartılan anketler sonucunda başlangıçta elde bulunan veri sayısı 423’ten 407’ye düşmüştür.

4.3.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Örneklem grubunda yer alan ve araştırma içerisinde anketlere cevap vermiş olan katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, meslek, gelir seviyesi, medeni durumu, müşteri türü ve çalışmakta buldukları süreler ile ilgili kişisel bilgileri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 15: Demografik Faktörlerin Frekans Dağılımları

	Değişken	N	%
Cinsiyet	Kadın	202	47,75
	Erkek	221	52,25
Medeni Durum	Evli	297	70,22
	Bekar	126	29,78
Yaş	18-25	19	4,49
	26-35	134	31,67
	36-45	138	32,62
	46-55	68	16,07
	56-65	49	11,58
	66+	15	3,57
Eğitim Durumu	İlkokul mezunu	5	1,18
	Ortaokul mezunu	6	1,41
	Lise mezunu	90	21,27
	Önlisans mezunu	24	5,67
	Lisans mezunu	228	69,06
	Yüksek lisans mezunu	64	15,13
	Doktora mezunu	6	1,41
Meslek	İşveren/ Kendi işinde çalışan	68	16,07
	Özel sektör çalışanı	186	43,99
	Kamu çalışanı	111	26,24
	Emekli	43	10,16
	Diğer	15	3,54
Gelir Seviyesi	5000 TL'den az	69	16,31
	5001- 10000 TL arası	280	66,2
	10001 TL ve üzeri	74	17,49
Müşteri Türü	Bireysel müşteri	391	92,44
	Kurumsal müşteri	32	7,56

Ne Kadar Süredir Çalıştıkları	2 yıldan az	60	14,18
	2-5 yıl arası	199	47,06
	5-10 yıl arası	142	33,56
	10 yıl ve daha fazla	22	5,2
Toplam		423	100

Tablo 15'e göre; araştırmaya katılanların;

- % 47,75'i (202 kişi) kadın, %52,25'i (221 kişi) ise erkektir.
- %70,22'si (297 kişi) evli, %29,78'i (126 kişi) ise bekadır.
- %4,49'u (19 kişi) 18-25 yaş arasında, %31,67'si (134 kişi) 26-35 arasında, %32,62'si (138 kişi) 36-45 yaş arasında, %16,07'si (68 kişi) 46-55 yaş arasında, %11,58'i (49 kişi) 56-65 yaş arasında ve %3,57'si (15 kişi) 66+ yaş grubundadır.
- %1,18'i (5 kişi) ilkokul mezunu, %1,41'i (6 kişi) ortaokul mezunu, %21,27'si (90 kişi) lise mezunu, %5,67'si (24 kişi) önlisans mezunu, %69,06'sı (228 kişi) lisans mezunu, %15,13'ü (64 kişi) yüksek lisans mezunu ve %1,41'i (6 kişi) doktora mezunudur.
- %16,07'si (68 kişi) işveren/ kendi işinde çalışan kişiler, %43,99'u (186 kişi) özel sektörde çalışan kişiler, %26,24'ü (114 kişi) kamu çalışanı kişiler, %10,16'sı (43 kişi) emekli kişiler ve %3,54'ü (15 kişi) diğer kişilerdir.
- %16,31'i (69 kişi) 5000 TL'nin altında maaş alan kişiler, %66,2'si (280 kişi) 5001-10000 TL maaş alan kişiler ve %17,49'u (74 kişi) 10001 TL ve üzeri maaş alan kişilerdir.
- %92,44'ü (391 kişi) bireysel müşteriler ve %7,56'sı (32 kişi) kurumsal müşterilerdir.
- %14,18'i (60 kişi) 2 yıldan az süredir, %47,06'sı (199 kişi) 2-5 yıl arası süredir, %33,56'sı (142 kişi) 5-10 yıl arası süredir ve %5,2'si (22 kişi) 10 yıldan fazla süredir katılım bankaları ve finans kuruluşları ile çalışmaktadırlar.

4.3.2. Katılımcıların Dört Farklı Boyutta Katılım Bankalarını Tercih Etme Algıları

Bu kısımda, bağımsız değişkenler dikkate alınmayarak katılımcıların 'imaj ve güven', 'dini hassasiyetler', 'tutum ve farkındalık' ve 'müşteri hizmetleri' boyutlarında tercihlerin belirleyicileri konusundaki algıları değerlendirilecektir.

Tablo 16: Tercihlerin Belirleyicileri Algısı Katılım Düzeyleri

Faktörler	\bar{X}	SS
İmaj ve Güven	4,43	0,66
Dini Hassasiyetler	3,80	0,91
Tutum ve Farkındalık	2,63	0,72
Müşteri Hizmetleri	4,46	0,62

- a) Tablo 16'deki bulgulara göre katılımcılar, katılım bankalarındaki tercihlerinin belirleyicilerini "imaj ve güven" boyutuyla ($\bar{x} = 4,43$) aritmetik ortalamasıyla "kesinlikle katılıyorum" önemli bir belirleyici olarak algılamaktadırlar. En yüksek katılımlardan birinin bu boyutta elde edilmiş olması, katılım bankalarında müşteri tercihlerini en önemli ve olumlu ölçüde etkileyen faktörlerden birinin, imaj ve güven faktörü olduğunu göstermektedir.
- b) Katılımcılar "katılıyorum" düzeyinde ($\bar{x} = 3,80$) 'dini hassasiyetler' boyutunu da katılım bankalarını tercih etmede önemli bir sebep olarak gördüklerini ortaya koymuşlardır. Katılım düzeyinin 3. en yüksek olduğu bu boyut, katılımcıların katılım bankaları tercihlerinde dini hassasiyetlerinin gerçekten önemli bir rol oynadığını bizlere göstermektedir.
- c) Katılımcıların "kararsızım" ($\bar{x} = 2,63$) derecesinde katılım gösterdikleri 'tutum ve farkındalık' faktörü anket içerisinde en az katılım gösteren boyut olarak belirlenmiştir. Ortaya koyduğumuz dört faktör içerisinde en az ortalama değere sahip olan faktör tutum ve farkındalık faktörü olmuştur. Yani bu da demektir ki katılım bankalarını tercih eden müşterilerin, diğer faktörlere göre en az önem verdiği faktör tutum ve farkındalık faktörüdür.
- d) Dördüncü ve son boyut olan "müşteri hizmetleri", ' $\bar{x} = 4,46$ ' aritmetik ortalamasıyla "kesinlikle katılıyorum" düzeyinde anketimizde en çok katılım gösterilen boyut olmuştur. Dört faktör arasında en çok tercih edilen ve müşterilerin katılım bankaları tercihinde en çok önem verdiği faktör müşteri hizmetleri faktörü olmuştur. Katılan katılımcılar arasında 4,46 aritmetik ortalama katılım bankalarının tercih edilmesinde müşteri hizmetleri boyutunun önemli bir belirleyici olduğunu göstermektedir.

4.3.3. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Tercih Algıları

Bu kısımda, araştırmaya katılmış olan katılımcıların cinsiyet bağımsız değişkenine göre 4 farklı boyutta katılım bankalarını tercih algıları, t testi sonuçları ışığında incelenecektir. Yapılacak teste karar vermeden önce bağımlı değişkenin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında normal dağılım koşullarına uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek kontrol edilecektir. Yapılan çarpıklık ve basıklık analizi neticesinde bağımlı değişkenlerinin hepsinin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında çarpıklık ± 3 ve basıklık ± 7 değerleri arasında olduğu görüldüğünden verilerin normal dağılıma uyduğu (Byrne, 2010) değerlendirilmiş ve bağımsız örneklem t testi analizi yapılması düşünülmüştür.

Tablo 17: Cinsiyet Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Bağımsız Örneklem T Testi (N=407)

	Kadın		Erkek		$t(405)$	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS		
İmaj ve güven	4,48	0,55	4,52	0,56	0,67	0,50
Müşteri Hizmetleri	3,68	0,86	3,95	0,88	3,14	0,00
Dini hassasiyetler	2,63	0,71	2,66	0,71	0,44	0,66
Tutum ve Farkındalık	4,60	0,39	4,50	0,50	2,10	0,04
Toplam	3,95	0,35	3,98	0,37	0,75	0,45

Yapılan analiz neticesinde kadınlar ($\bar{X}=3.68$, $SS=.86$) ile erkekler ($\bar{X}=3.95$, $SS=.88$) arasında müşteri hizmetleri açısından ve yine kadınlar ($\bar{X}=4.60$, $SS=.39$) ile ($\bar{X}=4.50$, $SS=.50$) açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir, sırasıyla $t(405)=3.14$, $p<.01$ ve $t(405)=2.10$, $p=.04$.

4.3.4. Katılımcıların Medeni Duruma Göre Tercih Algıları

Bu kısımda, araştırmaya katılan katılımcıların medeni durum bağımsız değişkenine göre, t testi sonucunda ortaya çıkan veriler incelenerek değerlendirme yapılacaktır.

Tablo 18: Medeni Durum Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Bağımsız Örneklem T Testi (N=407)

	Evli		Bekar		$t(405)$	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS		
İmaj ve güven	4.58	0.47	4.30	0.68	4.83	0.00
Müşteri Hizmetleri	3.98	0.83	3.44	0.88	5.90	0.00
Dini hassasiyetler	2.67	0.70	2.59	0.72	1.01	0.32
Tutum ve Farkındalık	4.60	0.40	4.42	0.55	3.68	0.00
Toplam	4.03	0.34	3.80	0.36	6.25	0.00

Yapılan analiz neticesinde evliler ($\bar{X}=4.58$, $SS=.47$) ile bekarlar ($\bar{X}=4.30$, $SS=.68$) arasında imaj ve güven açısından, müşteri hizmetleri açısından evliler ($\bar{X}=3.98$, $SS=.83$) ile bekarlar ($\bar{X}=3.44$, $SS=.88$) arasında, tutum ve farkındalık açısından evliler ($\bar{X}=4.60$, $SS=.40$) ile bekarlar ($\bar{X}=4.42$, $SS=.55$) arasında ve toplamda evliler ($\bar{X}=4.03$, $SS=.34$) ile bekarlar ($\bar{X}=3.80$, $SS=.36$) arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir, sırasıyla $t(405)=4.83$, $p<.01$ ve $t(405)=5.90$, $p<.01$, $t(405)=3.68$, $p<.01$ ve $t(405)=6.25$, $p<.01$.

4.3.5. Katılımcıların Yaşlarına Göre Tercih Algıları

Bu kısımda, araştırmaya katılanların yaşları bağımsız değişkenine göre toplamda ve dört farklı boyutta tercihlerin belirleyicileri üzerine algıları, varyans analizi sonuçları

ışığında incelenecektir. Yapılacak teste karar vermeden önce bağımlı değişkenin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında normal dağılım koşullarına uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek kontrol edilecektir. Yapılan çarpıklık ve basıklık analizi neticesinde bağımlı değişkenlerinin hepsinin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında çarpıklık ± 3 ve basıklık ± 7 değerleri arasında olduğu görüldüğünden verilerin normal dağılıma uyduğu (Byrne, 2010) değerlendirilmiş ve tek yön ANOVA analizi yapılması düşünülmüştür.

Tablo 19: Yaş Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Tek Yön Analizi (N=407)

	18-25 Arası		26-35 Arası		36-45 Arası		46-55 arası		56-65 Arası		66 ve üzeri		F(5, 401) p	Gruplar Arası Fark	
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
İmaj ve güven	3.5	0.7	4.4	0.6	4.5	0.4	4.6	0.4	4.6	0.3	4.7	0.2	13.3	0.0	18-25 < 26-35, 36-45, 46-55, 56-65 ve 66+, p<.01
Müşteri Hizmetleri	3.1	1.1	3.5	0.8	3.8	0.9	4.0	0.7	4.1	0.6	4.6	0.4	10.6	0.0	18-25 < 36-45, 46-55, 56-65 ve 66+, p<.01
Dini hassasiyetler	3.1	0.8	2.4	0.6	2.7	0.6	2.6	0.7	2.5	0.6	3.3	0.7	6.92	0.0	18-25 > 26-35, 56-65, p<.01
Tutum ve Farkındalık	3.5	0.7	4.5	0.3	4.5	0.3	4.6	0.4	4.5	0.4	4.6	0.4	17.6	0.0	18-25 < 26-35, 36-45, 46-55, 56-65 ve 66+, p<.01
Toplam	3.4	0.5	3.8	0.3	4.0	0.3	4.0	0.3	4.0	0.3	4.3	0.2	16.5	0.0	18-25 < 26-35, 36-45, 46-55, 56-65 ve 66+, p<.01

Yapılan analiz neticesinde, yaş grupları arasında katılım bankalarının tercih edilme nedenleri ve alt boyutları arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir, sırasıyla $F(5, 401)=13.35, p<.01$, $F(5, 401)=10.60, p<.01$, $F(5, 401)=6.92, p<.01$, $F(5, 401)=17.65, p<.01$ ve $F(5, 401)=16.58, p<.01$.

İmaj ve güven açısından hangi yaş grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda 18-25 yaş arası grubun ($\bar{X}=3.55, SS=.74$) anlamlı olarak diğer tüm yaş gruplarından küçük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

Müşteri hizmetleri açısından hangi yaş grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda 18-25 yaş arası grubunun ($\bar{X}=3.13, SS=1.14$) anlamlı olarak 36-45 yaş grubu ($\bar{X}=3.87, SS=.90$), 46-55 yaş grubu ($\bar{X}=4.02, SS=.76$), 56-65 yaş grubu ($\bar{X}=4.17, SS=.64$) ve 66+ yaş grubundan ($\bar{X}=4.62, SS=.43$) küçük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

Dini hassasiyetler açısından hangi yaş grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda 18-25 yaş arası grubunun ($\bar{X}=3.17, SS=.80$) anlamlı olarak 26-35 yaş grubundan ($\bar{X}=2.48, SS=.63$) ve 56-65 yaş grubundan ($\bar{X}=2.56, SS=.68$) büyük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

Tutum ve farkındalık açısından hangi yaş grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda 18-25 yaş arası grubunun ($\bar{X}=3.56, SS=.71$) anlamlı olarak diğer tüm yaş gruplarından küçük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

Toplamda hangi yaş grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda 18-25 yaş arası grubunun ($\bar{X}=3.41, SS=.52$) anlamlı olarak diğer tüm yaş gruplarından küçük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

4.3.6. Katılımcuların Eğitim Durumlarına Göre Tercih Algıları

Bu kısımda, araştırmaya katılanların eğitim durumları bağımsız değişkenine göre toplamda ve 4 farklı boyutta tercih algıları, varyans analizi sonuçları ışığında incelenecektir. Yapılacak teste karar vermeden önce bağımlı değişkenin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında normal dağılım koşullarına uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek kontrol edilecektir. Yapılan çarpıklık ve basıklık analizi neticesinde bağımlı değişkenlerinin hepsinin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında çarpıklık ± 3 ve basıklık ± 7 değerleri arasında olduğu görüldüğünden verilerin normal dağılıma uyduğu (Byrne, 2010) değerlendirilmiş ve tek yön ANOVA analizi yapılması düşünülmüştür.

Tablo 20: Eğitim Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Tek Yön Analizi (N=407)

	Lise ve Öncesi		Ön Lisans		Lisans		Lisansüstü		F(3, 403)	p	Gruplar Arası Fark
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
İmaj ve güven	4,59	0,56	4,20	0,72	4,50	0,53	4,49	0,54	3,15	0,03	Lise ve Öncesi > Önlisans, $p < .01$
Müşteri Hizmetleri	4,33	0,68	3,51	0,95	3,72	0,89	3,54	0,80	16,70	0,00	Lise ve Öncesi < Önlisans, Lisans, Lisansüstü, $p < .01$
Dini hassasiyetler	2,75	0,68	2,93	0,84	2,61	0,72	2,51	0,63	3,03	0,03	
Tutum ve Farkındalık	4,45	0,56	4,34	0,67	4,60	0,39	4,60	0,36	4,18	0,01	
Toplam	4,06	0,39	3,84	0,43	3,96	0,35	3,91	0,28	3,15	0,03	Lise ve Öncesi > Lisansüstü, $p = .03$

Yapılan analiz neticesinde eğitim düzeyleri arasında katılım bankacılığı tercihleri açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir, sırasıyla; $F(3,403) = 3.15, p = .03$, $F(3,403) = 16.70, p < .01$, $F(3,403) = 3.03, p = .03$, $F(3,403) = 4.18, p < .01$ ve $F(3,403) = 4.18, p = .03$.

İmaj ve güven açısından hangi eğitim grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda lise ve öncesi eğitim grubun

(\bar{X} =4.59, SS =.56) anlamlı olarak önlisans eğitim gruplarından (\bar{X} =4.20, SS =.72) büyük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

Müşteri hizmetleri açısından hangi eğitim grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda lise ve öncesi eğitim grubun (\bar{X} =4.33, SS =.68) anlamlı olarak diğer tüm eğitim gruplarından büyük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

Son olarak, toplam tercihler açısından hangi eğitim grupları arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit edebilmek için yapılan bonferroni post hoc testi sonucunda lise ve öncesi eğitim grubun (\bar{X} =4.06, SS =.39) anlamlı olarak lisansüstü eğitim gruplarından (\bar{X} =3.91, SS =.28) büyük olduğu gözlemlenmiştir, $p<.01$.

4.3.7. Katılımcıların Gelir Seviyelerine Göre Tercih Algıları

Bu kısımda araştırmaya katılanların gelir seviyelerine göre toplamda ve dört farklı boyutta tercih algıları, varyans analizi sonuçları ışığında değerlendirilecektir. Yapılacak teste karar vermeden önce bağımlı değişkenin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında normal dağılım koşullarına uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek kontrol edilecektir. Yapılan çarpıklık ve basıklık analizi neticesinde bağımlı değişkenlerinin hepsinin bağımsız değişkenin tüm alt gruplarında çarpıklık ± 3 ve basıklık ± 7 değerleri arasında olduğu görüldüğünden verilerin normal dağılıma uyduğu (Byrne, 2010) değerlendirilmiş ve tek yön ANOVA analizi yapılması düşünülmüştür.

Tablo 21: Gelir Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Tek Yön Analizi (N=407)

	5000 TL den Az		5001-10000 TL Arası		10001 TL +		$F(2, 404)$	p	Gruplar Arası Fark
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS			
İmaj güven	4,21	0,72	4,55	0,50	4,57	0,48	3,15	0,00	5000 TL den Az < 5001-10000 TL Arası, 10001 TL + TL, $p<.01$

Müşteri Hizmetleri	3,98	0,89	3,76	0,88	3,92	0,87	16,70	0,12	
Dini hassasiyetler	3,04	0,80	2,50	0,61	2,85	0,80	3,03	0,00	5000 TL den Az < 5001-10000 TL Arası, $p>.01$
Tutum ve Farkındalık	4,20	0,73	4,59	0,35	4,72	0,31	4,18	0,00	5000 TL den Az < 5001-10000 TL Arası, 10001 + TL, $p<.01$
Toplam	3,88	0,50	3,95	0,32	4,11	0,33	3,15	0,00	5000 TL den Az < 10001 TL +, $p<.01$

Yapılan analiz neticesinde gelir grupları arasında katılım bankalarını tercih etme açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir, imaj ve güven $F(2, 404)=3.15, p<.01$, dini hassasiyetler $F(2, 404)=3.03, p<.01$, tutum ve farkındalık $F(2, 404)=4.18, p<.01$ ve toplamda $F(2, 404)=3.15, p<.01$.

İmaj ve güven açısından hangi gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit etmek için yapılan bonferroni post testi sonucunda 5000 TL'den az gelire sahip olanlar ($\bar{X}=4.21, SS=.72$) diğer gelir gruplarının hepsinden anlamlı olarak küçüktür, $p<.01$.

Dini hassasiyetler açısından hangi gruplar arasında fark olduğunu tespit etmek için yapılan bonferroni post hoc analizi sonucuna göre 5000 TL'den az gelire sahip olanlar ($\bar{X}=3.04, SS=.80$) ile 5001-10001 TL arası gelire sahip olanlardan ($\bar{X}=2.50, SS=.61$) anlamlı olarak büyüktür, $p>.01$.

Tutum ve farkındalık açısından hangi gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit etmek için yapılan bonferroni post testi sonucunda 5000 TL'den az gelire sahip olanlar ($\bar{X}=4.20, SS=.73$) diğer gelir gruplarının hepsinden anlamlı olarak küçüktür, $p<.01$.

Toplamda hangi gruplar arasında anlamlı bir fark olduğunu tespit etmek için yapılan bonferroni post testi sonucunda 5000 TL'den az gelire sahip olanlar ($\bar{X}=3.88, SS=.50$) diğer gelir gruplarının hepsinden anlamlı olarak küçüktür, $p<.01$.

4.3.8. Katılımcıların Müşteri Türlerine Göre Tercih Algıları

Bu bölümde araştırmaya katılan katılımcıların katılım bankalarındaki müşteri türlerine göre toplamda ve dört farklı boyutta tercih algıları, t testi sonuçları ışığında değerlendirilecektir.

Tablo 22: Müşteri Türleri Grupları Arasında Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Açısından Fark Bağımsız Örneklem T Testi (N=407)

	Bireysel		Kurumsal		t(405)	p
	\bar{X}	SS	\bar{X}	SS		
İmaj ve güven	4.48	0.56	4.73	0.39	2.38	0.02
Müşteri Hizmetleri	3.79	0.89	4.21	0.74	2.52	0.01
Dini hassasiyetler	2.67	0.71	2.36	0.54	2.33	0.02
Tutum ve Farkındalık	4.55	0.45	4.59	0.52	0.52	0.60
Toplam	3.96	0.36	4.03	0.31	1.04	0.30

Yapılan analiz neticesinde imaj ve güven açısından bireysel ($\bar{X}=4.48$, $SS=.56$) ile kurumsal ($\bar{X}=4.73$, $SS=.39$) müşteriler arasında, müşteri hizmetleri bireysel ($\bar{X}=3.79$, $SS=.89$) ile kurumsal ($\bar{X}=4.21$, $SS=.74$) müşteriler arasında, dini hassasiyetler açısından bireysel ($\bar{X}=2.67$, $SS=.71$) ile kurumsal ($\bar{X}=2.36$, $SS=.54$) müşteriler arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir, sırasıyla $t(405)=2.38$, $p=.02$, $t(405)=2.52$, $p=.01$ ve $t(405)=2.33$, $p=.02$.

4.3.9. Katılımcıların Bankaları Tercih Etmelerindeki Üstün Faktör

Söz konusu araştırma sorusunu cevaplamak üzere katılımcıların tercih sebepleri kategorik veri olarak tespit edilmiş ve bu değişkenin verilerinin dağılımında elde edilen gözlenen verilerle beklenen/tahmin edilen verilerin arasında anlamlı fark olup olmadığı incelenerek elde edilen verilerin istatistiksel olarak anlamlılığı incelenecektir. Bu kapsamda, ki kare uyum iyiliği testi uygulanmıştır (Karagöz, 2021).

Tablo 23: Tercih Sebepleri Dağılımı Ki Kare Uyum İyiliği Testi (N=423)

Tercih Sebebi	Gözlenen	Beklenen	X^2	p
İmaj ve güven	138	105.8		
Müşteri Hizmetleri	144	105.8	51.13	.00
Dini hassasiyetler	85	105.8		
Tutum ve Farkındalık	56	105.8		

Yapılan analiz neticesinde gözlenen değerlerin beklenen değerlerden farklı olduğu tespit edilmiştir, $X^2=51.13$, $p<.01$. Bu sonuçla, elde edilen gözlenen verilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu, dolayısıyla en fazla tercih sebebi müşteri hizmetleri, daha sonra imaj ve güven, daha sonra dini hassasiyetler ve son olarak da tutum ve farkındalık olarak ortaya çıkmıştır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Toplumlar zaman içinde kendi gereksinimlerini ilk olarak hayvancılık ile karşılarken, daha sonra üretim sürecindeki değişme ile hem gereksinimlerini gidermiş hem de gereksinimlerinin çok daha fazlası olacak şekilde üretimde bulunmuşlardır. Üretimini yapamadığı fakat gereksinim duyduğu malları ise üretimini sürdürdüğü ürünler ile gereksinim duyduğu ürünleri takas ederek günümüz ticaretinin ilk örneği denilebilecek olan takas sistemini keşfetmişlerdir. Takas ekonomilerine adım atılmasıyla beraber üretimlere dair bazı ürünlerin bir süreliğine veya belirlenmiş bir kazanç karşılığında kullanılması benzeri hizmetleri sunan ve bankacılığın da ilk adımları olarak kabul gören kurumlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Yani aslında bankacılığa odaklı olan ilk bulgular paranın icadından yıllarca eskiye gitmektedir. Banka misyonunda olan kurumların bizlere sunduğu hizmetler, paranın icadıyla beraber günümüzdeki bankacılık sistemine doğru evrimini gerçekleştirmiştir.

Piyasalarda, 1970’li yıllara kadar tek olarak aktiflikte bulunan geleneksel bankalara alternatif olarak katılım bankaları doğmuştur. Özellikle İslami kesime ait olan insanların faize karşı olan tutumları sebebiyle katılım bankaları, mevduat bankalarını tercih etmeyen bu kesimin “yastık altı” olarak da adlandırılan tasarruflarını piyasaya kazandırma amacıyla gündeme gelmiştir.

Özellikle son dönemlerde bütün dünya çevresinde aktifliğini büyük bir hızla arttırmakta olan katılım bankaları, eskilerde olduğu gibi artık sadece faize karşı olan insanlara değil, birçok farklı düşünceden ve bakış açısından olan kişilere hizmetlerini sunmaktadır. Katılım bankalarının müşterilerinin artmasıyla beraber, bireylerin katılım bankalarını tercih etmelerindeki sebepleri araştırmak ve tercihlerin belirleyicileri arasındaki geçerli farklılıklar olup olmadığını ölçme hedefiyle bu çalışma ortaya çıkmıştır.

Gerekli araştırmalar yapıldıktan sonra hazırlanan ifadelerin doğru bir şekilde test edilebilmesi için gerekli olan kişi sayısı belirlenerek uygulanmaya başlanmıştır. Bu testler yeterli örneklem sayısına ulaşılan kadar uygulanmaya devam edilmiştir. Ardından, elde edilen bu veriler SPSS programında analiz edilerek güvenilirlik şartının kontrolü de yapılmıştır. Katılımcılara yöneltilen 24 sorunun hangi kavramları

ölçtüğünün, çok daha iyi seviyede anlaşılması hedefiyle gruplandırılması için faktör analizi yapılmış ve dört faktör elde edilmiştir. Elde edilen bu faktörler, imaj ve güven, dini hassasiyetler, tutum ve farkındalık ve müşteri hizmetleri olarak adlandırılmıştır. Gerekli analizler sonucunda da elde edilmiş olan bu faktörlerin güvenilirlik şartını sağlayıp sağlamadıkları da teste sokulmuştur.

Katılımcılara, bu 24 ifadeye ek olarak yöneltilmiş olan cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu ve müşteri türü gibi demografik özelliklere göre hipotezler oluşturularak t testi ve Anova testleri de uygulanmıştır. Demografik özelliklere uygulanan t testleri sonucunda anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Ayrıca örneklem grubunun ikiden fazla olması sebebiyle t testi yerine Anova testi kullanılarak yapılan inceleme sonucunda yaş grupları, eğitim durumu ve gelir seviyesi açısından da anlamlı farklılıklar olduğu ortaya konulmuştur.

Son olarak da bankacılık türüne göre hangi faktörlerin tercih edilme sebepleri içerisinde en etkili olduğuna dair yapılan analizlerde, faktörlerin toplam puanları üzerinden elde edilmiş olan veriler sunulmuştur. Tercihlerin belirleyicileri konusunda en etkili faktör müşteri hizmetleri, daha sonra imaj ve güven, daha sonra dini hassasiyetler ve son olarak da tutum ve farkındalık olarak ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın sonucu, Haque vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen hizmet kalitesi faktörü ile, Awan ve Bukhari (2010) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen müşterilerin finansal ürünleri ve hizmet kalitesi faktörleri ile, Jamal ve Naser (2002) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen hizmet niteliği ve müşteri memnuniyeti faktörü ile, Naser vd. (1999) tarafından yapılan çalışmada tespit edilen kurum imajı/bankanın bilinirliği, dini nedenler ve müşteri hizmetleri faktörleri ile, Apil (2009) tarafından Türkiye’de yapılan çalışmada tespit edilen müşteri hizmet niteliği faktörü ile benzerlik göstermiştir. Yukarıda belirttiğimiz çalışmaların hepsinde benzer faktörler en çok tercih edilme sebeplerinden biri olarak gözlemlenmiştir. Ayrıca Eskici (2007), Hegazy (1995), Abduh ve Mohd (2012) tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile de genel anlamda uyumludur. Yapılan çalışmaların tümündeki faktörler aynı faktörlerdir ve önem sıralaması olarak farklılıklar olsa da benzerlik çok yüksektir. Bu anlamda yaptığımız bu çalışma literatürdeki diğer çalışmalarla kıyaslandığında, literatüre genel anlamda uygundur.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlardan hareketle; katılım bankalarının mevcut müşterilerini tutundurmada ve potansiyel müşterilerini kazanma noktasında pazarlama stratejilerini yenilemelerinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Değişen ve büyüyen

ekonomilerde müşterilerin ihtiyaçları da gün geçtikçe değişmektedir. Katılım bankaları bu isteklere cevap verebildikleri ölçüde sektör paylarını büyütebilirler. Personel yetkinliğinin artırılması, teknolojiye ayak uydurma, katılım bankacılığının insanlara daha sade ve anlaşılır şekilde anlatılması ve müşteri odaklı yaklaşımlara dikkat edilmesi hem sektörün hem de kurumların gelişmesini sağlayacaktır. Ayrıca üniversiteler ve çeşitli sivil toplum kuruluşları ile katılım bankaları arasında yapılacak anlaşmalar, konferanslar ve sempozyumlar ile bireylerin İslami bankacılığa ait finansal okur yazarlığın artırılması sağlanabilir. İslami bankacılık okur yazarlığının artırılması ile katılım bankalarının bilinirliği artırılıp, mevcut müşterilere ve potansiyel müşteri adaylarına çalışma prensipleri daha sade şekilde anlatılabilir.

KAYNAKÇA

- Aggarwal, R. K. ve Yousef, T. (2000). Islamic Banks and Investment Financing. *Journal of Money, Credit and Banking*, 32(1), 93-120.
- Ahmad, Z. (1980). Islamic Banking: State Of The Art. *Islamic Economic Studies*, 2(1), 4-5.
- Ahroum, R., Touri, O. & Achchab, B. (2020). Murabaha and Musharakah Moutanaquissah Pricing: An Interest-Free Approach. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(1), 201-215.
- Akgüç, Ö. (1987). *100 Soruda Türkiye’de Bankacılık*. Gerçek Yayınevi.
- Akkizidis, I. ve Khandelwal, S. K. (2007). *Financial Risk Management for Islamic Banking and Finance*. Londra: Palgrave Macmillan.
- Akman, A. (2019). İslam Borçlar Hukukunda İstisna’ (Eser) Sözleşmesi (Türk Hukuku İle Mukayeseli). *The Journal of Social Science*, 3(5), 1-45.
- Aktepe, İ. E. (2010). *İslam Hukuku Çerçevesinde Finansman ve Bankacılık*. İstanbul: Erkam Matbaası.
- Aktepe, İ. E. (2013). *Sorularla Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Erkam Matbaası.
- Alam, N. ve Syed Aun R. Rivzi (Ed.). (2016). *Islamic Capital Market: Volatility Performance and Stability*. Londra: Palgrave MacMillan.
- Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. – 2020 Yılı Faaliyet Raporu*. (2020). <https://www.albaraka.com.tr/documents/yatirimci-iliskileri/faaliyet-raporlari/2020-faaliyet-raporu.pdf>
- Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. – Albaraka Hakkında*. (2022). <https://www.albaraka.com.tr/tr/hakkimizda/albarakayi-taniyin/albaraka-hakkında#:~:text=Ortado%C4%9Fu'nun%20g%C3%BC%C3%A7%C3%B9C%20sermaye%20gruplar%C4%B1ndan,Bankac%C4%B1l%C4%B1k%20Kanunu'na%20uygun%20olarak>
- Alsü, E., Taşdemir, A., & Kallo, Z. (2018). Katılım Bankalarının Performanslarının Değerlendirilmesi: Topsis Yöntemi ile Uluslararası Karşılaştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 303-316.

- Al-Ajmi, J., Hussain, H. A. & Al-Saleh, N. (2009). Clients Of Conventional And Islamic Banks In Bahrain: How They Choose Which Bank To Patronize. *International Journal Of Social Economics*, 36(11), 1086-1112.
- Amer, S., Anees, M. & Sajjad, M. (2014). Mudarabah- A New Paradigm For Corporate Governance. *European Journal Of Business And Management*, 6(6), 98-102.
- Amin, H. (2008). Choice Criteria For Islamic Home Financing: Empirical Investigation Among Malaysian Bank Customers. *International Journal Of Housing Markets and Analysis*, 1(3), 256-274.
- Anaç, T. ve Kaya, F. (2017). Bireysel Müşterilerin Katılım Bankası Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(15), 145-182.
- Apil, A. R. (2009). Türkiye Örneğinde Katılım Bankacılığında Müşteri Yaklaşımları [Customer Approach To Participatory Banking In The Case Of Turkey]. (TKBB No. Katılım Bankacılığının Finans Sektörüne Getirdiği Yenilik ve Açılımlar Başlıklı Bilimsel Araştırma Yarışması).
- Artun, T. (1983). *İşlevi, Gelişimi, Özellikleri ve Sorunlarıyla Türkiye’de Bankacılık*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Asutay, M., Abdullah Q. Turkistanı (Ed.). (2015). *Islamic Finance, Performance and Efficiency*. Berlin: Gerlach Press.
- Asutay, M., Abdullah Q. Turkistanı (Ed.). (2015). *Islamic Finance, Risk, Stability and Growth*. Berlin: Gerlach Press.
- Atlı, Y., Yücel, A., & Tanyıldızı, İ. (2018). Türk Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Tunceli İlinde Bankacılık Sektörü. *Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 86-105.
- Awan, H. M. ve Bukhari, K. S. (2010). Customer’s Criteria For Selecting an Islamic Bank: Evidence From Pakistan, *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 14-27.
- Babuşçu, Ş. ve Hazar, A. (2016). *Genel Bankacılık Bilgileri*. Ankara: Bankacılık Akademisi Yayınları.
- Bacha, O. I. (2008). The Islamic Interbank Money Market and A Dual Banking System: The Malaysian Experience. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), 210-226).
- Bakdur, A. (2003). *Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneri*. (Uzmanlık Tezi, Yıllık Programlar ve

*Konjonktür Değerlendirme Genel Müdürlüğü, Ankara). Erişim adresi
https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/AlperBAKDUR.pdf*

Bakkal, M. Ve Aksüt, U. (2011). *Türk Bankacılık Sisteminde Elektronik Bankacılık Uygulamaları* (1. Baskı). İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Bank Negara Malaysia – Introduction. (2021). <https://www.bnm.gov.my/introduction>

Bank Of England – How Is Islamic Finance Different To Other Types Of Finance. (2021). <https://www.bankofengland.co.uk/knowledgebank/what-is-islamic-finance>

BDDK ve TKBB – Çalıştay Raporu. (2014).

https://tkbb.org.tr/Documents/Yonemelikler/Katilim_Bankaciligi_ve_Faizsiz_Finans_Calistayi.pdf

Bhatti, G. A., Haroon, H. & Zahid, A. A. (2010). Determinants Of Customer Satisfaction and Bank Selection In Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, 2(6), 536-554.

Bozoklu, D. (2003). Atatürk Döneminde Bankacılık Sistemine ve Gelişimine Genel Bir Bakış. *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi*, 55, 269-302.

Buchari, I., Rafiki, A., & Al Qassab, M. A. H. (2015). Awareness and Attitudes of Employees Towards Islamic Banking Products In Bahrain, *Procedia Economics and Finance*, 30, 68-78.

Bulut, H. İ. ve Er, B. (2009). *Katılım Bankacılığında İki Yeni Finansal Teknik önerisi: Mudaraba-Risk Sermayesi Yatırım ortaklıkları ve Mudaraba-Risk Sermayesi Yatırım Fonları.* Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayını.

Bulut, Ş. (2014). *Müşteri Tercihlerinin Belirleyicisi Olarak ürün ve Hizmet Kalitesi: Katılım Bankaları ile Ticari Bankaların Karşılaştırmalı Analizi (Yüksek Lisans Tezi), Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 366342)*

Büyüköztürk, Ş. (2003). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı.* Ankara: Pegem Yayıncılık.

Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling With Amos: Basic Concepts, Applications, and Programming (2nd Ed.).* New York: Taylor and Francis Group

Çalık, E., ve Aygün, M. (2017). Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel 3 Kriterleri Açısından Kıyaslanması. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 7(2), 47-64.

Çivi, H. (1985). *Türkiye’de Bankacılık.* Ankara: Fon Matbaası.

- Çoban, O., Çoban, A., Kodaz, S. Ş., & Kurt, D. B. (2018). Analysis Of Profitability In Deposit Money Banks: Turkey Example. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 523-537.
- Dali, N. R. S. M. ve Ismail, A. G. (2006). Malaysia Islamic Money Market Instruments. *The Business Review*, 6(1), 193-200.
- Dayı, F. (2019). Katılım Bankacılığının Tercih Nedenlerinin Sadakat ve Güven Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(4), 1788-1806.
- Delen, T. H. (2019). *Alternatif Bankacılık Olarak Katılım Bankacılığının Türkiye Ekonomisine Etkisi, (Yüksek Lisans Tezi), Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 565679).*
- Dinc, Y. (2017). A Suggestion On Mortgage Financing Of Islamic Banks: Diminishing Musharakah. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 8(1), 25-31.
- Dinçer, Ö. (2016). *Türkiye’de Katılım Bankacılığının Multi-Moora Yöntemi ile Finansal Performans Analizi (Yüksek Lisans Tezi), Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 442919)*
- Dusuki, A. W. ve Nurdianawati, I. A. (2007). Why Do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks. *International Journal Of Bank Marketing*, 25(3), 142-160.
- Ece, N. (2011). Dünya ve Türk Bankacılık Sektöründe İslam Bankalarının Gelişimi. *Akademik Bakış Dergisi*, 25, 1-17.
- Eid, W. K. ve Asutay, M. (2019). *Mapping the Risks and Risk Management Practices in Islamic Banking*. New York: Wiley.
- Erdem. E. (2010). *Para Banka ve Finansal Sistem*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Erdoğan, D. (2011). *Katılım Bankacılığı ve Türk Ekonomisine Katkıları* [Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü].
https://tkbbegitim.org.tr/Documents/Yonetmelikler/80819_20130916163716266_6d2.KATILIM%20BANKACILI%C4%9EI%20ve%20T%C3%9CRK%20EKONOM%C4%B0S%C4%B0NE%20KATKILARI.doc
- Erdoğan, İ. (1990). İstisna Sözleşmesi ve Bazı İş Görme Sözleşmeleri İle Karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 3(1), 135-172).
- Ergeç, K. D. (2018). *Türk Bankacılık Sisteminde Etkinlik ve 2008 Küresel Finansal Krizi: Katılım Bankacılığının Geleneksel Bankacılık ile Karşılaştırmalı*

Analizi(Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 510304)

- Erol, C. ve El-Bdour, R. (1989). Attitudes, Behaviour And Patronage Factors Of Bank Customers Towards Islamic Banks. *International Journal Of Bank Marketing*, 7(6), 31-37.
- Ertuğrul, A. ve Zaim, O. (1996). *Türk Bankacılığında Etkinlik*. Ankara: Gazi Yayınevi.
- Eskici, M. M. (2007). *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri(Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 207357)*
- Es-Sadr, M. B. (1993). *İslam Ekonomi Sistemi*. (Çev. Eryarsoy, B). Ankara: Rehber Yayıncılık.
- Frowen, S. (1993). *Monetary Theory and Monetary Policy*. Londra: Palgrave Macmillan.
- Gait, A. ve Worthington, A. (2009). Attitudes Perceptions And Motivations Of Libyan Retail Customers Towards Islamic Methods Of Finance. *Asian Finance Association International Conference*, Brisbane.
- Gerrard, P. Ve Cunningham, J. B. (1997). Islamic Banking: A Study In Singapore. *International Journal Of Bank Marketing*, 15(6), 204-216.
- Görmüş, Ş. ve Yabanlı, A. (2019). *Katılım Bankacılığı Ekosisteminin Gelişimi, Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*, İstanbul: TKBB Yayınları.
- Güçlü, F. ve Kılıç, M. (2019). İslami Finansın Türkiye, ABD, İngiltere ve Malezya’da Gelişimi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 271-293.
- Gül, M. E., Torun, T. & Dumrul, C. (2017). Türk Katılım Bankalarının Fon Kaynaklarını Etkileyen Faktörler ve Bu Bankaların Klasik Bankalarla İlişkileri Üzerine Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 50, 141-166
- Hanif, M. (2010). Differences and Similarities in Islamic and Conventional Banking. *International Journal of Business and Social Sciences*, 2(2), 1-25.
- Hassan, M. K. ve Lewis, M. K. (2007). *Handbook Of Islamic Banking*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Haque, A., Osman, J. & Ismail, A. Z. H. (2009). Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study On Malaysian Customer Preferences. *American Journal of Applied Sciences*, 6(5), 922-928.

- Hegazy, I. A. (1995). An Empirical Comparative Study Between Islamic and Commercial Banks Selection Criteria In Egypt. *International Journal Of Commerce And Management*, 5(3), 46-61.
- Idiab, A. I. M., Haron, M. S., & Ahmad, S. B. H. (2011). Commercial Banks & Historical Development. *Journal of Applied Sciences Research*, 7(7), 1024-1029.
- IFDI – Islamic Development Report 2021*. (2021). https://icd-ps.org/uploads/files/ICD-Refinitiv%20IFDI%20Report%2020201607502893_2100.pdf
- IIFM – Who We Are*. (2021). <https://www.iifm.net/public/about-iifm/corporate-profile>
- IRTI – What We Do*. (2021). <https://irti.org/what-we-do/>
- IFSB. (2019). *Islamic Financial Services Industry*. Kuala Lumpur: Bank Negara Malaysia
- Iqbar, Z. ve Mirakhor, A. (1987). *Islamic Banking*. Washington, D.C.: International Monetary Fund.
- Jamal, A. ve Naser, K. (2002). Customer Satisfaction And Retail Banking: An Assessment of The Some of The Key Antecedents Of Customer Satisfaction in Retail Banking. *International Journal of Bank Marketing*, 20(4), 146-160.
- Jobst, A., Sy, A. N. R., Kunzel, P. & Mills, P. S. (2008). Islamic Bond Issuance: What Sovereign Debt Managers Need To Know. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1, 330-344.
- Kalaycı, İ. (2013). Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 51-74.
- Kaptan, S. (1998). *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*. Ankara: Tekışık Web Ofset Tesisleri.
- Karagöz, Y. (2021). *Spssamosmeta Uygulamalı Nitel-Nicel Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği* (3. Basım). Ankara: Nöbet Yayınları
- Karakaya, A. ve Karamustafa, O. (2004). Bankalarda Teknoloji Yoğun Finansal Ürünlerin Kullanılmasında Müşteri Özelliklerinin Rolü. *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, 38, 1-6.
- Karakoç, Y. (2011). Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankacılığının Yeri ve İşleyişi*(Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye (Tez No: 143525)
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Katılım Finans – Müşareke (Kar/Zarar Ortaklığı) Nedir?*. (2021).
[https://katilimfinans.com.tr/katilim-finans-kavramlari/musareke-krzarar-ortakligi-nedir-h13180.html#:~:text=Ticaret%20alan%C4%B1nda%20faaliyet%20g%C3%B6steren%20bir,%20Zarar%20Ortakl%C4%B1%C4%9F%C4%B1\)%20olarak%20tan%C4%B1mlanmaktad%C4%B1r.](https://katilimfinans.com.tr/katilim-finans-kavramlari/musareke-krzarar-ortakligi-nedir-h13180.html#:~:text=Ticaret%20alan%C4%B1nda%20faaliyet%20g%C3%B6steren%20bir,%20Zarar%20Ortakl%C4%B1%C4%9F%C4%B1)%20olarak%20tan%C4%B1mlanmaktad%C4%B1r.)
- Kaya, F. (Ed.). (2017). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri* (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.
- Kaya, F. (Ed.). (2017). *Katılım Bankacılığı* (1. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Keskin, E., İnan, E. A., Mumcu, M., & Erdönmez, P. (2008). *50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi ‘1958-2007’* [Türkiye Bankalar Birliği].
(<https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/808/2tbb50yil.pdf>)
- Khattak, N. A. ve Rehman, K. U. (2010). Customer Satisfaction and Awareness In Islamic Banking System In Pakistan. *African Journal of Business Management*, 4(5), 662-671.
- Kılınç, Ö. F. (2014). *Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Müşteri Tercih Kriterleri Üzerine Bir Uygulama: Isparta İli Örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. Erişim Adresi *Ulusal Tez Merkezi – Türkiye*. (Tez No: 369122)
- Kotan, A. (1981). *Banka Muhasebesi Ders Notları*. Malatya: Gayret Matbaası.
- Kuveyt Türk Katılım Bankası – Hakkımızda*. (2022). <https://www.kuveytturk.com.tr/>
- Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. – 2020 Yılı Faaliyet Raporu*. (2020).
<https://www.kuveytturk.com.tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/yillik-ve-ara-donem-faaliyet-raporlari>
- Küçükçolak, N. (2008). Faizsiz Finansman Sertifikası Sukuk’un Türk Sermaye Piyasası Açısından Değerlendirilmesi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 45(520), 23-45.
- Lee, K. H. ve Ulah, S. (2011). Customers’ Attitude Toward Islamic Banking In Pakistan. *International Journal Of Islamic And Middle Eastern Finance And Management*, 4(2), 131-145.
- Lo, C. W. Ve Leow, C. S. (2014). Islamic Banking In Malaysia: A Sustainable Growth of The Consumer Market. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(6), 526.

- Mansour, W., Ben Abdelhamid, M., Masood, O. & Niazi, G. S. K. (2010). Islamic Banking and Customers' Preferences: The Case Of The UK. *Qualitative Research In Financial Markets*, 2(3), 185-199
- Marimuthu, M., Jing, C. W., Gie, L. P., Mun, P. L. & Ping, T. Y. (2010). Islamic Banking: Selection Criteria and Implications. *Global Journal of Human Social Science*, 10(4), 52-62.
- Meenai, S. A. (2009). *The Islamic Development Bank*. Londra ve New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Moran, M. (1986). *The Politics Of Banking* (2. Baskı), Londra: The Macmillan Press.
- Mutlu, B. (2020). *Mevduat ve Katılım Bankacılığının Karşılaştırılması: Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 656772)*
- Naser, K., Jamal, A. & Al-Khatib, K. (1999). Islamic Banking: A Study of Customer Satisfaction And Preferences In Jordan. *International Journal Of Bank Marketing*, 17(3), 135-151.
- Okumuş, H. (2005). Interest-Free Banking in Turkey: A Study of Customer Satisfaction and Bank Selection Criteria, *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51-86.
- Orhan, Z. S. (2020). *40 Soruda Katılım Bankacılığı* (1. Baskı). İstanbul: İktisat Yayınları.
- Özince, E. (2008). Finansal Sektör – Uluslararası Gelişmeler ve Türkiye Deneyimi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 40, 24-44.
- Özkan, H. (2012). *Katılım Bankacılığının Klasik Bankalarla Karşılaştırılması ve Muhasebe Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye. (Tez No: 322314)*
- Özsoy, İ. (1997). *Özel Finans Kurumları* (1. Baskı). İstanbul: Asya Finans Kültür Yayınları.
- Özsoy, İ. (2012). *Vatikan İslami Finansı Öneriyor, İslami Finans Neyi Öneriyor? 2. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu, Türkiye, 1-2 Ekim 2012.*
- Öztürk, N. (2011). *Para Banka Kredi*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Özulucan, A. ve Deran, A. (2009). Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 85-108.

- Özulucan, A. ve Özdemir, F. S. (2010). *Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Parasız, İ. (2000). *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*. İstanbul: Kuşak Ofset.
- Parasız, İ. (2011). *Türkiye 'de ve Dünya 'da Bankacılık* (1. Baskı). İstanbul: Ezgi Kitabevi
- Parlakkaya, R. ve Çürük, S. A. (2011). Finansal Rasyoların Katılım Bankaları ve Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tasnif Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 3(3), 397-405.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2013). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji* (3. Baskı). İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Selmi, J. (2018). *Katılım Bankacılığı Sistemi ve Faizin Yeri: Türkiye Örneği*(Yüksek Lisans Tezi). *Erişim Adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye* (Tez No: 504130).
- Symons, E. L. Jr. (1983). Business Of Banking In Historical Perspective. *George Washington Law Review*, 51(5), 676-726.
- Şener, H. (1983). *İslami Finansal Kurumlaşma* (Uzmanlık Tezi, Başbakanlık DPT, Ankara).*Erişim adresi*
<https://www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2018/11/HalilSener.pdf>
- Takan, M. ve Boyacıoğlu, M. A. (2011). *Bankacılık Teori, Uygulama ve Yöntem*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Tosun, M. (2000). *Türkiye 'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama*. İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- Tuhan, A. (2014). *Katılım Bankacılığı ve Türkiye Uygulamaları* (Yüksek Lisans Tezi). *Erişim adresi Ulusal Tez Merkezi – Türkiye*. (Tez No: 368381)
- Türkiye Emlak Katılım Bankası – Hakkımızda* (2019).
<https://emlakkatilim.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/hakkimizda>
- Tunay, B. (2005). *Finansal Sistem: Yapısı, İşleyişi, Yönetimi ve Ekonomisi*. İstanbul: Birsen Yayınevi.
- Tuncay, M. (2018). Katılım Bankaları İle Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılması. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 160-176.
- Tunç, H. (2010). *Katılım Bankacılığı Felsefesi, Teorisi ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Nesil Yayınları.

- Türkiye Diyanet Vakfı. (2019). Faiz, 2019. Erişim adresi*
<https://islamansiklopedisi.org.tr/arama/?q=faiz&p=m>
- Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.(2019). 2019 Yılı Faaliyet Raporu.*
<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/finansal-raporlar/Sayfalar/faaliyet-raporlari.aspx>
- Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. (2022). Ortaklık Yapıları.*
<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/yatirimci-iliskileri/Sayfalar/ortaklik-yapisi.aspx>
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (2015). TKBB Strateji Belgesi.*
<https://tkbb.org.tr/Documents/ifm-vizyonu-113/TKBB-Strateji-Belgesi.pdf>
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2015).Katılım Bankaları.*
https://tkbb.org.tr/Documents/tkbb-yayinlari-97/KATILIM_2015_TR_final.pdf
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2021). Mukayese Raporu.*
<https://tkbb.org.tr/veri/sektormukayese>
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2022). Sukuk.*
<https://tkbb.org.tr/Documents/OnemliBasliklar/sukuk%20makalesi8.pdf>
- T.C. Resmi Gazete. (2001). Özel Finans Kurumlarının Kuruluş ve Faaliyetleri Hakkında Yönetmelik, 2001. Erişim adresi*
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2001/09/20010920.htm>
- T.C. Resmi Gazete. (2005). Bankacılık Kanunu, 2005. Erişim adresi*
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/11/20051101M1-1.htm>
- Uluyol, O. (2019). 19. Yüzyılda Osmanlı Devleti’nde Bankacılığın Gelişimi, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, 16, 19-40.*
- Uluyol, O. (2019). 1980-2000 Döneminde Türkiye’de Bankacılığın Gelişimi. Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, 17, 73-107.*
- Vakıf Katılım Bankası – Hakkımızda. (2020).*
<https://www.vakifkatilim.com.tr/documents/flippingbook2020/tr/m-1-9.html>
- Yazıcı, M. (2019). Bankacılığa Giriş (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.*
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(2), 107-117.*
- Yılmaz, O. N. (2010). Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı. Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayını.*

- Yurttadur, M. ve Demirbaş, H. (2017). Türkiye’de Bulunan Katılım Bankaları ve zel Sermayeli Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılması. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 89-117.
- Yüksel, S. (2016). İslami Bankacılığı Ortaya Çıkaran Nedenler ve İslami Bankacılığın Finansal İstikrara Katkıları (Ed.), *İslam Ekonomisi ve Finansı* içinde (153-174. ss.). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Zarqa, A. M. (1997). Istisna Financing Of Infrastructure Projects. *Islamic Economic Studies*, 4(2), 67-74.
- Ziraat Katılım Bankası. (2019). *Ziraat Katılım Bankası Anonim Şirketi 31 Aralık 2019 Tarihinde Sona Eren Hesap Dönemine Ait Konsolide Finansal Tablolar ve Bağımsız Denetim Raporu*, İstanbul.

EKLER

Ek. 1: Çalışmada Kullanılan Anket Soruları

KATILIM BANKACILIĞINDA MÜŞTERİ TERCİHLERİNİN BELİRLEYİCİLERİ

Bu çalışma Türkiye’de katılım bankacılığında müşteri tercihlerinin belirleyicilerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Anket tamamen bilimsel amaçla yapılmakta olup sonuçlar sadece yaptığımız çalışmada kullanılacak ve hiçbir surette başka yerlerle paylaşılmayacaktır. Zaman ayırdığımız için şimdiden teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Müslüm Basılgan / Ar. Gör. Ertuğrul UZUN

I.BÖLÜM

Aşağıda ankete katılanlarla ilgili demografik özellikleri belirlemek üzere sorulmuş 9 soru bulunmaktadır. Lütfen size en uygun cevabı işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz?

- a) Kadın b) Erkek

2. Yaşınız?

- a) 18-25 b) 26-35 c) 36-45 d) 46-55 e) 56-65 f) 66 ve üzeri

3. Medeni Durumunuz?

- a) Evli b) Bekar

4. Eğitim Durumunuz?

- a) İlkokul mezunu b) Ortaokul mezunu c) Lise Mezunu d) Önlisans Mezunu
e) Lisans Mezunu d)Yüksek lisans mezunu f)Doktora mezun

5. Mesleğiniz?

- a) İşveren/ Kendi İşinde Çalışan b) Özel Sektör Çalışanı c) Kamu Çalışanı
d) Emekli e) Diğer

6. Gelir seviyeniz? Aylık ortalama gelirinizi işaretleyiniz.

- a) 5000 TL'den daha az b)5001-10000 TL arası c) 10001 TL ve üzeri

7. Müşteri Türü?

- a) Bireysel Müşteri b) Kurumsal Müşteri

8. Katılım bankaları ve finans kurumları ile ne zamandır çalışmaktasınız?

- a) 2 yıldan az b) 2-5 yıl arası c) 5-10 yıl arası d) 10 yıl ve daha fazla

II.BÖLÜM

Açıklama

Aşağıda yer alan ifadelere ilişkin cevaplarınızı “kesinlikle katılmıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” aralığında yer alan size en uygun gelen kutucuğa işaretleme yaparak veriniz. Lütfen bütün soruları cevaplandırınız.

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Katılım bankalarını tercih etmemde başarılı bankacılık ve finans yönetimleri etkili olmuştur.					
2. Katılım bankalarını tercih etmemde, bankaların yaptıkları toplumsal katkılar (burs, bağış, sosyal projelere destek, vb.) etkili olmuştur.					
3. Katılım bankaları geleneksel bankalardan daha güvenilirdir.					
4. Katılım bankalarını tercih etmemde bankaların faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi etkili olmuştur.					
5. Katılım bankalarını tercih etmemde, bankacılık hizmetlerinin güvenilir ve eksiksiz olması etkili olmuştur.					
6. Katılım bankalarını tercih etmemde, bu bankaların dini kurallara daha uygun davranması etkili olmuştur.					
7. Katılım bankalarını tercih etmemde aile ve/veya arkadaş tavsiyesi etkili olmuştur.					
8. Katılım bankalarını tercih etmemde müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı sunmaları etkili olmuştur.					
9. Katılım bankalarını tercih etmemde dini hassasiyetlerim etkili olmuştur.					
10. Katılım bankalarını tercih etmemde müşteri hizmeti açısından hızlı, etkin ve hatasız hizmet vermeleri etkili olmuştur.					
11. Katılım bankalarını tercih etmemde personellerin müşterilere olan yaklaşımı etkili olmuştur.					
12. Katılım bankalarını tercih etmemde cazip ürün ve hizmetler etkili olmuştur.					
13. Katılım bankalarını tercih etmemde ev ve iş yerime olan yakınlıkları etkili olmuştur.					
14. Katılım bankaları ile ilgili reklam ve ilanlara sürekli rastlarım.					
15. Katılım bankaları, diğer bankalara göre daha kolay ulaşılabilir.					

16. Katılım bankalarının ürün ve hizmet tanıtımı yeterince iyi yapılmıştır.					
17. Katılım bankalarının bana uygun hizmet ve ürünler sunduğunu düşünüyorum.					
18. Katılım bankaları ile çalışmak benim için önemlidir.					
19. Katılım bankalarının benim için yararlı olacağına eminim.					
20. Katılım bankaları ile geleneksel bankalar arasında tercihte bulunsam katılım bankalarını seçerim.					
21. Katılım bankaları, geleneksel bankalara karşı iyi bir alternatiftir.					
22. Katılım bankalarının ATM'leri, diğer bankalara nazaran daha güvenlidir.					
23. Katılım bankalarının personelleri güvenilirdir.					
24. Katılım bankalarının personellerine, bir sorun yaşadığımda hızlıca ulaşabilirim.					