



T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE FİNANSİ ANABİLİM DALI

EĞİTİM ÇALIŞANLARININ KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME
NEDENLERİNİN BELİRLENMESİ: AKSARAY İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hamza AĞIR

DANIŞMAN
Doç. Dr. Haşim BAĞCI

AKSARAY 2023

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE FİNANSİ ANABİLİM DALI

EĞİTİM ÇALIŞANLARININ KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME
NEDENLERİNİN BELİRLENMESİ: AKSARAY İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hamza AĞIR

DANIŞMAN
Doç. Dr. Haşim BAĞCI

AKSARAY 2023

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 12 (on iki) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Hamza

Soyadı : AĞIR

Bölümü : İslam İktisadı ve Finansı Anabilim Dalı

İmza :

Teslim tarihi : 27/02/2023

TEZİN

Türkçe Adı : Eğitim Çalışanlarının Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenlerinin Belirlenmesi: Aksaray İli Örneği

İngilizce Adı : Determining the Reasons of Education Staff to Prefer Participation Banks: An Ampirical Analysis in Aksaray Province

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Hamza AĞIR

İmza :

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
JÜRİ ONAY SAYFASI

Hamza AĞIR tarafından hazırlanan “Eğitim Çalışanlarının Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenlerinin Belirlenmesi: Aksaray İli Örneği” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Aksaray Üniversitesi İslam İktisadı ve Finansı Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Haşim BAĞCI

İmza

Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Aksaray Üniversitesi

.....

Üye: Prof. Dr. Emine FIRAT

İktisat Anabilim Dalı, Aksaray Üniversitesi

.....

Üye: Dr. Öğretim Üyesi Yunus Emre KAHRAMAN

Eczane Hizmetleri Bölümü, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

.....

Tez Savunma Tarihi: 10/02/2023

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun tarih ve
..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü
Doç. Dr. Sevilay USLU DİVANOĞLU

İmza



Rahmetli Babama

TEŞEKKÜR

Bu konu ile ilgili çalışma yapmama vesile olan ve yaptığım çalışma süresince karşılaştığım zorluklara; nazik ve hoşgörölü tavrıyla çözüm üreten, yaşadığım her türlü sıkıntıda yardımını esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Haşım BAĞCI'ya jüri üyeleri Prof. Dr. Emine FIRAT'a ve Dr. Öğretim Üyesi Yunus Emre KAHRAMAN'a ayrıca hiçbir zaman desteklerini esirgemeyen eşim Fatıma AĞIR ve aileme teşekkür ederim.

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**EĞİTİM ÇALIŞANLARININ KATILIM BANKALARINI TERCİH
ETME NEDENLERİNİN BELİRLENMESİ: AKSARAY İLİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Hamza AĞIR, Aksaray 2023

ÖZET

Günümüzde katılım bankalarının hizmetlerinde gelişmelerin olduğu görülmektedir. Bankaların şube sayılarının artmasının yanında sundukları hizmetlerin çeşitliliği de çoğalmaktadır ve bütün işletmelerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de yoğun rekabet şartları vardır. Bankacılık sektöründe rekabet şartlarına uyum sağlayabilmek için bankaları başarıya taşıyacak en önemli etkenlerden birinin müşteri memnuniyeti olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle yapılan çalışmada eğitim çalışanlarının katılım bankalarını tercih etme nedenleri araştırılmıştır.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri müşteri profiline göre farklılaşabilir bu çalışmada müşteri profili olarak eğitim çalışanları seçilmiştir. Eğitim çalışanlarının tercih edilmesinin nedeni; incelenen yerli ve yabancı literatürde katılım bankaları tercihinin yönelik eğitim çalışanlarıyla ilgili herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamasıdır. Böylece kullanılan örneklemle gerçekleştirilen çalışmanın literatüre fayda sağlayacağı tahmin edilmektedir.

Araştırmanın örnekleme; Aksaray ilinde görev yapan tesadüfi yöntemle belirlenen 502 eğitim çalışanından oluşmaktadır. Çalışmanın ölçeği; Anaç (2015) ve Arpacık (2019)'un yapmış olduğu çalışmalardan geliştirilmiştir.

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenirliği Cronbach's Alfa katsayısı ile ölçülmüş ve 0,980 bulunmuştur. Bunun anlamı ölçeğin yüksek derece güvenilir bir ölçek olduğuna işarettir. Ayrıca basıklık ve çarpıklık değerleri ile de güvenirlik katsayısına bakılmış ve sonucun -3 ile +3 arasında olduğu görülmüştür. Bu sonuç ölçeğin normal dağılım gösterdiğini ortaya koymaktadır. Ardından araştırmadaki ölçeğin yapı geçerliğini saptamak için açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığı KMO ve Bartlett testi ile tespit edilmiştir. Bu testin sonucunda verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Faktör analizindeki boyutların belirlenmesi için Scree Plot grafiği yapılmış ve ölçeğin iki faktörlü yapı gösterdiğine karar verilmiştir. İki faktörlü

yapıdan oluşan ölçeğin birinci faktörü, “Ürün ve Hizmetler” ve ikinci faktörü ise “Katılım Bankası Olması” olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada ortaya çıkan sonuç; eğitim çalışanlarının katılım bankalarını tercih etmelerinin; “Ürün ve Hizmetler” ile “Katılım Bankası Olması” gerekçelerine göre belirlendiğini göstermektedir.

Bilim Kodu : 115306

Anahtar Kelimeler : Katılım Bankacılığı, Eğitim Çalışanları, İslami Finans, Faktör Analizi

Sayfa Adedi : 136

Danışman : Doç. Dr. Haşim BAĞCI



AKSARAY UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
PERSPECTIVE OF EDUCATION STAFF
TO PARTICIPATION BANKS: AN AMPIRICAL ANALYSIS IN
AKSARAY PROVINCE
(Master Program Masters With Thesis)
Hamza AĞIR, Aksaray 2023

ABSTRACT

Today, it is seen that there are developments in the services of participation banks. In addition to the increase in the number of branches of banks, the variety of services they offer is also increasing and there are intense competition conditions in the banking sector as in all businesses. In order to adapt to the competitive conditions in the banking sector, one of the most important factors that will carry the banks to success is customer satisfaction. For this reason, in this study, the reasons for the education employees to prefer participation banks were investigated.

The reasons for choosing participation banks may differ according to the customer profile. In this study, education employees were chosen as the customer profile. The reason why education staff are preferred is that there has not been any study yet on education staff regarding the preference of participation banks in the domestic and foreign literature examined. Thus, it is estimated that the study carried out with the sample used will benefit the literature.

The sample of the research consists of 502 education staff working in Aksaray and determined by random method. The scale of the study was developed from the studies of Anaç (2015) and Arpacik (2019).

The reliability of the scale used in the study was measured with the Cronbach's Alpha coefficient and was found to be 0.980. This means that the scale is a highly reliable scale. In addition, the values of kurtosis and skewness and the reliability coefficient were examined and it was seen that the result was between -3 and +3. This result reveals that the scale has a normal distribution. Then, exploratory factor analysis was used to determine the

construct validity of the scale in the study. Whether the scale was suitable for factor analysis was determined by KMO and Bartlett tests. As a result of this test, it was concluded that the data were suitable for factor analysis. In order to determine the dimensions in factor analysis, a Scree Plot graph was made and it was decided that the scale showed a two-factor structure. The first factor of the scale, which consists of two factors, was determined as "Products and Services" and the second factor was determined as "Being a Participation Bank". Therefore, the result of the study; education staff prefer participation banks; it shows that it was determined according to the reasons of "Products and Services" and "Being a Participation Bank".

Science Code : 115306
Key Words : Participation Banking, Education Staff, Islamic Finance, Factor Analysis
Page Number : 136
Co-supervisor : Doç. Dr. Haşim BAĞCI

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI.....	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI	iii
TEŞEKKÜR	v
ÖZET	vi
ABSTRACT.....	viii
İÇİNDEKİLER	x
TABLolar LİSTESİ	xiv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xvi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	5
KATILIM BANKACILIĞINA GENEL BAKIŞ	5
1.1. KATILIM BANKACILIĞI KAVRAMI.....	5
1.2. KATILIM BANKACILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞ NEDENLERİ	7
1.2.1. Dini Nedenler	7
1.2.2. Sosyal Nedenler	8
1.2.3. Ekonomik Nedenler	9
1.3. KATILIM BANKACILIĞININ AMAÇLARI	10

1.4. KATILIM BANKACILIĞININ İLKELERİ.....	11
1.5. KATILIM BANKACILIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ.....	13
1.5.1. Katılım Bankacılığının Dünyadaki Gelişimi.....	13
1.5.2. Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Gelişimi	15
1.6. KATILIM BANKACILIĞININ HUKUKİ ÇERÇEVESİ	18
1.7. KATILIM BANKALARININ DÜNYA EKONOMİSİNE ETKİLERİ	19
1.8. KATILIM BANKALARININ TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİLERİ.....	20
1.8.1. Atıl Fonların Ekonomiye Kazandırılması.....	20
1.8.2. Reel Sektörün Finanse Edilmesi	21
1.8.3. Kayıt Dışı Ekonominin Önlenmesi	21
1.8.4. Yabancı Kaynak Transferi.....	21
1.8.5. Finansal Krizlere Karşı Önlem.....	22
1.8.6. İstihdamın Arttırılması.....	22
1.8.7. Rekabetin Geliştirilmesi	23
1.8.8. Maliyet Düşürücü Katkıları.....	23
1.9. KATILIM BANKALARI - FAİZ İLİŞKİSİ.....	23
1.9.1. Faiz Kavramı	24
1.9.2. Dinlerin Faize Yaklaşımları	24
1.9.2.1. Musevilik’te Faiz Anlayışı	24
1.9.2.2. Hristiyanlık’ta Faiz Anlayışı	25
1.9.2.3. İslamiyet’te Faiz Anlayışı	26
1.9.3. Kâr Payı ve Faiz İlişkisi.....	27
1.9.3.1. Kâr Payı ve Faiz Arasındaki Farklılıklar	27
1.9.3.2. Kâr Payı ve Faiz Oranının Birbirine Yakın Olmasının Nedeni	28
İKİNCİ BÖLÜM.....	30

LİTERATÜR İNCELEMESİ	30
2.1. YERLİ LİTERATÜR	30
2.1.1. Durum Analizini Gösteren Anketin Kullanıldığı Çalışmalar	30
2.1.2. İkincil Veri Seti Kullanılarak Yapılan Ampirik Çalışmalar	39
2.1.3. Katılım Bankacılığıyla İlgili Ampirik Analizin Yer Almadığı Teorik Çalışmalar	42
2.2. YABANCI LİTERATÜR	46
2.2.1. Durum Analizini Gösteren Anketin Kullanıldığı Çalışmalar	46
2.2.2. İkincil Veri Seti Kullanılarak Yapılan Ampirik Çalışmalar	55
2.2.3 Katılım Bankacılığıyla İlgili Ampirik Analizin Yer Almadığı Teorik Çalışmalar	57
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	62
EĞİTİM ÇALIŞANLARININ KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	62
3.1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ.....	62
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	62
3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	62
3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	63
3.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	63
3.6. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLARI.....	63
3.7. ARAŞTIRMANIN VERİLERİ	64
3.8. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	64
3.9. BULGULAR	66
3.9.1. Demografik Özellikler	66
3.9.2. Faktör Analizi.....	71
3.9.3. ANOVA ve T-TESTİ	76

3.9.3.1. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Cinsiyet Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	77
3.9.3.2. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Yaş Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	77
3.9.3.3. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Medeni Durum Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	78
3.9.3.4. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Eğitim Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	79
3.9.3.5. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin İş Deneyimi Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	80
3.9.3.6. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Katılım Bankası ile Çalışma Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	81
3.9.3.7. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Çalıştığı Katılım Bankası Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	82
3.9.3.8. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Ortalama Aylık Gelir Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	83
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	85
KAYNAKÇA.....	94
EKLER	110
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ TEZ DEĞERLENDİRME FORMU	116

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılım Bankacılığının Dünyadaki Gelişimi	14
Tablo 2. Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Gelişimi.....	17
Tablo 3. Katılım Bankacılığının Kanun Sıralaması	18
Tablo 4. Basıklık ve Çarpıklık Değerleri ile Güvenirlilik Katsayısı.....	64
Tablo 5. Güvenirlilik Analizi	65
Tablo 6. Betimsel İstatistikler	66
Tablo 7. Cinsiyet Dağılımı.....	66
Tablo 8. Yaş Dağılımı.....	67
Tablo 9. Medeni Durum Dağılımı	67
Tablo 10. Öğrenim Durumu Dağılımı	68
Tablo 11. İş Deneyimi Dağılımı	68
Tablo 12. Hizmet Alanı Dağılımı	69
Tablo 13. “Katılım Bankası ile Çalışıyor Musunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtlar	69
Tablo 14. “Çalıştığınız Katılım Bankası?” Sorusuna Verilen Yanıtlar	70
Tablo 15. Aylık Gelir Dağılımı.....	71
Tablo 16. KMO ve Bartlett’s Testi	72
Tablo 17. Alt Boyutların Belirlendiği Rotasyon Matriks Tablosu	73
Tablo 18. Faktörler ve Faktörlere Ait Güvenirlilik Değerleri.....	76
Tablo 19. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Cinsiyet Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	77

Tablo 20. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Yaş Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	78
Tablo 21. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Medeni Durum Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	78
Tablo 22. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Eğitim Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	79
Tablo 23. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin İş Deneyimi Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	80
Tablo 24. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Katılım Bankası ile Çalışma Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	81
Tablo 25. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Çalıştığı Katılım Bankası Bakımından Farklılık Gösterme Analizi.....	82
Tablo 26. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Ortalama Aylık Gelir Bakımından Farklılık Gösterme Analizi	84

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Scree Plot Grafiği	72
-----------------------------------	----



KISALTMALAR LİSTESİ

A.Ş.	:	Anonim Şirket
ATM	:	Automatic Teller Machine
CBFO	:	Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi
çev.	:	Çeviren
DSYİB	:	Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası
ed.	:	Editör
haz.	:	Hazırlayan
Hız.	:	Hazreti
s.a.v.	:	Sallallâhü aleyhi ve sellem
KOBİ	:	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
SPSS	:	Statistical Package for the Social Sciences
OPEC	:	Organization of Petroleum Exporting Countries
ÖFK	:	Özel Finans Kurumları
T.C.	:	Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	:	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TDV	:	Türkiye Diyanet Vakfı
TKBB	:	Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TMSF	:	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
vb.	:	ve benzeri
vd.	:	ve diğerleri

GİRİŞ

Bankacılık faaliyetlerinin milattan önceki dönemlere kadar uzandığı görülmüş; ancak toplumlarda tarih boyunca gerek dini gerek ahlaki gerekçelerle faizin uygun görülmeyp yasaklandığı ifade edilmiştir. Bu durum bankacılık faaliyetlerinde yeni bir kapı açmış ve tarihteki ilk faizsiz bankacılık faaliyeti Babil’de Hammurabi’nin hükümdarlık döneminde uygulanmıştır. Hammurabi, kanunlarda faizi yasaklamış ve bankacılık faaliyetlerinin faizsiz bir şekilde yürütülmesi için çalışmıştır. Mısır’da 1963 yılında kurulan banka, faizsiz bankacılığın modern çağdaki ilk örneği olmuştur. Daha sonraki yıllarda faizsiz bankalar kurulmaya devam etmiştir 1971 yılında Mısır’da Nasır Sosyal Bankası ve 1974 yılında Suudi Arabistan’ da İslam Kalkınma Bankası kurulmuştur.¹

Körfez bölgesinde petrol gelirlerindeki artış ile meydana gelen zenginlik ve dünya nüfusunun 1/3’üne denk gelen Müslüman nüfusun, faizsiz bankacılığa olan ilgisi sonucunda, faizsiz bankacılık zorunlu bir hale gelmiş ve yıldan yıla gelişim göstermeye başlamıştır. Uluslararası Finans Forumu verilerine göre; faizsiz fonlar yıllık ortalama %40 oranında büyürken, İslami bankaların mevduatları ise yıllık %15 oranında büyümektedir. 2008 küresel kriz sonrasında faizsiz bankacılık daha dikkat çekici bir duruma gelmiştir. Çünkü bu sistemde riski yüksek olan bankacılık işlemlerine ve spekülasyonlu işlemlere izin verilmemektedir. Bu nedenlerden dolayı Katoliklerin merkezi konumundaki Vatikan’da bile krizden çıkış yolu olarak, İslami bankacılık sistemi önerilmiştir.²

¹ İbrahim Gönen, *Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2017), 2.

² Osman Nuri Aras & Mustafa Öztürk, “Reel Ekonomiye Katkıları Bakımından Katılım Bankalarının Kullandığı Fonların Analizi”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi* 3/2 (Aralık 2011), 168-169.

Faizsiz bankacılığın ortaya çıkmasında en önemli neden İslamiyet'te faizin yasak olmasıdır. Faizli bankacılıkta tasarruflarını değerlendirmek istemeyen Müslümanlar için katılım bankaları alternatif bir seçenek haline gelmiş ve bu şekilde atıl fonların değerlendirilip ekonomiye kazandırılması sağlanmıştır. Türkiye'nin finans ve bankacılık sisteminde yapılan araştırmalarda fazla miktarda atıl fonun ekonomide değerlendirilmediği tespit edilmiş ve buna gerekçe olarak, fon sahiplerinin faizli işlemlerden uzak durmak istemeleri gösterilmiştir.³

Türkiye'de katılım bankacılığı sisteminin temeli 11.11.1975 yılında kurulmuş olan Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası'nın (DSİYB) uygulamalarıyla atılmıştır. Faizsiz bankacılığın resmi olarak bankacılık sektörü içerisinde yerini alması ise 1983 yılında yürürlüğe giren Kanun Hükmünde Kararname ile olmuştur. Önceleri özel finans kurumları olarak isimlendirilen faizsiz bankacılık, 2005 yılından itibaren katılım bankası adıyla anılmaya başlanmıştır.⁴

Katılım bankaları birikimlerini faizli sisteme yatırmak istemeyen fon sahiplerinin tasarruflarını ekonomiye kazandırma imkânı ve işini büyütmek ya da yatırım yapmak isteyenlere de finansman desteği sağlamaktadır. Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemleri de geleneksel bankalara göre farklıdır. Katılım bankaları fon kullandırırken yapılan işin İslami inanca uygun olup olmadığına da dikkat etmektedir. Bu durumu tespit etmek için fon talep edenlere doğrudan fon aktarımı yapılmadan yatırım yapılacak alan incelenmektedir. Aynı zamanda katılım bankaları sundukları fonlar ile yatırımcılara ortak olmaktadır. Müşterilerin bu şekilde çıkarları da korunmaktadır. Katılım bankaları kullandıkları fonların karşılığını tespit etmekte mal ve hizmet alımı dışında fon kullandırmamaktadır. Bu şekildeki bir uygulama kayıt dışılığı önlemekte ve ekonomiye can vermektedir ifade edilen nitelikleriyle katılım bankaları geleneksel bankalardan ayrılmaktadır.⁵

³ Turhan Anaç, *Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler* (Ankara: Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 1.

⁴ Rûveyde Ebru Türkmenoğlu, *Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Finansal Yapı* (Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007), 14-15.

⁵ Mustafa Arpacık, *Din Görevlilerinin İslami Finansal Araçlara ve Katılım Bankacılığına Bakış Açısı:TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) Bölgesi Üzerine Ampirik Bir Uygulama* (Bingöl: Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 2.

Günümüzde katılım bankalarının sunduğu hizmetlerde günden güne gelişmelerin olduğu görülmektedir. Banka şube sayılarının çoğalmasının yanında sundukları hizmetlerin çeşitliliği de artmaktadır. Bütün işletmelerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de yoğun rekabet şartları vardır. Bankaları başarıya taşıyacak en önemli etken müşteri memnuniyetidir. Bankaların büyümelerini devam ettirebilmeleri için daha fazla müşteri odaklı faaliyet yürütmeleri gerekmektedir. Müşteri odaklı çalışma; müşteriyi ön planda tutarak beklenti ve ihtiyaçlarını belirleme ve memnuniyetlerini sağlamaktır.⁶

Katılım bankalarının Türk bankacılık sektörü içerisindeki payı son 35 yılda (2001 yılı hariç) artış göstermiştir. 2020 yılı itibarıyla katılım bankaları varlıklarının toplam sektör içerisindeki payı %7,2'dir ve halen istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Katılım bankalarının faaliyetlerini devam ettirebilmek için diğer katılım bankaları ve geleneksel bankalarla yoğun rekabet ettikleri görülmekte ve dolayısıyla müşteri memnuniyeti katılım bankalarının pazar paylarını arttırmada hayati önem arz etmektedir.⁷

Gerçekleştirilen çalışma; Türk finans sistemi içerisinde gelişimi devam eden katılım bankacılığı ve eğitim çalışanlarının katılım bankalarına yönelik algılarını kapsamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde; katılım bankacılığına genel bakış başlığı altında, katılım bankacılığı kavramı, ortaya çıkış nedenleri, amaçları, ilkeleri, tarihsel gelişimi, hukuki çerçevesi, Dünya ve Türkiye ekonomisine etkileri ile katılım bankaları ve faiz ilişkisi konuları açıklanmıştır. Bu bölümle beraber katılım bankacılığı hakkında genel bilgi verilmiş ve katılım bankalarının ne gibi aşamalardan geçerek günümüze geldikleri görülmüştür.

Çalışmanın ikinci bölümünde; yerli ve yabancı literatür incelemesi yapılmıştır. Yerli literatür; durum analizini gösteren anketin kullanıldığı çalışmalar, ikincil veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar ve katılım bankacılığıyla ilgili ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalar olarak sınıflandırılarak incelenmiştir. Yabancı literatürde aynı şekilde durum analizini gösteren anketin kullanıldığı çalışmalar, ikincil veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar ve katılım bankacılığıyla ilgili ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalar şeklinde gruplandırılarak açıklanmıştır. Yapılan yerli ve yabancı

⁶ Aybegüm Bilir, *Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma* (Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2010), 1-2.

⁷ Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), "Sektör Mukayese" (Erişim 7 Mart 2022).

literatür taramasında eğitim çalışanlarının katılım bankalarını tercih etme nedenlerini araştıran herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır. Bu yönüyle çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise; araştırma metodolojisi, amacı, önemi, evreni ve örnekleme, varsayımları, kapsam ve sınırları, verileri ve yöntemi hakkında bilgiler verildikten sonra araştırmada elde edilen bulguların açıklamaları yapılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞINA GENEL BAKIŞ

Ekonomik hayatın en önemli unsurlarından olan bankalar, yurt içi ve yurt dışında ticari faaliyetlerin yürütülebilmesi için aracılık eden kurumlardır. Bankalar, kişilerin birikimlerini saklamasını ve kazanç elde etmesini sağlamasının yanında kişi ve kurumların kredi ihtiyaçlarını da karşılamaktadır.⁸ Bankalar; faiz kullanan geleneksel bankalar ve faizsiz sisteme dayalı katılım bankaları olarak sınıflandırılmaktadır. Geleneksel bankalardan farklı bir şekilde faaliyet gösteren katılım bankaları, tüm dünyada son yıllarda ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu bölümde katılım bankacılığı hakkında detaylı açıklamalara yer verilmiştir.

1.1. KATILIM BANKACILIĞI KAVRAMI

Katılım bankaları, faiz endişesinden dolayı geleneksel bankalara varlıklarını yatıramayan Müslümanlar'ın atıl fonlarını ekonomiye kazandırmak amacıyla kurulmuş ve kâr zarar ortaklığı ilkesiyle faaliyetlerini sürdüren bankalardır. İslami kural ve prensiplerle tutarlı bir şekilde hareket eden, faiz yasağı, kâr ve zarardan pay alma özellikleri olan katılım bankalarına, kullandıkları enstrümanlardan (murabaha, mudarebe, iktiza, karz-ı hasen vb.) dolayı faizsiz bankalar ya da İslami bankalar adları da verilmektedir. “İslami bankacılık”, “faizsiz bankacılık” ve “katılım bankacılığı” kelimeleri aynı kavramı ifade etmekte olup

⁸ Hüsne Gülce Denek, *Türkiye’de Kamu ve Özel Sermayeli Katılım Bankalarının Karşılaştırılması* (Aksaray: Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 4.

dünyada daha çok İslami bankacılık kullanılırken, Türkiye’de ise katılım bankacılığı kavramı kullanılmaktadır.⁹

Faizsiz sistemle çalışan bankalar, konvansiyonel bankaların yaptığı bütün işlemleri yapmaya çalışırlar. Bu sebeple katılım bankalarını, geleneksel bankaların yaptığı işlemleri faizsiz olarak yerine getiren bankalar olarak da ifade edilebilir. Katılım bankalarının amacı, faizsiz işlemler yapmaktır ve bu görevi kâr zarar ortaklığı ile yerine getirmektedirler. İlkeleri ortaklık olduğu için ortaklar önceden miktarı belirlenmiş bir faiz yerine; ancak işlem sonunda miktarı belirlenecek olan kâr ya da zarardan pay alır veya verirler.¹⁰

Dünyanın birçok yerinde bir kısım insanlar faizli işlemlerden uzak durduklarından dolayı, faizle işlem yapan bankaları tercih etmemektedirler. Bu nedenle, faizsiz bankacılığın olmadığı iktisadi sistemlerde bu konuda hassasiyetleri olanların fonları sistem dışında atıl kalmaktadır. Bu düşüncede olan fon sahiplerinin birikimlerinin ekonomiye kazandırılması, öncelikle İslam ülkeleri olmakla beraber pek çok ülkeyi 2. Dünya Savaşı’ndan sonra harekete geçirmiş ve böylece faiz yerine kâr zarar ortaklığına dayanan bankaların kurulmasına neden olmuştur.¹¹

Özetle; katılım bankacılığı, çeşitli enstrümanlar kullanarak fon toplayan ve kullandıran, iktisadi sistemde faaliyet gösteren, ekonomiyi kullandığı faizsiz yöntemlerle finanse eden ve her türlü bankacılık hizmetini sunan kuruluşlardır. Bu bankalar; bankacılık hizmetleri yanında fon sahiplerinden cari hesap, kâr zarar ortaklığı hesabı, yatırım hesabı vb. yöntemlerle topladıkları kaynakları, faizsiz finansman usulüyle, ekonomiye aktararak, kâr veya zararı müşterilerine paylaştırmaktadır. Bu tür bankalar faizle ilgili olmayan bankacılık hizmetlerinin tamamına yakını sunan kurumlardır.¹²

Katılım bankaları, geleneksel bankaların yaptığı bütün işlemleri yapmaya çalışan ve kendine has bazı özellikleri de olan bankalardır.

⁹ Yunus Emre Kahraman, “Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Gelişimi ve Geleceği”, *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi* 4/10 (Aralık 2020), 57.

¹⁰ Bilir, *Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, 10.

¹¹ Özcan Demir & Yavuz Atlı, “Katılım Bankalarında İnternet Bankacılığı: Elazığ İli Örneği”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 24/2 (2014), 194.

¹² Abitter Özulucan & Ali Deran, “Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6/11 (2009), 87-88.

Katılım bankacılığının temel özelliklerini kısaca şu şekilde özetleyebiliriz:¹³

- Bütün işlemlerde faizsizlik temel unsur olmalıdır. Katılım bankalarını diğer geleneksel bankalardan ayıran en önemli özelliği işlemlerinde faize yer vermemeleridir.
- Spekülatif işlemlerden uzak durulmalıdır. Katılım bankalarında yapılan işlemlerde İslam'ın yasakladığı malların ticareti ve kumar, bahis vb. işlemler yapılmaz.
- Kâr zarar paylaşımı adil bir şekilde yapılmalıdır. Önceden kârı belli olmayan bir ticaret yapılmış olur ve yapılan ticaret sonucunda kâr veya zarar bölüşümü yapılır.
- İslam'da ticaret helal, faiz haram kılınmıştır. Katılım bankacılığında yapılan işlemler ticaretle bağlantılıdır. Para ticareti İslam'da yasaklandığı için, kâr elde etmek için emtia ticareti gerekli olur.

1.2. KATILIM BANKACILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞ NEDENLERİ

Katılım bankacılığının ortaya çıkmasının birden fazla nedeni vardır. Bu nedenler; dini nedenler, sosyal nedenler, ekonomik nedenler ve politik nedenler olarak sıralanabilir.

1.2.1. Dini Nedenler

Din, insanların yaşantılarına, düşüncelerine, tercihlerine doğrudan etki edebilecek bir inanç sistemidir. İnsanlar mensubu oldukları dinlerin emrettiklerini ve yasakladıklarını yerine getirmekle yükümlüdür. Bu durum insanların tercihlerine yön vermekte, toplum kültürünün ve ahlak kurallarının oluşmasına katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla dini kaideler toplumların iktisadi yaşantısı üzerinde de etkili olmaktadır. Katılım bankacılığı, bu duruma en iyi örnek olarak verilmektedir. İslam dini faizi yasaklamış bunun yanında kaynakların atıl kalmasına da müsaade etmemiştir. Dolayısıyla İslamiyet, kaynakların değerlendirilmesi gerektiğini ancak faizden de uzak durulmasını Müslümanlara emretmiştir. Müslümanlar,

¹³ Sinan Şekeroğlu & Kadir Özer, “Bankacılık Sektöründe Yükselen Değer: Katılım Bankacılığı”, *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi (BAFAD)* 4/2 (2017), 16-17.

atıl durumdaki tasarruflarını geleneksel bankalarda değerlendirmeyince faizsiz çalışan İslami Bankacılık ortaya çıkmıştır.¹⁴

Katılım bankacılığının ortaya çıkmasında; dini nedenlerin en önemli unsur olduğunu söylemek mümkündür. İslamiyet'te faiz yasağı nedeniyle İslam ülkelerinde yaşayan insanların bir kısmı, birikimlerini faizle çalışan bankalarda değerlendirmek istememiştir. Bu nedenle, İslam ülkelerinin finansal kaynaklarını zenginleştirmek ve atıl durumdaki birikimlerini ekonomiye kazandırmak için, insanların dini inançlarına uygun bir bankacılık sistemi geliştirilmiştir.¹⁵

1.2.2. Sosyal Nedenler

Toplumlar farklı gelir gruplarından meydana gelmektedir. Bu gelir grupları arasındaki dengenin tahsis edilmesi toplumun refahı ve mutluluğu için zaruridir. Toplum içerisindeki denge sağlanmadığı sürece toplumun sağlıklı bir şekilde yaşaması da mümkün olmayacaktır. İslam'ın iktisat konusundaki görüşlerinden birisi de servetin devlet olmaması ilkesidir. İslam, varlıkların tek bir elde toplanmasını doğru bulmamaktadır.¹⁶

Faizsiz bankacılık, bireyler ve devlet için adaletli ve denetimli bir sistem vadetmektedir. Konvansiyonel bankacılık; fonlama amaçlı şahıslara ve kurumlara verilen paranın nerede kullanılacağıyla ilgilenmemektedir. Fakat katılım bankacılığı sisteminde; fonlama mal karşılığında yapılmakta ve bir mal alım satımı olması gerekmektedir. Bu durum neticesinde katılım bankaları fon kullandırırken reel ekonomiyi de desteklemiş olmaktadır.¹⁷

Türkiye açısından; ülkenin büyük çoğunluğu Müslümandır ve bir kısmı faizli işlemlerden kaçınmaktadır. Bu şekilde düşünen insanlar birikimlerini faizli bankacılıkta

¹⁴ Hakan Çambel, *İşletmelerin Katılım Bankasını Tercihini Etkileyen Faktörler: Bolu Örneği* (Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 9.

¹⁵ Türkmenoğlu, *Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Finansal Yapı*, 15.

¹⁶ Şakir Görmüş vd. (ed.), *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı* (İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayınları, 2019), 30.

¹⁷ Esra Bildirici Çalık, *Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III Kriterleri Açısından Kıyaslanması* (Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 75.

değerlendirmeyi istememektedir. Bu nedenle atıl tasarrufların verimli bir şekilde ülke ekonomisine kazandırılması için faizsiz işlem yapan bankalara ihtiyaç vardır. Katılım bankalarının açılmasıyla dini hassasiyetleri olan insanlara yatırımlarını değerlendirme imkânı tanınmıştır.¹⁸

1.2.3. Ekonomik Nedenler

Katılım bankacılığının iktisadi açıdan ortaya çıkmasının en önemli nedeni, petrol zengini İslam ülkelerinin petrolden elde ettikleri gelirleri ekonomiye kazandırmak istemeleridir. 1970'li yıllarda petrol fiyatlarının hızlı bir şekilde yükselmesiyle petrol ihraç eden ülkeler (Organization of Petroleum Exporting Countries: OPEC) ülkelerinde birikimler oluşmuş ve tasarruflar artmıştır. Bu birikimlerin batı ülkelerine transfer edildiği görülmüş ve İslam ülkelerine katkılarının olmadığı anlaşılmıştır.¹⁹

Birikmiş fonları olan İslam ülkelerinin sermayelerini değerlendirebilmeleri, yüksek iş gücüne sahip olan diğer İslam ülkeleriyle sermaye hareketini sağlayabilmeleri ve İslam coğrafyasındaki ticareti geliştirebilmeleri için katılım bankalarının açılması büyük önem arz etmektedir.²⁰ Böylece Müslüman ülkeler arasındaki sermaye akışının sağlanması için İslami bankacılık zaruri hale gelmiştir.

Katılım bankacılığının ortaya çıkışını sağlayan ekonomik nedenlere, petrol gelirleri dışında iki sebep daha ilave edilmektedir:²¹

- Geleneksel bankalar, uzun süreli kalkınma hedefine yönelik krediler yerine ticari amaçlı kısa süreli krediler vermeyi tercih etmektedir. Katılım bankaları ise kalkınma amacına yönelik olan projeleri fonlayarak, kalkınmakta olan ülkelerdeki bu eksikliği giderebilecektir.
- Geleneksel bankalar sanayi ve ticaretin ortağı olmadıkları için, öncelikle kendi çıkarlarını düşünmekte ve kredi verdikleri firmaların verimli ve etkin çalışıp

¹⁸ Türkmenoğlu, *Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Finansal Yapı*, 18.

¹⁹ Sibel Doğan, *Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği* (Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2008), 19.

²⁰ Gönen, *Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma*, 18.

²¹ Öztin Akgüç, *100 Soruda Türkiye'de Bankacılık* (İstanbul: Gerçek Yayınevi, 1992), 162.

çalışmadığını yeterince denetleyememektedir. Buna karşın katılım bankaları fonlarını daha çok ortaklık esasına göre kullandıklarından dolayı, fon kullanımını denetlemek zorundadır.

1.2.4. Politik Nedenler

Siyasi olarak güçlü olan devletlerin iktisadi açıdan da güçlü oldukları bir gerçektir. Dolayısıyla iktisadi kalkınmayı sağlayan ve sahip oldukları varlıkları verimli kullanabilen devletlerin politik açıdan da güçleneceği aşîkârdır. Mekke’de müşrikler tarafından iktisadi ambargoya maruz kalan Müslümanlar, iktisadi gücün ne kadar önemli olduğunun farkına varmışlardır. Bu nedenle Hz. Muhammed’in (s.a.v.) hicretten sonra Medine’de yaptığı ilk işlerden birisi de Medine Pazarı’nı açmak olmuştur.²²

İslam ülkeleri kalkınmayı ve büyümeyi sağlayarak uluslararası arenada siyasi gücünü arttırmak için katılım bankacılığının sunduğu avantajları kullanmaya çalışmışlardır. İslam Kalkınma Bankası; 1975 yılında Suudi Arabistan’ın başkenti Cidde’de, İslam ülkeleri arasındaki iş birliğini, yardımlaşmayı ve ekonomik etkinliği arttırmanın yanında devletlerarası düzeyde güçlü bir iradeyi ortaya koymak amacıyla kurulmuştur. Ayrıca İslami bankacılığın ortaya çıkmasındaki diğer politik nedenler; Suudi Arabistan’da petrol gelirleri ile zenginleşen sarrafların kontrol altına alınma isteği ile İran ve Pakistan’ın dini esaslara göre yönetilmesidir.²³

1.3. KATILIM BANKACILIĞININ AMAÇLARI

Katılım bankacılığının en temel amacı; faiz nedeniyle geleneksel bankaları kullanmayan Müslümanların birikimlerini ve diğer varlıklarını ülke ekonomisine kazandırmak ve kayıt altına almaktır. Bunun yanında katılım bankaları sadece faiz hassasiyeti olan insanlara değil, bütün insanlara hizmet vermelidir. Katılım bankaları, katılım ve özel cari hesaplar yoluyla topladıkları fonları kişi ya da kuruluşlara; kâr zarar ortaklığı, kurumsal ve bireysel

²² İhsan Cora, “Çağdaş Tüketici Pazarları Açısından “ Medine Pazarı’nın Analizi”, *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi* 1/5 (Ağustos 2020), 52-53.

²³ Bilir, *Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, 25.

finansman desteği, finansal kiralama, ortak yatırımlar ve mal karşılığı vesaikin finansmanı yöntemleriyle kullanarak ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.²⁴

1.4. KATILIM BANKACILIĞININ İLKELERİ

İslam toplumunun genel ve iktisadi yapısını tam olarak ortaya koymak için öncelikle kendine has, özgün bir duruş ortaya koymak gerekmektedir. Bu duruş, bir şeyin eşi veya karşılığı olması ile değil tamamen kendi üzerinden tasarımla olmaktadır. Bu düşünceden hareketle katılım bankacılığı ilkelerini şu şekilde sıralamak mümkündür:²⁵

- Tevhit ilkesi: İslamiyet'in özü tevhitir. Tevhit ilkesinin en önemli açılımı ise birlik ve eşitlik anlamına gelen vahdet fikridir. Bu nedenle toplumsal düzende herkes birbirine eşit olmak durumundadır. Bu çerçevede İslam'ın esası olan tevhit ve onun yansıması olan vahdetir. Vahdet, beraber ve dayanışma içerisinde bir olmak çerçevesinde düşünülürse; hayatın tüm alanlarında bir ve beraber olmayı emreder, katılımı ve ortaklığı öngörür, destekler.
- Adalet ilkesi: Adalet, her şeyin yerli yerinde olması demektir. Bir diğer ifadeyle; başkalarına zarar vermeyecek şekilde hareket edilmesi ve hakkaniyete uygun ortamın tahsis edilmesidir. Allah yeryüzünde Müslümanların adil davranmasını emretmektedir. Adalet aslında bir terazi kurmaktır. Bütün insanların adalet terazisinden faydalanması bu sürece katılması anlamında katılımı zorunlu kılar.
- Mizan ilkesi: İslamiyet'in temel esaslarından birisi olan mizan, denge ve adalet içerisinde beraber olmak anlamında katılımı teşvik etmektedir. Allah tartıya ve ölçüye uymayı emreder ve yeryüzünü bütün canlılar için yarattığını belirtir. Bu durum doğal olarak nimete, hayata ve sürece katılım demektir.
- Ahlak ilkesi: Ahlak özü itibarıyla yaratılışa uygun hareket etmek, fitrata uyumlu yaşamak demektir. En sade anlamıyla özü sözü bir olmaktır. Dolayısıyla ahlak; toplumsal bütünlük açısından kardeşliği, birliği ve eşitliği zorunlu kılarak katılımı yaşam biçimi haline getirmektedir.

²⁴ Emrullah Özen, *Katılım Bankacılığına Özgü Yatırım Araçları ve Dünyada Katılım Bankacılığı* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 21.

²⁵ Görmüş vd. ,YGKB, 29-31.

- Toplum ilkesi: Toplum, esas itibariyle belirli değerler üzerinden var olmak ve bu varlığı her koşulda sürdürmek demektir. Yüksek bir amaç uğrunda toplanmak ve mücadele etmek için emredilen bir uğraştır. Bu çerçevede toplum; birlikte olmak, dayanışma ve yardımlaşma içinde olmak anlamında katılımı teşvik eder.
- Emek ilkesi: Hayata ve emeğe katılmak insanlar için çok önemli ilkelerden birisidir. Çünkü insan çalıştığıyla, emeğiyle var olabilir. İnsan yeryüzünde Allah'ın halifesi olarak emeğiyle topluma katkı sağlar ve üretim süreçleri içerisinde üzerine düşen vazifeyi yerine getirir. Bu durum ise en büyük katılımdır.
- Servetin devlet olmaması ilkesi: Malların varlıklı insanlar arasında elden ele dolaşarak bir devlete dönüşmemesi, bir başka ifadeyle servetin bir elde toplanmasına ciddi bir duruş sergilemektir. Bu anlayış katılımı, ortaklığı ve paylaşmayı teşvik eden bir ilkedir.
- Üçüncüsü benim ilkesi: Allah bir kutsi hadiste: “Sizler ortaklık kurmak için bir araya geldiğinizde birbirinize ihanet etmediğiniz sürece üçüncünüz benim” buyurmaktadır. Öyle ki Allah, siz bir olun, bir araya gelin ortak olun bende size katılıyım buyuruyor.
- Şura ilkesi: Şura, görüş alışverişi yapma ve dayanışma anlamına gelmektedir. İşlerini birbirine danışarak yapanlar Allah tarafından ödüllendirilecektir. Bu davranış Müslümanların sıfatları arasında önemli bir yer tutar. Hz. Muhammed (s.a.v.) vahyin emri dışında işlerini istişare ile yaparak bu konudaki duruşunu açıkça ortaya koymuştur. Şura ilkesi halkın yönetime dahil olması açısından katılım felsefesi için önemli bir ilkedir.
- Faiz yasağı ilkesi: Faiz yasağı, insanların hiçbir çaba harcamadan emeksiz para kazanmasının önünü kapatan, diğer insanların bu yolla sömürülmesini engelleyen bir prensiptir. Dolayısıyla insanları dayanışmaya yönlendirir ve özü itibariyle katılıma yöneltir.
- Karz-ı hasen ilkesi: Karz-ı hasen, güzel ödünç verme anlamına gelir. Bu davranış insanları birbirine bağlar ve birbirlerini sevmelerine vesile olur. Toplumu diri tutan bu ilke yardımlaşmayı ve dayanışmayı öngörür ve bu durum da katılımı ve ortaklığı gerekli kılar.
- Zekât ilkesi: Zekât; çoğalma, artma, bereket anlamlarına gelir. Zekât hem veren kişiyi arındıran ve koruyan, hem de toplumsal bölünmeyi ve sınıflaşmayı

engelleyen bir ilkedir. Zekât insanlar arasında iletişimi arttıran, yardımlaşma ve dayanışmayı emreden bir davranış olup katılımı teşvik eder.

- İhsan ve infak ilkesi: İhsan ve infak; güzel davranmak, başkalarına faydalı olmak, yardım etmek, iyilikte bulunmak demektir. İhsan ve infak konusu derinlemesine düşünülürse; hayrı öne çıkaran ve dolayısıyla yardımlaşmayı ve dayanışmayı emreden bir ilke olup katılımı emreder.
- Medine bilinci ilkesi: Müslümanlar Mekke'den Medine'ye hicret ettiklerinde orada yaşayan Müslümanlar sahip oldukları her şeyi yeni gelen Müslümanlarla paylaşmışlardır. Mekke'den Medine'ye hicret eden muhacir Müslümanlara kapılarını açan Medine halkı Kur'an-ı Kerim'de Ensar (yardımcı, paylaşan, sahip çıkan) olarak isimlendirilmiştir. Medine; esas itibarıyla ortaklığın ve katılımın fiilen yaşandığı yardımlaşma ve toplumsal dayanışmanın olduğu zirve noktadır. Medine süreci; kültürel, sosyal, toplumsal ve iktisadi hayat noktasında ortaklık ve katılım için en güzel örnektir.

1.5. KATILIM BANKACILIĞININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu başlık altında katılım bankacılığının dünyada ve Türkiye'de geçirdiği tarihsel süreçler ortaya konulacaktır.

1.5.1. Katılım Bankacılığının Dünyadaki Gelişimi

Katılım bankacılığının tarihi, M.Ö. 2123-2081 yıllarından gelmektedir. Hammurabi Kanunları'nın 100 ve 107. bölümleri borç verme işlemlerini düzenlemekte olup faizsiz işlemlerin tarihteki ilk uygulamaları olarak ortaya çıkmaktadır. İslam'ın doğuşu ve yayılmasıyla; ortaklık ve kiralama gibi bugünkü katılım bankacılığının temel esasları da sürekli gelişmiş ve geniş bir coğrafyayı etkisi altına almıştır.²⁶

İslam dininde faizin yasak oluşu ve konvansiyonel bankalara alternatif bankaların olmaması; Müslüman halkın birikimlerinin banka dışında, değerli maden, döviz ve gayrimenkulde değerlendirmesine, diğer bir ifadeyle birikimlerinin atıl kalmasına neden

²⁶Çalık, *Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III Kriterleri Açısından Kıyaslanması*, 77-78.

olmuştur. Mevcut sermayenin ülke içerisinde değerlendirilememesi sonucunda, devletler dış borçla ihtiyaçlarını karşılamak zorunda kalmış ve bu durum devletleri ekonomik ve siyasi olarak dışa bağımlı hale getirmiştir. Bu noktada katılım bankaları halkın elindeki birikimleri ekonomiye kazandırmayı başarmış ve dolayısıyla devletlerin dışa bağımlılığını büyük ölçüde azaltmıştır.²⁷

Katılım bankacılığının tarihi eskiye dayansa da günümüzdeki anlamıyla faizsiz bankacılığın düşünce planında ortaya çıkması 1950'li yıllardan sonra olmuştur. Pakistanlı ekonomist düşünür Muhammed UZAIR'in 1955 yılında yaptığı araştırma bu konudaki ilk çalışma olmuştur. Bu hareket sessiz bir şekilde başlamış ve daha sonra gelişmiştir. 1963 yılında Mısır'ın Mith Ghamr şehrinde Suudi Arabistan Kralı Faysal'ın destekleriyle tekstil sanayisini finanse etmek için ilk İslami tasarruf bankası kurulmuştur. Kısa sürede beğeni toplayan ve gelişen banka büyük mevduatla yüksek kâr edilebileceğini kanıtlamış; ancak itirazlar neticesinde 1977 yılında kapatılmak zorunda kalmıştır.²⁸

Katılım bankacılığının kurumsal olarak ilerlemesinde; 1970 yılında Karachi'de 1972 yılında Mısır'da 1976 yılında Mekke'de ve 1977 yılında Londra'da yapılan uluslararası toplantıların katkısı büyüktür. Başta teori olmak üzere uygulamaların da görüşülüp tartışıldığı bu konferanslar sonucunda, ilk faizsiz bankalar kurulmuştur. İslam Kalkınma Bankası'nın birçok devletin iş birliğiyle 1975 yılında kurulması da bu süreci hızlandıran faktörlerden birisidir.²⁹

Katılım bankacılığının dünyadaki gelişimi Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Katılım Bankacılığının Dünyadaki Gelişimi

Yıl	Gelişme
1955	Pakistanlı düşünür Muhammed Uzayr'ın faizsiz bankacılık fikrini ilk kez ortaya atması

²⁷Bilir, *Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, 11-12.

²⁸ Mehmet Faysal Gökalp – Güngör Turan, *İslam Toplumunun Ekonomik Yapısı* (İzmir: Fey Vakfı, 1993), 63-64.

²⁹ Nihat Arabacı, *Katılım Bankalarının Türkiye'de Bankacılık Sektöründeki Yeri, İşleyişi ve Performans Analizi* (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007), 8.

1963	Mith Ghamr Tasarruf Bankası'nın kurulması
1975	İslam Kalkınma Bankası'nın kurulması
1975	Dubai İslam Bankası'nın kurulması
1977	Kuwait Finanse House'un kurulması

Kaynak: Hüsne Gülce Denek, *Türkiye’de Kamu ve Özel Sermayeli Katılım Bankalarının Karşılaştırılması* (Aksaray: Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022), 54-55.

Tablo 1’e göre; dünyada 1955 yılında ortaya çıkan faizsiz bankacılık fikri günümüze kadar gelişerek devam etmiştir. Günümüzde İslami bankacılık ismiyle literatürde yerini almıştır.

1.5.2. Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Gelişimi

Türkiye’de katılım bankacılığı sisteminin temeli 11.11.1975 yılında kurulmuş olan Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası’nın (DSİYB) uygulamalarıyla atılmıştır. Bu bankanın amacı, halkın ve yurt dışına çalışma amacıyla giden işçilerin birikimlerini ekonomik bir güç haline getirerek kârlılık ve verimlilik anlayışı içinde değerlendirmektir. Sanayi sektöründe ortaklık prensibiyle çalışan bankanın faizli veya faizsiz çalışması konusundaki karar yetkisi yönetim kuruluna bırakılmıştır. 1975-1977 yıllarında faizsiz çalışan banka, 1978 yılından itibaren faizli çalışmaya başlamış ve geleneksel bankalardan hiçbir farkı kalmamıştır.³⁰

Türkiye’de katılım bankacılığının gelişimi, diğer Müslüman ülkelere nazaran daha yavaş olmuştur. Türkiye’nin 1980’li yıllarda geçirdiği iktisadi değişim neticesinde önü açılmış ve bu yeni durumla beraber katılım bankaları Türk finans sistemi içerisinde yerini almıştır. Faizsiz bankacılık işlemlerini talep edenlerin ilgi odağı haline gelen katılım bankaları ilk dönemlerinde özel finans kurumu olarak anılırken daha sonra katılım bankası ismini almıştır.³¹

³⁰ Türkmenoğlu, *Katılım Bankacılığı ve Türkiye’deki Finansal Yapı*, 14-15.

³¹ Arpacık, *Din Görevlilerinin İslami Finansal Araçlara ve Katılım Bankacılığına Bakış Açısı:TRBI (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) Bölgesi Üzerine Ampirik Bir Uygulama*, 22.

Türkiye’de faizsiz bankacılık, 16.12.1983 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile “Özel Finans Kurumu” adı altında resmi olarak dayanak bulmuştur. Bu dayanağa istinaden Albaraka Türk Özel Finans Kurumu 21.01.1985 yılında T.C. Merkez Bankası’ndan faaliyet izni alarak Türkiye tarihinde kurulan ilk özel finans kurumu olmuştur.³²

1985 yılında faaliyete başlayan Albaraka Türk Özel Finans Kurumu ile aynı yıl Faisal Finans Kurumu da Türkiye’de faaliyetlerine başlamıştır. Bu katılım bankalarına 1989 yılında bugün de faaliyette olan Kuveyt Türk katılmıştır. 1990 yılında Anadolu Finans, 1995 yılında İhlas Finans Kurumu faaliyete başlamış fakat müşterilerine ciddi zararlar veren İhlas Finans Kurumu 2001 yılında kapatılmıştır. 1996 yılında faaliyete başlayan Asya Finans ise 2016 yılında Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na (TMSF) devrolmuştur. Kral Faisal’ın 2001 yılında Faisal Finans’ı Ülker Şirketi’ne devir etmesiyle birlikte Family Finans adını alan kurum 2005 yılında Anadolu Finans ile birleşerek bugün de faaliyette olan Türkiye Finans adını almıştır.³³

Bankalar Kanunu’na tabi olarak 1999 yılında Türk mali sistemi içerisinde yerini alan özel finans kurumları, 2001 yılında yapılan değişikliklerle güvence fonu oluşturularak banka olarak kabul edilmiştir. Bankalar Kanunu’nun 5411 sayılı maddesi çerçevesinde faaliyet gösteren bu bankalar, 2005 yılından itibaren katılım bankası adını almıştır.³⁴

Ziraat Katılım Bankası, ilk kamu katılım bankası olarak 2015 yılında, Vakıf Katılım Bankası ikinci kamu katılım bankası olarak 2016 yılında, Emlak Katılım Bankası ise üçüncü kamu katılım bankası olarak 2019 yılında kurulmuştur.³⁵

2022 yılı itibariyle; Türkiye’de Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. (1985), Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. (1989), Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. (2005) olmak üzere 3 özel, Ziraat Katılım Bankası A.Ş. (2015), Vakıf Katılım Bankası A.Ş. (2016) ve Emlak Katılım Bankası A.Ş. (2019) olmak üzere 3 kamu katılım bankası faaliyet göstermektedir.³⁶

³² Abdulkadir Atar, “Başlangıcından Günümüze Dünya’da ve Türkiye’de İslami Bankacılığın Genel Durumu”, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi* 6/4 (Eylül 2017), 1052.

³³ Çalık, *Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III Kriterleri Açısından Kıyaslanması*, 83.

³⁴ Anaç, *Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler*, 21.

³⁵ Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), “Tarihçe” (Erişim 7 Mart 2022).

³⁶ Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), “Tarihçe” (Erişim 7 Mart 2022).

Katılım bankacılığı, Türk bankacılık sektörü içerisindeki payını giderek arttırmaktadır. 2017 yılında 3.258 milyar TL aktif büyüklüğe sahip bankacılık sektörü içerisinde; 160,13 milyon TL’lik aktif büyüklüğü ile %5’lik paya sahip olan katılım bankacılığı, 2020 yılı itibariyle; 6.108 milyar TL aktif büyüklüğe sahip bankacılık sektörü içerisinde; 437,1 milyon TL’lik aktif büyüklüğü ile %7,2’lik paya sahiptir.³⁷

Katılım bankalarının geçmişten günümüze Türkiye’deki gelişimi Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Gelişimi

Banka Adı	Faaliyete Başlama Yılı	Faaliyet Bitiş Yılı
Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası	1975	1978
Albaraka Türk Katılım Bankası	1985	
Faisal Finans Kurumu	1985	2001
Kuveyt Türk Katılım Bankası	1989	
Anadolu Finans Kurumu	1990	2005
İhlas Finans Kurumu	1995	2001
Asya Finans Kurumu	1996	2016
Türkiye Finans Katılım Bankası	2005	
Ziraat Katılım Bankası	2015	
Vakıf Katılım Bankası	2016	
Emlak Katılım Bankası	2019	

Kaynak: Esra Bildirici Çalık, *Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III Kriterleri Açısından Kıyaslanması* (Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016), 83.

Tablo 2’ye göre; geçmişten günümüze Türkiye’de faaliyet gösteren 11 katılım bankası olmuştur. Fakat mevcut durumda Türkiye’de aktif olarak faaliyetlerini sürdüren 3 kamu 3 özel olmak üzere 6 katılım bankası bulunmaktadır.

³⁷ Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), “Sektör Mukayese” (Erişim 7 Mart 2022).

1.6. KATILIM BANKACILIĞININ HUKUKİ ÇERÇEVESİ

Katılım bankacılığı ile ilgili ilk yasal düzenleme 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu kararıdır. Katılım bankaları yapılan ilk yasal düzenlemede özel finans kurumları ismini almış ve 1983 yılında alınan bu kararla özel finans kurumlarının işleyişi belirlenmiştir. 1999 yılından sonra ise katılım bankaları 4389 numaralı Bankalar Yasası'na tabii olmuşlardır.³⁸

Müşterilerinin birikimlerini güvence altına almak amacıyla 2001 yılındaki kanun değişikliği ile katılım bankası güvence fonu oluşturulmuştur. Özel finans kurumları bünyesinde oluşturulan güvence fonu, 2006 yılında 5411 sayılı yasa ile TMSF' ye devredilmiştir.³⁹

Özel finans kurumu adıyla faaliyet gösteren bankalar, 2005 yılında çıkarılan 5111 numaralı yasa ile katılım bankası ismini almıştır. Bu yasa ile katılım bankalarının esas çerçevesi mevduat toplamak ve fon kullanırmak olarak belirlenmiştir. Katılım bankaları, 2005 yılında çıkarılan 2006 yılında yürürlüğe giren 5411 numaralı yasa çerçevesinde faaliyetlerini sürdürmektedir. 5411 numaralı yasanın amaçları şu şekildedir:⁴⁰

- Birikim sahiplerinin hak ve hukuklarını korumak.
- Ekonomi piyasalarında güven sağlamak.
- Sürekli ve istikrarlı finansman hizmeti sunmak.

Türkiye'de katılım bankaları için çıkartılan kanunlar ve kanun değişiklikleri Tablo 3'de belirtilmiştir.

Tablo 3. Katılım Bankacılığının Kanun Sıralaması

Kanun Adı	Numarası	Tarihi
Kanun Hükmünde Kararname	83/7506	16 Aralık 1983
Bankalar Kanunu Değişikliği	4491	19 Aralık 1999
Bankalar Kanunu Değişikliği	4672	12 Mayıs 2001

³⁸ Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), "Tarihçe" (Erişim 10 Mart 2022).

³⁹ Özen, *Katılım Bankacılığına Özgü Yatırım Araçları ve Dünyada Katılım Bankacılığı*, 22.

⁴⁰ Özen, *Katılım Bankacılığına Özgü Yatırım Araçları ve Dünyada Katılım Bankacılığı*, 22.

Kaynak: Emrullah Özen, *Katılım Bankacılığına Özgü Yatırım Araçları ve Dünyada Katılım Bankacılığı* (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 22.

1.7. KATILIM BANKALARININ DÜNYA EKONOMİSİNE ETKİLERİ

Katılım bankacılığının uygulandığı ülkelerde fon transferinin etkin bir şekilde sağlandığı görülmektedir. Petrol gelirleri olan ülkeler dâhil edilmezse İslam ülkelerinin büyük bir çoğunluğu az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerdir. Petrol gelirleri olan İslam ülkelerinin de endüstriyel manada ileri olduğu söylenemez. Bu ülkelerin petro-kimya sektörü üzerine kurulu bir ekonomileri vardır. İslam ülkeleri devamlı bir büyüme için ekonomilerini sürekli destekleyecek bir mekanizmaya ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle katılım bankacılığı önemli bir alternatiftir. Katılım bankacılığının uygulandığı ülkelerde ekonomilerin sürekli büyüdüğü ve kalkınmanın hızlandığı görülmektedir. Katılım bankacılığı sisteminde bankaların önemli rolleri vardır. Katılım bankaları kâr bölüşümü yaklaşımıyla çalışmaktadır. Dolayısıyla yatırımları çoğaltan bir etkinin ortaya çıkması sağlanmaktadır. Ayrıca katılım bankaları fon kullandırma yöntemleriyle ülkelerin üretimini desteklemektedir. Katılım bankaları; uyguladığı kâr ve zarar ortaklığı ile riskin taraflarca paylaşılmasına, finansal işlemlerin gelişmesine ve yararlanılan teknolojinin ilerlemesine önemli katkılar sağlamaktadır.⁴¹

Müslüman ülkelerde sıklıkla yaşanan mikro ve makro düzeydeki ekonomik zorluklar sebebiyle katılım bankalarının ekonomik gelişmeye katkıları istenen seviyeye ulaşmamıştır. Bazı araştırmacılar katılım bankacılığı sektörünün daha etkili olması ve bankalar ile sukuk piyasaları arasındaki ilişkiyi arttırmak için politik reformlara ihtiyaç olduğunu ifade etmektedirler.⁴²

Katılım bankacılığının ekonomiye katkılarının somut bir şekilde gözlemlendiği Malezya ve Endonezya gibi örnekler birçok Müslüman ülkeyi bu konuda harekete geçirmektedir. Geleneksel bankalarla, katılım bankacılığının birlikte çalıştığı karma sisteme sahip Pakistan'da katılım bankalarının ekonomik büyüme katkısı açık bir şekilde

⁴¹ K. Batu Tunay, “İslami Bankacılık ile Ekonomik Büyüme Arasında Nedensellik İlişkileri”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 23/2 (Ağustos 2016), 488-489.

⁴² Tunay, “İslami Bankacılık ile Ekonomik Büyüme Arasında Nedensellik İlişkileri”, 489.

gözlenebilmektedir. Malezya'nın Kuala Lumpur şehri ise son yıllarda küresel bir katılım bankacılığı merkezine dönüşmüştür. Malezya'da katılım bankacılığının gelişmesinde; ekonomistlerin akılcı, çağdaş, bilimsel kurallara uygun olarak tasarladıkları süreçlerin payı büyüktür. İslamiyet'in iktisadi kurallarıyla uyumlu katılımcılık temelinde bir finansal yapı söz konusudur. Malezya'nın katılım bankacılığındaki başarısının nedenleri şu şekilde özetlenebilir:⁴³

- Değişken ekonomik ve politik ağlar oluşturulmuştur.
- Ülke ekonomisi için yönetsel bir rol üstlenilmiştir.
- Yeni uzmanlık şekilleri oluşturulmuştur.
- Dini ve iktisadi anlamda birleştirici uygulamalar hayata geçirilmiştir.

1.8. KATILIM BANKALARININ TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİLERİ

Katılım bankacılığı, Türk iktisat sistemi içerisinde yerini aldığı günden beri sürekli ilerleme ve gelişim kaydetmiştir. Özel katılım bankalarına ek olarak kamu katılım bankalarının açılması, bunun yanında Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi'nin finansal stratejilerinde katılım finansına da yer vermesi gibi gelişmelerin katılım bankalarının daha da büyüyeceğinin göstergesi olduğu düşünülmektedir.⁴⁴

1.8.1. Atıl Fonların Ekonomiye Kazandırılması

Katılım bankaları; özellikle dini inançlarından dolayı sistemin dışına itilmiş faizsiz bankacılık işlemleri yapmak isteyen fon sahiplerinin atıl fonlarını ekonomiye kazandırmıştır. Bu nedenle; tasarruf kurumlarına girişi olmayan, yurt dışında ve yurt içinde değerli maden, döviz, gayrimenkul vb. şekillerde ekonomiden uzak tutulan birikimler üretim sürecine katılmış ve üretime katılan bu ek kaynakla beraber üretim artarken, banka kaynakları üzerinde var olan talep de düşmüştür. Katılım bankaları, atıl kalan fonları ekonomiye kazandırırken, hem fon sahiplerine gelir temin etmekte hem de sanayi, ticaret

⁴³ Tunay, "İslami Bankacılık ile Ekonomik Büyüme Arasında Nedensellik İlişkileri", 490.

⁴⁴ T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi (CBFO), "Katılım Finansı" (Erişim 8 Mart 2022).

ve sabit sermaye şeklindeki reel ekonominin kapasite kullanım oranlarını arttırarak, üretimin ve kârın artmasına yardımcı olmaktadır.⁴⁵

1.8.2. Reel Sektörün Finanse Edilmesi

Ticaret ve sanayiye nakit kredi yerine, yasanın öngördüğü tekniklerle (murabaha, mudarebe vb.) finansman desteği sağlayan katılım bankaları; kullandıkları bu teknikler yoluyla sadece üretime ve katma değer arttırıcı sanayiye değil, ticaret ve reel ekonomiye de finansman kullanmaktadır. Üretim ve ticaret dışında spekülative işlemlerde fon kullanılamaması, fonların geri dönmeme riskini azaltmaktadır. Katılım bankacılığında geri dönmeyen finansman sorunuyla karşılaşma oranının düşük olması, kullandırılan fonlarda israfın düşük olması olmaması sonucunu ortaya çıkarmaktadır.⁴⁶

1.8.3. Kayıt Dışı Ekonominin Önlenmesi

Türkiye'nin iktisadi alanda mücadele ettiği problemlerden birisi de kayıt dışılık ve bu kayıt dışı ekonomi sonucunda oluşan vergi kaybıdır. Katılım bankaları çalışma prensibi olarak, gerçek ekonomik faaliyetleri finanse etmektedir. Finansmanın, fonu kullanan kişi ya da kuruma ödenmesi yerine malı tedarik eden satıcılara ödenmesi nedeniyle; spekülative, riskli ve kayıt dışı işlemlerde fon kullanımının önüne geçilmiştir. Katılım bankaları; kayıt altındaki ekonomiyi destekleyen, gerçek alım-satım işlemleri yapan bankalardır. Katılım bankalarının büyümesi ve yaygınlaşmasıyla, kayıt dışı ekonomide küçülme meydana geleceği ve Türkiye'nin vergi gelirinin artacağı bir gerçektir.⁴⁷

1.8.4. Yabancı Kaynak Transferi

Katılım bankacılığının ortaya çıkmasındaki en önemli neden, petrol ihraç eden ülkelerin ellerinde bulunan fazla kaynağın değerlendirilmesi ve iktisadi sisteme dâhil edilmesidir. Katılım bankalarının kuruluş amaçlarından birisi de petrol ihraç eden ülkelerde bulunan

⁴⁵ Sibel Doğan, *Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği*, 43.

⁴⁶ Aras & Öztürk, "Reel Ekonomiye Katkıları Bakımından Katılım Bankalarının Kullandığı Fonların Analizi", 172.

⁴⁷ Çambel, *İşletmelerin Katılım Bankasını Tercihini Etkileyen Faktörler: Bolu Örneği*, 53-54.

kaynak fazlasının, sermaye ihtiyacı duyan ülkelere transfer edilmesini sağlamaktır. Yabancı kaynak transferinin ülke ekonomilerinin büyümesine ve kalkınmasına etkisi büyüktür. Dolayısıyla Türkiye’de katılım bankaları aracılığıyla körfez sermayesini ülke ekonomisine kazandırma amacındadır. Körfez sermayesini Türkiye ekonomisine daha fazla kazandırmanın yolu katılım bankacılığının geliştirilmesinden geçmektedir.⁴⁸

1.8.5. Finansal Krizlere Karşı Önlem

Katılım bankaları, Türkiye ekonomisinin geçirdiği beş büyük krizden (1990 körfez krizi, 1994 finansal kriz, 1998-1999 Güney Doğu Asya krizi, 2001 finansal krizi ve son olarak 2008 küresel finansal krizi) hiçbir hasar almadan ve hiçbir kimseye zarar vermeden çıkmıştır. Hatta bu iktisadi buhran dönemlerinde dahi ekonomiye yaptıkları katkıda azalma olmamıştır. Bu durum katılım bankalarının başarı ve performanslarının en önemli göstergesidir. Bu krizlerin neden olduğu tahribat düşünüldüğünde katılım bankalarının çalışma prensiplerinin önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Çünkü katılım bankaları bu buhran dönemlerinden, kamuya ihtiyaç duymadan çıkabilmişlerdir.⁴⁹

1.8.6. İstihdamın Arttırılması

Katılım bankaları, küçük ve orta ölçekli işletmelerin üretimlerini devam ettirebilmesi ve gelişmeleri için istihdamın artmasında etkin rol oynamaktadır. Reel sektöre aktarılan fonlar sayesinde yeni yatırımların yapılmasıyla istihdamın artması da sağlanmıştır. Yeni istihdam alanlarının sürekli olabilmesi için sağlanan fon kaynakları da mevcut işgücünün büyümesine katkı vermektedir.⁵⁰

⁴⁸ Gönen, *Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma*, 73-74.

⁴⁹ Bilir, *Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, 29.

⁵⁰ Mustafa Mürsel Eskici, *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri* (Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007), 110.

1.8.7. Rekabetin Geliştirilmesi

Katılım bankası müşterilerinin üçte birlik kısmının diğer geleneksel bankalarla da çalışması göz ardı edilebilecek bir durum değildir. Rekabet ortamında; geleneksel bankaların müşterilerinin mali beklentilerini sağlamaları ve ürün ve hizmet ağını genişletmeleri, katılım bankalarının da bu alanlarda yapacakları yeniliklerle daha fazla müşteriye ulaşabilmeleri için fırsat oluşturmıştır. Katılım bankalarının gelecek süreçte finans sektöründeki payını arttırması ve diğer bütün mali kuruluşlarla rekabet edebilmeleri için rekabet stratejilerini sürekli güncel tutmaları çok önemlidir.⁵¹

1.8.8. Maliyet Düşürücü Katkıları

Tasarruflarını katılım bankalarında değerlendiren müşteriler, sabit getiri sağlamayacaklarını bilmektedirler. Bu nedenle katılım bankaları ellerindeki kaynakları daha esnek bir şekilde piyasaya sürme imkânına sahip olmakta ve ekonominin buhranlı dönemlerinde bu özelliklerini kullanarak daha uygun fon sağlayabilmektedirler. Finansal sistemlerde fon kullandırma maliyetlerinin düşük olması, büyüme ve ilerlemenin daha hızlı olmasını sağlamaktadır. Katılım bankalarının müşterilerine sabit getiri vadetmeksizin topladıkları fonları gerçek ticari faaliyetlere kaynak olarak kullandırma imkânı sunması, geleneksel bankalara göre cari faiz oranlarından bağımsız hareket etmelerine olanak sağlamaktadır.⁵²

1.9. KATILIM BANKALARI - FAİZ İLİŞKİSİ

Katılım bankalarının ortaya çıkmasının en önemli nedeni, İslamiyet'te faizin yasak oluşudur. Katılım bankalarının bütün işlemleri faizsizlik prensibine uygun yapılmaktadır.

⁵¹ Mehmet Tenekeci, *Katılım Bankacılığının Finansal İstikrara Etkisi: Türkiye Örneği* (Konya: KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2017), 68.

⁵² Didar Ustaoglu, *Türkiye'de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri ve Önemi* (Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014), 68-69.

1.9.1. Faiz Kavramı

Türkçe’de yaygın kullanımı faiz olan Arapça ribâ kelimesi sözlükte “fazlalık, nema, artma, çoğalma, yükseğe çıkma, (beden) serpilip gelişme gibi manalara gelmektedir. Bu sözlük anlamıyla ribâ; hem bir şeyin kendi içinde bulunan hem de iki şey arasındaki karşılaştırmadan doğan fazlalığı ifade etmektedir.⁵³

İslamiyet’ten önce bütün semavi dinlerde yasaklanan, eski Yunan felsefecileri tarafından şiddetle eleştirilen, vicdan ve insaf sahibi herkes tarafından ahlaki görülme-yen faiz; gayrimeşru ve ahlak dışı bir kazançtır. Borcun ihtiyaç hâline geldiği ilk toplumlardan itibaren insanların gündeminde olan faiz; çeşitli millet, devlet, dil ve kültürlerde farklı isimlendirilmiştir. Faiz; bütün toplum ve ortamlarda şekilsel olarak aynı görünse de mallar, akitler ve gerçekleştirdiği görevler açısından çeşitlilik göstermektedir. Faizin çeşitlenmesinin nedeni olarak birçok hukuki ve iktisadi faktörden bahsedilebilir. İnsanlara faizi meşru veya gayrimeşru gösteren fıkirlere göre dinlerde faiz çeşitlenmiştir. Bu durum toplumların inanışları, yaşam koşulları ve ihtiyaçlarına göre faizin şekillendiğini göstermektedir.⁵⁴

1.9.2. Dinlerin Faize Yaklaşımları

Ahlak dışı ve gayri meşru bir uygulama olan faizin, bütün ilahi dinlerde yasak olduğu bilinmektedir. İslamiyet’te kesin bir dille yasaklanan faiz, önceki ilahi dinler olan Musevilik ve Hristiyanlık’ta da yasaklanmıştır.⁵⁵

1.9.2.1. Musevilik’te Faiz Anlayışı

Faiz, Yahudilikte kural olarak yasaklanmıştır. Tevrat, Tesniye (23:19) babında; “Kardeşine faizle ödünç verme; ne gümüşü, ne yiyeceği ne de faizle verilen başka bir şeyi” denilmektedir. Tevrat’ın çıkış (22:25) babında ise; “eğer kavmine, yanında bulunan bir fakire ödünç para verirken, ona karşı faizci olma” denilmektedir. Bu bablara bakıldığında

⁵³İsmail Özsoy, “Faiz”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (Ankara: TDV Yayınları, 1995), 12/110.

⁵⁴Ali Rıza Gül, “İslâm’daki Faiz Yasağının Temeli Olarak Câhiliye Ribâsı Kavramı”, *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 21/1 (Haziran 2017), 707-708.

⁵⁵ Gül, “İslâm’daki Faiz Yasağının Temeli Olarak Câhiliye Ribâsı Kavramı”, 707.

Yahudilerin kendi aralarında faizin yasaklandığı; ancak yabancılardan alınmasının ise serbest olduğu görülmüştür. Yahudilerin faizle ilgili bu düşünceleri, faizin dünyada bugüne kadar yaygınlaşmasına ve meşrulaşmasına zemin hazırlamıştır. Hz. Muhammed'e (s.a.v) gelen iki Yahudi: İsrâ Suresi 101. ayet mealinin “Andolsun, biz Musa'ya apaçık dokuz mucize verdik” manasını sormuşlar, Peygamber efendimiz (s.a.v) dokuz ayetin, içinde faiz yasağının da bulunduğu dokuz haramdan ibaret olduğunu söylemiştir. Ancak Yahudilerin önde gelenleri bu yasağı uygulamayarak ve tahrif ederek sadece Yahudiler arasında uygulanacağı, Yahudi olmayanlar arasında uygulanmayacağı şeklinde bir yorum getirmişlerdir. Kur'an-ı Kerim'in Yahudilere faizin yasaklandığı haberini vermesi faizin kaynağı hakkında bilgi vermektedir. Arap toplumlarında, faizin yaygın olmasının bir diğer nedeni de onlara yakın ülkelerde yaşayan Yahudilerin uygulamaları olduğu söylenebilir.⁵⁶

1.9.2.2. Hristiyanlık'ta Faiz Anlayışı

Bütün ilahi dinlerde olduğu gibi Hristiyanlıkta da faiz kesin bir dille yasaklanmış ve faizin yasak kılınması çeşitli evrelerden sonra olmuştur. Hz. İsa'nın yaşadığı çağda belki de yaşanan çevrenin etkisiyle ödünç verilen paranın faiz getirisinin olması yasak sayılmamaktadır. Hz. İsa müritlerine faizi yasaklamamış; fakat onlara çıkar gözetmeksizin hayır yapmalarını öğütlemiştir. Hz. İsa'nın bildirdiği bu önemli ikazın kitaplara geçmemesi unutulmasına neden olmuştur. Kitaplara geçmeyen ve unutilan bu emir Hristiyan toplumlarda faizin uygulanmasına neden olmuştur.⁵⁷

Hristiyanlıkta faiz yasağı üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada kilise babaları, Hristiyan alimler faize şiddetle karşı çıkmış ve bu uğurda mücadele etmişlerdir. İkinci aşamada ise faizle borç verme yasağı klasik bir teori haline getirilmiştir. Orta çağ müelliflerinden olan Thomas, Scot ve Moline gibi düşünürlerle faizle ödünç verme yasağı

⁵⁶ Kadir Kızıltepe – Fatih Yardımcıoğlu, “Diyaret Personelinin Faiz Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma”, *İslam İktisadi Perspektifinden Faiz*, ed. Taha Eğri – Zeynep Hafsa Orhan (İstanbul: İktisat Yayınları, 2018), 283-284.

⁵⁷ Arpacık, *Din Görevlilerinin İslami Finansal Araçlara ve Katılım Bankacılığına Bakış Açısı:TRBİ (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) Bölgesi Üzerine Ampirik Bir Uygulama*, 6.

kesin bir hâl almış ve tefeciler cezalandırılmıştır. Üçüncü aşamada ise baskıların etkisi altında kalan kilise, faizle ödünç vermeyi kabul etmiştir.⁵⁸

1.9.2.3. İslamiyet'te Faiz Anlayışı

Kur'an-ı Kerim'in Allah tarafından Hz. Muhammed'e (s.a.v) vahiy yoluyla indirilmeye başlanmasıyla ortaya çıkan İslamiyet'te faiz çok sert ve kesin bir dille yasaklanmıştır. Faizle işlem yapanlar azap dolu bir gelecekle uyarılmış ve faizciliğin, Allah'a ve Hz. Muhammed'e (s.a.v.) savaş açmak kadar vahim olduğu belirtilmiştir.⁵⁹

Kur'an- ı Kerim'de faizin yasak olduğunu belirten birçok ayet bulunmaktadır. Mekke döneminde nazil olan ayetlerde de faiz hoş karşılanmamış ve bu konuda eleştiride bulunulmuştur. Ancak faizin kesin olarak yasaklandığı ayetler, Uhud Savaşı'ndan sonra hicretin 3. yılında nazil olmuştur. Faizin kesin olarak yasaklanmasıyla ilgili nazil olan son ayet; hicretin 10. yılında, Hz. Muhammed'in (s.a.v.) vefatından iki hafta öncedir.⁶⁰

Hadis kaynaklarında, Kur'an- ı Kerim'de bulunan borç faizi ile sünnetin açıkladığı alışveriş faizi olmak üzere iki hükmün olduğu görülmektedir. Borç faizi hakkındaki hadislerin çok az olması, borç faizi hakkında yeterince bilginin olduğunun göstergesidir. Hz. Muhammed'in (s.a.v) borç faizi hakkındaki ilk açıklaması, Amroğulları'nın Mugireoğulları'ndan faiz alacaklarını talep etmeleri üzerine olmuştur. Henüz tahsil edilmemiş faizleri bırakmayı emreden ayetin nazil olması üzerine, Hz. Muhammed (s.a.v.) Mekke valisi Attab bin Esid'e mektup yazarak: “ Ya razı olurlar ya da onlara harp edilsin” demiştir. Hz. Muhammed'in (s.a.v.) veda hutbesinde bahsettiği faiz yine borç faizidir. Alışveriş faizi ise Araplar'ın daha önce bilmedikleri, ilk defa Hz. Muhammed (s.a.v.) tarafından açıklanan faiz çeşididir. Bu faiz çeşidiyle ilgili ilk açıklama Hayber Gazvesi sırasında yapılmıştır. Gazveye katılan Ubâde bin Sâmit'in naklettiğine göre; “Altına karşılık altın, gümüşe karşılık gümüş, buğdaya karşılık buğday, arpaya karşılık arpa,

⁵⁸Arpacık, *Din Görevlilerinin İslami Finansal Araçlara ve Katılım Bankacılığına Bakış Açısı:TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) Bölgesi Üzerine Ampirik Bir Uygulama*, 6.

⁵⁹Erol Zeytinoğlu, “Para, Faiz ve İslam”, *İslam'da ve Diğer Sistemlerde Faiz*, haz. Sabri Orman – İsmail Kurt (İstanbul: İslâmi İlimler Araştırma Vakfı Yayınları, 1987), 101.

⁶⁰ Muhammad Ayub, *İslami Finansı Anlamak*, çev.ed. Suna Aktan Çürük – Raif Parlakkaya (İstanbul: İktisat Yayınları, 2017), 47.

hurmaya karşılık hurma, tuza karşılık tuz cinsi cinsine birbirine eşit ve peşin olarak satılır. Malların sınıfları değişirse peşin olmak şartıyla istediğiniz gibi satın” (Müslim, “Müsâkât”, 81; Tirmizî, “Büyû”, 23) hadisi alışveriş faizini net bir şekilde açıklamaktadır.”⁶¹

Kur’an-ı Kerim ayetlerinde ve Hadis-i Şerif’lerde faizin kesin bir dille yasaklanmasıyla beraber, Müslümanların faiz konusundaki hassasiyeti ve bankacılık sisteminden uzak durmaları İslam tarihi kaynaklarında görülmektedir. Atıl tasarrufların ülke kalkınmasında önemli olduğunun farkına varan Müslüman iktisatçılar bu nedenle İslami inançlara uygun bir bankacılık sistemi arayışına girmişlerdir. Bu arayış sonucunda faizsiz bankacılık sistemi oluşumu başlamıştır.⁶²

1.9.3. Kâr Payı ve Faiz İlişkisi

Kâr, bir malın satış fiyatından tüm giderler düşüldükten sonra geriye kalan miktardır. Kâr topluma fayda getirmek koşuluyla artı değerdir; ancak hasılat negatif olursa zarar meydana gelmektedir. Sermaye sahibi malın satışı sonucunda oluşacak kâr ve zarar riskini göze almak zorundadır. Faizde ise malın herhangi bir değişime uğramadan elde edilen geliri vardır. Faizde risk tamamen borçlunun üzerinde olup, alım satım yapılmadan yatırılan para bir miktar fazlalıkla geri dönmektedir.⁶³

Katılım bankaları; özel cari hesaplar ve katılma hesabı yoluyla fon toplamaktadırlar. Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemleri ise; murabaha, icâre, müşâreke, mudârebe, karz-ı hasen, selem, istisna, teverruk ve sukuktur.⁶⁴

1.9.3.1. Kâr Payı ve Faiz Arasındaki Farklılıklar

Kâr payı ve faiz arasında birçok farklılık vardır. Bunlar aşağıda sıralanmıştır:⁶⁵

⁶¹ İsmail Özsoy, “Faiz”, 12/113.

⁶² Kızıltepe & Yardımcıoğlu, “Diyanet Personelinin Faiz Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma”, 288-289.

⁶³ Haşim Bağcı, *Ticari Bankalar ile Katılım Bankalarının Kârlılık Performanslarının Topsis Yöntemi ile Karşılaştırılması* (İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013), 69.

⁶⁴ Denek, *Türkiye’de Kamu ve Özel Sermayeli Katılım Bankalarının Karşılaştırılması*, 69-76.

⁶⁵ Bağcı, *Ticari Bankalar ile Katılım Bankalarının Kârlılık Performanslarının Topsis Yöntemi ile Karşılaştırılması*, 70.

- Kâr payının getiri tutarı kesin olarak bilinmezken, faiz ise önceden bilinen bir getiri tutarının paylaşımıdır.
- Kâr payı; üretim, dolaşım ve bölüşüm sonucunda ortaya çıkarken, faiz; üretmeden, risk almadan ortaya çıkan bir gelirdir.
- Kâr payı ve faiz arasında psikolojik yönden de farklılık vardır. Kâr payında, kâr ve zarar ortaklığı olduğundan zarar durumunda yatırımcı emeğini kaybetme duygusu yaşamaktadır. Faizde ise kaybetme ve zarar etme korkusu bulunmamaktadır.
- Kâr payında zarar riski olduğu için yatırımcı üretimi arttırmak ve mücadele etmek zorundadır; ancak faizde yatırımcı sadece bekleyerek ve verimsiz bir faaliyet sergilemektedir.

Özetle; kâr payı hareketli, yenilikçi ve riskli iken, faiz; üretkenlikten yoksun, sabit, risksiz bir gelir unsurudur.

1.9.3.2. Kâr Payı ve Faiz Oranının Birbirine Yakın Olmasının Nedeni

Türkiye'deki katılım bankaları fonlarının büyük bir oranını üretim yapan ve ticaretle uğraşan işletmelere kullandırmaktadır. Kullandırılan bu fonların %70-80'i üretim desteği, %5-10'u ise kâr ve zarara katılma (mudaraba) esaslarına göre olmaktadır. Üretim desteklerinde mevcut finansal sistemde geçerli olan kâr oranlarından daha yüksekini uygulamak mümkün değildir; çünkü geleneksel bankalar toplam fon içerisinde %95 paya sahiptir ve etkileri daha fazladır. Dolayısıyla, katılım bankalarının uyguladığı oranlar banka kredileri ile paraleldir. Piyasa koşullarından daha yüksek kredi oranları oluşması durumunda, katılım bankalarının fonlarının kullanım dışı kalması ve katılım bankalarının zarar etme durumu ortaya çıkabilmektedir. Böylece katılım bankalarının elde ettiği ve tasarruf sahiplerine pay ettiği kâr paylarının mevduat bankalarınca verilen faiz oranına neden yakın olduğu anlaşılmaktadır.⁶⁶

⁶⁶ Ersan Özgür, *Katılım Bankalarının Finansal Etkinliği ve Mevduat Bankaları ile Rekabet Edebilirliği* (Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2007), 89.

Geleneksel bankalar, 2022 yılı şubat ayı itibariyle TL cinsinden açılan 1 aylık vadeli mevduat hesaplarına ağırlıklı ortalama %15,62 faiz uygulamaktadır.⁶⁷ Katılım bankaları ise 2022 yılı şubat ayı itibariyle TL cinsinden açılan 1 aylık vadeli katılım hesaplarına ağırlıklı ortalama %14,4 kâr payı uygulamaktadır.⁶⁸



⁶⁷ Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), “Bankalarca Açılan Mevduatlara Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları (Aylık-Stok)” (Erişim 8 Mart 2022).

⁶⁸ Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB), “Kâr Paylaşım Oranları” (Erişim 8 Mart 2022).

İKİNCİ BÖLÜM

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bu bölümde katılım bankacılığıyla ilgili literatürde yapılan çalışmalar incelenmiş ve yerli, yabancı literatür olarak gruplara ayrılmıştır. Çalışmalar daha çok ankete dayalı araştırmalar olmak üzere ikincil veri seti kullanılan ampirik çalışmalar ve herhangi bir veri seti kullanılmadan yapılan teorik çalışmalar olarak 3 grupta incelenmiştir.

2.1. YERLİ LİTERATÜR

Yerli literatürde yapılan araştırmalar; genellikle ankete dayalı araştırmalar, ikincil veri seti kullanılan ampirik çalışmalar ve herhangi bir veri seti kullanılmadan yapılan teorik çalışmalar olarak 3 grupta incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda; ankete dayalı olarak yapılan çalışmaların, analitik veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar ile ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Eğitim çalışanlarının katılım bankacılığına yaklaşımına dair yerli literatürde herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır.

2.1.1. Durum Analizini Gösteren Anketin Kullanıldığı Çalışmalar

Yapılan çalışmaların çoğunda toplumun çeşitli üyeleriyle anketler yapılarak katılım bankacılığına bakışları tespit edilmiştir. Çalışmalar günümüzden geçmişe kronolojik olarak açıklanmıştır.

Türkan ve Kılıç (2021) katılım bankalarının adının “İslami Bankalar” olarak değiştirilmesinin toplumsal algı üzerine etkisini ölçmek için Bingöl, Elazığ, Malatya ve Tunceli illerinde 1100 kişiyle yaptıkları anket çalışmasında; kişilerin büyük çoğunluğunun

katılım bankaları isminin “İslami Bankalar” olarak değiştirilmesi olumlu görülmüş ve isim değişikliği sonrası bu bankalara yatırımın artacağı ifade edilmiştir. Ayrıca çalışmaya katılan kişiler tarafından, isim değişikliği olduğunda katılım bankalarının işlem hacminin de artacağı, dini hassasiyetleri olan kişilerin bu bankaları tercih edebileceği ve bu konunun devlet tarafından desteklenmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Sümer ve Dilmaç (2021) Erzurum ilinin Oltu ilçesinde esnafların fon ihtiyaçlarını, katılım bankacılığı aracılığıyla karşılama algısını ölçmek için yaptıkları çalışmada; medeni durum ile kredi kullanımı arasında ilişki tespit edilmiştir. Eğitim durumu ile “faiz ve kâr payı arasında farklılık olduğu” ve “katılım bankalarının sisteme dâhil edilmesi” arasında ilişkiye rastlanılmamıştır. Ayrıca Oltu esnafının geleneksel bankalarda kredi kullanmanın kolaylığından dolayı katılım bankacılığını tercih etmediği tespit edilmiştir.

Karakaş ve Kaya (2021) Bolu ilinde bireysel müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri ile finansman kullanımında katılım bankalarının tercihini etkileyen demografik özelliklerin belirlenmesi üzerine yaptığı çalışmada; müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedeninin faizsiz bankacılık işlemleri olduğu sonucuna varmışlardır. Çalışmada ayrıca katılım bankalarından finansman kullanımında demografik değişkenlerin etkisi olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

Önder (2021) çalışmasında; Rize ilinde katılım bankacılığını tercih eden müşterilerin bu bankaları neden tercih ettiklerini tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışmada kullanılacak verileri toplamak için 652 birey ile çevrimiçi anket yapılmıştır. Dini konulara hassasiyetin, faize karşı hassasiyetin, ikamet edilen yerin, yaşın, eşin çalışma durumunun, aylık ortalama gelirin, eğitim durumunun ve cinsiyetin katılım bankalarını tercih konusunda etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada ayrıca katılım bankası kullanan müşterilerin aldıkları hizmetlerin önem derecesi tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla; cazip finansman desteği ve ödeme imkânları, reklam ve tanıtımlar, diğer bankalarda olmayan hizmetler, cazip ürün ve hizmet tarifeleri ve bankanın internet sitesinin güvenliğinin yüksek olmasıdır. Ayrıca Rize ilinde katılım bankalarının toplam mevduat içerisindeki payı %16,5’tir.

Güngör Karyağdı (2021) kamu çalışanlarının katılım bankalarını tercih etme/etmeme nedenlerinin araştırılması çalışmasını, Muş ilinde görev yapan kamu çalışanları üzerinde anket yöntemiyle yapmıştır. Katılım bankalarını kullananların katılım bankacılığını tercih

etmelerinde; İslami ve faizsiz işlem yapmaları, kâr payı oranının uygun olması, hesap işletim ücreti alınmıyor olması gibi nedenlerin etkili olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Katılım bankalarını tercih etmeyen kamu çalışanları ise katılım bankacılığında İslami kurallara uyulmadığı, faizsiz işlem yapılmadığı ve kâr payı oranının düşük olduğu gibi nedenler ortaya koymuşlardır.

Çam ve Furuncu (2021) katılım bankacılığı kullanımını etkileyen nedenleri belirlemek ve yeni bir model oluşturmak amacıyla TR90 bölgesinde yer alan altı ilde (Gümüşhane, Artvin, Rize, Giresun, Ordu ve Trabzon) katılım bankası kullanan müşteriler ile anket yöntemiyle çalışma yapmışlardır. Toplanan bilgilerin analizi sonucunda; katılım bankacılığı kullanımındaki özel normlar, uyumluluk ve dış etkilerin müşterilerin yarar algılarını önemli yönde etkilediği görülmüştür. Güven, endişe ve kolaylaştırıcı koşulların ise müşterilerin algıladığı yararı etkilememiştir. Ayrıca çalışmada, katılım bankacılığındaki kolaylaştırıcı koşullar, uyumluluk ve güvenin, müşterinin kullanım kolaylığı algısını etkilediği; ancak dış etki, endişe ve özel normların müşterilerin kullanım kolaylığı algısını etkilemediği sonucuna varılmıştır.

Beybur (2021)'e göre; katılım bankaları müşterilerinin büyük bir çoğunluğu faiz hassasiyeti olan kişilerden oluşmaktadır. Türkiye nüfusunun büyük bir bölümünün Müslüman olmasına rağmen katılım bankaları istenilen düzeyde gelişme gösterememiştir. Bu konuda yapılan çalışmalar; katılım bankası çalışanlarının katılım bankalarının hizmet ve ürünlerine yönelik tutum ve farkındalık düzeylerinin katılım bankacılığının gelişimi için önemli olduğunu ortaya koymuştur. Bu nedenle Türkiye'de katılım bankalarının bankacılık sektörü içerisindeki payının artması için katılım bankası çalışanlarının katılım bankalarının hizmet ve ürünlerine yönelik bakışlarının araştırılması önemli hale gelmiştir. Bu çalışmada katılım bankası çalışanlarının katılım bankası ürün ve hizmetlerine yönelik tutum ve farkındalık düzeylerini ölçmek için Diyarbakır ilinde görev yapan 108 katılım bankası çalışanına anket uygulanmış ve anket ifadelerine verilen cevaplar istatistik programı yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda çalışanların katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerine yönelik tutum ve farkındalık düzeylerinin düşük olduğu görülmüştür.

Tekin ve Temelli (2020) genç nüfusun katılım bankacılığına bakışını ortaya koymak için Çankırı Karatekin Üniversitesi ve Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi bankacılık ve finans, işletme ve iktisat öğrencileri üzerinde anket kullanarak yaptıkları çalışmada; bankacılık ve finans bölümü öğrencilerinin faizsiz finansman şekli ve faiz konusunda bilgilerinin diğer

bölüm öğrencilerinden daha fazla olduğu ve bazı demografik değişkenler ile algılama düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu tespit edilmiştir.

Balkanlı ve Yardımcıoğlu (2020) katılım bankası çalışanlarının İslami finans hassasiyetlerini ölçmek üzere yaptıkları çalışmada; İslami finans şartlarına uygun hareket etmek için kurulan katılım bankalarının çalışanlarının da İslami finans prensiplerine sahip olmaları gerektiğini vurgulamışlardır. Çalışmanın verileri analiz edildiğinde; katılım bankası çalışanlarının yaptıkları işlemlerde zaman zaman İslami finans kuralları dışına çıktıkları belirlenmiş olmakla birlikte, genel olarak İslami finans ve katılım bankacılığı çalışma usullerine uygun hareket ettikleri görülmüştür.

Yıldız (2020) bireylerin İslami finans okuryazarlık düzeyi ile katılım bankası tercihlerindeki ilişkiyi tespit etmek için, Türkiye’de ikamet eden tesadüfi yöntemle belirlediği 18 yaş üzeri 479 kişiye internet üzerinden anket uygulamıştır. Çalışmada bireylerin İslami finans okuryazarlık düzeyleri; katılım bankacılığı ürünleri, temel finans bilgisi ve ekonomi, katılım bankacılığı ve İslami finans esasları olmak üzere dört açıdan araştırılmıştır. Araştırmanın sonucunda; İslami finans esasları genel bilgisi ile katılım bankacılığı bilgi düzeyinin yaş, cinsiyet, gelir durumu vb. demografik özelliklere göre farklılaştığı görülmüştür. Çalışmada ayrıca katılım bankacılığı kullanan kişilerin geleneksel bankaları tercih edenlere göre İslami finans ürünleri bilgisinin daha fazla olduğu ve İslami finans okuryazarlık boyutlarından birinin artması sonucunda diğer boyutların da artış gösterdiği tespit edilmiştir.

Yanık ve Sumer (2019) Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi akademisyenleri üzerinde anket yöntemiyle yaptıkları çalışmada; İslami kurallara göre oluşturulan katılım bankacılığının geleneksel bankalara göre benzer olup olmadığı ve kâr payının İslami esaslara uygun olup olmadığı konularında akademisyenlerin görüşlerini almıştır. Yapılan testlerle; akademisyenlerin unvanları, çalışma alanları, katılım bankacılığını tercih edip etmedikleri gibi durumlarla anketteki diğer sorulara verilen cevaplar arasındaki ilişki incelenmiştir. Akademisyenlerin genel olarak, katılım bankacılığının İslami esaslara uygun işlemler yaptığı konusunda kararsız oldukları saptanmıştır.

Tekin (2019)’a göre; yeme-içme, ulaşım, barınma, eğitim vb. günlük harcamalar bağlamında üniversite öğrencileri bankalar tarafından sunulan hizmetlere ihtiyaç duymaktadırlar. Bunun yanında üniversite öğrencilerinin finansal piyasa ve ekonomik

sistem katılımcısı potansiyelleri vardır. Müşterilerin bankalar arasından yaptıkları tercihlerde motivasyon kaynaklarının neler olduğunun bilinmesi, kaynakların daha verimli ve etkin kullanılmasına yardımcı olmaktadır. Bu çalışmada Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde bankacılık ve finans, iktisat ve işletme bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin dünya finans sektörü içerisinde hızla büyüyen katılım bankacılığı sistemine bakışları incelenmiştir. Çalışmada, 195 öğrenciye anket uygulanmış ve araştırma sonucunda katılım bankacılığı sisteminde kullanılan Arapça terimlerin anlaşılması zor olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılım bankacılığı sisteminde Arapça terimlerin kullanılmasının, katılım bankalarının tercih edilmeme nedenlerinden birisi olduğu ve öğrencilerin katılım bankaları konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları belirlenmiştir.

Aydın ve Tavukçu (2019)'a göre; teknolojinin hızla ilerlemesi ve ekonominin globalleşmesi sonucu rakipleriyle rekabet etmesi zorlaşan katılım bankacılığı sektörü farklılaşarak müşterilerin sadakat ve güvenini kazanmak için çeşitli yöntemler denemektedir. Bu anlayışın temelinde; müşteri memnuniyeti ve sadakati, insan ilişkileri, müşteri istek ve ihtiyaçları ön planda tutularak adımlar atılmaktadır. Yapılan çalışmada katılım bankacılığı sektöründeki bağlantılı pazarlama uygulamalarının, müşteri tavsiye etme eğilimi, müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığı üzerindeki etkileri incelenmiş ve veriler anket kullanılarak toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda; ilişkisel pazarlama kapsamından iletişim ve çalışma yönetiminin, yetkinlik ve güvenin, müşteri bağlılığı ve memnuniyeti ile müşteri tavsiye etme eğilimine fayda sağladığı görülmüştür.

Kocabıyık ve Teker (2019) küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) katılım bankalarına bakışını tespit etmek amacıyla çalışma yapmışlardır. Çalışma, Isparta ilinde 2019 yılı mart ve mayıs ayları arasında, çalışan sayısı 250'nin altında olan 315 işletme ile yapılmıştır. Çalışma sonucuna göre; KOBİ'ler,

- Katılım bankaları düşük oranlı finansman desteği sundukları takdirde bu bankalarla çalışabileceklerini belirtmişlerdir.
- İkinci olarak cazip kâr payı oranları ve ödeme kolaylıkları sağlanırsa bu bankaları tercih edebileceklerini belirtmişlerdir.
- Üçüncü en yüksek puana sahip soruya göre ticari olarak kârlı olduklarında bu bankaları tercih edebileceklerini belirtmişlerdir.

- En düşük puanı, katılım bankalarının iddia edildiği gibi faizsiz işlemler yapıp yaptıklarına duyulan güvene ait soruya vermişlerdir.

İşletmeler, çıkarları söz konusu olduğunda ticari banka ve katılım bankası ayrımı yapmamaktadırlar. İşletmelerde dini hassasiyetlerin yönlendirmesi banka tercihinde esas faktör olarak görülmemektedir.

Bulunmaz ve Serhateri (2019) iş dünyasında ve akademik literatürde son yıllarda önemi giderek artan içsel pazarlama faaliyetleri üzerine çalışma yapmışlardır. Günümüzde rakiplerine fark atmak isteyen birçok işletme, rekabet avantajı sağlamak ve çalışanlarının memnuniyetlerini arttırmak için içsel pazarlama ile ilgili çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışmanın amacı; bankalardaki içsel pazarlama çalışmalarını incelemek ve iç müşteri olarak kabul edilen işletme çalışanlarının memnuniyet düzeylerini ölçmektir. Çalışmada içsel pazarlama kapsamlarından olan ödül, vizyon ve gelişimin; iç müşteri memnuniyeti boyutlarından olan dışsal doyum ve içsel doyum üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Bunun yanında katılım bankaları ve geleneksel bankalarda görev yapan çalışanların içsel pazarlama faaliyetleri ile iç müşteri memnuniyeti ilişkisinin ortaya konması amaçlanmıştır. Yapılan araştırmada Yalova ilinde görev yapan bütün banka çalışanlarına yönelik anket çalışması yapılmış ve geri dönüş sağlanan 225 anket formu değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; katılım bankalarında ve geleneksel bankalarda görev yapan banka çalışanlarına yönelik yapılan içsel pazarlama faaliyetleri ile banka çalışanlarının iç müşteri memnuniyeti düzeyi arasında pozitif yönlü ve kuvvetli bir bağlantı saptanmıştır.

Tekin (2019)'a göre; müşterilerin banka tercihlerini hangi faktörlerin etkilediği sorusu araştırmacılar tarafından uzun zamandır incelenen bir konudur. Bu tür çalışmalarla tespit edilen sonuçlar, bankaların yeni müşteriler kazanmak ve mevcut müşterileri kaybetmemek için çalışmalar yaptıklarını göstermektedir. Bankacılık sektöründe gittikçe artan rekabet ortamı ve bankaların sunduğu hizmetlerdeki benzerlikler, müşterilerin tercih nedenlerini etkileyen temel faktörlerin belirlenmesi konusunu daha da önemli kılmaktadır. Katılım bankacılığı ticari bankalara alternatif kurumlardan biridir. Katılım bankacılığı; geleneksel bankalarla çalışmak istemeyen fakat birikimlerini değerlendirmek isteyen ve fona ihtiyacı olan müşterilere alternatif bir seçenek sunulmaktadır. Araştırmada; finansal sistem katılımcısı veya aktörü olarak kabul edebileceğimiz üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı terim ve hizmetleri konusunda algı, farkındalık ve bilgi düzeylerinin ortaya konması amaçlanmıştır. Ayrıca üniversite öğrencilerinin çeşitli demografik özellikleri ile

dini hassasiyetlerinin, aldıkları eğitimin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi ve algı düzeylerine etkisi araştırılmıştır. Anketi dolduran öğrenciler; finans, bankacılık ve ekonomi bölümlerinden belli bir krediyi tamamlamış ve bu alanlardan en az iki ders almış öğrencilerden seçilmiştir. Toplam 324 öğrenciye anket uygulaması yapılmış ve 293'ü analize uygun bulunmuştur. Sonuç olarak; Çankırı Karatekin Üniversitesi öğrencilerinin katılım bankacılığı ile ilgili bilgi düzeylerinin oldukça düşük olduğu ve katılım bankacılığı tercihinde din faktörünün etkili olduğu görülmüştür.

Törenek ve Yavuz (2018)'e göre; katılım bankaları parayı mal ve hizmetlere bağlayan, para ile ilgili işlemlerin kesinlikle bir hizmete ya da mala dayandığı, elde edilen getirinin ise kâr ve zarara ortaklık şeklinde pay edildiği bir sistemle çalışırlar. Bu çalışmada katılım bankacılığı tercihinin, müşterilerin bazı demografik özellikleri bakımından incelenmesi amacıyla 5 farklı katılım bankasının 516 müşterisine anket uygulanmıştır. Elde edilen bulgulara göre; müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerinin yaşa, medeni duruma, aylık gelir ve cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği eğitim durumuna göre ise anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Sakınç ve Poyraz (2018) tasarruflarını faiz hassasiyeti nedeniyle geleneksel bankalar yerine katılım bankalarında değerlendiren müşterilerin bu bankaları tercih etme nedenlerini araştırmak için Çorum ilinde anket kullanarak yaptıkları çalışmada müşterilerin; katılım bankalarını İslamiyet'e uygun olması, geleneksel bankalara göre daha güvenilir olmaları, finansman ve geri ödeme koşullarının diğer bankalara göre daha avantajlı olmaları gibi nedenlerle tercih ettikleri sonucuna varılmıştır.

Öndeş vd. (2018) katılım bankacılığının tercih edilmeme nedenlerini tespit etmek amacıyla Atatürk Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenlere anket uygulamışlardır. Hedef kitleye uygulanan anket sonucunda elde edilen veriler Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) programına kayıt edilerek frekans ve ki-kare analizleri uygulanmıştır. Analiz sonucunda; çalışmaya katılan akademisyenlerin anket sorularına verdikleri cevaplarla müşterilerin katılım bankalarına olan bakışı, güven ve bankacılık maliyeti arasındaki ilişki incelenmiştir. Atatürk Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenlerin; ürün çeşitliliğinin az olması, finansman giderlerinin yüksek olması, doğrudan finansmanın sağlanamaması ve Automatic Teller Machine (ATM) ile şube sayılarının yetersiz olması gibi nedenlerle katılım bankalarını tercih etmedikleri ortaya çıkmıştır.

Duramaz ve Erol (2018) Ege Bölgesi'nde katılım bankası kullanan müşterilerin cinsiyet, yaş ve gelir gibi farklılıklarının katılım bankası tercihlerine etkisini belirlemek için anket ile veri topladıkları araştırmada; katılım bankası müşterilerinin yaş durumlarına göre katılım bankası tercihlerinde farklılıklar tespit edilmiştir. Ayrıca ölçekte yer alan gelir seviyesi, eğitim seviyesi gibi boyutlarla ilişkili katılım bankası tercihinde etkili olan farklı unsurların olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Arpacık ve Türkan (2017) din görevlilerinin katılım bankalarına bakışını tespit etmek için Bingöl ilinde görev yapan din görevlileri arasından örneklem seçerek anket kullanarak veri toplamışlardır. Din görevlilerinin, katılım bankacılığı ile ilgili sorulan sorulara verdikleri cevaplar arasında önemli farklılıklar olduğu sonucuna varılmıştır. Din görevlileri, katılım bankalarını tercih edebileceklerini ancak yapılan işlemlerin İslami esaslara uygun olup olmadığı konusunda tereddütlerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca katılım bankalarının diğer bankalarının alternatifi olabileceği ve din görevlilerinin katılım bankaları konusunda yeterli bilgilerinin olmadığı tespit edilmiştir.

Gökçen ve Gönen (2017) katılım bankalarına yönelik müşteri algısını ve katılım bankalarının ekonomi sektöründeki yerini tespit etmek amacıyla; Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren 33 firma ile anket kullanarak araştırma gerçekleştirmişlerdir. Müşteri gözünde katılım bankaları ile geleneksel bankalar arasında ciddi oranda farklılıklar olmadığı ve katılım bankacılığı işlemlerinin geleneksel bankacılık işlemlerine benzer olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca banka tercihlerinin sosyal nedenlerden çok maddi çıkar için yapıldığı ve katılım bankaları tanıtımının yeteri kadar yapılmadığı ifade edilmiştir.

Kızıltepe ve Yardımcıoğlu (2017) diyanet personelinin faiz hassasiyetini incelemişlerdir. Hedeflenen; Sakarya ilinde görev yapan erkek ve kadın diyanet çalışanlarının faiz konusundaki duyarlılıklarını ve davranışlarını ortaya koymaktır. Çalışma Sakarya il merkezi ve 16 ilçesinde 368 diyanet çalışanı ile yüz yüze anket ile yapılmıştır. Tahmin edildiği üzere diyanet çalışanları faizle ilgili konularla sık sık karşılaşmaktadır ve faizin haram olduğu konusunda bilgi düzeyleri yüksektir. Diyanet çalışanlarının katılım bankacılığı denildiğinde İslami bankacılığın akla geldiğini belirtmektedir. Ayrıca katılım bankaları ile geleneksel bankalar arasında fark olduğunu düşünmektedirler; fakat genel olarak katılım bankaları hakkında bilgileri vardır. Buna rağmen diyanet çalışanlarının yaklaşık %50'sinin geleneksel bankalar tarafından verilen kredi kartlarını kullanmakta olduğu ve yaklaşık %25'inin geleneksel bankalardan kredi kullanmakta olduğu tespit

edilmiştir. Katılımcıların %30'unun finansman maliyetlerine bakmaksızın katılım bankalarını tercih edecekleri, %30'u kredi maliyetlerine göre bankayı tercih edeceği ve kalan yaklaşık %30'un ise kararsız olduğu belirtilmiştir. Diyanet çalışanlarına birikimlerini nerede değerlendirecekleri sorulduğunda; her ne kadar kamu katılım bankasında cevabını verenlerin oranı yüksek olsa da, bu kişilerin %75'inin herhangi bir katılım bankasında hesabı olmadığı ortaya çıkarılmıştır.

Anaç ve Kaya (2017)'ye göre, yurt dışında İslami bankaların neden tercih edildiğine yönelik birçok çalışma yapılmasına rağmen Türkiye'de katılım bankalarının neden tercih edildiğine yönelik çalışma sayısı çok azdır. Katılım bankacılığını kullanan bireysel müşterilerin bu bankaları neden tercih ettiklerini tespit etmek için İstanbul ilinde 423 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; bireysel müşterilerin katılım bankalarını tercih etmelerinin en önemli nedenleri olarak “katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi” ile “dini hassasiyetlerin yönlendirmesi” olarak tespit edilmiştir.

Durak vd. (2017)'ye göre, özellikle son yıllarda hızla büyüyüp gelişmekte olan katılım bankacılığı, Türkiye'nin İslami finans merkezi olması yolunda onuncu kalkınma planına dâhil olmuştur. Dünyada ve Türkiye'de katılım bankalarının niçin tercih edildiğini araştırmak amacıyla dar kapsamlı çalışmalar yapılmıştır; fakat bu çalışmalar büyük çapta olmadığı için yetersiz kalmaktadır. Bu çalışmada; Zonguldak, Bolu ve Düzce illerinde yaşayan müşterilerin katılım bankalarını niçin tercih ettikleri araştırılmıştır. Bu kapsamda Zonguldak, Bolu ve Düzce'de anket yoluyla veriler toplanarak SPSS 23 programıyla analiz edilmiş ve katılım bankalarının Zonguldak, Bolu ve Düzce illerinde tercih edilmesini sağlayan etkenler ortaya konmuştur. Bulgular neticesinde; müşterilerin katılım bankalarını tercih etmesindeki en önemli sebebin şube personeli ile yakın ilişkiler kurması olduğu tespit edilmiştir.

Tatlı vd. (2017) katılım bankacılığı hizmetlerinde tüketici tercihlerini etkileyen faktörleri tespit etmek için Bingöl il merkezinde 1 Kasım- 25 Aralık 2016 tarihleri arasında 400 kişi ile yüz yüze görüşerek anket ile veri toplamışlardır. Toplanan veriler faktör analizine tabi tutulmuş ve 26 değişkenin 5 faktörde toplanması uygun bulunmuştur. Bu faktörler; sadakat, yenilikçilik, memnuniyet, iletişim ve güven olarak adlandırılmıştır. Sonuç olarak; katılım bankalarının gelişmekte olduğu ve bu gelişimi etkileyen en önemli etkenin müşterilerin bu bankalara bakış açıları ve sahip oldukları bilgi düzeyleri olduğu saptanmıştır.

Demir ve Atlı (2014) katılım bankalarını tercih eden müşterilerin katılım bankacılığı hizmetlerinden internet aracılığıyla yararlanma seviyelerini ölçmeye yönelik Elazığ ilinde araştırma yapmışlardır. Araştırmanın evrenini, Elazığ ilinde katılım bankacılığını kullanan tüm kişiler oluşturmaktadır. Yapılan araştırmayla katılım bankacılığı müşterilerinin demografik özellikleriyle, internet bankacılığı kullanımı arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bulgulara göre; katılım bankalarının geleneksel bankalara göre daha kuralcı ve güvenli bir bankacılık modeli oluşturmaya çalıştıkları ve katılım bankacılığında internet kullanımı ile eğitim düzeyi gibi bazı demografik özelliklerin ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Özsoy vd. (2013)'e göre katılım bankaları dünya finans piyasasındaki paylarını sürekli arttırmaktadır. Hatta bazı ticari bankaların da bünyelerinde faizsiz işlem yapan banka şubeleri açtıkları görülmektedir. Dünyada katılım bankacılığının tercih nedenlerini tespit etmek amacıyla yapılan çalışma sayısı Türkiye'de yapılan çalışmalara nazaran oldukça fazladır. Bu çalışmanın hedefi, Türkiye'de katılım bankalarının neden tercih edildiğine ilişkin literatüre katkı sağlamaktır. Bu amaçla Bolu ilinde 3 farklı katılım bankası müşterilerinden örneklem seçilmiştir. 217 kişiye anket uygulanarak veri toplanmıştır. Toplanan verilere faktör analizi uygulanarak bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucunda; müşterilerin katılım bankalarını tercih etmelerinin en önemli nedeninin hizmet/ürün kalitesi olduğu belirlenmiştir. Ardından sırasıyla imaj ve güven, personel kalitesi, dini/çevresel motivasyonlar faktörleri gelmektedir.

2.1.2. İkincil Veri Seti Kullanılarak Yapılan Ampirik Çalışmalar

İkincil veriye dayalı analitik veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar, katılım bankalarının Türk bankacılık sistemine dahil olduktan sonraki süreçte gösterdikleri finansal performansı ortaya koymak için yapılan çalışmalardan oluşmaktadır.

Arslan ve Bayraktar (2020)'ye göre; Türkiye'de faiz hassasiyeti sebebiyle bankalara ulaşmayan atıl birikimlerin ekonomiye kazandırılması amacıyla özel finans kurumlarına 1985 yılında faaliyete geçme izni verilmiş ve 2005 yılından sonra bu finans kurumları katılım bankaları adını almıştır. Çalışmanın amacı, katılım bankalarının 2010-2018 yılları arasındaki dönemde gösterdikleri performansı inceleyerek finansal gelişmeyi ve Türkiye ekonomisine katkısını ortaya koymaktır. Çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren katılım

bankalarının 2010-2018 dönemine ait temel finansal gösterge ve rasyoları ticari bankalarla karşılaştırılarak performans analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda katılım bankalarının finansal olarak başarılı bir tablo sergilemelerine rağmen, Türk bankacılık sektörü içerisindeki paylarının ve Türkiye ekonomisindeki etkilerinin nispeten küçük olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca katılım bankalarının en önemli katkıları faiz hassasiyeti olan kesimlerin atıl birikimlerini ekonomiye kazandırarak finansal gelişmeyi pozitif yönde etkiledikleri ve kullandıkları faizsiz ürünlerle ekonomik sistemde çeşitliliği ve derinliği arttırdıkları saptanmıştır.

Uludağ (2019)'a göre, Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının aktif büyüklükleri ülke ekonomisi için yeterli düzeyde değildir. Yapılan analitik değerlendirmeler sonucunda, katılım bankalarının ülke finans sistemi içerisinde büyümeye devam etmeleri ve topladıkları tüm fonları reel sektöre kullandırmaları açısından başarılı ve sağlıklı bir tablo sergiledikleri ifade edilmiştir. Analiz bölümünde makroekonomik dengeler ile katılım bankalarının bilançosu karşılaştırılmıştır. Bu karşılaştırma sonucunda katılım bankalarının topladıkları fonlarla öz kaynakları arasında pozitif, toplanan fonlar ile işsizlik rakamları arasında negatif ilişki olduğu görülmüştür. Türkiye'de orta ve uzun vadede kapsamlı bir planlama yapılarak; katılım bankacılığının tanıtımına ve mevzuatına yönelik engellerin ortadan kaldırılması, altyapının şimdiden oluşturulması ve destekleyici politikaların hayata geçirilmesiyle gelecekte katılım bankacılığı konusunda önemli bir konumda olacağı vurgulanmıştır.

Aka (2019) Türk bankacılık sistemi içerisinde katılım bankalarında kârlılığı belirleyen faktörler üzerine araştırma yapmıştır. Bu çalışmada katılım bankalarının kârlılığını belirleyen etmenlerin neler olduğunu ortaya koymak hedeflenmiştir. Dolayısıyla Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının aktif varlıklarının %80'ine tekabül eden Albaraka Türk, Türkiye Finans ve Kuveyt Türk katılım bankalarının 2010-2018 dönemine ait çeyreklik verileri kullanılarak analiz yapılmıştır. Analizde kârlılığı belirleyen makroekonomik, sektöre özgü ve bankaya özgü etmenler tespit edilerek panel veri analizi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; banka piyasa yoğunluğu, operasyonel etkinlik, kredi mevduat oranı, takipteki kredilerin oranı, kaldıraç oranı ve aktif büyüklük değişkenleri ile banka kârlılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Korkmaz vd. (2019)'a göre, geleneksel bankalardan farklı çalışma usullerine sahip olan fakat aynı rekabet ortamında faaliyetlerini sürdüren katılım bankalarının sektör içindeki aktif büyüklükleri ve paylarının zamanla artış gösterdiği ifade edilmiştir. Yapılan çalışmanın amacı, geleneksel ve ticari bankaların performanslarını finansal veriler aracılığıyla karşılaştırarak mevcut durumlarını değerlendirmektir. Araştırmanın örneklemi, 2010-2017 yılları arasında Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren üç katılım bankası ile bu bankalara yakın büyüklükte olan üç geleneksel bankadır. Bankalar; kârlılık oranları, risklilik ve aktif kalitesi verileri yardımıyla Mann Whitney U-Testine tabii tutulmuşlardır. Çalışmanın sonucunda; risklilik durumu her iki banka grubunda aynı düzeyde olsa da, kârlılık bakımından katılım bankalarının daha yüksek performans gösterdiği görülmüştür. Buna ilaveten Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının günden güne büyüyerek bankacılık sektöründeki paylarını arttırdığı ve geleneksel bankalarla rekabet edecek düzeye geldikleri vurgulanarak politika önerisi sunulmuştur.

Şendurur ve Temelli (2018) Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankaları ile ticari bankaları sürdürülebilirlik açısından karşılaştırdıkları bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmada Türkiye’de faaliyet gösteren ticari ve katılım bankalarının çevresel ve sosyal alanlarda faaliyet raporlarında belirttikleri hususlar incelenerek, sürdürülebilirlik puanları tespit edilmiştir. Ardından regresyon analizi yardımıyla belirlenen değişkenler ile sürdürülebilirlik puanları arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Ayrıca T testi ile bankaların türlerine göre bölümlenmiş gruplar ile belirlenen değişkenlerin arasında fark olup olmadığı analiz edilmiştir. Sonuçta, kukla değişkenler olan ülke menşei ve sahiplik yapısı ile sürdürülebilirlik puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmazken, sürdürülebilirlik ile çevre puanı, yaş, kârlılık, likidite ve büyüklük ile banka türleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür.

Kandemir vd. (2018)’e göre, finansal büyümeyi etkileyen faktörlerden birisi de bankacılık sektörüdür. Türkiye’de bankacılık sektörü sürekli gelişmekte olduğundan, katılım bankacılığı da son yıllarda önem kazanmış ve stratejik bir alan olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle katılım bankaları finansmanlarının ekonomik büyümeye etkisinin irdelenmesi gerektiği düşünülmüştür. Çalışmanın amacı; katılım bankalarının 2007-2015 yılları arasında kullandırmış olduğu sektörel finansmanlar ile ekonomik kalkınma arasındaki nedensellik ilişkisinin araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda katılım bankalarının 10 ayrı sektöre kullandığı finansmanlar ile ekonomik büyüme göstergesi olan ihracat

değişkenleri ve gayri safi yurtiçi hasıla kullanılarak Toda-Yamamoto yaklaşımı ile Granger nedensellik analizi yapılmıştır. Çalışmada katılım bankalarının enerji, ziraat/balıkçılık, turizm, toptan ticaret/komisyonculuk, tekstil/tekstil ürünleri, metal/işlenmiş maden, inşaat, denizcilik ve gıda/meşrubat/tütün sektörüne kullandırmış oldukları finansmanların ihracatın veya gayri safi milli hasılanın artmasının nedeni olduğu görülmüştür. Ek olarak katılım bankalarının finansal kuruluşlara kullandığı finansmanlar ile ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Özkan ve Işıl (2016) katılım bankalarında finansman riskini belirleyen faktörler ile Türkiye’deki katılım bankacılığı üzerine bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada Türkiye’de faaliyetlerini sürdüren dört katılım bankasının 2006-2014 yılları arası üç aylık verilerini kullanarak finansman risklerini belirleyen faktörler araştırılmıştır. Finansman riski üzerinde bankaya has faktörlerden hangilerinin anlamlı etkilerinin olduğunu belirlemek için panel regresyon modeli kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; katılım bankalarının geri dönmeme riskini taşıyan finansmanlara karşı ayırdıkları karşılıkların toplam banka varlıkları içindeki payının artmasıyla, finansman risklerinin de artacağı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, finansmanın toplam banka varlıkları içindeki payının artması finansman riskinin azalmasına neden olmaktadır.

Doğan (2013) araştırmasında, 2005-2011 yılları arasında Türkiye’de bankacılık sektöründe faaliyet gösteren katılım bankaları ve ticari bankaların finansal performanslarını karşılaştırmıştır. Araştırmada borç ödeme gücü, likidite, kârlılık ve sermaye yeterlilik oranları yardımıyla bankaların performansları ölçülmüştür. Ampirik analizlerde bankaların arasındaki farklılığın ortaya konması için t- testinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda ticari bankaların katılım bankalarına göre sermaye yeterliliği, borç ödeme gücü ve likiditesinin daha yüksek olduğu ve riskinin daha düşük olduğu görülmüştür. Öte yandan katılım bankaları ve ticari bankaların kârlılıkları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

2.1.3. Katılım Bankacılığıyla İlgili Ampirik Analizin Yer Almadığı Teorik Çalışmalar

Katılım bankacılığıyla ilgili ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalar, katılım bankalarının Türkiye’de faaliyete başladıkları dönemden günümüze kadar geçirdikleri

değişimleri ve Türk bankacılık sektörü içerisindeki durumları hakkında açıklamalara yer vermektedir.

Tetik ve Şahin (2020)'ye göre, Türkiye'de katılım bankaları otuz yedi yılı geride bırakmalarına rağmen ülke ekonomisine istenilen seviyede katkı sağlayamadıkları vurgulanmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının sektörel ve yapısal olarak istenilen düzeyde bir gelişmeyi yakalayamamalarının nedenleri; yapılan ampirik çalışmalar, katılım bankacılığı ile ilgili çıkarılan kanunlar ve 2008-2019 yıllarını kapsayan katılım bankalarının finans sektörü içerisindeki payları çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; katılım bankacılığı hakkında toplumdaki ön yargılı bakış ve bilgi yetersizliği, kullanılan finansman tekniklerine yönelik eleştiriler ve alanında yetişmiş kalifiyeli personel sıkıntısı esas sorunlar olarak görülmektedir. Bu sorunların aşılması için katılım bankalarının kendilerine has çalışma usulleriyle bankacılık sektöründeki işlemlerden daha fazla pay alarak ülke ekonomisine en üst seviyede katkı sağlayabileceği ifade edilmiştir.

Yıldırım (2020)'ye göre, kapitalizm gelir adaletsizliğini arttırmakta ve ekonomik krizlere neden olmaktadır. Küreselleşen dünyada ekonomik sistem bu sorunların daha da büyümesine neden olmaktadır. Bu sebeple geleneksel bankalara alternatif bankacılık sistemleri aranmış ve bu arayışlar neticesinde ortaya çıkan katılım bankacılığı 1985 yılı sonrasında Türkiye'de yayılmaya başlamıştır. Türkiye'de katılım bankacılığı ismiyle bilinen İslami bankacılık faizsiz işlemler yapmakta, kâr ve zarara ortaklık prensibiyle çalışmaktadır. Türkiye finans sistemi içerisindeki payının düşük olduğu görülen katılım bankacılığının potansiyelinin yüksek olduğu ve ileriki yıllarda bu potansiyeli kullanarak İstanbul'un küresel finans merkezi olmasına vesile olacağı düşüncesi belirtilmiştir.

Kahraman (2020)'ye göre, Türkiye'de katılım bankacılığı adını kullanan İslami bankalar, son yıllarda gösterdiği gelişimle ticari bankalara rakip olabileceğini kanıtlamıştır. Dünyada güçlü bir yapısı olan katılım bankacılığı, Türkiye'de her ne kadar ticari bankaları yakalayamasa da küçümsenmeyecek bir derecede büyüme göstermiştir. Esasen Müslüman nüfusu fazla olan Türkiye'de katılım bankacılığı yüksek bir gelişim potansiyeline sahiptir. Bu nedenle birçok ticari banka aynı zamanda katılım bankacılığı faaliyetlerini gerçekleştirmektedir. Katılım bankalarının finans sektörü içerisindeki payını arttırarak istenilen noktaya gelmesi ve elde ettiği fonlarla reel ekonomiyi desteklemesi Türkiye'de

katılım bankacılığının gelişim sürecini hızlandıracağı ifade edilmiştir. Gelecek dönemde katılım bankacılığının Türkiye için değerinin ve öneminin artacağı tahmin edilmektedir.

Çetin (2020)'ye göre, küreselleşme ile birlikte dijitalleşmenin hızlanması bireysel ve ticari müşterilerin finansal ürünleri kullanım alışkanlıklarını değiştirmiştir. Bununla birlikte finansal kurumlar bu değişim ve gelişim sürecinde rekabet edebilmek için yeni ürünler geliştirirken, müşterilerin kültürel alışkanlıklarını göz ardı etmişlerdir. Yatırım ve iş yapma ülkelerin kültürleriyle bağlantılıdır, kültür ve geleneklere bağlı olmayan finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi finansal tabana yayılamamanın en önemli nedenlerinden birisidir. Katılım bankacılığının finansal tabana yayılabilmesi için ticari bankalarla katılım bankaları aynı platformda yer almamalıdır. Katılım bankaları İslam felsefesine uygun olan karz-ı hasen, mikro finans ile yardım kampanyaları, zekât toplanması gibi çalışmaları şeffaf bir şekilde yeni ürünler geliştirmesi büyük önem arz etmektedir.

Ersoy ve Süner (2018) Türkiye'de katılım bankaları ve katılım bankacılığında kamu girişimi ile ilgili çalışmışlardır. Çalışmanın amacı; kamu katılım bankalarının faaliyete başlamasının özel sektör kamu bankaları için bir ötekileştirme etkisi yapmadığını, aksine kamu katılım bankalarının finans sektöründe kendi payını oluşturduğunu ve katılım bankacılığına katkı sağladığını ortaya koymaktır. Devletin katılım bankaları açmasının nedeni, sektörün aktif büyüklüğünün günden güne artması ve onuncu kalkınma planındaki hedeflere ulaşmaktır. Kamu katılım bankalarının faaliyetlerine başlamasıyla beraber katılım bankacılığı sektöründeki büyüme ve rekabet daha da arttığı vurgulanmıştır.

Hazıroğlu (2016) katılım bankacılığının geçmişten günümüze kadar geçirdiği tarihsel süreci inceleyerek katılım bankası kavramının bu süreçteki yeri, işlevsel konumu ve mevzuata girişi konuları üzerinde durmuştur. Katılım bankası adının Türkiye'ye özel olduğu vurgusunu yaparak finans piyasası üzerinde taşıdığı kavramsal önemin altını çizmiştir. Ayrıca katılım bankası kavramının, kâr ve zarara ortak katılım üzerinden yapılan finansal hizmetleri doğrudan yansıttığını belirtmiştir. Bu nedenle katılım bankası kavramının kullanılmaya devam edilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Yazıcı (2016)'ya göre; faizsiz bankalar olarak Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları öncelikle İslam dininin gereği olarak ortaya çıksa da, yaşanan ekonomik krizlerin sebebi olarak görülen geleneksel finans sistemine alternatif olarak görülebilir. Çünkü katılım bankacılığının sunduğu hizmetler, üretim yapmaya veya üretimi arttırmaya

yöneliktir. Katılım bankacılığının aksine ticari bankacılık ürünleri ise önceden talep oluşturarak, çoğunlukla arz ve talep dengesizliğini arttırmaktadır. Bu durumda farklı şekillerde ortaya çıkan ekonomik krizlere neden olmaktadır. Geleneksel finans sisteminden kaynaklanan uluslararası finansal krizler gibi sıkıntıların yaşanmaması için katılım bankacılığının sunduğu ürün ve hizmetlerin ekonomik krizleri önleyebileceği düşünülmektedir.

Kalaycı (2013)'e göre bankalar para üretip ekonomiyi finanse etmektedir. Katılım bankaları ekonomiyi faizle değil kâr-zarar ortaklığı prensibiyle finanse etmektedir. Dünya tarihinde geçmişi 1970'li yıllara kadar uzanan katılım bankaları, Türkiye'de özel finans kurumları (ÖFK) adıyla mali serbestleşmenin bir sonucu olarak yeniliği temsil etmektedir. Finansman havuzu gittikçe büyüyen katılım bankaları, faizi değil faiz yasağını bir çıpa olarak kullanmaktadır. Faiz hassasiyeti olan kesimlerin atıl fonlarını toplayan katılım bankaları, faizsizlik prensibiyle bu fonları reel ekonomiye kazandırmaktadır. Katılım bankacılığı ismi Türkiye'ye özgüdür ancak referansları İslam dininin emirleri çerçevesinde evrenseldir. Geline nokta katılım bankacılığının Türkiye'nin genel mali kesiminde ticari bankalara bir alternatif olma iddiası savunulmuştur.

Aras ve Öztürk (2011)'e göre, kalkınma/yatırım bankaları ve geleneksel bankaların yanı sıra üçüncü bir banka olarak Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları, İslami kurallar çerçevesinde çeşitli fon kullandırma yöntemleri ile topladıkları atıl fonları reel ekonomiye kullandırmaktadırlar. Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankalarının 2002 yılından itibaren kullandıkları fon miktarının ve bankacılık sektöründeki fon kullandırma payının artış gösterdiği ifade edilmiştir. Bankacılık sektöründe kullandığı finansmanların ağırlığı her geçen gün artan bir biçimde katılım bankaları reel ekonomiye doğrudan katkı sağlamasına rağmen, kâr ve zarar esasına göre fon kullandırma oranı oldukça düşüktür. Bu nedenle, katılım bankalarının Türkiye finans sisteminin reel kesimine, kuruluşlarının üzerinden çeyrek asır geçmesine rağmen beklenen katkıyı sağlayamadıkları görülmüştür.

Katılım bankacılığı ile ilgili yapılan çalışmalar; katılım bankacılığı hakkında toplumun farklı kesimlerinin görüşlerini, katılım bankalarının mevcut durumları ve çalışma usulleri hakkında bilgi vermektedir. Eğitim çalışanlarının katılım bankaları ile ilgili görüşlerinin yer aldığı herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır bu yönüyle yapılan çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.

2.2. YABANCI LİTERATÜR

Yabancı literatürde yapılan araştırmalar; genellikle ankete dayalı araştırmalar, ikincil veri seti kullanılan ampirik çalışmalar ve herhangi bir veri seti kullanılmadan yapılan teorik çalışmalar olarak 3 grupta incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda; ankete dayalı olarak yapılan çalışmaların, analitik veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar ile ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Eğitim çalışanlarının katılım bankacılığına yaklaşımına dair yabancı literatürde herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır.

2.2.1. Durum Analizini Gösteren Anketin Kullanıldığı Çalışmalar

Yapılan çalışmaların çoğunda toplumun çeşitli üyeleriyle anketler yapılarak katılım bankacılığına bakışları tespit edilmiştir. Çalışmalar günümüzden geçmişe kronolojik olarak açıklanmıştır.

Suhartanto vd. (2018)'e göre, müşteri sadakatine sahip olmak rekabetçi bankacılık sektöründe önemli bir stratejidir. Araştırmada İslami bankalara yönelik sadakat niyeti; dindarlık, güven ve imaj faktörleri altında incelenmiştir. Çalışmada kullanılan anket, Endonezya'nın Bandung kentinde 200 İslami banka müşterisi üzerinde uygulanmıştır. Sonuç olarak; dindarlığın, sadakat niyeti üzerindeki doğrudan etkisi hakkında makul bir açıklama sunulmuştur. Ayrıca dindarlığın sadakat niyeti üzerindeki etkisine İslami bankalara yönelik güven ve imajın aracılık ettiği görülmektedir. Bu çalışmada ilaveten; İslami banka müşterilerinin sadakati için dindarlığın önemli olduğu saptanmıştır.

Albashir vd. (2018) Libya'daki İslami bankacılık müşterilerinin kabul düzeyini etkileyen temel faktörleri belirlemek amacıyla araştırma yapmışlardır. İslami bankacılık tüm dünyada günden güne büyümesine rağmen, Libya'da hala az gelişmiş bir yapıdadır. Libya'da müşteriler İslami bankacılıktan habersizler ve İslami bankacılığı kabul etme konusunda karar verememektedirler. Müşteri karar verme sürecinin önemli bir bileşeni olarak algılanan riski içeren değiştirilmiş bir planlı davranış modeli teorisi önerilmektedir. Model, anket kullanılarak 293 bankacılık müşterisinden oluşan bir örneklemle test edilmiştir. Nicel sonuçlar, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolün İslami bankacılığı kullanma niyetini artırmada daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. Müşteri tutumu ve algılanan riskin İslami bankacılığı kabul etme niyeti üzerinde 0,05 düzeyinde anlamlı bir etkisinin

olmadığı bulunmuştur. Araştırma, İslami bankaların, potansiyel müşterilerin değerini tatmin etmek için algılanan riskin yanı sıra İslami güvence ve inançlar gibi şariat araçlarına vurgu yapan etkili pazarlama stratejisi geliştirmeleri gerektiğini öne sürmektedir.

Aziz ve Afaq (2018) bireylerin İslami bankacılığı benimseme niyetlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Önceki çalışmaların çoğu, gerekçeli eylem teorisini ve planlı davranış teorisini kullanmıştır; bu çalışmada ise çok az kullanılan sağlam ve üstün olduğu kanıtlanmış olan ayırıştırılmış planlı davranış teorisi çok az çalışmada kullanılmıştır. Çalışma, bu boşluğu ölçmekte ve İslami bankacılığın benimsenmesi için kapsamlı bir model önermektedir. Ayrıca İslami bankacılığın benimsenmesiyle ilgili faktörlerin anlaşılmasını geliştirmek için tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün öncülleri açıklanmıştır. Veri toplamak için Pakistan'da 186 banka müşterisine anket uygulanmış ve veri analizi için varyansa dayalı kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Sonuçlar, tutum ve sübjektif normların İslami bankacılığı benimseme niyeti ile anlamlı pozitif bir ilişkisi olduğunu göstermektedir. Tutumun farkındalık, belirsizlik, göreceli avantaj ve uyumluluk tarafından belirlendiğini göstermektedir. Çalışmanın bulguları İslami bankaların pazarlama stratejilerini yenilemeleri açısından önemlidir. Pazarlama yöneticilerinin, İslami bankacılık hizmetlerinin farkındalığını ve faydalarını göz önünde bulundurarak olumlu tutum geliştirmeleri gerektiği vurgulanmıştır.

Uddin ve Ahmmed (2018)'e göre yeşil bankacılık, çevre korumanın temelini oluşturan İslami bankacılığın ayrılmaz bir parçasıdır. Çalışma, sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunan İslami bankacılık ve yeşil bankacılık arasındaki ilişkiyi incelemeye çalışmaktadır. Çalışma, Bangladeş'teki İslami bankacılığın yeşil bankacılığa ilişkin çeşitli boyutlarını içeren yapısal bir anket aracılığıyla birincil verileri kullanmıştır. Sonuç olarak; İslami bankaların maliyet ve enerji tasarrufu, doğal kaynakların korunması ve tüm canlılara saygı duyulması gereği olarak çevreyi iyileştiren yeşil bankacılığa önemli bir katkı sağladığı ortaya konmuştur.

Setiawan ve Panduwangi (2017) Endonezya'daki İslami bankacılığın temel niteliklerine ilişkin topluluk tercihinin haritalamışlardır. Endonezya'daki 345 İslami banka müşterisi ile çevrimiçi olarak dağıtılan ve tamamlanan anketlerle veri toplanmıştır. Araştırma tüm özelliklerin, hem kişiler hem de madde ölçümü için iyi bir geçerlilik ve güvenilirlik ölçümüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Müşterilerin İslami banka hizmetlerini

kullanmaya karar vermeden önce en çok dikkate aldıkları hususun güvence olduğu ortaya çıkmıştır. Göz önünde bulundurulması gereken diğer faktörler ise; hizmet kalitesi, fiziksel kanıtlar, hizmet görevlilerinin güvenilirliği ve banka faaliyetlerinde İslami ilkelerin uygulanmasıdır. Ankete katılanlar ayrıca İslami bankaların mükemmel performans gösterdiğini belirtmişlerdir.

Ahmed (2017) gerçekleştirmiş olduğu araştırmanın amacı; kurumsal yönetim endeksinin Birleşik Arap Emirlikleri'nde İslami bankaların finansal performans üzerinde bir etkisinin olup olmadığına dair kanıt sağlamaktır. Kurumsal yönetim endeksi, ankete katılan kilit kişilerin yönetim, yönetim kurulu, hissedarlar ve bankanın şariat kurulu hakkında verdiği yanıtlardan geliştirilmiştir. Örneklem BAE'de çalışan (6) İslami bankadan oluşmaktadır. Tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, korelasyon ve regresyon analizi uygulanarak üç hipotez geliştirilmiş ve test edilmiştir. Çalışmada, hisse başına kazanç (EPS), Öz sermaye getirisi (ROE) ve kurumsal yönetim ile ölçülen karlılık arasında doğrudan pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur. Son olarak, çalışmada, kurumsal yönetim endeksi ile bankaların finansal performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya konmuştur.

Mariadas ve Murthy (2017)'ye göre; bir ulusun ekonomik başarısı büyük ölçüde bankalarının performansına bağlıdır, çünkü bankalar bireyler, kuruluşlar ve hükümetler gibi çeşitli taraflara borçlanma ve mevduat faaliyetlerini yürütmeleri için aracı olarak hareket ederek finans sektörünü istikrar ve uyum için düzenlemede önemli bir rol oynarlar. Malezya'da, ürün ve hizmetlerin bilinmemesi ve yetersiz pazarlama gibi faktörler nedeniyle nüfusun daha büyük bir yüzdesi İslami bankalara kıyasla geleneksel bankaları kullanmaktadır. Çalışma, Selangor'da İslami bankacılığın benimsenmesini etkileyen faktörleri incelemektedir. Gerçekçi bir ontoloji ve nesnelci epistemoloji ile pozitivist varsayımı takip eden bu çalışmada nicel bir araştırma yaklaşımı kullanılmaktadır. Veriler, olasılıklı örnekleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Bu çalışma için 150 anket dağıtılmış ve 130 anket başarıyla alınmıştır. Malezya'da İslami bankacılığın benimsenmesini etkileyen faktörler; tüketici bilgisi ve tüketici memnuniyeti olduğu tespit edilmiştir.

Hamzah vd. (2015)'e göre; hizmet kalitesi, bankacılık sektöründe rekabet edebilmek için kilit faktörlerden biri olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle, rekabetçi olabilmek için bankaların müşteri memnuniyetini sağlaması hayati önem taşımaktadır. Çalışmanın amacı, Malezya'daki İslami bankaların müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi

araştırmaktır. Çalışma sonucunda, müşteri memnuniyeti ile bankaların personeli, imajı, sunduğu hizmetler ve erişilebilirliği gibi hizmet kalitesi yapıları arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Kishada ve Wahab (2015)'e göre, bankalar ekonomik açıdan önemlidir. Malezya İslami bankaları, bir bankanın sürdürülebilirliğinin ve etkinliğinin ancak “müşteri sadakati” ile garanti altına alınabileceği algısını yaratan, rekabetçi bir ortamda faaliyet göstermektedir. Çalışma, Malezya İslami bankacılığında müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve güvenin müşteri sadakati üzerindeki etkisini araştırmayı ve müşteri sadakati üzerinde memnuniyet, hizmet kalitesi ve güven arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamaktadır. Malezya Kuala Lumpur'daki 100 İslami banka müşterisi hakkında veri elde etmek için bir anket kullanılmıştır. Çalışma sonucunda; bankaların, mevcut müşterileri elde tutmak ve sadakat potansiyeli olan yeni müşterileri çekmek için banka stratejilerini revize ederek müşteri sadakatini artırmaya odaklanması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Buchari vd. (2014) araştırmalarında, İslami bankacılık ürünlerine yönelik farkındalık ve tutumlarını analiz etmeyi amaçlamışlardır. Bahreyn'deki beş İslami perakende bankasında çalışanlardan toplanan 102 anket verisine göre; katılımcıların büyük ölçüde İslami bankacılık ürünleri hakkında bilgi sahibi olduğu; ancak bu ürünleri kullanmadığı görülmüştür. Ayrıca katılımcıların çoğunun İslami bankacılığa karşı olumlu bir tutuma sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada buna ek olarak, Bahreyn'deki İslami bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik farkındalık ve tutum standartları yansıtılmış ve bu bilginin, İslami bankacılık ve finansal kurumlardaki çalışanların rekabet gücünü daha fazla değerlendirmek ve kıyaslamak için faydalı olacağı vurgulanmıştır.

Kishada ve Wahab (2013) İslami bankacılık müşterileri arasında sadakati etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla çalışma yapmışlardır. Çalışma için veriler, Malezya'daki iki tam teşekküllü İslami bankanın 250 müşterisiyle yapılan anket sonucunda toplanmıştır. Tanımlayıcı istatistikler, genel olarak katılımcıların İslami bankalara olumlu düzeyde sadakat gösterdiklerini göstermiştir. Bu bulgu; müşteri sadakati üzerindeki sosyal değer, hizmet deneyimi, güven, güvenilirlik, hizmet güvenilirliği, memnuniyet, beklenti, kolaylık değeri gibi faktörlerin önemini vurgulamaktadır. İslami bankaların yöneticilerinin, müşteri sadakatini artırmak için bu faktörleri inşa ederek müşterilerin önemini birinci sıraya koymaları gerektiği vurgulanmıştır.

Bashir (2013)'e göre; son on yılda Brunei Sultanlığı'ndaki İslami bankacılık sektörü, geleneksel bankaların güçlü rekabeti karşısında oldukça zorlanmıştır. Çalışmanın temel amacı, Brunei Sultanlığı'nda İslami bankacılığın hem hizmet kalitesi hem de ürün kalitesi ile memnuniyet bilincinin etkilerini incelemektir. Çalışma aynı zamanda tüketicilerin İslami bankacılığı tercih etme nedenlerini de incelemektedir. İslami bankaların müşterileri ile anket çalışması yapılarak veriler toplanmıştır. Bulgular, hizmet kalitesi ve ürün kalitesinin memnuniyet farkındalığı üzerindeki dolaylı etkilerinin olumlu ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca tüketicilerin İslami bankacılığı tercih etme sebeplerinin kârlılık ve dini esaslar olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, İslami bankacılık endüstrisine daha fazla müşteri çekmek için uygun promosyon politikaları oluşturma çabalarında yardımcı yönergeler sağlamaktadır.

Khafafa ve Shafii (2013) İslami esaslar çerçevesinde faaliyet gösteren Libya bankalarında, algılanan kalitenin boyutlarını ve müşteri memnuniyetini incelemek amacıyla çalışma yapmışlardır. Geliştirilmiş Servqual modeli kullanılarak hizmet kalitesi boyutları; somutluk, güvence, güvenilirlik, duyarlılık ve empati olarak sınıflandırılmıştır. Libya'da İslami bankacılık sistemini benimseyen üç ticari banka olan Gumhouria Bank, Wahda Bank ve Sahara Bank'ın 366 müşterisine anket uygulanmıştır. Araştırmacılar güvenilirlik anketini ölçmek için Cronbach Alpha testini kullanmışlar ve müşteri memnuniyeti ile Servqual modelinin gösterdiği gibi hizmet kalitesinin beş boyutu arasındaki ilişkiyi belirlemek için ise çoklu regresyon analizini gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda, müşteri memnuniyeti ile somutluk, duyarlılık, güvence ve empati gibi hizmet kalitesi yapıları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kodun Abiah ve Wabekwa (2012) yapmış oldukları araştırmanın temel amacı, Nijerya Gombe yerel yönetim bölgesi halkının İslami bankacılığa yönelik bakış açılarını tespit etmektir. Araştırma, 134 katılımcıdan oluşan anket yoluyla toplanan birincil verileri sunmaktadır. Anket, katılımcıların İslami Bankacılık konusuna ilişkin algısını incelemek için açıklayıcı bir faktör analizi kullanmaktadır. Bununla birlikte anket, çalışma alanındaki insanların algısının, konunun yanlış anlaşılmasıyla büyük ölçüde tutarlı olduğunu ortaya koymaktadır ve merkez bankası da dahil olmak üzere ilgili paydaşları, halkı İslami bankacılık ve ürünleri hakkında yönlendirmek ve aydınlatmak için bilinçlendirme programları başlatmaya çağırmaktadır.

Rashidah Idris vd. (2011)'e göre; İslami ilkelere dayalı bankacılık ürünleri ve hizmetleri sunan geleneksel bankaların katılımıyla İslami bankaların gelişimi giderek daha zorlu hale gelmektedir. Araştırmada kamu yükseköğrenim kurumlarındaki akademisyenlerin belirli bir bankayı seçerken önemli buldukları faktörler incelenmiştir. Malezya yarımadasının doğu kıyısında bulunan yedi Malezya kamu yükseköğrenim kurumunda çalışan 250 İslami banka müşterisi üzerinde anket yapılmıştır. Araştırma, banka tercihlerinde dini değerın en önemli faktör olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Algılanan diğer faktörler arasında ATM hizmetleri, finansal güvenlik, maliyet, fayda ve çekicilik sayılabilir. Sonuç olarak, birçok belirleyici faktör olmasına rağmen dini değerin tüketicileri İslami bankacılığı himaye etme yönünde etkilemede hayati bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır.

Arshad vd. (2011) yaptıkları araştırmada; hem İslami bankalarda hem de geleneksel bankalarda çalışanların İslami ürün ve hizmetlere, İslami bankacılıkta kazanılan eğitim ve deneyime ve Pakistan'daki İslami bankacılığın potansiyeline ilişkin algılarını ölçmüşlerdir. Pakistan'ın kuzeyindeki bankacılara İslami bankacılıkla ilgili anketler dağıtılmış ve sonuçlar, İslami bankalardaki bankacıların, İslami ürün ve hizmetlere, İslami bankacılıkta kazanılan eğitim ve deneyime daha olumlu algılara sahip olduğunu ortaya koymuştur. İlginç bir şekilde, bankacıların çok azı bu kariyere başlamadan önce İslami bankacılıkla ilgili bir akademik geçmişe veya ilgili deneyime sahiptir. Ayrıca bankacılar bu alanda çalışmadan önce konuyla ilgili çok sınırlı bilgiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Bu nedenle, Pakistan'da İslami bankacılığın sürdürülebilir büyümesi için iyi eğitilmiş ve vasıflı çalışanların mevcudiyeti konusunun hükümet, endüstri ve eğitimciler tarafından eleştirel olarak ele alınması gerektiği ifade edilmiştir.

Abduh vd. (2011) Endonezya İslami bankacılık sektöründe müşteri memnuniyetinin boyutlarını ve bu boyutların müşterilerin davranışlarını nasıl etkileyebileceğini tespit etmek amacıyla araştırma yapmışlardır. Veri toplamak için Jakarta bölgesinden 732 İslami banka müşterisiyle anket yapılmıştır. Kullanılan yöntemler faktör analizi ve lojistik regresyon modelidir. Faktör analizi, Endonezya İslami bankacılık müşteri memnuniyetinin beş boyutunu (karlılık, banka personeli, erişilebilirlik, maliyetler ve bankanın fiziksel görünümünü) başarıyla ortaya çıkarmıştır. Lojistik regresyon, dört boyutun İslami banka müşterilerinin (banka personeli, bankanın fiziksel görünümü, erişilebilirlik ve maliyetler gibi) niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini kanıtlamaktadır.

Ashfaq vd. (2011) İslami bankaların sunduğu ürünlerin hizmet kalitesinin, müşteri memnuniyetine ve banka performansına etkisi üzerine bir çalışma yapmışlardır. Bankalar arasında hem yeni müşteriler kazanmak hem de mevcut müşterileri elde tutmak için artan bir rekabet vardır. Dolayısıyla hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ve banka performansına olan etkisini ölçmek için bir çalışmaya ihtiyaç duyulmuştur. Veriler, basit rastgele örnekleme yoluyla Pakistan'da faaliyet gösteren altı tam teşekküllü İslami bankanın 60 şubesindeki 720 müşteriden toplanmıştır. Çalışma sonucunda, hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında güçlü bir pozitif ilişki varken, hizmet kalitesi ile banka performansı arasında zayıf pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Loo (2010)'a göre; 2008 yılında batıda başlayan mali kriz, İslami bankacılığı savunanları İslami bankacılığın geleneksel bankacılıktan daha üstün olduğu iddiasını yenilemeye sevk etmiştir. İslami bankacılık batıda daha az bilinen bir bankacılık sistemi olsa da, birçok gelişmiş Avrupa şehrinde hızla artan Müslüman nüfus göz önüne alındığında İslami bankacılığın potansiyelinin göz ardı edilemeyeceği düşünülmektedir. Dünya çapında geçerli bir İslami bankacılık sistemi için, pazarlamacıların gayrimüslimlerin bu sistemi kabul edip etmeyeceğini de ölçmesi gerekmektedir. Çalışma, Müslümanlar ve gayrimüslimler arasındaki İslami Bankacılığa yönelik tutum ve algı farklılıklarını incelemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma için her biri eşit sayıda bebek kuşağı ve x kuşağına mensup 100 Müslüman ve 100 gayrimüslim olmak üzere toplam 200 Malezyalı ile görüşülmüştür. Çalışma sonucunda, Müslümanların İslami Bankacılığı desteklediği, Müslüman olmayanların ise İslami Bankacılığı öncelikle Müslümanlarla ilişkili olarak gördüğü tespit edilmiştir.

Omar ve Ali (2010)'a göre; İslami bankaların küresel krize dayanma kabiliyeti, İslami finansın dünya çapında genişlemesini körüklemiş ve İslami bankalar, müşteri sadakati ve marka sadakatının kazanılması gerektiğini öğrenmiştir. Özellikle Malezya'daki İslami bankacılık sisteminde tüketiciler arasında marka sadakati ve ilişki pazarlaması büyük ilgi görmüştür. İlişki pazarlaması sadece yeni müşteriler elde etmek değil, aynı zamanda mevcut müşterileri mümkün olduğunca korumaktır. Marka sadakatine yol açabilecek ilişkisel pazarlamanın gücünü destekleyen önemli boyutlar vardır. Marka sadakati, müşteri tarafından tekrar tekrar satın alınmasına ek olarak bir markaya yönelik olumlu tutumu ifade etmektedir. Müşteriler, organizasyon ile aralarında ilişkisel pazarlama olduğu için sadık olma eğilimindedir. Çalışma, Malezya'daki Bank İslam çalışanları aracılığıyla ilişkisel

pazarlamanın marka bağılılığı üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın verileri, Malezya Yarımadası'nın kuzey eyaletlerini temsil eden Pulau Pinang, Kedah ve Perlis'teki 3 Bank İslam iş merkezinden elde edilmiştir. Çalışma, müşterinin bankaya olan güveni ile ölçülebilen ilişkisel pazarlamayı nasıl tespit edildiğini belirlemektedir. Çalışma sonucunda, Bank İslam personelinin bankaya bağılılığı ve personel arasındaki iletişim becerilerinin, Bank İslam müşterileri arasındaki marka bağılılığı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Khattak ve Rehman (2010)'a göre İslami bankacılık kavramı yeni bir kavram değildir. İslami bankacılık finans piyasasında çok kolay bir şekilde tanınmaktadır. Geleneksel bankacılık sektörü, İslami bankacılık sektörü için köklü bir rakiptir. Bu rekabet için İslami bankacılık müşterilerinin bu konudaki yaklaşımını, memnuniyetini ve farkındalık düzeyini göz önünde bulundurmak gereklidir. Çalışma, müşterilerin İslami bankalara yönelik memnuniyet ve farkındalık düzeyini analiz etmektedir. Ayrıca, farklı demografik değişkenler ile müşterilerin memnuniyeti ve farkındalığı arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Çalışma için Pakistan'ın farklı şehirlerinden 156 katılımcıyla anket çalışması yapılmıştır. Ankete katılanlar bazı hizmetlerden memnuniyetlerini ifade ederken; ancak çok azı memnuniyetsizliklerini dile getirmişlerdir. Çalışma sonucunda; müşterilerin farklı ürünlerden haberdar oldukları ancak bu ürünleri benimsemedikleri tespit edilmiştir.

Haque (2010) çalışmasında, Malezyalı müşterilerin İslami bankacılık hizmetlerine ilişkin tutum farklılığını araştırmıştır. Bankacılık hizmet sağlayıcıları, bu farklılıkların tespit edilmesiyle İslami bankacılık uygulamalarından mükemmel bir şekilde faydalanabilmektedir. Gerekli verileri toplamak için Malezya'daki tüketicilerin tutum farklılıklarıyla ilgili duygusal faktörleri üzerine çerçevelenmiş bir anket oluşturulmuştur. Araştırmada, hipotezleri test etmek için bağımsız örneklem 't' testi ve Anova testi kullanılmıştır. Sonuçlar, Malezyalı tüketicilerin İslami bankacılığa karşı olumlu tutuma sahip olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak, Anova sonuçları; yalnızca Malezyalı ve Çinli ile Çinli ve Hintliler arasında önemli bir tutum farklılığı olduğunu gösterirken, her üç ırkın da İslami bankacılığa karşı genel tutumlarının olumlu olduğunu ortaya konmuştur.

Ahmad vd. (2010) Pakistan'daki geleneksel bankaların yanı sıra İslami bankalarla ilgili olarak hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ayrıca seçilen değişkenler arasındaki ilişkinin büyüklüğünü değerlendirerek hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Çalışma, geleneksel bankacılık

sisteminin varlığında Pakistan'da İslami bankacılık uygulamalarının yükselen bir eğilimi nedeniyle önemlidir. 720 banka müşterisinden tesadüfi örnekleme yöntemiyle veri toplanmıştır. Sonuçlar, İslami bankalar ile geleneksel bankaların hizmet kaliteleri ve müşteri memnuniyetleri arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğunu yansıtmaktadır. Fakat Pakistan'daki konvansiyonel bankalara kıyasla İslami bankalarda hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında daha güçlü bir pozitif ilişki olduğu görülmüştür.

Lateh vd. (2009) çalışmalarında; Tayland'da yeni bir İslam bankasının kurulması ve bölgede yürütülen ampirik araştırmaların azlığı nedeniyle, Taylandlı müşterilerin İslam bankasının amaçlarına ve özelliklerine yönelik algılarını yakalamayı amaçlamışlardır. Araştırmada, müşteriler tarafından algılanan önemli banka seçim kriterlerinin belirlenmesi ve Müslüman - gayrimüslim müşterilerin algılarındaki farklılıkları tespit etmek için 462 katılımcıya anket uygulanmıştır. Bulgular, Taylandlı müşterilerin İslam bankasının temel özelliğinin faiz yasağı olduğunu bildiklerini göstermekte ve İslam bankasının ticari amaçlarından çok toplumsal amaçlara ulaşmak için çabalaması gerektiği fikrini destekleme eğilimindedir. Ayrıca, Taylandlı Müslüman - gayrimüslim müşterilerin çeşitli banka seçim kriterlerine yönelik tercihleri arasında farklılıklar olduğunu görülmüştür. Müslümanlar faizsiz tasarruf imkânlarını çok önemserken, gayrimüslimler daha çok banka itibarına, imajına, bilgili ve yetkin personele önem vermektedir.

Khan vd. (2008) araştırmalarında, Bangladeş'teki İslami banka müşterilerinin bankacılık davranışlarını incelemektedir. Araştırmacılar, İslami bankaların 100 müşterisinden oluşan bir örneklemden veri toplayarak kapsamlı bir profil analizi, bir dizi ki-kare testi ve T testi gerçekleştirmiş ve Bangladeş'teki İslami banka müşterilerinin davranışlarına ilişkin bir dizi önemli bulgu tespit etmişlerdir. Bulgulardan ilki; İslami bankaların müşterilerinin çoğunluğunun 25-35 yaş kategorisine girmesi, yüksek eğitimli ve bankalarla uzun süreli ilişkilere sahip olmasıdır. İkinci olarak, çeşitli mevduat mobilizasyon araçları için yüksek müşteri farkındalığı ve kullanımı mevcut olmasına rağmen, İslami bankaların herhangi bir bireysel finansman olanağının yüksek bir farkındalığı ve kullanımı yoktur. Üçüncüsü, müşterilerin çeşitli İslami banka ürün/hizmetlerini kullanmasında gelir kategorisi ve eğitim önemli bir role sahiptir. Dördüncüsü, müşteriler İslami bankaların bir dizi ürün/hizmetinden memnun görünmektedir. Beşincisi, hizmet sunum unsurları arasında olan “çalışanların” müşteri memnuniyetini artırmak için daha fazla ilgiyi hak etmeleridir. Son olarak, İslami banka müşterilerinin temel banka seçim kriteri “dini ilkeler” iken,

müşterilerin demografisi hangi seçim kriterlerinin diğerlerinden daha önemli olduğunun belirlenmesinde önemli rol oynadığı ifade edilmiştir.

2.2.2. İkincil Veri Seti Kullanılarak Yapılan Ampirik Çalışmalar

İkincil veriye dayalı analitik veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar, katılım bankalarının dünya bankacılık sistemine dahil olduktan sonraki süreçte gösterdikleri finansal performansı ortaya koymak için yapılan çalışmalardan oluşmaktadır.

Widarjono (2018)'e göre, Endonezya'daki İslami bankacılık sektörü, hükümetin İslami bankacılık yasasını çıkardığı 2008 yılından bu yana hızlı bir büyüme yaşamıştır. Hızlı büyümesine rağmen İslami bankacılığın pazar payı hala düşüktür. İslami bankacılığın pazar payını artırmak için İslami bankacılık performansını teşvik etmek gereklidir. Çalışmada İslami bankacılığın performanslarından biri olan kârlılığın hem iç hem de dış faktörleri incelenmiştir. İslami bankacılığın kârlılığını tahmin etmek için kullanılan yöntem, aylık verilerle Otoregresif Dağıtılmış Gecikme Modeli (ARDL) yöntemidir. Tahmin sonuçları, İslami bankacılığın kârını hem iç hem de dış faktörlerin etkilediğini göstermiştir. Kârlılığı etkileyen önemli bir değişken ise kötü finansmandır (NPF). İslami bankacılığın kârını etkileyen dış faktörler ise döviz kuru ve enflasyondur. Sonuç olarak İslami bankacılığın kötü finansmanı iyi yönetebilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda kârlılığın makroekonomik koşullara da bağlı olması, hükümetin döviz kurunu dengeleme gibi politikalarla makroekonomik performansı daha iyi yönetebilmesi gerekmektedir.

Hidayati vd. (2017)'ye göre; Endonezya'daki ikili bankacılık sistemi, İslami bankacılık sektörünün büyümesi için mükemmel bir fırsat sunmaktadır. İslami bankacılık sektörü banka ve şube sayısında gelişme göstermiş; fakat İslami bankaların performansı son yıllarda gerilemiştir. Bu çalışmada Endonezya'da İslami bankacılığın etkinliği; aracılık yaklaşımı, 10 İslami banka (BUS) ve 15 İslami iş biriminin (UUS) üç aylık raporlarına ilişkin veri zarflama analizi (DEA) kullanılarak ölçülmüştür. Sonuçlar, Endonezya'daki BUS ve UUS'nin aracılık işlevinde verimli çalışmadığını göstermiştir. Panel regresyon modelinin tahmin sonuçları ise, Endonezya'da toplam finansmanın etkinlik üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, mevduatların ise BUS ve UUS'ların verimliliği üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Zirek vd. (2016) yaptıkları çalışmada, 1999-2011 döneminde İslam ülkeleri örgütüne üye 14 ülke için İslami bankacılık değişkenlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Panel VAR yöntemini kullanarak kısa vadeli etkilerin yanı sıra uzun vadeli etkilerde incelenmiş ve İslami finans ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişki; sermaye stoku, işsizlik, enflasyon ve hükümet harcamaları gibi çeşitli makroekonomik kontrol değişkenleri açısından güvenilirdir. İslami varlık, mevduat ve kredilerin toplam bankacılık araçları içindeki payındaki artışın ekonomik büyümede de artışa neden olduğu görülmektedir. Sonuçlar; uzun vadede ekonomik büyümenin İslami enstrümanlardaki, yani İslami mevduatlardaki, yatırımlardaki ve büyüklükteki şoklara olumlu tepki verdiğini göstermektedir. İslami bankacılıktaki şoklar, önümüzdeki 10 yıllık dönemde ekonomik büyümede tahmin hatasının %3'ünden fazlasına katkıda bulunmaktadır.

Tabash ve Dhankar (2014) Katar'da İslami finans sisteminin gelişimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemişlerdir. Ekonometrik analiz kullanılarak, 1990'dan 2008'e kadar ekonomik büyüme ve İslami bankaların finansmanına ilişkin yıllık zaman serisi verileri kullanılmıştır. İslami finans sisteminin gelişimini ölçmek için İslami bankaların özel sektöre sağladığı finansman fonları, reel ekonomik büyüme için gayri safi yurtiçi hasıla, gayri safi sabit sermaye oluşumu ve doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinden yararlanılmıştır. Analiz için birim kök testi, eş bütünleşme testi ve Granger nedensellik testleri yapılmıştır. Ampirik sonuçlar genellikle; uzun vadede İslami bankaların finansmanının pozitif olduğunu ve Katar'daki ekonomik büyüme ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu sonuç işleyen bir bankacılık sisteminin ekonomik büyümeyi desteklediği fikrini pekiştirmektedir. Sonuçlar İslami bankaların finansmanına yatırımın artmasına ve uzun vadede olumlu bir şekilde doğrudan yabancı yatırım çekmesine destek olmaktadır. Granger nedensellik testinden elde edilen sonuçlar ise ekonomik büyüme ile İslami bankanın finansmanı arasında uzun dönemde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu da ortaya koymaktadır.

Furqani ve Mulyany (2009) finansal sistemin büyümeyi etkileyip etkilemediğini ve büyümenin uzun vadede finansal sistemin işleyişini değiştirip değiştirmediğini görmek için eş bütünleşme testi ve Vektör Hata Modeli (VECM) kullanarak İslami bankacılık ve Malezya'nın ekonomik büyümesi arasındaki dinamik etkileşimleri incelemişlerdir. Reel ekonomik sektörleri temsil etmek için toplam İslami banka finansmanı (IBFinancing), kişi

başına reel GSYİH (RGDP), sabit yatırım (GFCF) ve ticaret faaliyetlerine ilişkin zaman serisi verilerini kullanmışlardır. Kısa vadede sadece sabit yatırımın, İslami bankaların 1997:1-2005:4 dönemleri için gelişmeye neden olduğunu göstermektedir. Uzun vadede, İslami banka ile sabit yatırım arasında çift yönlü bir ilişki olduğuna dair kanıt olduğu ve GSYİH ile İslami bankaların “talep takibi” hipotezini destekleyen kanıtlarla birlikte ile GSYİH' deki artışın İslami bankacılığın gelişmesine neden olduğu tespit edilmiştir.

Saleh ve Zeitun (2006) yapmış oldukları çalışmanın amacı, Ürdün'ün İslami bankacılık deneyimini ve özellikle ülkedeki birinci ve ikinci İslami banka olan, Ürdün İslami Finans Yatırım Bankası ve İslami Uluslararası Arap Bankası'nın deneyimlerini incelemek ve analiz etmektir. Bankalara, kâr maksimizasyonu, sermaye yapısı ve likidite testleri yapılarak performans değerlendirme metodolojisi kullanılmıştır. Her iki bankanın etkinliğinin ve kabiliyetinin arttığını ve her ikisinin de yatırımlarını ve faaliyetlerini genişlettiğini ve Ürdün'deki projelerin finansmanında önemli bir rol oynadığı vurgulanarak çalışma sonlandırılmıştır.

Yudistira (2004)'e göre; İslami bankalar istikrarlı ve verimli midir? Çalışma bu soruyu ele almaktadır. Teknik, saf teknik, ölçek etkinlik ölçüleri, parametrik olmayan teknik ve veri zarflama analizi kullanılarak hesaplama yapılmıştır. Çalışma sonucunda birkaç sonuç ortaya çıkmıştır. Genel verimlilik sonuçları, 18 İslami bankadaki verimsizliğin yüzde 10'un biraz üzerinde olduğunu ve birçok geleneksel banka ile karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Örneklemdeki İslami bankalar, 1998-1999'daki küresel krizden zarar görmüş; ancak zor dönemlerden sonra çok iyi performans göstermişlerdir. Bulgular, birleşmelerin teşvik edilmesi gerektiğini öne süren küçük ve orta ölçekli İslami bankalar için ölçek ekonomileri olmadığını ortaya koymuştur.

2.2.3 Katılım Bankacılığıyla İlgili Ampirik Analizin Yer Almadığı Teorik Çalışmalar

Katılım bankacılığıyla ilgili ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalar, katılım bankalarının Dünya'nın farklı ülkelerinde faaliyete başladıkları dönemden günümüze kadar geçirdikleri değişimleri ve bankacılık sektörü içerisindeki durumları hakkında açıklamalara yer vermektedir.

Arshad vd. (2016)'ya göre konvansiyonel finans sisteminin İslami finans sistemine dönüşmesi, dünyanın karşı karşıya olduğu köklü değişikliklerden birisidir. İslami

bankacılık, İslami finansın ana bileşenidir. Bu dönüşümlere paralel olarak İslami bankalar ve finans kuruluşları, kapsamlı bir çerçevenin olmaması nedeniyle çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunlar; yakınsama sorunları, istikrar ve düzenleyici konular, farklı düşünce okullarının varlığı ve dinin ticari finansal sektördeki rolüne karşı duyarlılık öne çıkan bazı konulardır. Bu sorunların dikkatli bir analizi, çözümlerin sıralanmasına yol açabilir. Bu zorlukların üstesinden gelme yaklaşımı, endüstrinin gelecekteki başarısını veya başarısızlığını belirleyeceği ifade edilmiştir.

Sari vd. (2016) yaptıkları çalışmada, Endonezya'da İslami bankaların kuruluş ve gelişim aşamasını eleştirel bir yaklaşımla incelemişlerdir. Endonezya'da İslami bankaların kuruluşunun alttan kaynaklandığı ve üç aşamaya ayrıldığı ortaya konmuştur. Bu aşamalar; fikir ya da düşünme aşaması, yeniden düşünme aşaması ve yerleşme olgunlaşma aşamasıdır. Endonezya İslami bankalarının kurulmasını engelleyen başlıca meseleler ve problemler ise; siyasi meseleler, hükümet desteğinin olmaması, hukuki meseleler, sosyal problemler, ekonomik problemler (sermaye eksikliği) ve helal faizli konvansiyonel bankaların yasal olarak yasaklanması konusunda bilim adamları arasındaki tartışmalardır. Bu sorunların Endonezya'da İslami bankaların kurulmasını geciktirdiği belirtilmiştir.

Yunusa ve Bint Nordin (2015) yapmış oldukları çalışmada Nijerya'nın Afrika'nın en kalabalık ülkesi olduğu ifade edilmiş; 170 milyonu aşan toplam nüfusunun %50'den fazlası Müslüman olduğu belirtilmiştir. Nijerya vatandaşlarının çoğu finansal sorunlar nedeniyle yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır. Nijerya Merkez Bankası, likidite yönetimi sorununu düzeltmek ve aynı zamanda varlıklı ve varlıklı olmayan insanlar arasındaki farkı azaltmak için finansal katılımı artırmaya çalışmıştır. Bu nedenle İslami bankacılık, faiz yasağı ve kâr zarar paylaşımı ilkeleri nedeniyle daha iyi bir alternatif haline gelmiştir. Nijerya'da İslami bankalar dini temelli bir dizi zorlukla karşı karşıya kalmıştır. İslami bankaların geleceği için iyileştirme yapmak, zorluklara karşı çıkış yolu önermek ve ciddi önlemler alınması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Parveen vd. (2015)'e göre; İran hükümeti, 1979 devriminden sonra geleneksel bankacılığın İslami bankacılığa dönüştürülmesinde birincil rol oynadığı vurgulanmıştır. 1983 yılında faizsiz bankacılık yasası çıkarılmış ve 1984 yılında faizsiz bankalar, 1983 yasasına göre İslami bankacılığı uygulamaya başlamışlardır. İran bankacılık sistemi, İslami ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesinde etkili bir araç olarak algılanmaktadır. Bununla birlikte

1983 bankacılık yasasının hedeflerine ulaşmaktan çok uzak olan sektör; yavaş büyüme, geniş bir sorunlu varlık portföyü, dar ürün ve hizmet yelpazesinden rahatsız olmuştur. Ayrıca, ekonomik işlerden sorumlu kişilerin çoğu, faizin gerçek nedenlerini araştırmak ve onu ortadan kaldırmak için uygun araçlar geliştirmek yerine, faizi ihmal edilemez bir olgunun amacı olarak görmüşlerdir. Bu nedenle, modern bankacılıktaki yenilikler, yeni faaliyetlerin finansmanına uyum ve modern bankacılık sisteminin gelişimi ile birlikte bankacılık sistemi için yeni ürün ve araçların tanıtımına ihtiyaç duyulmaktadır.

Widana vd. (2015)'e göre; ilişki pazarlaması, müşterilerle uzun vadeli ilişkiler kurmanın ve sürdürmenin önemini vurgulamaktadır. İlişki pazarlaması, bankacılık kurumlarının piyasada daha iyi bir konuma sahip olmaları ve sürekli bankacılık ilişkilerini güvence altına almaları için stratejik bir öneme sahiptir. İlişki pazarlamasının doğası gereği güçlü etik kökleri bulunmaktadır. Etik ve ilişkisel pazarlama arasında pozitif bir ilişki vardır, çünkü etik ilkeler başarılı bir ilişkisel pazarlama için gerekli olan iş birliği ortamını yaratmanın bir ön koşuludur. Etik kavramı ise genellikle etik bankacılık olarak da ifade edilen ve İslam hukuku altında oluşturulan İslami bankacılık için son derece önemlidir. Geleneksel bankalarla rekabette başarılı olmak için İslami bankaların, İslami iş etiğinin uygulanmasıyla farklılaştırılmış benzersiz hizmetler ve ürünler sunmaları gerekmektedir.

Abdul Majid ve Ghazal (2012) İslami bankalara ait belge, mevzuat, düzenleme ve denetim gibi kilit alanlarla ilgili araştırma yapmışlardır. Şeriata uyumluluğunun standardı ve İslami bankacılık ve finans sektöründe istikrarı sağlamak için iyileştirmenin gerekli olduğu alanlar belirlenmiştir. Çalışma, 11 Müslüman ülkeye (Malezya, İran, Bahreyn, Suudi Arabistan, Pakistan, Türkiye, Endonezya, Sudan, Kuveyt, BAE ve Ürdün) ve iki Müslüman olmayan ülkeye (Singapur ve Birleşik Krallık) odaklanmaktadır. Bulgular, çoğu ülkede İslami finans kurumları için mevzuatın geleneksel bankacılık imajında formüle edildiğini göstermektedir. Bazı ülkelerde özel bir İslami bankacılık yasasının olmaması (Suudi Arabistan), diğerlerinde ise kurumsal yönetime ilişkin birkaç yasa (İran, Bahreyn, Kuveyt, BAE) dâhil olmak üzere bazı dikkate değer sorunlarla birlikte uygun yasal çerçeveden yoksun olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, bugüne kadar çoğu ülke, uluslararası muhasebenin yanı sıra kendi ülkelerinin düzenlemelerini takip etmektedir. Çalışma ayrıca İslami bankacılık uygulamalarını uyumlaştırmaya yönelik çeşitli zorluklar nedeniyle, kümelenmeyi veya bölgesel yakınsamayı kolaylaştırmanın bu sektör için daha fazla uyumlaştırmaya yönelik ilk adım olabileceğini öne sürmektedir.

Aliyu (2012)'ye göre İslami finansın dünya çapında artan popülaritesi ve başarıları ile Nijerya, Afrika'da İslami finansın merkezi olmayı hedeflemektedir. Örneğin; 170 milyonu aşan tahmini nüfusa, güçlü bir bankacılık sektörüne ve kıtada son derece açık ve çevik bir sermaye piyasasına sahip olan ülke, Güney Afrika ve Kenya'nın güçlü görünmesine rağmen hayalini gerçeğe dönüştürmek üzeredir. 2012 yılı başlarında, Nijerya'nın Apeks Bankası, Jaiz Bank Plc'ye tam teşekküllü bir faizsiz finans kurumu (NIFI) olarak faaliyet göstermesi için lisans verirken, diğer geleneksel bankalarında faizsiz bankacılık işlemlerine izin verilmiştir. Benzer şekilde, Nijerya hükümeti ilk devlet sukukunu 2012 yılının sonundan önce piyasaya sürmeyi planlamaktadır. Buna göre, Nijerya'nın menkul kıymetler borsası piyasası, şeriat uyumlu varlıkların performansını izlemek için son zamanlarda küresel eğilimler doğrultusunda İslami endeks - Lotus İslami Endeks olarak tanıtılmıştır. Bu gelişmeler, şüphesiz bir dizi kritik konuyu gündeme getirmiş ve hem operatörler hem düzenleyiciler hem de yatırımcılar için birtakım zorluklar ortaya çıkarmıştır. Yine de Nijerya ülkesi için fırsatların kapıları açılmıştır.

Abdel Mohsin (2005) yaptığı çalışmada, Sudan'daki İslami bankacılık sistemi uygulamasına ışık tutmaktadır. Temel amacı, Sudan'daki İslami bankacılık sisteminin ne kadar başarılı olduğunu ve bu sistemin mevcut tüm bankaları faizsiz bankalara dönüştürmeyi nasıl başardığını göstermektir. Ayrıca, Sudan'ın tüm bölgelerinde yeni İslami bankaların kurulmasına vurgu yapılarak bu bankaların faizle uğraşmayı en aza indirmeyi, daha fazla mevduat sahibi çekmeyi ve farklı sektörleri finanse etmeyi nasıl başardığı anlatılmıştır. Bunu başarmak için, Sudan'da İslami bankacılık sisteminin son otuz yılda ortaya çıkışı gözden geçirilmiş ve Sudan İslami bankalarının yapısı ve operasyonlarıyla birlikte farklı sektörlere katkıları vurgulanmıştır.

Haron ve Yamirudeng (2004)'e göre; Tayland çok dinli bir ülkedir ve İslam dini altı milyondan fazla Müslüman ile ikinci en büyük dindir. Müslümanların çoğunluğu Malezya sınırında bulunan ülkenin güney bölgesinde ikamet etmektedir. Bu nedenle, buradaki nüfus, Malezya İslami bankacılık sisteminden etkilenmektedir. Tayland'da İslami bankacılık sistemi ilk olarak 1998 yılında Devlet Tasarruf Bankası tarafından “İslami Pencere” kavramının tanıtılmasıyla başlamıştır. 2001'de Krung Thai Bank'ın açılması ve 2003'de Tayland İslam Bankası'nın kurulmasıyla İslami bankacılık sistemi hükümetten daha fazla destek almıştır. Tayland'daki İslami bankacılık, birçok zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. Vurgulanan zorluklar arasında ekonomik bölge, halkın kabulü, kurallar,

düzenlemeler ve altyapı bulunmaktadır. Mevcut konvansiyonel bankacılık sistemine bir alternatif olarak bu yeni sistemin beklentileri de tartışılmaktadır.

Ariff (1988)'e göre; İslami bankacılık, birçok gözlemciyi şaşırtan yeni bir olgudur. Hem İran'da hem Pakistan'da tüm bankacılık sistemi İslamileştirilmiştir. Buna ek olarak, Cidde merkezli İslami Kalkınma Bankası (IDB) dâhil, çok sayıda İslami finans kurumu dünyanın diğer bölgelerinde faaliyette bulunmaktadır. Dahası, İslami bankaların ortaya çıkma ve ilerleme hızı, bu bankaları sistematik olarak incelemeyi değerli kılmaktadır.

Yabancı literatürde katılım bankacılığı ile ilgili yapılan çalışmalar; toplumun farklı kesimlerinin görüşlerini, katılım bankalarının mevcut durumları ve çalışma usulleri hakkında bilgi vermektedir. Yabancı literatürde eğitim çalışanlarının katılım bankaları ile ilgili görüşlerinin yer aldığı herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır bu yönüyle yapılan çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

EĞİTİM ÇALIŞANLARININ KATILIM BANKALARINI TERCİH ETME NEDENLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Üçüncü bölümde; araştırma metodolojisi, amacı, önemi, evreni ve örnekleme, varsayımları, kapsam ve sınırları, verileri ve yöntemi hakkında bilgiler verildikten sonra araştırmadan elde edilen bulgular bağlamında açıklamalarda bulunularak bölüm tamamlanmıştır.

3.1. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmada kullanılan veri seti normal dağılım gösterdiği için analizde parametrik testlerden yararlanılmıştır. Parametrik testler olarak ise ANOVA ve T testi kullanılmıştır. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçeğe ait maddelere faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi için gerekli olan ön testler yapılmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Çalışmada; eğitim çalışanlarının katılım bankaları tercihlerine etki eden faktörlerin tespit edilmesi hedeflenmiştir. Böylece katılım bankalarının kaynaklarını; müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılamaları için en rasyonel biçimde yönlendirmelerine yardımcı olacak bulgu ve önerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Katılım bankalarının tercih nedenlerine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; eğitim çalışanlarını inceleyen herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamıştır. Dolayısıyla

kullanılan örneklem ele alındığında yapılan çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca katılım bankalarının müşteri kazanmaları için önemli bir maliyet yüklenmeleri gerekmektedir. Bu nedenle katılım bankalarının müşteri tercihleri hakkında bilgi sahibi olabilmesi ve bu bilgiler doğrultusunda kaynaklarını etkin bir şekilde kullanılabilesine yardımcı olacağı öngörülmektedir.

3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini Aksaray ilinde görev yapan eğitim çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem; basit (tesadüfi) yöntemle belirlenen Aksaray ilinde görev yapan 502 eğitim çalışanından oluşmaktadır. Eğitim çalışanları; eğitim ve öğretim hizmetleri sınıfı, genel idare hizmetleri sınıfı, teknik hizmetler sınıfı ve yardımcı hizmetler sınıfı olmak üzere 4 farklı sınıfta görev yapmaktadır. Çalışmada kullanılan anket ise; Anaç (2015) ve Arpacık (2019)'un çalışmalarından uyarlanarak geliştirilmiştir.

3.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmanın verilerine anket çalışması yapılarak ulaşılmıştır. Analizde kullanılan verilerin doğru ve güvenilir olduğu varsayılmıştır. Araştırmada kabul edilen varsayımlar şunlardır:

- Araştırma örnekleme ile verilerin elde edilme yönteminin çalışmaya uygun olduğundan elde edilen sonuçlara güvenilebileceği varsayılmaktadır.
- Anketi dolduran katılımcıların sorulara samimi olarak cevap verdiği varsayılmaktadır.
- Anketi dolduran katılımcıların sorulara doğru cevap verdiği varsayılmaktadır.
- Araştırma sonuçlarına göre katılım bankalarının kaynaklarını daha etkin kullanacakları varsayılmaktadır.

3.6. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLARI

Araştırma kapsamında analize tabii tutulan Aksaray ilinde görev yapan eğitim çalışanlarıdır. Ancak ankete tabii tutulan eğitim çalışanları ise 502 kişiden oluşmaktadır.

502 eğitim çalışanı sayısı çalışmanın sınırını oluşturmaktadır. Aslında Aksaray'daki toplam eğitim çalışanları sayısı 6682 kişiden oluşmaktadır.⁶⁹

3.7. ARAŞTIRMANIN VERİLERİ

Araştırmanın verileri birincil verilerdir. Birincil verilerin elde edilmesinde anketten yararlanılmıştır. Verilerin toplanmasında elektronik ortamda oluşturulan online anketler kullanılmıştır. Araştırmaya ait anketler 1 Mart-30 Haziran 2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Dolayısıyla anket sorularına verilen cevaplar bu tarih aralığında değerlendirilmiştir. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçeğin etik kurul izni 22.02.2022 tarihinde 2022/01-07 sayılı karar ile alınmıştır. Yararlanılan anketin ölçeği Anaç (2015) ve Arpacık (2019)'un çalışmalarından uyarlanmıştır. Uyarlanan ölçeğe ait sorular; demografik sorular ve katılım bankacılığını tercih etme nedenleri olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır.

3.8. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Verilerin analizi SPSS 26.0 ile yapılmıştır. Çalışmada katılım bankasını tercih etme nedenlerine yönelik puanlar hesaplanmış ve puanların normal dağılıma uygunluğunun belirlenmesi için basıklık ve çarpıklık katsayıları incelenmiştir. Ölçeklerden elde edilen basıklık ve çarpıklık değerlerinin +3 ile -3 arasında olması normal dağılım için yeterli görülmektedir.⁷⁰ Basıklık çarpıklık değerlerine ait sonuçlar Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4. Basıklık ve Çarpıklık Değerleri ile Güvenirlik Katsayısı

	n	Çarpıklık	Basıklık
Katılım Bankasına Yönelik Algı	502	-0,495	-0,104
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	502	-0,533	0,084

⁶⁹ T.C. Aksaray İl Milli Eğitim Müdürlüğü (AİMEM), “Anasayfa” (Erişim 16 Ocak 2023).

⁷⁰ Groeneveld R.A & Meeden G., “Measuring Skewness and Kurtosis”, *The Statistician* 33 (1984), 391-399

Katılım Bankası Tercih Etme Nedenleri	502	-0,571	0,145
---------------------------------------	-----	--------	-------

Tablo 4 incelendiğinde; katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarına yönelik hesaplanan her bir puanın basıklık ve çarpıklık katsayılarının -3 ile +3 arasında olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre; puanların normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Puanların normal dağılım göstermesi nedeni ile çalışmada parametrik test teknikleri kullanılmıştır. Ölçek puanının demografik özelliklere göre farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi için T testi ve ANOVA testi kullanılmıştır. T testinde, 2 gruplu demografik değişkenlerin analizinde; ANOVA testinden ise k ($k > 2$) gruplu değişkenlerin analizinde yararlanılmıştır.

Normal dağılımın uygunluğunun belirlenmesinin ardından araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin belirlemek için Cronbach's alfa katsayısı ölçülmüştür.

Cronbach's alfa katsayısı, ölçeğin güvenilirlik düzeyini vermektedir. Katsayı 0 ile 1 arasında değişmektedir. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği şu şekilde yorumlanmaktadır.⁷¹

- $.00 \leq \alpha < .40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $.40 \leq \alpha < .60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $.60 \leq \alpha < .80$ ise ölçek oldukça güvenilir,
- $.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Tablo 5. Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Katılım Bankacılığını Tercihini Etkileyen Faktörler	0,980	50

Tablo 5'e göre; Alfa katsayısına 0,980'dir dolayısıyla kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu ortaya konmuştur.

⁷¹Jum C. Nunnally, *Psychometric Theory* (New York: McGraw-Hill Inc, 1967), 248.

Araştırmada kullanılan örnekleme ait betimsel istatistik sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Betimsel İstatistikler

	n	Minimum	Maximum	Ort.	ss
Katılım Bankasına Yönelik Algı	502	39,00	195,00	124,78	35,80
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	502	10,00	50,00	32,41	9,10
Katılım Bankası Tercih Etme Nedenleri	502	49,00	245,00	157,19	42,25

Analiz sonuçlarına göre; katılım bankasına yönelik algı boyutu puan ortalaması 124,78, katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım boyutu puan ortalaması 32,41 ve katılım bankasını tercih etme nedenleri puan ortalaması 157,19 olarak elde edilmiştir. Dolayısıyla eğitim çalışanlarının katılım bankası tercih etme nedenlerinin; algı ve geleneksel yaklaşıma göre daha baskın olduğu saptanmıştır.

3.9. BULGULAR

Öncelikle araştırmadaki eğitim çalışanlarına ait demografik özellikler frekans analizi yoluyla bulunmuştur.

3.9.1. Demografik Özellikler

Eğitim çalışanlarının cinsiyet dağılımı Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Kişi Sayısı	Oran(%)
Erkek	299	59,6
Kadın	203	40,4
Toplam	502	100,0

Tablo 7'ye göre; araştırmaya katılanların %59,6'sı erkek, %40,4'ü kadındır. Bu bulgu, örneklemdaki eğitim çalışanlarının erkek ağırlıklı olduğunu göstermektedir.

Eğitim çalışanlarının yaş dağılımı Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Yaş Dağılımı

Yaş	Kişi Sayısı	Oran(%)
21-30	82	16,3
31-40	204	40,6
41-50	162	32,3
51-60	50	10,0
61 ve üzeri	4	,8
Toplam	502	100,0

Araştırmaya katılanların yaş dağılımına bakıldığında; %16,3'ünün 21-30 yaş arasında, %40,6'sının 31-40 yaş arasında, %32,3'ünün 41-50 yaş arasında, %10,0'unun 51-60 yaş arasında ve 0,8'inin 61 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla örnekleimde eğitim çalışanlarının çoğunluğu 31-40 yaş arasındadır.

Eğitim çalışanlarının medeni durumu Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Medeni Durum Dağılımı

Medeni Durum	Kişi Sayısı	Oran(%)
Evli	423	84,3
Bekâr	79	15,7
Toplam	502	100,0

Tablo 9’a göre araştırmaya katılanların %84,3’ü evli, %15,7’si bekârdır. Dolayısıyla örneklemin ağırlıklı olarak evli olduğu görülmektedir.

Eğitim çalışanlarının öğrenim durumu Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Öğrenim Durumu Dağılımı

Öğrenim Durumu	Kişi Sayısı	Oran(%)
Lise	3	,6
Ön Lisans	7	1,4
Lisans	383	76,3
Lisans Üstü	109	21,7
Toplam	502	100,0

Araştırmaya katılanların öğrenim durumlarına göre; %0,6’sı lise, %1,4’ü ön lisans, %76,3’ü lisans ve %21,7’sinin lisansüstü eğitim mezunudur. Örneklemin ağırlıklı olarak eğitim düzeyinin lisans olduğu görülmektedir.

Eğitim çalışanlarının iş deneyimi Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. İş Deneyimi Dağılımı

Yıl	Kişi Sayısı	Oran(%)
0-5	70	13,9
6-10	82	16,3
11-15	92	18,3
15-20	115	22,9
21 yıl ve üzeri	143	28,5
Toplam	502	100,0

Araştırmaya katılanların iş deneyimlerine bakıldığında; %13,9'unun 0-5 yıl, %16,3'ünün 6-10 yıl, %18,3'ünün 11-15 yıl, %22,9'unun 15-20 yıl, %28,5'inin 21 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir. Örneklemdeki eğitim çalışanlarının ağırlıklı olarak 21 yıl ve üzeri çalıştığı görülmektedir dolayısıyla örneklemdeki eğitim çalışanlarının tecrübeli olduğu kanısına varılmıştır.

Eğitim çalışanlarının hizmet alanı dağılımı Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Hizmet Alanı Dağılımı

Sınıflar	Kişi Sayısı	Oran(%)
Eğitim ve Öğretim Hizmetleri Sınıfı	467	93,0
Genel İdare Hizmetleri Sınıfı	30	6,0
Teknik Hizmetler Sınıfı	2	,4
Yardımcı Hizmetler Sınıfı	3	,6
Toplam	502	100,0

Hizmet alanı dağılımına göre; eğitim çalışanlarının %93,0'ı eğitim öğretim hizmetleri sınıfında, %6,0'ı genel idare hizmetleri sınıfında, %0,4'ü teknik hizmetler sınıfında, %0,6'sı ise yardımcı hizmetler sınıfında görev yapmaktadır. Bu bulgu hizmet alanının çoğunlukla eğitim öğretim hizmetleri sınıfından oluştuğunu göstermektedir.

Eğitim çalışanlarının katılım bankalarıyla çalışıp çalışmama durumunu Tablo 13'de verilmiştir.

Tablo 13. “Katılım Bankası ile Çalışıyor Musunuz?” Sorusuna Verilen Yanıtlar

Cevap	Kişi Sayısı	Oran(%)
Evet	233	46,4
Hayır	269	53,6

Toplam	502	100,0
--------	-----	-------

“Katılım bankası ile çalışıyor musunuz?” sorusuna %46,4 evet, %53,6 hayır cevabı verilmiştir. Dolayısıyla örneklemdaki eğitim çalışanlarının katılım bankasıyla daha az çalıştığı görülmüştür.

Eğitim çalışanlarının hangi katılım bankasıyla çalıştıkları Tablo 14’de verilmiştir.

Tablo 14. “Çalıştığınız Katılım Bankası?” Sorusuna Verilen Yanıtlar

Katılım Bankası			Kişi Sayısı	Oran(%)
Albaraka	Türk	Katılım	21	4,2
Bankası				
Emlak Katılım Bankası			1	,2
Kuveyt	Türk	Katılım	85	16,9
Bankası				
Türkiye	Finans	Katılım	12	2,4
Bankası				
Vakıf Katılım Bankası			18	3,6
Ziraat Katılım Bankası			101	20,1
Toplam			233	100,0

Araştırmaya katılanların %4,2’si Albaraka Türk, %0,2’si Emlak Katılım Bankası, %16,9’u Kuveyt Türk Katılım Bankası, %2,4’ü Türkiye Finans Katılım Bankası, %3,6’sı Vakıf Katılım Bankası, %20,1’i Ziraat Katılım Bankası ile çalışmaktadır. Örneklemin çoğunun Ziraat Katılım Bankası ile çalıştığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılım bankası tercihinde devletin katılım bankasının daha önde olduğu saptanmıştır.

Eğitim çalışanlarının aylık gelir dağılımı Tablo 15’de verilmiştir.

Tablo 15. Aylık Gelir Dağılımı

Aylık Gelir	Kişi Sayısı	Oran(%)
5001-6000 TL	16	3,2
6001-7000 TL	48	9,6
7001-8000 TL	111	22,1
8001-9000 TL	101	20,1
9001-10000 TL	120	23,9
10001 TL ve üzeri	106	21,1
Toplam	502	100,0

Araştırmaya katılanların ortalama aylık gelirlerine bakıldığında; %3,2'sinin 5001-6000 TL arası, %9,6'sının 6001-7000 TL arası, %22,1'inin 7001-8000 TL arası, %20,1'inin 8001-9000 TL arası, %23,9'unun 9001-10000 TL arası, %21,1'inin 10001 TL ve üzeri aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu örneklemin gelir durumunun ağırlıklı olarak 9001-10000 TL arasında olduğunu göstermektedir.

3.9.2. Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliğini tespit etmek için açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığını anlamak amacıyla KMO ve Bartlett testi yapılmıştır. KMO katsayısı örneklemin büyüklüğünü test etmek için hesaplanırken normal dağılım koşulu Bartlett testiyle incelenmektedir. Bu kapsamda KMO testi ölçüm sonucunun 50 ve daha üstü, Bartlett küresellik testi sonucunun da istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir.⁷²

KMO ve Bartlett's Testi sonuçları Tablo 16'da verilmiştir.

⁷² Jinchul Jeong, *Analysis of The Factors And The Roles of Hrd in Organizational Learning Styles As Identified By Key Informants At Selected Corporations in The Republic of Korea* (Amerika: Texas A&M University, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2004), 70.

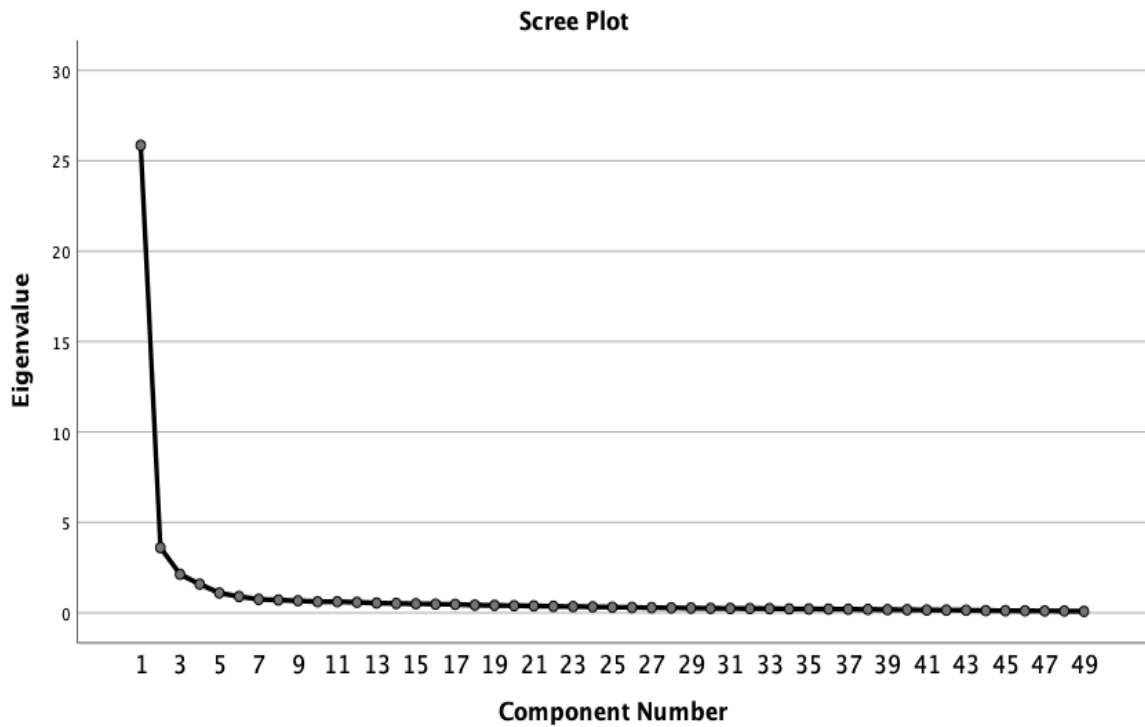
Tablo 16. KMO ve Bartlett's Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		,977
	Approx Chi-Square	24263,101
Bartlett's Test of Sphericity	sd	1176
	Anlamlılık	,000

Ölçek için yapılan faktör analizinde KMO değeri 0,977 olarak hesaplanmıştır. Buna göre örneklem sayısı faktör analizi için uygundur ($KMO > 0,500$). Bartlett testi kapsamında X^2 değeri 24263,101 olarak hesaplanmış ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$). Buna göre normal dağılım koşulu sağlanmıştır. KMO ve Bartlett testi sonucuna göre verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi amacıyla öz değerlerin saçılımını gösteren Scree Plot grafiği Şekil 1'de incelenmiştir.

Şekil 1. Scree Plot Grafiği



Şekil 1'e göre ölçeğin 2 faktörlü yapı gösterdiğine karar verilmiştir. İki faktörlü yapıda soruların faktörlere dağılımının belirlenmesi için analiz işlemi yapılmış ve soruların dağılımı ve faktör yükleri Tablo 17'de verilmiştir.

Tablo 17. Alt Boyutların Belirlendiği Rotasyon Matriks Tablosu

No	Maddeler	Alt Boyutlar	
		1	2
1	30. ATM ağının çok ve yaygın olması	0,909	
2	31. Web sitesinde yer alan bilgilerin anlaşılır olması	0,899	
3	29. Şikâyetlerin iletilebildiği bir birimin olması	0,883	
4	33. Teknolojik açıdan güvenliğinin yüksek olması	0,875	
5	32. Bankacılık ürünlerindeki çeşitlilik	0,868	
6	40. Banka ve kredi kartının sunduğu ek avantajlar	0,859	
7	36. Verilen promosyonlar	0,856	
8	38. Bankanın ödemelerimi hatırlatması	0,847	
9	28. Bankanın internet sitesinin güvenliğinin yüksek olması	0,840	
10	24. İnternet sitesinin kullanışlı olması	0,829	
11	4. Cazip kredi ve ödeme imkânları	0,821	
12	34. Müşteriye özel bankacılık hizmeti sunması	0,820	
13	3. Ürün ve hizmet çeşitliliği	0,793	
14	35. Gerek ulusal gerekse uluslararası alandaki imajı	0,790	
15	9. Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri (provizyon ücretleri vs.)	0,782	
16	26. İşlemlerimin kısa sürede tamamlanması	0,780	
17	7. Müşteri hizmet kalitesi (hızlı, etkin ve hatasız servis)	0,761	

18	41. Cep şubesinin olması banka tercihimizi etkilemektedir	0,759
19	2. Uygunluk, rahat erişebilirlik (Örn. Araç, park imkânları, konfor vs.)	0,758
20	18. Bilgili ve becerikli personel	0,732
21	27. Banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımı	0,730
22	8. Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması	0,718
23	14. Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı	0,698
24	37. Hesap işletim ücreti alması ya da almaması	0,678
25	11. Sırdış bankacılık	0,674
26	23. Diğer müşterilerin banka ile ilgili düşünceleri	0,671
27	22. Hizmet kalitesi ile ilgili aldığı ödüller	0,661
28	15. Bankacılık imaj ve popüleritesi	0,654
29	17. Huzurlu çalışma ortamı	0,635
30	10. Toplumsal katkıları (Bağış, burs ve toplumsal projeleri destek vs.)	0,619
31	1. Ev veya iş yerine yakınlık	0,618
32	16. Samimi ve yardımsever personel	0,613
33	19. Şube personeli ile yakın ilişkilerim	0,607
34	5. Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar	0,603
35	13. Başarı bankacılık ve finans yönetimi	0,599
36	39. Bankanın doğum günü gibi özel günlerimi hatırlaması banka tercihimizi etkilemektedir	0,543
37	6. Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar	0,500
38	25. Banka çalışanlarının ziyaretleri	0,496
39	46. Katılım bankaları tarafından gerçekleştirilen isteğe bağlı	0,314

	bireysel emeklilik fonlarında faizin söz konusu olduğunu düşünüyorum	
40	45. Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum	0,957
41	50. Zarar etme ihtimalini bilsem de katılım bankalarını tercih ederim	0,941
42	44. Katılım bankacılığı geleneksel bankacılığın iyi bir alternatifidir.	0,879
43	20. Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi	0,868
44	48. Katılım bankacılarının kalkınma üzerindeki etkisinin olumlu olacağını düşünüyorum	0,842
45	49. Katılım bankacılığının uygun yatırım ürünlerini sunduğunu düşünürüm	0,802
46	12. Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi	0,775
47	47. Katılım bankacılığını finansal amaçlarım doğrultusunda düşünebilirim	0,747
48	43. Çok fazla ihtiyaç duyulması halinde katılım bankalarını tercih etmelerini uygun bulurum	0,672
49	42. Katılım bankalarına emanet para ile yatırım yapmak uygundur	0,468

Tablo 17’de anketteki ifadelerin hangi faktör grubunda yer aldığı ve bu ifadelerin faktör yüklerinin ne anlama geldiği bilgisi verilmiştir. Her ifadenin diğer faktör yüklerindeki değerleri de bulunmuş ancak en yüksek olanı paylaşılmıştır. Faktör analizi işleminde ölçek maddelerinin faktörlere atanması ya da ölçekten çıkarılması işlemlerinde faktör yükü değerlerine bakılmıştır. Bu nedenle analiz kapsamında 21. madde çıkartılmış olup; ölçeğin 49 maddeden oluşan 2 faktörlü yapı olmasına karar verilmiştir.

Faktörler ve faktörlere ait güvenilirlik değerleri Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18. Faktörler ve Faktörlere Ait Güvenilirlik Değerleri

Faktör No	Faktör İsmi	İfadeler	Cronbach's Alpha	Varyans %
1	Ürün ve Hizmetler	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,13,14,15,16,17,18,19,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38,39,40,41,46	0,980	52,764
2	Katılım Bankası Olması	12,20,42,43,44,45,47,48,49,50	0,929	7,352

Tablo 18 incelendiğinde; iki faktörlü yapıdan oluşan ölçeğin birinci faktörü soruların özelliği gereği “Ürün ve Hizmetler” olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör soruların yapısından dolayı “Katılım Bankası Olması” olarak adlandırılmıştır.

Ölçeğin katılım bankasına yönelik algı boyutunu oluşturan birinci faktörü, faktör yükleri 0,314 ile 0,909 arasında değişen 39 sorudan oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %52,764 ve Cronbach's Alfa katsayısı 0,980 olarak hesaplanmıştır.

Ölçeğin katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım boyutunu oluşturan ikinci faktörü, faktör yükleri 0,468 ile 0,957 arasında değişen 10 sorudan oluşmaktadır. Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %7,352 ve Cronbach's Alfa katsayısı 0,929 olarak hesaplanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenlerinin güvenilirlik sonuçları incelendiğinde $0,80 \leq \alpha=0,980 < 1,00$ olması nedeniyle yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu gözlemlenmiştir.

3.9.3. ANOVA ve T-TESTİ

Bu bölümde katılım bankasına yönelik algı, geleneksel yaklaşım ve tercih edilme nedenleri ile cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu vb. özelliklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test eden ANOVA ve T-testi sonuçları bulunmaktadır.

3.9.3.1. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Cinsiyet Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının cinsiyet bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan T-testi sonuçları Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Cinsiyet Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	t	p
Katılım Bankasına	Erkek	299	121,50	35,78	-2,507	0,012*
Yönelik Algı	Kadın	203	129,62	35,36		
Katılım Bankasına	Erkek	299	32,27	9,40	-0,407	0,685
Yönelik Geleneksel	Kadın	203	32,61	8,67		
Yaklaşım						
Katılım Bankası Tercih	Erkek	299	153,78	42,26	-2,208	0,028*
Etme Nedenleri	Kadın	203	162,23	41,83		

Katılım bankasına yönelik algı boyutu ve katılım bankasını tercih etme nedenleri cinsiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ancak katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım cinsiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre; kadınların, erkeklerden daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla kadınların katılım bankasına yönelik algısı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri erkeklere göre daha baskındır.

3.9.3.2. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Yaş Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının yaş bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan ANOVA sonuçları Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Yaş Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	F	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	21-30	82	132,89	38,70	1,953	0,120
	31-40	204	124,79	33,58		
	41-50	162	121,91	35,85		
	51 ve üzeri	54	121,07	38,22		
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	21-30	82	33,06	8,91	0,352	0,788
	31-40	204	32,48	9,09		
	41-50	162	32,31	8,66		
	51 ve üzeri	54	31,44	10,78		
Katılım Bankası Tercih Etme Nedenleri	21-30	82	165,95	44,23	1,669	0,173
	31-40	204	157,27	39,72		
	41-50	162	154,22	42,11		
	51 ve üzeri	54	152,52	47,80		

Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının yaş bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) sonucuna varılmıştır.

3.9.3.3. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Medeni Durum Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının medeni durum bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan T-testi sonuçları Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Medeni Durum Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	t	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	Evli	423	122,54	35,77	-3,277	0,001*
	Bekâr	79	136,78	33,72		
Katılım Bankasına	Evli	423	32,30	9,35	-0,629	0,530

Yönelik Geleneksel Yaklaşım	Bekâr	79	33,00	7,71		
Katılım Bankası Tercih Etme Nedenleri	Evli	423	154,84	42,61	-2,907	0,004*
	Bekâr	79	169,78	38,08		

Katılım bankasına yönelik algı boyutu ve katılım bankasını tercih etme nedenleri medeni durum bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ancak katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım medeni durum bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre bekârların, evlilere göre daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla bekârların katılım bankasına yönelik algısı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri evlilere göre daha baskındır.

3.9.3.4. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Eğitim Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının eğitim durumu bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan T-testi sonuçları Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Eğitim Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	t	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	Lisans	383	126,20	35,95	1,866	0,063
	Lisansüstü	109	118,96	34,86		
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	Lisans	383	32,31	9,11	-0,090	0,928
	Lisansüstü	109	32,39	8,99		
Katılım Bankası Tercih	Lisans	383	158,50	42,42	1,562	0,119

Etme Nedenleri	Lisansüstü	109	151,36	41,07
----------------	------------	-----	--------	-------

Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının eğitim durumu bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) sonucuna varılmıştır.

3.9.3.5. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin İş Deneyimi Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının iş deneyimi bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan ANOVA sonuçları Tablo 23’de verilmiştir.

Tablo 23. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin İş Deneyimi Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	F	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	0-5	70	133,63	36,76	2,259	0,062
	6-10	82	130,45	34,86		
	11-15	92	121,66	33,61		
	15-20	115	121,77	36,97		
	21 yıl ve üzeri	143	121,64	35,65		
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	0-5	70	33,53	8,28	0,879	0,477
	6-10	82	33,32	8,80		
	11-15	92	31,32	9,56		
	15-20	115	32,48	8,85		
	21 yıl ve üzeri	143	31,99	9,57		
Katılım Bankası	0-5	70	167,16	42,16	2,112	0,078

Tercih Etme Nedenleri	6-10	82	163,77	39,74
	11-15	92	152,98	40,12
	15-20	115	154,24	43,40
	21 yıl ve üzeri	143	153,63	43,41

Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının iş deneyimi bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) sonucuna varılmıştır.

3.9.3.6. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Katılım Bankası ile Çalışma Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının katılım bankası ile çalışma durumu bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan T-testi sonuçları Tablo 24’de verilmiştir.

Tablo 24. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Katılım Bankası ile Çalışma Durumu Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	t	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	Evet	233	121,88	31,46	-1,721	0,086
	Hayır	269	127,30	39,06		
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	Evet	233	34,65	8,25	5,265	0,000*
	Hayır	269	30,47	9,38		
Katılım Bankası Tercih Etme Nedenleri	Evet	233	156,53	36,81	-0,334	0,739
	Hayır	269	157,77	46,51		

Katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım boyutu katılım bankası ile çalışma durumu bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ancak katılım bankasına yönelik algı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri katılım bankası ile çalışma durumu bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre katılım bankası ile çalışanların, katılım bankası ile çalışmayanlara göre daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir.

3.9.3.7. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Çalıştığı Katılım Bankası Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının çalıştığı katılım bankası bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan ANOVA sonuçları Tablo 25’de verilmiştir.

Tablo 25. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Çalıştığı Katılım Bankası Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	F	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	Albaraka Türk Katılım Bankası	21	129,71	36,79	2,043	0,089
	Kuveyt Türk Katılım Bankası	85	116,22	29,55		
	Türkiye Finans Katılım Bankası	12	112,33	36,67		
	Vakıf Katılım Bankası	18	132,78	27,93		
	Ziraat Katılım Bankası	101	124,22	30,45		
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	Albaraka Türk Katılım Bankası	21	36,95	9,38	2,630	0,035*
	Kuveyt Türk Katılım Bankası	85	36,35	6,56		
	Türkiye Finans Katılım Bankası	12	31,83	10,15		

	Bankası					
	Vakıf Katılım Bankası	18	34,28	8,86		
	Ziraat Katılım Bankası	101	33,13	8,58		
	Albaraka Türk Katılım Bankası	21	166,67	44,18		
Katılım Bankası	Kuveyt Türk Katılım Bankası	85	152,58	32,13		
					1,396	0,236
Tercih Etme Nedenleri	Türkiye Finans Katılım Bankası	12	144,17	45,12		
	Vakıf Katılım Bankası	18	167,06	36,16		
	Ziraat Katılım Bankası	101	157,35	36,92		

Katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım boyutu çalıştığı katılım bankası istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ancak katılım bankasına yönelik algı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri kullandığı katılım bankası bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre Albaraka Türk Katılım Bankası ile çalışanların, Türkiye Finans Katılım Bankası ile çalışanlara göre daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ortalama puanların en yüksekği Albaraka Türk iken; Kuveyt Türk, Vakıf Katılım, Ziraat Katılım ve Türkiye Finans sırasıyla takip etmektedir.

3.9.3.8. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Ortalama Aylık Gelir Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

Katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının ortalama aylık gelir bakımından farklılık gösterme durumunun analiz edilmesi amacıyla yapılan ANOVA sonuçları Tablo 26'da verilmiştir.

Tablo 26. Katılım Bankasını Tercih Etme Nedenlerinin Ortalama Aylık Gelir Bakımından Farklılık Gösterme Analizi

		n	Ort.	ss	F	p
Katılım Bankasına Yönelik Algı	5001-6000 TL	16	143,63	38,67	1,291	0,267
	6001-7000 TL	48	126,23	35,47		
	7001-8000 TL	111	125,05	38,21		
	8001-9000 TL	101	126,05	33,12		
	9001-10000 TL	120	120,41	36,29		
	10001 ve üzere	106	124,75	34,55		
Katılım Bankasına Yönelik Geleneksel Yaklaşım	5001-6000 TL	16	35,56	8,21	2,039	0,072
	6001-7000 TL	48	34,02	7,15		
	7001-8000 TL	111	31,62	9,70		
	8001-9000 TL	101	32,25	8,45		
	9001-10000 TL	120	30,93	9,82		
	10001 ve üzere	106	33,85	8,89		
Katılım Bankası Tercih Etme Nedenleri	5001-6000 TL	16	179,19	46,33	1,425	0,214
	6001-7000 TL	48	160,25	38,58		
	7001-8000 TL	111	156,68	46,55		
	8001-9000 TL	101	158,30	38,55		
	9001-10000 TL	120	151,34	43,51		
	10001 ve üzere	106	158,60	39,90		

Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının ortalama aylık gelir bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) sonucuna varılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyanın birçok farklı ülkesinde yaşayan Müslümanlar birikimlerini geleneksel bankalarda değerlendirmek istemediklerinden İslami bankacılık düşüncesi başta İslam ülkeleri olmak üzere pek çok ülkeyi harekete geçirmiş ve böylece faizsiz işlemler yapan İslami bankalar kurulmaya başlanmıştır. İslami bankacılık 1950'li yıllardan sonra düşünce olarak ortaya çıkmış ve Pakistanlı olan Muhammed Uzair 1955 yılında İslami bankacılık konusundaki ilk çalışmayı yapmıştır. İlk İslami tasarruf bankası Mısır'ın Mith Ghamr şehrinde 1963 yılında kurulmuştur. İslami bankacılığın dünyada ilerleme kaydetmesinde 1970 yılında Karachi'de, 1972 yılında Mısır'da, 1976 yılında Mekke'de, 1977 yılında Londra'da toplantıların yapılması ve 1975 yılında İslam Kalkınma Bankası'nın kurulması etkili olmuştur.

İslami bankacılığın uygulanmasında örnek olan Malezya ve Endonezya birçok Müslüman ülkeyi bu konuda harekete geçirmektedir. Pakistan'da geleneksel bankalarla, İslami bankacılık birlikte çalışmakta ve İslami bankaların ekonomik büyümeye katkısı açık bir şekilde gözlenebilmektedir. Malezya'da katılım bankacılığının gelişmesinde; ekonomistlerin akılcı, çağdaş ve bilimsel kurallara uygun olarak tasarladıkları süreçlerin payı büyüktür. Değişken ekonomik ve politik ağlar oluşturması, ülke ekonomisi için yönetsel bir rol üstlenmesi, yeni uzmanlık şekilleri oluşturması ve dini-iktisadi anlamda birleştirici uygulamalar gibi nedenlerle Malezya İslami bankacılıkta başarılı olmaktadır.

İslâm dininde, ahlak dışı ve gayri meşru bir uygulama olarak görünen faiz, kesin bir emirle yasaklanmıştır. Müslümanların bu yasak nedeniyle faizli bankacılık sisteminden uzak durmaları ve tasarruflarını döviz, kıymetli maden ve gayrimenkulde değerlendirmelerinin sonucunda birikimleri atıl kalmıştır. Oysa İslam dini aynı zamanda üretimi ve kalkınmayı da desteklemektedir. Bu nedenle Müslüman iktisatçılar atıl tasarrufların değerlendirilmesi

için İslami bankacılık, faizsiz bankacılık veya Türkiye’deki ismiyle katılım bankacılığı sistemini oluşturmuşlardır.

Türkiye’de katılım bankacılığı adıyla bilinen İslami bankaların kurulması; Müslüman ülkelerin dünyada söz sahibi olması gibi politik nedenler, petrol gelirlerinin ekonomiye kazandırılması gibi finansal nedenler, toplumun refahı ve mutluluğu gibi sosyal nedenlerle ve en önemlisi de faizin İslam’da yasak olması gibi dini nedenler dolayısıyla bir zorunluluk haline gelmiştir.

Türkiye’de katılım bankacılığının temeli, 11.11.1975 tarihinde kurulmuş olan Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası’nın kurulmasıyla atılmıştır. Sanayi sektörünü finanse eden bankanın faizli veya faizsiz çalışması konusundaki karar, bankanın yönetim kuruluna bırakılmıştır. 1977 yılına kadar faizsiz olarak çalışan banka, 1978 yılından itibaren faizli olarak çalışmaya başlamış ve geleneksel bankalardan hiçbir farkı kalmamıştır. Türkiye’nin 1980’li yıllarda geçirdiği iktisadi değişim neticesinde önü açılmış ve bu yeni atılımla beraber katılım bankaları Türk bankacılık sistemi içerisinde yerini almıştır. Katılım bankaları Türkiye’de Kanun Hükmünde Kararname ile 1983 yılında resmi bir statü kazanmıştır.

Türkiye’de Albaraka Türk Özel Finans Kurumu ve Faisal Finans Kurumu 1985 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Bu katılım bankalarına 1989 yılında bugün de faaliyette olan Kuveyt Türk Katılım Bankası katılmıştır. 1990 yılında Anadolu Finans, 1995 yılında ise İhlas Finans Kurumu bankacılık faaliyetlerine başlamış; fakat müşterilerine ciddi zararlar veren İhlas Finans Kurumu 2001 yılında kapatılmıştır. Asya Finans 1996 yılında faaliyete başlamış 2016 yılında ise Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na (TMSF) devrolmuştur. Kral Faisal’ın 2001 yılında Faisal Finans’ı Ülker Şirketi’ne devir etmesiyle birlikte Family Finans adını alan kurum 2005 yılında Anadolu Finans ile birleşerek bugün de faaliyette olan Türkiye Finans adını almıştır. İlk kamu katılım bankası olan Ziraat Katılım Bankası 2015 yılında, ikinci kamu katılım bankası Vakıf Katılım Bankası 2016 yılında, üçüncü kamu katılım bankası Emlak Katılım Bankası ise 2019 yılında faaliyete başlamıştır. Türkiye’de 2022 yılı itibariyle, Emlak Katılım Bankası, Vakıf Katılım Bankası ve Ziraat Katılım Bankası olmak üzere üç kamu Albaraka Türk Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası ve Türkiye Finans Katılım Bankası olmak üzere üç özel katılım bankası olmak üzere 6 katılım bankası faaliyet göstermektedir.

Türk finans sektörü içerisindeki payını yıldan yıla arttıran katılım bankacılığı; 2017 yılında toplam 3.258 milyar TL aktif büyüklüğe sahip olan bankacılık sektörü içerisinde, 160,13 milyon TL’lik aktif büyüklüğü ile %5’lik paya sahip olmuştur. 2020 yılı itibariyle ise 6.108 milyar TL aktif büyüklüğe sahip bankacılık sektörü içerisinde 437,1 milyon TL’lik aktif büyüklüğü ile %7,2’lik paya ulaşmıştır.

Türkiye’de bankacılık sektörü sürekli gelişmekte olduğundan, katılım bankacılığı da son yıllarda önem kazanmış ve stratejik bir alan olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle katılım bankaları finansmanlarının ekonomik büyümeye etkisinin irdelenmesi gerektiği düşünülmüştür.

Katılım bankalarının kuruluş amaçları arasında geleneksel bankalarda olduğu gibi kazanç elde etme düşüncesi vardır. Ancak gelir elde etme yöntemleri farklıdır. Katılım bankaları üretkenlikten yoksun, sabit, risksiz bir gelir unsuru olan faiz yerine hareketli, yenilikçi ve riskli olan kâr payını tercih etmektedirler. Katılım bankalarının fonladıkları projeler gerçektir ve banka takibindedir. Bu durum reel ekonomiyi destekleyerek kayıt dışılığı azaltmaktadır. Katılım bankalarının Türk finans sistemine; atıl fonların ekonomiye kazandırılması, reel sektörün finanse edilmesi, kayıt dışı ekonominin önlenmesi, yabancı kaynak transferi, finansal krizlere karşı önlem, istihdamın artırılması, rekabetin geliştirilmesi ve maliyet düşürücü gibi birçok katkısı bulunmaktadır.

Katılım bankacılığı derinlemesine açıklandıktan sonra katılım bankacılığı ile ilgili yerli ve yabancı literatür taraması yapılmıştır. Yerli literatür durum analizini gösteren anketin kullanıldığı çalışmalar başlığı altında; Türkan ve Kılıç (2021), Sümer ve Dilmaç (2021), Karakaş ve Kaya (2021), Önder (2021), Güngör Karyağdı (2021), Çam ve Furuncu (2021), Beybur (2021), Tekin ve Temelli (2020), Balkanlı ve Yardımcıoğlu (2020), Yıldız (2020), Yanık ve Sumer (2019), Tekin (2019), Aydın ve Tavukçu (2019), Kocabıyık ve Teker (2019), Bulunmaz ve Serhateri (2019), Tekin (2019), Törenek ve Yavuz (2018), Sakınç ve Poyraz (2018), Öndeş vd. (2018), Duramaz ve Erol (2018), Arpacık ve Türkan (2017), Gökçen ve Gönen (2017), Kızıltepe ve Yardımcıoğlu (2017), Anaç ve Kaya (2017), Durak vd. (2017), Tatlı vd. (2017), Demir ve Atlı (2014) ve Özsoy vd. (2013)’ün çalışmaları, ikincil veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar başlığı altında; Arslan ve Bayraktar (2020), Uludağ (2019), Aka (2019), Korkmaz vd. (2019), Şendurur ve Temelli (2018), Kandemir vd. (2018), Özkan ve Işıl (2016) ve Doğan (2013)’ün çalışmaları, katılım bankacılığıyla ilgili ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalar başlığı altında ise;

Tetik ve Şahin (2020), Yıldırım (2020), Kahraman (2020), Çetin (2020), Ersoy ve Süner (2018), Hazıroğlu (2016), Yazıcı (2016), Kalaycı (2013) ve Aras ve Öztürk (2011)'in çalışmaları hakkında bilgi verilmiştir. Yabancı literatürde benzer şekilde durum analizini gösteren anketin kullanıldığı çalışmalar başlığı altında; Suhartanto (2018), Albashir (2018), Aziz ve Afaq (2018), Uddin ve Ahmmmed (2018), Setiawan ve Panduwangi (2017), Ahmed (2017), Mariadas ve Murthy (2017), Hamzah vd. (2015), Kishada ve Wahab (2015), Buchari vd. (2014), Kishada ve Wahap (2013), Bashir (2013), Khafafa ve Shafii (2013), Kodun Abiah ve Wabekwa (2012), Rashidah Idris vd. (2011), Arshad vd. (2011), Abduh vd. (2011), Ashfaq vd. (2011), Loo (2010), Omar ve Ali (2010), Khattak ve Rehman (2010), Haque (2010), Ahmad vd. (2010), Lateh vd. (2009) ve Khan (2008)'in çalışmaları, ikincil veri seti kullanılarak yapılan ampirik çalışmalar başlığı altında; Widarjono (2018), Hidayati vd. (2017), Zirek vd. (2016), Tabash ve Dhankar (2014), Furqani ve Mulyany (2009), Saleh ve Zeitun (2006) ve Yudistira (2004)'ün çalışmaları, katılım bankacılığıyla ilgili ampirik analizin yer almadığı teorik çalışmalar başlığı altında ise; Arshad vd. (2016), Sari vd. (2016), Yunusa ve Bint Nordin (2015), Parveen vd. (2015), Widana vd. (2015), Abdul Majid ve Ghazal (2012), Aliyu (2012), Abdel Mohsin (2005), Haron ve Yamirudeng (2004) ve Ariff (1988)'in çalışmaları incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son kısmında eğitim çalışanlarının katılım bankaları tercihlerine etki eden nedenler irdelenmiştir. Katılım bankalarını tercih etme nedenleri müşteri profiline göre farklılaşabilir bu çalışmada müşteri profili olarak eğitim çalışanları seçilmiştir. Eğitim çalışanlarının tercih edilmesinin nedeni; incelenen yerli ve yabancı literatürde katılım bankaları tercihinin yönelik eğitim çalışanlarıyla ilgili herhangi bir çalışmaya henüz rastlanılmamasıdır. Böylece kullanılan örnekleme gerçekleştirilen çalışmanın literatüre fayda sağlayacağı tahmin edilmektedir. Araştırmanın örnekleme; Aksaray ilinde görev yapan tesadüfi yöntemle belirlenen 502 eğitim çalışanından oluşmaktadır. Çalışmanın ölçeği; Anaç (2015) ve Arpacık (2019)'un yapmış olduğu çalışmalardan geliştirilmiştir.

Araştırmada faktör analizi ve ANOVA ile T testi kullanılarak bulgular elde edilmiştir. Öncelikle bulgular kısmında demografik soruları inceleyen frekans analizi tabloları yorumlanmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Araştırmaya katılanların %59,6'sı erkek, %40,4'ü kadındır. Bu bulgu, örnekleme eğitim çalışanlarının erkek ağırlıklı olduğunu göstermektedir.

- Araştırmaya katılanların yaş dağılımına bakıldığında; %16,3'ünün 21-30 yaş arasında, %40,6'sının 31-40 yaş arasında, %32,3'ünün 41-50 yaş arasında, %10,0'unun 51-60 yaş arasında ve 0,8'inin 61 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla örnekleme eğitim çalışanlarının çoğunluğu 31-40 yaş arasındadır.
- Araştırmaya katılanların %84,3'ü evli, %15,7'si bekârdır. Dolayısıyla örneklemin ağırlıklı olarak evli olduğu görülmektedir.
- Araştırmaya katılanların öğrenim durumlarına göre; %0,6'sı lise, %1,4'ü ön lisans, %76,3'ü lisans ve %21,7'sinin lisansüstü eğitim mezunudur. Örneklemin ağırlıklı olarak eğitim düzeyinin lisans olduğu görülmektedir.
- Araştırmaya katılanların iş deneyimlerine bakıldığında; %13,9'unun 0-5 yıl, %16,3'ünün 6-10 yıl, %18,3'ünün 11-15 yıl, %22,9'unun 15-20 yıl, %28,5'inin 21 yıl ve üzeri olduğu görülmektedir. Örnekleme eğitim çalışanlarının ağırlıklı olarak 21 yıl ve üzeri çalıştığı görülmektedir dolayısıyla örnekleme eğitim çalışanlarının tecrübeli olduğu kanısına varabiliriz.
- Hizmet alanı dağılımına göre; eğitim çalışanlarının %93,0'ı eğitim öğretim hizmetleri sınıfında, %6,0'ı genel idare hizmetleri sınıfında, %0,4'ü teknik hizmetler sınıfında, %0,6'sı ise yardımcı hizmetler sınıfında görev yapmaktadır. Bu bulgu hizmet alanının çoğunlukla eğitim öğretim hizmetleri sınıfından oluştuğunu göstermektedir.
- “Katılım bankası ile çalışıyor musunuz?” sorusuna %46,4 evet, %53,6 hayır cevabı verilmiştir. Dolayısıyla örnekleme eğitim çalışanlarının katılım bankasıyla daha az çalıştığı görülmüştür.
- Araştırmaya katılanların %4,2'si Albaraka Türk, %0,2'si Emlak Katılım Bankası, %16,9'u Kuveyt Türk Katılım Bankası, %2,4'ü Türkiye Finans Katılım Bankası, %3,6'sı Vakıf Katılım Bankası, %20,1'i Ziraat Katılım Bankası ile çalışmaktadır. Örneklemin çoğunun Ziraat Katılım Bankası ile çalıştığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılım bankası tercihinde devletin katılım bankasının daha önde olduğu saptanmıştır.
- Araştırmaya katılanların ortalama aylık gelirlerine bakıldığında; %3,2'sinin 5001-6000 TL arası, %9,6'sının 6001-7000 TL arası, %22,1'inin 7001-8000 TL arası, %20,1'inin 8001-9000 TL arası, %23,9'unun 9001-10000 TL arası, %21,1'inin

10001 TL ve üzeri aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu örneklemin gelir durumunun ağırlıklı olarak 9001-10000 TL arasında olduğunu göstermektedir.

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alfa katsayısı ile ölçülmüş ve Alfa katsayısı 0,980 bulunmuştur. Bu sonuç, ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğuna işarettir. Ayrıca basıklık ve çarpıklık değerleri ile de güvenilirlik katsayısına bakılmış ve sonucun -3 ile +3 arasında olduğu görülmüştür. Dolayısıyla ölçek, normal dağılım göstermektedir. Ardından araştırmadaki ölçeğin yapı geçerliğini saptamak için açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Ölçeğin faktör analizine uygun olup olmadığı KMO ve Bartlett testi ile tespit edilmiştir. Bu testin sonucunda verilerin faktör analizi için uygun olduğu sonucuna varılmıştır. Faktör analizindeki boyutların belirlenmesi için Scree Plot grafiği yapılmış ve ölçeğin iki faktörlü yapı gösterdiğine karar verilmiştir. İki faktörlü yapıdan oluşan ölçeğin birinci faktörü, "Ürün ve Hizmetler" ve ikinci faktörü ise "Katılım Bankası Olması" olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada ortaya çıkan sonuç; eğitim çalışanlarının katılım bankalarını tercih etmelerinin; "Ürün ve Hizmetler" ile "Katılım Bankası Olması" gerekçelerine göre belirlendiğini göstermektedir.

Ardından katılım bankasına yönelik algı, geleneksel yaklaşım ve tercih edilme nedenlerinin; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu gibi demografik özelliklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği Anova ve T testi ile ölçülmüş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Katılım bankasına yönelik algı boyutu ve katılım bankasını tercih etme nedenleri cinsiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Ancak katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım cinsiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre; kadınların, erkeklerden daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla kadınların katılım bankasına yönelik algısı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri erkeklere göre daha baskındır.
- Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının yaş bakımından farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.
- Katılım bankasına yönelik algı boyutu ve katılım bankasını tercih etme nedenleri medeni durum bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir. Ancak katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım medeni durum bakımından

istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre bekârların, evlilere göre daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla bekârların katılım bankasına yönelik algısı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri evlilere göre daha baskındır.

- Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının eğitim durumu bakımından farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.
- Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının iş deneyimi bakımından farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.
- Katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım boyutu katılım bankası ile çalışma durumu bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ancak katılım bankasına yönelik algı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri katılım bankası ile çalışma durumu bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre katılım bankası ile çalışanların, katılım bankası ile çalışmayanlara göre daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir.
- Katılım bankasına yönelik geleneksel yaklaşım boyutu çalıştığı katılım bankası istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir ($p<0,05$). Ancak katılım bankasına yönelik algı ve katılım bankasını tercih etme nedenleri kullandığı katılım bankası bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ortalama puanlara göre Albaraka Türk Katılım Bankası ile çalışanların, Türkiye Finans Katılım Bankası ile çalışanlara göre daha yüksek puana sahip olduğu gözlemlenmektedir. Ortalama puanların en yüksekği Albaraka Türk iken; Kuveyt Türk, Vakıf Katılım, Ziraat Katılım ve Türkiye Finans sırasıyla takip etmektedir.
- Analiz sonuçlarına göre katılım bankasını tercih etme nedenleri ve alt boyutlarının ortalama aylık gelir bakımından farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.

Araştırma bulguları doğrultusunda katılım bankalarının faaliyetlerini daha etkin ve verimli sunabilmeleri için şu önerileri sıralamak mümkündür:

- Müşterilerin istek ve şikayetlerinin tespit edilmesi beklentilerinin karşılanması katılım bankalarının en önemli görevidir. Müşterilerin şikayetlerini tespit eden katılım bankaları, problemleri hızlı bir şekilde çözmelidir. Çalışanlarına ve müşterilerine anket uygulayan ve yüz yüze görüşme yapan katılım bankalarının

şikayetleri ve istekleri tespit edilerek geleneksel bankalar ve diğer katılım bankalarına göre ne durumda olduğu belirlenebilir.

- Katılım bankacılığının hızlı bir şekilde büyümesi için objektif bir yapının ortaya konması, güven unsurunun oluşturulması ve daha fazla devlet desteğinin sağlanması gerekmektedir.
- Fon toplamada müşterilerin beklentileri, her zaman yüksek getiri olmamaktadır. Müşterilerin bir kısmı katılım bankalarının göstereceği ilgi ve alakaya yüksek getiriye tercih edebilmektedir. Bu düşüncede olan müşteriler için daha iyi yetişmiş personelin katılım bankalarında görev yapması gerekmektedir. Nitelikli personel sayısının az olması katılım bankacılığının yeterince anlaşılmamasına ve bankacılık sektöründeki payının artmamasına neden olacaktır.
- Katılım bankalarının sunduğu hizmetlerin sosyal medyada ve televizyonda reklam olarak sunulması müşterilerin katılım bankası tercihlerini destekleyecektir.
- Katılım bankaları sundukları hizmetlerle müşterilerin güvenini kazanarak bankaya bağlılıklarını sağlamalıdır. Katılım bankaları kuruluşlarından itibaren yakalamış oldukları başarı ve güveni devam ettirmelidir.
- Katılım bankaları geleneksel bankalar seviyesine ulaşabilmesi için Türkiye’de il ve ilçe ayırt etmeden şube sayılarını arttırmaları gerekmektedir.
- Katılım bankaları mevduat bankaları düzeyine gelebilmesi için yaş, cinsiyet ve meslek ayırt etmeksizin faaliyetlerini müşterileri bankaya bağlayacak şekilde geliştirmesi gerekmektedir.
- Katılım bankaları bütün müşteri grupları için kampanyalar düzenleyerek onları bankalara çekmeye çalışmalıdır.
- Katılım bankalarının sektör içerisindeki payı %7 civarındadır. Rekabet edilebilirlik açısından önemli olan bu durumdan dolayı yeni kamu ve özel katılım bankalarının kurulması veya geleneksel bankaların faizsiz işlem yapan şubeler açmaları önerilebilir.
- Katılım bankalarında kişiye özel bankacılık faaliyetleri arttırılmalıdır ve yatırımcıların isteğine göre bireysel bankacılık servisleri kurulmalıdır.
- Katılım bankalarının kullandıkları enstrümanların (murabaha, mudarebe, iktiza, karz-ı hasen vb.) müşterilere daha iyi anlayabilecekleri şekilde anlatılması gerekmektedir.

- Müşterilerin katılım bankaları ile çalışmalarının sağlanabilmesi için banka çalışanlarının müşterileri telefonla aramaları ve ziyaret etmeleri etkili olacaktır.
- Literatür incelemesi yapıldığında; eğitim çalışanlarının katılım bankaları tercihlerine yönelik çalışmaya yerli literatürde henüz rastlanılmamıştır. Toplumu yönlendirebilecek konumda olan meslek grupları üzerinde daha çok çalışmanın yapılması gerektiği önerilebilir.
- Türkiye’de eğitim platformlarında katılım bankacılığı ile ilgili ders, panel, konferans gibi etkinliklerin sayılarının arttırılmasının katılım bankalarının tanıtımına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.
- Katılım bankası çalışanlarının eğitimleri düzenli ve sürekli olmalıdır. Çalışanların müşterilerin bütün sorularına cevap verebilecek seviyede bilgiye sahip olması gerekmektedir.
- Katılım bankaları her işlemde kâr elde etmek yerine müşterilerin yaşam boyu değerine yönelmeli ve uzun vadeli kâr sağlayıcı ürün ve konular üzerine çalışmalar yapmalıdır.
- Bütün alanlarda olduğu gibi bankacılık sektöründe de değişim ve gelişim sürekli devam etmektedir. Bu nedenle pazar paylarını arttırmayı hedefleyen katılım bankaları müşterilerinin değişen beklenti ve ihtiyaçlarına uygun hareket etmelidir.
- Eğitim çalışanlarının katılım bankaları tercihlerinde; katılım bankalarının müşterilerine sunduğu ürün ve hizmetleri dikkate aldığı ve katılım bankalarının geleneksel bankalardan farklı olarak sahip oldukları özellikleri önemsedikleri görülmektedir. Bu çalışmada ortaya çıkan sonuçların katılım bankaları ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara tavsiye niteliği taşıyacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdel Mohsin, Magda Ismail. "The Practice of Islamic Banking System in Sudan". *Journal of Economic Cooperation* 26/4 (2005), 27-50. <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/82.pdf>
- Abduh, Muhamad vd. "Customer Satisfaction and Switching Behavior in Islamic Banking: Evidence from Indonesia". *School of Doctoral Studies (European Union) Journal* (2012), 209-215. https://www.researchgate.net/publication/267642192_Customer_Satisfaction_and_Switching_Behavior_in_Islamic_Banking_Evidence_from_Indonesia
- Abdul Majid, Muhamed Zulkhibri & Ghazal, Reza. "Comparative Analysis of Islamic Banking Supervision and Regulation Development". *Money and Economy* 6/3 (2012), 113-162. <https://ideas.repec.org/a/mbr/jmonec/v6y2012i3p113-162.html>
- Ahmad, Ashfaq vd. "Islamic Banking Experience of Pakistan: Comparison Between Islamic and Conventional Banks". *International Journal of Business and Management* 5/2 (Şubat 2010), 137-143. <https://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/4303>
- Ahmed, Ibrahim Elsiddig. "The Impact of Corporate Governance on Islamic Banking Performance: The Case of UAE Islamic Banks". *Journal of Banking & Finance* 9 (Eylül 2017), 1-10. <https://www.researchpublishers.org/pdf/39/The-Impact-of-Corporate-Governance-on-Islamic-Banking-Performance-The-Case-of-UAE-Islamic-Banks.pdf>
- AİMEM, T.C. Aksaray İl Milli Eğitim Müdürlüğü. "Anasayfa". Erişim 16 Ocak 2023. <https://www.aksaray.meb.gov.tr>

- Aka, Kemal. “Banka Kârlılığının Belirleyicileri: Türk Bankacılık Sektöründeki Katılım Bankaları Üzerine Ampirik Bir Uygulama”. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi* 8/3 (Temmuz 2019), 21-39. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ssrj/issue/47195/589080>
- Akgüç, Öztin. *100 Soruda Türkiye’de Bankacılık*. İstanbul: Gerçek Yayınevi, 3.Basım, 1992.
- Albashir, Walid Ali vd. “The Acceptance of Islamic Banking Products in Libya: A Theory of Planned Behavior Approach”. *International Journal of Economics and Financial Issues* 8/5 (2018), 105-111. <http://docplayer.net/103166064-The-acceptance-of-islamic-banking-products-in-libya-a-theory-of-planned-behavior-approach.html>
- Aliyu, Shehu Usman Rano. “Islamic Banking and Finance in Nigeria: Issues, Challenges and Opportunities”. *Munich Personal Repec Archive* (Kasım 2012), 1-17. <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/42573/>
- Anaç, Turhan & Kaya, Ferudun. “Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler”. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 8/15 (Aralık 2017), 145-182. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bartiniibf/issue/30498/329739>
- Anaç, Turhan. *Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler*. Ankara: Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.
- Arabacı, Nihat. *Katılım Bankalarının Türkiye’de Bankacılık Sektöründeki Yeri, İşleyişi ve Performans Analizi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.
- Aras, Osman Nuri & Öztürk, Mustafa. “Reel Ekonomiye Katkıları Bakımından Katılım Bankalarının Kullandığı Fonların Analizi”. *Ekonomi Bilimleri Dergisi* 3/2 (Aralık 2011), 167-179. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ebd/issue/4858/66834>
- Ariff, Mohamed. “Islamic Banking”. *Asian-Paciflc Economic Literature* 2/2 (Eylül 1988), 48-64. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=4kH5j9UAAAAJ&citation_for_view=4kH5j9UAAAAJ:artPoR2Yc-kC

- Arpacık, Mustafa. *Din Görevlilerinin İslami Finansal Araçlara ve Katılım Bankacılığına Bakış Açısı:TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) Bölgesi Üzerine Ampirik Bir Uygulama*. Bingöl: Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Arshad, Madiha vd. “A Comparative Analysis of Bankers’ Perception on Islamic Banking in Pakistan” *Int. J. Eco. Res* 2/4 (2011), 1-12.
[https://www.ijeronline.com/documents/volumes/Vol2%20issue%204/ijer20110204\(1\).pdf](https://www.ijeronline.com/documents/volumes/Vol2%20issue%204/ijer20110204(1).pdf)
- Arshad, Muhammad Usman vd. “Issues in Transformation from Conventional Banking to Islamic Banking”. *International Journal of Economics and Financial Issues* 6/3 (2016), 220-224.
https://www.researchgate.net/publication/304952603_Issues_in_Transformation_from_Conventional_Banking_to_Islamic_Banking
- Arslan, Mümine Farika & Bayraktar, Yüksel. “Katılım Bankalarının Gelişimi ve Etkinliği Üzerine Bir Değerlendirme: Türkiye Deneyimi”. *Maliye Araştırmaları Dergisi* 6/3 (Eylül 2020), 107-124. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/finance/issue/62747/950415>
- Ashfaq, Ahmad vd. “Testing a Model of Islamic Banking Based on Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Performance”. *African Journal of Business Management* 5/5 (Mart 2011), 1880-1885.
https://www.researchgate.net/publication/264160527_Testing_a_Model_of_Islamic_Banking_based_on_Service_Quality_Customer_Satisfaction_and_Bank_Performance
- Atar, Abdulkadir. “Başlangıcından Günümüze Dünya’da ve Türkiye’de İslami Bankacılığın Genel Durumu”. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi* 6/4 (Eylül 2017), 1029-1062. <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v6i4.1079>
- Aydın, Samet & Tavukçu, Ahenk. “İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Müşteri Sadakati, Müşteri Memnuniyeti ve Müşterilerin Tavsiye Etme Eğilimi Üzerine Etkisi: Türk Katılım Bankacılığı Sektöründe Bir Araştırma”. *Proceedings of the International Congress on Business and Marketing* (Haziran 2019), 156-172.
https://www.researchgate.net/publication/335368094_ILISKISEL_PAZARLAMA_UYGULAMALARININ_MUSTERI_SADAKATI_MUSTERI_MEMNUNİYETI

VE MUSTERİLERİN TAVSİYE ETME EGİLİMİ ÜZERİNE ETKİSİ TÜRK
KATILIM BANKACILIĞI SEKTÖRÜNDE BİR ARASTIRMA

- Ayup, Muhammad. *İslamî Finansı Anlamak*. çev.ed. Suna Aktan Çürük – Raif Parlakkaya. İstanbul: İktisat Yayınları, 2017.
- Aziz, Shahab & Afaq, Zahra. “Adoption Of Islamic Banking İn Pakistan An Empirical Investigation”. *Cogent Business & Management* 5/1 (Ağustos 2018), 1-18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1548050>
- Bağcı, Haşim. *Ticari Bankalar ile Katılım Bankalarının Kârlılık Performanslarının Topsis Yöntemi ile Karşılaştırılması*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2013.
- Balkanlı, Cemil & Yardımcıoğlu, Fatih. “Katılım Bankası Çalışanlarının İslami Finans Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma”. *Düzce İktisat Dergisi* 1/1 (Aralık 2020), 24-56. http://www.duzceiktisatdergisi.com/makale_indir/1918
- Bashir, Mohamed Sharif. “Analysis of Customer Satisfaction with the Islamic Banking Sector: Case of Brunei Darussalam”. *Asian Journal of Business and Management Sciences* 2/10 (Nisan 2013), 38-50. https://www.researchgate.net/publication/236839121_Analysis_of_Customer_Satisfaction_with_the_Islamic_Banking_Sector_Case_of_Brunei_Darussalam
- Beybur, Mustafa. “Katılım Bankası Çalışanlarının Katılım Bankacılığı Ürün/Hizmetlerine Yönelik Farkındalık ve Tutum Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma”. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 11/22 (Kasım 2021), 613-633. <https://doi.org/10.53092/duibfd.976358>
- Bilir, Aybegüm. *Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2010.
- Buchari, Imam vd. “The Employees’ Awareness and Attitudes Towards Islamic Banking Products: a Survey of Islamic Banks in Bahrain”. *World Applied Sciences Journal* 32/3 (2014), 436-443. [https://www.idosi.org/wasj/wasj32\(3\)14/14.pdf](https://www.idosi.org/wasj/wasj32(3)14/14.pdf)
- Bulunmaz, Ahmed & Serhateri, Ayhan. “İçsel Pazarlama Faaliyetleri ile İç Müşteri Memnuniyeti Arasındaki İlişki: Mevduat Bankaları ve Katılım Bankalarının

- Karşılaştırılması”. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi* 1/1 (Aralık 2019), 51-56. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sauied/issue/51532/652466>
- CBFO, T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi. “Katılım Finansı”. Erişim 8 Mart 2022. <https://www.cbfo.gov.tr/katilim-finansi>
- Cora, İhsan. “Çağdaş Tüketici Pazarları Açısından “ Medine Pazarı’nın Analizi”. *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi* 1/5 (Ağustos 2020), 51-62. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atlas/issue/56617/748441>
- Çalık Bildirici, Esra. *Geleneksel Bankalar ile Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Basel III Kriterleri Açısından Kıyaslanması*. Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2016.
- Çam, Handan & Furuncu, Aleya. “Katılım Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Kabul Modeli Kapsamında Değerlendirilmesi: TR 90 Örneği”. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi* 7/3 (Ekim 2021), 209-229. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1639244>
- Çambel, Hakan. *İşletmelerin Katılım Bankasını Tercihini Etkileyen Faktörler: Bolu Örneği*. Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Çetin, Abdurrahman. “Türkiye’de Finansal Tabana Yayılmanın Artırılmasında Katılım Bankacılığının Rolü ve Önemi”. *Ekonomik ve Sosyal Araştırma Dergisi* 16/1 (Mayıs 2020), 155-172. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esad/issue/54125/700038>
- Demir, Özcan & Atlı, Yavuz. “Katılım Bankalarında İnternet Bankacılığı: Elazığ İli Örneği”. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 24/2 (2014), 191-203. <https://doi.org/10.18069/fusbed.81653>
- Denek, Hüsne Gülce. *Türkiye’de Kamu ve Özel Sermayeli Katılım Bankalarının Karşılaştırılması*. Aksaray: Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2022.
- Dilek, Önder. “Katılım Bankacılığı Tercihini Etkileyen Faktörler: Rize Örneği”. *Akev Akademi Dergisi* 88 (Eylül 2021), 433-450. https://www.researchgate.net/publication/357900148_Onder_DILEK_KATILIM_B

ANKACILIGI TERCIHINI ETKILEYEN FAKTORLER RIZE ORNEGI Arast
irma Makalesi

- Doğan, Mesut. “Katılım ve Geleneksel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması: Türkiye Örneği”. *Muhasebe ve Finansman Dergisi* /58 (Nisan 2013), 175-188. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mufad/issue/35643/396420>
- Doğan, Sibel. *Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği*. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2008.
- Durak, İsmail vd. “Banka Seçiminde Müşteri Tercihleri: Katılım Bankaları Üzerine Amprik Bir İnceleme”. *The Journal of Social Science* 1/2 (Aralık 2017), 60-70. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.363391>
- Duramaz, Selim & Erol, İbrahim. “Banka Müşterilerinin Katılım Bankası Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma: Ege Bölgesi Örneği”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 25/1 (Nisan 2018), 251-267. <https://doi.org/10.18657/yonveek.378836>
- Ersoy, Mehmet & Süner, Aybuke. “Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Katılım Bankacılığında Kamu Girişimi”. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 40/2 (Aralık 2018), 167-180. <https://doi.org/10.14780/muiibd.511026>
- Eskici, Mustafa Mürsel. *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.
- Furqani, Hafas & Mulyany, Ratna. “Islamic Banking and Economic Growth: Empirical Evidence from Malaysia”. *Journal of Economic Cooperation and Development* 30/2 (2009), 59-74. https://www.researchgate.net/publication/286973453_Islamic_Banking_and_Economic_Growth_Empirical_Evidence_from_Malaysia
- Gökalp, Mehmet Faysal – Turan, Gökalp. *İslam Toplumunun Ekonomik Yapısı*. İzmir: Fey Vakfı, 1993.
- Gökçen, Gürbüz & Gönen, İbrahim. “Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı”. *Finans Ekonomi ve Sosyal*

Araştırmalar Dergisi 2/1 (Ağustos 2017), 61-77.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/fesa/issue/30826/322647>

Gönen, İbrahim. *Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Görmüş Şakir vd. (ed.). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayınları, 2019.

Groeneveld, R.A & Meeden, G. “Measuring Skewness and Kurtosis”. *The Statistician* 33 (1984), 391-399. <https://doi.org/10.2307/2987742>

Gül, Ali Rıza. “İslâm’daki Faiz Yasağının Temeli Olarak Câhiliye Ribâsı Kavramı”. *Cumhuriyet İlahiyat Dergisi* 21/1 (Haziran 2017), 701-748.
<https://doi.org/10.18505/cuid.307384>

Hamzah, Noradiva vd. “Customer Satisfactions on Islamic Banking System”. *Journal of Economics, Business and Management* 3/1 (Ocak 2015), 140-144.
https://www.researchgate.net/publication/273998203_Customer_Satisfaction_s_on_Islamic_Banking_System

Haque, Ahasanul. “Islamic Banking in Malaysia: A Study of Attitudinal Differences of Malaysian Customers”. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences* 18 (Şubat 2010), 7-18.
https://www.researchgate.net/publication/264870909_Islamic_Banking_in_Malaysia_a_A_Study_of_Attitudinal_Differences_of_Malaysian_Customers

Haron, Sudin & Yamirudeng, KuMajdi. “Islamic Banking in Thailand: Prospects and Challenges”. *International Journal of Islamic Financial Services* 5/2 (2014), 1-11.
<https://iaif.ir/images/khareji/articles/bank/27.pdf>

Hazıroğlu, Temel. “Türkiye’de Katılım Bankacılığı Fikrinin Doğuşu ve Kavramsal Önemi”. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi* 2/1 (Eylül 2016), 119-132.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/jief/issue/24515/259788>

Hidayati, Nadiah vd. “Determinant of Efficiency of the Islamic Banking in Indonesia”. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* 20/1 (Temmuz 2017), 29-48.
<https://www.bmeb-bi.org/index.php/BEMP/article/view/723>

- Jeong, Jinchul. *Analysis of The Factors And The Roles of Hrd in Organizational Learning Styles As Identified By Key Informants At Selected Corporations in The Republic of Korea*. Amerika: Texas A&M University, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2004.
- Kahraman, Yunus Emre. “Katılım Bankacılığının Türkiye’deki Gelişimi ve Geleceği”. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi* 4/10 (Aralık 2010), 55-71. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bspad/issue/59573/783362>
- Kalaycı, İrfan. “Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi* 9/19 (Mayıs 2013), 51-74. <https://doi.org/10.11122/ijmeh.2013.9.19.397>
- Kandemir, Tuğrul vd. “Sektörel Krediler ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Katılım Bankaları Örneği”. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 10/2 (Haziran 2018), 19-30. <http://aksarayiibd.aksaray.edu.tr/en/download/article-file/575840>
- Karakaş İşcan, Hacer & Kaya, Ferudun. “Bireysel Müşterilerin Kredi Kullanımlarında Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebepleri Üzerine Bir Araştırma: Bolu Örneği”. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 12/24 (Kasım 2021), 467-492. <https://doi.org/10.47129/bartiniibf.892744>
- Karyağdı Güngör, Nazan. “Kamu Çalışanlarının Katılım Bankalarını Tercih Etme/Etmeme Nedenlerinin Araştırılması: Muş İlinde Bir Uygulama”. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 9/2 (Aralık 2021), 346-357. <https://dergipark.org.tr/en/pub/susbid/issue/66311/1015375>
- Khafafa, Ali Joma & Shafii, Zurina. “Customer Satisfaction and Islamic Banking Awareness in the Islamic Banking Window System in Libya”. *Middle East Journal of Scientific Research* 13 (Ocak 2013), 12-17. https://www.researchgate.net/publication/289887703_Customer_satisfaction_and_islamic_banking_awareness_in_the_islamic_banking_window_system_in_Libya
- Khan, Mohammad Saif Noman vd. “Banking Behavior of Islamic Bank Customers in Bangladesh”. *School Journal of Islamic Economics, Banking and Finance* (Ocak 2008), 159-194.

https://www.researchgate.net/publication/303851153_Banking_behaviour_of_Islamic_customers_in_Bangladesh

Khattak, Naveed Azeem & Rehman, Kashif-Ur. “Customer Satisfaction and Awareness of Islamic Banking System in Pakistan”. *African Journal of Business Management* 4/5 (Mayıs 2010), 662-671. <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/307F7CE23043>

Kızıltepe, Kadir – Yardımcıoğlu Fatih. “Diyanet Personelinin Faiz Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma”. *İslam İktisadî Perspektifinden Faiz*. ed. Taha Eğri – Zeynep Hafsa Orhan. 277-347. İstanbul: İktisat Yayınları, 2018.

Kızıltepe, Kadir & Yardımcıoğlu, Fatih. “Diyanet Personelinin Faiz Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma”. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi* 3/2 (Temmuz 2017), 172-225. <https://doi.org/10.25272/j.2149-8407.2017.3.2.08>

Kishada, Zeyad M. EM. & Wahab, Norailis Ab. “Factors Affecting Customer Loyalty in Islamic Banking: Evidence from Malaysian Banks”. *International Journal of Business and Social Science* 4/7 (Temmuz 2013), 264-273. http://www.ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_7_July_2013/29.pdf

Kishada, Zeyad M. EM. & Wahab, Norailis Ab. “Influence of Customer Satisfaction, Service Quality, and Trust on Customer Loyalty in Malaysian Islamic Banking”. *International Journal of Business and Social Science* 6/11 (Kasım 2015), 110-119. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1085.9020&rep=rep1&type=pdf>

Kocabıyık, Turan & Teker, Türker. “KOBİ’lerin Katılım Bankalarına Bakışı: Isparta İlinde Bir Uygulama”. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi* 54/4 (Aralık 2019), 2010-2024. http://www.makalesistemi.com/panel/files/manuscript_files_publish/e61942b4897972dd6a60f8037db34c7c/b66e7c04e651054b91c597111cba804e/4c08a760c616267.pdf

Kodun Abiah, Fada & Wabekwa, Bundi. “People’s Perception Towards Islamic Banking: A Field work study in Gombe Local Government Area, Nigeria”. *International*

Journal of Business, Humanities and Technology 2/7 (Aralık 2012), 121-131.
http://www.ijbhtnet.com/journals/Vol_2_No_7_December_2012/15.pdf

Korkmaz, Gülsüm vd. “Katılım Bankaları ve Ticari Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması: Türk Bankacılık Sistemi Üzerine Bir Uygulama”. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 6/3 (Mart 2019), 666-680.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/asead/issue/44114/530248>

Lateh, Nasrina vd. “Customers’ Perceptions On The Objectives, Characteristics And Selection Criteria Of Islamic Bank In Thailand”. *Gadjah Mada International Journal of Business* 11/2 (Ağustos 2009), 167-189.
https://www.researchgate.net/publication/327647147_Customers'_Perceptions_on_the_Objectives_Characteristics_and_Selection_Criteria_of_Islamic_Bank_in_Thailand

Loo, Mark. “Attitudes and Perceptions towards Islamic Banking among Muslims and Non-Muslims in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers and X-Generation”. *International Journal of Arts and Sciences* 3/13 (2010), 453-485.
https://www.researchgate.net/publication/266347985_Attitudes_and_Perceptions_towards_Islamic_Banking_among_Muslims_and_NonMuslims_in_Malaysia_Implications_for_Marketing_to_Baby_Boomers_and_X-Generation

Mariadas, Paul Anthony & Murthy, Uma. “Factors Influencing the Adoption of Islamic Banking in Malaysia”. *International Journal of Business and Management* 12/11 (Ekim 2017), 187-193.
https://www.researchgate.net/publication/320574997_Factors_Influencing_the_Adoption_of_Islamic_Banking_in_Malaysia

Nunnally, Jum C. *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill Inc, 1967.

Omar, Maznah Wan & Ali, Mohd Noor Mohd. “Brand Loyalty and Relationship Marketing in Islamic Banking System”. *Canadian Social Science* 6/1 (Şubat 2010), 25-32.
<http://www.cscanada.net/index.php/css/article/view/j.css.1923669720100601.004>

Öndeş, Turan vd. “Katılım Bankalarının Kredi Kullananlar Açısından Tercih Edilmeme Sebepleri: Atatürk Üniversitesi Akademisyenleri Üzerine Bir Uygulama”. *Atatürk*

- Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 32/4 (Temmuz 2018), 897-920.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/39554/433405>
- Özen, Emrullah. *Katılım Bankacılığına Özgü Yatırım Araçları ve Dünyada Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.
- Özgür, Ersan. *Katılım Bankalarının Finansal Etkinliği ve Mevduat Bankaları ile Rekabet Edebilirliği*. Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2007.
- Özkan, Nasıf & Işıl, Gökhan. “İslami Bankalarda Kredi Riskini Belirleyen Faktörler: Panel Veri Analizi ile Türkiye’de Katılım Bankacılığı Üzerine Ampirik Bir Uygulama”. *Maliye ve Finans Yazıları Dergisi* 105 (Aralık 2016), 153-176.
<https://doi.org/10.33203/mfy.312141>
- Özsoy, İsmail vd. “Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 20/1 (Mart 2013), 187-206.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/yonveek/issue/13698/165803>
- Özsoy, İsmail. “Faiz”. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*. 12/110-126. Ankara: TDV Yayınları, 1995.
- Özulucan, Abitter & Deran, Ali. “Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6/11 (2009), 85-108.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkusbed/issue/19558/208485>
- Parveen, Tamiza vd. “Evolution of Islamic Banking in Iran: Prospects and Problems”. *IOSR Journal of Business and Management* 17/9 (Eylül 2015), 61-66.
<https://www.iosrjournals.org/iosrjbm/papers/Vol17issue9/Version2/F017926166.pdf>
- Rashidah Idris, Asma vd. “Religious Value as the Main Influencing Factor to Customers Patronizing Islamic Bank”. *World Applied Sciences Journal* 12 (Ağustos 2011), 8-13.
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.390.2717&rep=rep1&type=pdf>

- Sakınç, S. Öznur & Poyraz, Fatma. “Katılım Bankalarına Yönelik Yatırımcı Algısı: Çorum İli Örneği”. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 1 (Haziran 2018), 433-454. <https://doi.org/10.17218/hititsosbil.399506>
- Saleh, Ali Salman & Zeitun, Rami. “Islamic Banking Performance in the Middle East: A Case Study of Jordan”. *University of Wollongong Economics Working Paper Series* 6/21 (Ekim 2006), 1-19. <https://documents.uow.edu.au/content/groups/public/@web/@commerce/@econ/documents/doc/uow012234.pdf>
- Sari, Mutiara Dwi vd. “History of Islamic Bank in Indonesia: Issues Behind Its Establishment”. *International Journal of Finance and Banking Research* 2/5 (Eylül 2016), 178-184. https://www.researchgate.net/publication/308697163_History_of_Islamic_Bank_in_Indonesia_Issues_Behind_Its_Establishment
- Setiawan, Budi & Panduwangi, Morita. “Measurement of Islamic Banking Attributes in Indonesia”. *Global Conference on Business and Economics* (Ağustos 2017), 157-163. https://www.researchgate.net/publication/325989090_Measurement_of_Islamic_Banking_Attributes_in_Indonesia
- Suhartanto, Dwi vd. “Loyalty Intention Towards Islamic Bank: The Role of Religiosity, Image, and Trust”. *International Journal of Economics and Management* 12/1 (Mart 2018), 137-151. [http://www.ijem.upm.edu.my/vol12no1/7\)%20Loyalty%20Intention%20towards%20Islamic%20Bank.pdf](http://www.ijem.upm.edu.my/vol12no1/7)%20Loyalty%20Intention%20towards%20Islamic%20Bank.pdf)
- Sumer, Serpil & Dilmaç, Murat. “Kırsalda Katılım Bankacılığı Algısı: Oltu Örneği”. *Liberal Düşünce Dergisi* 23 (Eylül 2021), 259-278. <https://doi.org/10.36484/liberal.911855>
- Şekeroğlu, Sinan & Özer, Kadir. “Bankacılık Sektöründe Yükselen Değer: Katılım Bankacılığı”. *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi (BAFAD)* 4/2 (2017), 15-25. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/320838>
- Şendurur, Utku & Temelli, Fatma. “Türkiye’de Faaliyet Gösteren Geleneksel Bankalar ve Katılım Bankalarının Sürdürülebilirlik Açısından Karşılaştırılması”. *Muhasebe*

Bilim Dünyası Dergisi 20/2 (Haziran 2018), 330-346.
<https://doi.org/10.31460/mbdd.344785>

Tabash, Mosab I. & Dhankar, Raj S. “Islamic Banking and Economic Growth: An Empirical Evidence From Qatar”. *Journal of Applied Economics and Business* 2/1 (2014), 51-67. <http://www.aebjournal.org/articles/0201/020103.pdf>

Tatlı, Halim vd. “Katılım Bankacılık Hizmetlerinde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Bingöl’de Bir Uygulama”. *Sosyal ve Beşerî Bilimleri Dergisi* 9/2 (Ağustos 2017), 65-80.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobiadsbd/issue/35989/403752>

TCMB, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. “Bankalarca Açılan Mevduatlara Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranları (Aylık-Stok)”. Erişim 8 Mart 2022.
<https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/portlet/lrcsQFWXtqo%3D/tr>

Tekin, Bilgehan & Temelli, Fatma. “Genç Nüfusta Katılım Bankacılığı Algısı Çankırı Karatekin Üniversitesi ve Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Öğrencileri Örneği”. *Maliye Dergisi* 178 (Ocak-Haziran 2020), 141-179.
https://www.researchgate.net/publication/343267835_Genc_Nufusta_Katilim_Bankaciligi_Algisi_Cankiri_Karatekin_Universitesi_ve_Agri_Ibrahim_Cecen_Universitesi_Ogrencileri_Ornegi

Tekin, Bilgehan. “Üniversite Öğrencilerinde Katılım Bankacılığı Algısı: Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Öğrencileri Örneği”. *International Symposium on Innovative Approaches in Smart Technologies* 4/8 (2019), 22-30.
https://www.researchgate.net/publication/337982378_Universite_Ogrencilerinin_Katilim_Bankaciligi_Algisi_Cankiri_Karatekin_Universitesi_IIBF_Ogrencileri_Ornegi

Tekin, Bilgehan. “Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi”. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi* 4/1 (Şubat 2019), 165-150. <https://doi.org/10.21733/ibad.496489>

Tenekeci, Mehmet. *Katılım Bankacılığının Finansal İstikrara Etkisi: Türkiye Örneği*. Konya: KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

- Tetik, Nevzat & Şahin, Ahmet. “Katılım Bankalarının Yapısal ve Sektörel Gelişimi”. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi* 21 (Temmuz 2021), 49-66.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/muftad/issue/64219/973782>
- TKBB, Türkiye Katılım Bankaları Birliği. “Kâr Paylaşım Oranları”. Erişim 8 Mart 2022.
<https://tkbb.org.tr/veri/karpaylari>
- TKBB, Türkiye Katılım Bankaları Birliği. “Sektör Mukayese”. Erişim 7 Mart 2022.
<https://tkbb.org.tr/veri/sektormukayese>
- TKBB, Türkiye Katılım Bankaları Birliği. “Tarihçe”. Erişim 7 Mart 2022.
<https://tkbb.org.tr/sayfa/detay/hakkimizda/tarihce-856934>
- Törenek, Murat & Yavuz, Selahattin. “Katılım Bankacılığı Tercihinin, Müşterilerin Bazı Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi”. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 9/18 (Mart 2018), 453-472.
<https://docplayer.biz.tr/113490295-Kaujeasf-issn-e-issn-hakemli-dergi.html>
- Tunay, K. Batu. “İslami Bankacılık ile Ekonomik Büyüme Arasında Nedensellik İlişkileri”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi* 23/2 (Ağustos 2016), 485-502.
<https://doi.org/10.18657/yecbu.89247>
- Türkan, Yavuz & Arpacık, Mustafa. “Din Görevlilerinin Katılım Bankacılığına Bakış Açısı: Bingöl İlinde Bir Uygulama”. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7/14 (Ekim 2017), 233-244. <https://doi.org/10.29029/busbed.327862>
- Türkan, Yavuz & Kılıç, Ethem. “Katılım Bankaları İsmiinin “İslami Bankalar” Olarak Değiştirilmesinin Toplumsal Algı Üzerine Etkisi, TRB1 Bölgesi Üzerine Bir Uygulama Çalışması”. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi* 4/2 (Ekim 2021), 153-168.
<https://doi.org/10.38057/bifd.957479>
- Türkmenoğlu, Rüveyde Ebru. *Katılım Bankacılığı ve Türkiye’deki Finansal Yapı*. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.
- Uddin, Mohammad Nazim & Ahmmed, Monir. “Islamic Banking and Green Banking for Sustainable Development: Evidence from Bangladesh”. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)* 10/1 (Ocak 2018), 97-114.

<https://www.researchgate.net/publication/346605171> Islamic Banking and Green Banking for Sustainable Development Evidence from

Uludağ, Mustafa Cenk. “Türkiye’de Katılım Bankacılığının Analitik İncelenmesi”. *Maliye ve Finans Yazıları Dergisi* 111 (Mart 2019), 201-232. <https://dergipark.org.tr/tr/download/issue-file/20085>

Ustaoglu, Didar. *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri ve Önemi*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2014.

Widana, Gusti Oka vd. “Exploring the Impact of Islamic Business Ethics and Relationship Marketing Orientation on Business Performance: the Islamic Banking Experience”. *Asian Academy of Management Journal* 20/1 (2015), 1-25. <https://www.researchgate.net/publication/282296429> Exploring the impact of islamic business ethics and relationship marketing orientation on business performance The islamic banking experience/link/5e00865792851c836493c6ff/download

Widarjono, Agus. “Estimating Profitability of Islamic Banking in Indonesia”. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* 22/3 (Temmuz 2018), 568-579. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v22i3.2197>

Yanık, Ramazan & Sumer, Serpil. “Akademisyenlerin İslami Bankacılık Algısı”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 23/3 (Eylül 2019), 1177-1190. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/49603/589729>

Yazıcı, Resül. “Finansal Krizlerin Önlenmesinde Katılım Bankacılığı Sisteminin Rolü Üzerine Bir Değerlendirme”. *Sakarya İktisat Dergisi* 5/1 (Mart 2016), 59-82. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sid/issue/30103/324780>

Yıldırım, Oğuz. “Türkiye Ekonomisinde Katılım Bankacılığı”. *Econder Uluslararası Akademik Dergisi* 4/2 (Aralık 2020), 518-529. <https://doi.org/10.35342/econder.653208>

Yıldız, Melek. “Bireylerin İslami Finans Okuryazarlık Düzeyi ve Katılım Bankası Tercihi: Türkiye Değerlendirmesi”. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5/4 (Aralık 2020), 730-744. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/fesa/issue/58998/801508>

- Yudistira, Donsyah. "Efficiency in Islamic Banking: An Empirical Analysis of Eighteen Banks". *Islamic Economic Studies* 12/1 (Ağustos 2004), 1-19.
<https://iaif.ir/images/khareji/articles/bank/12.pdf>
- Yunusa, Muzammilu & Bint Nordin, Nadhira. "Religious Challenges of Islamic Banking in Nigeria". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 5/4 (Nisan 2015), 78-98.
<https://ideas.repec.org/a/hur/ijarbs/v5y2015i4p46-66.html>
- Zeytinoğlu, Erol. "Para, Faiz ve İslam". *İslam'da ve Diğer Sistemlerde Faiz*. haz. Sabri Orman – İsmail Kurt. 91-144. İstanbul: İslami İlimler Araştırma Vakfı Yayınları, 1987.
- Zirek, Duygu vd. "The Islamic Banking and Economic Growth Nexus: A Panel VAR Analysis for Organization of Islamic Cooperation (OIC) Countries". *Journal of Economic Cooperation and Development* 37/1 (2016), 69-100.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3263939

EKLER

EK 1. Anket

Değerli Katılımcı,

Bu anket çalışması, Aksaray ilinde görev yapan eğitim çalışanlarının katılım bankaları tercih nedenlerini araştırmak amacıyla yapılmaktadır. Elde edilen veriler bir çalışmaya kaynak teşkil edecektir. Katılımınız için şimdiden teşekkür ederim.

Hamza AĞIR

1-Cinsiyetiniz?

Bay ()

Bayan ()

2- Yaşınız?

21-30 ()

31-40 ()

41-50 ()

51 ve üzeri ()

3- Medeni durumunuz?

Evli ()

Bekâr ()

4- Eğitim durumunuz?

İlk-Orta Öğretim ()

Lise ()

Ön Lisans ()

Lisans ()

Lisansüstü ()

5- İş deneyiminiz?

0-5 yıl ()

6-10 yıl ()

11-15 yıl ()

15-20 yıl ()

21 yıl ve üzeri ()

6- Hangi hizmet alanında görevlisiniz?

Eğitim ve Öğretim Hizmetleri Sınıfı ()

Genel İdare Hizmetleri Sınıfı ()

Teknik Hizmetler Sınıfı()

Yardımcı Hizmetler Sınıfı()

7- Katılım bankası ile çalışıyor musunuz?

Evet ()

Hayır()

Çalışıyorsanız hangi banka olduğunu belirtiniz.

Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.()

Emlak Katılım Bankası A.Ş. ()

Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.()

Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.()

Vakıf Katılım Bankası A.Ş.()

Ziraat Katılım Bankası A.Ş.()

8- Ortalama aylık geliriniz nedir?

5.001-6.000 TL()

6.001-7.000 TL()

7.001-8.000 TL ()

8.001-9000TL()

9001-10.000 TL()

10.001 TL ve Üzeri()

9-Katılım bankası tercih etme nedenlerinizi aşağıdaki sorular ışığında öğrenebilir miyim?

Bir bankayı tercih etmedeki faktörler aşağıda sıralanmıştır. Katılım bankasını tercih etmenizde etkili olan unsurları göz önüne alarak kriterleri 1-5 puan arasında değerlendirmenizi isteyeceğim. **(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)**

Yatırımcıların Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedenleri

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

1.Ev veya iş yerine yakınlık	1	2	3	4	5
2.Uygunluk, rahat erişilebilirlik (Örn. Araç park imkânları, konfor vs.)	1	2	3	4	5
3.Ürün ve hizmet çeşitliliği	1	2	3	4	5
4.Cazip kredi ve ödeme imkânları	1	2	3	4	5
5.Kitlesele iletişim araçlarındaki reklamlar	1	2	3	4	5
6.Başka bankaların sağlamadığı bir kısım hizmetler ve imkânlar	1	2	3	4	5
7.Müşteri hizmet kalitesi (Hızlı, etkin ve hatasız servis)	1	2	3	4	5
8.Nispeten daha yüksek kâr payı dağıtması	1	2	3	4	5
9.Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri (provizyon ücretleri vs.)	1	2	3	4	5
10.Toplumsal katkıları (Bağış, burs ve toplumsal projelere destek vs.)	1	2	3	4	5
11.Sırdaş bankacılık	1	2	3	4	5
12.Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi	1	2	3	4	5
13.Başarılı bankacılık ve finans yönetimi	1	2	3	4	5
14.Müşteri beklentilerini tatmin eden bir hizmet yaklaşımı	1	2	3	4	5
15.Bankacılık imaj ve popülaritesi	1	2	3	4	5
16.Samimi ve yardımsever personel	1	2	3	4	5
17.Huzurlu çalışma ortamı	1	2	3	4	5
18.Bilgili ve becerikli personel	1	2	3	4	5
19.Şube personeli ile yakın ilişkilerim	1	2	3	4	5
20.Dini hassasiyetlerimin yönlendirmesi	1	2	3	4	5
21.Güvenilir arkadaşlarımla ya da çevremle tavsiyesi	1	2	3	4	5
22.Hizmet kalitesi ile ilgili aldığı ödüller	1	2	3	4	5

23.Diğer müşterilerin banka ile ilgili düşünceleri	1	2	3	4	5
24.İnternet sitesinin kullanışlı olması	1	2	3	4	5
25.Banka çalışanlarının ziyaretleri	1	2	3	4	5
26.İşlemlerimin kısa sürede tamamlanması	1	2	3	4	5
27.Banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımı	1	2	3	4	5
28.Bankanın internet sitesinin güvenliğinin yüksek olması	1	2	3	4	5
29.Şikâyetlerin iletilebildiği bir biriminin olması	1	2	3	4	5
30.ATM ağının çok ve yaygın olması	1	2	3	4	5
31.Web sitesinde yer alan bilgilerin anlaşılır olması	1	2	3	4	5
32.Bankacılık ürünlerindeki çeşitlilik	1	2	3	4	5
33.Teknolojik açıdan güvenliğinin yüksek olması	1	2	3	4	5
34.Müşteriye özel bankacılık hizmeti sunması	1	2	3	4	5
35.Gerek ulusal gerekse uluslararası alandaki imajı	1	2	3	4	5
36.Verilen promosyonlar	1	2	3	4	5
37.Hesap işletim ücreti almaması	1	2	3	4	5
38.Bankanın ödemelerimi hatırlatması	1	2	3	4	5
39.Bankanın doğum günü gibi özel günlerimi hatırlaması banka tercihim etkilemektedir.	1	2	3	4	5
40.Banka ve kredi kartının sunduğu ek avantajlar	1	2	3	4	5
41.Cep şubesinin olması banka tercihim etkilemektedir.	1	2	3	4	5
42.Katılım bankalarına emanet para ile yatırım yapmak uygundur.	1	2	3	4	5
43.Çok fazla ihtiyaç duyulması halinde katılım bankalarını tercih etmelerini uygun bulurum.	1	2	3	4	5
44.Katılım bankacılığı geleneksel bankacılığın iyi bir alternatifidir.	1	2	3	4	5
45.Katılım bankacılığının İslami şartlara uygun olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5

46.Katılım bankaları tarafından gerçekleştirilen isteğe bağlı bireysel emeklilik fonlarında faizin söz konusu olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
47.Katılım bankacılığını finansal amaçlarım doğrultusunda düşünebilirim.	1	2	3	4	5
48.Katılım bankacılıklarının kalkınma üzerindeki etkisinin olumlu olacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
49.Katılım bankacılığının uygun yatırım ürünlerini sunduğunu düşünürüm.	1	2	3	4	5
50.Zarar etme ihtimalini bilsem de katılım bankalarını tercih ederim.	1	2	3	4	5



AKSARAY ÜNİVERSİTESİ TEZ DEĞERLENDİRME FORMU

Öğrencinin Adı Soyadı: Hamza AĞIR		EVET
Kapak		
1	Tez Başlığı tutanaktaki başlıkla aynı mı?	
2	Kapaktaki ay ve yıl savunmaya girilen tarihle tutarlı mı?	
3	Kapak format kılavuzdaki kapak formatına uygun mu?	
4	Kapakta yazılan tüm yazılar doğru olarak verilmiş mi?	
İçindekiler		
5	Sayfa numaraları tam verilmiş mi?	
6	Şekil, Çizelge vb. listeleri verilmiş mi? Sıralaması doğru mu?	
7	Özet, Abstract, Giriş, Sonuçlar vb. bölümler var mı?	
8	Yazım hataları kontrolü yapıldı mı?	
Giriş		
9	Hazırlanan tezin önemini anlatıyor mu?	
10	İkinci ve Üçüncü dereceden başlık içermemeli kuralına uyuldu mu?	
Özet/Abstract		
11	Kılavuza uygun mu?	
12	Ay ve yıl savunmaya girilen tarihle tutarlı mı?	
13	Özet; tek sayfa, tek aralık, tek paragraf kuralına uygun olarak yazıldı mı?	
14	Bilim kodu, sayfa adedi, anahtar kelimeler ve tez danışmanı yazıldı mı?	
Kaynakça		
15	Kaynakların tamamına metin içinde atıf yapıldı mı?	
16	Kaynak formatı Kılavuzdaki kaynak formatına uygun olarak hazırlanmış mı?	
17	Atıf formatı kılavuzdaki atıf formatına uygun mu?	
Atıf Yöntemi APA 6 ☐ CMS ☐ İSNAD ☐		
Genel Değerlendirme		
18	Etik Beyan açıklaması okundu, uyuldu ve imzalandı mı?	
19	Kabul/Onay sayfası kılavuzdaki formata uygun olarak düzenlenmiş mi?	
20	Kabul /Onay sayfasında belirtilen oy birliği/oy çokluğu seçeneklerinden uygun olanı savunmayla tutarlı olacak şekilde belirlenmiş mi?	
21	Sayfa kenar boşluklar ve sayfa numaraları kılavuzdaki formatına uygun mu?	
22	Paragraf boşlukları ve metin satır aralığı kılavuza uygun olacak şekilde düzenlenmiş mi?	
23	Başlık yazımları kılavuzdaki başlık formatlarına uygun mu?	
24	Yazı tipi ve boyutu kılavuzdaki yazı tipi ve boyutu formatına uygun mu?	
25	Şekil, Çizelge vb. açıklama ve numaralandırmaları kılavuzdaki formata uygun olarak yazılmış mı?	

Bu tezin tarafımdan “Tez yazım kuralları” okunarak dikkatlice hazırlanmış olduğunu ve doğabilecek hertürlü olumsuzluktan sorumlu olacağımı kabul ederim.

Hamza AĞIR