

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANSİ ANABİLİM DALI**

**ETİYOPYA’DA İSLAMİ FİNANSA İLİŞKİN KAMUOYU ALGISI:
ADDİS ABABA VE OROMİA ÖRNEĞİ**

Ambelu Tamir KASSA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Erhan AKKAŞ

AĞUSTOS – 2025

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ETİYOPYA'DA İSLAMİ FİNANSA İLİŞKİN KAMUOYU
ALGISI: ADDİS ABABA VE OROMİA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Ambelu Tamir KASSA

Enstitü Anabilim Dalı: İslam Ekonomisi ve Finansı

Bu tez 07/08/2025 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Doç. Dr. Erhan AKKAŞ	Başarılı
Doç. Dr. Salih ÜLEV	Başarısız
Doç. Dr. Harun ŞENCAL	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☒

Hayır ☐

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Ambelu Tamir KASSA

07/08/2025

ÖN SÖZ

"Etiyopya'da İslami Finansla İlişkin Kamuoyu Algısı: Addis Ababa ve Oromia Örneği" başlıklı bu çalışma, İslami Finans ve Ekonomi alanında Yüksek Lisans tezi için hazırlanmıştır. Bu araştırmayı, özellikle Müslümanların finansmana erişiminde büyük boşluklar gördüğüm Etiyopya finans sektöründeki akademik ilgim ve profesyonel deneyimimden yola çıkarak gerçekleştirdim. Böylece, bu çalışmanın temel amacı Etiyopya'daki halkın ve farkındalık seviyesinin finansal katılımı nasıl artıracığına incelemektir.

Bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde gösterdiği desteği ve katkılarından dolayı danışmanım Doç. Dr. Erhan Akkaş'a en içten teşekkürlerimi sunarım. İSEFAM'ın değerleri hocalarına da akademik gelişimime katkılarından dolayı şükranlarımı sunarım. Türkiye'de eğitim alma fırsatı sunduğu ve cömert maddi desteği için YTB'ye içtenlikle teşekkür ederim. Ayrıca çalışmamın anket kısmındaki tüm katılımcılara gönüllü olarak ayırdıkları zaman ve gösterdikleri ilgi için teşekkür ederim. Son olarak, akademik dönemim boyunca beni her zaman destekleyen ve cesaretlendiren aileme ve arkadaşlarıma da teşekkürü bir borç bilirim.

Ambelu Tamir KASSA

07/08/2025

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
TABLO LİSTESİ.....	v
ŞEKİL LİSTESİ	vii
GRAFİK LİSTESİ.....	viii
ÖZET	ix
ABSTRACT	x
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: LİTERATÜR TARAMASI	10
1.1. Teorik Literatür Taraması.....	10
1.1.1. İslami Finansın Temelleri.....	10
1.1.2. İslami Finansın Tarihsel Gelişimi	11
1.1.2.1. Etiyopya'da İslami Finansın Gelişimi	13
1.1.3. İslami Finans İlkeleri.....	14
1.1.4. Temel İslami Finansal Araçlar	16
1.1.4.1. Murabaha.....	16
1.1.4.2. Mudarebe (Kâr Paylaşım Ortaklığı).....	17
1.1.4.3. Müşareke (Ortak Girişim)	17
1.1.4.4. İcâre.....	18
1.1.4.5. Karz-ı Hasen.....	18
1.1.4.6. Sukuk.....	19
1.1.4.7. Tekafül	19
1.1.4.8. Diğer Enstrümanlar	20
1.1.5. Finansal Kapsayıcılık Kavramı	20
1.1.6. Finansal Kapsayıcılığın Önemi	22
1.1.7. İslami Finans Finansal Kapsayıcılığı Nasıl Teşvik Eder?	25
1.1.7.1. Risk Paylaşımı Yoluyla Kapsayıcılık.....	25
1.1.7.2. Yeniden Dağıtım Araçları Yoluyla İçerme	26
1.1.8. İslami Finasta Farkındalık ve Algı	28
1.1.8.1. Farkındalık Kavramı	29

1.1.8.2. Algı Kavramı.....	31
1.2. Ampirik Literatür Taraması.....	32
1.2.1. Farkındalık ve Algı Üzerine Yapılan Ampirik Çalışmalar	32
2. BÖLÜM: ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ.....	38
2.1. Araştırma Yöntemi Giriş	38
2.2. Araştırma Yaklaşımı.....	38
2.3. Araştırma Metodolojisi.....	39
2.3.1. Nüfus	39
2.3.2. Veri Toplama Yöntemi.....	40
2.3.3. Örneklem	42
2.3.4. Örneklem Boyutu	42
2.3.5. Örneklem Yöntemi	43
2.3.6. Hata Payı ve Güven Düzeyi	44
2.4. İstatistiksel Analiz	45
2.4.1. Güvenilirlik Analizi.....	46
2.4.2. Geçerlilik Analizi	46
2.4.2.1 Kriter Geçerliliği	46
2.4.2.2. Yapı Geçerliliği	47
2.4.2.3. İçerik Geçerliliği	47
2.4.3. Korelasyon Katsayısı.....	48
3. BÖLÜM: AMPİRİK ANALİZ VE BULGULAR.....	49
3.1. Geçerlilik ve Güvenilirlik.....	49
3.1.1. İçerik Geçerliliği.....	49
3.1.2. Yapı Geçerliliği	50
3.1.3. Güvenilirlik	50
3.2. Betimleyici İstatistikler.....	52
3.2.1. Biyografik Bilgiler (Bölüm A)	52
3.2.2. Kamu Farkındalığı (Bölüm B)	59
3.2.3. Algılar (Bölüm C)	68
3.2.4. Finansal Kapsayıcılığın Durumu (Bölüm D)	72
3.2.5. Açık Uçlu Soruların Yanıtları (Bölüm E)	76
3.3. Korelasyon Analizi	77

3.3.1. Demografik Veri Analizi.....	77
3.3.1.1. Yaş.....	77
3.3.1.2. Din.....	78
3.3.1.3. Eğitim Seviyesi	79
3.3.2. Yapı Değişkenleri.....	80
SONUÇ	82
KAYNAKÇA.....	85
EK	93
ÖZ GEÇMİŞ	100



KISALTMALAR

ICD	: İslam Kalkınma Kurumu
USD	: Amerika Dolar
LSEG	: Londra Menkul Kıymetler Borsası Grubu
ETB	: Etiyopya Birr'i
SPSS	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
NBE	: Etiyopya Ulusal Bankası
SDG	: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri
NFIS	: Ulusal Finansal Tabana Yayılma Stratejisi
SAA	: Sahara Altı Afrika
IFB	: Faizsiz Bankacılık
İFK	: İslami Finans Kuruluşları
IFSB	: İslami Finansal Hizmetler Kurulu
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Faaliyet Türlerine Göre Etiyopya’da Öne Çıkan Bankalar	14
Tablo 2: Etiyopya'nın Bölgelere ve Şehir Yönetimlerine Göre Katılımcı Sayısı.....	140
Tablo 3: KMO ve Bartlett's Testi	50
Tablo 4: Güvenilirlik İstatistikleri (Kamu Farkındalığı)	51
Tablo 5: Güvenilirlik İstatistikleri (Algı)	51
Tablo 6: Güvenilirlik İstatistikleri Güvenilirlik İstatistikleri (Finansal Katılım)	52
Tablo 7: Katılımcıların Yaşı	53
Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyet	54
Tablo 9: Eğitim Düzeyi	54
Tablo 10: Katılımcıların Dini İnançları	55
Tablo 11: Aylık Gelir Düzeyi (ETB).....	56
Tablo 12: Katılımcıların Kullandıkları Finansal Kuruluş Türüne Göre Dağılımı	57
Tablo 13: Katılımcının Finansal Kuruluşlarla İlişkisi	58
Tablo 14: Katılımcıların İslami finans kurumlarına aşinalığı.....	60
Tablo 15: İslami finansı medya platformlarından duydum	60
Tablo 16: İslami finans dini okuldan öğrendim.....	62
Tablo 17: İslami finans kavramlarına aşinayım.....	62
Tablo 18: İslami finasta faiz yasağının farkındayım.	62
Tablo 19: Kumar ve spekülasyon yasağının farkındayım.	63
Tablo 20: Wadia Amanah ve Mudaraba tasarruf ürünleri hakkında bilgim var.	64
Tablo 21: En yaygın finansman ürünlerinden haberdarım.	64
Tablo 22: İslami finasta kâr ve zarar dağılımını anlıyorum.	65
Tablo 23: İslami finansın felsefi temellerinin farkındayım.	66
Tablo 24: Farkındalık Tanımlayıcı İstatistik Özeti.....	67
Tablo 25: Katılımcıların İslam finansın temel ilişkili Algıları	69
Tablo 26: Algı tanımlayıcı istatistik özeti	71
Tablo 27: İslami Finans Yoluyla Finansal Kapsayıcılığın Durumu	73
Tablo 28: İslami Finans İçerme Finansal Algısının Durumu	73
Tablo 29: Yaş.....	78
Tablo 30: Din.....	79
Tablo 31: Eğitim Seviyesi	80

Tablo 32: Yapı Değişkenlerin Korelasyon Katsayısı	80
--	----



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Ekonomi ve Finansın İslam'daki Yeri.....	11
Şekil 2: Finansal Dışlanmanın Nedenleri.....	22
Şekil 3: Nüfus, Örnekleme Çerçevesi ve Örneklem Arasındaki İlişki.....	42
Şekil 4: Raosoft Örneklem Büyüklüğü Hesaplaması.....	45
Şekil 5: Güvenilirlik ve Geçerlilik Arasındaki Bağlantı	47



GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Katılımcıların Yaşı.....	53
Grafik 2: Katılımcıların Cinsiyeti	54
Grafik 3: Eğitim Seviyesi	55
Grafik 4: Katılımcıların Dini.....	55
Grafik 5: Aylık Gelir Düzeyi (ETB)	56
Grafik 6: Katılımcıların Kullandıkları Finansal Kuruluş Türüne Göre Dağılımı	57
Grafik 7: Katılımcının Finansal Kuruluşlarla İlişkisi.....	59



ÖZET	
Başlık: Etiyopya'da İslami Finansa İlişkin Kamuoyu Algısı: Addis Ababa ve Oromia Örneği	
Yazar: Ambelu Tamir KASSA	
Danışman: Doç. Dr. Erhan AKKAŞ	
Kabul Tarihi: 07/08/2025	Sayfa Sayısı: x (ön kısım) + 92 (ana kısım) + 7 (ek)
Bu çalışma, Etiyopya'daki insanların İslami finans konusundaki farkındalığını ve algısını analiz etmekte ve bu faktörlerin finansal katılımı sağlamak için nasıl birlikte çalıştığını araştırmaktadır. Şeriat ilkelerine dayanan İslami finans ürünleri, potansiyel olarak toplumun yetersiz hizmet alan kesimlerine ulaşabilecek faizsiz, etik, varlığa dayalı hizmetler sunmaktadır. Ancak Etiyopya'da İslami finansın potansiyeli, halk tarafından kapsamlı bir şekilde anlaşılması nedeniyle hiçbir zaman hayata geçirilememiştir. Dolayısıyla bu tez, Etiyopya'da halkın İslami finansa yönelik bilgi, görüş ve tutumlarını ölçmeyi ve finansal katılımı teşvik etmedeki potansiyel etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu tez için yapılan ankete katılan 322 kişiden toplanan veriler Pearson korelasyon ve t-testi analiz teknikleri kullanılarak analiz edilmiştir; sonuçlar, İslami finans konusunda halkın farkındalığı ile finansal katılım arasında istatistiksel olarak anlamlı yüksek pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, halkın algısının zayıf ancak anlamlı bir negatif etkiye sahip olduğu bulunmuştur; bu da belirsizlik ve yanlış anlamının halkın güvenini ve katılımını azaltmaya devam ettiği anlamına gelmektedir. Yaş, eğitim ve din gibi biyografik veriler analiz edilmiş ve bu faktörlerin kamu algısı ve farkındalığının şekillenmesinde önemli bir rol oynadığını göstermiştir. Bu çalışma, İslami finansın Etiyopya'nın finansal kapsayıcılık gündemine önemli ölçüde katkıda bulunabilmesi için toplumsal farkındalığı artırmanın, yanlış algıları ortadan kaldırmanın ve elverişli düzenleyici ortamlar yaratmanın kilit belirleyiciler olduğu sonucuna varmaktadır. Bu bulgular, İslami finansı etik, kapsayıcı ve sürdürülebilir finansal güçlendirme için bir araç olarak kullanmak isteyen politika yapıcılar, finans kurumları ve kalkınma paydaşları için çıkarımlara sahiptir.	
Anahtar Kelimeler: İslami Finans, Finansal İçerme, Halkın Farkındalığı, Algı	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Public Perception of Islamic Finance in Ethiopia: The Case of Addis Ababa and Oromia	
Author of Thesis: Ambelu Tamir KASSA	
Supervisor: Assoc. Prof. Erhan AKKAŞ	
Accepted Date: 07/08/2025	Number of Pages: x (pre text) + 92 (main body) + 7 (add)
This study analyzes people's awareness and perception of Islamic finance in Ethiopia and explores how these factors work together to enable financial inclusion. Islamic finance products based on Sharia principles offer interest-free, ethical, asset-based services that can potentially reach underserved segments of society. However, the potential of Islamic finance in Ethiopia has never been realized due to a lack of comprehensive understanding by the public. Therefore, this thesis aims to measure public knowledge, views and attitudes towards Islamic finance in Ethiopia and examine its potential impact in promoting financial inclusion. The data collected from 322 respondents to the survey conducted for this thesis was analyzed using Pearson correlation and t-test analysis techniques; the results show that there is a statistically significant high positive relationship between public awareness of Islamic finance and financial inclusion. In contrast, public perception was found to have a weak but significant negative effect, meaning that uncertainty and misunderstanding continue to reduce public trust and participation. Biographical data such as age, education and religion were analyzed and showed that these factors play an important role in shaping public perception and awareness. This study concludes that for Islamic finance to contribute significantly to Ethiopia's financial inclusion agenda, raising public awareness, dispelling misperceptions and creating conducive regulatory environments are key determinants. These findings have implications for policymakers, financial institutions and development stakeholders seeking to use Islamic finance as a tool for ethical, inclusive and sustainable financial empowerment.	
Keywords: Islamic Finance, Financial Inclusion, Public Awareness, Perception	

GİRİŞ

İslami finans sistemi, İslam hukuk sistemi olan Şeriat'ın ilkeleri tarafından yönetilen İslami değer sistemine dayalı alternatif bir finans sistemi olarak dünya çapında tanınmıştır. Etik, ahlak, sosyal adalet, iyi insan vicdanı ve banka ile müşterileri arasında adil bir ilişkiye dayanmaktadır (Chapra, 1996; Johan & Hussain, 2019). İslami finans sistemindeki belirleyici faktörler, sözleşme tarafları ve genel olarak toplum arasında adaleti ve iyiliği teşvik ettiği için doğası gereği benzersizdir. İslami finans sisteminin bu temel ilkeleri faiz yasağı, aşırı belirsizliğin (*gharar*) yasaklanması, spekülasyon ve kumar yasağı, açığa satış yasağı, risk paylaşımının teşvik edilmesi, finansal kapsayıcılığın kolaylaştırılması, girişimciliğin teşvik edilmesi ve piyasa tekelinin yasaklanmasıdır (Gafoor, 2012; Obaidullah, 2005).

İslam ekonomisi düşüncesinin bir parçası olarak ortaya çıkan İslami finans, son yıllarda küresel finans sisteminde kök salmıştır (Asutay, 2007). İslami finans, faizi (*riba*), belirsizliği (*gharar*) ve alkol ve kumar gibi günah işlerine katılımı yasaklayan Şeriat uyumlu bir finansal sistemdir. Kâr ve zararın adil bir şekilde paylaşıldığı Mudarebe (kâr paylaşımı) ve Müşareke (ortak girişim) gibi araçlar yoluyla etik ve risk paylaşımı finansal araçları teşvik etmektedir. Böyle bir sistemde, işlemler gerçek varlıklarla desteklenmeli, böylece reel ekonomi ile bağlantı kurulmalı ve spekülasyonlar engellenmelidir. Tek amacı sosyal adalet ve mutluluğu teşvik etmek olan İslami finans kurumları, ürünlerini Şeriat ilkelerine göre tasarlamak zorundadır (El-Gamal, 2006; Iqbal & Mirakhor, 2011).

Son birkaç on yılda, İslami finans kurumları kendilerini küresel finans ortamının istikrarlı bir bileşeni olarak kabul ettirmişlerdir (Hesse, Jobst, & Sole, 2008). İslami finans, özellikle de İslami bankacılık, son elli yılda tahmini %15-20 büyüme oranıyla sürdürülebilir bir finansal sistem olduğunu kanıtlamıştır. 2007-2008 küresel finansal krizi, sistemin sadece krizlere karşı dayanıklı olmadığını, aynı zamanda artan piyasa penetrasyonu ve geleneksel ekonomik modellere ek bir boyut kazandırarak küresel finansal istikrarı ve sosyal içermeyi desteklediğini göstermiştir (Fazlan ve Mohammad, 2007). Fazlan ve Mohammad (2007) ayrıca Orta Doğu ve Kuzey Afrika'daki İslami bankaların piyasa hakimiyetleri nedeniyle 2001-2006 döneminde Asyalı muadillerinden daha yüksek verimlilik sergilediklerini tespit etmiştir.

ICD - LSEG 2022 İslami Finans Gelişim Raporu'na göre, toplam İslami finans varlıkları, büyük ölçüde bankacılık sektörü ve sukuk piyasasındaki hızlı büyümenin etkisiyle %11 artarak 2022 yılında 4,5 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. İslami bankacılık sektörü ve sukuk, toplam İslami finans sektörünün sırasıyla yaklaşık %70 ve %18'üne katkıda bulunmuştur. Geçtiğimiz yıl boyunca dünya finans sektörü, öngörülemeyen uluslararası emtia fiyatları ve pandemi öncesi istikrara henüz kavuşamayan dünya çapında bir tedarik zincirinin damgasını vurduğu istikrarsız bir ekonomiyle karşı karşıya kalmış ve tüm bunlar enflasyon oranının yükselmesine neden olmuştur. İslami finansın küresel varlıklarla pazar payındaki önemli artış, özellikle Müslüman çoğunluğa sahip ülkelerde ve yetersiz hizmet alan nüfuslarda finansal kapsayıcılık konularına verdiği önemi göstermektedir (IFSB, 2022).

Sistemin sosyal ve etik doğası, risk altındaki topluluklara yardım eden zekât (zorunlu hayırseverlik) ve karz-ı hasen (güzel borç) gibi servet dağıtım araçlarında belirginleşmektedir. İslami finans, etik ilkeleri yansıtan Şeriat uyumlu finansal ürünler sunduğunda, geleneksel bankacılık riskinden kaçınan, yetersiz hizmet alan dini ve sosyoekonomik pazarlar için de uygun bir alternatiftir. Buna ek olarak, sukuk (İslami tahviller) ve tekafül (İslami sigorta) gibi araçlar risk paylaşımı ve iş birliği uygulamaları yoluyla istikrarı ve kapsayıcılığı teşvik etmektedir. Dolayısıyla, İslami finansın dünya genelinde adil ekonomik kalkınmanın sağlanması ve yoksulluğun azaltılması için sürdürülebilir bir model olduğu kabul edilmektedir (Obaidullah & Khan, 2008; Dünya Bankası, 2018).

Etiyopya'da İslami finansın başlangıcı 2007 yılında Etiyopya Müslüman Diasporası'ndan bir Müslüman heyetin Etiyopya'nın önceki Başbakanına İslami bankacılığın yetkilendirilmesini sormasıyla başlamıştır. 2008 yılında bir grup Müslüman "Zamzam Bank" adı altında İslami bankacılığın kurulmasını teklif etmiş ve hükümet faizsiz mevduat toplama ve fon kullanımı ile ilgili bankacılık faaliyetlerini düzenleyen 592/2008 sayılı bildiriye yayınlamıştır (Zamzam Bank, 2012).

Etiyopya'da giderek önem kazanan İslami finans, önemli bir Müslüman nüfusa ve resmi hizmetlere asgari erişime sahip bir ülkede finansal katılım için potansiyel bir çözüm sunmaktadır. İslami finansın ilkeleri, yani faizin dışlanması ve risk paylaşımının teşvik edilmesi, ahlaki gerekçelerle muhtemelen ana akım finansal araçlardan yararlanmayan önemli sayıda Etiyopyalının etik ve dini inançlarına karşılık gelmektedir. Bu durum,

finansal kapsayıcılığın acil bir sorun olmaya devam ettiği ve yetişkinlerin resmi bankacılığa erişiminin yalnızca %35 civarında olduğu Etiyopya'da hususiyle önem arz etmektedir (Dünya Bankası, 2022). Murabaha (maliyet artı finansman), İcare (kiralama) ve Takafül (İslami sigorta) içeren İslami finans, nüfusun marjinalleştirilmiş kesimleri, özellikle de inançları kredi ve diğer finansal hizmetlere erişimlerini sınırlandıranlar için bir çözüm sunmaktadır.

Etiyopya'da İslami finansın sosyal ve ekonomik katkısı, mikro düzeydeki değişikliklerden daha geniş ulusal kalkınma hedeflerinin bir parçası olmaya kadar uzanmaktadır. İslami mikrofinans girişimleri, özellikle de faizsiz krediler, ekonomik katılımın artırılması ve yoksulluktan korunma yoluyla kadınlar ve kırsal topluluklar da dahil olmak üzere toplumun yoksul kesimlerinin güçlendirilmesinde önemli bir rol oynamıştır (Obaidullah & Khan, 2008). Ayrıca, varlık destekleme kuralı ve spekülasyon yasağı finansal istikrarı artırmakta ve geleneksel finansın doğasında bulunan sistem risklerini azaltmaktadır (Ahmed, 2011). Bununla birlikte, İslami finans sektörü düşük halk bilinci seviyesi, elverişsiz düzenleyici koşullar ve vasıflı çalışan eksikliği gibi bazı görünür engellerle karakterize edilmiştir (Ali, 2022). Bu sorunların çözülmesi, Etiyopya'da kapsayıcı ve erişilebilir finans için bir araç olarak İslami finansın gerçek potansiyelini gerçekleştirmek için gereklidir. Sektöre verilecek uygun destek, finansal eşitsizliğin azaltılması ve adil kalkınmanın sağlanması yönünde bir paradigma değişimine yol açmaktadır.

Finansal kapsayıcılık, 1970'lerdeki mikrokredi hareketiyle ortaya çıkan ve 2000'lerin başında uluslararası bir mesele haline gelen bir terimdir. Finansal kapsayıcılık, kredi erişimi, tasarruf, sigorta ve ödeme sistemleri gibi düşük maliyetli ve faydalı finansal hizmetlere erişimin toplumdaki herkese, özellikle de organize finansal sistemin dışında kalanlara açılmasına yönelik bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır.

Bu fikir, özellikle düşük ve orta gelirli ekonomilerde ekonomik büyümenin önemli bir motoru olarak giderek daha geçerli hale gelmiştir. Artık küresel kalkınma gündeminin kilit unsurudur ve Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma (UNDP) hedeflerine ulaşılmasındaki hayati rolü birçok aktör tarafından kabul edilmektedir. Birçok uluslararası kuruluşun ve ulusal hükümetlerin ortak hedefidir ve giderek artan bir şekilde çeşitli politika hedeflerine ulaşmak için bir araç olarak görülmektedir.

Finansal kapsayıcılık, finansal kalkınmanın daha geniş bir parçası olup, cinsiyet, gelir düzeyi, inanç, kültür, ırk ve diğer sosyal koşullara dayalı önyargılardan arınmış olarak

tüm aktörlerin finansal hizmet ve ürünlere kolay erişimi anlamına gelmektedir (Dünya Bankası, 2014). Ekonominin sürdürülebilir kalkınması, yoksulluğun azaltılması ve yaşam standartlarının iyileştirilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmak için finansal kapsayıcılık, insanların mali durumlarını doğru bir şekilde yönetmelerini sağlayarak girişimciliği, istihdam yaratmayı ve ekonomik dayanıklılığı kolaylaştırmaktadır (Sarma ve Pais, 2008). Ayrıca bireylerin ve işletmelerin tasarruf, kredi, ödemeler ve sigorta gibi gerekli finansal hizmetlere erişimini sağlayarak daha yüksek ekonomik katılımı teşvik etmek için kullanılmaktadır. Ancak finansal tabana yayılma her zaman finansal hizmetlerin düzeyinden etkilenmeyebilir, zira birçok kişi bu hizmetlere erişebilse ve bunları karşılayabilse bile dini veya kültürel nedenlerden dolayı bu hizmetleri kullanmayı tercih etmeyebilir (Beck ve Demirgüç-Kunt, 2008).

Finansal kapsayıcılığın ekonomik kalkınmadaki rolü, bireysel faydaların ötesine geçerek daha geniş makroekonomik etkileri de kapsamaktadır. Kapsayıcı finansal sistemler, tasarrufların harekete geçirilmesi, etkin kaynak tahsisi ve tüketim kabiliyeti yoluyla daha fazla ekonomik büyüme ile ilişkilidir. Örneğin, gelişmekte olan ekonomilerde küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) istihdam ve GSYİH yaratma rolüne dair kanıtlar bulunmuştur, çünkü bu işletmeler genellikle sınırlı kredi ile kısıtlanmaktadır (Beck ve Demirgüç-Kunt, 2008). Finansal kapsayıcılık ise, daha riskli ve daha az verimli olma eğiliminde olan gayri resmi finansal sistemlerin kullanımını azaltma yönünde olumlu bir etkiye sahiptir. Buna ek olarak, resmi finansal araçlara erişim, ekonomik olayların şoklarına karşı dayanıklılığı derinleştirmekte ve finansal istikrarı desteklemektedir (Cull vd., 2014). Online bankacılık gibi dijital finansal hizmetler, daha önce uzak bölgelerde yaşayan insanlara bankacılığı getirerek finansal tabana yayılmanın ufkunu genişletmiştir. Sonuç olarak finansal tabana yayılma, sürdürülebilir kalkınmanın bir temeli olarak kabul edilmekte ve özellikle büyük ölçekli yoksulluğun azaltılması, herkes için insana yakışır bir iş ortamının yaratılması ve ekonomik büyümenin artırılması gibi Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine ulaşılmasıyla yakından bağlantılıdır (Birleşmiş Milletler, 2015).

Birçok insanın temel finansal hizmetlere ve resmî kurumlara erişime ihtiyaç duyduğu Etiyopya gibi gelişmekte olan ülkelerde, finansal tabana yayılma kritik bir konudur. Bu nedenle Etiyopya hükümeti uzun süredir bu konuya öncelik vermekte ve Ulusal Finansal Kapsayıcılık Stratejisi (NFIS) olarak bilinen kapsamlı bir platform geliştirmektedir.

Etiyopya Ulusal Bankası'nın 2021 yıllık raporunda, Etiyopya'nın 2016 yılında geliştirilen ilk ulusal stratejisi olan Ulusal Finansal Kapsayıcılık Stratejisi'nin, yasal ve finansal altyapının başlatılmasında ve finansal tabana yayılma seviyelerinin iki katına çıkarılmasında büyük rol oynadığı belirtilmektedir. 100.000 yetişkin başına banka şubelerinin 7'den 12'ye, 3 bankacılık ve mobil para acentesinin 100.000 yetişkin başına 77 acenteye çıkarılması ve 2021 yılında hesap sahibi sayısının %35'ten %47'ye çıkarılması gibi somut ve iyimser sonuçlar elde edilmiştir (Dünya Bankası, 2021). Bu başarı esas olarak yeni finansal kurumların kurulması ve mevcut kurumların genişletilmesinden kaynaklanmaktadır.

NFIS-I deneyimi, Etiyopya hükümetinin, bireylerin ve işletmelerin ihtiyaçlarını sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde karşılayan kredi, sigorta, tasarruf, ödeme ve işlemler gibi makul fiyatlı finansal ürün ve hizmetlere erişebilmelerini ve bunları kullanabilmelerini sağlamada finansal içermenin değerini anlamasına yardımcı olmuştur. Etiyopya hükümeti, NFIS I'den önemli bir ders çıkararak, Müslüman topluluklarda kapsayıcı finansmanı güvence altına almak için Şeriat uyumlu finansal ürün ve hizmetleri dikkate alan İkinci Ulusal Finansal İçerme Stratejisi (NFIS II) adlı başka bir strateji uygulamaya başlamıştır.

Bu çabalara rağmen, Etiyopya'da finansal kapsayıcılık hala gelişme aşamasındadır ve nüfusun önemli bir kısmı hala resmi finansal ürün ve hizmetlere sınırlı erişimde sorunlar yaşamaktadır. Dünya Bankası (2022), Etiyopyalı yetişkinlerin yalnızca %35'inin resmi finans kurumlarına erişimi olduğunu ve bu oranın Sahara Altı Afrika (SAA) ortalamasından düşük olduğunu belirtmiştir. Bu sınırlama, çoğu insanın yaşadığı kırsal alanlarda ve erkeklerden daha yoksul olan kadınlar için ciddi boyutlardadır. Risk faktörleri arasında yetersiz finansal altyapı, sermaye başına finansal okuryazarlık ve geleneksel bankacılık kurumlarının önündeki dini veya kültürel engeller yer almaktadır. Nakit temelli ve kayıt dışı finansal etkileşimlerin ekonomideki hegemonyası, resmi finansal entegrasyonun yaygınlaşmasını kısıtlamaktadır. Bu zorluklara rağmen, mobil bankacılık ve acente bankacılığı da dahil olmak üzere dijital finansal hizmetlerin benimsenmesi, erişimi istikrarlı bir şekilde genişletmektedir. Öte yandan, İslami finansın inanç temelli dışlanmayı ve finansal dışlanmayı çözme kabiliyeti hala büyük ölçüde kullanılmamaktadır ve bu da Etiyopya'nın finans sektörünü etnik çeşitliliğe sahip nüfusun

ihtiyaçlarına uygun bir şekilde genişletmesini gerekli kılmaktadır (Dünya Bankası, 2022; Hassan Kinyanjui, 2021).

Kamuoyundaki yetersiz anlayış ve olumsuz algılar, özellikle finansal kapsayıcılığı artırmaya odaklanıldığında, İşlami finansın küresel olarak büyümesinin önündeki en büyük engellerdir. Küresel düzeyde, İşlami finansın sadece Müşlümanlarla sınırlı olduğuna dair yanlış anlamalar, ürünlerin karmaşıklığı ve etik ilkelerindeki belirsizlikler büyümesini engellemektedir (Khan ve Bhatti, 2008). Düşük finansal okuryazarlık seviyesi, yetersiz pazarlama güdüsü ve halk eğitimine yapılan asgari yatırım, özellikle bankasız kesim olmak üzere birçok potansiyel kullanıcıyı İşlami finansın sağlayabileceği kapsayıcı finansal hizmetlerden uzak tutarak durumu daha da kötüleştirmektedir (Dusuki ve Abdullah, 2007). Dahası, küresel düzeyde İşlami finans için tek tip bir kuralın olmaması, yerleşik İşlami finans piyasalarının olduğu yerlerde bile bu tür yanlış anlama ve şüphelerin artmasına hizmet etmektedir (El-Gamal, 2006). Finansal okuryazarlık seviyesinin son derece yüksek olduğu Etiyopya gibi gelişmekte olan ekonomilerde, İşlami finans sektörünün yeni hikayesi ve sınırlı kurumsal kapasite nedeniyle İşlami finans konusundaki farkındalık seviyesinin düşük olması beklenmektedir. Halk arasında İşlami finans ilkelerine ilişkin bu denli düşük bir farkındalık düzeyinin ve uygulanabilirliğine ilişkin yanlış kanıların varlığı, sektörün gelecekteki gelişimini ve beklentilerini daha da sıkılaştırmaktadır.

Araştırmanın Konusu

İşlami finansın daha kapsayıcı finansal hizmetler için bir araç olarak küresel düzeyde artan takdirine rağmen, Etiyopya'daki etkisi sınırlıdır. Dünya Bankası (2022), finansal dışlanmanın derin bir ulusal sorun olduğunu ve yetişkinlerin yalnızca %35'ine resmi finansal sistemlerin hizmet verdiğini bildirmektedir. Bu sorun, okuma yazma bilmeyen topluluklar, kadınlar ve toplumun düşük gelirli kesimleri için daha da ciddidir ve bunlar hala gayri resmi finansal sistemlere bağımlı olmaya veya finansal erişimden yoksun olmaya zorlanmaktadır.

Etiyopya'da finansal katılımın teşvik edilmesini engelleyen hususlar arasında, ülkenin büyük Müşlüman nüfusunun geleneksel finans kurumlarının dini şartlarını yerine getirememesi de yer almaktadır. İşlami faiz yasağı (riba), birçok kişiyi geleneksel finansal hizmetleri kullanmaktan caydırmaktadır. İşlami finans etik ve şeriata uygun bir alternatif

olmasına rağmen, Etiyopya'daki potansiyeli düşük farkındalık, algı ve faaliyetler ve temeller hakkında net bir kamu imajının olmaması nedeniyle engellenmektedir. Daha da kötüsü, İslami finans için yeterince gelişmemiş bir düzenleyici çerçeve vardır ve bu da halkın şüphelerini ve kurumsal tereddütleri daha da körüklemektedir. Bu sınırlamalar sadece İslami finansal hizmetlerin büyümesi için bir tehdit oluşturmamakta, aynı zamanda Etiyopya'nın finansal katılımındaki boşlukları doldurma kapasitelerini de engellemektedir. Bu nedenle, İslami finansa ilişkin mevcut kamu bilinci ve algısının ölçülmesi, toplumdaki bilgi eksikliklerinin, yanlış anlamaların ve olumsuz tutumların üstesinden gelmek için önemlidir. Ayrıca İslami finansın Etiyopya'da kapsayıcı, adil ve sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın etkili bir kolaylaştırıcısı olmasını desteklemektedir.

Araştırmanın Soruları

- Etiyopya'da İslami finans konusunda halkın farkındalık düzeyi nedir?
- Etiyopya'daki çeşitli demografik gruplar arasında İslami finansa ilişkin temel algılar nelerdir?
- Kamuoyunun İslami finans konusundaki farkındalık ve algı düzeyi ile finansal kapsayıcılık arasındaki ilişki nedir?
- Etiyopya'nın İslami finans sektöründe finansal hizmetlerin sınırlı bir şekilde sunulmasına katkıda bulunan temel faktörler nelerdir?

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın genel amacı, Etiyopya'da halkın İslami finansa yönelik bilgi, görüş ve tutumlarını ölçmek ve finansal katılımın teşvik edilmesindeki potansiyel etkisini incelemektir. Ayrıca, bu çalışmada ulaşılması beklenen özel hedefler şunlardır:

- Etiyopya'da İslami finansa yönelik kamu bilinci düzeyini incelemek.
- Etiyopya'daki çeşitli demografik gruplar arasında İslami finans algılarını araştırmak.
- Etiyopya'da halkın İslami finans konusundaki farkındalığının ve algısının finansal kapsayıcılık üzerindeki etkisini değerlendirmek.
- Etiyopya'nın İslami finans sektöründe finansal dışlanmaya katkıda bulunan temel faktörleri belirlemek.

Araştırmanın Önemi

Bu çalışma, çeşitli demografik özelliklere sahip olan ve finansal kapsayıcılığın azalmasına neden olan Etiyopya'da İslami finansın halk anlayışı ve algılarının tam bir değerlendirmesini sağlamak için önemlidir. Araştırmanın akademik önemi, Etiyopya'da sürdürülebilir finansal katılımı teşvik etmek için İslami finans konusunda farkındalık yaratmanın ve halkın algısını anlamının önemi konusundaki bilgi boşluğunu doldurma kabiliyetinden kaynaklanmaktadır. Bu çalışma, farkındalık (İslami finans ürünlerinin düzeyi ve algısı) perspektifiyle, Sahra Altı Afrika'da İslami finans ve finansal katılım alanında mevcut literatüre katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, özellikle Etiyopya gibi karma dinlere mensup bir ülkede, kültürel ve dini faktörlerin finansal davranış ve alternatif bankacılık modellerinin kullanımı üzerindeki rolünün aydınlatılmasına yardımcı olmaktadır.

Bu araştırmanın pratik sonuçları özellikle Etiyopyalı politika yapımcılar ve finans kurumları için önemlidir. Politika yapımcılar, İslami finans konusundaki cehalet ve farkındalık eksikliği seviyeleri hakkında araştırma ile bilgilendirilmekte, bu da finansal katılımı kolaylaştırabilecek daha hedefli düzenleyici yapıların ve eğitim girişimlerinin tasarımını bilgilendirmektedir. Finansal kurumlarla ilgili olarak, özellikle İslami finans ürünlerinin genişlemesini sunmakla ilgilenenler, İslami finans ürünlerine yönelik talep ve engeller konusunda çalışmışlardır. Şeriata uygun finansal çözümlerin dini kapsayıcılığını artırmak için Etiyopyalı Müslüman ve diğer kullanıcı topluluklarının bu çeşitli dini ihtiyaçlarını karşılayan özelleştirilmiş ürün ve hizmetlerin tasarımına giden yolu bulmaktadır. Ayrıca bu araştırma, politika yapımcılara ve finans kurumlarına ekonomik, düzenleyici, kültürel ve bilgi sorunları gibi İslami finans operasyonunun önündeki büyük engelleri belirleme konusunda yardımcı olabilir ve Etiyopya'da daha kapsayıcı ve çeşitli bir finansal sistemi geliştirmek için uygulanabilir önerilerle sonuçlanabilir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmanın amacına ulaşmak için, betimsel-analitik bir yaklaşım benimsenmiş ve veriler bir anket kullanılarak toplanmıştır. Amaç, bu olgunun varlığına katkıda bulunan değişkenleri araştırmak ve istenen sonucu elde etmek olduğu için, anket temelli bir örnekleme stratejisi uygun görülmüştür. Çalışma popülasyonu, Etiyopya'nın Addis Ababa ve Oromia bölgelerindeki resmi finansal kurumların aktif finansal hizmet kullanıcıları ve son 90 gün içinde bu kurumlarla işlem yapmış müşterilerinden oluşmuştur. Çalışma

popölasyonu, Etiyopya'nın Addis Ababa ve Oromia bölgelerindeki resmi finans kurumlarının aktif finansal hizmet kullanıcıları ve son 90 gün içinde işlem gerçekleştiren müşterilerinden oluşuyordu. Bu kişiler, anketi doldurmaya davet edilen hedef örneklem grubunu oluşturuyordu.

Araştırmanın Kapsamı

Bu çalışma, Etiyopya'da insanların İslami finans konusundaki farkındalığını ve algısını, özellikle de İslami finansın finansal kapsayıcılıktaki rolünü araştırmaktadır. Çalışma, İslami finansal ürün ve hizmetlerin, nüfusun finansal açıdan ayrıcalıklı kesimlerinin, özellikle de Müslüman nüfusun yoğun olduğu kırsal ve kentsel alanlarda yaşayanların ihtiyaçlarını karşılamadaki potansiyel rolünü incelemektedir. Bu kapsamda din, eğitim düzeyi, yaş ve gelir düzeyi coğrafi konum gibi demografik bileşenlerin İslami finans konusundaki farkındalık ve anlayış üzerindeki etkisi değerlendirilmektedir. Araştırma, İslami finansın farklı alanlarını, ilkelerini, potansiyel avantaj ve dezavantajlarının yanı sıra zorluklarını ele almakta ve bunları geleneksel bankacılık sistemleriyle ilişkilendirmektedir.

Çalışma, coğrafi kapsam açısından, başta Etiyopya'nın başkenti Addis Ababa ve Oromia olmak üzere, büyük bir sosyoekonomik çeşitliliğin ve İslami finans kurumlarının bulunduğu kentsel alanları dikkate almaktadır. Çalışma ayrıca İslami finansın potansiyel olarak Etiyopya'nın finansal sistemine nasıl entegre edilebileceğini araştırmayı ve böylece genel ekonomik kalkınma ve yoksulluğun azaltılması girişimlerine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Yapısı

Bu çalışmanın odak noktası, Etiyopya'da İslami finansla ilişkin halkın farkındalığını ve algısını, bunun finansal kapsayıcılık üzerindeki etkileriyle birlikte değerlendirmektir. Bu tezin sonraki bölümü aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir: Birinci bölüm, çalışma ile ilgili teorik ve ampirik literatürün gözden geçirilmesini sunmaktadır. İkinci bölüm, araştırmayı yürütmek için kullanılan araştırma tasarımı ve metodolojisini tartışmaktadır. Üçüncü bölüm, çalışmanın sonuçlarını, analizini ve yorumunu sunmaktadır. Dördüncü bölümde bulgular özetlenmekte, sonuçlar ortaya konulmakta ve gerekli politika önerilerinde bulunmaktadır.

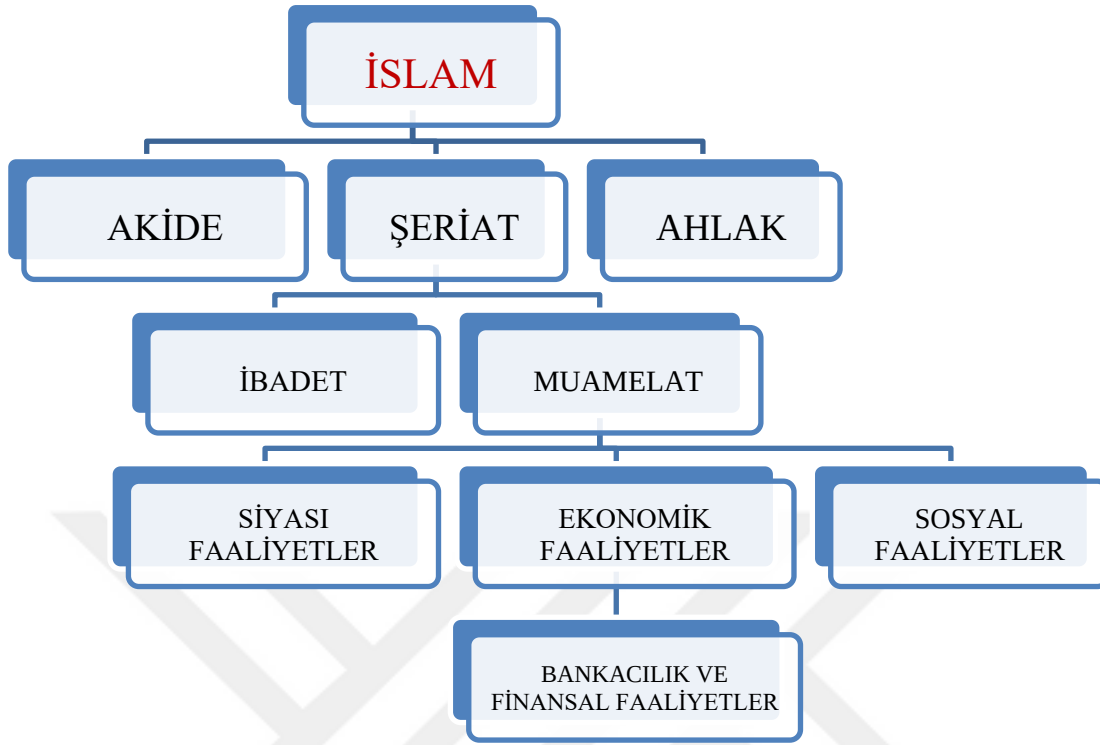
1. BÖLÜM: LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde, Etiyopya'nın İslami finans sektöründe halkın bilinci, algı, İslami finans, finansal kapsayıcılık ve finansal dışlanmaya katkıda bulunan temel faktörlere ilişkin çeşitli literatür, teorik ve ampirik bölümler halinde gruplandırılarak incelenmektedir. Ayrıca İslami finans ve finansal tabana yayılma arasındaki bağlantı da incelenmektedir. Buna ek olarak, İslami finans ve finansal tabana yayılma ile ilgili teorik literatürün yanı sıra konuyla ilgili son araştırma bulguları da incelenmektedir.

1.1. Teorik Literatür Taraması

1.1.1. İslami Finansın Temelleri

İslami finans, 20. yüzyılın başlarından bu yana farklı perspektiflerden açıklanan çok ünlü bir terimdir. Iqbal ve Mirakhor (2011), İslam'da ekonomi ve finansın rolü ile ilgili olarak İslam felsefesinin üç kategoriye ayrıldığını savunmuştur: inanç (akide), hukuk (şariat) ve ahlak ve etik (akhlaq). İman yaratıcı (Allah) ile insanlar arasındaki bağı, yani onların sadakatini ve inançlarını tanımlamaktadır. Ahlak ve etik Müslümanların toplumdaki davranışlarını, tutumlarını ve ahlakını etkilemektedir Şariat (İslam hukuku) bir Müslüman'ın günlük faaliyetlerini ve eylemlerini açıklamaktadır. Şariat ayrıca iki tür uygulama ve eylem olarak kategorize edilmektedir: insandan Allah'a ibadet ve insandan insana faaliyet (muamalat). İslami finans kurumlarının oluşumu, İslam devrimi ve Müslüman toplumun finans, bankacılık ve diğer alanlarda İslam'ı giderek daha fazla kabul etmesiyle ilişkilidir (Zainol, 2008). Aşağıdaki Şekil 1'de İslami finansın yeri açıkça gösterilmektedir.



Şekil 1: Ekonomi ve Finansın İslam'daki Yeri

Kaynak: Kettell (2011)

1.1.2 İslami Finansın Tarihsel Gelişimi

İslami finans, Peygamber Muhammed (S.A.V.) döneminden beri kullanılmaktadır. Alharbi (2015), İslami finansın 1400 yıl önce, İslam'ın başlangıcında ortaya çıktığını belirtmektedir. İslam'ın ilk yıllarında kaydedilen tarihi belgeler, günümüzdeki bankacılık işlemleriyle karşılaştırılabilecek bazı finansal faaliyet türlerinin İslam'ın ilk yüzyılında gerçekleştiğini ortaya koymuştur. Chachi'ye (2005) göre, Müslümanlar İslam'ın ilk günlerinden beri kaynakları harekete geçirmek ve bunları üretken işlere ve son kullanıcı taleplerine yatırmak için faiz dışı finansal sistemleri kullanmaktadır. İslami finans uygulamalarını Mudarebe (bir kişinin fon sağladığı ve diğer tarafın işgücü katkısında bulunduğu bir tür ortaklık) ve Muşaraka (iki veya daha fazla kişi veya kurumun sermaye katkısında bulunduğu bir ortaklık) gibi "kâr ve zarar paylaşımı" aracılığıyla hayata geçirmişlerdir.

Bankalar, beytül mâl (İslam devletinin hazinesi), havale, kambiyo senetleri, mevduat kabulü ve çek kullanımı İslam'ın ilk dönemlerinde Müslümanlar tarafından kullanılan İslami finans ürün ve hizmetlerinin yaygın örnekleridir (Mohamad, Abdullah, ve Abidin, 2013). Örneğin, beytül mâl bir devletin merkez bankası olarak işlev görmüş, zekât, arazi vergisi, bağışlar ve sahipsiz mülklerden para toplamış ve gelirleri yoksulları desteklemek için kullanmıştır. Ancak, zaman geçtikçe, İslam dünyası Şeriat ilkelerinden sapma, savurganlık, organizasyon kültürü eksikliği, yönetim başarısızlığı ve yapılan çeşitli savaşlar nedeniyle bilimsel ve finansal başarısını kaybetmiştir. Bu nedenle, Şeriata uygun hizmetler sunan finans şirketleri, faiz temelli Batılı finans şirketleri tarafından geride bırakılmıştır (Chachi, 2005).

On dokuzuncu yüzyılda, neredeyse tüm Müslüman ülkeler faize dayalı Batı bankacılık sistemlerini benimsemiştir. Bunu göz önünde bulunduran Nassir (2015), belirtildiği üzere, batı finans sistemi tüm Müslüman ülkelerde kullanıldığında, Müslüman alimlerin üç temel bakış açısı sunduğunu iddia etmiştir. Şeriata uygun bir finansal sistemi olmadığı için geleneksel finansal kurumlar tarafından sağlanan ürün ve hizmetlere erişim helal olarak kabul edilmektedir. İkinci bakış açısının savunucuları ise geleneksel finansal hizmetlerin haram olmakla birlikte toplumun günlük varlığı için elzem olduğunu iddia etmiştir. Ayrıca geleneksel bankacılık hizmet ve ürünlerine erişime de izin vermişlerdir. Üçüncü bakış açısının destekçileri, faiz temelli finansal ürün ve hizmetlerin İslam'da yasaklanmış olmasına rağmen, finans alanında faizsiz olarak kullanılabilen başka sözleşmelerin de olduğunu savunmaktadır. Sonuç olarak, Şeriat uyumlu finans kurumlarının uygulanabilir olduğunu ileri sürmüşlerdir. Son olarak, üçüncü grubun bakış açısı Müslüman entelektüeller arasında destek kazandı ve faizsiz finans kurumlarını inşa etme fikri 1940'larda bir teori olarak ilgi görmeye başladı. Bunlar, çağdaş İslami finansın kurulmasının dönüm noktalarıydı.

Dünya genelinde konvansiyonel finansın uzun süren üstünlüğünün ardından, Şeriat uyumlu İslami bankacılık sistemi, dini nedenlerle finansal hizmetlere erişemeyen insanlar için bir seçenek olarak finans sektörüne girmiştir (Tiby & Grais, 2015). Alharabi'ye (2015) göre, çağdaş İslami finans üç aşamada gelişmiştir. İlk aşama 1930'dan 1963'e kadar sürmektedir ve bu süre zarfında uzmanlar şeriata uygun finansal kuruluşlar oluşturmak için teorik olarak çalışmışlardır. İkinci aşama, şeriata uygun finansal kurumların tanıtılması ve geliştirilmesini içermektedir. Bu aşama 1963-1976 yıllarını

kapsamaktadır. Bu dönemde, ilk Şeriat uyumlu bankalar sırasıyla 1950 ve 1963 yıllarında Pakistan ve Mısır'da kurulmuştur. Bu süre zarfında Orta Doğu'da İslami finans üzerine çok sayıda konferans düzenlenmiştir. Çağdaş İslami finans gelişiminin üçüncü aşaması küresel yayılma olarak bilinmektedir. Bu aşama 1997'den günümüze kadar uzanmaktadır. Bu süre zarfında, dünya genelinde çeşitli İslami finans kurumları kurulmuş ve geliştirilmiştir.

Günümüzde İslami finans, geleneksel finansal sisteme bir alternatif olarak küresel çapta genişlemektedir. Nagaoka'ya (2012) göre İslami finans, “sukuk, emtia murabahası ve İslami türevler” gibi yeni İslami finansal araçların ortaya çıkmasıyla milenyumdan bu yana hızla büyümüştür. Bu gelişme ve sektörü yönetmek, düzenlemek ve denetlemek için uluslararası kuruluşların oluşturulması, İslami finansı hızla büyüyen bir endüstri haline getirmiştir. ICD - LSEG İslami Finans Gelişim Raporu'na (2024) göre, küresel İslami finans varlıkları, büyük ölçüde bankacılık sektörünün gelişimine bağlı olarak %11 oranında büyüyerek 2023 yılında 4,9 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır.

1.1.2.1. Etiyopya'da İslami Finansın Gelişimi

Etiyopya'da İslami finansın kurulmasına yönelik somut fikir, 2007 yılında Etiyopya Müslüman diasporasından bir heyetin, dönemin Başbakanından İslami bankacılığın yetkilendirilmesini talep etmesiyle başlamıştır. Bu doğrultuda, 2008 yılında "Zamzam Bank" kurulmuş ve hükümet faizsiz mevduat seferberliği ve fon kullanımıyla ilgili bankacılık faaliyetlerini düzenleyen 592/2008 sayılı bildiriye yayınlamıştır (Zamzam Bank, 2012). Ancak, ilk İslami Bankanın kurulması için uzun ve istikrarlı bir çabanın ardından, Etiyopya Ulusal Bankası, tam teşekküllü İslami bankaların kurulmasını zorlaştıran bir yönerge hazırladı. Yeni yönerge, İslami bankacılık faaliyetlerini geleneksel bankalar tarafından verilen bir pencere hizmeti olarak sınırlandırmıştır. Bu nedenle, önceden kurulmuş olan "Zamzam" kapatıldı. Bu süreçte Etiyopyalı Müslümanlar, tam teşekküllü İslami bankalar açmalarına izin verilmesi yönündeki taleplerini hükümete iletmeye devam etmiştir. 22 Mayıs 2019'da Etiyopya'nın mevcut Başbakanı Abiy Ahmed, tam teşekküllü faizsiz finansal girişimlerin kurulmasına izin vereceğine dair söz verdi (Hailu vd., 2020). Sonuç olarak, Etiyopya Ulusal Bankası, başbakanın vaadine yanıt olarak "Bildiri No: 1159/2019" olarak bilinen yeni bir bildiri yayınladı. Bu bildiri, Etiyopya'da tam teşekküllü İslami bankaların kurulmasına izin vermektedir.

	Banka	Tür	Kuruluş Yılı	IFB Faaliyetlerinin Başlangıç yılı
1	Etiyopya Commercial Bankası	Geleneksel	1963	2013
2	Oromia Uluslararası Bankası	Geleneksel	2008	2013
3	United Bankası	Geleneksel	1998	2014
4	Wegagen Bankası	Geleneksel	1997	2015
5	Nib Uluslararası Bankası	Geleneksel	1999	2015
6	Oromia Kooperatif Bankası	Geleneksel	2004	2015
7	Abay Bank	Geleneksel	2010	2016
8	Awash Bank	Geleneksel	1995	2016
9	Amhara Bankası	Geleneksel	2022	2022
10	Abyssinia Bankası	Geleneksel	1996	2017
11	Dashen Bank	Geleneksel	1995	2018
12	Bunna Uluslararası Bankası	Geleneksel	2009	2019
13	Debub Global Bank	Geleneksel	2012	2021
14	Zemzem Bank	İslami	2021	2021 (tam teşekküllü)
15	Hijira Bankası	İslami	2022	2022 (tam teşekküllü)
16	Shabelle Bank	İslami	2011 (mikro finans)	2021 (tam teşekküllü)

Tablo 1: Faaliyet Türlerine Göre Etiyopya’da Öne Çıkan Bankalar

Kaynak: Bankanın web sitesinden derlenmiştir

1.1.3. İslami Finans İlkeleri

İslami bankacılık ve finans, geleneksel bankacılık ve finanstan temelde farklıdır. İslami finans, İslam hukukundan türetilen benzersiz ve farklı ilkeler üzerine kurulmuştur. Alamad (2017) İslami finansı, Şeriat kapsamında kurulan, yönetilen ve İslam’a uygun finansal faaliyetlerin finanse edilmesi ve üstlenilmesine yönelik bir yaklaşım olarak tanımlamaktadır. Geleneksel ve İslami finans arasındaki ayrım, yalnızca finansman ve yatırım yöntemlerinden ziyade temel ilkelere ve etik standartlara dayanmaktadır (Karim 2005).

İslami finansın ilkelerinden biri de "Riba" olarak bilinen faiz yasağıdır. İslam'da faiz kesinlikle yasaklanmıştır ve tüm işlemler faizden arındırılmış olmalıdır. Arapça "Riba" terimi "artış" veya "ilave" anlamına gelir. Teknik olarak, yeterli karşılık alınmadan yapılan herhangi bir ekstra ödeme veya tazminatı ifade etmektedir (Usmani, 2002). Bununla birlikte, riba sadece krediler için kullanılmaz; aynı zamanda satış ve takas için de kullanılabilir. Satış ya da alışverişte riba, satıcı ya da alıcının aynı türden malları farklı miktarlarda değiştirmeleri durumunda haksız bir artış elde etmeleri durumunda ortaya çıkarmaktadır (Abdelrahman, 2003). Ayrıca, ribanın yasaklanmasının uygunluğu hem ahlaki hem de ekonomik kaygılardan kaynaklanmaktadır. Faiz ahlaki açıdan kabul edilemez çünkü yoksulları sömürür ve başkalarının servetine herhangi bir karşılık almadan el koymaktadır. Ekonomik açıdan ise kâr için çalışma fikrini baltalamakta ve toplumda karşılıklı iş birliği ve kardeşliği teşvik etmemektedir. Ayrıca, Riba gelir eşitsizliğini artırmaktadır (El-Ashker & Wilson, 2006).

Bir ticari işlemde aşırı belirsizlik (Gharar) ve risk bulunması da yasaklanmıştır. Ayub'a (2008) göre Gharar, bir sözleşme veya ticarete konu veya fiyat konusunda netlik olmamasının yarattığı belirsizlik veya tehlikedir. Ancak, belirsizlik ve risk ticari faaliyetin karakteristik özelliklerindendir ve tamamen önlenemez. İslami finasta gharar yasağı, sözleşme tarafları arasında anlaşmazlığa neden olan veya anlaşmazlık yaratan aşırı belirsizliği ifade eder (Al-Saati, 2003). Ayrıca, İslami finans kumar ve diğer şans oyunlarını da yasaklamaktadır. İslami finasta iki önemli kumar kavramı vardır: Meysir ve Kumar. Meysir, başkalarının haklarının kaybı yoluyla olsun ya da olmasın, şans yoluyla para kazanılmasıdır. Kumar ise, bir kişinin diğerinin zararına fayda sağlaması durumunda ortaya çıkarmaktadır (Ayub, 2008). İslam'da ticarete izin verilmesine rağmen, İslam ilkelerine uygun olmayan ticari faaliyetlerde bulunmak kesinlikle yasaklanmıştır. Ayrıca, zekât, karz-ı hasen ve vakıf gibi kâr amacı gütmeyen finansman, toplumun sosyoekonomik gelişimi için kritik öneme sahip olduğu için teşvik edilmektedir (Karim, 2005).

Özel mülkiyetin ve piyasa özgürlüğünün teşvik edilmesi İslami finansın temel kavramlarından biridir. Bir varlığın veya mülkün mülkiyeti, riskleri ve getirileriyle ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır ve para, mal ve hizmet piyasasının dışında üretilemez. Ayrıca, piyasa tamamen rekabetçi olmalıdır. Tekel ve diğer piyasa aldatmacaları yasaklanmıştır. Zaman, parayla değil, ertelenmiş ticaretle değerlendirilir ve değiştirilir.

Para sermaye değil, üretken faaliyetlerde diğer kaynaklarla birleştiğinde sermayeye dönüşen potansiyel sermayedir. Abdelrahman (2013) göre Medine Pazarı, pazarları ve ticareti yöneten düzenlemelerle İslam'daki pazar çerçevesinin bir taslağıdır ve İslami saf rekabet olarak tanımlanır. Medine piyasası kuralları, piyasaya girişte vergi ve harç alınması, ihtikar (istifçilik), tekelci rekabet uygulamaları, dolandırıcılık ve hile, ayrımcı ve haksız fiyatlar, gharar ve fiyat manipülasyonu gibi piyasa usulsüzlüklerini ve kusurlarını yasaklamaktadır.

1.1.4. Temel İslami Finansal Araçlar

İslami finans kuruluşları, müşteri memnuniyetini artırmayı ve şeriat ilkeleriyle uyumlu alternatifler sunmayı amaçlayan çeşitli ürün ve hizmetlerin geliştirilmesinde önemli başarılar elde etmiştir (Ridho vd., 2023). İslami finans, etik davranış, risk paylaşımı ve varlığa dayalı işlemleri vurgulayan Şeriat ilkelerine bağlı çeşitli finansal araçlar kullanmaktadır. Bu araçlar, faiz, belirsizlik ve kumar ve alkol üretimi gibi haram faaliyetlere yapılan yatırımlar üzerindeki İslami kısıtlamalara uyarak geleneksel finansal uygulamalara alternatifler sunmaktadır (Iqbal & Mirakhor, 2011). Geleneksel finansın aksine, İslami finansal araçlar gerçek ekonomik faaliyetlerle bağlantılıdır, bu da açıklığı teşvik eder ve spekülasyonu azaltır (El-Gamal, 2006). Murabaha (maliyet artı finansman), Mudarabah (kâr paylaşımlı ortaklıklar), Musharakah (ortak girişimler), Ijara (kiralama) ve Sukuk (İslami tahviller) ticaret finansmanı, yatırım ve leasing gibi çeşitli hizmetler sunan finansal araçlardır (Khan 2010) Ayrıca, tekafül ve karz-ı hasen gibi sosyal refah araçları dezavantajlı grupların ihtiyaçlarını karşılamakta, finansal katılımı artırmakta ve adil ekonomik büyümeyi teşvik etmektedir (Obaidullah & Khan, 2008).

1.1.4.1. Murabaha

Murabaha, mevcut finansal kurumlar içerisinde en yaygın finansman aracıdır. Bu araç dayanıklı tüketim malları, gayrimenkul ve endüstriyel hammadde, makine veya ekipman alımlarını finanse etmek için kullanılır. Bununla birlikte, çoğunlukla akreditif gibi kısa vadeli ticaret finansmanı için kullanılır. Bu finansman türü, diğer finansman türlerine kıyasla kullanım kolaylığı nedeniyle dünya genelinde İslami bankacılık ve mikrofinans sektörlerinde yaygın ve köklüdür. Murabaha, bir ürünün maliyetine kâr payı ekleyerek alım ve satım prosedürlerini kullanan ve müşterinin taksitle ödeme yapmasına olanak

tanıyan bir finansman türüdür (Khan, 2008). Alternatif bir finansman modeli olarak da uygulanabilir ve İslami finans kullanıcılarının tüketim veya üretim için bir varlığı ellerinde tutmalarına ve ürünün maliyetini vadeli olarak ödemelerine olanak tanımaktadır. Murabaha işlemi fıkhi açıdan uygundur, çünkü banka varlığı kârla yeniden satmak üzere satın alır, bu da paranın parayla basit bir değişiminden ziyade bir malın para karşılığında satıldığı anlamına gelmektedir (Vogel, F. E., & Hayes, S. L. 1998). Müşterilerine ürün satın almaları için sadece borç para veren geleneksel bir bankanın aksine, İslami bir banka müşteriye güvenli bir şekilde teslim edilene kadar malların sorumluluğunu üstlenmektedir. Bu durumda banka, alım ve satım tarihleri arasında fiyatın keskin bir şekilde düşmesi halinde önemli riskleri kabul etmektedir. Bu nedenle, kâr payı, ilişkili riskler taşıyan bir alım satım işleminde tahsil edilen bir kârdır.

1.1.4.2. Mudarebe (Kâr Paylaşım Ortaklığı)

Mudarebe, bir tarafın para sağladığı ve diğer tarafın (mudarib) emeğini sunduğu bir ortaklık finans modelidir. Ayub'a (2007) göre, bu sözleşme her iki tarafın da bir kâr paylaşım oranı üzerinde anlaşmasını gerektirir ve girişimci tarafından herhangi bir ihmal veya suistimal olmadığı takdirde zarar parayı yatıran tarafça karşılanacaktır. Mudarebe modeli genellikle İslami finans kurumlarında kullanılır; burada kurum sermaye verir ve girişimci fonları iş için kullanarak mudarib olarak çalışmaktadır (Abdul Rahman, 2007). Dhumale ve Sapcanin'e (1999) göre, bu model bir mikrofinans sisteminde kullanıldığında bazı dezavantajlara sahiptir: Girişimciler doğru muhasebe tutamayabilir, bu da kazançlarda belirsizlik ve tutarsızlığa yol açabilmektedir. Bu durum, krediden sorumlu kişilerin kredileri yönetmesi ve izlemesi için bir yük oluşturabilmektedir.

1.1.4.3. Müşareke (Ortak Girişim)

Müşareke, hem sermaye sağlayıcının hem de girişimcinin bir iş girişimine para katkısında bulunduğu bir başka ortaklık finansman modelidir. Kârlar önceden belirlenmiş bir orana göre eşit olarak dağıtılırken, zararlar her bir tarafın tahsis ettiği sermayeye göre paylaşılmaktadır (Farooq ve Ahmed, 2013). Bu düzenlemede, tüm ortaklar iş girişiminin yönetimine katılabilir. Buna karşılık, taraflar yönetime katılmamayı seçme özgürlüğüne sahiptir (Smolo, 2012). Müşareke modeli, bir ortağın hissesinin diğer ortak işletmenin veya mülkün tamamen sahibi olana kadar kademeli olarak azaldığı sürekli veya azalan

bir model olarak kalabilmektedir. Abdul Rahman (2007) azalan müşarekenin mikro finansman için en iyi ortaklık finansmanı yöntemi olduğunu ve mikro girişimcilerin kademeli olarak işletmelerinin mülkiyetini kazanmalarına olanak sağladığını öne sürmektedir.

1.1.4.4. İcâre

Bu model geleneksel kiralamaya benzemekle birlikte uygulamada önemli farklılıklar göstermektedir. Bir icâre sözleşmesinde, bir mal veya mülkün sahibi, sözleşme süresi sona erene kadar önceden ayarlanmış kira ödemeleri karşılığında diğer tarafa varlığı kullanma hakkı vermektedir (Hanif, 2014). İcare süresi boyunca, mal sahibi kiralanan varlığın mülkiyetini elinde tutar ve müşteri de onu kullanma hakkına sahiptir. Standart kira sözleşmesinde olduğu gibi, varlık sahibi, kira sözleşmesi sona erdikten sonra kiralanan varlığı kiracıya satmayı veya vermeyi taahhüt etmektedir. Iqbal ve Mirakhor'a (2011) göre, kira ve satış sözleşmeleri aynı anda yapılamayacağı için bunların birbirinden ayrılması gerekmektedir. Bu sözleşme, bir malı sözleşme tamamlanıncaya kadar kullanmak isteyen ve daha sonra bir hediye, sembolik bir bedel veya parasal ödeme yoluyla sahip olma seçeneğine sahip olan düşük gelirli bireyler için idealdir.

1.1.4.5. Karz-ı Hasen

İslami finanstaki diğer bir sözleşme türü de karz-ı hasendir ve hayırsever kredi veya faizsiz kredi olarak da bilinmektedir. Bu tür bir kredi, borçlunun sadece anaparayı geri ödemesini gerektirmekte ve ortaklık, kira veya satış gibi başka herhangi bir düzenleme içermemektedir. Karz-ı hasen bireyler arasında para transferini kolaylaştırmakta, yoksullara kendi işlerini kurma ve nihayetinde hayatlarını değiştirecek ve ekonomiye katkıda bulunacak bir şey üretme şansı sağlamaktadır. Karz-ı hasen uygulamasında finansman sağlayıcı tarafın ofis kirası, çalışan maaşları ve diğer ofis giderleri gibi meşru giderler olarak kabul edilen hizmet ve idari masraflar için bir yüzde alınmasını desteklemektedir (Khan & Phillips, 2010). Ancak, Şeriata uygun ve verimli bir finansman seçeneği olmasına rağmen karz-ı hasen uygulaması İslami bankacılıkta pek talep görmemektedir. Günümüzde ise bu uygulama birçok ülkede İslami mikrofinans kurumları tarafından düşük gelirli birey ve grupların kolay finansman yoluyla ekonomik hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için yaygın olarak kullanılmaktadır.

1.1.4.6. Sukuk

Arapça bir isim olan ve kelime anlamı "yazılı belge, resmi rapor, sertifika" olan sukuk, İslam geleneğinde karne, borç senedi ve ödeme emri gibi çeşitli şekillerde kullanılan hukuki, mali ve ticari bir araçtır. İslam tarihinde, özellikle Osmanlı İmparatorluğu döneminde, sukuk, kadıların hükümlerini ve dava detaylarını girdikleri yasal bir belgeye de atıfta bulunmaktadır (Eris, 2021). Kurumsal finansman için önemli bir fon sağlayarak sermaye piyasalarının önemli bir bileşeni haline gelmiştir (Clifford , 2013). Sukuk, şeriata uygun şartlara ve yapılara sahip önemli bir İslami finansal araçtır. Tahvil gibi geleneksel sabit gelirli araçlarla karşılaştırılabilir getiri sağlamayı amaçlamaktadır. Borç yükümlülükleri olan geleneksel tahvillerden farklı olarak Sukuk, Şeriata uygun bir finansman düzenlemesinde mülkiyeti temsil eder ve sahiplerine kârdan pay ve vade sonunda sermaye getirisi sağlar.

1.1.4.7. Tekafül

Genellikle İslami sigorta olarak adlandırılan tekafül, üyelerin birbirlerini belirli tehlikelere karşı korumak için para payı ödedikleri Şeriat uyumlu bir karşılıklı koruma sistemidir (Kettell, 2010; Pal vd., 2023). Geleneksel sigortadan farklı olarak Tekafül, faiz, aşırı belirsizlik ve İslam ilkelerine uygun olmayan yatırımlara ilişkin İslam ilkelerine bağlı kalırken karşılıklı iş birliği (ta'awun), ortak sorumluluk ve risk paylaşımı fikirlerine dayanmaktadır. Tekafül fonuna yapılan katkılar bağış (teberru) olarak kabul edilir ve herhangi bir artışın hissedarlara kâr sağlamak yerine katılımcılara dağıtılması veya gelecekteki talepler için saklanması sağlanmaktadır (Obaidullah & Khan, 2008). Tekafülün işletme modeli İslami standartlara uygun olarak inşa edilmiştir. Katılımcılar, bir Tekafül operatörü tarafından denetlenen fona katkıda bulunurlar. Tazminatlar bu fondan ödenir ve operatör önceden belirlenmiş parametrelere göre fonu yönetmek için bir ücret talep edebilmektedir. Bu format sözleşme belirsizliğini en aza indirir ve şeffaflığı teşvik eder (El-Gamal, 2006). Tekafülün Mudaraba modeli (katılımcılar ve operatörler arasında kâr paylaşımı) ve Wakala modeli (operatör tarafından ücrete dayalı yönetim) dahil olmak üzere birçok modeli vardır. Tekafül ürünleri hayat, sağlık, mülk ve iş sigortası gibi çeşitli amaçlar için mevcuttur (Iqbal & Mirakhor, 2011).

Tekafül, kişisel güvenlikten daha fazlası için önemlidir; aynı zamanda finansal katılımı teşvik eder ve sosyoekonomik kalkınmaya yardımcı olmaktadır. Tekafül, Şeriata uygun

sigorta seçenekleri sunarak dini kaygılar nedeniyle geleneksel sigortayı reddeden Müslümanların finansal güvence elde etmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca, İslam'ın toplumsal destek ve sosyal refah ilkeleriyle de uyumlu olduğundan hem Müslümanların çoğunlukta olduğu hem de gayrimüslimlerin yaşadığı ortamlarda önemli bir risk yönetimi aracıdır (Billah, 2007).

1.1.4.8. Diğer Enstrümanlar

İstisna ve Seleem gibi diğer İslami finansal sözleşmeler, Şariat uyumlu finansmanın uygulanmasında önemli bir rol oynamaktadır. İstisna, bir üretici veya yüklenicinin önceden belirlenmiş bir fiyat ve zamanda belirli ürünleri veya tesisleri üretmeye ve teslim etmeye zorlandığı sözleşmeye dayalı bir anlaşmayı ifade etmektedir. Bu düzenleme, bedelin ödenmesinin sözleşmenin tamamlanmasına kadar ertelenmesine veya ilgili taraflar arasında karşılıklı olarak kararlaştırılan şartlara göre taksitler halinde yapılmasına izin vermektedir (Iqbal & Mirakhor, 2011). İstisna'da taraflardan biri ürünleri satın alırken, diğeri üzerinde anlaşmaya varılan gereksinimlere göre bunları üretmektedir. Bu üretim girişimi tüm imalat, inşa, montaj ve paketleme süreçlerini kapsamaktadır.

Seleem, alıcının daha sonra teslim edilecek ürünler için ön ödeme yaptığı ve alıcı kredisi olarak da bilinen sözleşmeye dayalı bir anlaşmayı ifade etmektedir. Ürünlerin Bai Salam sözleşmesinin imzalandığı anda hemen hazır olması zorunlu değildir. Ancak, kalite ve miktarın yanı sıra teslimatın kesin zamanı ve yeri ile ilgili spesifik detaylar sözleşmede açık ve doğru bir şekilde belirtilmelidir (Visser, 2009). Başka bir deyişle, Bai Salam, malların ertelenmiş teslimatına ve tam ödemenin peşin yapılmasına izin veren bir satın alma sözleşmesidir. Satıcı, sözleşme sırasında erken ödeme karşılığında ürünleri müşteriye ileri bir tarihte sunmayı kabul etmektedir. Satın alınacak ürünün kalitesinin, anlaşmazlığa yol açabilecek herhangi bir belirsizlik olmaksızın, doğru bir şekilde belirtilmesi kritik önem taşımaktadır.

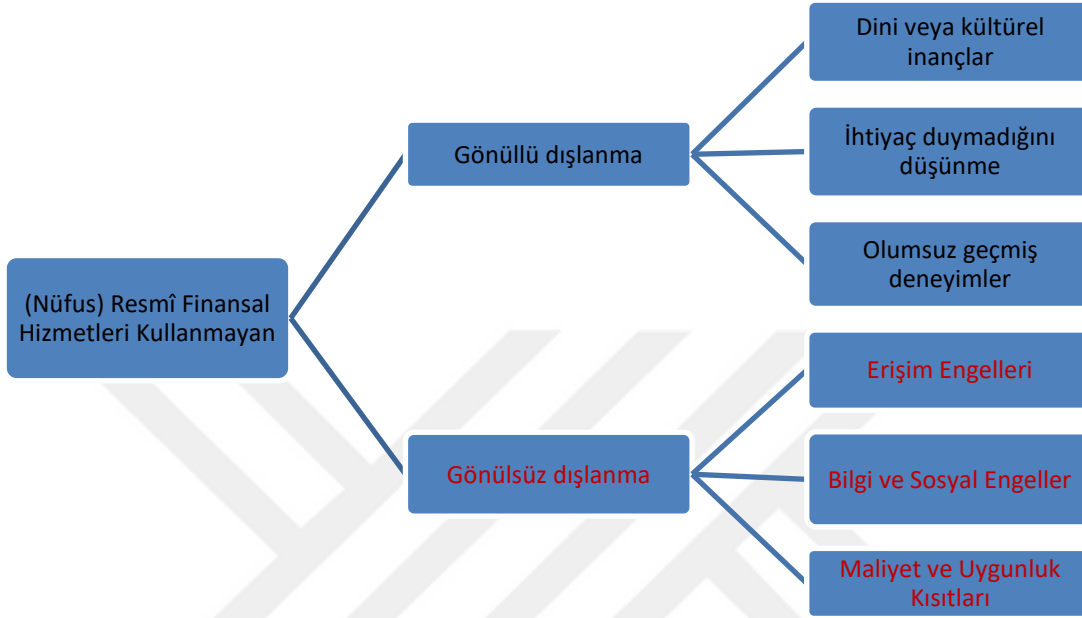
1.1.5. Finansal Kapsayıcılık Kavramı

Finansal içerme, resmi finansal hizmetleri halkın tüm üyeleri için mevcut, erişilebilir ve uygun fiyatlı hale getirmeye yönelik tüm faaliyetleri kapsamaktadır (IMF, 2020). Zaman içinde nüfusun bir kesimi, gelir miktarı ve değişkenliği, cinsiyet, din, kültür, faaliyet türü, coğrafya veya finansal bilgi nedeniyle resmi finans sektörünün sunduğu hizmetlerden

dışlanmıştır. Sonuç olarak, geleneksel finans sektörü hizmet ve ürünlerinden dışlanan birey, grup ve işletmelerin kullanılmayan potansiyelinden yararlanmaya acil ihtiyaç vardır. Ayrıca, bu kişilerin yeteneklerini artırmak, beşerî ve fiziksel sermayelerini desteklemek, çoklu gelir getirici faaliyetler konusunda eğitmek ve geçim kaynaklarıyla ilişkili riskleri yönetmek için araştırılmaları gerekmektedir (Triki & Faye, 2013). Buna ek olarak, bazı literatürde finansal içerme, toplumun bazı gruplarının ana akım sağlayıcılardan uygun, düşük maliyetli, adil ve güvenli finansal hizmetler ve ürünler elde edememesi olarak tanımlanan finansal dışlanma ile temsil edilmektedir (Mohan, 2006). Finansal tabana yayılma, evrensel olarak kabul edilmiş tek bir tanımı olmayan, küresel düzeyde en etkili konu haline gelen karmaşık ve sürekli gelişen bir konudur (Zhang & Valle-Sison, 2014). Oshora ve diğerlerine (2021) göre finansal tabana yayılma, finansal açıdan dezavantajlı bireylere ve işletmelere ucuz ve şeffaf finansal hizmetler sunulmasını içermektedir. Finansal tabana yayılmanın en güzel tezahürü, finansal açıdan dezavantajlı olan firma ve bireylere ihtiyaç duydukları anda finansal hizmetlerin hızlı ve erişimi kolay bir şekilde sunulmasıdır (Agarwal, 2010). Naga ve Hussein'e (2016) göre, finansal hizmetlerin kullanımı ve erişimi önünde maliyet veya maliyet dışı engellerin bulunmaması olarak da tanımlanabilmektedir. Ayrıca, amacının finansal hizmetleri iyileştirmek olduğunu ve bunun da herkes için uygun maliyetlerle finansal kapsayıcılık standardını yükseltmeyi gerektirdiğini belirtmiştir.

Aşağıdaki Şekil 2'de gösterildiği gibi, Finansal dışlanma, bireylerin ve işletmelerin resmi finansal kurumlar tarafından sağlanan finansal ürün ve hizmetlere erişememesi, zorlanması veya bunları başarılı bir şekilde kullanmak istememesidir. Finansal içerilmenin tam tersidir ve toplumun bazı kesimlerini finansal sisteme katılmaktan alıkoyan engelleri vurgulamaktadır (Beck vd., 2007). Finansal dışlanma, bankacılık hizmetlerine erişim eksikliği, sınırlı kredi kullanılabilirliği, sigorta kapsamı eksikliği ve dijital finansal platformlardan dışlanma gibi çeşitli şekillerde olabilmektedir (Demirgüç-Kunt vd., 2015). Finansal dışlanmanın ekonomik engeller (düşük gelir, yüksek işlem maliyetleri), coğrafi engeller (kırsal veya uzak bölgelerde fiziksel finansal altyapı eksikliği), sosyo-kültürel engeller (cinsiyet eşitsizliği, kültürel ve dini kısıtlamalar) ve bilgi engelleri (finansal okuryazarlık ve farkındalık eksikliği) dahil olmak üzere birçok nedeni vardır (Dünya Bankası, 2022). Ayrıca, ağır düzenleyici gereklilikler, zayıf

yönetişim ve çeşitli ihtiyaçlara uyarlanmış finansal ürünlerin yetersizliği gibi kurumsal sorunlar da finansal dışlanmaya katkıda bulunmaktadır (Obaidullah ve Khan, 2008).



Şekil 2: Finansal Dışlanmanın Nedenleri

Kaynak: Dünya Bankası, 2007

1.1.6. Finansal Kapsayıcılığın Önemi

Slusariuc ve Kovacs'a (2001) göre, finansal kurumlar ekonomik faaliyetleri desteklemek, finansal riskleri yönetmek ve finansal istikrarı teşvik etmek için çok çeşitli hizmetler sunmaktadır. Mevduat hizmetleri tasarruf, cari ve sabit mevduat hesaplarını; insanlar, işletmeler ve ipotek finansmanı için kredi ve borç verme olanaklarını; portföy yönetimi ve varlık danışmanlığı gibi yatırım hizmetlerini içermektedir. Ayrıca hayat, sağlık ve mülk sigortası gibi sigorta hizmetlerinin yanı sıra mobil bankacılık, kart hizmetleri ve elektronik fon transferleri yoluyla ödeme ve mutabakat hizmetleri de sunmaktadırlar. Para birimi dönüştürme ve uluslararası ticaret finansmanı için döviz hizmetleri, riskten korunma ve türev ticareti gibi risk yönetimi araçları da uzmanlaşmış ürünler arasındadır. Finansal kuruluşlar, özellikle imkanları kısıtlı ve marjinal gruplardan bireylerin ve şirketlerin uygun fiyatlı ve uygun finansal hizmetlere erişimini sağlayarak kapsayıcı finansın geliştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Temel sorumluluklarından biri,

fon fazlası olan sektörlerden fonları harekete geçirmeyi ve bunları üretken yatırımlara ve insanlar ve küçük işletmeler için kredi olanaklarına kanalize etmeyi içeren finansal aracılıktır (Demirgüç-Kunt, 2009). Finansal kurumlar, mikro-finans, tasarruf hesapları ve küçük işletme kredileri gibi bazen sömürücü faiz oranlarına sahip olan ve düzenleyici korumadan yoksun hizmetler sunarak kayıt dışı finansal sistemlere olan bağımlılığı azaltmaktadır. Ayrıca, finansal kuruluşlar dijital finansal hizmetler, mobil bankacılık ve acente bankacılığı sağlayarak coğrafi sınırları aşmakta ve izole edilmiş kişilerin kritik bankacılık hizmetlerine erişmesine olanak tanımaktadır (Allen vd., 2016).

Finansal kurumlar, şeffaflık yoluyla güven yaratarak ve finansal okuryazarlık girişimleri sağlayarak, imkanları kısıtlı toplulukların eğitilmiş finansal kararlar almalarını ve kayıtlı ekonomiye daha fazla katılmalarını sağlamaktadır. Finansal kurumların kapsayıcı finans alanındaki bir diğer önemli rolü de risk yönetimi ve sosyal korumadır. Sigorta, tasarruf mekanizmaları ve acil kredi olanakları gibi finansal ürünler sunarak düşük gelirli kişilerin ve küçük işletmelerin ekonomik şoklara ve öngörülemeyen finansal krizlere karşı dayanıklılık geliştirmelerine yardımcı olmaktadır (Demirgüç-Kunt vd., 2018). Ayrıca finansal kurumlar, bireylere paralarını ve varlıklarını verimli bir şekilde yönetebilmeleri için ihtiyaç duydukları bilgi ve becerileri sağlayarak kapasite geliştirme ve finansal eğitimde önemli bir rol oynamaktadır.

Le ve Nguyen (2020), finansal kapsayıcılığın yoksulluğun azaltılması ve kapsayıcı büyümenin hayati bir destekçisi olduğunu belirtmektedir. İşlem hesaplarına erişim, insanların ve işletmelerin finansal işlemleri daha verimli ve güvenli bir şekilde gerçekleştirmelerine, fonlara (ödemeler, kredi, tasarruf veya diğerleri) erişmelerine, gelecek için yatırım yapmalarına ve ekonomik şoklarla başa çıkmalarına olanak tanıyarak daha geniş finansal kapsayıcılığın yolunu açmaktadır. İşlem hesaplarına erişim dijital ekonomiye katılımı sağlar ve dijital kalkınma için önemli bir yapı unsurudur (The Global Findex Database, 2017). Sarma ve Pais'e (2008) göre finansal tabana yayılma mekanizması, tüm işletmelerin resmi finansal sisteme kolayca erişebilmesini ve bu sistemi kullanabilmesini sağlamaktadır. Sonuç olarak, finansal tabana yayılma, finansal sistem anlayışını artırmak, erişimi ve şeffaflığı geliştirmek ve temel finansal ürün ve hizmetlerin toplumun tüm kesimleri tarafından kullanılabilir olmasını sağlamak için yeniden tanımlanmıştır.

Finansal katılım, tüketimi artırmak, sağlık sorunları gibi şokları absorbe etmek veya dayanıklı mallar, ev tadilatı veya okul harcı gibi hane harcamaları yapmak için kredi veya tasarruf kullanan yoksul hanelere çok sayıda doğrudan fayda sağlamaktadır (Collins, 2009). Sigorta gibi diğer finansal araçlar yoksulların risklerini yönetmelerine yardımcı olabilmektedir. Araştırmalar finansal kapsayıcılığın kadınların ekonomik olarak güçlenmesine yol açabileceğini göstermektedir. Daha fazla finansal aracılığa sahip ekonomilerin daha hızlı büyüdüğünü ve gelir eşitsizliğinin daha düşük olduğunu gösteren makroekonomik kanıtlar da mevcuttur (Demirgüç-Kunt ve Levine, 2007). Bu nedenle, günlük yaşamı iyileştirir ve ailelerin ve işletmelerin uzun vadeli hedeflerden beklenmedik felaketlere kadar her şey için plan yapmalarına yardımcı olmaktadır.

Finansal olarak dışlanmış bireyler ve işletmeler için dezavantajlar, özellikle kadınlar, küçük ve orta ölçekli firmalar ve gelişmekte olan birçok ülkedeki yoksul yetişkinler için finansal içerme literatüründe son zamanlarda vurgulanmıştır (Koonson vd., 2021). Birçok ülkedeki birçok ekonomist, finans uzmanı ve politikacı, finansal kapsayıcılığın ekonomik güçlenme için gerekli olduğuna ve küreselleşen bu dönemde yoksulluğu azaltmak ve sürdürülebilir hedeflere ulaşmak için en ilerici yol olduğuna inanmaktadır (Emara & Said, 2021). Bu nedenle, finansal hizmetlerdeki değiştirilmiş dağıtım sistemleri, kurumları finansal olarak dezavantajlı müşteriler için özel finansal ürünler ve hizmetler sunmaya teşvik etmektedir. İstenilen finansal kapsayıcılık derecesine ulaşmak için açık kurallar ve esnek finansal politikalar gereklidir (Huang vd., 2020). Mobil bankacılık, acente bankacılığı, mikrofinans bankaları ve basit müşteri kriterleri gibi modern finansal sistem dağıtım mekanizmaları, yetersiz hizmet alan ve bankasız kişileri belirlemek için gereklidir. Bu düzenlemeler ve çabalar, mali açıdan dezavantajlı kişilerin bankacılık hizmetlerine daha iyi erişebilmelerini sağlamaktadır. Collard (2014), finansal tabana yayılma mekanizmaları aracılığıyla toplumun imkanları kısıtlı kesimlerinin dahil edilmesinin, ekonomik şoklar zamanında sürdürülebilir uzun vadeli kalkınmayı teşvik edebileceğini öne sürmektedir.

Akademisyenler ve politika yapıcılar birkaç nedenden ötürü bu konuyla özellikle ilgilenmektedir. İlk olarak, Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasında kilit bir araç olarak kabul edilmektedir (Shay vd., 2015). İkinci olarak, sosyo-ekonomik ve diğer birçok alanda toplum genelinde eşitsizliğin azaltılmasına yardımcı olmaktadır (Bold, 2012). Üçüncü olarak, finansal katılım Etiyopya gibi

gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun azaltılmasına yardımcı olabilir (Ali, 2022). Son olarak, gelişmekte olan ülkelere önemli sosyoekonomik faydalar sağlamaktadır (Sarma & Pais, 2022).

Bu nedenle, finansal kapsayıcılık, ekonomik büyümeyi teşvik ettiği, yoksulluğu azalttığı ve özellikle toplumun düşük gelirli ve yetersiz hizmet alan kesimleri için finansal hizmetlere erişimi artırdığı için Etiyopya için de çok önemlidir. Finansal kapsayıcılık, bireylerin ve küçük işletmelerin tasarruf, kredi ve sigortaya erişimini sağlayarak gelir yaratmayı ve ekonomik şoklara karşı dayanıklılığı destekler (Demirgüç-Kunt vd., 2018). Nüfusun önemli bir kısmının bankasız olduğu bir ülkede, kapsayıcı finansal sistemlerin yaygınlaştırılması sürdürülebilir kalkınma ve sosyal eşitlik için elzemdir (Ali, 2022).

1.1.7 İslami Finans Finansal Kapsayıcılığı Nasıl Teşvik Eder?

İslami finans, finansal katılımı iki yolla teşvik etmeyi amaçlamaktadır: Birincisi, geleneksel faizli borca dayalı finansmana alternatif olarak risk paylaşımına dayalı sözleşmeleri teşvik etmek; ikincisi ise belirli servet yeniden dağıtım araçlarını uygulamaktır (WBG, 2009). Zekât, sadaka, vakıf ve karz-ı hasen gibi hem risk paylaşımı hem de yeniden dağıtım araçları, yoksulluğun ortadan kaldırılması ve sağlıklı, gelişen bir ekonominin geliştirilmesi için eksiksiz bir strateji sağlamak üzere birlikte çalışmaktadır. İslam'ın bu araçları derin tarihi kökenlere sahiptir ve tarih boyunca çeşitli Müslüman toplumlarında kullanılmıştır.

1.1.7.1. Risk Paylaşımı Yoluyla Kapsayıcılık

Risk paylaşımı fikri, İslam ekonomisi ve finansının odak noktalarından biridir. Kâr, kayıpların ve bunların sonuçlarının sorumluluğunu kabul etmeyi gerektiren kusurluluk kavramına dayalı olarak meşrulaştırılmaktadır. Hz. Muhammed'e (s.a.v.) göre "kâr sorumlulukla birlikte gelir" şeklindeki hukuki düstur, Şeriat'ın izin verilen kârı diğer kazanç türlerinden ayırdığını ve yalnızca kayıp tehlikesi olduğunda kâra izin verdiğini göstermektedir. İslam, tüm ekonomik faaliyetler için tercih edilen organizasyonel çerçeve olarak risk paylaşımını, özellikle de risk paylaşımının en kapsamlı şekilde kullanılmasını ve mevcut teoriler tarafından ortaya konan her şeyin ötesine geçilmesini her zaman teşvik etmiştir (Askari & Krichene, 2011). Bir yandan İslam, herhangi bir istisna olmaksızın, her türlü açık ve zımni çıkara dayalı sözleşmeyi yasaklamakta ve mülkiyet hakları

ilkelerine dayanarak yoksullar, yoksunlar ve engellilerle zorunlu risk paylaşımını emretmektedir.

İslami finans risk paylaşımına öncelik verdiği için mülkiyet haklarını borçluya tam olarak devretmeden faiz talep eden borca dayalı araçlar yasaktır. Bu tür borca dayalı işlemlerin bir sonucu olarak, borç alan riski üstlenmektedir. Bunun yerine İslam, her iki tarafın da işlemin risklerini paylaşmasına izin vererek, bir dizi mülkiyet hakkının bir başkasıyla takas edildiği karşılıklı bir değişim önermektedir. Kur'an'ın ekonomik etkileşimlerle ilgili en önemli ayetlerinden biri (2:275) risk paylaşımını vurgulamaktadır.

Kur'an 2:275'te şöyle buyurulmaktadır: “Faiz yiyenler ancak şeytanın çarparak sersemlettiği kimse gibi kalkarlar. Bunun sebebi onların, “Alım satım da ancak faiz gibidir” demeleridir. Hâlbuki Allah alım satımı helâl, faizi ise haram kılmıştır. Artık kime Allah’tan bir öğüt erişir de faizciliği bırakırsa geçmişteki kendisinin, durumunun takdiri Allah’a aittir. Kim de yine faizciliğe dönerse işte bunlar orada devamlı kalmak üzere cehennemliklerdir”.¹

1.1.7.2. Yeniden Dağıtım Araçları Yoluyla İçerme

İslami ekonomik sistem temel olarak sosyal adalet, adil servet dağılımı ve farklı ekonomik ve sosyal yeniden dağıtım mekanizmaları yoluyla yoksulluğun azaltılmasına odaklanmıştır. Bu mekanizmalar İslami öğretilere sıkı sıkıya bağlıdır ve ekonomik durumdaki eşitsizlikleri ele alarak ve toplumun imkanları kısıtlı kesimlerine yardım ederek finansal katılımı artırmak için bir araç olarak kullanılmaktadır (Chapra, 2000). Temel araçlar arasında zekât, sadaka, bağış ve karz-ı hasen yer almaktadır.

Zekât, İslam'ın beş şartından biri olup, servetin yeniden dağıtılması ve sosyal ve ekonomik adaletin teşvik edilmesi için mali durumu uygun olan Müslümanlardan beklenen zorunlu sadakayı ifade etmektedir. Zekât, Arapça'da saflık, gelişme ve bereket anlamına gelen "zaka" kelimesinden gelmektedir. Hem manevi bir sorumluluk hem de yoksulluğun azaltılması ve gelirin yeniden dağıtılması için pratik bir araçtır (Chapra, 2000). İslam hukukuna (Şeriat) göre, zekât normalde birikmiş servet üzerinden %2,5 oranında tahsil edilir; buna tasarruflar, altın, gümüş, yatırımlar ve Nisab'ı (asgari servet) aşan diğer finansal varlıklar dahildir. Kur'an, aşağıdaki ayette zekât almaya hak kazananları açıkça belirtmektedir:

¹ Bu çalışmadaki ayetlerin meali için Diyanet İşleri Başkanlığı'nın <https://kuran.diyanet.gov.tr/tefsir> web sitesi kullanılmıştır.

"Sadakalar (zekât gelirleri) ancak şunlar içindir: Yoksullar, düşkünler, sadakaların toplanmasında görevli olanlar, kalpleri kazanılacak olanlar, âzat edilecek köleler, borçlular, Allah yolunda (çalışanlar) ve yolda kalmışlar. İşte Allah'ın kesin buyruğu budur. Allah bilmekte ve hikmetle yönetmektedir." (Kur'an, 9:60). Bu ayet, toplanan fonların sosyal eşitsizlikleri gidermek, yoksulluğu hafifletmek ve kritik toplum ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmasını garanti ederek sekiz zekât yararlanıcısı kategorisini ana hatlarıyla belirtmektedir. Zekât, dini görevinin ötesinde, adil gelir dağılımını ve sosyal refahı teşvik eden İslami finasta önemli bir sosyoekonomik araçtır (Obaidullah & Khan, 2008; Kahf, 2003). İkinci yeniden dağıtım aracı olan sadaka, Arapça'da doğruluk ve samimiyet anlamına gelmekte ve bu eylemin inanç ve ahlaki sorumluluğun bir tezahürü olarak manevi karakterini vurgulamaktadır. Para bağıışı, yiyecek, giyecek, barınma ve hatta yararlı sözler veya hizmet eylemleri gibi maddi olmayan katkılar da dahil olmak üzere birçok şekilde olabilmektedir (Hadis ve Sahih-i Müslim). Bu nedenle sadaka, İslam'da Allah'ı hoşnut etmek ve O'ndan bereket almak amacıyla merhamet, sevgi, dostluk veya cömertlikten dolayı sunulan gönüllü bir yardımdır. Zorunlu olan ve hesaplama, eşik (nisab) ve nitelikli yararlanıcılar için düzenlemeleri olan zekâtın aksine, sadaka tamamen gönüllüdür ve herhangi bir zamanda ve herhangi bir miktarda bağışlanabilmektedir (Kahf, 2003).

Kur'an ve hadisler, sosyal refah ve manevi ilerlemenin bir aracı olarak sadakayı son derece teşvik etmektedir. Kur'an 2:274, "Mallarını gece ve gündüz, gizli ve açık olarak hayra sarf edenler için rableri nezdinde ecirleri vardır; onlar için ne korku olacak ne de üzüleceklerdir" der. Sadaka sadece serveti yeniden dağıtmak için değil, aynı zamanda ruhu arındırmak, merhameti geliştirmek ve destekleyici bir toplum yaratmak için de kullanılmaktadır. Kullanıcılara mali bir yük getirmeden acıları hafifletir, yoksullukla mücadele eder ve dezavantajlı nüfusları desteklemektedir (Obaidullah & Khan, 2008). Sadaka, çağdaş İslami finasta, özellikle eğitim, sağlık ve afet yardımı alanlarında sosyal etkisini optimize etmek için hayır kurumları ve sivil toplum kuruluşları aracılığıyla sıklıkla kurumsallaştırılmaktadır (Askari, Iqbal, Krichene & Mirakhor, 2011).

Üçüncü yeniden dağıtım aracı, yoksullara verilen ve Kuran'da "güzel" olarak tanımlanan bir borç olan karz-ı hasendir (Mirakhor, 2004). Bu, alacaklının anaparadan herhangi bir geri dönüş alma beklentisinin olmadığı gönüllü bir borçtur. Ayrıca, borçlunun anaparayı geri ödemesi beklenirken, alacaklı borçluya belirli bir geri dönüş tarihi için baskı yapmamaktadır. Karz-ı hasen örneğinde, Allah bu destekleyici borç için daha fazla mükâfat vaat etmektedir. İlk iki araç olan zekât ve sadaka birer hediyedir, ancak Karz-ı

Hasen yoksullar için geri ödenmesi gereken bir borçtur. Kredi alan kişi kredi süresini belirlemekte ve faiz ödememektedir.

Mohieldin, Iqbal, Rostom & Fu'ya (2011) göre İslam, kaynaklara erişimi, kişinin potansiyelini gerçekleştirme şansını ve önceki mülkiyet haklarını içeren özgürlük ve fırsat eşitliğine değer vermektedir. Zekât, hums, sadaka, nafaka ve diğer harçlar, daha az yetenekli olanların daha fazla yetenek ve fırsata sahip olanların zenginliklerinden yararlanma hakkını geri almaktadır. Bu vergilerin ödenmesi bir faydadan ziyade sözleşmeye dayalı bir sorumluluktur. Bu gerekli harçlara ek olarak, İslam, bu harçlar başkalarına ait olanı geri verse de, hayırseverliği teşvik etmektedir. Bu gerekliliğin yerine getirilmemesi, İslam'ın yoksulluğun başlıca nedeni olarak gördüğü eşitsiz gelir dağılımına yol açmaktadır. İslam'a göre herkesin belirli bir yaşam seviyesine hakkı vardır ve bunun hakkaniyet ve adalet yoluyla karşılanması gerekmektedir.

Zekât, Sadaka ve Karz-ı Hasen gibi İslami finansın yeniden dağıtım araçları, yoksulluğun yaygın olduğu ve resmi finansal erişimin düşük kaldığı Etiyopya'da özellikle önemlidir. Şeriata uygun ve faizsiz olan bu mekanizmalar, Müslümanların çoğunlukta olduğu ve düşük gelirli toplumlarda yoksulluğun azaltılması ve refahın artırılması için topluluk düzeyinde harekete geçirme potansiyeline sahiptir. Literatür, Etiyopyalı hane halkları tarafından yüksek oranda desteklenen Zekâtın resmileştirilmesinin GSYH'nin %1,5'ine kadar finansmanı harekete geçirdiğini, mikro-Tekafül ürünlerinin ise yoksul hane halklarının finansal katılımını kolaylaştırdığını vurgulamaktadır (Wazir & Durmuşkaya, 2020; Beshir vd., 2023). Buna ek olarak, faizsiz finansman pencerelerini kullanan İslami mikrofinansın ampirik analizleri, yoksulluğu azaltma ve yoksul bölgelerde finansal erişimi artırma konusundaki etkinliklerini ortaya koymaktadır (Ali, 2019; Hailu & Yatoo, 2021).

1.1.8. İslami Finansta Farkındalık ve Algı

Doğru, somut ve zamanında bilgiye erişim; bireylerin, işletmelerin ve kurumların bilinçli kararlar alması, üretkenliği artırması ve inovasyonu hızlandırması için çok önemlidir (Parker vd., 2016). Sosyal medya platformlarının hızla yaygınlaşması ve yapay zekâ araçlarının ortaya çıkması, paydaşlar arasında bilginin yayılması ve farkındalığın artırılması için dikkate değer fırsatlar yaratmıştır (Mucha & Seppala, 2020). Bu gelişmeler daha verimli bir iletişim yaratmış, bilgiye erişilebilirliği artırmış ve dijital

eğitim ve farkındalık yaratma için ölçeklenebilir çözümleri teşvik etmiştir (Sadiku vd., 2021).

Bu fırsatlardan tam anlamıyla faydalanabilmek için hem uygulayıcıların hem de araştırmacıların, bireylerin bilgi becerilerini benimseme ve kullanma konusundaki isteksizliklerine katkıda bulunan temel faktörler hakkında daha derin bir anlayış geliştirmeleri zorunludur. Kaput (2022) tarafından yapılan çalışma, okuma yazma bilmeme, değişime direnç ve güven sorunları gibi engellerin yeni fikirlerin yaygın olarak kabul edilmesini engellediğini göstermektedir. Bu zorlukların ele alınması, finansal okuryazarlığın teşvik edilmesi ve gelişen finansal ortama kapsayıcı katılımın sağlanması için kritik öneme sahiptir. Uzmanlar, bu engelleri belirleyip hafifleterek yeni teknolojileri değerlendirmek, kullanıcı tepkilerini tahmin etmek ve benimseme oranlarını artırmak için pratik metodolojiler geliştirebilmektedir (Volyntseva, 2023). Dahası, bu iç görülerin teknoloji tasarımına entegre edilmesi, geliştiricilerin erişilebilirliği, kullanılabilirliği ve genel kullanıcı deneyimini geliştiren kullanıcı merkezli değişiklikler uygulamasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya ve yapay zekâ odaklı araçların artan etkisi, politika yapıcılar, eğitimciler ve sektör liderleri için finansal okuryazarlığı aktif bir şekilde teşvik etme, bilgi açığını kapatma ve kişisel ve mesleki ilerleme için teknolojinin etkin kullanımını teşvik etme fırsatı yaratmaktadır (Howard, 2018). Bu gelişmelerden faydalanmak, daha bilinçli toplumlara, teknolojik kabulün artmasına ve çeşitli sektörlerde daha fazla inovasyona yol açmaktadır.

Kamuoyu farkındalığı ve algısı, finansal davranışların, özellikle de İslami finans gibi finansal sistemlerin kabulünün şekillendirilmesinde çok önemlidir. Farkındalık, İslami finansın fikirlerini, ürünlerini ve avantajlarını bilmek anlamına gelirken, algı bu sistemlere yönelik tutumları, güveni ve itimadı göstermektedir. Olumlu izlenimler sıklıkla kültürel veya dini uyum ve etik kaygılarla ilişkilendirilirken, olumsuz algılar yanlış anlamalardan veya bilgi eksikliğinden kaynaklanabilmektedir (Iqbal & Mirakhor, 2011). Farkındalık kampanyaları ve toplum katılımı finansal kurumlara güven yaratmakta ve bu da finansal karar verme üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Obaidullah ve Khan, 2008). Bilgi eksikliklerinin giderilmesi ve olumlu izlenimlerin geliştirilmesi, İslami finansal hizmetlerin kullanımının artırılması için kritik öneme sahiptir; bu da finansal katılımı ve ekonomik katılımı geliştirmektedir.

1.1.8.1. Farkındalık Kavramı

Farkındalık, İslami finans ürün ve hizmetlerine yönelik olumlu tutumlar geliştirmenin en önemli faktörlerinden biridir (Kaput, 2022). Farkındalık, bir şeyin var olduğuna dair bilgi veya bilgi veya deneyime dayalı olarak şu anda bir durum veya konunun anlaşılmasıdır (Cambridge University Press, 2021). Farkındalık, olayları, nesneleri veya duyuşsal kalıpları algılama, hissetme, bilme veya bunların farkında olma durumunu veya yeteneğini ifade etmektedir. Genel olarak farkındalık, sosyal, bilimsel veya siyasi konularda yaygın bilgi veya kavrayış anlamına gelmektedir (Gafoor, 2012). Dolayısıyla ürün farkındalığı, alıcıların belirli bir ürün hakkında sahip olduğu bilgi düzeyi olarak tanımlanmaktadır. Bu, bir ürünün varlığından haberdar olmanın yanı sıra işlevi, avantajları, kalitesi, fiyatı, uyumluluğu ve kullanımı hakkında bilgi sahibi olmayı da içermektedir. Ürün farkındalığı; marka farkındalığı, marka imajı, keşif, gözlem, bilgi toplama ve deneme gibi çeşitli süreçleri içermektedir. Fitch Ratings'e göre, İslami finansa ilişkin kamuoyu farkındalığı, bir bireyin veya toplumun İslami finans sistemi tarafından sunulan fikirler, ürünler ve hizmetler hakkındaki bilgi, kavrayış ve aşinalığını ifade etmektedir. Faiz yasağı, aşırı belirsizlik ve haram faaliyetlere yatırım gibi temel fikirlerin yanı sıra Şeriata uygun finansal ürünlerin kavranmasını da içermektedir.

İslami finansın benimsenmesi ve yaygınlaşması için halkın bilinçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır, zira düşük seviyedeki anlayış ve yanlış anlamalar, özellikle Müslüman nüfusun yoğun olduğu bölgelerde İslami finansın kabul edilebilirliğinin önünde engel teşkil etmektedir (Iqbal & Mirakhor, 2011). Araştırmalara göre, etkili farkındalık kampanyaları ve eğitim programları bilgi eksikliklerini gidermek ve yanlış anlamaları ortadan kaldırmak açısından kritik önem taşımakta ve bireylerin eğitimli finansal kararlar almasına olanak sağlamaktadır (Obaidullah & Khan, 2008). Ayrıca, artan anlayış İslami finans kurumlarına olan güven ve itimadı artırarak finansal tabana yayılmayı artırmada ve adil ve sürdürülebilir ekonomik büyümenin daha büyük hedeflerini desteklemede önemli bir unsur haline getirmektedir (Hassan & Kinyanjui, 2021). Çeşitli araştırmalara göre, müşterilerin bilgisi İslami bankacılık mal ve hizmetlerini kullanma tutum ve niyetlerini büyük ölçüde etkilemektedir ve bu nedenle daha fazla farkındalık, İslami bankaları kullanma niyetinin daha yüksek olmasına yol açmaktadır (Kewuyemi, 2015; Thambiah vd., 2011). Sonuç olarak, kamuoyunun ilgisini çekecek devam eden farkındalık girişimleri, finansal kapsayıcılık ve sürdürülebilirlik elde etmek için işi daha da büyütme yardımcı olabilmektedir.

1.1.8.2. Algı Kavramı

Kamuoyu algısı, insanların bir şirket, malları ve markası hakkındaki farkındalığını, izlenimlerini ve tutumlarını ifade eder ve bir şirketin ürün ve hizmetleriyle ilgili doğrudan ve dolaylı deneyimler de dahil olmak üzere çeşitli faktörlerden etkilenmektedir (Zach, 2019). Ayrıca, bir müşterinin bir firma veya ürünleri hakkındaki algısını, bilgisini veya bilincini içeren bir pazarlama terimi olarak da tanımlanmaktadır (Business Dictionary, 2020). Müşterilerin, ürün veya hizmet hakkında anlamlı ve tutarlı bir fikir oluşturmak için duyuları (dil, göz, kulak, burun ve cilt) aracılığıyla topladıkları bilgileri seçtikleri, düzenledikleri ve yorumladıkları süreçtir. Her kuruluşun nihai hedefi, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen unsurları belirleyerek satışları artırmaktır. Sonuç olarak, müşterilerin algılarının ve farkındalıklarının kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi, her şirket girişiminin başarısı için çok önemlidir.

İslami finasta algı, insanların veya toplulukların Şeriata uygun finans kurumları aracılığıyla sunulan kavramları, ürünleri ve hizmetleri nasıl gördüğü ve anladığına karşılık gelmektedir. İslami finansın etik, sosyal ve finansal değerine ilişkin tutumları, güveni ve inancı içermektedir. Olumlu algılar sıklıkla İslami finansın dini ilkeler, etik davranışlar ve sosyoekonomik eşitlik ile uyumu ile şekillenmektedir. Örneğin, faiz ve aşırı belirsizlik yasağı, eşitlik ve risk paylaşımını vurgulayarak İslami finans araçlarına olan güveni artırmaktadır (Iqbal & Mirakhor, 2011). Öte yandan, İslami finansın sadece Müslümanlar için olduğu görüşü veya belirli finansal ürünlerin Şeriata uygunluğuna ilişkin şüpheler gibi yanlış anlamalar algı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olabilmektedir (Obaidullah & Khan, 2008). Bu görüşlerin etkili farkındalık çalışmaları ve şeffaf faaliyetler yoluyla ele alınması, İslami finansa olan güven ve itimadın artırılması açısından kritik önem taşımaktadır. İyi bir bakış açısı sadece İslami finansal hizmetlerin benimsenmesini artırmakla kalmamakta, aynı zamanda daha fazla insanı etik finansal davranışlarda bulunmaya teşvik ederek finansal katılımı da desteklemektedir.

İslami finans bilinci ve algısı, başta Müslümanlar olmak üzere nüfusunun önemli bir kısmı dini kısıtlamalar nedeniyle geleneksel finans sisteminden yeterince hizmet alamayan Etiyopya için hayati önem taşımaktadır (Ali, 2022). İslami finans ilkeleri hakkında bilgi eksikliği, tipik olarak güvensizliğe ve mevcut Şariat uyumlu ürünlerin düşük alımına yol açmaktadır. Halkın farkındalığının artması güveni artırır, yanlış anlamaları düzeltir ve İslami finans ürünlerinin benimsenmesini teşvik eder, böylece daha

fazla finansal katılımı ve sosyoekonomik büyümeyi destekler. Etiyopya'da yapılan çalışmalar, farkındalığın insanların İslami finans kullanma eğilimini önemli ölçüde etkilediğini, çünkü olumlu algının kurumlarına güven yarattığını ortaya koymaktadır (İbrahim & Mohammed, 2021). Bu bağlamda finansal okuryazarlığın teşvik edilmesi, ülkedeki İslami finans hizmetlerinin geliştirilmesi ve kullanılması için zorunludur.

1.2. Ampirik Literatür Taraması

İslami finans ve finansal katılım üzerine yapılan ampirik araştırmalar, farklı alanlarda Şeriat uyumlu finansal hizmetlerin halk tarafından anlaşılması, algılanması ve benimsenmesi arasındaki bağlantıyı incelemiştir. Abdullah & Dusuk'a (2006) göre, faiz yasağı ve belirsizlik gibi İslami finans ilkelerinin kamuoyu tarafından anlaşılması, kabul oranı üzerinde daha yüksek bir etkiye sahiptir. Benzer şekilde, güven, şeffaflık ve kültürel uyumdan etkilenen kamu algısı, İslami finansal hizmetlerin kredibilitesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Araştırmalara göre İslami bankacılık, dışlanmış insanların taleplerini karşılayan erişilebilir finansal araçlar sağlayarak finansal katılımı teşvik etmektedir (Obaidullah ve Khan, 2008). Ancak yasal engeller, finansal bilgisizlik ve İslami finans hakkındaki yanlış anlamalar, İslami finansın geniş çapta uygulanmasını sınırlamaya devam etmektedir (Rahman vd., 2016). Malezya ve Endonezya'dan alınan dersler, sağlam düzenleyici çerçevelerin, finansal okuryazarlık girişimlerinin ve farkındalık kampanyalarının benimsenme ve finansal katılımı teşvik etmedeki değerini vurgulamaktadır (Aziz vd., 2018). Etiyopya'da İslami finans için artan talebe rağmen, sınırlı farkındalık, düzenleyici boşluklar ve kurumsal zorluklar tam potansiyelini engellemektedir (Abdulkadir, 2020).

1.2.1. Farkındalık ve Algı Üzerine Yapılan Ampirik Çalışmalar

Kamuoyunda algı ve cehaletin yanı sıra yetersiz anlayış ve bilgi birikimine yol açan finansal okuryazarlık hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin önemli sorunları arasında yer almaktadır (Kılıç vd., 2015). Özellikle OECD ülkelerinde ve OECD üyesi olmayan ülkelerde yapılan araştırmalarda bireylerin finansal karar verme konusunda düşük finansal okuryazarlığa sahip oldukları ve hatta düşük finansal okuryazarlık seviyesine sahip olduklarının farkında bile olmadıkları gözlemlenmiştir (Kılıç vd., 2015). O halde, dünyadaki mevcut sistem hakkında bile bilgi sahibi olmayan tüketicilerin yeni

bir finansal sistem olan İslami bankacılığa ya da İslami finansal sistem ve araçlara karşı bilinçli davranışlar sergilemesini beklemek çok da olumlu bir tutum olmayacaktır. Buna karşılık, İslami finansal okuryazarlık üzerine yapılan ampirik araştırma sayısı azken, geleneksel finansal okuryazarlık üzerine çok sayıda çalışma yapılmıştır.

Finansal okuryazarlık çalışmaları, demografik özellikler, gelir düzeyi, finansal planlama ve finansal katılım dahil olmak üzere çok sayıda özellik arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Araştırmalar finansal okuryazarlık, finansal bilgi, finansal planlama, hane halkı serveti, gelir ve finansal katılım arasında önemli bir ilişki olduğunu göstermektedir (Stephen ve Tom, 2015). İslami bankacılık hizmetlerinin anlaşılması (Abdul Rahim vd., 2016) üzerine yapılan ampirik çalışmalar, bireylerin İslami bankaları seçme kararını etkileyen faktörleri araştırmıştır.

Abdullah ve diğerleri (2012), Malezya'daki gayrimüslim müşterilerin İslami finans konusundaki tutumlarını incelemiştir. Bulgular, İslami bankacılık hizmetlerinin Kuala Lumpur'daki gayrimüslimler arasında ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Nitekim, birçok müşterinin hem İslami hem de geleneksel banka hesaplarına sahip olması, bölgedeki gayrimüslimlerin İslami bankacılığı önemli ölçüde benimsediğini göstermektedir. Öte yandan, Loo'nun (2010) çalışmasında, Malezya'daki bireylerin İslami bankacılığa ilişkin bakış açılarını ve tutumlarını değerlendirmek amacıyla 100 Müslüman ve 100 gayrimüslim ile görüşmeler yapılmıştır. Bu çalışma, Müslümanların İslami bankacılığı benimsediğini, buna karşın gayrimüslimlerin İslami bankacılığın yalnızca Müslümanlara yönelik olduğuna inandıklarını ortaya koymuştur.

Lateh ve diğerleri (2009) Müslüman ve gayrimüslim Taylandlı müşterilerin İslami bankaların amaç ve özelliklerine ilişkin algılarını araştırmış ve müşterilerin İslami bankacılığı seçmelerine neden olan banka faktörlerini belirlemiştir. Çalışma, Müslüman ve gayrimüslim müşteriler arasındaki algılarda önemli farklılıklar olduğunu ve bunun da İslami bankacılık için farklı seçim kriterleriyle sonuçlandığını ortaya koymuştur. Müslümanlar İslami bankacılığı seçerken faiz yasağına öncelik verirken, gayrimüslimler itibar, bilgi ve nitelikli personele öncelik vermektedir.

Erol ve El-Bdour (1989) bireylerin İslami bankacılığı seçmelerine neden olan çeşitli faktörleri araştırmıştır. Toplanan ankete göre, İslami bankaları kullanan tüketiciler için en önemli banka seçim faktörleri hızlı ve etkin hizmetin mevcudiyeti, bankanın itibarı ve

gizliliklerdir. Ancak dinin, müşterilerin İslami bankaları kullanma kararlarında daha az önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, Hidayat ve Al-Bawardi (2012) Suudi Arabistan'daki gayrimüslimlerin İslami bankacılık algılarını araştırmıştır. Anket, tüm katılımcıların İslami bankacılığa daha önceden aşina olduğunu ortaya koymuştur. Anket ayrıca İslami bankacılık hizmetlerini seçmelerinin başlıca nedenlerinin daha düşük işlem maliyetleri ve daha yüksek hizmet kalitesi olduğunu ortaya koymuştur. İslami bankacılık farkındalığı üzerine birçok ülkede araştırmalar yapılmıştır. Birleşik Krallık'ta Omer (1992) geleneksel finansmana karşı İslami finansman tercihinin dini bağlılık ve eğitimle birlikte arttığını keşfetmiştir. Avustralya'da Rammal & Zurbruegg (2007) Müslüman Avustralyalıların İslami bankacılık ürünlerini satın almakla ilgilendiklerini ancak bu ürünlerin nasıl işlediği veya İslami finansın temel prensipleri hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıklarını tespit etmiştir. Libya'da Gait & Worthington (2009) katılımcıların müşareke ve karz-ı hasen gibi İslami finansın bazı araçlarına aşina olduklarını, ancak genellikle diğer araçlar hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ortaya koymuştur. Güney Afrika'da Cheteni (2014) İslami bankacılık ürün ve hizmetlerine ilişkin tüketici bilgisini araştırmıştır. Araştırma, cinsiyet, yaş, etnik köken ve yeterliliğin tüketici farkındalığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Abdullahi ve Shaharuddin (2016), İslami bankacılık hizmetleri hakkındaki bilgi ve farkındalığı değerlendirmek için Makedonya'da benzer bir çalışma yürütmüştür. Çalışma, Makedonya'daki Müslümanların çoğunun faiz yasağının farkında olduğunu ve geleneksel bankaları kullanmaktan kaçındığını ortaya koymuştur. Ayrıca İslami bankacılık fikirleri ve hizmetleri konusunda orta düzeyde bir farkındalığa sahiptirler. Islam ve Rahman'ın (2017) çalışması, Müslüman Hintlilerin çoğunun İslami bankacılıktan habersiz olduğunu ancak bunu takip etmek için motive olduklarını ortaya koymuştur.

Zarrouk (2017), Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesindeki ülkelerde İslami finans ve finansal kapsayıcılığın talep yönlü bir incelemesini yapmıştır. Elde ettikleri bulgulara dayanarak, düşük kamu farkındalığının İslami finansal hizmetlerin benimsenmesinin önündeki en önemli engellerden biri olduğu sonucuna varmışlardır. Katılımcıların çoğunluğu ya İslami finans ilkeleri hakkında hiçbir bilgiye sahip değildi ya da mevcut Şariat uyumlu finansal ürünler hakkında hiçbir şey bilmiyordu. Çalışmada ayrıca finansal okuryazarlığın yanı sıra eğitimin de farkındalığı ve algıyı olumlu yönde etkilediği

belirtilmiştir. Abduh ve Omar (2012), Endonezya'da İslami bankacılık ve ekonomik büyüme üzerine yaptıkları araştırmanın bir parçası olarak, İslami finans bilgisinin özellikle kentsel alanlarda nispeten yaygın olmasına rağmen, algı temelli sorunların hâlâ daha derin bir pazar penetrasyonunun önündeki sınırlama olmaya devam ettiğini ortaya koymuştur. Çok sayıda birey, İslami finans hizmetlerinden haberdar olsa bile, bu kurumların şeriat ilkelerine gerçek anlamda uygunluğu konusunda şüpheliydi. Algı konusundaki bu boşluk, farkındalığın fiili kullanıma dönüşmesini engellemiş, güvenilirlik ve güvenin de ürün bilgisi kadar kritik olduğunu vurgulamıştır. Çalışmaları, İslami finans kurumlarının güvenilirliği ve etkinliğine ilişkin olumlu kamuoyu algısı ile tamamlanmadığı sürece finansal kapsayıcılığın sadece farkındalıkla yeterli olmayacağına ışık tutmuştur.

Demirgüç-Kunt ve diğerleri (2018), Küresel Findex Veri Tabanı'nın kanıtlarından yola çıkarak, dini kaygıların, Müslümanların çoğunlukta olduğu ülkelerdeki yetişkinlerin çoğunun finansal sistemden dışlanmasında temel bir etken olduğunu ortaya koymuştur. Çalışma, İslami finans seçenekleri hakkında bilgi eksikliğinin ve sunulan hizmetlerin gerçekliğine ilişkin belirsizliğin, bu nüfusun finansal kurumları düşük oranda kullanmasına önemli ölçüde katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Yazarlar, İslami finansın özellikle az hizmet alan bölgelerde ulusal finansal içerme politikasına entegre edilmesinin ve halkın farkındalığının ve güveninin artırılmasının, finansal sisteme katılımı teşvik etmede uzun bir yol kat edeceğini öne sürmektedir. Bu sonuçlar en çok, aynı dışlayıcı eğilimlerin geçerli olduğu Etiyopya'nın Müslüman toplulukları için geçerlidir.

Ahmed (2011), potansiyel kullanıcıların çoğunun şeriata uygun ürünler hakkında bilgi sahibi olmaması veya yanlışlıkla bunları geleneksel ürünlerin ikamesi olarak görmesi nedeniyle İslami bankalarda yeni ürün geliştirmeye farkındalık ve eğitim kampanyalarının eşlik etmesi gerektiğini vurgulamıştır. Benzer şekilde, Aliyu ve diğerleri (2017) kurumsal güven, kamu algısı ve farkındalığın, özellikle sektörün henüz tam olarak gelişmediği gelişmekte olan ekonomilerde İslami bankaların performansını ve kapsamını doğrudan etkilediğini tespit etmiştir. Faisal ve diğerleri (2012) Hintli Müslümanların ve gayrimüslimlerin İslami bankacılık ürünleri ve özelliklerine ilişkin anlayış ve tutumlarını 152 katılımcının yer aldığı bir anket çalışmasında değerlendirmiştir. Gayrimüslim katılımcılar, Sukuk hariç İslami bankacılığın temel finansal araçlarından habersizdir ve sadece birkaçı Şeriat kavramına aşinadır. Müslümanların çoğu riba, şeriat, İslami

sözleşmeler ve tekaful gibi temel İslami finans terminolojisinden haberdardır. Buna karşın, Hamid ve Nordin (2001) tarafından Kuala Lumpur'da 967 ticari banka müşterisi ile yapılan bir anket, katılımcıların neredeyse tamamının İslami bankacılığın varlığından haberdar olduğunu ve %50'sinin bu bankacılığı aktif olarak kullandığını ortaya koymuştur.

Abiah ve Wabekwa (2012) 134 Nijeryalı ile İslami bankacılık hakkındaki algıları hakkında bir anket yapmıştır. Bulgulara göre, katılımcıların %77'si anketten önce İslami bankacılığı duymuş, %23'ü ise hiç duymamıştır. Katılımcıların çoğu İslami bankacılık fikirlerine aşina değildir. Ankete göre, katılımcıların yüzde 26,12'si İslami bankacılığın faiz-ödül sistemi içerdiğinin farkında, yüzde 33,58'i bunun farkında değil ve geri kalan yüzde 40,31'i İslami bankacılığın faizsiz bir sistem olduğunun farkında. Çalışma sonuçları ayrıca katılımcıların yüzde 46,26'sının İslami finans sisteminin kâr ve zarar yapısı içerdiğinin farkında olduğunu, geri kalan katılımcıların ise ya bu kavramın farkında olmadığını ya da yanlış anladığını göstermektedir. Toplamda, katılımcıların yüzde 17,91'i "evet" derken, yüzde 38,81'i İslami bankaların domuz eti endüstrisine yatırım yapıp yapamayacağını bilmemektedir. Şeriata uygun bankaların kumar gibi aşırı spekülatif girişimlerde bulunup bulunamayacağı sorusuna da benzer yanıtlar (yüzde 15,67 ve 38,06) verilmiştir. Son olarak, tüm anket nüfusunun yüzde 47,02'si İslami bankaların otellere yatırım yapıp yapamayacağından emin değildir; yüzde 21,64'ü "evet" ve yüzde 31,34'ü "hayır" cevabını vermiştir.

Bu çalışma, Etiyopya'da İslami finans ve finansal kapsayıcılık konusundaki kamuoyunun algısı ve farkındalığını değerlendiren ilk çalışmadır. Gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerden elde edilen birçok literatür, farkındalık, algı ve finansal kapsayıcılık kavramlarını ayrı ayrı ele almıştır. Etiyopya'da bu boyutları tek bir çerçeveye getiren ampirik ve bağlama özgü birleşik bir çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, bu çalışma, İslami finans piyasasının henüz emekleme aşamasında olduğu Etiyopya bağlamında bu faktörlerin nasıl ortaya çıktığını inceleyerek bu boşluğu doldurmaktadır. Daha gelişmiş piyasalardan elde edilen kanıtlarla karşılaştırarak, İslami finansın Etiyopya'nın hizmetlerden yeterince yararlanamayan ve çeşitlilik gösteren toplulukları arasında finansal kapsayıcılığı nasıl ilerletebileceğine dair yeni bilgiler sunmaktadır.

Literatür taramasında görüldüğü üzere, bu alanda yapılan bazı çalışmalar, Etiyopya'da İslami finans hizmetlerine ilişkin halk arasında düşük farkındalık ve olumsuz algıların

temel zorluklardan biri olduğunu ortaya koymaktadır. Hailu ve Yattoo (2021) özellikle “İslami finans hakkındaki olumsuz algının” yasal yasaklar ve kalifiye insan gücü eksikliğiyle birlikte en önemli engellerden biri olduğunu belirtmektedir. Benzer bir şekilde Getachew ve Mekuria (2019) ve Fissera ve diğerleri (2020), sadece potansiyel müşteriler arasında değil, düzenleyiciler arasında da İslami finans konusunda gözle görülür bir bilgi eksikliği olduğunu ve bunun da hizmetlerin daha geniş bir şekilde kullanılmasını sınırladığını belirtmektedir. Bu bilgi boşluğu sadece kullanımı etkilemekle kalmıyor, aynı zamanda şüphe ve isteksizliği de teşvik ederek sektörün büyüme potansiyelini tehlikeye atmaktadır.

Bu çalışmalar arasındaki ortak görüş, halkın farkındalığı ve algısının Etiyopya'daki İslami finans sektörünün başlıca itici güçleri olduğu yönündedir. Bu zorlukların üstesinden gelmek için, hedeflenen eğitim kampanyaları, artan sosyal yardımlar ve ürün özellikleri ve Şeriata uygunluk konusunda şeffaf iletişim gibi çok boyutlu çabalar gerekmektedir. Bu tür önlemler, İslami finans ilkelerinin gizemini çözmeye, yanlış anlamaları netleştirmeye ve tüketici güveni oluşturmaya yardımcı olabilir. Kümülatif olarak, kanıtlar, kamu bilincini artırmadan ve algıları olumlu yönde dönüştürmeden, sektörün finansal kapsayıcılık ve yoksulluğun azaltılması açısından potansiyelinin gerçekleşmeyeceğini göstermektedir (Ali, 2020; Shibu, 2024; Assen, 2020; Nasir, 2024).

2. BÖLÜM: ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

2.1. Araştırma Yöntemi Giriş

Bir önceki bölüm, Müslümanlar ve gayrimüslimler tarafından potansiyel olarak benimsenebilecek çeşitli İslami finansman fırsatlarının yanı sıra modern dünyada İslami finansmana atfedilen diğer ilgili faktörlere ilişkin bir literatür taraması sunmuş ve kullanılabilecek araştırma metodolojisi ve araştırma aracının yolunu açmıştır. Bu bölümde İslami finansın farkındalık ve algı düzeyini ve finansal tabana yayılma üzerindeki etkilerini ölçmek için kullanılan araştırma metodolojisi incelenmektedir.

Bu çalışma, geleneksel ve tam teşekküllü kurumlar da dahil olmak üzere Etiyopya'daki İslami finansın toplumsal anlayışı ve algısını değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca kapsayıcı finansın teşvik edilmesinde İslami finans ilişkin tutum, bilgi ve algıların yaygınlığının önemi de tartışılmaktadır. Amaç, öğrenilen dersleri ve gelecekteki uygunluk finansal ürün geliştirmeye yönelik tavsiyeleri içerecek şekilde genişletilebilir. Dolayısıyla bu bölüm, araştırma bulgularına ulaşmak amacıyla somut ve güvenilir bir analiz sunmak için makalenin genel çerçevesini kapsamlı bir şekilde ortaya koymuş ve kategorize etmiştir.

2.2. Araştırma Yaklaşımı

Bu çalışma, tümdengelimsel akıl yürütmeye dayanan pozitivist araştırma yaklaşımını kullanmaktadır. Bu çalışmada, tümevarım ve tümdengelim arasındaki ayrım ortaya konularak, tümevarımın belirli bir öncüller kümesinin olasılığı değerlendirilirken, tümdengelim belirlir bir ön varsayımlar kümesinden sonuçlar çıkarılmıştır (Hayes, 2018). Franklin (2012), toplanan bilgilerin inandırıcı ve güvenilir olması koşuluyla tümdengelimsel akıl yürütmenin sonuç çıkarabileceğini ileri sürmektedir. Bu, Müslümanların ve gayrimüslimlerin İslami finansal ürünlere ilişkin farkındalıkları ve tutumları hakkında herhangi bir genelleme veya hipotez oluşturulmadan önce gerçeklerin ve verilerin toplanması gerektiği anlamına gelmektedir.

Çalışmanın verilerini toplamak için önceden doldurulmuş bir anket kullanmaktadır. Franklin'e (2012) göre, nicel veya sayısal olarak ifade edilebilen bilgi ve veriler nicel ve nitel veriler olarak sınıflandırılmaktadır. Başka bir deyişle, nitel veriler sayılarla ifade edilemez, ancak nicel veriler ifade edilebilmektedir. İhtiyaç duyulan bilgi türüne bağlı

olarak, katılımcıların yanıtları önceden doldurulmuş bir anket kullanılarak ikili, sıralı veya nominal kategorilere ayrılmaktadır. Ankette, İslami finans ve araçlarına yönelik görüşlerin yanı sıra kamu farkındalığını ölçmek için beşli likert ölçekli bir anket kullanılmıştır. İstatistiksel analiz için nicel veri elde etmek amacıyla birçok araştırmacı, Likert, R. (1932) ve Creswell, J. W. (2014) anket kullanımını tercih etmektedir. Sonuç olarak, araştırma metodolojisinin nicel doğası, araştırma analizinin en yaygın biçimidir.

2.3. Araştırma Metodolojisi

Yukarıda belirtildiği gibi, araştırma metodolojisi, benimsenen araştırma yaklaşımından etkilenir ve bu yaklaşıma yön verir. Bu tezin araştırma metodolojisini daha iyi anlayabilmek ve açıklayabilmek için aşağıdaki kavramların ele alınması önem arz etmektedir.

2.3.1. Nüfus

Araştırmalarda nüfus, çalışmayla ilgili benzer özellikler taşıyan ve araştırmacının sonuç çıkarmayı amaçladığı bireyler, ürünler veya birimlerin tümünü ifade etmektedir. Creswell'e (2014) göre nüfus, örneklemin seçileceği kaynaktır ve genellikle yaş, meslek, konum veya davranış gibi belirli kriterlerle sınırlandırılmaktadır. Nüfus, sınırlı veya sınırsız olabilir ve çoğunlukla iki gruba ayrılmaktadır: Sonuçların ulaşılmak istendiği hedef nüfus ve fiziksel veya pratik sınırlılıklar nedeniyle çalışmada fiilen erişilebilen nüfus. Bu çalışmada nüfusu, Etiyopya'da çeşitli finansal kuruluşlar tarafından sunulan hizmetlerden yararlanan bireyler oluşturmaktadır. Bu kişiler, araştırma problemini anlamada önemli bilgiler sağlayabilecek temel paydaşlar olarak değerlendirilmiştir.

Bölge	Nüfus (2024)	Katılımcı Sayısı	Alan (Km2)	Km2 başına nüfus yoğunluğu	Şehir
Addis Ababa	5,704,000	198	527	10,823.71	Addis ababa (Başkent)
Afar	3,350,000	-	72,051	46.48	Semera
Amhara	32,456,300	-	154,709	209.78	Bahirdar
Benishangul	1,251,000	-	50,699	24.68	Asosa
Merkez	10,561,000	-	15,098.97	699.59	Hosaina
Dire Dawa	551,000	-	1,559	353.32	Dire Dawa
Gambela	525,000	-	29,783	17.63	Gambela
Harari	283,000	-	334	847.31	Harar
Oromia	40,884,000	124	284,738	143.72	Addis Ababa
Sidama	5,301,868		12,000	441.82	Hawassa
Somali	6,657,000		279,525	23.82	Jijiga
Güney	7,584,741		45,209.26	167.73	Sodo
Güneybatı	4,197,164		39,400	106.53	Bonga
Tigray	6,838,000	-	50,079	136.48	Mekele

Tablo 2: Etiyopya'nın Bölgelere ve Şehir Yönetimlerine Göre Katılımcı Sayısı

Kaynak: Etiyopya İstatistik Ajansı

Tablo 2'de gösterildiği üzere, Addis Ababa Etiyopya'nın başkenti ve ülkenin hem ekonomik hem de siyasi merkezidir. Çevresindeki Oromia Bölgesi, Etiyopya nüfusunun %35'inden fazlasına ve ülke topraklarının %25'inden fazlasına sahiptir. Ayrıca Addis Ababa, Afrika Birliği ve Birleşmiş Milletler Afrika Ekonomik Komisyonu da dahil olmak üzere en güçlü kıtasal ve küresel kuruluşların genel merkezlerine ev sahipliği yaparak şehre çeşitli ekonomik ve diplomatik faaliyetlerin merkezi olma unvanını kazandırmaktadır. Şehir aynı zamanda farklı din, etnik köken ve dillerin uyum içinde yaşadığı çok kültürlü bir nüfusa sahiptir. Tüm bunlar göz önünde bulundurularak, Addis Ababa ve Oromia bölgesinin bazı kısımları, bu araştırmanın amaçlarına uygun olarak temsili ve dinamik bir nüfus sağladığı için, finansal hizmetlerin aktif müşterilerine odaklanan bu çalışma için örneklem çerçevesi olarak seçilmiştir.

2.3.2. Veri Toplama Yöntemi

Gray'e (2017) göre, nicel araştırma metodolojileri için veri toplama tekniklerinden biri, genellikle anket olarak adlandırılan soru formlarının kullanılmasıdır. Anket, bir Anket, bireylerden veya gruplardan veri toplamak için kullanılan bir araçtır (Trochim, 2016). Anketlerin araştırma amaçlı veri toplamak için, katılımcıların bir araştırma konusu ile ilgili bir dizi yazılı soru ve ifadeye yanıt vererek bilgi sağlaması için kullanıldığını belirtmektedir. Anketi gerçekleştirmenin iki temel yolu vardır: görüşmeler veya anketler. Bu çalışmada, katılımcı sayısının fazla olması ve gerekli sayıda katılımcıyla görüşme yapmak için gereken süre gibi pratik nedenlerden dolayı anket tabanlı veri toplama yöntemi kullanılmıştır.

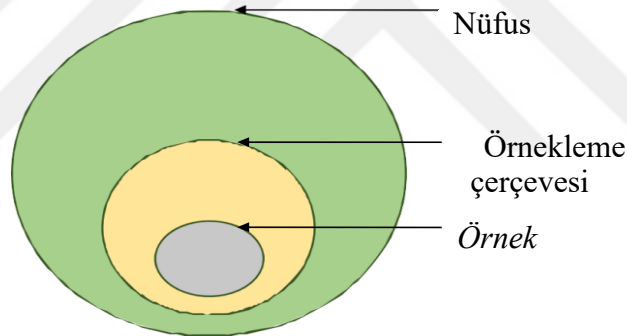
Franklin'e (2012) göre, anketler ve soru formları, bu grupların görüş ve davranışlarını değerlendirmek için büyük nüfuslardan veri elde edilmesi gerektiğinde uygun ve köklü uygulamalardır. Boon ve diğerleri (2011) çalışmalarında anketler kullanarak insanların finansal okuryazarlıklarını etkili bir şekilde değerlendirmiştir. Bu tez çalışmasında da Müslümanların İslami finansman hakkındaki görüşleri ve farkındalık dereceleri tespit edilecektir. Benzer şekilde, Ramlee ve diğerleri (2019) Müslümanların finansal karar verme ılımlılığını tespit etmek için nicel bir yöntem kullanmıştır. Ayrıca Ramlee ve diğerlerinin (2019) benimsediği çalışmada beşli Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır.

Katılımcıların yaşlarını ve yaş gruplarına göre haklarında çıkarım yapıp yapılamayacağını tespit etmek için anketin ilk bölümünde önemli biyografik detaylara yer verilmiştir. Diğer biyografik verilerin yanı sıra, cinsiyet grupları arasındaki herhangi bir istatistiksel eşitsizliği belirlemek ve çalışmanın cinsiyet önyargısından arınmış olmasını sağlamak için katılımcıların cinsiyeti de istenmiştir. İkinci aşamada katılımcılara İslami finansal hizmet ve ürünleri anlamalarına ve bu konuda fikir edinmelerine yardımcı olacak farklı ifadeler verilmiştir. İslami finansal ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olanlar ile olmayanlar arasında herhangi bir farklılık bulunması istatistiksel olarak anlamlıdır. Katılımcılar ayrıca üçüncü bölümde İslami finansa ilişkin çeşitli perspektifler hakkında bilgi alışverişinde bulunmaktadır. Dördüncü bölümde katılımcılara İslami finans kurumlarının mevcudiyeti ve bunun finansal katılımı nasıl etkilediği sorulmaktadır. Son olarak, beşinci bölümde katılımcıların İslami finansal hizmet ve ürünlerin kullanımına ilişkin öneri ve bakış açıları değerlendirilmektedir. Ankette toplam kırk soru bulunmaktadır. Her soru doğrudan ya da dolaylı olarak çalışmanın hedefleriyle ilgilidir.

Bu araştırmada çevrimiçi bir anket aracı kullanılmıştır. Anketi oluşturmak ve coğrafi engellere rağmen etkili bir şekilde veri toplamak için ücretsiz ve kullanıcı dostu bir arayüz olan Google Forms'u kullanılmıştır. Ardından, anket e-posta, Facebook, Telegram, WhatsApp ve diğer sosyal web siteleri kullanılarak çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiştir.

2.3.3. Örneklem

Örnekleme erevesi, örneklemenin alınacağı hedef popülasyondur ve çalışmada seçilebilir ve uygun olan tüm birimleri veya bireyleri içerir. Trochim (2016), rnekleme çerçevesini, erişilebilir olan ve çalışmanın amaçlarına uygun olarak örneklerin seçileceği nüfus listesi olarak tanımlamaktadır. Çalışılan ilgili nüfusu belirtir ve araştırma için girdi olarak kullanılan kurumsal kayıtlar veya resmi veritabanları gibi veri kaynağı veya listeyi oluşturur. Aşağıdaki şekil 3, araştırmanın nihai örneğinin büyük nüfustan nasıl alındığını açıkça göstermektedir.



şekil 3: Nüfus, rnekleme erevesi ve rneklem Arasındaki İlişki

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır

2.3.4. Örnekleme Boyutu

Örneklem büyüklüğü, çalışmaya dahil edilecek örneklem çerçevesinden alınan öğe veya katılımcı sayısıdır. İstatistiksel geçerliliğin sağlanması, güvenilir ve genelleştirilebilir çıkarımların yapılabilmesi için yeterli olmalıdır (Field, 2009). Örneklem büyüklüğünün seçimi, istatistiksel hesaplamalara, mevcut çalışmaların sonuçlarına veya erişilebilirlik, zaman ve masraflar gibi pratik hususlara bağlıdır (Krejcie ve Morgan, 1970). Bu, genel örneklem büyüklüğünü veya örnekleme dahil edilecek katılımcı sayısını belirtmeli,

literatüre, güç analizine veya pilot test verilerine bağlı olarak bu miktarın seçilmesi için bir gerekçe sunmalı ve gerektiğinde, bu hesaplama yapılırken kullanılan istenen hata payı veya güven düzeyinden bahsetmek önemlidir. Bu çerçevede, bu çalışmada toplumun farklı kesimlerinden 384 katılımcı seçilmiştir, ancak 322 geçerli yanıtlayıcı çalışmaya dahil edilmiştir.

2.3.5. Örneklem Yöntemi

Doğru örneklem yönteminin kullanılabilmesi için olasılıklı örneklem ve olasılıklı olmayan örneklem olmak üzere iki örneklem yönteminin dikkate alınması gerekmektedir. Franklin (2012) rastgele (olasılıklı) örneklemeyi, örneklem çerçevesindeki her bir katılımcının eşit seçilme şansına sahip olduğu bir yöntem olarak açıklamaktadır. Benzer şekilde Gray (2017) de örneklem çerçevesindeki her bir katılımcının aynı seçilme olasılığına sahip olduğu fikrini kabul etmektedir. Trochim (2016) olasılık ve olasılık dışı örneklem arasındaki ayrımı daha da detaylandırmaktadır; olasılık dışı örneklemede rastgele seçim mümkün değildir. Başka bir deyişle, olasılık ve olasılık dışı örneklem arasındaki ayrım, olasılık dışı örneklemede bir katılımcının olasılığının ve olasılığının bir dizi nedenden ötürü bilinmemesidir; bunlardan biri de bu çalışmada olduğu gibi eksiksiz bir örneklem çerçevesinin bulunmamasıdır. Ancak Gray (2017) olasılık dışı örnekleminin araştırmalarda kullanılabileceğini kabul etmektedir. Benzer şekilde Trochim (2016) de olasılığa dayalı olmayan örneklem yöntemlerinin bir nüfusu temsil edebileceği görüşündedir.

Örneklem tekniği de araştırma hedefleri tarafından belirlenmektedir. Örneğin, Notsi (2012) olasılıklı olmayan örneklemeyle dayalı bir örneklem yöntemi benimsemiş ve kişisel yargılara güvenmiştir. Bu, Trochim'in (2016) kişisel deneyim, katılımcılara erişim kolaylığı ve görüşe dayalı örneklem seçme seçeneğini tanımasıyla uyumlu görünmektedir. Bu nedenle, çalışma için kullanılan olasılık dışı örneklem yöntemi, amaçlı ve kartopu örnekleminin bir kombinasyonu olacaktır. Bu çalışmada hedefli örneklem kullanılmıştır çünkü çalışma toplumun dini grup, ekonomik durum ve finansal erişilebilirlik altında kategorize edilen kısmını tanımlamaktadır. Trochim (2016) hedefli örnekleminin belirli bir grubu tanımlamak için kullanıldığını belirtmiştir. Benzer şekilde Gray (2017) de belirli bir gruba ya da belirli bir özelliği gösteren katılımcılara yönelik

hedefli örneklemenin kullanılmasından yanadır. Bu çalışma, Addis Ababa şehri ve Oromia bölgesel eyaletinde İslami finansın farkındalığı ve algısını temel almaktadır.

2.3.6. Hata Payı ve Güven Düzeyi

Hata payı ve güven düzeyi, bir örneğin daha büyük bir popülasyonu yansıtmadaki doğruluğunu ve güvenilirliğini tahmin etmek için kullanılan basit istatistiksel araçlardır (Cochran, 1977). Genellikle yüzde olarak ifade edilen hata payı, gerçek popülasyon değeri ile örneklem ortalaması arasındaki en büyük olası farkın bir tahminidir. Örneğin, %5 hata payına sahip %50'lik bir anket sonucu belirli bir hedefe olumlu bakıldığını gösteriyorsa, tüm popülasyondaki gerçek oran %45 ila %55 arasında olabilmektedir. Güven düzeyi ise, tekrarlanan örneklemede hata payının gerçek popülasyon değerini içermesi olasılığını göstermektedir. Örneğin, %95 güven düzeyi, aynı anketin aynı koşullar altında 100 kez yapılması durumunda, bulguların 95'inde hata payı içinde kalacağını gösterir (Cochran, 1977). Ankete dayalı çalışmalardan elde edilen sonuçların düzeyleri hakkında karar verirken bu ölçülerin dikkate alınması gerekmektedir.

Etiyopya İstatistik Ajansı'nın 2023 raporuna göre, çalışmanın örneklem alanlarında yaklaşık 20 milyon aktif finansal hizmet kullanıcısı bulunmaktadır. Bu nedenle, anket soruları Addis Ababa ve Oromia'dan son 90 gün içinde aktif olan hesap sahiplerine dağıtılmış ve 20 milyondan fazla aktif kullanıcı arasından 500.000 kişilik bir örneklem seçilmiştir. Bu bölgeler, ülkenin ekonomik ve siyasi başkenti olması, yoğun nüfusa sahip olması ve çeşitli sosyo-ekonomik, etnik ve dilsel nüfusa ev sahipliği yapması nedeniyle seçilmiştir. Önyargı veya yanıt önyargısı varsayımı yapılmadığından, tahminin maksimum değişkenliğini ve doğruluğunu sağlamak için örnek tahmini %50 yanıt dağılımında tutulmuştur. Bu parametreler, %5 marj ve %95 güven seviyesi ile Raosoft çevrimiçi örneklem büyüklüğü hesaplayıcısında kullanılmış ve Şekil 4'te gösterildiği gibi 384 katılımcıdan oluşan bir örneklem büyüklüğü tahmini elde edilmiştir. Bu örneklem büyüklüğü, genel nüfusun istatistiksel olarak güvenilir bir örneğini sağlar ve sonuçları güvenilir ve kesin bir şekilde genelleştirmek için yeterli güce sahiptir.

Sample Size Calculator

Find Out The Sample Size

This calculator computes the minimum number of necessary samples to meet the desired statistical constraints.

Result



Sample size: **384**

This means 384 or more measurements/surveys are needed to have a confidence level of 95% that the real value is within $\pm 5\%$ of the measured/surveyed value.

Confidence Level: ?	95%	
Margin of Error: ?	5	%
Population Proportion: ?	50	% Use 50% if not sure
Population Size: ?	500000	Leave blank if unlimited population size.
Calculate Clear		

Şekil 4: Raosoft Örneklem Büyüklüğü Hesaplaması

Kaynak: Raosoft Programı, <http://www.raosoft.com>

Mohammad (2011) tarafından yürütülen benzer bir çalışmada, 102 katılımcıdan oluşan örneklem büyüklüğü tüm bir alan için geçerli olacak şekilde hesaplanmıştır. Mohammad'ın çalışmasında atıfta bulunulan alan, 9,5 milyonluk bir nüfustaki Müslümanların %5'inden oluşmaktadır ve 475.000 ($9.500.000 \times \%0,5$) Müslüman olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla onun çalışmasında temsil edilen örneklem büyüklüğü hedef nüfusun %0.0214'ü ($102/475.000$) olarak hesaplanmıştır. Buna karşılık, bu tezin örneklem büyüklüğü, karşılaştırmalı çalışmadan önemli ölçüde daha fazla olan %0,0768 ($384/500000$) ile temsil edilmektedir ve bu çalışmanın amacı için fazlasıyla yeterli görünmektedir.

2.4. İstatistiksel Analiz

Yukarıdaki bölümlerde ana hatlarıyla belirtildiği üzere, bu araştırma, verilerin istatistiksel bir biçimde toplandığı ve daha sonra anlamlı sonuçlar elde etmek amacıyla analiz edildiği nicel bir yaklaşım kullanmaktadır. Mertens (2017) tarafından ampirik araştırmaların bir sınırlaması olduğu, ancak bunların genellikle belirli metodoloji parametreleri dahilinde kabul edilebilir olduğu savunulmaktadır. Toplanan verilerin araştırma hedeflerini uygun bir şekilde analiz edip etmediğini bilmek amacıyla çeşitli istatistiksel analizler kullanılacaktır. Güvenilirlik analizi, bulguların istikrarını ve tutarlılığını ölçmek için korelasyon katsayılarının, test-tekrar test ölçümlerinin ve ANOVA'nın kullanılmasını içermektedir. Geçerlilik analizi de ölçüm araçlarının doğruluğunu ve uygunluğunu

ölçmek için kriter geçerliliği, yapı geçerliliği ve içerik geçerliliğinden oluşmaktadır. Verilerin temel özelliklerini bir araya getirmek ve tanımlamak için tanımlayıcı istatistiksel analiz kullanılacak, böylece araştırma bulguları hakkında ayrıntılı bilgi sağlanacaktır.

2.4.1. Güvenilirlik Analizi

Field (2009) güvenilirliği, aynı varlıklar kullanıldığında farklı durumlar altında ölçüm yapma ve tutarlı sonuçlar üretme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde Trochim (2016) de güvenilirliği ölçüm kalitesinin önemli bir özelliği olarak tanımlamanın yanı sıra güvenilirliği tekrarlamaya ve tutarlılık olarak açıklamaktadır. Gray (2017) de güvenilirliği tutarlılık olarak açıklamakla birlikte, analiz sürecinde ortaya çıkan gerçek farklılıklar nedeniyle güvenilirliğin nadiren 0,90'ın üzerinde olduğunu teyit etmektedir.

2.4.2. Geçerlilik Analizi

Lane'e (2013) göre, bir ölçüm ölçeğinin etkili ve kaliteli olabilmesi için hem geçerli hem de güvenilir olması gerekmektedir. Franklin (2012) tarafından tanımlandığı şekliyle geçerlilik, nicel araştırmalarda kullanılan yapının başlangıçta ölçmek üzere tasarlandığı şeyi ölçüp ölçmediğini belirlemek için kullanılan bir ölçüttür. Benzer şekilde, geçerlilik Field (2009) tarafından bir testin ölçmesi gereken şeyi ne kadar ölçtüğü olarak tanımlanmaktadır. Geçerliliğin güvenilirlik gerektirdiği unutulmamalıdır. Yani, bir ölçüm aracı güvenilir olmadığı sürece, onun gerçek olduğu garanti edilemez. Greener ve Martelli (2018) de geçerliliğin güvenilirlik gerektirdiği görüşündedir. Geçerlilik, ölçüt geçerliliği, yapı geçerliliği ve içerik geçerliliği olmak üzere üç ana perspektifle ölçülmektedir. Her bir perspektif bir sonraki bölümde kısaca açıklanacaktır.

2.4.2.1 Kriter Geçerliliği

Gray (2017) tarafından tanımlandığı şekliyle ölçüt geçerliliği, eski ve yeni bir ölçüm arasındaki karşılaştırmadır. Başka bir deyişle, bir ölçme aracının geçerliliği bilinen bir ölçme aracıyla uyuma derecesidir. Dolayısıyla ölçüt geçerliliği, ölçüm aracının geçerliliği kanıtlanmış bir araçla karşılaştırılmasıdır. Ölçüt geçerliliğini belirlemenin en kolay tekniklerinden biri, önceden bir standartla karşılaştırmaktır. Bir araç, geçerliliği bilinen testin ölçtüğü aynı şeyi örnekliyorsa, yüksek kriter geçerliliğine sahip olduğu

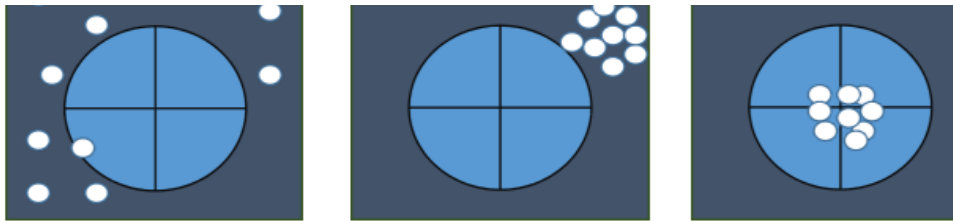
söylenmektedir. Bir aracın karşılaştırılacağı bir referans standardının olması, ölçüt geçerliliğini belirlemenin tek ön koşuludur. Etiyopya'da İslami finansa ilişkin kamuoyu farkındalığı ve algıları için bu şekilde daha önce bir araştırma yapılmamıştır; bu nedenle kriter geçerliliği belirlenememiştir.

2.4.2.2. Yapı Geçerliliği

Bir ölçüm aracının ölçmek istediği teorik yapıyı ne ölçüde ölçebildiği ve nicelleştirebildiği yapı geçerliliği olarak adlandırılmaktadır (Lane vd., 2013). Bu, aracın incelenen kavramı uygun bir şekilde tasvir ettiğinden ve ilgisiz ya da gereksiz değişkenler içermediğinden emin olmayı sağlamaktadır. Aynı yapının diğer ölçümleriyle yüksek korelasyon gösteren yakınsak geçerlilik ve diğer yapıların ölçümleriyle düşük korelasyon gösteren ayırt edici geçerlilik, yapı geçerliliğini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Bagozzi'ye (1991) göre, çalışma sonuçlarının güvenilir ve yorumlanabilir olması için yapı geçerliliğinin gösterilmesi gerekmektedir.

2.4.2.3. İçerik Geçerliliği

Kapsam geçerliliği, bir ölçüm aracının maddelerinin ölçülmek istenen kavramı doğru bir şekilde temsil etme derecesidir. Field (2009) bunu aracın içeriği ile varsayılan ölçüm arasındaki uyum olarak tanımlarken, Gray (2017) tüm maddelerin araştırılan değişkenleri uygun şekilde yansıttığından emin olunması gerektiğinin altını çizmektedir. Mevcut çalışmada kapsam geçerliliği, araçların dikkatli bir şekilde tasarlanması ve uygun örnekleme yoluyla elde edilmiştir.



Senaryo A

Senaryo B

Senaryo C

Şekil 5: Güvenilirlik ve Geçerlilik Arasındaki Bağlantı

Kaynak: Crosswell (2007)

Şekil 5 geçerlilik ve güvenilirlik arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Kesit çalışmanın amacını gösterirken beyaz noktalar toplanan verileri ifade etmektedir. Senaryo A için veri

noktaları birbirinden uzaktır, bu da düşük güvenilirlik ve yüksek ölçüm hatasına işaret etmektedir. Senaryo B, verilerin hedefe uygun olmaması nedeniyle yüksek güvenilirliğe ancak düşük geçerliliğe işaret eden sıkı kümelenmiş sonuçları ifade etmektedir. Senaryo C ise yüksek geçerlilik ve yüksek güvenilirliğe işaret eder çünkü her zaman amaca uygun veriler vardır ve bu da aracın ölçmeyi amaçladığı şeyi gerçekten ölçtüğünü göstermektedir.

2.4.3. Korelasyon Katsayısı

Güvenilirlik her zaman mükemmel olamaz; bu nedenle, değişkenler arasındaki ilişkileri ve bağlantıları belirlemek için korelasyon katsayısı adı verilen bir ölçüm kullanılmaktadır. Field (2009) korelasyon katsayısını, bir ilişkiyi veya bağlantıyı belirlemek için iki değişken arasındaki duyarlılık derecesinin bir ölçümü olarak tanımlamaktadır. Bu çalışma için demografik verilerle Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Greener ve Martelli (2018), Pearson korelasyon katsayısının, bu çalışmada olduğu gibi, en az bir değişkenin sıralı ve diğerinin aralıklı olduğu iki değişken arasındaki ilişkileri belirlemek için kullanıldığını göstermektedir. Daha önce de belirtildiği gibi, biyografik veriler sıralıdır ve sonraki veriler aralıklarla yakalanacaktır.

Katılımcılara esnek sayıda yanıt kategorisi sunarak ölçümde doğruluğu artırmak için Likert tipi bir ölçek kullanılmıştır. Anket beş bölümden oluşmaktadır (A-E). Bölüm A biyografik verileri toplamaktadır. B Bölümü, İslami finans hakkındaki farkındalığı kesinlikle katılmıyorumdan kesinlikle katılıyorduma kadar beş seviyede belirlemektedir. C Bölümü, İslami finanstaki temel algıları kesinlikle katılmıyorumdan kesinlikle katılıyorduma kadar beş seviye kullanarak belirlemektedir. D Bölümü, özellikle İslami finans kurumları tarafından finansal erişilebilirliği ölçmektedir. E Bölümü de katılımcıların konuyla ilgili görüş ve düşüncelerini özgürce ifade etmektedir.

2.5. Tanımlayıcı Analiz

Betimsel analiz, çalışmadan elde edilen verileri anlamlı bir şekilde vurgulamaktadır (Trochim, 2016). Benzer şekilde, Kothari (2004) betimsel analizin görevini verileri yorumlamak, çıkarımlar yapmak ve sonuçlara varmak olarak açıklamaktadır. Bu nedenle, SPSS gibi bir istatistiksel yazılım paketi yardımıyla veriler toplanacak, düzenlenecek ve kaydedilecektir. Daha sonra, çeşitli istatistiksel yöntemler kullanılarak veri analizi yapılacaktır.

3. BÖLÜM: AMPİRİK ANALİZ VE BULGULAR

Çalışmanın bu bölümü, anket soruları aracılığıyla toplanan birincil verilerden elde edilen çalışmanın temel bulgularını göstermektedir. Veriler, her bir değişkene uygulanan tanımlayıcı ve çıkarımsal istatistiksel yöntemler kullanılarak titiz bir analizden geçirilmiştir. Sonuçlar, net tablo özetleri ve görünür grafiklerle gösterilmiş, ardından teorik ve pratik çıkarımları ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

3.1. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Herhangi bir analize başlamadan önce, anket sorularının güvenilirliğinin ve geçerliliğinin doğrulanması önem arz etmektedir. Bu nedenle, anketin her bir bölümünün geçerliliği ve güvenilirliği en yaygın ve etkili istatistiksel araçlar kullanılarak kontrol edilmiş ve doğrulanmıştır. Detaylı sonuçlar aşağıda açıkça sunulmuştur.

3.1.1. İçerik Geçerliliği

Bu çalışmada kullanılan anket aracının içerik geçerliliğini oluşturmak için, anketin geliştirilmesinde kapsamlı uzman danışmanlığı yapılmıştır. Etiyopya'da İslami finans konusunda kamu farkındalığını, algısını ve finansal katılımı ölçmeyi amaçlayan Likert ölçekli maddelerden oluşan anket, İslami finans, finansal katılım ve anket metodolojisi konularında geniş bilgiye sahip üç uzmana gönderilmiştir. Bu uzmanlar, araştırılan ana yapıların yeterince yakalandığından emin olmak için her bir maddenin uygunluğunu, açıklığını ve eksiksizliğini gözden geçirmiştir. Geri bildirimleri, madde ifadelerinin, ölçek tutarlılığının ve soruların araştırmanın kavramsal çerçevesiyle uyumluluğunun geliştirilmesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur.

Geri bildirimlerine dayanarak, anketin güvenilirliğini ve temsiliyetini artırmak için bazı düzeltmeler yapılmıştır. Belirsiz veya gereksiz olan sorular netlik için yeniden ifade edilmiş ve kritik kamu bilinci ve algı boyutlarını daha kapsamlı bir şekilde göstermek için ek maddeler eklenmiştir. Bu titiz inceleme süreci, her bir maddenin değerlendirdiği yapılarla kavramsal olarak uyumlu olmasını sağlayarak aracın içerik geçerliliğine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Bu nedenle, nihai anket aracı teorik uygunluk ve uzman görüşüne derinlemesine dayanmaktadır ve bu nedenle, söz konusu konu için geçerli cevapları toplamak için güvenilir hâle getirilmiştir.

3.1.2. Yapı Geçerliliği

Yapı geçerliliği de aşağıda gösterildiği gibi Kaiser-Meyer-Olkin Ölçümü (KMO) testi kullanılarak doğrulanmıştır. Sonuç olarak, anket uygun bulunmuş ve böylece geçerlilik teyit edilmiştir. Ancak geçerlilik, çalışma için uygulanan ölçümün kalitesini belirlemek için tek başına yeterli değildir. Geçerliliğin bir ön koşulu vardır ki bu da güvenilirliktir ve bir sonraki bölümde sunulacaktır.

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği Ölçümü (KMO)		0.760
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	13933.332
	df	435
	Sig.	<0.001

Tablo 3: KMO ve Bartlett's Testi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 3'te sunulduğu üzere, anket aracının yapı geçerliliğini incelemek için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme Yeterliliği Ölçümü 0.760 değerine sahiptir ve bu değer önerilen 0.70 eşliğinden çok daha yüksektir, bu da örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Bartlett Testi oldukça anlamlıdır (Yaklaşık Ki-Kare = 13,933.332, df = 435, $p < 0.001$), bu da korelasyon matrisinin bir özdeşlik matrisi olmadığını ve verilerin faktör çıkarımı için kullanılabileceğini kanıtlamaktadır. Bu bulgular, ölçümlerin çok boyutluluğunu ve kamu farkındalığını, İslami finans algısını ve Etiyopya'da finansal katılım üzerindeki etkisini yakalamada kullanılan ölçüm aracının yapısal uyumunu desteklemektedir.

3.1.3. Güvenilirlik

Güvenilirlik, Field (2009) tarafından farklı durumlarda benzer sonuçlar göstermenin bir aracı olarak belirtilmiştir. Başka bir deyişle güvenilirlik, verileri birden çok kez tekrarlanmış gibi incelemektedir. Bu amaçla Cronbach's alpha adı verilen istatistiksel bir ölçü kullanılmaktadır. Kısaca, Cronbach's alpha verileri rastgele iki yarıya bölmektedir. Daha sonra her iki taraftaki her bir katılımcıya puanlar atanmaktadır. Ölçeğin her iki yarısındaki her bir katılımcı için iki puan, benzer olup olmadıklarını araştırmak için karşılaştırılmaktadır. Puanlar iyi veya çok yüksek korelasyon gösteriyorsa, başka bir deyişle, her iki yarıda hesaplandığında aşağı yukarı aynı puan alınıyorsa, ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmektedir. Tavakol ve Dennick (2011) kabul edilebilir

değerlerin 0.75 ile 0.95 arasında olduğunu belirtmektedir. Field (2009) da .80 değerinin uygun olduğunu belirtmiştir.

Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
0.875	10

Tablo 4: Güvenilirlik İstatistikleri (Kamu Farkındalığı)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

İslami finans konusunda kamu farkındalığını ölçen 10 anket sorusunun güvenilirlik testinden elde edilen Cronbach Alfa katsayısı 0,875'tir. Bu, değişkenler arasında büyük bir iç tutarlılığa işaret etmekte ve her bir maddenin benzer temel yapıyı, bu örnekte kamu farkındalığını güvenilir bir şekilde ölçtüğünü göstermektedir. Cronbach's Alpha'nın 0.8'den yüksek olması kabul edilebilir bir değerdir ve 0.9'a yakın değerler çok iyi güvenilirlik göstermektedir. Dolayısıyla, anketin bu bölümündeki maddeler katılımcılar arasındaki farkındalık düzeylerini ölçmede hem tutarlı hem de güvenilirlerdir. Bu yapı altındaki on madde, sorular arasında minimum fazlalık ve uyum ile iyi hazırlanmış görünmektedir. Bu yüksek güvenilirlik katsayısı, faktör analizi veya demografik gruplara dayalı karşılaştırma gibi ekstra istatistiksel analizler için yanıtların bir bileşik ölçü veya faktör puanı halinde toplanmasının iyiliğini de doğrulamaktadır. Dolayısıyla, bu tezde kullanılan kamu farkındalığı ölçeği çok iyi psikometrik özelliklere sahiptir ve Etiyopya'da İslami finans farkındalığına ilişkin bulguların yorumlanması için sağlam bir temel oluşturmaktadır.

Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
0.850	10

Tablo 5: Güvenilirlik İstatistikleri (Algı)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

İslami finansın temel bileşenlerine ilişkin kamuoyu algısını ölçen on anket sorusunun güvenilirlik testi, 0,850'lik bir Cronbach's Alpha katsayısı vermiştir; bu da maddelerin yüksek iç tutarlılığına işaret etmektedir. Böylece, anket sorularının değişmez bir şekilde tutarlı olduğu ve kamu algısı yapısının güçlü bir şekilde ölçüldüğü gösterilmektedir. Yaygın olarak uygulanan sınır değerlere göre, 0.850'lik Cronbach's Alpha yüksek

güvenilirlik göstermekte ve yanıtların bu bölümde yer alan çeşitli yinelemeler boyunca sabit kaldığını doğrulamaktadır. Yüksek güvenilirlik ölçüsü, on sorunun bireylerin faiz yasağı, risk paylaşımı, etik yatırım ve şeriata uygunluk gibi İslami finansın önemli yönlerine karşı sahip oldukları doğal tutum ve görüşleri çok iyi temsil ettiğini göstermektedir. Bu yanıtların tutarlılığı, bu maddelerin sonraki istatistiksel analizlerde tek bir ölçek veya faktör olarak kullanılmasının geçerliliğini artırmaktadır. Bu nedenle, algı ölçeği kavramsal olarak sağlam ve ampirik olarak tutarlıdır ve dolayısıyla Etiyopya'da İslami finansa ilişkin kamu algısını ölçmek için sağlam bir ölçüm aracıdır.

Cronbach's Alpha	Soru Sayısı
0.777	10

Tablo 6: Güvenilirlik İstatistikleri Güvenilirlik İstatistikleri (Finansal Katılım)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

İslami finans yoluyla finansal tabana yayılmanın bir göstergesi olarak finansal erişilebilirliği ölçmeye yönelik on anket maddesinin güvenilirlik testi, kabul edilebilir bir iç tutarlılığı yansıtan 0,777'lik bir Cronbach's Alpha değeri vermiştir. Bu durum, maddelerin finansal kapsayıcılık yapısını ölçmede güvenilir olduğunu göstermektedir. Sorular İslami finansal hizmetlere erişim, kullanılabilirlik ve kullanılabilirlik konularına değinirken, güvenilirlik katsayısı amaçlanan kavramın tutarlı bir şekilde ölçülmesini sağlamaktadır ve bu nedenle ölçek çalışma bağlamında daha ileri analizler için uygundur.

3.2. Betimleyici İstatistikler

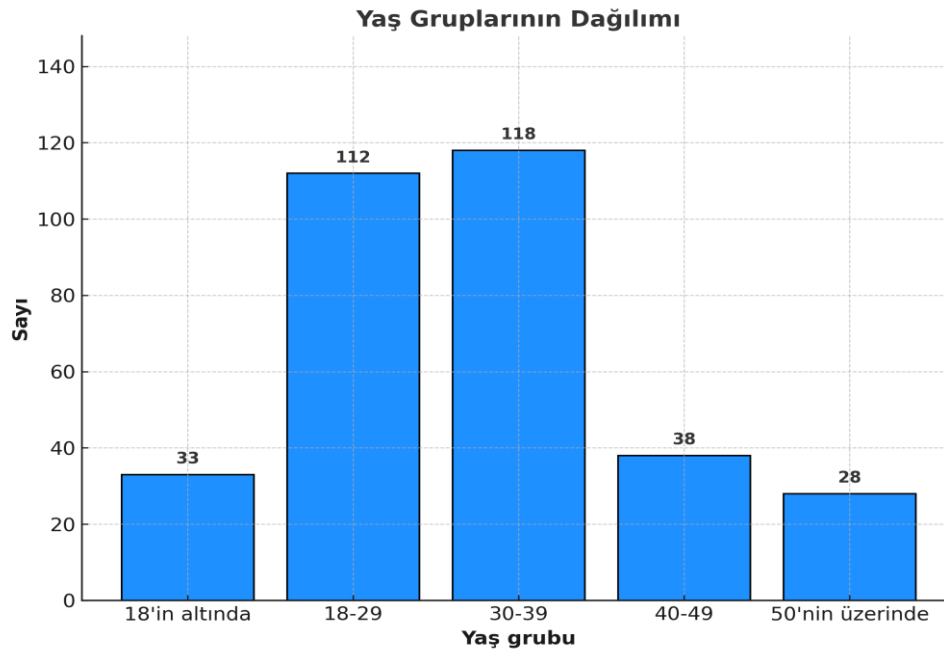
3.2.1. Biyografik Bilgiler (Bölüm A)

Analizin ilk bölümünde yaş, cinsiyet, din, gelir düzeyi, eğitim düzeyi, kullanılan finansal kurum türü ve katılımcılar ile kurumlar arasındaki ilişki türü gibi biyografik veriler analiz edilmiştir. Tüm bu değişkenler, değişkenin niteliğine bağlı olarak tablolar, çubuk grafikler ve pasta grafikler kullanılarak ayrı ayrı gösterilmiştir.

Yaş	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
18'den küçük	32	9.9	9.9	9.9
18-29	112	34.8	34.8	44.7
30-39	117	36.3	36.3	81.1
40-49	36	11.2	11.2	92.2
50'den büyük	25	7.8	7.8	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 7: Katılımcıların Yaşı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 1: Katılımcıların Yaşı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 7 ve Grafik 1, katılımcıların yaş gruplarının dağılımını göstermektedir. Toplanan verilerden de anlaşılacağı üzere, katılımcıların çoğunluğu %36,3 ile 30-39, %34,8 ile 18-29, %11,2 ile 40-49, %9,9 ile 18 yaş altı ve %7,8 ile 50 yaş üstü yaş gruplarında yer almaktadır. Toplamda, 19-39 katılımcıların %71,1'ini temsil etmektedir. Bu katılımcılar bir araya getirildiğinde, İslami ya da konvansiyonel bir finans kurumuyla bankacılık ilişkisine sahip olma açısından çalışmaya uygun ağırlıklı olarak orta yaşlı bireyleri temsil etmektedir.

Cinsiyet	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Erkek	174	54.0	54.0	54.0
Kadın	148	46.0	46.0	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 8: Katılımcıların Cinsiyet

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 2: Katılımcıların Cinsiyeti

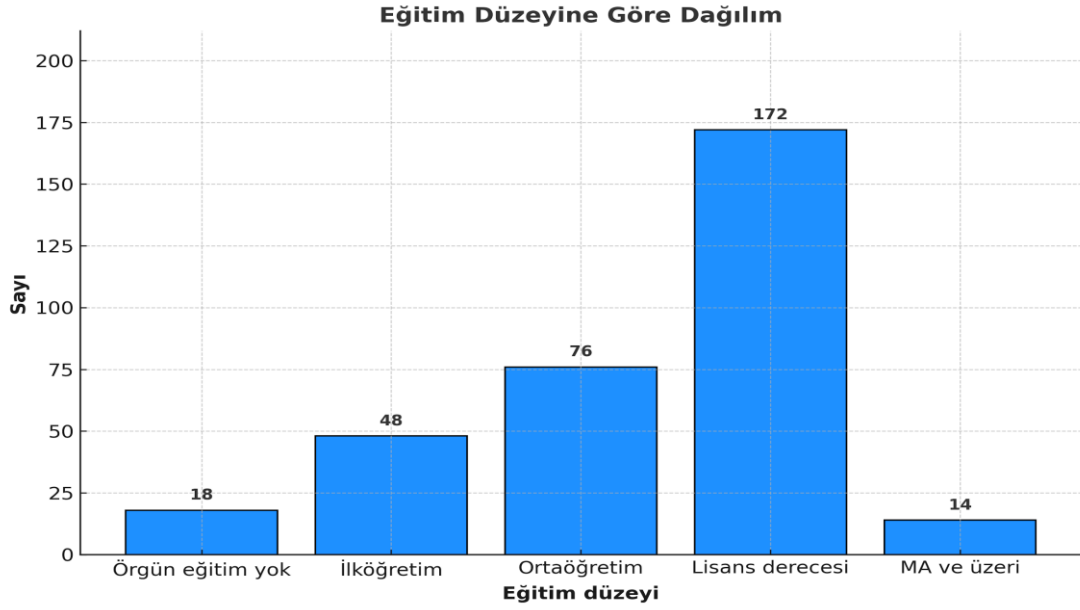
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 8 ve Grafik 2 katılımcıların cinsiyet dağılımını göstermekte olup 174 katılımcının (%54,0) erkek, 148 katılımcının (%46,0) ise kadın olduğunu belirtmektedir. Bu, az bir erkek çoğunluğu ile her iki cinsiyetin de nispeten dengeli bir şekilde temsil edildiğini göstermektedir. Katılımın neredeyse eşit olması, anket analizinin muhtemelen hem erkek hem de kadın katılımcıların yaklaşımlarını yansıttığını ve daha kapsayıcı ve cinsiyete duyarlı iç görüleri olanak sağladığını göstermektedir. Bu tür bir denge, cinsiyete göre farklılık gösterebilecek değişkenleri analiz ederken çok önemlidir, çünkü çalışmanın bulgularının güvenilirliğini ve uygunluğunu artırmaktadır.

Eğitim seviyesi	Frekans	%	Geçerli%	Kümülatif %
Örgün eğitim almayanlar	17	5.3	5.3	5.3
İlköğretim	48	14.9	14.9	20.2
Ortaöğretim	76	23.6	23.6	43.8
Lisans derecesi	168	52.2	52.2	96.0
Yüksek lisans ve üzeri	13	4.0	4.0	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 9: Eğitim Düzeyi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 3: Eğitim Seviyesi

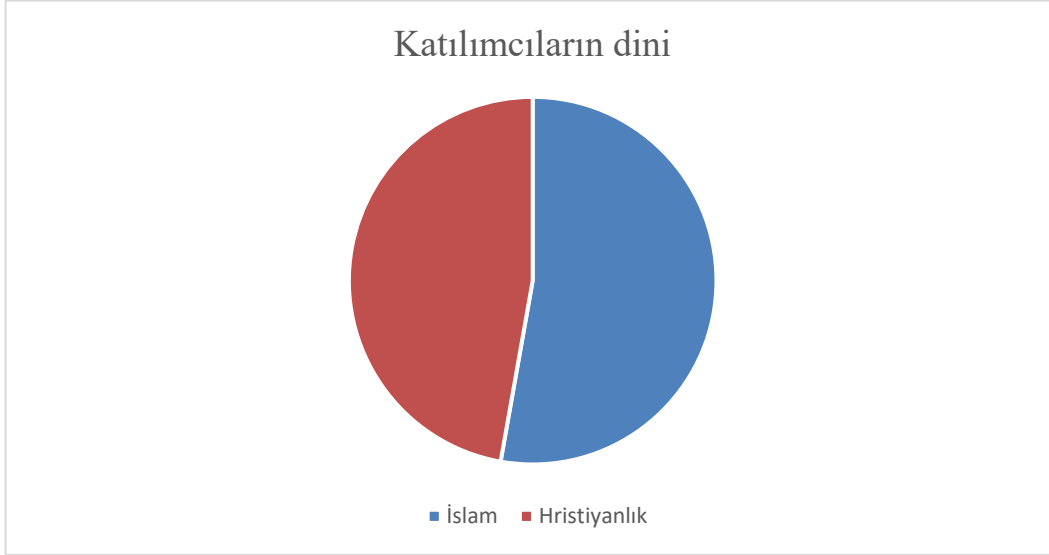
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 9 ve Grafik 3 katılımcıların eğitim seviyelerini göstermektedir; en yüksek yüzde 168 katılımcı (%52,2) ile lisans, 76 katılımcı (%23,6) ile ortaöğretim ve 48 katılımcı (%14,9) ile ilköğretim eğitimine sahiptir. Daha düşük bir yüzde olan 17 katılımcı (%5,3) örgün eğitim almadıklarını belirtirken, sadece 13 katılımcı (%4,0) yüksek lisans veya üzeri bir eğitime sahiptir. İstatistikler, anket katılımcılarının %94,7'sinin lisans düzeyinde ağırlıklı olmak üzere en az belli bir düzeyde örgün eğitime sahip olduğunu göstermektedir. Bu eğitim seviyesi, anket katılımcılarının çoğunun çalışmayla yakından ilişkili olan karmaşık fikirleri anlama ve tepki verme yeteneğine sahip olacağını ve dolayısıyla bankacılık, sigortacılık, finans, ekonomi ve politikayla ilgili diğer alanlarda analiz için kullanılmasının kolay olduğunu göstermektedir.

Din	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
İslam	170	52.8	52.8	52.8
Hristiyanlık	152	47.2	47.2	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 10: Katılımcıların Dini İnançları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 4: Katılımcıların Dini

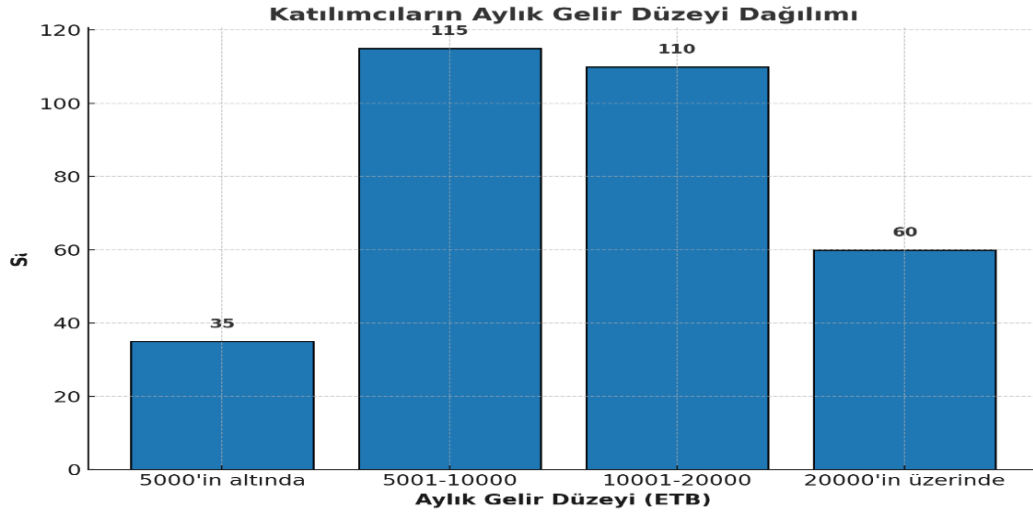
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 10 ve Grafik 4'te katılımcıların dini aidiyetleri gösterilmektedir. 170 kişi (%52,8) kendini İslam dinine mensup olarak tanımlarken 152 kişi (%47,2) kendini Hristiyan olarak tanımlamaktadır. Bu da iki ana dini grup arasında dengeli bir dağılım olduğunu ve Müslüman katılımcıların az da olsa çoğunlukta olduğunu göstermektedir. Eşitliğe yakın temsil, toplanan verilerin her iki dini grubun da anlayışını yansıttığını göstermektedir ki bu da çalışmanın kapsayıcılığını ve kültürel hassasiyetini oluşturmak için gereklidir. Bu çeşitlilik, dini geçmişin bu araştırmada önemli bir faktör olması nedeniyle karşılaştırmalı analize de olanak tanımaktadır.

Gelir düzeyi	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
5000'in altında	34	10.6	10.6	10.6
5001-10000	116	36.0	36.0	46.6
10001-20000	111	34.5	34.5	81.1
20000'in üzerinde	61	18.9	18.9	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 11: Aylık Gelir Düzeyi (ETB)

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 5: Aylık Gelir Düzeyi (ETB)

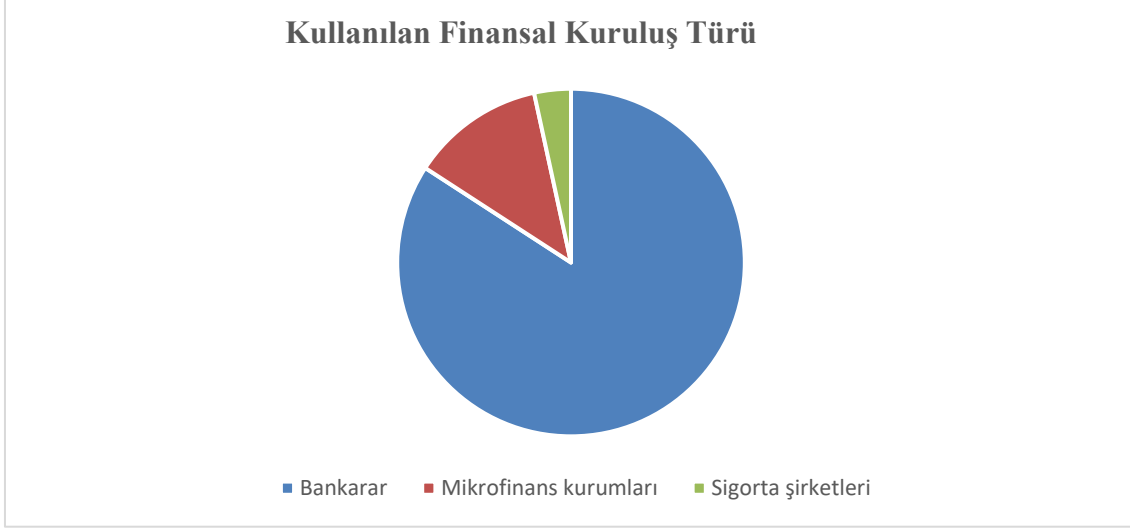
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 11 ve Grafik 5, katılımcıların Etiyopya Birr'i (ETB) cinsinden aylık gelir dağılımını göstermektedir. Çoğunluğu oluşturan 116 kişi (%36,0) 5001 ila 10.000 ETB arasında gelir elde ederken, bunu 10.001 ila 20.000 ETB gelir aralığına sahip 111 katılımcı (%34,5) takip etmektedir. Ayrıca, 61 katılımcı (%18,9) 20.000 ETB'nin üzerinde kazanırken, 34 kişilik daha küçük bir grup (%10,6) 5.000 ETB'nin altında kazanç bildirmiştir. Bu dağılım, katılımcıların önemli bir kısmının düşük-orta gelir grubunda yer aldığını, en yüksek ve en düşük gelir grubunda ise sadece küçük bir azınlığın bulunduğunu göstermektedir. Katılımcılar arasındaki gelir farklılığı, özellikle finansal içerme ve sosyoekonomik eşitsizliklerle ilgili çalışmalarda ekonomik davranışların, finansal erişilebilirliğin veya gelir düzeylerine dayalı tutumların analiz edilmesi için faydalı bir temel sağlamaktadır.

Kullanılan Finansal Kuruluş Türü	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Bankalar	271	84.2	84.2	84.2
Mikrofinans kurumları	40	12.4	12.4	96.6
Sigorta şirketleri	11	3.4	3.4	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 12: Katılımcıların Kullandıkları Finansal Kuruluş Türüne Göre Dağılımı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 6: Katılımcıların Kullandıkları Finansal Kuruluş Türüne Göre Dağılımı

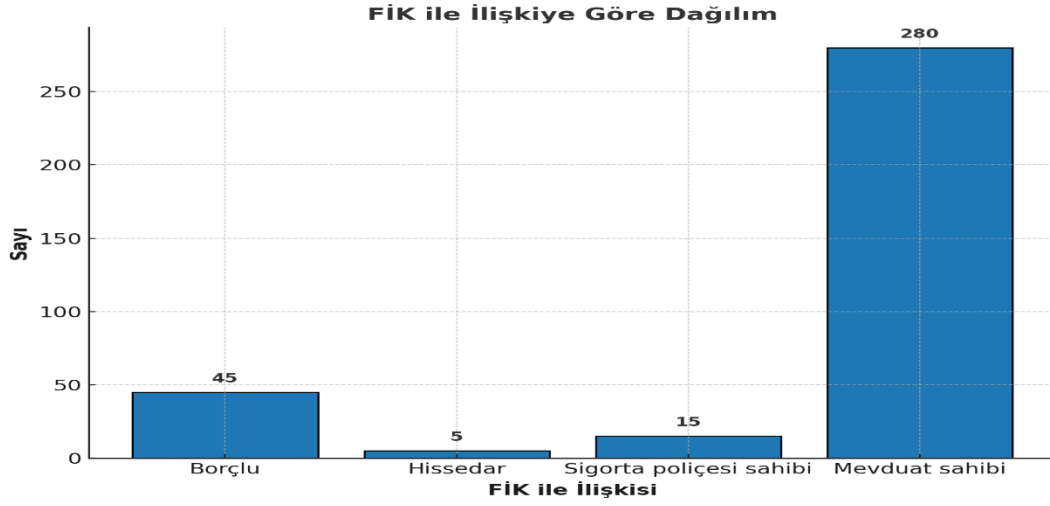
Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo12 ve Grafik 6 katılımcıların yaygın olarak kullandıkları finansal kurum türüne göre dağılımını göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, 271 katılımcı (%84,2), bankacılık hizmetlerine yönelik güçlü bir eğilime işaret edecek şekilde banka kullandıklarını bildirmiştir. Bunu mikro-finance kurumlarını kullanan 40 katılımcı (%12,4) takip etmektedir; bu da katılımcıların daha küçük bir bölümünün muhtemelen küçük ölçekli finansal faaliyetlerle uğraştığını veya bankacılık hizmetlerinin sınırlı olduğu bölgelerde ikamet ettiğini yansıtmaktadır. Sadece 11 kişi (%3,4) sigorta şirketlerini kullandığını bildirmiştir, bu da sigorta hizmetlerinin sunulan seçenekler arasında en az erişilen hizmet olduğunu göstermektedir. Bankaların baskınlığı, katılımcılar arasında finansal işlemler ve hizmet sunumundaki merkezi rollerini vurgularken, mikro-finance ve sigorta hizmetlerinin nispeten düşük kullanımı, farkındalık eksikliği, erişilebilirlik ve bu kurumların toplumdaki öneminin yanlış algılanması ile ilişkilendirilebilir.

İlişki türü	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Borçlu	43	13.4	13.4	13.4
Hissedar	4	1.2	1.2	14.6
Sigorta poliçesi sahibi	11	3.4	3.4	18.0
Mevduat sahibi	264	82.0	82.0	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 13: Katılımcının Finansal Kuruluşlarla İlişkisi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur



Grafik 7: Katılımcının Finansal Kuruluşlarla İlişkisi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 13 ve Grafik 7, katılımcıların resmi finansal kurumlarla olan ilişkilerinin niteliğini göstermektedir. Katılımcıların çoğunluğu, 264 katılımcı (%82,0), kendilerini mevduat sahibi olarak tanımlamıştır, bu da işlem ve tasarruf temelli bankacılığın en yaygın olduğunu göstermektedir. Daha az sayıda katılımcı, 43 kişi (%13,4), kendilerini kredi kullanıcısı olarak tanımlamıştır, bu da katılımcılar arasında kredi hizmetinden asgari düzeyde yararlandığını veya bu hizmete ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, 11 kişinin (%3,4) sigorta poliçesi bulunmaktadır ve katılımcıların sadece 4'ü (%1,2) hissedardır, bu da yatırım odaklı finansal ürünlerin çok az kullanıldığını yansıtmaktadır. Bu durum, katılımcıların çoğunun finansal kurumları sadece mevduat ve tasarruf için kullandığını, borçlanma, sigorta ve hisse senedi sahipliği gibi daha karmaşık finansal hizmetlerin nispeten daha az kullanıldığını desteklemektedir.

3.2.2. Kamu Farkındalığı (Bölüm B)

Bu bölümde yer alan anketler, Etiyopya'daki katılımcıların İslami finans konusundaki bilgi ve farkındalıklarını ölçmeyi amaçlayan bir dizi likert ölçekli sorudan oluşmaktadır. Katılımcılara İslami finans kurumlarının varlığından haberdar olup olmadıkları ve İslami finans hakkında medya veya dini kurumlardan bilgi alıp almadıkları sorulmuştur. Anket ayrıca faiz, kumar ve spekülasyon yasağı gibi İslami finansın temel ilkelerine aşinalığı inceleyerek bilgi düzeylerini anlamaya çalışmıştır. Ayrıca katılımcıların İslami finansın yaygın finansman yöntemleri ve İslami finansal ürün ve hizmetler hakkındaki farkındalıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Bireylere ayrıca kâr ve zarar paylaşımı

mekanizması hakkında bilgi sahibi olup olmadıkları ve İslam ekonomisi ve finansın felsefi temellerini anlayıp anlamadıkları sorulmuştur.

Soru 1: Etiyopya'da İslami finans kuruluşlarının varlığından haberdarım.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	2	0.6	0.6	0.6
Katılmıyorum	6	1.9	1.9	2.5
Nötr	1	0.3	0.3	2.8
Katılıyorum	103	32.0	32.0	34.8
Kesinlikle katılıyorum	210	65.2	65.2	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 14: Katılımcıların İslami finans kurumlarına aşinalığı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 14, katılımcıların Etiyopya'daki İslami finans kurumlarına aşinalıklarını göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, 210 katılımcı (%65,2), kesinlikle katılıyorum ve 103 katılımcı (%32,0) bu tür kurumların varlığından haberdar olduklarını kabul ederek katılımcılar arasında yüksek düzeyde farkındalık olduğunu göstermiştir. Sadece küçük bir kısım farkındalık eksikliğini dile getirmiştir: 6 katılımcı (%1,9) katılmadığını, 2 katılımcı (%0,6) kesinlikle katılmadığını ve 1 katılımcı (%0,3) kararsız kaldığını belirtmiştir. Bu genel olumlu yanıt, İslami finans kurumlarının Etiyopya'da, potansiyel olarak artan sosyal yardım, pazarlama veya toplum katılımı çabaları nedeniyle önemli ölçüde aşinalık ve tanınırlık kazandığını göstermektedir.

Soru 2: İslami finansı medyadan duydum (TV, radyo, sosyal medya)

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	36	11.2	11.2	11.2
Katılmıyorum	40	12.4	12.4	23.6
Nötr	33	10.2	10.2	33.9
Katılıyorum	114	35.4	35.4	69.3
Kesinlikle katılıyorum	99	30.7	30.7	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 15: İslami finansı medya platformlarından duydum

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 15, katılımcıların ana akım medya ve sosyal medya aracılığıyla İslami finansla maruz kalma durumlarını göstermektedir. Veriler, çok katılıyorum diyen 114 katılımcı

(%35,4) ve katılıyorum diyen 99 katılımcı (%30,7) ile temsil edilen çoğunluğun medya kuruluşları aracılığıyla İslami finans hakkında bilgi sahibi olduğunu göstermektedir ki bu da medya kuruluşlarının konu hakkında bilgi sağlamada öncelikli olduğunu doğrulamaktadır. Aynı zamanda, 40 katılımcı (%12,4) katılmadığını ve 36 katılımcı (%11,2) kesinlikle katılmadığını belirtmiştir; bu da nüfusun önemli bir kısmının bu tür bilgiler için medyayı kullanmadığı veya medyaya erişimi olmadığı anlamına gelmektedir. Ayrıca, 33 katılımcı (%10,2) da muhtemelen konuya yeterince maruz kalmadıkları veya bilgi kaynaklarına ilişkin belirsizlik nedeniyle fikir beyan etmemiştir. Genel olarak çalışma hem ana akım medyanın hem de sosyal medyanın İslami finans konusunda farkındalık yaratmak ve halkı eğitmek için önemli bir araç olduğunu, ancak kapsamı ve erişilebilirliği genişletmek için daha fazla erişim potansiyeli bulunduğunu göstermektedir.

Soru 3: İslami finansı dini kurumlardan duydum.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	72	22.4	22.4	22.4
Katılmıyorum	80	24.8	24.8	47.2
Nötr	2	0.6	0.6	47.8
Katılıyorum	70	21.7	21.7	69.6
Kesinlikle katılıyorum	98	30.4	30.4	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 16: İslami finansın temellerini dini kurumlardan öğreniyorum.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 16'da dini kurumların İslami finans konusunda bilgi sağlamaya katkı düzeyi gösterilmektedir. Tepkiler çelişkili olup, katılımcılar arasında dini kurumlarda eğitim alma durumunun farklı derecelerde olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların 98'i (%30,4) İslami finansın temellerini dini kurumlardan öğrendiklerine kesinlikle katıldıklarını ve 70'i (%21,7) katıldıklarını belirtirken (toplamda %52,1), aksi yönde cevap veren önemli bir kesim de bulunmaktadır. Öncelikle, 80 kişi (%24,8) katılmadığını ve 72 kişi (%22,4) kesinlikle katılmadığını belirtmiştir ki bu toplamda örneklemin yaklaşık %47,2'sini temsil ederken sadece %0,6'sı kararsız kalmıştır. Anketteki sorunun Müslüman ve Hristiyan katılımcılara da sorulduğu dikkate alınmalıdır; dolayısıyla dini kurumlar aracılığıyla İslami finans eğitiminin mevcudiyeti tüm katılımcılar için eşit derecede geçerli olmayabilir. Bu durum, İslami finans kavramlarının daha geniş çapta

tanınmasını ve yaygınlaştırılmasını kolaylaştırmak için dini çevreler dışında iyi organize edilmiş ve çeşitlendirilmiş bir eğitim yaklaşımının gerekliliğini göstermektedir.

Soru 4: İslami finansın temel kavramlarına aşinayım.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	62	19.3	19.3	19.3
Katılmıyorum	118	36.6	36.6	55.9
Nötr	80	24.8	24.8	80.7
Katılıyorum	13	4.0	4.0	84.8
Kesinlikle katılıyorum	49	15.2	15.2	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 17: İslami finans kavramlarına aşinayım.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 17, katılımcıların İslami finansın temel kavramlarını ne kadar bildiklerini göstermektedir. Ankete göre, %36,6'sı katılmadığını ve %19,3'ü kesinlikle katılmadığını, yani %55,9'u kesinlikle anlamadığını bildirdiği için çoğunluk iyi anlamamaktadır. Diğer %24,8'i ise kararsız kalmış, belirsizlik veya sınırlı deneyim ifade etmiştir. Sadece %4,0'ı katıldığını ve %15,2'si kesinlikle katıldığını belirtmiştir ki bu da ne anladıklarından emin olan toplam %19,2'lik bir kesim anlamına gelmektedir. Bu durum, İslami finans kurumlarının varlığı hakkında önemli bir bilgi birikimi olmasına rağmen, önemli bir bilgi boşluğunun bulunduğunu ve bu nedenle eğitim, öğretim ve İslami finans konularının eğitim ve mesleki çalışma programlarına dahil edilmesi yoluyla farkındalık yaratılmasına ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Soru 5: İslami finasta faizin yasak olduğunun farkındayım.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	33	10.2	10.2	10.2
Katılmıyorum	17	5.3	5.3	15.5
Nötr	25	7.8	7.8	23.3
Katılıyorum	118	36.6	36.6	59.9
Kesinlikle katılıyorum	129	40.1	40.1	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 18: İslami finasta faiz yasağının farkındayım.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 18, katılımcıların İslami finasta faiz (riba) yasağı konusundaki farkındalıklarını göstermektedir. Sonuçlar, %36,6'sı katılıyorum ve %40,1'i kesinlikle katılıyorum olmak üzere toplamda %76,7'si bu temel ilkeyi kabul eden yüksek bir farkındalık düzeyine işaret etmektedir. Sadece %10,2'si kesinlikle katılmadığını ve %5,3'ü katılmadığını belirtirken, %7,8'i kararsız kalmıştır. Bu durum, Tablo 16'nın önceki verilerinde gözlemlenen daha geniş İslami finans kavramlarına genel aşinalığa rağmen, katılımcıların çoğunun İslami finansın bir ayağı olan faizin temel yasağını açıkça anladığını göstermektedir. Bu farkındalık düzeyi, katılımcıların çoğunluğu arasında İslami finans ilkeleriyle temel bir kavramsal uyumu yansıttığından, bu alanda daha fazla eğitim ve katılım için bir temel olarak kullanılabilir.

Soru 6: Kumar ve spekülasyonun yasak olduğunu biliyorum.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	45	14.0	14.0	14.0
Katılmıyorum	32	9.9	9.9	23.9
Nötr	28	8.7	8.7	32.6
Katılıyorum	90	28.0	28.0	60.6
Kesinlikle katılıyorum	127	39.4	39.4	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 19: Kumar ve spekülasyon yasağının farkındayım.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 19, katılımcıların İslami finansı geleneksel finanstan ayıran temel ilkelerden biri olan İslami finasta kumar ve spekülasyon yasağına ilişkin yorumlarını göstermektedir. Veriler, 127 katılımcının (%39,4) kesinlikle katılıyorum ve 90 katılımcının (%28,0) katılıyorum şeklinde görüş bildirdiği ve tüm yanıtların %67,4'ünü oluşturan katılımcıların çoğunluğunun bu ilkeyi anladığını ortaya koymuştur. Bununla birlikte, konu hakkında çok az bilgisi olan ya da hiç bilgisi olmayan önemli bir azınlık bulunmaktadır: Katılımcıların 45'i (%14,0) kesinlikle katılmıyorum, 32'si (%9,9) katılmıyorum ve 28'i (%8,7) kararsızım şeklinde cevap vererek toplamda katılımcıların %32,6'sını oluşturmuştur. Bu durum, çoğunluğun İslami finansın kumar ve spekülasyonu (gharar ve maysir) yasakladığını bildiğinin açık bir kanıtı olsa da, kayda değer bir oranda yetersiz bilgi ve belirsizlik olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, daha yüksek finansal okuryazarlığı ve Şariat ilkelerine dayalı etik finansal davranışı geliştirmek için İslami finansın temel ilkeleri konusunda daha geniş bir kamu eğitimi ihtiyacını vurgulamaktadır.

Soru 7: Saklama (Wadia Amanah) ve Mudaraba hakkında bilgim var.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	51	15.8	15.8	15.8
Katılmıyorum	36	11.2	11.2	27.0
Nötr	31	9.6	9.6	36.6
Katılıyorum	143	44.4	44.4	81.1
Kesinlikle katılıyorum	61	18.9	18.9	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 20: Wadia Amanah ve Mudaraba tasarruf ürünleri hakkında bilgim var.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 20'de gösterildiği gibi anketin analizi, katılımcıların büyük bir kısmının Wadia Amanah (saklama) ve Mudaraba gibi İslami tasarruf ürünlerinden haberdar olduğunu göstermektedir; %44,4'ü katılıyorum ve %18,9'u kesinlikle katılıyorum olmak üzere toplam %63,3. Ancak %27,0'si (%15,8'i kesinlikle katılmıyorum ve %11,2'si katılmıyorum) bilmediğini belirtirken, %9,6'sı kararsız kategorisinde yer almıştır. Sonuçlar, bu ürünlere ilişkin kamuoyu farkındalığının nispeten yüksek olmasına rağmen, pek çok kişinin hala bilgi sahibi olmadığını göstermektedir. Sonuçlar, özellikle İslami finans kurumlarını kullanmayanlar için İslami finans ürünlerinin daha iyi anlaşılmasını ve kullanılmasını teşvik etmek amacıyla kapsamlı finansal okuryazarlık ve farkındalık kampanyalarına duyulan ihtiyacın altını kalın bir şekilde çizmektedir.

Soru 8: En yaygın finansman ürünlerinin farkındayım

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	88	27.3	27.3	27.3
Katılmıyorum	104	32.3	32.3	59.6
Nötr	37	11.5	11.5	71.1
Katılıyorum	55	17.1	17.1	88.2
Kesinlikle katılıyorum	38	11.8	11.8	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 21: En yaygın finansman ürünlerinden haberdarım.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 21'deki yüzdeler, Mudaraba, Müşaraka ve İcara gibi en yaygın İslami finans ürünleri hakkındaki farkındalığın katılımcılar arasında nispeten düşük olduğunu göstermektedir. Toplamda %59,6'sı bu iddiaya kesinlikle katılmadığını (%27,3) ve

katılmadığını (%32,3) belirtirken, sadece %28,9'u katıldığını (%17,1'i katıldığını ve %11,8'i kesinlikle katıldığını) belirtmiştir. Katılımcıların %11,5'i ise kararsız kalmıştır. Bu durum, İslami bankacılık faaliyetlerindeki temel konumlarına rağmen, temel İslami finans araçları konusunda bir bilgi açığı olduğunu göstermektedir. Sonuçlar, özellikle bu hizmetlerin Etiyopya'nın çeşitlilik arz eden finansal ortamında önemli ölçüde yaygınlaşması durumunda, halkın daha iyi bilgilendirilmesi ve İslami finansman araçlarına erişimi için hedefli farkındalık kampanyalarına ve finansal eğitim girişimlerine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Soru 9: İslami finansın kâr ve zarar dağıtım sürecini anlıyorum.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	64	19.9	19.9	19.9
Katılmıyorum	145	45.0	45.0	64.9
Nötr	78	24.2	24.2	89.1
Katılıyorum	4	1.2	1.2	90.4
Kesinlikle katılıyorum	31	9.6	9.6	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 22: İslami finasta kâr ve zarar dağılımını anlıyorum.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 22, İslami finansı geleneksel bankacılıktan ayıran merkezi bir kavram olan kâr ve zarar paylaşımı (PLS) yöntemi konusunda katılımcılar arasında yüksek düzeyde bilgisizlik olduğunu göstermektedir. En büyük oran olan %64,9, PLS sürecini anlama konusunda ya kesinlikle katılmamış (%19,9) ya da katılmamıştır (%45,0). Ayrıca, %24,2'si belirsizlik veya sınırlı bilgiye işaret ederek ortada kalırken, sadece %10,8'i katılmış veya kesinlikle katılmıştır. Bu önemli bilgi açığı, çok sayıda insanın İslami finansa temel çalışma prensiplerini tam olarak anlamadan giriyor olabileceği anlamına gelmektedir. Bu çalışma, İslami finansın güven oluşturmak ve İslami finans sistemine bilinçli katılımı teşvik etmek amacıyla müşterilerle ödülleri kadar riskleri de nasıl paylaştığını ortaya koyan finansal okuryazarlık girişimlerini ve kamu kampanyalarını tamamlayıcı niteliktedir.

Soru 10: İslami finansın felsefi temellerinin farkındayım.

Ölçek	Frekans	%	Geçerli %	Kümülatif %
Kesinlikle katılmıyorum	144	44.7	44.7	44.7
Katılmıyorum	107	33.2	33.2	78.0
Nötr	31	9.6	9.6	87.6
Katılıyorum	32	9.9	9.9	97.5
Kesinlikle katılıyorum	8	2.5	2.5	100.0
Toplam	322	100.0	100.0	

Tablo 23: İslami finansın felsefi temellerinin farkındayım.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 23'te gösterilen anket sonuçları, katılımcılar arasında İslami finans ve ekonominin felsefi temellerine ilişkin geniş bir bilgi açığı olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, katılımcıların %77,9'u bu temel kuralların farkında oldukları ifadesine kesinlikle katılmamış (%44,7) veya katılmamıştır (%33,2). Çok azı sadece katılıyorum (%9,9) ve kesinlikle katılıyorum (%2,5) şeklinde anlayış gösterirken, %9,6'sı kararsız kalmıştır. Bu sonuçlar, İslami finans ürünlerini kullanan bireyler olsa da adalet, hakkaniyet ve risk paylaşımı gibi etik, sosyal ve ekonomik kavramlar konusunda farkındalık eksikliği olduğunu göstermektedir. Bu durum, bu bilgi eksikliğinin giderilmesi için kapsamlı bir kamu eğitime ve kurumsal çabalara ihtiyaç duyulduğuna, dolayısıyla İslami finans programlarının daha fazla takdir edilmesine ve pratikte daha fazla kullanılmasına yol açacağına işaret etmektedir.

Sorular	Kesinlikle katılmıyor	Katılmıyor	Nötr	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyor	Ort	Ss
Etiyopya'da İslami finans kurumlarının varlığından haberdarım	0.6%	1.9%	0.3%	32%	65.2%	4.59	0.66
İslami finansı medyadan duydum (TV, radyo, sosyal medya)	11.2%	12.4%	10.2%	35.4 %	30.7%	3.62	1.33
İslami finansı dini kurumlardan duydum	22.4%	24.8%	0.6%	21.7 %	30.4%	3.13	1.60
İslami finans	19.3%	36.6%	24.8%	4.0%	15.2%	2.59	1.28

kavramlarına aşinayım							
İslami finasta faizin yasak olduğunun farkındayım	10.2%	5.3%	7.8%	36.6 %	40.1%	3.91	1.27
İslami finasta kumar ve spekülasyonun yasak olduğunun farkındayım	14.0%	9.9%	8.7%	28%	39.4%	3.69	1.43
Wadia ve Mudarebe tasarruf ürünlerini biliyorum	15.8%	11.2%	9.6%	44.4 %	18.9%	3.39	1.34
En yaygın finansman ürünlerini (Mudarebe, Muşareke, İcare) biliyorum	27.3%	32.3%	11.5%	17.1 %	11.8%	2.54	1.36
İslami finansın kâr ve zarar dağıtım sürecini anlıyorum	19.9%	45%	24.2%	1.2%	9.6%	2.36	1.11
İslam ekonomisi ve finansının felsefi temellerinin farkındayım	44.8%	33.2%	9.6%	9.9%	2.5%	1.92	1.08

Tablo 24: Farkındalık Tanımlayıcı İstatistik Özeti

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 24'te gösterildiği üzere, ortalama ve standart sapma değerleri karşılaştırıldığında, katılımcıların İslami finans konusundaki farkındalıkları farklı bilgi boyutlarında büyük farklılıklar göstermektedir. En yaygın farkındalık, 0,66 gibi nispeten düşük bir standart sapma ile 4,59 ortalama değere sahip olan Etiyopya'daki İslami finans kurumlarının varlığına ilişkindir. Bu, katılımcılar arasında bu tür kurumların varlığına ilişkin yüksek ve tutarlı bir farkındalık düzeyinin göstergesidir. Benzer şekilde, katılımcıların büyük bir kısmı İslami finanstaki başlıca yasaklar, yani 3,91 ortalama ve 1,27 standart sapma ile en yüksek ortalama sahip olan faiz ve 3,69 ortalama ve 1,43 standart sapma ile kumar ve spekülasyon yasağı hakkında farkındalık sergilemiştir. Bu bulgular, İslami finansın temel ilkelerinin daha bilinir olduğunu göstermektedir.

Ancak, son derece uzmanlaşmış veya teknik konular ölçüldüğünde, farkındalığın önemini yitirdiği görülmektedir. Örneğin, katılımcıların İslami finans konusundaki bilgilerinin ortalaması ve standart sapması sırasıyla 2,59 ve 1,28'dir ve bu da zayıf ve tutarsız bir anlayış düzeyine işaret etmektedir. Benzer şekilde, Mudaraba, Muşareke ve İcare gibi temel İslami finansman ürünlerinin anlaşılması da 2,54 gibi düşük bir ortalamaya ve 1,36 gibi yüksek bir standart sapmaya ulaşarak örneklemede düşük farkındalık ve heterojenliğe işaret etmiştir. En düşük farkındalık düzeyi ise İslami finansın ontolojik temeline ilişkin olup, ortalama 1,92 puan ve 1,08 standart sapma ile İslami finans sisteminin daha geniş teorik yapısına genel olarak maruz kalınmadığını veya aşına olunmadığını göstermektedir.

Ayrıca, bilgi kaynaklarının kullanımı da farkındalıktaki değişkenlik düzeyini yansıtmaktadır. Televizyon, radyo ve sosyal medya gibi medya kuruluşları 3,62'lik orta bir ortalama ve 1,33'lük standart sapma ile bu medya kaynaklarının farkındalığa önemli ölçüde ancak dengesiz bir şekilde katkıda bulunduğunu göstermektedir. Bunun aksine, İslami finansal eğitimin başlıca aracı olmakla görevlendirilen dini kuruluşlar, 3,13 ortalama ve 1,60 en yüksek standart sapma ile daha az etkinlik göstermiştir; bu da erişim veya etkinlik açısından büyük bir eşitsizliği yansıtmaktadır.

3.2.3. Algılar (Bölüm C)

Anket, katılımcıların İslami finans kuruluşlarının en önemli etik, operasyonel ve yapısal yönlerinden bazılarına ilişkin algılarını keşfetmeye çalışmıştır. Katılımcılara İslami finansal hizmetlerin sadece Müslümanlara mı ayrılması gerektiği ve İFK'ların sadece İslami finans alanında eğitim almış ya da dini inancı olan profesyonelleri işe alıp almaması gerektiği sorulmuştur. Anketlerde ayrıca İFK'ların misyonunun kâr maksimizasyonu pahasına sosyal amaçlara ulaşmak olup olmadığı ve İslami bankacılıktaki kâr oranlarının geleneksel faiz oranlarından önemli ölçüde farklılaşıp farklılaşmadığı da sorgulanmıştır. Anket ayrıca maliyet rekabetçiliği, ürünlerin etik standartları ve pencere hizmetlerinin meşruiyetine ilişkin görüşleri de ölçmüştür. Katılımcılar ayrıca İslami finansın yoksulların finansal katılımını ilerletmedeki rolü ve Etiyopya'daki İslami finans kurumlarının güvenilir olup olmadığı hakkındaki görüşlerini de belirtmişlerdir.

Sorular	Kesinlikle katılmıyorum	katılmıyorum	Nötr	katılıyorum	kesinlikle katılıyorum
İslami finans hizmetleri sadece Müslümanlar için sunulmalıdır.	7.1%	17.4%	5.9%	50.6%	18.9%
İFK'ların çalışanları ve idari organları İslami finans ve ekonomi mezunu olmalıdır.	10.6%	6.5%	6.5%	35.1%	41.3%
İslami finans kurumları sadece İslam dinine mensup bir profesyonel tarafından yönetilmeli ve işletilmelidir.	12.1%	22.7%	1.9%	36.3%	27.0%
İslami finans kuruluşlarının birincil amacı kâr maksimizasyonu olmamalıdır.	17.7%	27.0%	17.1%	11.2%	26.4%
Kâr oranı ile faiz oranı kavramı arasında pratikte herhangi bir fark yoktur.	22.4%	20.2%	15.2%	11.8%	30.4%
İslami finans kurumları geleneksel finans kurumlarına göre daha maliyetlidir.	49.1%	27.6%	10.6%	12.4%	0.3%
İslami finansın pencere hizmetleri İslam'ın temel ilkelerini ihlal etmektedir.	10.2%	21.4%	21.1%	35.7%	11.5%
İslami finans, toplumun yoksul kesiminin finansal hizmetlere kolayca erişebilmesini sağlar.	9.9%	15.8%	25.8%	11.2%	37.0%
İslami finans ürünleri geleneksel olanlara göre daha etiktir.	11.2%	8.7%	14.6%	45.0%	20.5%
Etiyopya'daki İslami finans kurumları güvenilirdir.	9.9%	15.2%	19.9%	35.1%	19.9%

Tablo 25: Katılımcıların İslami Finansın Temel Unsurlarına İlişkin Algıları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 25'te yer alan anket sonuçları, katılımcıların İslami finansın temel alanlarına ilişkin karışık görüşlerini ortaya koymaktadır. Münhasırlık ile ilgili olarak, çoğunluk (%69,5)

İslami finansal hizmetlerin sadece Müslümanlara sunulması gerektiğine katılmış veya kesinlikle katılmıştır, bu da dini münhasırlığın yaygın bir görüş olduğunu göstermektedir. Ayrıca, İFK'ların İslami finans ve ekonomi mezunları tarafından işletilmesi önerisine ezici bir destek (%76,4) vardır ve %63,3'ü İFK'ların İslam inancını takip eden profesyoneller tarafından yönetilmesi gerektiğini kabul etmiştir. Bu durum, İslami finans operasyonlarında dini ve akademik uyumun önemini açıkça göstermektedir.

Ancak, kâr amacı söz konusu olduğunda görüş ayrılığı bulunmaktadır. Katılımcıların %26,4'ü kâr maksimizasyonunun birincil amaç olmadığı görüşüne kesinlikle katılırken, önemli bir kısmı (%44,7) bu görüşe katılmamış ya da kesinlikle katılmamıştır; bu da İFK'ların amacı konusunda kutuplaşmış görüşler olduğunu göstermektedir. Ayrıca, katılımcıların %30,4'ü uygulamada faiz oranı ile kâr oranı arasında bir ayırım yapılmadığına kesinlikle katılırken, %42,6'sı katılmamış veya kesinlikle katılmamıştır; bu da İslami finansın böylesine temel bir ilkesi konusunda kamuoyunda kavramsal bir anlaşmazlık veya kafa karışıklığı olduğunu göstermektedir.

İslami finansın geleneksel finanstan daha pahalı olup olmadığı sorulduğunda, katılımcıların yaklaşık %76,7'si buna katılmadığını belirtmiştir; bu da çoğunluğun İslami finansın daha pahalı olduğunu düşünmediğini göstermektedir. Pencere hizmetlerinin İslami ilkelerle çelişmesi konusunda ise %47,2'lik bir katılım ve %31,6'lık bir katılmama oranıyla önemli sayıda karşıt görüş bulunmaktadır; bu da bu tür hibrit modellerin meşruiyetine ilişkin süregelen tartışmaları yansıtmaktadır. Öte yandan, büyük bir çoğunluk (%48,2) İslami finansın yoksullar için finansal hizmetlere daha kolay erişim sağladığını düşünmekte ve finansal tabana yayılmanın artırılmasındaki önemli rolünü vurgulamaktadır. İslami finans araçlarının etik üstünlüğü de %65,5'lik bir oranla büyük ölçüde kabul görmektedir. Son olarak, katılımcıların %55'i Etiyopya'daki İFK'ların güvenilir olduğunu düşünürken, büyük bir azınlık tarafsız kalmış veya ikna olmamıştır. Kümülatif olarak, dini yönelimler ve ahlaki değerler İslami finasta güçlü bir şekilde onaylanırken, sonuçlar aynı zamanda kavramsal netlik ve kapsayıcılık ve operasyonel modele ilişkin karşıt görüşlerde önemli boşluklar olduğunu göstermektedir.

Sorular	Sayı	Ort	Ss
İslami finans hizmetleri sadece Müslümanlar için sunulmalıdır.	322	3.57	1.185
Etiyopya'daki İslami finans kurumları güvenilirdir.	322	3.40	1.242
İslami finans ürünleri geleneksel olanlara göre daha etiktir.	322	3.55	1.228
İslami finans, toplumun yoksul kesiminin finansal hizmetlere kolayca erişebilmesini sağlar.	322	3.50	1.383
İslami finansın pencere hizmetleri İslam'ın temel ilkelerini ihlal etmektedir.	322	3.17	1.190
İslami finans kurumları geleneksel finans kurumlarına göre daha maliyetlidir.	322	1.87	1.053
Kâr oranı ile faiz oranı kavramı arasında pratikte bir fark yoktur.	322	3.08	1.560
İslami finans kuruluşlarının birincil amacı kâr maksimizasyonu olmamalıdır.	322	3.02	1.472
İslami finans kurumları sadece İslam dinine mensup profesyoneller tarafından yönetilmeli ve işletilmelidir.	322	3.43	1.404
İFK'ların çalışanları ve idari organları İslami finans ve ekonomi mezunu olmalıdır.	322	3.90	1.298

Tablo 26: Algı Tanımlayıcı İstatistik Özeti

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 26'da, İslami finansa yönelik algının tanımlayıcı istatistikleri, katılımcılar arasında olumlu ve olumsuz karışık bir görüşü yansıtmaktadır. En olumlu ortalama puan, İFK'ların çalışanlarının ve idari organlarının İslami finans ve ekonomi mezunu olması gerektiği (Ortalama = 3,90, Ss = 1,298) yanıtına aittir ve bu da profesyonel olarak kalifiye personele güçlü desteği teyit etmektedir. Benzer şekilde, İslami finansal hizmetlerin Müslümanlara uygun olduğu (Ortalama = 3.57, Ss = 1.185) ve İslami finansal ürünlerin geleneksel olanlardan daha etik olduğu (Ortalama = 3.55, Std = 1.228) yönünde nispeten olumlu bir görüş vardır ve bu da İslami finansın din temelli ve ahlaki açıdan üstün bir endüstri olduğuna dair bir görüşe işaret etmektedir. Katılımcılar ayrıca İslami finansın yoksulların finansal hizmetlere erişimini sağladığına (Ortalama = 3,50, Ss = 1,383) ve çoğunlukla İFK'ları güvenilir bulduklarına (Ortalama = 3,40, Ss = 1,242) katılmaktadır. Ancak,

pencere hizmetlerinin kabul edilebilirliği (Ortalama = 3.17, Ss = 1.190), kâr ve faiz oranları arasındaki teorik ayırım (Ortalama = 3.08, Ss = 1.560) ve kâr maksimizasyonunun İFK'ların nihai hedefi olup olmaması (Ortalama = 3.02, Ss = 1.472) konularında görüşler daha fazla bölünmüştür. En düşük ortalama ise İslami bankaların konvansiyonel bankalardan daha maliyetli olduğu görüşüdür (Ortalama = 1.87, Ss = 1.053) ve bu görüşe karşı yaygın bir katılmama söz konusudur. Genel olarak, İslami finansın işleyiş felsefesi ve yapısının anlaşılmasında belirgin farklılıklar olmasına rağmen, izlenimler büyük ölçüde olumlu ve destekleyicidir.

3.2.4. Finansal Kapsayıcılığın Durumu (Bölüm D)

Anket, katılımcıların İslami finansal hizmetlere fiili erişimini ve kullanımını ölçerek finansal kapsayıcılığın durumunu araştırmayı amaçlamıştır. Katılımcılara bulundukları yerde İslami finansal hizmetlerin yaygın olarak bulunup bulunmadığı ve tam teşekküllü İslami bankalarda, İslami bankacılık pencerelerinde veya banka dışı İslami finans kuruluşlarında hesaplarının olup olmadığı sorulmuştur. Ayrıca, mobil veya internet bankacılığı gibi elektronik dağıtım kanalları da dahil olmak üzere tasarruf, kredi ve sigorta gibi İslami finansal ürün ve hizmetlerin ne ölçüde aktif olarak kullanıldığı da incelenmiştir. Ayrıca sorular, İslami finansal hizmetler mevcut olmadığı için geleneksel finansal hizmetlere aşırı bağımlılığı ve resmî kurumlarla kültürel ve dini uyumsuzluk nedeniyle gayri resmi finansal sistemlerin kullanımını incelemiştir. Son olarak anket, yeterince bilgilendirildiklerinde İslami finansal hizmetleri benimseme istekliliğini ve farkındalık kampanyalarından bağımsız olarak İslami olmayan alternatifleri doğal olarak tercih edenlerin olup olmadığını ölçmüştür.

Sorular	Kesinlikle katılmıyor	katılmıyor	Nötr	katılıyor	Kesinlikle katılıyor
Bulduğum bölgede İslami finans hizmetlerine kolayca erişilebiliyor.	31.4%	44.7%	2.5%	3.7%	17.7%
Etiyopya'da faaliyet gösteren tam teşekküllü bir İslami bankada hesabım var.	50.9%	0.6%	0.9%	17.1%	30.4%

İslami bankacılık pencereleri aracılığıyla sunulan İslami finansal hizmetleri kullanıyorum.	50.0%	1.2%	1.6%	17.1%	30.1%
Bankacılık dışı bir İslami finans kuruluşunda hesabım var.	53.7%	14.9%	0.9%	1.2%	29.2%
Finansal ihtiyaçlarımı karşılamak için İslami finansal hizmetleri (örn. tasarruf, kredi, sigorta) aktif olarak kullanıyorum.	36.0%	15.8%	17.4%	1.9%	28.9%
İslami finans kuruluşları tarafından sunulan alternatif hizmet sunum mekanizmalarını (örn. dijital bankacılık) kullanıyorum.	36.0%	14.9%	17.1%	10.6%	21.4%
Yeterli İslami finans kuruluşu olmadığı için geleneksel finansal hizmetleri kullanıyorum	47.5%	19.3%	1.9%	2.5%	28.9%
Mevcut resmi seçenekler kültürüm ve dinimle uyuşmadığı için gayri resmi finansal hizmetlere güveniyorum.	71.1%	17.7%	2.5%	1.6%	7.1%
Yeterli bilgi sağlandığı takdirde İslami finans hizmetlerini kullanmaya istekliyim.	10.0%	9.7%	1.6%	9.3%	69.5%
İslami finansal hizmetler, sağlanan bilgi ve farkındalık ne olursa olsun benim tercihim değil.	33.3%	48.9%	16.2%	0.0%	1.6%

Tablo 27: İslami Finans Yoluyla Finansal Kapsayıcılığın Durumu

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 27, İslami finansal hizmetlerin katılımcılar tarafından mevcut erişilebilirlik derecesi ve fiili kullanımına ilişkin verileri sunmaktadır. Bulgular, Etiyopya'da İslami finansal hizmetlerin erişilebilirliğinin zayıf olduğu ve yeterince kullanılmadığı yönünde genel bir eğilim olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların çoğunluğu (%31,4 kesinlikle katılmıyorum ve %44,7 katılmıyorum) İslami finansal hizmetlerin kendi bölgelerinde kolayca erişilebilir olmadığını onaylamıştır; bu da bu hizmetlerin mevcudiyeti ve coğrafi kapsamı konusunda yaygın sorunlar olduğunu göstermektedir.

Hesap sahipliği konusunda, katılımcıların yarısından fazlası (%50,9) tam teşekküllü bir İslami bankada hesapları olduğuna kesinlikle katılmazken, sadece %30,4'ü kesinlikle katılmaktadır. Aynı durum İslami bankacılık penceresi hizmetlerinin kullanımı için de geçerlidir; bu hizmetleri kullandıklarına kesinlikle katılmayanların oranı %50 iken, Sadece %30,1'i kesinlikle katılıyor; bu da daha fazla İslami finans kurumu olmasına rağmen gerçek kullanımın asgari düzeyde olduğunu gösteriyor.

Ayrıca, yaklaşık %53,7'lik büyük bir çoğunluk, banka dışı bir İslami finans kuruluşunda hesap sahibi olma konusuna kesinlikle katılmamakta ve tekafül şirketleri veya İslami mikro-finance kurumları gibi diğer İslami finans sağlayıcılarının çeşitliliğinin ve bulunabilirliğinin düşük olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, bir hesaba sahip olmalarına rağmen, katılımcıların çok düşük bir yüzdesi İslami finans hizmetlerini sadece finansal ihtiyaçlarını karşılamak için aktif olarak kullandıklarını bildirmiştir. Bu durumda %28,9'u kesinlikle katılırken, %36'sı kesinlikle katılmamaktadır. Dijital ve diğer dağıtım kanalları için, katılımcıların sadece %21,4'ü İslami kurumlar tarafından sunulan mobil, internet veya kart bankacılığını kullandıklarına kesinlikle katılırken, %36'sı kesinlikle katılmamaktadır. Bu durum, İFK'lar tarafından dijital finansal hizmet sunumunda büyük bir boşluk olduğunu ortaya koymaktadır; bu da özellikle kırsal veya yetersiz hizmet alan bölgelerde finansal erişilebilirliği daha da azaltabilir.

Sonuç ayrıca, İslami hizmetlerin teşvik edilmemesi nedeniyle geleneksel finansal hizmetlerin kullanıldığını kanıtlamaktadır; %47,5'i kesinlikle katılmamakta, %28,9'u ise kesinlikle katılmakta ve dini kurallara uyan tüketiciler için zorunlu bir uzlaşma olduğunu kanıtlamaktadır. Dini veya kültürel uyumsuzluk nedeniyle kayıt dışı finansal hizmetlerin kullanımına %71,1 oranında kesinlikle katılmaması dikkat çekicidir; bu da katılımcıların çoğunun muhtemelen yetersiz güven veya ihtiyaç nedeniyle kayıt dışı kaynakları kullanmadığını göstermektedir. Bununla birlikte, İslami finansal hizmetleri kullanma niyeti olumludur ve %69,5'i bu hizmetler hakkında yeterince bilgi sahibi olsalar bunu yapacaklarına kesinlikle katılmaktadır, bu da yüksek gizli talebe işaret etmektedir. Öte yandan, sadece %1,6'sı İslami finansın tam bilgiye sahip olsalar bile istedikleri şey olmadığına kesinlikle katılmakta ve %0'ı katılmaktadır; bu da bilgisizliğin ve ilgi eksikliğinin bir engel olduğunu göstermektedir.

Soru	Sayı	Ort	Ss
Bulduğum bölgede İslami finans hizmetlerine kolayca erişilebiliyor.	322	2.32	1.409
Etiyopya'da faaliyet gösteren tam teşekküllü bir İslami bankada hesabım var.	322	2.75	1.839
İslami bankacılık pencereleri aracılığıyla sunulan İslami finansal hizmetleri kullanıyorum.	322	2.76	1.828
Bankacılık dışı bir İslami finans kuruluşunda hesabım var.	322	2.37	1.759
Finansal ihtiyaçlarımı karşılamak için İslami finansal hizmetleri (örn. tasarruf, kredi, sigorta) aktif olarak kullanıyorum.	322	2.72	1.644
İslami finans kuruluşları tarafından sunulan alternatif hizmet sunum mekanizmalarını kullanıyorum.	322	2.66	1.565
Yeterli İslami finans kuruluşu olmadığı için geleneksel finansal hizmetleri kullanıyorum	322	2.46	1.729
Mevcut resmi seçenekler kültürüm ve dinimle uyuşmadığı için gayri resmi finansal hizmetlere güveniyorum.	322	1.56	1.118
Yeterli bilgi sağlandığı takdirde İslami finans hizmetlerini kullanmaya istekliyim.	322	4.18	1.401
İslami finansal hizmetler, sağlanan bilgi ve farkındalık ne olursa olsun benim tercihim değil.	322	1.87	0.789

Tablo 28: Finansal İçerme Tanımlayıcı İstatistik Özeti

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

Tablo 28, katılımcılar arasında İslami finansal hizmetlere katılım düzeyinin düşük olduğunu göstermektedir. Fiili kullanım ve erişilebilirlik göstergelerinin çoğu ortalamanın altındadır (Ort < 3), örneğin yakınlardaki hizmetlerden yararlanma (Ort = 2,32, Ss = 1,409), tam teşekküllü İslami bankalarda hesap sahibi olma (Ort= 2,75, Ss = 1,839) veya pencere hizmetlerinin kullanımı (Orta = 2,76, Ss = 1,828), bu da sınırlı erişilebilirlik ve kullanımı göstermektedir. Benzer şekilde, İslami bankacılık dışı kuruluşlara (Ort = 2,37) ve alternatif dağıtım kanallarına (Ort = 2,66) güven de düşüktür. En düşük katılım düzeyi, kültürel ve dini farklılıklar nedeniyle kayıt dışı finansal hizmetlere duyulan güvende (Ort = 1.56, Ss = 1.118) ortaya çıkmıştır ve bu da bu tür faaliyetlerin ihmal edilebilir düzeyde olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, en baskın ortalama yeterli bilgi sağlandığında İslami finansal hizmetleri kullanma niyeti için bulunmuştur (Ort = 4.18, Ss = 1.401), bu da farkındalık ve erişim artırıldığı sürece büyük

potansiyel talebi yansıtmaktadır. Buna karşılık, katılımcıların çok azı, sağlanan bilgilerden bağımsız olarak İslami finansa karşı direnç göstermiştir (Ort = 1,87, Ss = 0,789). Genel olarak, mevcut kullanım sınırlı olsa da, İslami finansa olan yüksek talep, daha fazla kapsam ve hizmet sağlanması yoluyla gelecekte iyi bir büyüme potansiyeli olduğunu göstermektedir.

3.2.5. Açık Uçlu Soruların Yanıtları (Bölüm E)

Anketin ilk açık uçlu sorusundan elde edilen yanıtlar, Etiyopya'da İslami finansın büyümesi için potansiyel fırsat pencereleri açan kamu bilincinin artırılmasına yönelik birçok öneri hakkında kritik bilgiler vermiştir. Farkındalık yaratma konusunda, katılımcıların büyük çoğunluğu İslami finans ürünlerinin ana akım ve sosyal medya, radyo, cep telefonu kısa mesajları ve tanıtım kampanyaları da dahil olmak üzere çeşitli medya kanalları aracılığıyla agresif ve ısrarlı bir şekilde pazarlanması ihtiyacından bahsetmiştir. Reklamların jargon kullanmaktan kaçınması ve kitleleri ve genel olarak gayrimüslim toplumu aydınlatmak için açık ve basit bir dil benimsemesi gerektiği tekrar tekrar vurgulanmıştır. Önerilerde ayrıca bankalardan İslami finans hakkındaki mitleri ortadan kaldırmak ve İslami finansı ön plana çıkarmak için topluluklara, okullara ve pazarlara doğrudan yaklaşımları istenmiştir. Yanıtlardan birkaçı da kitap okuma, dergi aboneliği ve eğitim kursları gibi bireysel çabaları kendi kendini eğitme araçları olarak belirtmiştir.

Ana zorluklarla ilgili olan ikinci açık uçlu soru için öne sürülen ortak temalar bilgi eksikliği, düzenleyici engeller ve İslami finansın sadece Müslümanlar için olduğuna dair yanlış algılardır. Katılımcıların çoğu, hizmetlerin çoğunun halihazırda geleneksel bankaların pencere modelleri aracılığıyla sağlanması nedeniyle bağımsız İslami finans kurumlarının azlığından kaynaklanan erişilebilirlik sorunlarını sıralamıştır. Yanıtlar, İslami bankacılığın özel çalışma mimarisine hitap eden kapsamlı bir yasal ve düzenleyici çerçevenin yokluğunu ortaya koymuştur. Bunlar, Mudarebe ve Muşareke gibi temel İslami finans araçlarını sağlamayan, dolayısıyla yasal belirsizliğe ve hatta çifte vergilendirmeye neden olan iş, vergilendirme ve yatırım ile ilgili Etiyopya düzenlemeleridir. Tespit edilen bir diğer temel sorun ise merkezi bir Şeriat yönetim mekanizmasının bulunmaması, dolayısıyla İslami ilkelerin yorumlanması ve uygulanmasında tutarsızlığa yol açarak halkın güvenini sarsmasıdır. Ayrıca, insan

sermayesi oluşturmak için uzmanlaşmış araştırma ve akademik kurumların yokluğu ve düzenleyici kurumlar arasındaki düşük uzmanlık derecesi, sektörün gelişiminin altında yatan engeller olarak bulunmuştur.

Üçüncü ve son açık uçlu soru için katılımcılar tarafından bazı spesifik revizyonlar önerilmiştir. İlk olarak, İslami finans kuruluşları tarafından kapsayıcı ve bilgilendirici geniş çaplı farkındalık kampanyalarının başlatılması açısından müşteri eğitimi ve hizmet sunumuna öncelik verilmelidir. İkinci olarak, İslami bankacılık faaliyetlerini açıkça ele alan iyi tanımlanmış bir yasal çerçeveye acilen ihtiyaç duyulmakta ve bunun yanı sıra uyumu standartlaştıran ve uygulayan ulusal bir Şariat danışma konseyinin kurulması gerekmektedir. Üçüncü olarak, özellikle Müslümanların yoğun olarak yaşadığı bölgelerde daha yenilikçi ve erişilebilir ürünler sunmak için kurumların ürün geliştirme ve teknoloji yatırımı yapması gerekmektedir. İkinci olarak, meşruiyet ve işlevsel özerklik için pencere operasyonları değil, bağımsız İslami banka bir gereklilik olarak görülmüştür. Son olarak katılımcılar, yerel kapasite oluşturmak ve sektörün kalıcı gelişimini sağlamak için uluslararası İslami finans kuruluşlarıyla küreselleşme, araştırma makaleleri ve personel eğitimi yoluyla kapasite geliştirme çağrısında bulunmuştur.

3.3. Korelasyon Analizi

Korelasyon, farklı değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin derecesini ölçmektedir. Bu nedenle, Pearson korelasyonu değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek ve değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü tanımlamak için kullanılmaktadır. Berndt'e (2005) göre, Pearson katsayısı ile ölçülen ilişki düzeyi -1.0 ile +1.0 arasındadır ve bu da değişkenler arasındaki ilişkinin büyüklüğünü ve yönünü ifade etmektedir. Sonucun yorumlanması şu şekildedir; 0 ile 1 arasındaki bir korelasyon pozitif bir ilişkiyi, 0 (sıfır) ilişkinin olmadığını, 1 mükemmel pozitif bir ilişkiyi, -1 mükemmel negatif bir ilişkiyi ve -1 ile 0 arasındaki bir korelasyon sonucu negatif bir ilişkinin varlığını göstermektedir.

3.3.1. Demografik Veri Analizi

Aşağıdaki sonuçlar demografik veriler ile yapılar arasındaki korelasyonlar içindir.

3.3.1.1. Yaş

Aşağıdaki tablo 29'da belirtildiği üzere, yaş ile üç yapı (farkındalık, algı ve finansal katılım) arasındaki korelasyon analizi, yaşın hiçbirisi ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkisi olmadığını göstermektedir. Özellikle, yaş ve farkındalık arasındaki korelasyon çok zayıf ve pozitifken ($r = 0.019$, $p = 0.735$), yaş ve algı arasındaki korelasyon zayıf ve negatiftir ($r = -0.096$, $p = 0.084$). Benzer şekilde, yaş ve finansal katılım arasında zayıf ve negatif bir korelasyon vardır ($r = -0.021$, $p = 0.704$). Tüm p-değerleri 0,05'ten büyük olduğu için bu ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı değildir ve yaşın örnekleme farkındalığı, algıyı veya finansal katılımı anlamlı bir şekilde etkilemediğini göstermektedir.

Değişken		Yaş
Farkındalık	Pearson Korelasyon	0.019
	P-değeri	0.735
	N	322
Algı	Pearson Korelasyon	-0.096
	P-değeri	0.084
	N	322
Finansal kapsayıcılık	Pearson Korelasyon	-0.021
	P-değeri	0.704
	N	322

*. Korelasyon, %5 anlamlılık düzeyinde (çift yönlü) anlamlıdır.

Tablo 29: Yaş

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

3.3.1.2. Din

Aşağıdaki Tablo 30'da belirtildiği üzere, dinin farkındalık, algı ve finansal katılım üzerinde önemli bir etkisi vardır ve tüm bulgular %1 düzeyinde anlamlıdır ($p < 0.01$). Bulgulardan da görülebileceği üzere, Müslümanlar ($Ort = 2,578$, $Ss = 1,003$) Hristiyanlara ($Ort = 2,118$, $Ss = 0,796$) kıyasla daha fazla farkındalığa sahiptir; bu da Müslümanların dinleriyle doğrudan bağlantılı olduğu için genel olarak İslami finansın daha fazla farkında olduklarını göstermektedir. Öte yandan, Müslümanlar Hristiyanlara ($Ort = 2.135$, $Ss = 0.769$) kıyasla daha olumlu bir algı ($Ort = 2.971$, $Ss = 0.910$) göstermişlerdir; bu da muhtemelen dini ve ahlaki değerleriyle uyumlu olduğu için İslami finansı daha olumlu

değerlendirdiklerini ve ona güvendiklerini göstermektedir. Buna ek olarak, Müslümanlar finansal katılım konusunda (Ort = 3.421, Ss = 0.845) Hristiyanlara (Ort = 2.300, Ss = 0.813) kıyasla daha yüksek puan almışlardır ve bu da İslami finansal ürünler tarafından sunulan finansal faaliyetlere nispeten daha yüksek katılım gösterdiklerini yansıtmaktadır. Genel olarak sonuçlar, Müslümanların İslami finans konusunda sadece daha bilinçli değil, aynı zamanda daha olumlu bir tutum içinde olduklarını ve İslami finansa daha aktif bir şekilde katıldıklarını, Hristiyanların ise İslami finansal hizmetlerin ihtiyaçlarına daha az uygun olması ve kullanılabilirliği nedeniyle her üç yapıda da nispeten daha düşük puan aldıklarını vurgulamaktadır.

Değişken	İslam / Hristiyanlık	N	Ortalama	Std. Deviation	P-değeri
Farkındalık	İslam	322	2.578	1.003	0.001
	Hristiyanlık	322	2.118	0.796	
Algı	İslam	322	2.971	0.910	0.001
	Hristiyanlık	322	2.135	0.769	
Finansal kapsayıcılık	İslam	322	3.421	0.845	0.001
	Hristiyanlık	322	2.300	0.813	

*. Korelasyon, %1 anlamlılık düzeyinde (çift yönlü) anlamlıdır.

Tablo 30: Din

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

3.3.1.3. Eğitim Seviyesi

Aşağıdaki Tablo 31 eğitim seviyesi ile üç yapı arasındaki ilişkiyi göstermektedir: farkındalık, algı ve finansal katılım. Sonuçlar, eğitim ile farkındalık ($r = 0.282$, $p = 0.001$) ve eğitim ile algı ($r = 0.210$, $p = 0.001$) arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon olduğunu göstermektedir; bu da daha yüksek eğitim seviyesine sahip katılımcıların İslami finans konusunda daha fazla farkındalığa ve daha olumlu algılara sahip olma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Buna karşılık, eğitim ve finansal katılım arasındaki korelasyon çok zayıftır ve istatistiksel olarak anlamlı değildir ($r = 0.018$, $p = 0.752$), bu da eğitimin katılımcıların İslami finansal hizmetlere katılımı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Genel olarak bu bulgular, eğitimin İslami finansa yönelik bilgi ve tutumları artırırken, daha yüksek finansal katılım anlamına gelmediğini göstermektedir.

Değişken		Eğitim
Farkındalık	Pearson Korelasyon	0.282
	P-Value	0.001
	N	322
Algı	Pearson Korelasyon	0.210
	P-değeri	0.001
	N	322
Finansal kapsayıcılık	Pearson Korelasyon	0.018
	P-değeri	0.752
	N	322

*. Korelasyon, %5 anlamlılık düzeyinde (çift yönlü) anlamlıdır.

Tablo 31: Eğitim Seviyesi

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

3.3.2. Yapı Değişkenleri

Aşağıdaki Tablo 32, üç yapı arasındaki Pearson korelasyon katsayılarını sunmaktadır: farkındalık (Farkındalık), algı (Algı) ve finansal katılım (Finansal Kapsayıcılık). Sonuçlar tüm korelasyonların pozitif ve 0.01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir ($p < 0.001$). Farkındalık, finansal katılım ile güçlü bir pozitif korelasyon göstermektedir ($r = 0,738$), bu da İslami finans konusunda daha yüksek farkındalığa sahip katılımcıların finansal faaliyetlere daha aktif bir şekilde katıldıklarını göstermektedir. Ek olarak, farkındalık algı ile orta derecede ilişkilidir ($r = 0,468$), bu da daha yüksek bilginin İslami finansa yönelik daha olumlu tutumlarla ilişkili olduğunu göstermektedir. Algı aynı zamanda finansal katılım ile daha zayıf ancak anlamlı bir pozitif korelasyona sahiptir ($r = 0,277$), bu da daha olumlu tutumların finansal hizmetlere katılımı bir miktar artırdığı anlamına gelmektedir. Genel olarak bu bulgular, farkındalığın hem olumlu algıları hem de finansal katılımı teşvik etmedeki kritik rolünü vurgularken, algının finansal katılım üzerinde daha küçük ancak anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Değişken		Farkındalık	Algı	Finansal kapsayıcılık
Farkındalık	Pearson Korelasyon	1	0.468**	0.738**
	P-değeri		<0.001	<0.001
	N	322	322	322
Algı	Pearson Korelasyon	0.468**	1	0.277**
	P-değeri	<0.001		<0.001
	N	322	322	322
Finansal kapsayıcılık	Pearson Korelasyon	0.738**	0.277**	1
	P-değeri	<0.001	<0.001	
	N	322	322	322

*. Korelasyon, %5 anlamlılık düzeyinde (çift yönlü) anlamlıdır

Tablo 32: Yapı Değişkenlerin Korelasyon Katsayısı

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur

SONUÇ

Bu tez, Etiyopya'da İslami finans konusunda halkın farkındalığını ve algısını ve bunun finansal katılıma katkısını incelemeyi amaçlamıştır. Bulgular, toplumun büyük bir kesiminin gönüllü ve gönülsüz nedenlerle geleneksel finansal sistemden dışlandığı bir ülkede bilgi, din ve finansal hizmetler arasında karmaşık ancak merkezi bir ilişki olduğunu göstermektedir.

En önemli bulgular arasında İslami finansal hizmetlere ilişkin farkındalık düzeyinin finansal tabana yayılmanın güçlü bir tamamlayıcısı olduğu yer almaktadır. Geleneksel resmi finansal sistemin düşük gelirli ve dini açıdan muhafazakâr gruplara erişim sağlayamadığı Etiyopya'da, İslami finansın kültür dostu finansal ürün ve hizmetler sunması beklenmektedir. Bu çalışmada farkındalık ve finansal tabana yayılma arasındaki anlamlı ve pozitif ilişki, insanların ürünler hakkında iyi bilgilendirildiği ve kurumlara güven duyduğu sürece İslami finansın ulusal tabana yayılma çabalarını tamamlayabileceği argümanını doğrulamaktadır. Ancak, farkındalığın varlığı otomatik olarak olumlu algıya veya finansal kullanımın artmasına dönüşmemektedir. Katılımcıların önemli bir yüzdesi, mevcut İslami finans kurumlarının Şeriata uygunluğu, şeffaflığı veya gerçekliği konusunda şüphelerini dile getirmiştir. Bu şüpheler, genellikle hizmet sunumundaki farklılıklar, İslami finans uzmanlarının bulunmaması ve düzenleyici netlik eksikliği ile kendini göstermektedir.

Buna ek olarak, araştırma dinin ikili bir rolü olduğunu doğrulamaktadır. Bir dereceye kadar, İslami finansal ürünleri takip etmek için bir itici güçtür. Öte yandan, güçlü dini kimlik, etikette İslami olan ancak özünde İslami olmayan bu tür ürünleri reddetme etkisine sahip olabilir. Bu paradoks, İslami bankacılık modellerinin başarısında kurumsal güven ve algılanan şeriata uygunluğun itici güç olduğunu, İslami finansal ürünlerin sadece yaygınlaştırılmasının değil aynı zamanda güvenilirliğinin de önemli olduğunu vurgulamaktadır.

İslami finans sektörünün henüz emekleme aşamasında olduğu Etiyopya bağlamında, kapsayıcılık için gerekli kolaylaştırıcılar henüz elde edilememiştir. Kurumsal altyapı, yakın zamanda açılan bağımsız İslami bankalar ve büyüyen bir düzenleyici platform ile yavaş yavaş gelişmektedir. Ancak halkın bu kurumlar hakkında bilgi sahibi olması ve güven duyması için daha çok çalışılması gerekiyor. Dolayısıyla bu boşluk, İslami finansın yaygınlaşmasını teşvik etmek amacıyla piyasa gelişimini ve finansal okuryazarlığı

kolaylaştırmak için sürekli olarak tavsiye edilen finansal eğitime, paydaş katılımına ve politikaların yeniden düzenlenmesine yatırım yapma ihtiyacını vurgulamaktadır.

Sonuç olarak, İslami finans Etiyopya'da kapsayıcı büyümenin teşvik edilmesinde hayati bir rol oynamıştır. Ancak başarısı sadece erişilebilirliğine bağlı olmayıp gerçek bir farkındalık yaratma, algı yönetimi, düzenleyici destek ve hepsinden önemlisi ulaşmaya çalıştığı toplumun etik ve dini değerleriyle bağdaştırılmasını gerektirmektedir.

Bu çalışmanın birincil bulgularına dayanarak, Etiyopya'da finansal kapsayıcılığın teşvik edilmesinde İslami finansın rolünün güçlendirilmesi için aşağıdaki hususların gerekli olduğu önerilmektedir: Finansal dışlanmanın azaltılmasında en önemli hususlardan biri, genel halkın bilinçlendirilmesine yönelik kampanyaların artırılmasıdır. Bulgular, halkın bilinçlendirilmesi ile finansal kapsayıcılık arasında güçlü bir pozitif korelasyon olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, İslami bankalar gibi İslami finans kurumları, Etiyopya Merkez Bankası gibi düzenleyici kurumlar, işletmeler ve hane halkları gibi İslami finans kullanıcıları ve toplum liderleri, kapsamlı farkındalık kampanyaları geliştirmelidir. Bu tür kampanyalar, İslami finansın ilkeleri, etik temelleri ve faydaları hakkında halkın bilgisini artırmak için televizyon, radyo, yerel toplantılar ve internet gibi çeşitli medya kanallarını kullanmalıdır. Finansal dışlanmanın en şiddetli olduğu, toplumun düşük gelirli kesimlerine ve bankalara erişimin sınırlı olduğu bölgelere özel dikkat gösterilmelidir.

Bu çalışmada ortaya çıkan bir diğer öneri de sektöre ilişkin net bir imaj yaratarak İslami finans prensipleri ve ürünleri hakkındaki yanlış algıları ortadan kaldırmak ve ardından insanların algısını iyileştirmektir. Kamu algısının finansal tabana yayılma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve küçük bir olumsuz etkisi olduğu görüldüğünden, yanlış anlamaların ve olumsuz klişelerin farkına varılması ve bunlarla mücadele edilmesi gerekmektedir. Bunlar şüphecilik, İslami finansın gayrimüslimler için olup olmadığına dair kuşkuculuk veya işleyişi hakkında çok az bilgi sahibi olmayı içerebilir. Güvenilirlik kazanmak ve İslami finans hizmetlerini daha geniş bir kitle arasında daha popüler hale getirmek için paydaşların açık iletişime, ağızdan ağıza iletişime ve gerçek başarı hikayelerine özel önem vermeleri gerekmektedir.

Paydaşlar eğitim kurumlarını kullanmalı ve İslami finans ve ekonomi ile uyumlu uygun müfredat geliştirmelidir. Uzun vadeli ve sürdürülebilir farkındalığı kolaylaştırmak için ortaokul ve liseden başlayarak İslami finansın güçlü bir şekilde entegre edilmesi şiddetle tavsiye edilmektedir. Üniversitelerin ve teknik okulların İslami finans alanında özel

kurslar, atölye çalışmaları ve seminerler düzenleyerek sektörle ilişki kurabilecek ve sektörü şekillendirebilecek yetenekli ve zeki bir nesil yetiştirmesi gerekmektedir. Finans kuruluşlarıyla akademik ortaklıklar da araştırma, staj ve öğrenciler tarafından yürütülen sosyal yardım programlarının kolaylaştırılmasına yardımcı olabilir.

İslami finans kuruluşları, son kullanıcıya sunulan mevcut ve yeni geliştirilen finansal hizmet ve ürünlerin dini ve kültürel kapsayıcılığını da teşvik etmelidir. Dinin farkındalık ve finansal kapsayıcılık gibi kritik değişkenlerle güçlü korelasyonu, İslami finansın Müslümanlara özgü olduğu algısını yansıtmaktadır. Bu nedenle İslami finans kuruluşları, etik ve faizsiz felsefeye dayanan ürünlerinin küresel cazibesini etkili bir şekilde ileten kapsayıcı pazarlama stratejileriyle ilgilenmelidir. Şeriata uygunluktan ödün vermeksizin çeşitli kültürel ve dini değerlerle örtüşen ürünlerin sunulması, daha geniş bir kitleye ulaşılmasını sağlayabilir.

Son olarak, halkın güvenini inşa etmek, efsaneleri ortadan kaldırmak ve İslami finansın Etiyopya'da kapsayıcı finansal erişim için bir katalizör olarak geliştiği elverişli bir ortam geliştirmek için kolektif, çok paydaşlı çabaların gösterilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdelrahman, Y. (2013). The Islamic Market: Theory and Practice. *Islamic Economic Studies*, 21(2), 1–24.
- Abduh, M., & Omar, M. A. (2012). Islamic banking and economic growth: The Indonesian experience. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 5(1), 35–47.
- Abdulkadir, M. A. (2020). Challenges and prospects of interest free banking in Ethiopia. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 10(3), 436–441. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.10.03.2020.p9971>
- Abdullah, H., Yahya, S., & Rahman, R. A. (2012). Attitudes of non-Muslim customers toward Islamic banking in Malaysia. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 29(1), 45–57.
- Abdullah, M., & Dusuki, A. W. (2006). Customers' perceptions of Islamic hire-purchase facility in Malaysia: An empirical analysis. *IIUM Journal of Economics and Management*, 14(2), 177–204.
- Abiah, H., & Wabekwa, J. (2012). Perceptions of Islamic banking among Nigerian consumers. *Journal of Islamic Finance*, 1(1), 45–60.
- Abidin, S. Z., Mohamad, S., Abdullah, M., & Mohamad, N. E. (2013). *Islamic finance and banking system: Philosophies, principles & practices* (2nd ed.). Oxford Fajar.
- Ahmad, N., & Haron, S. (2002). Perceptions of Malaysian corporate customers towards Islamic banking products and services. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), 13–29.
- Ahmed, H. (2011). *Product development in Islamic banks*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Alamad, A. (2017). *Financial Regulation and Islamic Finance: Theory and Practice in a Globalized World*. Palgrave Macmillan.
- Alharbi, A. (2015). Development of the Islamic banking system. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 12–25.
- Ali, E. A. A. (2020). The impact of financial inclusion on poverty reduction: Empirical evidence from Sub-Saharan Africa. *Journal of African Development*, 24(1), 1–20.
- Ali, E. A., Ibrahim, M., & Alhassan, A. L. (2016). Financial inclusion and poverty reduction in developing countries. *African Development Review*, 28(3), 374–386. <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12196>

- Aliyu, S., Yusof, R. M., & Rosman, R. (2017). A panel data analysis of Islamic banks' performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 96–103.
- Allen, F., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Peria, M. S. M. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*, 27, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003>
- Al-Saati, A. A. (2003). Gharar in contracts and its effects on contemporary transactions. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 16(2), 3–34.
- Askari, H., Iqbal, Z., Krichene, N., & Mirakhor, A. (2011). *The stability of Islamic finance: Creating a resilient financial environment for a secure future*. Wiley.
- Asutay, M. (2007). A political economy approach to Islamic economics: Systemic understanding for an alternative economic system. *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies*, 1(2), 3–18.
- Aziz, M. R. A., Muda, R., & Mohamed, M. (2018). Financial literacy and financial inclusion: A case study of Islamic finance in Malaysia and Indonesia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(11), 1000–1011.
- Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2008). Access to finance: An unfinished agenda. *The World Bank Economic Review*, 22(3), 383–396.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Honohan, P. (2009). Access to financial services: Measurement, impact, and policies. *The World Bank Research Observer*, 24(1), 119–145. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkn008>
- Billah, M. M. (2007). *Applied Islamic insurance*. Malaysia: Sweet & Maxwell Asia.
- Bold, C., Porteous, D., & Rotman, S. (2012). Social cash transfers and financial inclusion: Evidence from four countries. *CGAP Focus Note*, 77. Retrieved from <https://www.cgap.org/research/publication/social-cash-transfers-and-financial-inclusion>
- Boon, T. H., Yee, H. S., & Ting, H. W. (2011). Financial literacy and personal financial planning in Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 5(1), 149–168.
- Cambridge University Press. (2021). *Cambridge learner's dictionary* (4th ed.). <https://dictionary.cambridge.org/>
- Chachi, A. (2005). Origin and development of commercial and Islamic banking operations. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 18(2), 3–25.
- Chapra, M. U. (1996). *What is Islamic economics?* Jeddah: Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank.

- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Islamic Foundation.
- Cheteni, P. (2014). Consumer awareness of Islamic banking products and services in South Africa. *African Journal of Business Management*, 8(4), 120–130.
- Clifford Chance. (2013). *A guide to sukuk*. Clifford Chance LLP. <https://www.cliffordchance.com>
- Collard, S. (2014). *Financial inclusion and social justice in the UK*. University of Bristol Working Paper Series, Centre for Research in Social Policy.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cull, R., Demirgüç-Kunt, A., & Lyman, T. (2014). *Financial inclusion and stability: What does research show?* CGAP Brief.
- Dhumale, R., & Sapcanin, A. (1999). *An application of Islamic banking principles to microfinance*. UNDP & World Bank.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronize Islamic banks? *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142–160. <https://doi.org/10.1108/02652320710739850>
- El-Ashker, A. A. F., & Wilson, R. (2006). *Islamic Economics: A Short History*. Brill.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge University Press.
- Eris, A. (2021). Sukuk in Ottoman legal and financial practice: Historical origins and conceptual evolution. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 371–388.
- Erol, C. K., & El-Bdour, R. (1989). Banking service preferences of consumers in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 7(6), 31–37.
- Faisal, A., Khan, M., & Patel, S. (2012). Understanding and attitudes toward Islamic banking products among Indian Muslims and non-Muslims. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 8(2), 123–137.
- Farooq, M. O., & Ahmed, M. M. (2013). Musharakah financing: Experience and lessons for Islamic finance. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(3), 259–273.
- Fazlan, H. N., & Mohammad, A. M. (2007). Efficiency of Islamic banks in Malaysia: A stochastic frontier approach. *Journal of Economic Cooperation*, 28(2), 1–24.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). London: Sage.

- Franklin, M. (2012). *Understanding research – Coping with the quantitative and qualitative divide*. Oxon: Routledge.
- Gafoor, A. L. (2012). Awareness and attitude of teachers towards inclusive education. *International Journal of Research in Education*, 1(1), 1–6.
- Gait, A., & Worthington, A. C. (2009). Knowledge of Islamic finance principles in Libya. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(3), 270–292.
- Gray, D. E. (2017). *Doing research in the business world*. London: Sage.
- Hailu, Z., Abate, M., & Oumer, M. (2020). Assessment of the practice and challenges of interest free banking service in Ethiopia: A case of selected commercial banks. *Research Journal of Finance and Accounting*, 11(7), 27–39.
- Hailu, S. M., & Bushera, İ. (2020). Interest Free Banking in Ethiopia: Prospects and Challenges. *Uluslararası İslam Ekonomisi Ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 119-137. <https://doi.org/10.25272/ijisef.678972>
- Hamid, A., & Nordin, N. (2001). A study on Islamic banking education and strategy for the new millennium: Malaysian experience. *International Journal of Islamic Financial Services*, 2(4), 3–11.
- Hanif, M. (2014). Differences and similarities in Islamic and conventional banking. *International Journal of Business and Social Science*, 2(2), 166–175.
- Hassan, K., & Kinyanjui, M. (2021). Financial inclusion and Islamic finance: Evidence from Kenya. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 689–707. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2020-0176>
- Hayes, B. K., Stephens, R. G., Ngo, J., & Dunn, J. C. (2018). The dimensionality of reasoning: Inductive and deductive inference can be explained by a single process. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 44(9), 1333–1351. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/xlm0000527>
- Hidayat, M., & Al-Bawardi, S. (2012). Non-Muslim perceptions of Islamic banking in Saudi Arabia. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 8(3), 17–26.
- Holt, M. P. (2020). *Analysis of variance (ANOVA)*. Salem Press Encyclopedia of Science. s.l.: Salem Press.
- Howard, P. N. (2018). *The influence machine: The U.S. Chamber of Commerce and the corporate capture of American life*. Yale University Press.
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2011). *An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice* (2nd ed.). Singapore: Wiley.
- Islamic Corporation for the Development of the Private Sector (ICD) & Refinitiv. (2022). *Islamic finance development report 2022: Embracing change*. <https://icd->

ps.org/uploads/files/ICD%20Refinitiv%20ifdi-report-20221669878247_1582.pdf

- Islamic Financial Services Board. (2022). Annual report 2022. <https://www.ifsb.org/publication-document/annual-report-2022/>
- Islam, M. M., & Rahman, M. K. (2017). Awareness and motivation toward Islamic banking among Muslim Indians. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(4), 498–514.
- Kahf, M. (2003). Islamic economics: Notes on definition and methodology. *Review of Islamic Economics*, 13(1), 23–47.
- Kaput, K. (2022). The adoption curve and financial technology: Understanding user reluctance. *Journal of Behavioral Finance*, 23(4), 117–129.
- Karim, R. A. A. (2005). Islamic finance: A growing international market. *Thunderbird International Business Review*, 47(2), 183–202.
- Kettell, B. (2010). *Introduction to Islamic banking and finance*. John Wiley & Sons.
- Kewuyemi, A. O. (2015). Factors influencing customers' awareness and patronage of Islamic banking products in Lagos State. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(4), 1–14.
- Khan, F. (2010). How 'Islamic' is Islamic banking? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 805–820.
- Khan, M. F. (2008). *Islamic microfinance: Theory, policy and practice*. Islamic Research and Training Institute, IDB.
- Khan, M. M., & Bhatti, M. I. (2008). Development in Islamic banking: A financial risk-allocation approach. *The Journal of Risk Finance*, 9(1), 40–51. <https://doi.org/10.1108/15265940810842401>
- Khan, T., & Phillips, C. (2010). The challenges of Islamic finance. *Finance & Development*, 47(1), 26–29.
- Kılıç, S., Karan, M. B., & Öztürk, M. (2015). A comparative study on financial literacy: OECD member states versus non-member states. *Emerging Markets Journal*, 5(2), 1–14. <https://doi.org/10.5195/emaj.2015.71>
- Kothari, C. I. (2004). *Research methodology: Methods and techniques*. New Delhi: New Age International.
- Lateh, M. N., Ghazali, R., & Sanusi, N. A. (2009). Perceptions of Muslim and non-Muslim Thai customers toward objectives and characteristics of Islamic banks. *Asian Journal of Business and Accounting*, 2(2), 89–105.

- Le, H. T. T., & Nguyen, H. T. T. (2020). The impact of financial inclusion on poverty and income inequality in developing countries: Evidence from Asia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 205–213.
- Loo, E. T. (2010). Perspectives and attitudes toward Islamic banking among Muslims and non-Muslims in Malaysia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(2), 123–136.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2006). Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing. National Bureau of Economic Research Working Paper No. 17078. <https://doi.org/10.3386/w17078>
- Mertens, W., Pugliese, A., & Recker, J. (2017). *Quantitative data analysis: A companion for accounting and information systems research*. Cham: Springer.
- Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: Perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299–313. <https://doi.org/10.1108/02652329810246028>
- Mirakhor, A. (2004). General characteristics of an Islamic economic system. In *Islamic Economics: Theory and Practice*. Islamic Research and Training Institute.
- Mohamad, S., Abdullah, M., Mohamad, N. E., & Abidin, S. Z. (2013). *Islamic finance and banking system: Philosophies, principles & practices*. Oxford Fajar.
- Mohammad, S. J. (2011). *American Muslims perceptions of Islamic finance in the Chicago Metropolitan area*. Chicago, ILL: ProQuest LLC.
- Mohan, R. (2006). Economic growth, financial deepening and financial inclusion. *Reserve Bank of India Bulletin*, November, 865–881.
- Mohieldin, M., Iqbal, Z., Rostom, A., & Fu, X. (2011). The role of Islamic finance in enhancing financial inclusion in OIC countries. *World Bank Policy Research Working Paper No. 5920*.
- Mucha, T., & Seppälä, T. (2020). Social media and digital finance: The transformation of financial behavior. *Finnish Journal of Social Research*, 13, 87–102.
- Naga, R. S., & Hussein, H. (2016). Financial inclusion: Issues and challenges. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 5(3), 2319–5614.
- Nagaoka, S. (2012). Critical overview of the history of Islamic economics: Formation, transformation, and new horizons. *Asian and African Area Studies*, 11(2), 114–136.
- Naser, K. (1999). Islamic banking: A study of customer satisfaction and preferences in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 17(3), 135–150. <https://doi.org/10.1108/02652329910269275>

- National Bank of Ethiopia. (2021). Annual report 2020/21. <https://nbe.gov.et/files/annual-report-2020-2021/>
- Notsi, P. Y. (2012). Financial reporting as a tool for promoting accountability at Metsimaholo Local Municipality. Vanderbijlpark: North-West University. (Mini-dissertation – Master's degree).
- Obaidullah, M., & Khan, T. (2008). Islamic microfinance development: Challenges and initiatives. Islamic Research and Training Institute, IDB.
- Omer, M. A. (1992). Consumer preferences for Islamic versus conventional financing in the United Kingdom. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 9(3), 45–56.
- Pal, K., Rahman, M., & Alshubiri, F. (2023). The role of Takaful in sustainable development: A case of Islamic insurance in emerging economies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*. <https://doi.org/10.1080/20430795.2023.2206120>
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). Platform revolution: How networked markets are transforming the economy—and how to make them work for you. W. W. Norton & Company.
- Rahman, M. M., Amin, M. R., & Sadique, M. A. (2016). Islamic banking and financial inclusion: The Malaysian experience. *Asian Economic and Financial Review*, 6(4), 654–665. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr/2016.6.4/102.4.654.665>
- Ramlee, R., Zain, S. R. S. M., & Husain, W. R. W. (2019). Are Muslims practising moderation in their financial decisions? *Asian Academy of Management Journal*, 24(Suppl.1), 157–170. <https://doi.org/10.21315/aamj2019.24.s1.11>
- Rammal, H. G., & Zurbruegg, R. (2007). Awareness and understanding of Islamic banking products among Muslim Australians. *Journal of Financial Services Marketing*, 12(1), 65–74.
- Raosoft. (2004). Sample size calculator. <http://www.raosoft.com/samplesize.html> Date of access: 05 November 2019.
- Rooij, M. V., Lusardi, A., & Alessie, R. (2012). Financial literacy, retirement planning and household wealth. *The Economic Journal*, 122(560), 449–478. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2012.02501>.
- Sadiku, M. N. O., Musa, S. M., & Momoh, O. D. (2021). Artificial intelligence in financial services. *Journal of Scientific and Engineering Research*, 8(3), 110–115.
- Sarma, M., & Pais, J. (2011). Financial inclusion and development. *Journal of International Development*, 23(5), 613–628.
- Shay, W., Demirgüç-Kunt, A., & Klapper, L. (2015). Measuring financial inclusion: The global Findex database. World Bank Policy Research Working Paper No. 7255.

- Smolo, E. (2012). Musharakah mutanaqisah and its application in modern Islamic banking. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 29(3), 27–37.
- Stephen, W. G., & Tom, K. L. (2015). Financial literacy and financial behavior: Evidence from the emerging Asian middle class. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 116, 451–470. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.04.005>
- Tiby, A. M., & Grais, W. (2015). *Islamic finance and economic development: Risk, regulation, and corporate governance*. John Wiley & Sons.
- TKBB. (2020). Annual report 2020. <https://www.tkbb.org.tr/assets/uploads/2020-annual-report.pdf>
- Triki, T., & Faye, I. (2013). Financial inclusion in Africa. African Development Bank, Tunisia.
- Trochim, W. M., Donnelly, J. P., & Arora, K. (2016). *Research methods: The essential knowledge base* (2nd ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Usmani, M. T. (2002). *An Introduction to Islamic Finance*. Idaratul Ma'arif.
- Visser, H. (2009). *Islamic finance: Principles and practice*. Edward Elgar Publishing.
- Vogel, F. E., & Hayes, S. L. (1998). *Islamic law and finance: Religion, risk, and return*. Kluwer Law International.
- Volyntseva, M. (2023). Behavioral adaptation to financial technologies: Challenges and strategies. *Fintech & Society Journal*, 5(2), 64–81.
- World Bank. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. Washington, DC: World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex>
- Zamzam Bank. (2012). Preliminary project proposal for establishing an Islamic bank in Ethiopia [Internal report].
- Zarrouk, H. (2017). Financial inclusion and Islamic finance: A demand-side analysis in the MENA region. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 8(4), 662–678.
- Zhang, Q., & Valle-Sison, A. (2014). Financial inclusion: Beyond access to full service. World Bank Blog.

EK

Ek 1: Anket Soruları

Değerli Katılımcılar,

Bu anket, Etiyopya'da İslami finansın hak farkındalığı ve algısını değerlendirerek finansal katılım üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Sakarya Üniversitesi İslam Ekonomisi ve Finansı Anabilim Dalı'nda yürütülen yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmektedir. Aşağıdaki sorulara vereceğiniz yanıtlar, çalışmanın sağlıklı ve başarılı bir şekilde tamamlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Tarafınızdan sağlanan tüm bilgiler yalnızca akademik amaçlarla kullanılacak olup gizliliğiniz kesinlikle korunacaktır. Katkılarınız ve değerli zamanınız için Sakarya Üniversitesi adına teşekkür ederiz.

Her bir maddeye cevap vermek için lütfen kutuyu işaretleyin ve boşluğu en uygun rakamla doldurun.

Bölüm I. Demografik Bilgiler

- 1.Yaşınız nedir? 18 yaş altı ☐ 18-29 ☐ 30-39 ☐ 40-49 ☐ 50 ve üzeri ☐
- 2.Cinsiyetiniz nedir? Erkek ☐ Kadın ☐
- 3.Eğitim seviyeniz nedir? Resmi bir eğitim yok ☐ İlköğretim ☐ Ortaöğretim ☐ Lisans ☐ Lisansüstü ☐
- 4.Dininiz nedir? İslâm ☐ Hristiyanlık ☐ Diğerleri ☐
- 5.Aylık gelir düzeyiniz nedir (ETB) ? < 5.000 ☐ 5.001-10.000 ☐ 10.001-20.000 ☐ > 20.000 ☐
- 6.Şu anda hangi finans kuruluşlarını kullanıyorsunuz? Banka ☐ Microfinance ☐ Sigorta şirketi ☐ Diğerleri ☐
- 7.Finansal kuruluşlarla ne tür bir ilişkiniz var? Borçlu ☐ Mevduat Sahibi ☐ Hissedar ☐ Sigorta Poliçesi Sahibi ☐ Diğerleri ☐

Bölüm II : Farkındalık, Algı ve Finansal Katılım Anketi

Lütfen aşağıda verilen ifadelere ne ölçüde katıldığınızı veya katılmadığınızı belirtin. Bu, Aşağıdakileri kesinlikle katılmıyorum ile kesinlikle katılıyorum ölçeklerinde değerlendirin. Kesinlikle katılmıyorum en düşük ağırlık olan 1 verilmiştir; kesinlikle katılıyorum'a ise en yüksek ağırlık olan 5 verilmiştir.

1= kesinlikle katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Tarafsızım 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle katılıyorum

A. İslami Finansın Farkındalığı

		1	2	3	4	5
1	Etiyopya'da İslami finans kurumlarının varlığının farkındayım.					
2	İslami finans medyadan (örneğin TV, radyo, sosyal medya) duydum.					
3	İslami finans dini kuruluşlardan duydum.					
4	İslami finans kavramlarına aşinayım.					
5	İslami finansta faizin yasak olduğunu biliyorum.					
6	İslami finansta kumar ve spekülasyonun yasak olduğunu biliyorum.					
7	Emanet (Vediye-i Emanet) ve Mudarebe tasarruf ürünleri hakkında bilgim var.					
8	En yaygın finansman ürünlerini (Mudarebe, Muşareke, İcara...) biliyorum.					
9	İslami finansın kâr-zarar dağıtım sürecini anlıyorum.					
10	İslam ekonomisi ve finansının felsefi temellerinin farkındayım.					

B. İslami Finans Algıları

	Soruları	1	2	3	4	5
1	İslami finans sadece Müslümanlara yöneliktir.					
2	İslami finans ürünleri konvansiyonel olanlara göre daha etiktir.					
3	Etiyopya'daki İslami finans kuruluşları güvenilirdir.					
4	İslami finans toplumun yoksul kesiminin finansal hizmetlere kolayca ulaşmasını sağlıyor.					
5	İslami finansın pencere hizmetleri İslam'ın temel kurallarına aykırıdır.					
6	İslami finans kuruluşlarının konvansiyonel olanlara göre daha maliyetlidir.					
7	Kâr oranı kavramı ile faiz oranı kavramı arasında hiçbir fark yoktur.					
8	İslami finans kuruluşlarının temel amacı kâr maksimizasyonudur.					
9	Uluslararası finans kuruluşları tamamen laik yönetim kurulu üyeleri, finans uzmanları ve yöneticiler tarafından yönetilmektedir.					
10	Mevzuat gereği vakıfların çalışanları ve idari organları tamamen Müslümanlardan oluşmaktadır.					

C. Finansal Kapsayıcılık

		1	2	3	4	5
1	Yaşadığım bölgede İslami finansal hizmetlere kolaylıkla ulaşılabilir.					
2	Etiyopya'da faaliyet gösteren tam teşekküllü bir İslami bankada hesabım var.					
3	İslami bankacılık pencereleri aracılığıyla sunulan İslami finansal hizmetlerden yararlanırım.					
4	Bankacılık dışı bir İslami finans kuruluşunda hesabım var.					
5	Finansal ihtiyaçlarımı karşılamak için İslami finansal hizmetleri (örneğin tasarruf, kredi, sigorta) aktif olarak kullanıyorum.					
6	İslami finans kuruluşlarının sunduğu alternatif hizmet sunum mekanizmalarını (örneğin; mobil bankacılık, internet bankacılığı, kart bankacılığı) kullanıyorum.					
7	Etiyopya'da yeterli İslami finans kuruluşunun bulunmaması nedeniyle geleneksel finansal hizmetler kullanmıyorlar.					
8	Mevcut resmi seçenekler kültürüm ve dinimle uyuşmadığı için gayri resmi finansal hizmetlere güveniyorum.					
9	Yeterli bilgi sağlarsa İslami finansal hizmetlerden faydalanmaya hazırım.					
10	İslami finansal hizmetler, sağlanan bilgi ve bilinçlendirmeye rağmen benim tercihim değil.					

Bölüm III : Açık - Sonlu Sorular

S.1. Etiyopya'da İslami Finansın farkındalığı hakkında ne düşünüyorsunuz? Eğer farkındalığın düşük olduğunu düşünüyorsanız bunu artırmak için neler yapılabilir?

S.2. Etiyopya'daki insanların İslami finansal hizmetler kullanmasını engelleyen zorluklar var mı? Varsa, bu zorluklar nelerdir ve bunları aşmak için ne gibi çözümler önerilebilir?

S.3. Sizce İslami finans kuruluşları, daha fazla insanın finansal hizmetlere erişebilmesi ve bunları kullanabilmesi için hizmetlerinde hangi özel iyileştirmeleri yapabilir?

Anketin sonu
Katılımınız için teşekkür ederiz!

To respond to each item, please mark "✓" in the box and fill in the blank with the number that best matches your view.

Part I. Demographic Information

1. What is your age? Below 18 ☐ 18–29 ☐ 30–39 ☐ 40–49 ☐ >50
2. What is your gender? Male ☐ Female ☐
3. What is your highest education level? No education ☐ Primary ☐ Secondary ☐
BA degree ☐ MA and above ☐
4. What is your religion? Islam ☐ Christianity ☐ Others ☐
5. What is your monthly income level (ETB)?
< 5,000 ☐ 5,001-10,000 ☐ 10,001-20,000 ☐ > 20,000 ☐
6. Which financial institutions are you currently using?
☐ Bank Micro-finance ☐ Insurance company ☐ Others ☐
7. What type of relationship do you have with financial institutions?
Borrower ☐ Depositor ☐ Shareholder ☐ Insurance Policyholder ☐ Other ☐

Part II. Survey of Awareness, Perception and Financial inclusion

Please show the extent to which you agree or disagree with the statements given below. This is to assess the following on the scales of strongly disagree to strongly agree. Strongly disagree is given the least weight of 1; while strongly agree is given the highest weight of 5.

1= strongly disagree 2= Disagree 3= Neutral 4=Agree 5= Strongly agree

Section 1: Awareness of Islamic Finance

No	item	1	2	3	4	5
1	I am Aware of the existence of the Islamic financial institutions in Ethiopia.					
2	I heard about Islamic finance from media (e.g., TV, radio, social media).					
3	I heard about Islamic finance from religious institutions.					
4	I am familiar with the concepts of Islamic finance.					
5	I am aware of the prohibition of interest in Islamic finance.					
6	I am aware of the prohibition of gambling and speculation in Islamic finance.					
7	I know about safekeeping (Wadia Amanah) and Mudaraba saving product.					
8	I am aware of the most common financing products (Mud araba, Musharaka, Ijara...).					
9	I understand the profit and loss distribution process of Islamic finance.					
10	I am aware of the philosophical foundations of Islamic economics and finance.					

Section 2: Perceptions of Islamic Finance

No	item	1	2	3	4	5
1	Islamic finance is only for Muslims.					
2	Islamic financial products are more ethical than conventional ones.					
3	Islamic financial institutions in Ethiopia are trustworthy.					
4	Islamic finance enables to easily access financial services for the poor section the society.					
5	Window services of Islamic finance violates the key rules of Islam.					
6	Islamic financial institutions are more costly than conventional once.					
7	There is no any difference between the concept of profit rate and interest rate.					
8	The primary objective of Islamic financial institution is profit maximization.					
9	IFIs are managed solely by secular board members, financial specialists and managers.					
10	The employees and administrative organs of IFIs are all Muslims.					

Section 3: Financial Inclusion

No	item	1	2	3	4	5
1	Islamic financial services are easily accessible in my area.					
2	I have an account with a fully-fledged Islamic bank operating in Ethiopia.					
3	I use Islamic financial services offered through Islamic banking windows.					
4	I have an account with a non-banking Islamic financial institution.					
5	I actively use Islamic financial services (e.g., savings, loans, insurance) to meet my financial needs.					
6	I use alternative service delivery mechanisms (e.g., mobile banking, internet banking, card banking) offered by Islamic financial institutions.					
7	I use conventional financial services due to the lack of sufficient Islamic financial institutions.					
8	I rely on informal financial services because available formal options do not align with my culture and religion.					
9	I am willing to use Islamic financial services if sufficient information is provided.					
10	Islamic financial services are not my preference, regardless of the information and awareness provided.					

PART III: Open-Ended Questions

N.1. What suggestions do you have for increasing public awareness and trust in Islamic finance in Ethiopia?

N.2. What do you think are the main challenges preventing people in Ethiopia from using Islamic financial services?

N.3. In your opinion, what specific improvements can Islamic financial institutions make to their services to help more people access and use financial services?

Thank you for participating!

Ek 2: Etik Onay Mektubu

Evrak Tarih ve Sayısı: 23.04.2025-E.467351



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-467351
Konu : 84/09 Ambelu Tamir KASSA

23.04.2025

Sayın Ambelu Tamir KASSA

İlgi : 13.04.2025 tarihli ve E--050.99-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 16.04.2025 tarihli ve 84 sayılı toplantısında alınan "09" nolu karar ile Ambelu Tamir KASSA'nın başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Selim İNANÇLI
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu
Başkanı

Ek: Karar Yazısı (1 Sayfa)

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: BSP66ME36T Pin Kodu: 94952

Belge Takip Adresi: <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5783&aD=BSP66ME36T&aS=467351>

Adres: Esentepe Kampüsü 54187 Serdivan SAKARYA / KEP Adresi:
sakaryauniversitesi@hs01.kep.tr
Telefon No: 0264 295 50 00 Faks No: 0264 295 50 31
e-Posta: ozelkalem@sakarya.edu.tr Elektronik Ağ: www.sakarya.edu.tr

Bilgi için: Hanife Babacan
Unvanı: Birim Evrak Sorumlusu



KARAR

8. Ambelu Tamir KASSA'nın " Etiyopya'da İslami Finansa İlişkin Kamu Farkındalığının ve Algısının Değerlendirilmesi: Finansal Kapsayıcılık İçin Etkileri" başlıklı çalışma görüşmeye açıldı ve yapılan görüşmeler sonunda çalışmanın Etik açıdan uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: Ambelu Tamir KASSA	
Eğitim Bilgileri	
Yüksek Lisans	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi
Fakülte	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bölümü	İslam Ekonomisi ve Finansı
Makale ve Bildiriler	
1. Kassa, A. T., & Yenice, A. C. (2025). Skilled manpower shortage in Ethiopia's interest-free banking: Causes, impacts, and solutions. Adam Akademi Sosyal Bilimler Dergisi.	