

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI FİNANS VE KATILIM BANKACILIĞI
BİLİM DALI

KATILIM BANKASI SEÇİMİNDE MÜŞTERİLERİN
TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ETKİ
DÜZEYLERİNİN VİKOR YÖNTEMİ İLE
BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mehmet ÖZTÜRK

İstanbul
Aralık-2020

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI FİNANS VE KATILIM BANKACILIĞI
BİLİM DALI

KATILIM BANKASI SEÇİMİNDE MÜŞTERİLERİN
TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ETKİ
DÜZEYLERİNİN VİKOR YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mehmet ÖZTÜRK

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Yusuf DİNÇ

İstanbul
Aralık-2020

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İslam Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı, Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Doç. Dr. Yusuf DİNÇ

Üye Doç. Dr. Özgür KÖKALAN

Üye Doç. Dr. Abdurrahman YAZICI

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

.....

Prof. Dr. Ali GÜNEŞ

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “**Katılım Bankası Seçiminde Müşterilerin Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Etki Düzeylerinin Vikor Yöntemi ile Belirlenmesi**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Mehmet ÖZTÜRK

ÖNSÖZ

Araştırmamdaki her aşamada bana yardımcı olan değerli tez danışmanım **Doç. Dr. Yusuf DİNÇ**'e, tezde uyguladığımız yöntem ile ilgili bana bilgi katan çok değerli hocamız **Doç. Dr. Özgür KÖKALAN**'a, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca benden desteklerini esirgemeyen sevgili aileme ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

Mehmet ÖZTÜRK

İstanbul-2020



ÖZET

**KATILIM BANKASI SEÇİMİNDE MÜŞTERİLERİN
TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ETKİ
DÜZEYLERİNİN VİKOR YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ**

Mehmet ÖZTÜRK

Yüksek Lisans, Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Yusuf DİNÇ

Aralık-2020, 50+xi Sayfa

Katılım bankacılığı günümüz bankacılık sistemi içinde önemi giderek artmakta olan bir bankacılık türü olarak dikkat çekmektedir. Gerek faiz hassasiyetine sahip bireylerin ellerindeki atıl fonların ülke ekonomisine kazandırılması, gerekse körfez ülkelerindeki biriken petro-dolarların ülkeye çekilebilmesi için katılım bankacılığı önemli bir alternatif oluşturmaktadır. Bu sebeplerle katılım bankacılığı sadece Müslüman ülkeler için değil tüm dünya ekonomisi için bir alternatif olmuştur. Buna rağmen katılım bankaları toplumun birçok kesimi tarafından tam anlamıyla bilinmemektedir. Bunun en önemli sebebi de katılım bankacılığının tanıtımının yeterli yapılamamasıdır. Katılım bankacılığı sisteminin Türkiye’de yeterli tanıtımının yapılamaması sebebiyle henüz yaygın olmayışı ve altı katılım bankasının mevcut sistemde hizmet vermesi kar pastasının bölünmesine ve rekabetin de artmasına sebep olmuştur. Hazırlanan bu çalışma müşterilerin katılım bankası seçiminde tercihlerini etkileyen faktörleri belirlemeyi ve bu faktörler doğrultusunda en seçilebilir bankayı bulmayı amaçlamıştır. Banka tercihini etkileyen dokuz kriter şunlardır; Uygun şartlarda finansman, reklam ve tanıtım, karlılık, şube ağı, net kar, sosyal sorumluluk faaliyetleri, ürün ve hizmet ağı, faizsizlik prensiplerine uyum, ve personel tutum ve davranışıdır. Hazırlanan bu çalışmada bu dokuz kriter doğrultusunda en seçilebilir katılım bankasının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankacılığı, Banka Seçimi, Banka Seçimi Kriterleri

ABSTRACT

DETERMININ THE IMPACT LEVELS OF THE FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' PREFERENCE IN THE PARTICIPATING BANK SELECTION BY VIKOT METHOD

Mehmet ÖZTÜRK

Master, International Finance and Participation Banking

Supervisor: Assoc. Prof. Yusuf DİNÇ

December-2020, 50+xi Pages

Participation banking attracts attention as a type of banking whose importance is increasing in today's banking system. Participation banking is an important alternative to bring the idle funds of interest-sensitive individuals to the country's economy and to attract the petro-dollars accumulated in the Gulf countries to the country. For these reasons, participation banking has become an alternative not only for Muslim countries but also for the whole world economy. Despite this, participation banks are not fully known by many segments of the society. The most important reason for this is the inadequate promotion of participation banking. made in Turkey due to lack of adequate promotion of the participation banking system is still widespread lack of participation banks and six of the division of the profit pie to serve in the existing system and is also caused increased competition. This study aims to determine the factors affecting customers' preferences in the participation bank selection and to find the most eligible bank in line with these factors. The nine criteria that affect the choice of bank are as follows; Under appropriate conditions, financing, advertising and promotion, profitability, branch network, net profit, social responsibility activities, product and service network, compliance with interest-free principles, and personnel attitude and behavior. In this study, it is aimed t oto determine the most selectable participation bank in line with these nine criteria.

Key Words: Participation Banking, Bank Selection, Bank Selection Criteria

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
GRAFİKLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
BİRİNCİ BÖLÜM	
GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	2
1.2. Amaç.....	2
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
İKİNCİ BÖLÜM	
KATILIM BANKACILIĞI.....	4
2.1. Dünyada Katılım Bankacılığı.....	5
2.1.1. Bahreyn.....	7
2.1.2. İran.....	7
2.1.3. Malezya.....	8
2.1.4. Suudi Arabistan.....	8
2.1.5. Mısır.....	9
2.2. Türkiye’de Katılım Bankacılığı.....	9
2.3. Katılım Bankalarının Ülke Ekonomisine Katkıları.....	11
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	
LİTERATÜR TARAMASI.....	13

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM.....	18
4.1. Vikor Yöntemi.....	18
4.1.1. Vikor Yönteminin Temel Özellikleri.....	18
4.1.2. Vikor Yönteminin Kullanılabilmesi İçin Gerekli Koşullar.....	19
4.2. Vikor Yönteminin Aşamaları.....	19

BEŞİNCİ BÖLÜM

UYGULAMA.....	22
ÇALIŞMADA KULLANILAN VERİLER.....	22
5.1. Uygun Şartlarda Finansman.....	22
5.2. Reklam ve Tanıtım.....	25
5.3. Karlılık.....	26
5.4. Şube Ağı.....	27
5.5. Banka Net Karı.....	28
5.6. Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	28
5.6.1. Banka 3.....	30
5.6.1.1. Çocuklara Gönül Ver.....	30
5.6.1.2. Banka 3 ve Koruncuk Vakfı İşbirliği.....	30
5.6.2. Banka 2.....	30
5.6.2.1. 1010 Kaşif Projesi.....	30
5.6.2.2. Umuda Destek Projesi.....	31
5.6.3. Banka 1.....	31
5.6.3.1. Eğitim Destekleri.....	32
5.6.3.2. Sağlık Destekleri.....	32
5.6.3.3. Yeşil Destekler.....	32
5.6.3.4. Erişilebilirlik.....	32

5.7. Ürün ve Hizmet Ağı.....	33
5.7.1. Banka 1.....	34
5.7.2. Banka 2.....	35
5.7.3. Banka 3.....	35
5.7.4. Banka 4.....	36
5.7.5. Banka 5.....	36
5.7.6. Banka 6.....	37
5.8. Faizsizlik Prensiplerine Uyum.....	37
5.9. Personel Tutum ve Davranışı.....	38
UYGULAMA.....	40
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	42
KAYNAKÇA.....	44
ÖZGEÇMİŞ.....	50

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1: İslam Kalkınma Bankasına Üye Ülkeler.....	6
Tablo 2.2: Katılım Bankalarının Aktif Gelişimi (Milyon TL).....	10
Tablo 5.1: Konut Finansman Ulaşılabilirliği ve Avantajları.....	23
Tablo 5.2: 0 km Taşıt Finansmanı Ulaşılabilirliği ve Avantajları.....	24
Tablo 5.3: Katılım Bankalarının Reklam ve Tanıtım Giderleri.....	25
Tablo 5.4: Bankaların Kar Paylaşım Oranları.....	26
Tablo 5.5: Banka Kar Oranlarının Sayısallaştırması.....	27
Tablo 5.6: Katılım Bankalarının Şube Sayıları.....	27
Tablo 5.7: Katılım Bankalarının Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri.....	29
Tablo 5.8: Katılım Bankalarının Yardım ve Bağış Miktarları (2019).....	33
Tablo 5.9: Katılım Bankalarının Fetva Kurullarının 2019 Yılı Toplantı Sayıları.....	38
Tablo 5.10: Çalışan Hakları Karşılıklarının İçeriği.....	39
Tablo 5.11: Değerlendirmede Kullanılan Kriterler ve Ağırlıkları.....	40
Tablo 5.12: Her Kriter için En İyi (f_i^*) ve En Kötü Değerler (f_i^-).....	40
Tablo 5.13: Bankalara İlişkin Veriler.....	40
Tablo 5.14: Banka Verileri ile İlgili Hesaplamalar.....	41
Tablo 5.15: Bankaların VIKOR Yöntemi ile Sıralama Sonuçları.....	41

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 2.1: IDB Üyesi Ülkelerin Üyelik Payları.....	7
Grafik 5.1: Katılım Bankalarının Net Kar Tutarları (Milyon TL).....	28
Grafik 5.2: Banka Ürün ve Hizmet Sayıları.....	34
Grafik 5.3: Bankaların Ayırdığı Çalışan Hakları Karşılıkları.....	39



KISALTMALAR LİSTESİ

A: Alternatif

EBSO: Ege Bölgesi Sanayi Odası

IDB: İslami Kalkınma Bankası

K: Kriter

KAÇUV: Kanserli Çocuklara Umut Vakfı

KB: Katılım Bankası

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

ÖFK: Özel Finans Kurumu

SPSS: Statistical Package for the Social Sciences

TKBB: Türkiye Katılım Bankaları Birliği

TL: Türk Lirası

TMSF: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

VIKOR: Vise Kriterijumska Optimizacija Kompromisno Resenj

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

İslam dini hangi şart altında olursa olsun faiz alıp vermeyi yasaklamıştır. Dini inançları sebebiyle faiz gelirine karşı hassasiyete sahip olan insanların ellerindeki fonları değerlendirebilmeleri için faizsizlik prensibine sahip bir bankacılık yöntemine ihtiyaç duyulmuştur. Bu hassasiyetin sonucunda ortaya çıkan katılım bankalarının temelleri Mısırın Ghamr kasabasında kurulan Ghamr Saving Bank ile atılmıştır.

1983 yılı sonrasında Özel Finans Kurumları adıyla hayatımıza giren katılım bankaları, finansal sektör içinde emin adımlarla ilerleyerek bankacılık sektöründe önemini kanıtlamıştır. Dünyada yaklaşık 50 yıllık, ülkemizde ise 35 yıllık tarihe sahip olan katılım bankaları ekonomik ve sosyal yapıda çok önemli fonksiyonlar üslenmiş, ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamışlardır. Ülkemizde, Körfez ülkelerinde biriken fonların ve yastık altındaki atıl fonların ekonomimize kazandırılması amacı ile kurulan katılım bankalarının sosyal ve toplumsal hayatta ne kadar önemli bir misyon üstlendikleri gün geçtikçe daha da iyi anlaşılmaktadır.

Gün geçtikçe gelişmeye devam eden katılım bankalarının Türkiye bankacılık sektöründeki aktif payı %7,10 civarındadır. Son yıllarda kamunun da üç banka (Ziraat Katılım Bankası, Vakıf Katılım Bankası ve Emlak Katılım Bankası) ile katılım bankacılığı sektörüne girişi ile birlikte sektördeki toplam katılım bankası sayısı altıya çıkmıştır, fakat sektördeki büyüme henüz beklenen seviyeye ulaşamamıştır. Katılım Bankacılığının bankacılık sektöründeki payının %7,10'da olması ve katılım bankası sayısının altıya çıkması, %7,10'lük kar pastasının bölünmesine ve sektördeki rekabetin de artmasına sebep olmuştur. Hazırlanan bu çalışma katılım bankası müşterilerinin banka seçimi yaparken, tercihlerini etkileyebilecek faktörlerin belirlenmesini ve bu faktörlerin sonucunda en seçilebilir bankanın hangi katılım bankası olduğunun belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu yönüyle hazırlanan bu çalışma katılım bankalarına bu rekabet ortamında yol göstermeyi ve literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Hazırlanan bu çalışmada öncelikle katılım bankacılığı ile ilgili genel bilgiler verilerek Türkiye'de ve Dünyada katılım bankacılığı tanıtımı yapılmış ve katılım bankalarının ülke ekonomisine faydaları belirtilmiştir. Bir sonraki bölümde katılım bankalarının tercih sebepleri ile ilgili literatürde hazırlanan çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonrasındaki bölümlerde ise uygulamada kullanılan yöntem anlatılmış ve uygulamada

kullanılan değişkenler verilerek uygulama yapılmıştır. Son olarak elde edilen bulgularla ilgili yorumlamalar yapılmıştır.

Katılım Bankalarının son yıllarda yapılan yatırımlara rağmen henüz beklenen ve istenilen seviyeye gelmediği ve sahip olunan potansiyelden çok uzakta kalındığı da bir gerçektir. İstenilen seviyeye gelinememesinin sebeplerinin başında katılım bankacılığının reklam ve tanıtımının yeterince yapılamaması gelmektedir. Reklam ve tanıtıma önem verilerek katılım bankacılığı uygulamalarının müşterilere açıklanması gerekmektedir.

1.1. Problem

Katılım Bankacılığı, sektöre kamunun da iştiraki ile birlikte büyüme eğilimine girmiştir. Fakat mevcut durumda beklenen büyüme henüz gerçekleşmemiştir. En son Ziraat Bankası, Vakıf Bankası ve Emlak Bankası gibi üç kamu kurumunun da sektöre girişi ile birlikte sektördeki katılım bankası sayısı altıya yükselmiştir. Kamunun girişimi ile büyüme hedefini yükselten katılım bankaları henüz beklenen seviyeye ulaşamamışlardır. Bununla birlikte kurum sayısındaki artış, katılım bankacılığı sektöründeki pazar payında bölünmeye sebep olmuş ve bu durum rekabeti tetiklemiştir. Bu çalışmanın amacı müşterilerin katılım bankaları arasında tercih yaparken tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörler doğrultusunda en seçilebilir katılım bankasının belirlenmesidir. Bu yönüyle katılım bankalarına faydalı bir kaynak olmayı amaçlamaktadır. Literatürde bulunan çalışmaların genelinde müşterilerin katılım bankası ve konvansiyonel banka arasında seçim yaparken seçimlerini etkileyen faktörler incelenmiştir. Bu çalışma literatürdeki çalışmalardan farklı olarak müşterilerin katılım bankaları arasında tercih yaparken tercihlerini etkileyen kriterlerin belirlenmesini amaçlamaktadır ve bu yönüyle özgün bir çalışma olarak literatüre de katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

1.2. Amaç

Çalışmanın temel amacı katılım bankası tercihinde müşterilerin tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörler doğrultusunda en seçilebilir katılım bankasının belirlenmesidir. Bu çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

- 1 Katılım bankası tercihini etkileyen faktörler nelerdir?
- 2 Bu faktörler doğrultusunda en seçilebilir katılım bankası hangisidir?

Hazırlanan çalışmada banka isimleri direkt verilmek yerine kodlama yöntemi ile verilmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu çalışmayı özgün yapan en önemli özellik daha önce katılım bankaları arasında tercihi etkileyen faktörleri inceleyen yeterli çalışma olmamasıdır. Daha önce yapılan ve literatür kısmında da yer verilen çalışmaların çoğunda katılım bankaları ile konvansiyonel bankaları karşılaştırarak katılım bankalarının tercih nedenleri üzerinde durulurken hazırlanan bu çalışma, literatürdeki çalışmalardan farklı olarak banka seçiminde müşterilerin tercihlerini etkileyebilecek faktörler doğrultusunda en seçilebilir bankayı bulmayı ve bu yönüyle literatüre ve bankalara katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞI

Katılım Bankacılığı, faizsizlik prensipleri doğrultusunda çalışan, bu prensiplere uygun her türlü bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren bir bankacılık türüdür. Müşterilerinden topladığı fonları faizsiz bankacılık ilkeleri doğrultusunda değerlendirerek kar elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Bu bankacılık sisteminde müşterilerden toplanan fonlar değerlendirilirken, ortaklık yoluyla direkt finansman (müshâreke ve müdârebe), kiralama (icâre) veya satış sözleşmeleri (murâbaha, selem) yoluyla dolaylı finansman sağlama yöntemleri kullanarak işlem gerçekleştirilir (Bayram ve Özdemir, 2013: 4). Elde ettikleri kardan da fon sahiplerine, yani müşterilere kar dağıtımı yapılır.

Katılım Bankacılığı sisteminin temel özellikleri şu şekildedir (Albaraka, 2016: 8);

- Ahlakın esas alındığı bir iktisadi sistemdir.
- Faizsizlik ilkesi en temel ilkedir. Faiz kesinlikle yasaktır.
- Varlığa dayalı ekonomi temeli vardır. İşlem alanı reel ekonomidir.
- Fon toplama ve toplanan fonların değerlendirilmesinde banka ve müşteri arasında ortaklık ilişkisi vardır.
- İşlemlerde ortaklık ilişkisi söz konusu olduğu için risk, banka ve müşteri arasında ortaklaşa üstlenilir.
- Para mübadele işlemlerinde kullanılır. Ticari bir ürün değildir ve alım satımı yapılamaz.
- Alışveriş sözleşmeleri, yapılan işlemlerin dayanağıdır.
- Haksız kazanç ve karaborsacılık yasaktır.
- Garar yasaktır.
- Yapılan işlemlerde ve işlemlerde kullanılan ürünlerde meşruluk en temel esastır.
- Her şart ve durumda adaletin sağlanması zorunludur.

1960'lı yıllarda dünyada alt yapısı oluşturulan katılım bankaları faiz hassasiyetine sahip müşteriler için önemli bir alternatif oluşturmayı amaçlamışlardır. Bu bankacılık türünün faaliyete geçmesiyle birlikte faiz hassasiyetine sahip müşteriler ellerindeki fonları bankacılık sisteminde değerlendirerek faizsiz kazanç getirisi elde etme imkanına sahip olmuşlardır. Bununla birlikte katılım bankacılığını sadece

muhafazakar kesim için bir alternatif olarak kısıtlamamak gerekmektedir. Çünkü katılım bankacılığı global bankacılık sistemi için de önemli bir alternatif oluşturmuştur. Küresel finans sisteminde küçük ama büyüme eğiliminde bir yapıya sahip İslami finans sistemi sadece İslam ülkeleri için değil küresel ekonomiler için de bir alternatif oluşturmaktadır ve giderek yaygınlaşmaktadır (Altaş, 2008: 18).

Katılım bankacılığı faaliyetleri sayesinde hem fon ihtiyacına sahip kişilerin fon ihtiyacını gidermelerine hem de faiz hassasiyetine sahip müşterilerin ellerindeki fonların ekonomiye kazandırılmasını sağlayarak ülke ekonomisine katkıda bulunulmuştur. Bu yönüyle katılım bankacılığı sistemi direkt olarak fon kullandıranları ve fon kullananları, dolaylı olarak da ülke ekonomisini olumlu yönde etkilemiştir.

Dünya’da yaklaşık 50 yıllık, Türkiye’de 35 yıllık bir geçmişe sahip olan katılım bankacılığı sistemi gün geçtikçe gelişmekte ve güvenilirliğini kanıtlamaktadır.

2.1. Dünyada Katılım Bankacılığı

Katılım bankacılığı sistemi Mısır devlet başkanı olan Cemal Abdül’ün politikalarına tepki olarak bir deneme sonucu ortaya çıkmıştır (Sümer, Onan; 2015; s298). Mısır devlet başkanı Cemal Abdül, döneminde yer alan tüm özel bankalara kamulaştırma politikası uygulamıştır. Katılım Bankaları da Cemal Abdül’ün bu uygulamasına bir tepki olarak bir deneme sonucu ortaya çıkmıştır. 1963 yılında Mısırın Mit Ghamr kasabasında Ahmed en-Naccar tarafından kurulan Ghamr Saving Bank ilk İslami banka örneği olarak tarihe geçmiştir. Köylülerin tarımsal ve ticari ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulan ve risk sermayesi ile para piyasası karışımı özgün bir yapıda çalışan bu kurum ‘Banka’ adını almıştır (Albaraka, 2018: 31).

Dünyada katılım bankacılığının modern ve uluslararası anlamdaki ilk protatipi ise İslam Kalkınma Bankası (IDB)’dir. İslam Kalkınma Bankası (IDB) 1973 yılında Cidde şehrinde Müslüman ülkelerin maliye bakanlarının ortak imzaladıkları bildirge sonucunda kurulmuştur. İslami Kalkınma Bankasının temel görevi ve işlevleri şu şekildedir (Yardımcıoğlu, Koçarlan ve Anaç Göv: 2015: 74);

- Üye ülkelerdeki kurumlara ve verimli organizasyonlara maddi destek sağlamak.
- Üye ülkeler arasında ticari işlemlerin gelişmesine yardımcı olmak için gerekli çalışmaları yapmak.

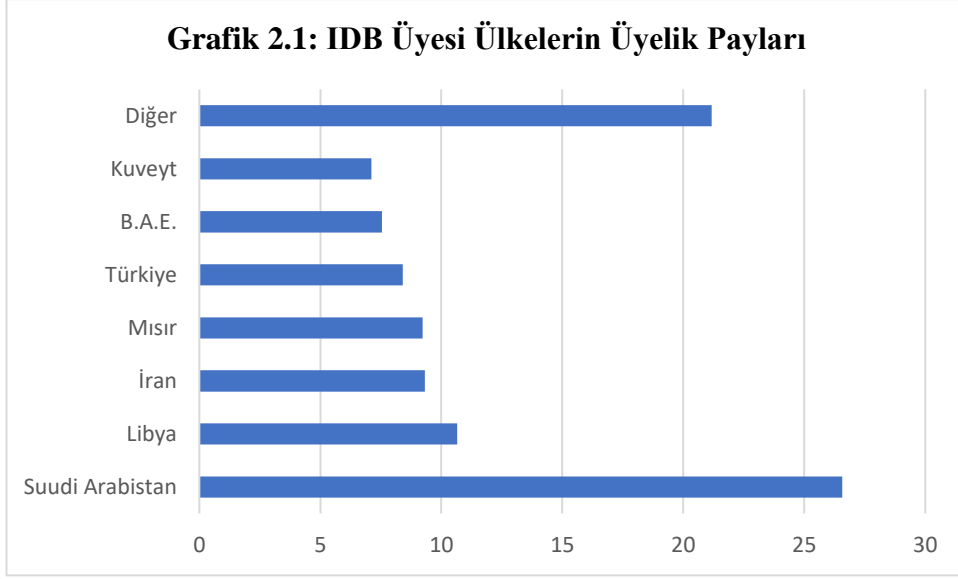
- Üye ülkelerin teknik iş birliklerinin gelişimine katkı sağlamak.
- Müslüman ülkelerin bankacılık işlemlerinin faizsiz bankacılık prensiplerine uygun olarak gerçekleştirilmesi için çalışmalar yapmak.
- Üye ülkelerin kalkınma faaliyetlerine katkıda bulunacak personellerin eğitimlerine destek sağlamak.

İslami Kalkınma Bankası şu anda 56 üye ülkeye ve 6 milyar İslam Dinarı sermayeye sahiptir ve aynı zamanda her bir birim değeri 10 bin ID olan toplam 600 bin paya sahiptir. Türkiye'nin IDB'deki hissesi toplam %8,41'dir. En büyük ortak ise %26,5 oranındaki hisse ile IDB'nin merkezliğini yapan Suudi Arabistan'dır (Kalaycı, 2013: 54).

Tablo 2.1: İslam Kalkınma Bankasına Üye Ülkeler

Sudi Arabistan	Fas	Tunus	Gine-Bissau	Pakistan	Gine
Kuveyt	Ürdün	Bahreyn	Kazakistan	Cezayir	Burunei
Libya	Sudan	Suriye	Kırgızistan	Endonezya	Kamerun
İran	Gabon	Afganistan	Maldivler	Malezya	Uganda
Mısır	Umman	Benin	Mozambik	Bangladeş	Burkina Faso
Türkiye	Irak	Moritanya	Sierra Leone	Kata	Nijer
B.A.E	Senegal	Lübnan	Somali	Yemen	Filistin
Mali	Surinam	Azerbaycan	Togo	Çad	Komoros
Gambiya	Fildişi Sahili	Arnavutluk	Nijerya	Tacikistan	Türkmenistan
Cibuti	Özbekistan				

Kaynak: ISDB, ISDB Üyesi Ülkeler, 2021



Grafik 2.1'de, **Tablo 2.1**'de yer alan verilerin grafiksel gösterimi yer almaktadır.

Dünyada katılım bankacılığı uygulamaları yapılan bazı ülkeler ve bu ülkelerdeki katılım bankacılığı uygulamaları aşağıdaki gibidir.

2.1.1. Bahreyn

Katılım bankacılığı denilince akla gelen ülkelerden birisi Bahreyn'dir. 1,3 milyon nüfusa sahip olan Ortadoğu'da bir ada ülkesi konumundaki Bahreyn katılım bankacılığı alanında öncü ülkelerden birisi konumundadır.

Katılım bankacılığının Bahreyn'deki büyümesi ilk yıllarda yavaş olmuştur. 1994 yılına gelindiğinde Bahreyn'de İslami bankalar ve bir offshore bankacılık birimi bulunmaktaydı. Fakat 1994 sonrasında artan petrol fiyatları ve petrole olan talebin de tetikleyici etkisi ile katılım bankacılığı alanında hızlı gelişme yaşanmıştır. 2007 yılına gelindiğinde Bahreyn'de 27 katılım bankası hizmet vermekteydi. Bu da Bahreyn'in Ortadoğu'daki en büyük katılım bankası yoğunluğuna sahip ülke olduğu anlamına gelmekteydi. Bahreyn'de dünyada tanınan birçok katılım bankası hizmet vermektedir. Bu bankaların arasında Citi Islamic Investment Bank, ABC Islamic Bank, Albaraka Islamic Bank ve UBS gibi dünya devleri yer almaktadır (Yıldırım, 2018: 26).

2.1.2. İran

Faizsiz finans sisteminde öncü ülkelerden bir diğeri de İran'dır. 81.8 milyon nüfusa sahip İran'da nüfusun %90'ını Müslüman olan ve faizsiz finans sisteminin en büyük merkezlerinden birisi olan İran'da bankacılık işlemlerinin tamamı faizsiz finans

sistemi kuralları doğrultusunda gerçekleştirilmektedir. 1983 yılında kabul edilen serbest bankacılık kanunu ile birlikte İran'da faizsiz bankacılık faaliyetleri başlamıştır. Ayrıca bu yıl içerisinde hükümet rejiminin kararıyla tüm bankalar faaliyetlerine faizsiz bankacılık prensipleri doğrultusunda devam etmeye başlamışlardır. Bu karar bağlı olarak İran, katılım bankacılığının dünyadaki merkezlerinden birisi haline gelmiştir. İran'daki katılım bankalarına örnek olarak Bank Mellat, Bank Sederat İran ve Bank Melli İran gibi bankalar verilebilir (Ödeş, 2020: 10).

2.1.3. Malezya

Katılım bankacılığı denilince akla gelen ülkelerden bir diğeri de Malezya'dır. 31.4 milyonluk nüfusunun %62'sini Müslümanların oluşturduğu Malezya'da katılım bankacılığının geçmişi 1960'lı yıllara dayanmaktadır. 1963 senesinde kurulan Tabung Haji (Hacı Tasarrufları Şirketi) Malezya'nın ilk faizsiz finans kurumu olarak bilinmektedir. Malezya'da kurulan Tabung Haji şirketi temelde Malezyalı Müslümanların birikimlerini saklamak ve hac vazifelerini finanse etmeyi amaçlamaktaydı (Güçlü ve Kılıç, 2019: 287).

Malezya'da katılım bankacılığı 2013 yılında yürürlüğe giren İslami Finansal Hizmetler Yasası ile hızla gelişmeye başlamıştır. İstatistiklere göre 2013 yılı sonrasında katılım bankacılığının Malezya bankacılık sistemindeki pazar payı %53'e ulaşırken 125 milyar dolarlık aktif paya sahiptir. Ayrıca 2016 yılında 82,36 milyar dolar sukuk ihracı gerçekleştiren Malezya katılım bankacılığı, bu alanda dünya sukuk ihracının %69'luk dilimini karşılamıştır (Aslan ve Sönmez, 2018: 338).

2.1.4. Suudi Arabistan

Faizsiz bankacılığın uygulandığı birçok ülkede katılım bankacılığı ile klasik bankacılık bir arada yürütülmektedir. Buna karşılık faiz konusunda son derece katı kurallara sahip olan Suudi Arabistan'da faize izin verilmemektedir. Bununla birlikte bankalar yaptıkları bankacılık işlemlerinden komisyon alabilmektedirler.

Modern faizsiz bankacılığın temelleri Mısırda atılmış olmasına rağmen 32,4 milyon nüfusunun %98'ini Müslümanların oluşturduğu Suudi Arabistan'da Suudi hükümet yetkililerinin ve iş adamlarının katkıları olmadan dünyada katılım bankacılığı bu kadar yaygınlaşamayabilirdi. Suudi Arabistan hükümetinin katkıları ile Cidde'de kurulan İslam Kalkınma Bankasının katkıları ile modern anlamda katılım bankacılığı farklı bir boyuta ulaşmıştır (Türkmenoğlu, 2007: 25). 1975 yılında üye ülkelerin maliye

bakanlarının imzaladığı ortak bildirge sonucu Cidde’de kurulan İslam Kalkınma Bankası katılım bankacılığının kurumsallaşmasına ve İslam ülkelerinde biriken petro dolarların İslam ülkeleri kalkındırmasına katkıda bulunmuştur.

2.1.5. Mısır

Mısır, katılım bankacılığı alanında öncü ülkelerden birisi olarak bilinmese de katılım bankacılığının temelini atıldığı ülke olarak bilinmektedir. Katılım bankacılığının temelleri 1963 yılında Mısırda Ghamr Saving Bankın kurulması ile atılmıştır. Bir deneme sonucunda kurulan bu bankanın göstermiş olduğu başarı sonrasında katılım bankacılığı özellikle körfez ülkelerinde giderek yaygınlaşmıştır. Bazı politik nedenlerden dolayı kurulan bu bankanın faaliyetlerine son verilmesi sonrasında 1979 yılında Faisal İslami Finans kurumu kurulmuştur (Yıldırım, 2018: 3).

2.2. Türkiye’de Katılım Bankacılığı

Türkiye bankacılık sisteminde faiz hassasiyetine sahip fon sahiplerinin ellerindeki atıl fonların ekonomiye kazandırılması için faizsizlik prensibiyle çalışan bir bankacılık sistemine ihtiyaç duyulmuştur. Türk bankacılık sistemindeki bu önemli boşluğu doldurmak amacıyla 1983 yılında yasal altyapısı oluşturulan katılım bankacılığı, faiz hassasiyetine sahip fon sahipleri için önemli bir alternatif oluşturmuştur.

Dünya’da yaklaşık olarak 50 yıllık Türkiye’de ise 35 yıllık bir geçmişe sahip olan katılım bankacılığı son yıllarda yapmış olduğu yatırımlar ile hem Dünyada hem de Türkiye’de önemini ve potansiyelini kanıtlamıştır. Katılım Bankaları gerek Türkiye ekonomisine olan katkıları gerekse faiz hassasiyetine sahip olan insanlar için oluşturduğu alternatif ile ülke ekonomisi için ne kadar gerekli bir alternatif olduğunu ve tamamlayıcı bir özelliğe sahip olduğunu da kanıtlamıştır.

Türkiye’de Katılım Bankacılığının temelleri 1983 yılında 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile ÖFK (Özel Finans Kurumu) adı altında katılım bankalarının kurulmasına izin verilmesiyle atılmıştır. Bu önemli karar sonrasında ilk olarak 1984 yılında Albaraka Türk Özel Finans kurumu faaliyet izni almış ve 1985 yılında faaliyete başlamıştır. Daha sonrasında sırasıyla 1989’da Kuveyt Türk Özel Finans Kurumu, 1991’de Anadolu Özel Finans Kurumu, 1995’de İhlas Özel Finans Kurumu ve 1996’da Asya Finans Kurumu kurulmuştur. Bu gelişmelerin ardından 1999 yılında Özel Finans Kurumları 4389 sayılı Bankalar Kanunu kapsamına dahil edilmiştir. 2005 yılına gelindiğinde ise Katılım Bankalarının bu günkü adlarını aldıkları tarihi bir karar

alınmıştır. 5411 sayılı bankacılık kanunu ile sektördeki kuruluşların unvanı "Özel Finans Kurumu" yerine "Katılım Bankası" şeklinde değiştirilmiştir. Bu gelişmelerin ardından 2015 yılında ilk kamu sermayeli katılım bankası unvanı ile Ziraat Katılım Bankası kurulmuştur ve daha sonrasında da 2016 yılında Vakıf Bank ve 2019 yılında Emlak Bankası katılım bankası statüsünde sektörde hizmet vermeye başlayarak sektördeki kamu bankası sayısını üçe çıkarmıştır. Tüm bu gelişmelerin ardından sektörde hizmet veren banka sayısı üçü kamu bankası üçü ise özel banka olmak üzere altıya yükselmiştir (TKBB, 2020).

Tablo 2.2: Katılım Bankalarının Aktif Gelişimi (Milyon TL)

Yıllar	Katılım Bankaları	Büyüme (%)	Bankacılık Sektörü	Sektördeki Payı (%)
2005	9.945	-	406.915	2,44%
2006	13.729	38,05%	498.587	2,75%
2007	19.435	41,55%	580.607	3,35%
2008	25.769	32,59%	731.640	3,52%
2009	33.628	30,50%	833.968	4,03%
2010	43.339	28,88%	1.006.672	4,31%
2011	56.076	29,39%	1.217.711	4,61%
2012	70.279	25,33%	1.370.614	5,13%
2013	96.086	36,72%	1.732.413	5,55%
2014	104.319	8,56%	1.994.329	5,23%
2015	120.253	15,27%	2.357.453	5,10%
2016	132.874	10,50%	2.730.942	4,87%
2017	160.136	20,51%	3.257.814	4,91%
2018	206.931	29,22%	3.867.426	5,35%
2019	284.272	37,38%	4.490.818	6,33%
2020	426.285	49,95%	6.003.775	7,10%

Kaynak: TKBB, Türk Finans Sisteminde Katılım Bankacılığı, 2020

Tablo 2.2'de 2005 yılı ile 2020 yılları arasında katılım bankalarının ve bankacılık sektörünün toplam aktiflerindeki değişimler verilmiştir. Ayrıca katılım bankalarının bankacılık sektöründeki toplam aktiflerinin yüzdelik karşılıkları verilmiştir. Katılım bankalarının bankacılık sektöründeki toplam payı 2005 yılında %2,44 iken 2020 yılının verilere göre bu oran %7,10'e yükselmiştir. Bu tarih aralığında bankacılık sektörünün toplam aktif payı 406.915 milyon TL'den 6.003.775 milyon TL'ye yükselirken katılım bankalarının katılım bankalarının bankacılık sektöründeki toplam payı da 9,945 milyon TL'den 426,285 milyon TL'ye yükselmiştir.

2.3. Katılım Bankalarının Ülke Ekonomisine Katkıları

Katılım bankaları kurulduğu yıllardan beri konvansiyonel bankaların sunmuş olduğu bankacılık hizmetlerinin hemen hemen hepsini faizsizlik prensibi doğrultusunda sunmayı hedefleyen bir bankacılık türü ve alternatifi olmuştur. Kuruluş yıllarından bu zamana kadar Türkiye ekonomisine birçok katkı sağlamıştır. Katılım bankalarının ülke ekonomisine, âtıl fonların ülke ekonomisine kazandırılması yolu ile tasarruf sahiplerine faizsiz kazanç getirisi sağlamak, kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin engellenmesi ve kayıt altına alınması, üretim sektörüne kaynak aktararak ekonominin gelişmesine katkıda bulunulması gibi birçok katkısı olmuştur. 1984 yılından beri ülkemizde faaliyet gösteren katılım bankalarının ülke ekonomisine katkıları aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Atıl Fonların Ülke Ekonomisine Kazandırılması: Katılım bankalarının en önemli fonksiyonlarının başında faiz hassasiyetine sahip olan müşterilerin ellerindeki atıl fonların ekonomiye kazandırılmasıdır. Katılım bankaları faiz hassasiyetine sahip ve elinde bulunan fonları faizli sistemde değerlendirmek istemeyen müşteriler için en önemli alternatiflerin başında gelmektedir. Bu yönüyle de ekonomik canlılığa fayda sağlamaktadır (Kaya, 2013: 13).

Kayıt Dışı Ekonominin Engellenmesi: Katılım bankaları topladığı fonları, fon ihtiyacı duyan kişilere faizsiz finans kurallarına uygun olarak kullanırken satın alınan bir ürün ya da hizmet üzerinden işlem yapılmaktadır. Müşteri satın alacağı ürün ya da hizmetin faturası ile birlikte bankaya başvuru yapmak zorundadır ve işlemler bu ürünün alım-satımı üzerinden gerçekleştirilir. Bu yöntem sayesinde ekonomiye aktarılan finansman tutarı kayıt altına alınmış olur ve kayıt dışı ekonomi önlenmiş olur (Ustaoglu, 2014: 67).

Ülkeye Yabancı Kaynak çekmek: Katılım Bankalarının kurulmasının ve desteklenmesinin en temel sebeplerinden birisi de 1974 yılından beri körfez ülkelerinin elinde petrol vasıtasıyla biriken fonların ülkemize yatırım olarak girmesini sağlamaktır. Bu yönüyle Katılım bankaları ülkemize döviz girmesine fayda sağlamaktadırlar (Ersoy ve Süner, 2018: 176).

Fon Sağlayarak Reel Ekonomiye Katkıda Bulunmak: Katılım Bankaları ekonomimizin temel yapı taşlarının başında gelen KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler)'lere sağladıkları finansman desteğinin son dönemlerde artarak devam

etmesi ile birlikte ekonomimizde sürdürülebilir büyümenin devam etmesine katkı sağlamaktadırlar (Apak ve Açıkgöz, 2010: 73).

Toplanan Fonların Büyük Çoğunluğunu Finansman Olarak Kullanılma:

Konvansiyonel Bankalar topladıkları fonların ortalama %70'ini nakdi kredi olarak kullanırken katılım bankaları ise topladığı fonların %90'ını finansman olarak kullanılmaktadırlar (Sümer ve Onan, 2015: 304). Katılım Bankaları üretim merkezli işlemler için finansman kullandıkları için finansman yoluyla kullanılan fonlar direkt olarak üretim ekonomisine katkıda bulunmaktadır.

Cari Faiz Oranlarının Düşürülmesi: Katılım Bankalarının ülke ekonomisine katkılarından bir diğeri de cari faiz oranının aşağı çekici etkisidir. Katılım Bankaları ticaret ve üretime dayalı finansman sistemi ile fon kullandığı için cari faiz oranlarını aşağı çekici bir etkiye sahiptir (Aras ve Öztürk, 2011: 172). Katılım Bankaları kullandıkları finansmanları üretim temelli finansman yöntemi ile kullandığı için cari faiz oranlarını aşağı çekici bir etkiye sahiptir.

Faizsiz Finans Uygulamalarının Gelişimine Katkı Sağlamak: Katılım Bankalarının ekonomiye verdiği önemli katkılardan bir diğeri de faizsiz bankacılık uygulamalarının gelişmesidir (Ayrıçay, Ada ve Kaya: 2013: 123). Faiz hassasiyetine sahip olan müşteriler için alternatif oluşturan katılım bankacılığı sistemindeki uygulamalarda birçok değişim ve gelişim olmuştur. Bu bankaların varlığı faizsiz finans uygulamalarının da gelişimini olumlu yönde etkilemiştir.

Yukarıda belirtilen faydalara ek olarak katılım bankacılığın ülke ekonomisine katkıları arasında makul enflasyon oranının oluşmasını ve deflasyon problemine de çözüm gibi katkılar da bulunmaktadır (Dinç, 2018: 192).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

Müşterilerin katılım bankalarına karşı tutum ve algıları ve banka seçimini etkileyen faktörler birçok ampirik çalışma ile ortaya koyulmuştur. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda belirtilmektedir.

Erol, El-Bdour (1989) tarafından hazırlanan ve müşterilerin katılım bankalarına karşı tutum ve davranışlarını inceleyen çalışmada dini dürtülerin banka seçiminde tek etken olmadığı sonucuna varılmıştır. Dini dürtülerle birlikte kar-zarar paylaşımındaki avantaj ve bankaların ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkısının da önemli bir etken olduğu sonucuna varılmıştır.

Metava ve Almosawi (1998) tarafından Bahreyn'deki İslami bankacılık müşterileri ile hazırlanan çalışmanın sonucunda banka seçimini etkileyen en önemli kriterin İslami prensiplere uyum ve bununla birlikte getiri oranı olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada kullanılan verileri elde etmek için 300 kişilik bir örnekleme bir dizi profil testi ve ki-kare testi uygulanmıştır.

Waidi ve Irwani (2007) tarafından hazırlanan ve Malezya'yı kapsayan çalışmada banka seçimini etkileyen temel faktörlerin İslami ve finansal itibar ile kaliteli hizmet olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer önemli faktörlerin ise sosyal sorumluluk uygulamaları, uygunluk ve ürün fiyatları olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler Malezya'nın dört farklı bölgesinden 750 katılımcıdan anket yöntemi ile elde edilmiştir. Daha sonrasında elde edilen bu veriler Friedman testi kullanılarak analiz edilmiştir.

Gait, Worthington (2008) tarafından hazırlanan ve Pakistanı kapsayan çalışmada müşterilerin katılım bankalarını tercihlerinde bankaların ürün ve hizmet kalitelerinin dini inançlardan daha önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Lee ve Ullah (2011) tarafından hazırlanan ve Pakistan'daki müşterilerin İslami bankalara olan tutumlarını araştıran çalışmada İslami banka müşterilerinin bankalarının şeriat kurallarına uyumuna büyük önem verdikleri sonucuna varılmıştır. Fakat şeriat kurallarına uyumun tek kriter olmadığı; bununla birlikte bankalarından sermayelerinin güvenliğini sağlamalarını, uygun olmalarını ve teknolojik açıdan gelişmiş olmalarını bekledikleri sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada 357 müşteriden

toplanan verilere dayalı olarak tanımlayıcı istatistiklerden ve çapraz tablo analizinden yararlanılmıştır.

Saiti (2015) hazırladığı çalışmada Malezyalıların banka seçim kriterlerini ve katılım bankalarına karşı tutumlarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışmada Klang vadisinde yer alan 150 müslüman ve gayri-müslimden oluşan örnekleme uygulanan anket kullanılmıştır. Müslümanlar ve gayri müslimler arasında banka tercihinin etkileyen dört temel faktörün olduğu sonucuna varılmıştır. Bunlar; Reklamcılık, uygun şartlarda kredi, finansal danışmanlık ve işyerine yakınlık.

Özsoy, Görmez, Mekik (2013) tarafından hazırlanan çalışmada Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme sebeplerinin açıklanması amaçlanmıştır. Bu çalışmada kullanılan veriler Bolu ili kapsamında yapılan anket çalışması sonucunda elde edilmiştir. Elde edilen veriler açıklayıcı faktör analizi yöntemi ile yorumlanmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular sonucunda katılımcıların katılım bankası tercih etmelerinin en önemli sebebi olarak ‘hizmet/ürün kalitesi’ olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebebin ardından ise sırasıyla ‘İmaj ve güven’, ‘Personel kalitesi’ ve ‘Dini/çevresel motivasyon’ sebepleri geldiği sonucuna varılmıştır.

Tatlı, Varol, Alakuştekin (2017) tarafından hazırlanan çalışmada katılım bankalarının tercih edilme sebepleri incelenmiştir. Bingöl ilini kapsayan çalışmada anket yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmanın sonucunda katılım bankalarının tercih edilmesini etkileyen faktörler beş başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar sırasıyla; güven, iletişim, memnuniyet, yenilikçilik ve sadakat olarak belirlenmiştir.

Anaç, Kaya (2017) tarafından hazırlanan ve bireysel müşterilerin katılım bankası tercihlerini etkileyen faktörleri araştırdıkları çalışmanın sonucunda müşterilerin katılım bankalarını tercih etmelerini etkileyen en önemli faktörün katılım bankalarının faizsiz finans kurumu olarak sahip oldukları imaj ve popülariteleri olduğu sonucuna varılmıştır. Bu faktörün ardından ise ‘müşterilerin dini hassasiyetlerinin yönlendirmesi’ ve ‘banka çalışanlarının müşterilere karşı tutumları’ olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada kullanılan bulgular anket yöntemi ile elde edilmiştir ve verilerin değerlendirmesinde faktör analizinden ve t-test yönteminden yararlanılmıştır.

Türkan ve Arpacık (2017) tarafından hazırlanan çalışmada Bingöl ilindeki din görevlilerinin katılım bankalarına bakış açıları incelenmiştir. Çalışmada kullanılan veriler Likert yöntemi kullanılarak hazırlanan anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir

ve faktör analizinden yararlanılarak değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda din görevlilerinin katılım bankacılığı hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı sonucuna varılmıştır. Bunu sebebinin ise yeterli reklam ve tanıtım yapılmaması olduğu vurgulanmıştır. Aynı zamanda din görevlilerinin katılım bankalarının uygulamalarına karşı dini kaygılarının olduğu ve bu kaygıların giderilmesi için din görevlilerinin de görüşlerine başvurularak en uygun İslami bankacılık yönteminin oluşturulması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Durak, Bayat, Arslan (2017) tarafından hazırlanan ve katılım bankaları üzerinde yapılan çalışmanın sonucunda katılım bankalarının tercih edilmesinin en önemli sebepleri sırasıyla şu şekilde belirtilmiştir; şube personeliyle yakın ilişkiler, insana saygı ve hürmet, samimi ve yardımsever personel, uygunluk ve rahat erişilebilirlik ve huzurlu çalışma ortamı. Bu çalışma Bolu, Zonguldak ve Düzce illerini kapsamaktadır. Araştırmada bu illerde yapılan anket çalışmasından yararlanılmıştır ve bulgular faktör analizi ile değerlendirilmiştir.

Anaç, Kaya (2017) katılım bankalarının tercih edilmesinin sebepleri üzerine bir araştırma hazırlamıştır. Çalışma İstanbul ilini kapsamaktadır. Araştırma yöntemi olarak anket çalışmasından yararlanılmıştır. Müşterilerin katılım bankalarını tercih etmesinin en önemli sebebinin nazik ve yardımsever personel olduğu sonucuna varılmıştır.

Gökçen, Gönen (2017) tarafından hazırlanan çalışmada katılım bankalarının finans sektöründeki yeri ve müşterilerin bu bankalara karşı tutumları incelenmiştir. Çalışmada örneklem olarak Ege bölgesinde faaliyet gösteren EBSO ilk 100 büyük sanayi firması tercih edilmiştir. Araştırmada anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda katılımcıların gözünde katılım bankalarının faaliyetleri ile geleneksel bankaların faaliyetleri arasında bir fark olmadığı ve katılım bankalarının geleneksel bankaların bir dönüşümü olarak görüldüğü sonucuna varılmıştır. Müşterilerin banka tercihlerindeki belirleyici etkenin sosyal ve dini sebepler olmadığı ve temel etkenin karlılık oranı olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda katılımcıların katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerinin tanıtımının yeterince yapılmadığı algısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Duramaz ve Erol (2018) Ege bölgesinde cronbach's alpha, t-test, varyans ve korelasyon analizinden yararlanarak müşterilerin katılım bankaları tercihlerine yönelik

bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonucunda yaş gruplarına göre katılım bankası tercihlerini etkileyen faktörlerde farklılıklar olduğu sonucuna varılmıştır. Örneğin 20-29 yaş gurubunun banka tercihinde personel tutum ve davranışının 40-49 yaş gurubuna göre daha önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Demirdöğen, Özkul(2018) tarafından hazırlanan çalışmada müşterilerin katılım bankası tercih etmelerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Isparta ilini kapsamaktadır ve anket yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmanın sonucunda müşterilerin İslami finans hakkında bilgi sahibi olmaları, konvansiyonel bankalar ile katılım bankaları arasındaki farkı bilmeleri ve dini ilke ve değerlere önem vermeleri ile katılım bankalarını tercih etmeleri arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Sakınç, Poyraz (2018) hazırladıkları çalışmada Çorum ilindeki yatırımcıların tasarruflarını katılım bankalarında değerlendirmelerinin sebeplerini incelemişlerdir. Çalışmada veriler anket yöntemiyle toplanmıştır ve SPSS programıyla analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda katılım bankalarının İslami kriterlere uygun olması, kredi ödemelerinin geleneksel bankalara göre daha uygun olması, daha güvenilir olması ve masraf oranlarının daha düşük olması gibi sebeplerden ötürü katılım bankalarının tercih edildiği sonucuna varılmıştır.

Törenek, Yavuz (2018) hazırladıkları çalışmada müşterilerin katılım bankası tercihlerinin bazı demografik özelliklere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada kullanılan örneklem 23 ildeki katılım bankaları müşterilerinden oluşmaktadır. Veriler anket yöntemiyle elde edilmiş olup değerlendirme SPSS yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda eğitim düzeyi ve katılım bankaları ile çalışma yılı ile katılım bankalarının tercihi arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna varılmıştır.

Tekin (2019) tarafından hazırlanan ve üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığına karşı bakış açısını ve farkındalık düzeyini ölçmeyi amaçlayan ve anket yönteminden yararlanılan çalışmanın sonucunda Çankırı Karatekin Üniversitesi öğrencileri arasında farkındalık ve bilgi düzeyinin oldukça düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda katılım bankacılığına yönelik olumlu bakış açısı ile tercih edilmesi arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Literatürde yapılan çalışmaların çoğu katılım bankalarının konvansiyonel bankalara karşı tercih edilme sebeplerini incelemektedir. Hazırlanan bu çalışma katılım bankaları

arasında müşterilerin banka tercihini etkileyen faktörlerin ortaya koyulması ve bu faktörler sonucunda en seçilebilir katılım bankasının hangisi olduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu yönüyle de literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Hazırlanan bu çalışmada çok fazla kriter ve çok fazla alternatiften oluşan bir karar verme işlemi yapılmıştır. Öncelikle banka tercihinde müşteri tercihlerini etkileyen kriterler belirlenecek ve daha sonrasında da bu kriterler doğrultusunda altı katılım bankası arasında en seçilebilir banka belirlenecektir. Bu çalışmada uygulanacak yöntem olarak Vikor yöntemi seçilmiştir. Bunun sebebi Vikor yönteminin çok kriterin olduğu çok alternatifli sorularda en uygun alternatifi seçmeyi amaçlayan bir yöntem olmasıdır. Bu sebeple Vikor yöntemi bu çalışmada kullanılacak en uygun yöntemlerden birisidir.

4.1. Vikor Yöntemi

VIKOR (Vise Kriterijumska Optimizacija Kompromisno Resenj) yöntemi, ilk olarak 2004 yılında Opricovic ve Tzeng tarafından çok kriterli karar verme problemlerinde karar verme yöntemi olarak kullanılmaya başlanmıştır (Dinçer ve Görener, 2011: 248). Bu yöntem birbiri ile çelişen kriterler arasında alternatiflerin sıralanmasına ve en uygununun seçilmesine odaklanmıştır. Bu sebeple hazırlanan bu çalışmada kullanılacak en uygun yöntemlerden birisidir.

4.1.1. Vikor Yönteminin Temel Özellikleri

Vikor yönteminin temel özellikleri şu şekildedir (Sönmez, 2016: 19);

- Birbiri ile çelişen birçok kriter içeren çalışmalarda karar verici kişiye karar vermesinde yardımcı olur.
- Bu yöntem kriterler altında alternatiflerin belirlenmesini ve en uygun alternatifin seçimini amaçlar.
- Vikor Yöntemi birbiri ile çelişen kriterlerin olması durumunda alternatifler kümesinde yer alan kriterlerden birinin seçilmesini ya da sıralamasının belirlenmesini amaçlar.
- Bu yöntem ideal çözüme en yakın olan kriterin belirlenmesini amaçlayan çok kriterli sıralama indeksini ele alır.
- Her alternatifin her kriter için değerlendirildiği varsayımı ile ideal alternatife yakınlık derecesi karşılaştırılır ve uzlaşık sıralamaya ulaşılır.

4.1.2. Vikor Yönteminin Kullanılabilmesi İçin Gerekli Koşullar

Bir çalışmada alternatifler arasında tercih yapılması gerekiyorsa ve çok sayıda kriter yer alıyorsa bu alternatifler arasında tercih yapılabilmesi için kullanılacak en uygun yöntem VIKOR yöntemidir. Bu yöntemin kullanılabilmesi için çalışmanın aşağıda verilen özellikleri taşıması gerekir (Ertuğrul ve Karakaşoğlu, 2009: 23);

- Fikir ayrılıklarının olduğu durumlarda karar verme yetkisine sahip kişi çözüme uzlaşma konusunda kararlı olmalıdır.
- Karar verme yetkisine sahip kişi en iyi çözüme en yakın çözümü kabul etme konusunda istekli olmalıdır.
- Karar verici için fayda ile her kriter fonksiyonu arasında doğrusal bir ilişki olmalıdır.
- Alternatifler, verilen tüm kriterler için değerlendirilmiş olmalıdır.
- Karar vericinin tercihleri ağırlıklar ile ifade edilir olmalıdır.
- VIKOR yöntemi, karar vericinin etkileşimli katılımı olmadan başlar fakat karar verici nihai çözümü onaylamaktan sorumludur. Karar verici, bu nihai çözüme kendi tercihlerini de dahil edebilir.

4.2. Vikor Yönteminin Aşamaları

Vikor yöntemi toplamda beş adımdan oluşmaktadır. Aşamaları aşağıdaki gibidir;

1.Adım: En İyi (f_i^*) ve En Kötü (f_i^-) Değerlerinin Bulunması. Eğer kriter i fayda kriteri ve j alternatifi ise (Ertuğrul ve Karakaşoğlu, 2008: 22);

$$f_i^* = \max_j f_{ij} \quad f_i^- = \min_j f_{ij}$$

2. Adım: S_j ve R_j Değerleri'nin Hesaplanması.

Her bir kriter için en iyi (f_i^*) ve en kötü (f_i^-) değerleri belirledikten sonra her bir alternatif için S_j ve R_j değerleri belirlenir. Aşağıda gösterilen formüllerde R_j en kötü grup değerini gösterirken S_j değeri ortalama grup değerini göstermektedir. w_i kriter ağırlığını göstermektedir (Çakır, 2016: 208).

$$S_i = \sum_{i=1}^n w_i \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-} \quad (1) \quad R_j = \max \left[w_i \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-} \right] \quad (2)$$

Yukarıda verilen formüllerde yer alan w_i değeri her bir kriter için belirlenen ağırlık değerini belirtmektedir.

3. Adım: Her i alternatifi için Q_j değerleri hesaplanır.

$$Q_j = v \frac{S_j - S^*}{S^- - S^*} + [1 + v] \frac{R_j - R^*}{R^- - R^*} \quad (3)$$

$$S^* = \min_j S_j \quad R^* = \min_j R_j \quad S^- = \max_j S_j \quad R^- = \max_j R_j$$

v maksimum grup faydasını sağlayan stratejinin ağırlığını ifade ederken $(1-v)$ ise karşıt görüştekilerin minimum pişmanlığının ağırlığını ifade etmektedir. v : genellikle 0.5 olarak seçilir (Paksoy, 2015: 160).

4. Adım: Daha önceki adımlarda belirlenen S_i , R_i ve Q_i değerleri küçükten büyüğe sıralanır. Bu sıralama yapıldıktan sonra birbirinden bağımsız üç sıralama listesi elde edilmiş olmaktadır (Soba, vd., 2016: 117).

5. Adım: Dördüncü adımda oluşturulan sıralamada birinci sırada yer alan alternatifin en iyi alternatifi temsil edip etmediğinin belirlenebilmesi için geçerlilik testi yapılmalıdır ve geçerlilik testlerinin sonucuna göre karar verilir. Elde edilen verilerin geçerli olması halinde Q değerine sahip olan alternatif en iyi olarak belirlenir. Elde edilen verilerin geçerli sayılabilmesi için aşağıdaki iki koşulu sağlaması gerekmektedir (Paksoy, 2015: 160).

Koşul-1: Kabul Edilebilir Avantaj Koşulu

$Q(a'') - Q(a') \geq DQ$ eşitliğinin sağlanması durumunda elde edilen sonuç kabul edilebilir avantaj koşulunu sağlamaktadır. Bu eşitlikte

a' : sıralama sonrası ilk sırada yer alan alternatifin Q değeri

a'' : sıralama sonrası ikinci sırada yer alan alternatifin Q değeri

DQ : $1/(j-1)$ 'dir. j alternatiflerin sayısını belirtmektedir.

Koşul-2: Kabul edilebilir istikrar koşulu. (a') alternatifi S ve R değerlerinden en az bir tanesinde en iyi seçenek olmalıdır. Bu durumun uzlaştırıcı çözümün istikrarlı olduğunu kanıtlar. Bu koşula göre en iyi Q değerine (QI) sahip alternatifin S ve R değerlerinin en az bir tanesi de en iyi skora sahip olması gerekmektedir.

Koşul-2 sağlanmazsa a' ve a'' alternatifleri, **Koşul-1** sağlanmıyorsa alternatifleri a' , a'' , ..., a_m alternatifleri dikkate alınarak eşitsizlik şu şekilde ifade edilir (Tayyar ve Arslan, 2013 :348);

$$Q(P_M) - Q(P_1) < D(Q) \quad (4)$$



BEŞİNCİ BÖLÜM

UYGULAMA

ÇALIŞMADA KULLANILAN VERİLER

Müşterilerin katılım bankası tercihini etkileyen faktörler temel olarak dokuz ana başlık altında toplanmıştır. Bu faktörler; uygun şartlarda finansman, reklam ve tanıtım, karlılık, şube ağı, sosyal sorumluluk faaliyetleri, ürün ve hizmet ağı, faizsizlik prensiplerine uyum ve personel tutum ve davranışdır. Bu sekiz kriter literatürde incelenen çalışmalardan elde edilmiştir. Bu kriterlere ek olarak bankaların yıllık net karları da çalışmaya eklenerek kriter sayısı dokuzaya çıkarılmıştır.

Yukarıda belirtilen dokuz kriterle ilgili bankaların sahip olduğu veriler aşağıda belirtilmiş ve bu verilerle ilgili bankaların karşılaştırmaları yapılmıştır. Bu veriler kurumların resmi siteleri, faaliyet raporları ve TKBB'nden elde edilmiştir.

5.1. Uygun Şartlarda Finansman

Müşterilerin katılım bankası tercihini etkileyen faktörlerden birisi uygun şartlarda kredi imkanidir. Literatürde incelenen çalışmalarda (Saiti (2015), Sakınç ve Poyraz (2018), Lee ve Ullah (2011)) bu sonuca varılmıştır. Çalışmada uygun şartlarda finansman kriteri altında katılım bankalarının konut finansmanı ve 0 km taşıt finansmanın uygunluk ve avantajları karşılaştırılmıştır. Uygunluk ve avantaj üç kriter altında değerlendirilmiştir. Bu kriterler; vade sayısı, ödeme planı ve başvuru kanallarıdır. Her bankanın sahip olduğu avantajlar **Tablo 5.1** ve **Tablo 5.2**'de verilmiştir.

Tablo 5.1: Konut Finansman Ulaşılabilirliği ve Avantajları

	Banka 1	Banka 2	Banka 4	Banka 5	Banka 3	Banka 6
VADE						
180 Ay				X		
120 Ay	X	X	X	X	X	X
ÖDEME PLANI						
Esnek Vadede Ödeme				X	X	
Esnek Tutarda Ödeme	X	X		X	X	
BAŞVURU KANALLARI						
Müşteriler için						
Şube	X	X	X	X	X	X
Çağrı Merkezi						
İnternet Sitesi	X			X	X	
İnternet/ Mobil						
Bankacılık	X			X		
Sms		X				
Müşteri olmayanlar için;						
Şube	X	X	X	X	X	X
İnternet Sitesi	X			X	X	
Çağrı Merkezi						
Sms						
	7	5	3	9	7	3

Kaynak: Kurumların siteleri (Erişim tarihi:08.01.2020)

Tablo 5.2: 0 km Taşıt Finansmanı Ulaşılabilirliği ve Avantajları

	Banka 1	Banka 2	Banka 4	Banka 5	Banka 3	Banka 6
VADE						
60 Ay	X	X	X	X	X	
48 Ay	X	X	X	X	X	X
ÖDEME PLANI						
Esnek Vadede Ödeme						
Esnek Tutarda Ödeme						
BAŞVURU KANALLARI						
Müşteriler için;						
Şube	X	X	X	X	X	X
Çağrı Merkezi						
İnternet Sitesi	X			X	X	
İnternet/ Mobil						
Bankacılık	X			X		
Sms	X	X				
Müşteri olmayanlar için;						
Şube	X		X	X	X	X
İnternet Sitesi	X			X	X	
Çağrı Merkezi						
Sms						
	8	4	4	7	6	3

Kaynak: Kurumların siteleri (Erişim tarihi:08.01.2020)

Tablo 5.1 ve **Tablo 5.2'**da yer alan kriterler sonucunda en avantajlı banka aldığı 16 puan ile Banka 5 olmuştur. Banka 5 finansman uygunluğu bakımından diğer bankalardan daha öndedir. Banka 5'i takip eden bankalar ise 15 puan ile banka 1, 13 puan ile banka 3, 9 puan ile banka 2 ve 7 puan ile banka 4'tür. Finansman erişilebilirliği ve uygunluğu başlığı altında en düşük puanı alan banka ise aldığı 6 puan ile banka 6 olmuştur

5.2. Reklam ve Tanıtım

Tablo 5.3: Katılım Bankalarının Reklam ve Tanıtım Giderleri

	Dönem	Banka 1	Banka 2	Banka 3	Banka 4	Banka 5	Banka 6
2019	I. Dönem	26585	48290	36489	15609	10699	1522
	II. Dönem	53845	95453	74139	17141	22145	6206
	III. Dönem	80940	152490	112622	87868	34289	24185
	IV. Dönem	111173	213443	155945	61310	7923	28884
	TOPLAM	272543	509676	379195	181928	75056	60797

Kaynak: TKBB, Veri Seti 2020

Müşterilerin banka tercihini etkileyen temel faktörlerden bir diğeri de reklam faaliyetleridir. Bankalar ürün ve hizmetlerinin tanıtımının etkili bir biçimde yapılması müşterilerin banka tercihini de olumlu yönde etkilemektedir. Bankalar bu amaçla birçok iletişim kanalı üzerinden (televizyon, sosyal medya, internet, vb.) reklam faaliyetleri gerçekleştirmektedirler.

Literatürde incelenen birçok çalışmada katılım bankalarının ürün ve hizmetlerinin yeterince tanıtımının yapılmadığı ve ürün ve hizmetlerin müşteriler tarafından bilinir olmamasının müşteri tercihlerini olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Katılım bankalarının kendi aralarındaki rekabette öne geçebilmeleri için reklam faaliyetlerine önem vererek ürün ve hizmetlerinin tanıtımını yapmaları önem teşkil etmektedir.

Tablo 5.3'de altı katılım bankasının 2019 yılında gerçekleştirdiği reklam ve tanıtım harcamalarına yer verilmiştir. 2019 yılında gerçekleştirdikleri reklam ve tanıtım harcamalarına yer verilmiştir. 2019 yılında reklam ve tanıtıma en fazla harcamayı yapan katılım bankası banka 2 olurken en düşük harcama yapan katılım bankası banka 6 olmuştur.

5.3. Karlılık

Tablo 5.4: Bankaların Kar Paylaşım Oranları

	VADE				
	1	3	6	12	12+
1. BANKA	90	90	92	93	92
2. BANKA	90	92	92	92	92
3. BANKA	90	90	90	90	90
4. BANKA	80	80	80	80	80
5. BANKA	80	81	83	85	85
6. BANKA	90	91	91	92	92

Kaynak: Kurumların resmi siteleri (Erişim tarihi: 08.01.2021)

Katılım bankaları müşterilerinden katılım hesabı ile topladığı fonları faizsiz bankacılık işlemlerinde kullanarak kar elde etmeyi amaçlamaktadırlar. Elde ettikleri kardan da müşterilerine, daha önce anlaşılan kar paylaşım oranı üzerinden kar dağıtımını gerçekleştirirler. Her katılım bankası farklı ticari işlemler ve faaliyetlerde bulunduğu için elde edilen karda ve müşteriye dağıtılan karın miktarında da bankadan bankaya değişim olabilmektedir. Dağıtılan kardaki değişim müşterilerin katılım bankası tercihini de doğrudan etkileyebilmektedir. Literatürde incelenen çalışmada da (Gökçen, Gönen (2017)), müşterilerin banka tercihini etkileyen önemli faktörlerden birisinin de müşterilerin karlılığı olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sebeple katılım bankalarının dağıttığı kar oranı da müşterilerin katılım bankaları arasında tercih yapmasını etkilemektedir.

Seçilen bu kriter altında **Tablo 5.4**'da katılım bankalarının 100.000 TL ile açılan TL katılım hesaplarına vade tiplerine göre dağıttıkları kar paylaşım oranları verilmiştir.

Tablodaki verilerin hepsini çalışmada kullanabilmek için veriler sayısallaştırılırken en yüksek kar paylaşım oranı sunan banka 6 puan alırken diğer bankalara azalan şekilde puan verilerek hesaplama yapılır. (Örn: En iyi kar paylaşım oranına sahip banka altı puan aldıktan sonra en iyi kar paylaşım oranını veren ikinci banka beş puan almıştır). Daha sonrasında ise bankaların aldığı puanlar toplanarak en avantajlı banka belirlenmiştir.

Tablo 5.5: Banka Kar Oranlarının Sayısallaştırması

	VADE					SAYISALLAŞTIRMA					TOPLAM
	1	3	6	12	12+						
1. BANKA	90	90	92	93	92	6	4	6	6	6	28
2. BANKA	90	92	92	92	92	6	6	6	5	6	29
3. BANKA	90	90	90	90	90	6	4	4	4	5	23
4. BANKA	80	80	80	80	80	5	2	2	2	3	14
5. BANKA	80	81	83	85	85	5	3	3	3	4	18
6. BANKA	90	91	91	92	92	6	5	5	5	6	27

Tablo 5.5'da yer alan veriler doğrultusunda bankaların kar paylaşım oranı en iyiden en kötüye doğru şu şekilde olmuştur; 2. Banka, 1. Banka, 6. Banka, 3. Banka, 5. Banka ve 4. Banka.

5.4. Şube Ağı

Tablo 5.6: Katılım Bankalarının Şube Sayıları

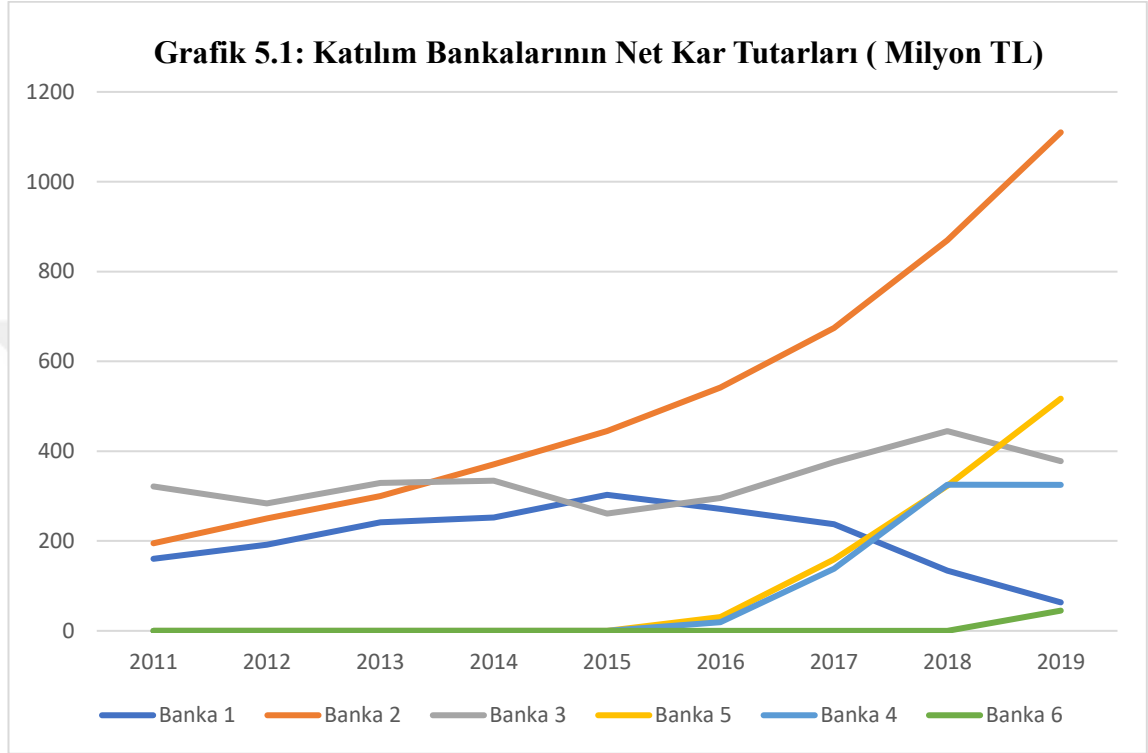
	Şube Sayısı
Banka 1	229
Banka 2	434
Banka 3	311
Banka 4	111
Banka 5	104
Banka 6	23

Kaynak: TKBB (Erişim tarihi:08.01.2021)

Müşterilerin banka tercihlerini etkileyen bir diğer önemli faktör de şube ağının genişliği ve ulaşılabilirliğidir. Literatürde incelenen çalışmalarda da (Saiti (2015), Durak vd. (2017)) bu sonuca varılmıştır. Katılım bankaları Türkiye'nin birçok ilinde şube ağı ile hizmet verirken bazı illerde katılım bankası şubesi bulunmamaktadır. Bu illere örnek olarak Sinop, Artvin, Tunceli ve Hakkari gibi iller örnek gösterilebilir (Dinç, vd., 2019: 28). Yukarıda gösterilen **Tablo 5.6'**de katılım bankalarının şube sayılarına yer verilmiştir. Bu veriler incelendiğinde en geniş şube ağına sahip katılım bankası 430 şube ile **Banka 2** olmuştur. **Banka 6** ise 23 şube ile en düşük şube ağına sahip banka olmuştur. Bankaların şube ağının genişliğinde kuruluş yıllarının da önemi büyüktür.

5.5. Banka Net Karı

Literatürde incelenen çalışmalardan elde edilen kriterlere ek olarak çalışmaya eklenen bir diğer banka tercihi etkileyen kriter de bankaların net karıdır. Bankaların net karı direkt olarak banka sermayesine eklendiği ve banka sermayesinin güçlenmesine etki ettiği için bu kriter tercih edilmiştir.



Kaynak: Kurumların Faaliyet Raporları

Grafik 5.1'de katılım bankalarının 2011-2019 yılları arasında elde ettiği net kar değişimi grafiksel olarak verilmiştir. Tabloda yer alan verilere göre katılım bankalarının toplam net karlarında ise 2011 yılından 2019 yılına gelindiğinde %360 gibi bir artış olmuştur. Çalışmada veri olarak 2019 yılı net kar tutarı kullanılmıştır.

5.6. Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Müşterilerin banka tercihi etkileyen bir diğer önemli tercih kriteri de bankaların sosyal sorumluluk faaliyetlerine gösterdiği önemdir. Literatürde incelenen çalışmalarda bu ortaya koyulmuştur. Katılım bankaları da birçok sosyal sorumluluk projesine imza atarak insana, çevreye ve sosyal yaşama katkıda bulunmaktadır. Bankaların gerçekleştirdiği tüm sosyal sorumluluk projeleri müşterilerin bankaya karşı tutumlarını şekillendirecek yapıda uygulanmaktadır (Telli, 2019: 26).

Bu kapsamda katılım bankalarının gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerine aşağıda yer verilmiştir. Aşağıda yer alan veriler bankaların resmi sitelerinden elde edilmiştir. Diğer üç katılım bankasının sosyal sorumluluk faaliyetleri ile ilgili herhangi bir veriye ulaşılamamıştır.

Tablo 5.7: Katılım Bankalarının Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

BANKA	PROJE SAYISI	SOSYAL SORUMLULUK FAALİYETLERİ
Banka 3	2	Çocuklara Gönül Ver
		Banka 3 Koruncuk İş birliği
Banka 2	10	1010 Kaşif Projesi
		Umuda Destek Projesi
		Sarıkamış Allahuekber Dağı Şehitlerini Anma Milli Yürüyüşü
		Çanakkale 57. Alay Yürüyüşü Anma Milli Bilinç Kampı
		Afrika Yalnız Değil Projesi
		Arakan'a Yardım Eli
		Bursa Kozahan Şadırvanı Restorasyonu
		Itri'nin Kabrinin Restorasyonu
		Saliha Sultan Sebili ve Çeşmesi Restorasyonu
		Ortayaköy Büyük Mecidiye Camii Restorasyonu
Banka 1	12	Arnudo Atölyesi
		Sevgi Evleri Projesi
		Suriye Okul Restorasyonu
		Bir Kitap Bir Tohum Projesi
		Okullara Ekipman Destekleri
		Bir Kitap da Sen Koy Kampanyası
		Göz Hastalıkları Tedavi Programı
		Fidan Dikme Etkinliği
		Plastik Kapaklar Tekerlekli Sandalyeye Dönüşüyor
		Sıfır Atık Projesi
		Mutfak Atölyesi
		Görme Engelliler için Braille Baskı Makinası

Kaynak: Kurumların resmi siteleri (Erişim tarihi:23.03.2020)

Tablo 5.7'de yer alan verilere göre en fazla sosyal sorumluluk projesini gerçekleştiren banka 12 faaliyet ile **Banka 1** olurken **Banka 2** beş, **Banka 3** ise iki tane sosyal

sorumluluk projesi kapsamında sosyal sorumluluk faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu faaliyetler detaylı olarak aşağıda açıklanmıştır.

5.6.1. Banka 3

Banka 3 hayata geçirdiği birçok proje ile sosyal sorumluluk alanında faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu projelerin bazıları ve kapsamları şu şekildedir;

5.6.1.1. Çocuklara Gönül Ver

Banka 3, sosyal sorumluluk faaliyetleri konusunda odak noktası olarak çocukları almıştır. 2018 yılında ‘Çocuklara Gönül Ver’ isimli yeni bir sosyal sorumluluk projesi başlatan banka 3 bu kapsamda ihtiyaç olan her yere bir kütüphane açma hedefiyle ‘*Bir kitap da senden olsun, geleceğimiz umutla dolsun*’ kampanyası gerçekleştirmiştir. Projenin ilk adımı olarak genel müdürlük başta olmak üzere tüm şubelerde kitap kumbarası kuran banka 3 kısa sürede sekiz binden fazla kitap toplayarak Manisa, Uşak, Urfa, Sinop, Sivas ve Kütahya’da altı okula giderek bu kitapları binden fazla çocuğa ulaştırmıştır. Bu proje kapsamında binden fazla çocuğun hayatına dokunan banka 3 2019 yılında da bu projeyi sürdürerek daha fazla çocuğa kitap okuma alışkanlığı kazandırmayı hedeflemiştir. Ayrıca bu kampanya kapsamında ‘Çocuklar bu kış üşümesin’ projesiyle 50 köy okulundaki 1400 öğrenciye kışlık ayakkabı dağıtılmıştır.

5.6.1.2. Banka 3 ve Koruncuk Vakfı İşbirliği

“Çocuklara Gönül Ver” sosyal sorumluluk projesi kapsamında, Koruncuk Vakfına bilgisayar bağışlayan banka 3 vakfın Bolluca Çocuk Köyünde bulunan kültür merkezi içerisinde “Banka 3 Bilişim ve Lisan Laboratuvarı” açılışının gerçekleştirilmesinde katkıda bulunmuştur. Bu proje kapsamında eğitimde fırsat eşitliği sağlama yolunda küçük ama önemli bir destek sağlanmıştır.

5.6.2. Banka 2

Banka 2’de gerçekleştirdiği birçok sosyal sorumluluk projesi ile sosyal yaşama katkıda bulunmaktadır. Bu projelerin bazıları ve içerikleri şu şekildedir;

5.6.2.1. 1010 Kaşif Projesi

“*Değerlerimizle büyüyoruz*” mottosuyla yola çıkan, toplumsal ve temel değerleri koruyup geliştirmeyi hedefleyen **banka 2**, 30’uncu yılında gerçekleştirdiği ‘1010 Kaşif Projesi’ kapsamında bilime ve eğitime destek vermeyi hedeflemiştir. 10-14 yaş aralığındaki çocukları kapsayan proje ile her yıl kodlama ve robotik alanına ilgisi olan

1010 çocuğa eğitim verilmesi amaçlanmıştır. Bu proje kapsamında Türkiye'nin dört bir yanındaki okullara kodlama ve robotik eğitimi hizmeti ulaştıran Banka 2, çocuklara eğitim ve donanım desteği sağlayarak yeni nesilleri geleceğin mesleklerine hazırlamayı amaçlamıştır.

5.6.2.2. Umuda Destek Projesi

Banka 2, KAÇUV tarafından yürütölen 'Umuda Destek Projesi' kapsamında, çağımızın en önemli hastalıklarından birisi olan kanserle mücadele etmek ve farkındalık oluşturmak amaçlamaktadır ve bu projeye 2013 yılından bu yana destek vermektedir. Yardıma muhtaç olan kanser hastası çocukların ve ailelerinin tedavi esnasındaki masraflarının karşılanması amacıyla oluşturulan 'Aile Evi'nin yıllık masrafları da bu proje kapsamında toplanan yardımlarla karşılanmaktadır. Banka 2 bu proje kapsamında, 2019 yılında yürütölen kampanya kapsamında 691 bin TL bağış yaparken 6 yılda toplam 2 milyon 805 bin TL bağış gerçekleştirmiştir. Banka 2 bu projelerin dışında birçok sosyal sorumluluk projesine destek olan banka 2'nin desteklediği bazı sosyal sorumluluk projeleri şunlardır;

- 22-26 Aralık 2017 ve 2018 tarihlerinde gerçekleştirilen "**Sarıkamış Allahuekber Dağı Şehitlerini Anma Milli Bilinç Kampı** ve 22-26 Nisan 2018 ve 2019 tarihlerinde gerçekleştirilen "**Çanakkale 57. Alay Yürüyüşü Anma Milli Bilinç Kampı**"na sponsorluk.
- Ortaköy Büyük Mecidiye Camii Restorasyonu.
- Arakana yardım eli projesi
- Afrika Yalnız Değil Projesi
- Bursa Kozahan Şadırvanı Restorasyonu
- Itri'nin Kabrinin Restorasyonu
- Saliha Sultan Sebili ve Çeşmesi Restorasyonu

5.6.3. Banka 1

Banka 1 sosyal sorumluluk faaliyetleri kapsamında birçok alanda sosyal sorumluluk projesi yürütmektedir. Bu kapsamda gerçekleştirilen projeler şu şekildedir;

5.6.3.1. Eğitim Destekleri

Eğitim alanında birçok sosyal sorumluluk projesi gerçekleştiren Banka-1'in faaliyetlerinden bazıları aşağıdaki gibidir.

a) Arnudo Atölyesi

Banka 1, 'Arduino Atölyesi' projesi kapsamında Esenlerde bulunan bir okulda yazılım, robotik teknolojisi, kodlama ve 3D tasarım derslerinin verildiği bir bilim sınıfını oluşturmuştur. Banka gerçekleştirdi bu destek sayesinde 128 öğrenci atölyede eğitim almaktadır. Eğitim destekleri kapsamında gerçekleştirilen diğer sosyal sorumluluk projeleri;

- Sevgi Evleri Projesi
- Suriye Okul Restorasyonu
- Bir Kitap Bir Tohum Projesi
- Okullara Ekipman Destekleri
- Bir Kitap da Sen Koy Kampanyası

5.6.3.2. Sağlık Destekleri

Birçok alanda sosyal sorumluluk projesi gerçekleştiren banka-1'in sağlık alanında gerçekleştirdiği proje aşağıdaki gibidir.

a) Göz Hastalıkları Tedavi Programı

Yeryüzü Doktorları tarafından yürütülen tedavi edici sağlık hizmetleri kapsamında, Banka 1'in destekleriyle Kamerun ve Pakistan'da 600 katarakt hastasının ameliyatları gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu ameliyatlara banka çalışanlarının adına gerçekleştirilmiş olup, çalışanlara doğum günlerinde e-posta ile bildirilmektedir.

5.6.3.3. Yeşil Destekler

Banka 1 doğayı desteklediği sosyal sorumluluk projeleri kapsamında 'Fidan Dikme Etkinliği', 'Plastik Kapaklar Tekerlekli Sandalyeye Dönüşüyor' kampanyası ve 'Sıfır Atık Projesi' gibi birçok sosyal sorumluluk projesi ve kampanyasına imza atmıştır.

5.6.3.4. Erişilebilirlik

Engelli bireylerin sosyal yaşama katılması için de sosyal sorumluluk faaliyetleri gerçekleştiren banka'1'in bu alanda gerçekleştirdiği bazı projeleri şu şekildedir;

a) Mutfak Atölyesi

Banka 1 bu proje kapsamında Üsküdar’da zihinsel engelli kişilere akademik eğitimin yanı sıra meslek edindirme eğitimleri de veren bir mutfak atölyesi kurmuştur. Bu projeden yılda en az 10 kişinin yararlanması hedeflenmiştir. Öğrenciler mezun olduklarında eğitim aldıkları alanlarda çalışma imkanı da bulacak ve bu şekilde istihdama da katkıda bulunulmuş olacaktır.

b) Görme Engelliler için Braille Baskı Makinası

Banka 1, İstanbul il müftülüğü tarafından görme engellilere yönelik sürdürülen Kur’an-ı Kerim ve dini eğitim çalışmalarına destek amacıyla Braille baskı makinası hibe etmiştir. Bu sayede görme engelli vatandaşlar Kur’an-ı Kerim eğitimi alabilecekleri Braille dokümanlarına daha kolay bir şekilde erişim imkanı kazanmıştır.

Yukarıda belirtilen sosyal sorumluluk faaliyetleri dışında katılım bankaları maddi bağış ve yardım da gerçekleştirmektedirler. Katılım bankalarının 2019 yılında gerçekleştirdikleri yardım ve bağış miktarları **Tablo 5.8**’de verilmiştir. Çalışmada veri olarak bankaların 2019 yılında gerçekleştirdiği yardım ve bağış miktarları kullanılmıştır.

Tablo 5.8: Katılım Bankalarının Yardım ve Bağış Miktarları (2019)

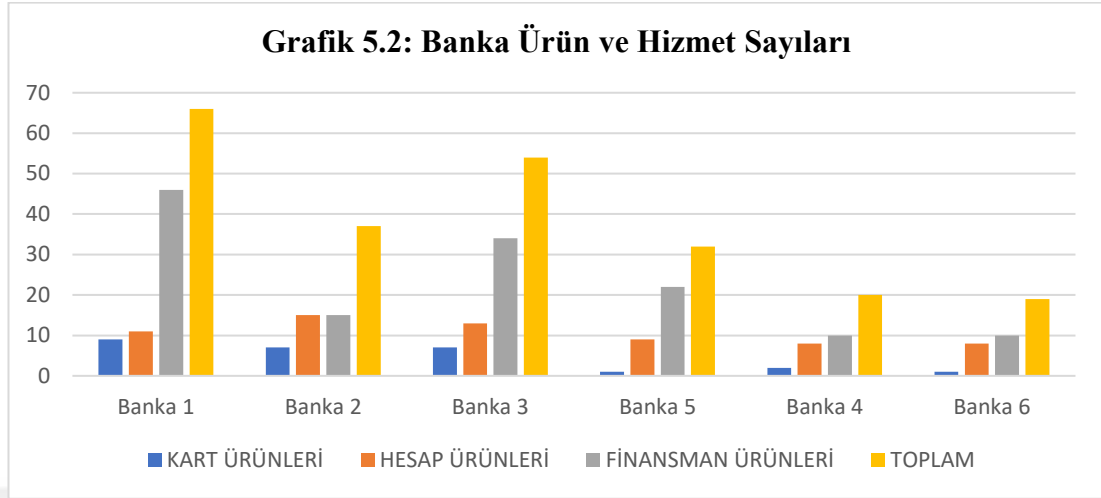
	YARDIM VE BAĞIŞ MİKTARI (2019)
Banka 1	23.611,00 TL
Banka 2	691.000,00 TL
Banka 3	34.000,00 TL
Banka 5	0 TL
Banka 4	6.974,00 TL
Banka 6	0 TL

Kaynak: Bankaların 2019 yılı faaliyet raporları

5.7. Ürün ve Hizmet Ağı

Müşterilerin bir bankada aradığı en önemli özelliklerden birisi geniş ve uygun bir ürün ağına sahip olunmasıdır. Bu sebeple ürün hizmet ağının genişliği, müşterilerin katılım bankaları arasında ya da katılım bankaları ile klasik bankalar arasında tercih yaparken tercihlerini etkileyen bir diğer önemli faktördür. Katılım bankaları da faizsizlik prensipleri doğrultusunda birçok ürün ve hizmet sunmaktadırlar. Katılım bankalarının bireysel ve ticari müşterileri için sunduğu ürün ağları üç temel başlık (kart ürünleri,

hesap ürünleri, finansman ürünleri) altında toplanmış, ürünlerinin rakamsal gösterimi ve ürün çeşitleri de aşağıda verilmiştir.



Kaynak: Bankaların resmi siteleri (Erişim tarihi:05.05.2020)

Grafik 5.2'de bankaların ürünlerinin grafiksel gösterimi yer almaktadır. Ayrıca bankaların ürün ve hizmetleri sırasıyla aşağıdaki gibidir.

5.7.1. Banka 1

Banka 1'in hesap ürünleri, finansman ürünleri ve kart ürünleri başlığı altında toplam ürün gamı 66 üründen oluşmaktadır. Bu ürünlerin isimleri aşağıda verilmiştir.

Hesap Ürünleri: Özel cari hesap, Döviz hesabı, Altın depo hesabı, Gümüş hesabı, Karlı Hesap, Ara dönem ödemeli katılım hesabı, Birikimli katılım hesabı, Çeyiz hesabı, Birikimli hac ve umre hesabı, Konut hesabı, Karlı altın hesabı.

Kart Ürünleri: Troy atm kartı, Visa atm kartı, Maestro atm kartı, Hicaz atm kartı, World platinum kart, World clasic kart, World gold kart, World sanal kart, Business kart.

Finansman Ürünleri: Konut finansmanı, Yabancıya konut finansmanı, Arsa Finansmanı, Yabancıya arsa finansmanı, İşyeri finansmanı, Yabancıya İşyeri Finansmanı, 2B Finansmanı, Araç finansmanı, Deniz araçları finansmanı, Hac ve umre finansmanı, Eğitim finansmanı, Devremülk finansmanı, Devre tatil finansmanı, Sağlık finansmanı, Seyahat finansmanı, Eşya finansmanı, Düğün organizasyon finansmanı, Dış sağlığı finansmanı, Araç kiralama finansmanı, Teknoloji finansmanı, Tadilat finansmanı, Taşınma ücreti ve emlak finansmanı, Doğal enerji sistemi finansmanı, Engelsiz hayat finansmanı, Bebek ihtiyaçları finansmanı, Servis taşımacılığı

finansmanı, Konut kira finansmanı, Doğalgaz dönüşüm finansmanı, Bina tamamlama finansmanı, Diğer taşıt finansmanı, Prefabrik finansmanı, Yurt hizmeti finansmanı, Aidat ödeyen hesap, Finansman Ödeyen hesap, Kurumsal finansman desteği, Kar zarar ortaklığı, Vadeli ihracat finansmanı, Proje finansmanı, DBS fatura talimatlı kredi, Kira sertifikası teminatl finansman, Dünya bankası kaynaklı krediler, Teminat mektupları, Akreditif, Kabul kredileri, Referans mektupları, Finansal kiralama.

5.7.2. Banka 2

Banka 2'nin hesap ürünleri, finansman ürünleri ve kart ürünleri başlığı altında toplam ürün gamı 37 üründen oluşmaktadır. Bu ürünlerin isimleri aşağıda verilmiştir.

Hesap Ürünleri: Özel cari hesap, Döviz hesabı, Gümüş hesabı, Altın hesabı, Patin hesabı, Katılım hesabı, Ara dönem ödemeli katılım hesabı, Güvenceli birikim hesabı, Birikimli katılım hesabı, Konut hesabı, Çeyiz hesabı, Bizim toprak hesabı, Altın katılım hesabı, Ziyet katılım hesabı, Birikimli altın hesabı.

Kart Ürünleri: Sağlam nakit kart, Sağlam kredi kart, Business Plus Kart, Kobi kart, Tohum kart, Sağlam bayii kart, Esnaf kart.

Finansman Ürünleri: Araç finansmanı, Konut finansmanı, İhtiyaç kart, Hac ve umre finansmanı, Eğitim finansmanı, Seyahat finansmanı, İşletme finansmanı, Taksitli ticari finansman, Tedarikçi finansmanı, Teminat mektubu, Akreditif, Kabul-Aval kredileri, Referans mektupları, Finansal kiralama, KOSGEB finansmanı.

5.7.3. Banka 3

Banka 3'ün hesap ürünleri, finansman ürünleri ve kart ürünleri başlığı altında toplam ürün gamı 54 üründen oluşmaktadır. Bu ürünlerin isimleri aşağıda verilmiştir.

Hesap Ürünleri: Özel cari hesap, Döviz hesabı, Kıymetli maden hesabı, Altın katılım hesabı, Gümüş hesabı, Gümüş katılım hesabı, Bol kepçe hesap, e-katılım hesabı, Akıllı bıdık katılım hesabı, aktif hesap, Çeyiz hesabı, Konut hesabı, Yedek Hesap.

Kart Ürünleri: Pratik para kartı, Happy kart gold, Happy kart platinum, Happy kart zero, Happy ticari kart, Siftah kart, Pratik ticari kart.

Finansman Ürünleri: Dert çözen finansman, Hac umre finansmanı, İmar barışı finansmanı, Yurt içi ve yurt dışı eğitim finansmanı, Evlilik finansmanı, Enerji verimliliği finansmanı, İzoder enerji verimliliği finansmanı, Konut tamamlama

finansmanı, Konut geliştirme finansmanı, Devre mülk finansmanı, Devre tatil finansmanı, Sağlık finansmanı, Tekne finansmanı, Kombi ve tesisat finansmanı, Peşin kira finansmanı, Dijital ihtiyaç finansmanı, Taşıt finansmanı, Motosiklet finansmanı, Taksitli ticari taşıt finansmanı, Ticari hat veya plaka finansmanı, Konut finansmanı, Arsa finansmanı, İşyeri finansmanı, Finansör, KOBİ finansmanı, Esnek destek finansmanı, Doğrudan borçlandırma sistemi, KGF destekli krediler, Leasing, Fonlu Çek, Teminat mektubu, Referans mektubu, Akreditif, Kabul-Aval kredileri.

5.7.4. Banka 4

Banka 4'in hesap ürünleri, finansman ürünleri ve kart ürünleri başlığı altında toplam ürün gamı 20 üründen oluşmaktadır. Bu ürünlerin isimleri aşağıda verilmiştir.

Hesap Ürünleri: Özel cari hesap, Döviz hesabı, Altın katılım hesabı, Katılım hesabı, Ara dönem kar payı ödemeli katılım hesabı, e-Katılım hesabı, Çeyiz hesabı, Konut hesabı.

Kart Ürünleri: VKart Kredi kartı, VKart Debit.

Finansman Ürünleri: Konut finansmanı, Taşıt finansmanı, İşyeri finansmanı, Arsa finansmanı, Tüketici finansmanı, Kurumsal finansman, Finansal kiralama, Referans mektubu, Akreditif, Kabul-Aval kredisi.

5.7.5. Banka 5

Banka 5'in hesap ürünleri, finansman ürünleri ve kart ürünleri başlığı altında toplam ürün gamı 32 üründen oluşmaktadır. Bu ürünlerin isimleri aşağıda verilmiştir.

Hesap Ürünleri: TL cari hesabı, Altın depo hesabı, Döviz hesabı, TL katılım hesabı, Döviz katılım hesabı, Ara dönem kar payı ödemeli katılım hesabı, Altın katılım hesabı, Çeyiz hesabı, konut hesabı.

Kart Ürünleri: Banka kartı.

Finansman Ürünleri: Bireysel temel ihtiyaç destek finansmanı, Konut finansmanı, Taşıt finansmanı, Flika (Finansman Limitli Kart), Dayanıklı tüketim finansmanı, Eğitim finansmanı, Hac ve umre finansmanı, Doğalgaz dönüşüm finansmanı, Bireysel işyeri finansmanı, Bireysel arsa finansmanı, Yasa kapsamında ipotekli bireysel finansman , İpotekli bireysel finansman, Kurumsal finansman desteği, Taksitli ticari finansman, Döviz finansmanı, Teminat mektubu, Referans mektubu, Kabul-Aval

finansmanı, Finansal kiralama, Exim bank kaynaklı ihracat finansmanı, İhracat finansmanı, İthalat finansmanı.

5.7.6. Banka 6

Banka 6'in hesap ürünleri, finansman ürünleri ve kart ürünleri başlığı altında toplam ürün gamı 19 üründen oluşmaktadır. Bu ürünlerin isimleri aşağıda verilmiştir.

Hesap Ürünleri: TL cari hesap, Döviz hesabı, Altın hesabı, Gümüş hesabı, Platin hesabı, TL katılım hesabı, Döviz katılım hesabı, Biriktiren katılım hesabı.

Kart Ürünleri: Nakit kart

Finansman Ürünleri: Konut finansmanı, Taşıt finansmanı, İşyeri finansmanı, İhtiyaç finansmanı, Eşya finansmanı, Eğitim finansmanı, Hac ve umre finansmanı, İşletme finansmanı, Taksitli ticari finansman, Finansal kiralama.

Altı katılım bankası arasında en fazla kart ürünü olan banka banka 1, en fazla hesap ürününe sahip katılım bankası banka 2, en fazla finansman ürününe sahip katılım bankası da banka 1 olmuştur. Toplam ürün sayısında banka 1 66 ürün ile birinci sırada yer alırken son sırada ki banka banka 6 olmuştur.

5.8. Faizsizlik Prensiplerine Uyum

Müşterilerin katılım bankası tercihini yaparken tercihi etkileyen bir diğer faktör de bankanın faizsizlik prensipleri uyumudur. Literatürde incelenen (Metava ve Almossawi (1998)) çalışmada da bu sonuca varılmıştır.

Katılım bankaları, müşterilerine faizsizlik prensipleri doğrultusunda tüm bankacılık hizmetlerini sunmaktadırlar. Sunulan ürün ya da hizmetin faizsizlik prensiplerine uygun olup olmadığı kurumların fetva kurullarının kararı ile belirlenmektedir. Her katılım bankasının bir fetva kurulu bulunmaktadır. Sunulacak yeni bir hizmet için fetva kuruluna danışılmadan ve fetva alınmadan işlem gerçekleştirilemez.

Aşağıda yer alan **Tablo 5.9**'de katılım bankalarının fetva kurullarının 2019 yılı içerisinde gerçekleştirdikleri toplantı sayıları yer almaktadır.

Tablo 5.9: Katılım Bankalarının Fetva Kurullarının 2019 Yılı Toplantı Sayıları

BANKALAR	FETVA KURULU TOPLANTI SAYISI (2019)
Banka 1	4
Banka 2	12
Banka 3	0
Banka 5	52
Banka 4	10
Banka 6	5

Kaynak: Kurumların Faaliyet Raporları

Katılım bankalarının fetva kurulları arasında 2019 yılında en çok toplantı yapan fetva kurulu 52 toplantı ile Banka 5'in fetva kurulu olurken banka 2'nin fetva kurulu 12 toplantı, Banka 4'ün fetva kurulu 10 toplantı, banka 6'nın fetva kurulu beş toplantı ve banka 1'in fetva kurulu dört toplantı gerçekleştirirken Banka 3 ile ilgili veriye ulaşılamamıştır. Bu veriler kurumların faaliyet raporlarından elde edilmiştir. Banka 3 ile ilgili herhangi bir veriye ulaşılamadığı için veri sıfır olarak alınmıştır.

5.9. Personel Tutum ve Davranışı

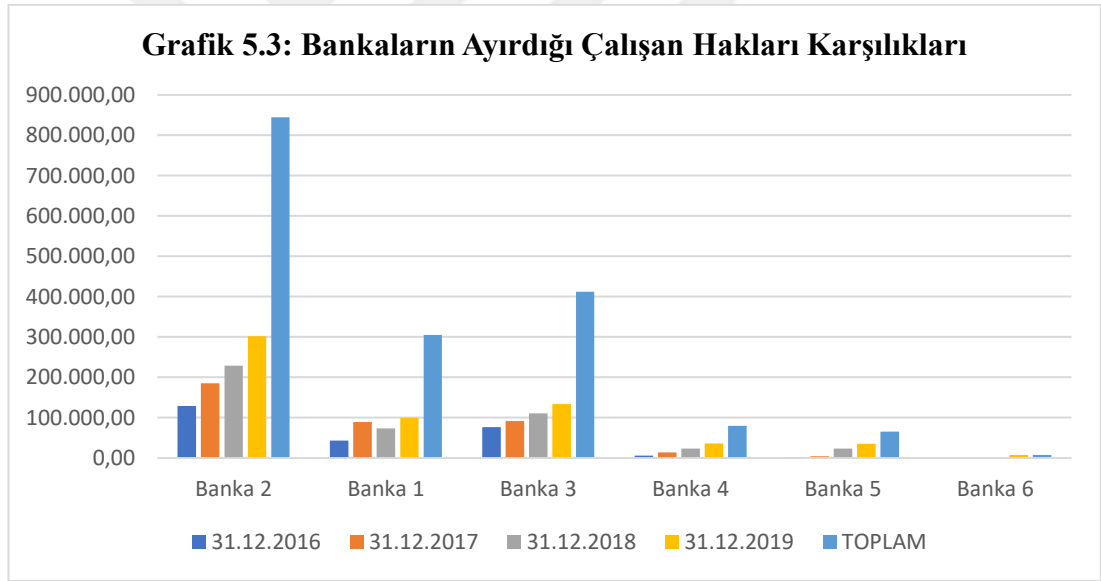
Müşterilerin Katılım bankası tercihini etkileyen bir diğer önemli faktör de personel davranış ve tutumlarıdır. Literatürde yer alan çalışmalarda müşterilerin katılım bankası tercihini etkileyen en önemli faktörlerden birinin de katılım bankası personellerinin müşteriye karşı sergiledikleri tutum ve davranış olduğu sonucuna varılmıştır.

Banka personellerinin müşterilere karşı tutum ve davranışlarının olumlu yönde etkileyen en önemli kriter de çalışanların huzurlu bir çalışma ortamına sahip olmalarıdır. Bu huzurlu çalışma ortamının oluşturulabilmesi için de banka personellerinin maddi ve manevi ihtiyaçlarının karşılanması önem teşkil etmektedir. Maddi anlamda personellerin ihtiyaçlarının karşılanmasında bankaların personel haklarına karşılık ayırdıkları bütçelerin önemi çok büyüktür. Bu kapsamda katılım bankalarının personel haklarına karşılık ayırdıkları karşılıkların son beş yıldaki grafiksel değişimi **Grafik 5.3**'de gösterilmiştir. **Tablo 5.10**'da ise bu karşılıkların içerikleri verilmiştir.

Tablo 5.10: Çalışan Hakları Karşılıklarının İçeriği

BANKA	ÇALIŞAN HAKLARI KARŞILIKLARININ İÇERİĞİ
Banka 2	Kıdem tazminatı yükümlülükleri, hesaplanan izin ücretleri, performans primi karşılığı, emeklilik ikramiyesi ödeme karşılığı, komite ücretleri karşılığı
Banka 1	Kıdem tazminatı karşılığı, izin ücretleri karşılığı
Banka 3	İzin karşılığı, performans primi karşılığı, kıdem tazminatı karşılığı,
Banka 5	Kıdem tazminatı ve kullanılmamış izin karşılığı, emeklilik hakları, İkramiye karşılığı
Banka 4	Kıdem tazminatı karşılığı, izin ücretleri karşılığı, banka ana sözleşme 31. madde karşılığı
Banka 6	Kıdem tazminatı karşılığı, İzin ücretleri karşılığı, performans primi karşılığı

Kaynak: Kurumların faaliyet raporları



Grafikte yer alan verilere göre son dört yıl içerisinde tüm yıllarda çalışan hakları için en yüksek karşılığı ayıran katılım bankası banka 2 olurken en az karşılık ayıran katılım bankası banka 5 olmuştur. Toplamda da en fazla karşılık ayıran banka 844.793,00 TL ile banka 2 olurken banka 2'yi 412.540,00 TL ile banka 3, 304.919,00 TL ile banka 1, 79.567 TL ile banka 4 ve 65.314,00 TL ile banka 5 takip etmektedir. Çalışmada veri olarak 2019 yılı tutarları kullanılmıştır. 2019 yılında da katılım bankalarının personel haklarına ayırdıkları karşılıklar şu şekildedir; banka 2 302.039,00 TL, banka 3 133.929,00 TL, banka 1 99.231,00 TL, banka 4 36.390,00 TL banka 5 35.712,00 TL, banka 6 7.325,00 TL.

UYGULAMA

Tablo 5.11: Değerlendirmede Kullanılan Kriterler ve Ağırlıkları

	<i>Kriterler</i>	<i>Ağırlıkları</i>
K1	Uygun Şartlarda Finansman	0,24
K2	Reklam ve Tanıtım	0,12
K3	Karlılık	0,07
K4	Şube Ağı	0,16
K5	Banka Net Karı	0,04
K6	Sosyal sorumluluk Faaliyetleri	0,07
K7	Ürün ve Hizmet Ağı	0,07
K8	Faizsizlik Prensiplerine Uyum	0,07
K9	Personel tutum ve Davranışı	0,16

Tablo 5.11’de müşterilerin katılım bankası tercihlerini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin ağırlık değerleri gösterilmektedir. Bu ağırlık değerleri literatürde incelenen çalışmalar kaynak alınarak belirlenmiştir.

Tablo 5.12: Her Kriter için En İyi (f_i^*) ve En Kötü Değerler (f_i^-)

<i>Kriterler</i>	f_i^*	f_i^-
K1 Uygun Şartlarda Finansman	16	6
K2 Reklam ve Tanıtım	509.676,00	60.797,00
K3 Karlılık	29	14
K4 Şube Ağı	434	23
K5 Banka Net Karı	1.110.000.000	45.000.000
K6 Sosyal sorumluluk Faaliyetleri	691.000,00	0
K7 Ürün ve Hizmet Ağı	66	19
K8 Faizsizlik Prensiplerine Uyum	52	0
K9 Personel tutum ve Davranışı	302.039,00	7.325,00

Tablo 5.12’de 9 kritere ait en yüksek ve en düşük değerler verilmiştir.

Tablo 5.13: Bankalara İlişkin Veriler

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
Banka 1	15	272.543	28	239	63.400.000	23.611	66	4	99.231
Banka 2	9	509.676	29	434	1.110.000.000	691.000	37	12	302.039
Banka 3	13	379.195	23	311	378.000.000	34.000	54	0	133.929
Banka 5	16	75.056	18	104	517.000.000	0	32	52	35.712
Banka 4	7	181.928	14	111	324.900.000	6.974	20	10	36.390
Banka 6	6	60.797	27	23	45.000.000	0	19	5	7.325
f^*	16	509.676	29	434	1.110.000.000	691.000	66	52	302.039
f^-	6	60.797	14	23	45.000.000	0	19	0	7.325

Tabloda 5.13’de, Tablo 5.11’de yer alan kriterlerin bankalara göre değerleri yer almaktadır.

Kriter 1’de katılım bankalarının 0 (sıfır) km taşıt finansmanı ve konut finansmanında sundukları kar oranları sayısallaştırılarak verilmiş. **Kriter 2’de** katılım bankalarının 2019 yılda yaptığı reklam ve tanıtım faaliyeti harcadıklarına yer verilmiştir. **Kriter-3’de** katılım bankalarının, 100.000 TL ile açılan TL cinsindeki katılım hesaplarına uyguladığı kar paylaşım oranları sayısallaştırılarak verilmiştir. **Kriter-4’de** katılım bankalarının şube sayılarına yer verilmiştir. **Kriter-5’de** katılım bankalarının 2019 yılında elde ettikleri net kar tutarları verilmiştir. **Kriter-6’da** katılım bankalarının 2019 yılında gerçekleştirdiği bağış ve yardım miktarlarına yer verilmiştir. **Krite-7’de** katılım bankalarının kart, hesap ve finansman alanlarında sahip oldukları toplam ürün sayılarına yer verilmiştir. **Kriter-8’de** katılım bankalarını fetva kurullarının 2019 yılında gerçekleştirdikleri toplantı sayılarına yer verilmiştir. **Kriter-9’da** ise katılım bankalarının 2019 yılında çalışan hakları için ayırdığı karşılıkların tutarına yer verilmiştir.

Tablo 5.14: Banka Verileri ile İlgili Hesaplamalar

<i>Alternatifler</i>	<i>Kriterler</i>								
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9
Banka 1	0,024	0,063	0,005	0,080	0,039	0,068	0,000	0,065	0,110
Banka 2	0,168	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,043	0,054	0,000
Banka 3	0,072	0,035	0,028	0,048	0,027	0,067	0,018	0,070	0,091
Banka 4	0,216	0,088	0,070	0,126	0,029	0,069	0,069	0,057	0,144
Banka 5	0,000	0,116	0,051	0,128	0,022	0,070	0,051	0,000	0,145
Banka 6	0,240	0,120	0,009	0,160	0,040	0,070	0,070	0,063	0,160

Tablo 5.15: Bankaların VIKOR Yöntemi ile Sıralama Sonuçları

	Sj	Ri	Qj	Qj sıralama	Sj sıralama	Rj Sıralama
Banka 1	0,454	0,110	0,20	2	2	2
Banka 2	0,265	0,168	0,26	3	1	3
Banka 3	0,456	0,091	0,14	1	3	1
Banka 4	0,867	0,216	0,87	5	5	5
Banka 5	0,583	0,145	0,42	4	4	4
Banka 6	0,933	0,240	1,00	6	6	6

S*:0,265 R*:0,091 S-:0,933 R-:0,240

Tablo 5.15'de S_j, R_j ve Q_j değerleri hesaplanarak sıralamaları belirlenmiştir. Bu tabloda yer alan verilerden S_j'yi hesaplarken **model-1** ile yapılan hesaplamalar sonucunda alternatiflerin **Tablo 5.14'**deki verilerinin toplamı alınmıştır. R_j'yi hesaplarken **model-2'**den ve Q_j'yi hesaplarken **model-3'**den yararlanılmıştır. Bu aşamadan sonra aşağıdaki iki koşul incelenmelidir;

$$\text{Koşul-1: } Q(P2)-Q(P1) \geq D(Q) \Rightarrow 0,20-0,14 \geq 1/6-1$$

$$0,06 \geq 0,20 \text{ (koşul sağlanmamakta)}$$

Koşul-1'de P1 değeri en az Q değerine sahip en iyi alternatif, P2 değeri ise en iyi ikinci alternatif temsil etmektedir. Formülde yer alan $Q(P2)-Q(P1)$ eşitliği $D(Q)$ 'dan büyük yada eşit olmalıdır. Eşitliğin sonucunda $Q(P2)-Q(P1) \geq D(Q)$ eşitliği sağlanmadığı için **Koşul-1** sağlanmamaktadır.

Koşul-2'nin sağlanabilmesi için en iyi Q_j sıralamaya sahip olan alternatifin S_j ve R_j değerlerinde en az birinde en iyi değere sahip olması gerekmektedir. Q_j değerinde en iyi sıralamaya sahip olan **banka 3**, R_j sıralamasında da en iyi sıralamaya sahip olduğu için **Koşul-2** sağlanmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Katılım bankacılığı Türk bankacılık sektöründe küçük bir paya sahip olmasının yanında giderek artmakta olan popüleriteye sahip bir bankacılık türüdür. Sadece ülkemizde değil tüm dünyada finans sistemi içerisinde büyüme eğiliminde olan katılım bankacılığı, bankacılık sektöründe alternatif olarak önem teşkil etmektedir. Farklı sebeplerle farklı coğrafyalarda kendisine bankacılık sistemi içerisinde yer bulan katılım bankaları; faiz hassasiyetine sahip kişilerin ellerindeki atıl fonların ekonomiye kazandırılması, adaletsiz gelir dağılımını engellemesi gibi birçok faydası ile bankacılık sektöründe önem teşkil etmektedir.

Ülkemiz bankacılık sisteminde katılım bankaları altı banka ile faaliyet göstermektedir. Toplamda altı katılım bankasının olması ve katılım bankacılığının bankacılık sektöründeki toplam aktif payının %7,10 olması rekabetin de artmasına sebep olmuştur. Bu rekabetçi ortamda katılım bankaları ürün ve hizmetleri ile kendilerine avantaj sağlamaya çalışmaktadır. Hazırlanan bu çalışma en seçilebilir katılım bankasını belirleyerek katılım bankalarına faydalı bir kaynak olmayı amaçlamıştır.

Hazırlanan çalışmada banka tercihini etkileyen faktörler dokuz kriter altında toplanmıştır. Bu kriterlere belirli ağırlık oranları verilerek Vikor yöntemi ile analiz yapılmıştır. Banka tercihini etkileyen kriterlerin ağırlık düzeyleri içerisinde en yüksek ağırlığa sahip kriter uygun şartlarda finansman kriteridir. İkinci en önemli kriter banka erişilebilirliğinin göstergelerinden biri olan şube ağı ile personel tutum ve davranışdır. Bu kriterlerin ardından ise en önemli üçüncü kriter banka bilinirliğinin artmasında en önemli etken olan banka tanıtımının yapılmasıdır. Bu kriterleri ise karlılık, sosyal sorumluluk faaliyetleri, ürün ve hizmet ağı ve faizsizlik prensiplere uyum kriterleri takip etmektedir. Son kriter ise banka net karı olmuştur. Kullanılan dokuz kriterden ilk üç sırada yer alan en yüksek önem düzeyine sahip dört kriterin ağırlığı, toplam ağırlığın %68'ine denk gelmektedir. Diğer beş kriterin ağırlığı ise toplam ağırlığın %32'sine denk gelmektedir. Çalışmada kullanılan dokuz kriter doğrultusunda Vikor yöntemi ile yapılan analiz sonucunda en seçilebilir katılım bankasının banka 3 olduğu sonucuna varılmıştır.

Katılım bankalarının bankacılık sektöründe kapladığı küçük payda kendilerine avantaj sağlamaları için çalışmada kullanılan dokuz kritere ağırlık vermeleri önem teşkil etmektedir. Özellikle bu kriterler arasında daha yüksek ağırlığa sahip olan uygun şartlarda finansman kriterinde bankaların finansman kullandırma kolaylığına ağırlık vermeleri gerekmektedir. Günümüz koşullarında şubeye gitmeden farklı kanallar üzerinden kolaylıkla finansman kullanabilmek önemli hale gelmiştir. Katılım bankaları da farklı kanallar üzerinden finansman kullandırma hizmetlerini müşterilerine sunarak kendilerine bu rekabette avantaj sağlayabilir.

Bir diğer önemli kriter olan banka erişilebilirliği kriterinde de katılım bankaları henüz şube ağı bakımından yaygınlaşmamışlardır. Günümüzde bazı illerde katılım bankaları bulunmazken birçok ilde altı katılım bankasından bazıları hizmet vermektedir. Katılım bankaları şube ağlarını geliştiremeseler dahi farklı kurum anlaşmaları ile bu dezavantajı kapatabilirler. Özellikle PTT gibi yaygın şube ve atm ağına sahip kurumlarla ortak atm ve şube anlaşmaları yaparak bu olumsuz durumun doğurabileceği etkileri minimuma indirebilirler. Bu kurumların şubeleri üzerinden her türlü bankacılık işlemi yapılamasa dahi para yatırma ve çekme gibi temel bankacılık işlemleri gerçekleştirilebilir.

Katılım bankası seçiminde müşterilerin tercihini etkileyen önemli kriterlerden bir diğeri de bankaların reklam ve tanıtımının yeterli ölçüde yapılabilmesidir. Günümüzde halen daha katılım bankalarının işleyişi, ürün ve hizmetleri insanların birçoğu tarafından bilinmemektedir. İnsanların birçoğu katılım bankaları ile konvansiyonel bankaların işleyişlerinin aynı olduğu düşüncesine sahiptir. Katılım bankaları reklam ve tanıtıma önem vererek hem katılım bankacılığının daha iyi anlaşılmasını sağlamalı hem de kendilerine avantaj sağlamalıdır. Bunu yaparken özellikle toplumun geniş kitleleri tarafından yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları (facebook, instagram, twitter vb.) kullanılabilir.

Bu kriterlerin dışında yer alan kriterler de banka tercihini direkt olarak etkilemektedir ve bu kriterlere ağırlık gösterilmesi katılım bankalarının sektörde avantaj elde etmelerini sağlayacaktır.

Hazırlanan bu çalışmada katılım bankası tercihini etkileyen kriterler dokuz başlık altında toplanmış ve bu kriterler kullanılarak Vikor yöntemi ile analiz gerçekleştirilmiştir. Bundan sonra hazırlanacak çalışmalarda bu kriterler ek kriterler eklenerek (sermaye yapısı gibi) çalışmanın kapsamı genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- Albaraka Türk Yayınları (2018). *Albaraka Türk Katılım Bankası Katılım Bankacılığı Eğitim Dokümanı*. İstanbul. 31.
- Altaş, G. (2008). *Sermaye Piyasasında Gündem. Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği*, 69(18).
- Anaç, T. ve Kaya, F. (2017). Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (15): 145-182.
- Bayram, A. ve Özdemir, K. (2013). “İslami Finans Kavramı, Ürünler, Dünyada ve Türkiye’de Gelişimi ve Geleceği”. *Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi*, İstanbul, 4.

- (2017). “Katılım Bankacılığı Sektöründe Bireysel Müşterilerin Banka Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği”. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2): 75-96.
- Apak, S. ve Açıkgöz, A.F. (2011). Türkiye’de Katılım Bankacılığının Bankacılık Sektöründeki Yeri ve Finansal İstikrara Katkısı. *Muhasebe ve Finans Tarihi araştırmaları Dergisi*, 1: 73.
- Aras, O.N. ve Öztürk, M. (2011). Reel Ekonomiye Katkıları Bakımından Katılım Bankalarının Kullandığı Fonların Analizi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(1):172.
- Arslan, E.C. (2017). *Katılım bankacılığı sisteminin Türkiye ekonomisine katkıları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul
- Aslan, T. ve Sönmez, Y. (2018). Malezya’da Katılım Bankacılığı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5 (17): 338.
- Ayrıcaç, Y., Ada, Ş., Kaya, A. (2013). Katılım Bankacılığının Gelişiminin Önündeki Engeller. *Kahramanmaraş Sütü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (1): 123.
- “Bilanço Raporları”, *Bilanço Raporları - TKBB | Türkiye Katılım Bankaları Birliği* [07.12.2019].
- Çakır, E. (2016). Kısmi Zamanlı Olarak Çalışacak Öğrencilerin Analitik Hiyerarşi Prosesi Temelli Vikor Yöntemi ile Belirlenmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (29): 208.
- Demirdöğen, Y. ve Özkul, G. (2018). *Bankacılık İşlemlerinde Katılım Bankaları Tercihini Etkileyen Faktörler: Isparta Örneği*. S.Bozkuş Kahyaoğlu ve Z.U. Özkara (Ed.), Katılım Finans: Teorik ve Ampirik Çalışmalar İçinde, Gazi Kitabevi, Ankara, 339-364.
- Dinç, Y. (2018). Faizsiz Finansal Modellerin Finansal Katkıları. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 4 (2): 192.

- Dinç, Y., Nagayev, R., Jahangir, R. ve Ahmed, A. (2019). *Turkey Islamic Finance Report:2019*. Tasarruf Akademisi, 28
- Dinçer, H., Görener, A., (2011). Performans Değerlendirmesinde AHP-Vikor ve AHP-TOPSIS Yaklaşımları: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama. *Sigma: Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, (29): 248.
- Durak, İ. ve Bayat, M. (2017). Banka Seçiminde Müşteri Tercihleri: Katılım Bankaları Üzerinde Amprik Bir İnceleme. *The Journal of Social Science*, 1(2): 60-70
- Duramaz, S. ve Erol, İ. (2018). Banka Müşterilerinin Katılım Bankası Tercihlerine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (1):251-267.
- Erol, C. and El-Bdour, R. (1989). Attitudes, Behaviour, and Patronage Factors of Bank Customers towards Islamic Banks. *International Journal of Bank Marketing*, 7(6): 31-37.
- Ersoy, M. ve Süner, A. (2018). Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Katılım Bankacılığında Kamu Girişimi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 40(2): 176.
- Ertuğrul, İ. ve Karakaşoğlu, N. (2009). Banka Şube Performanslarının Vikor Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 20(1): 22.
- Gait, A. and Worthington, A. (2008). An Empirical Survey of Individual Consumer, Business Firm and Financial Institution Attitudes Towards Islamic Methods of Finance. *International Journal of Social Economics*, 35(11): 783-808.
- Gökçen, G. ve Gönen, İ. (2017). Katılım Bankalarının Finans Sektöründeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1):61-77.
- Güçlü, F. ve Kılıç, M. (2019). İslami Finansın Türkiye, A.B.D., İngiltere ve Malezya’da Gelişimi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(3): 287.
- Albaraka Türk Yayınları. (2016). Katılım Bankacılığı Sistemi, Çalışma esasları ve Uygulaması. İstanbul.

“ISDB Üyesi Ülkeler”,<https://www.isdb.org/> [25.01.2021].

“İslami Finans Kavramı, Ürünler Dünyada ve Türkiye’de Gelişimi ve Geleceği.”,
[İslamî Finans tkbb.org.tr](http://www.tkbb.org.tr) [15.12.2019].

Kalaycı, İ. (2013). Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?
Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 9(19): 54.

Kaya, R. (2013). *Türk Bankacılık Sisteminde Katılım Bankalarının Tercih Nedenleri ve Bir Araştırma*. (Yayınlanmış Doktora Tezi Çalışması). Marmara Üniversitesi. İstanbul.

“Kilometre Taşları”,<http://www.tkbb.org.tr/tarihce> [03.12.2020].

Lee, K. ve Ullah, S. (2011). Customers' Attitude Toward Islamic Banking in Pakistan.
International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 4(2): 131-145.

Metawa, S. ve Almosawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7): 299-313.

Ödeş, M. (2020). *Katılım Bankacılığının Türkiye Örneği Üzerinden Dünya Ekonomisine Katkıları*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi Çalışması). Marmara Üniversitesi. İstanbul.

Özsoy, İ. ve Görme, B. ve Mekik, S. (2013). Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1): 187-206.

Paksoy, S. (2015). Ülke Göstergelerinin Vikor Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Ekonomik ve Sosyal araştırmalar Dergisi*, 11(2): 160

Pehlivan, P. (2016). Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Bankacılık Sektöründeki Yeri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(31): 302.

Saiti, B. (2015). The Awareness and Attitudes Toward Islamic Banking: A Study in Malaysia. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 2(3): 172-196.

- Sakınç, Ö. ve Poyraz, F. (2018). Katılım Bankalarına Yönelik Yatırımcı Algısı: Çorum İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1): 433-454.
- Soba, M., Şimşek, A., Erdin, E., Can, A. (2016). Ahp Temelli Vikor Yöntemi ile Doktora Öğrenci Seçimi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 50: 117.
- Sönmez, Ahmet. “Bütünleşik Ahp Topsis*Vikor Uygulaması”. <https://www.slideshare.net/> [20.03.2020].
- Sümer, G. ve Onan, F. (2015). Dünyada Faizsiz Bankacılığın Doğuşu, Türkiyede Katılım Bankacılığının Gelişme Süreci ve Konvansiyonel Bankacılıktan Farkları. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3): 298.
- (2015). “Dünya’da Faizsiz Bankacılığın Doğuşu, Türkiye’de Katılım Bankacılığının Gelişim Süreci ve Konvansiyonel Bankacılıktan Farkları.” *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3): 304.
- Tatlı, H., Varol, A. ve Alakuştekin, A. (2017). Katılım Bankacılık Hizmetlerinde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Bingölde Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 9(2): 65-80.
- Tayyar, N., Arslan, P. (2013). Hazır Giyim Sektöründe En İyi Fason İşletme Seçimi için AHP ve Vikor Yöntemlerinin Kullanılması, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1): 348.
- Tekin, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 4(1): 135-150.
- Telli, K. (2019). *Katılım Bankalarının Sosyal Sorumluluk Projelerinin Marka Bilinirliğine Etkisi* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi Çalışması). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi. İstanbul.

Törenek, M. ve Yavuz, S. (2018): Katılım Bankacılığı Tercihinin, Müşterilerin Bazı Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18): 453-472.

Türkan, Y. ve Arpacık, M. (2017). Din Görevlilerinin Katılım Bankacılığına Bakış Açısı: Bingöl’de Ampirik Bir Uygulama. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14): 233-244.

“Türkiye Finans Sisteminde Katılım Bankacılığı”,<https://www.tkbb.org.tr/-genel-sunumlar> [28.04.2020]

Türkmenoğlu, R.E. (2007). *Katılım bankacılığı ve Türkiye’deki finansal yapı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Çalışması). Kırıkkale Üniversitesi. Kırıkkale.

Ustaoğlu, D. (2014). *Türkiye’de Katılım Bankacılığı Sektördeki Yeri ve Önemi*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi Çalışması). Adnan Menderes Üniversitesi. Aydın.

Yardımcıoğlu, M., Koçarlan, H., Anaç Göv, S. (2015). İslam Kalkınma Bankası. *Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2): 74.

----- (2015). İslam Kalkınma Bankası. *Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2): 74.

Yıldırım, D.Ç. ve Yıldırım, S. (2018). *Bahreyn’de İslami Finans ve İslami Bankacılık*. *Umuttepe Yayınları*, Yayın no: 275, s. 26.

Waidi, D.A. ve Irwani Abdullah, N. (2007), “Why do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks?” *International Journal of Bank Marketing* Vol 25 No.3, pp. 142-160.

----- (2018). *İslami Bankacılık Sistemine Genel Bir Bakış* Ekin Yayınları, s.3.

ÖZGEÇMİŞ

Mehmet Öztürk

Adres:

İletişim Bilgileri:

1994 yılında İstanbul Kadıköy’de doğdu. İlk öğrenimini 2008 yılında Ümraniye Mehmet Ali Yılmaz İlköğretim okulunda tamamladı. Orta öğrenimini 2012 yılında Ümraniye Anadolu Lisesinde tamamladı. Yüksek öğrenimini 2017 yılında Yalova Üniversitesinde İşletme (İngilizce)-(UOLP) bölümünde tamamlamıştır. Üniversiteden mezun olduktan sonra aynı yıl içerisinde iş hayatına Albaraka Türk katılım bankasında Ödeme Sistemleri Operasyon Müdürlüğüne bağlı Çağrı merkezi servisinde başlamıştır. Şu anda yine aynı kurumda Dijital Şube Yönetimi Müdürlüğü birimine bağlı Inbound Müşteri Çözümleri Servisinde Uzman Yardımcısı olarak iş hayatına devam etmektedir.

İlgi Alanları: Modern mimari, belgesel seyretmek, müzik dinlemek.

Sertifika ve Belgeler: KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılım Belgesi