

**T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KASTAMONU İLİNDEKİ BANKA MÜŞTERİLERİNİN
KATILIM (İSLAMİ) BANKACILIĞI HAKKINDAKİ ALGILARI**

Hakkı CENGİZ

Danışman	Prof. Dr. Muhsin HALİS
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Mine HALİS
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Tolga ULUSOY

KASTAMONU 2019

TEZ ONAYI

Hakkı CENGİZ tarafından hazırlanan "**Kastamonu İlindeki Banka Müşterilerinin Katılım (İslami) Bankacılığı Hakkındaki Algıları**" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri üyeleri önünde savunulmuş ve **oy birliği / oy çokluğu** ile Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **İşletme Anabilim Dalı**'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman

Prof. Dr. Muhsin HALİS
Kocaeli Üniversitesi



Jüri Üyesi

Doç. Dr. Mine HALİS
Kocaeli Üniversitesi



Jüri Üyesi

Doç. Dr. Tolga ULUSOY
Kastamonu Üniversitesi



15.02.2019

Enstitü Müdürü Prof. Dr. Cevdet YAKUPOĞLU



TAAHHÜTNAME

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildirir ve taahhüt ederim.



Hakkı CENGİZ

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KASTAMONU İLİNDEKİ BANKA MÜŞTERİLERİNİN KATILIM (İSLAMİ) BANKACILIĞI HAKKINDAKİ ALGILARI

Hakkı CENGİZ
Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Ana Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Muhsin HALİS

Bu araştırmanın amacı, Kastamonu ilindeki banka müşterilerinin İslami bankacılık ve finans uygulamaları hakkındaki algılarını bir anket uygulaması ile belirlemektir. Anketin örneklem kapsamındaki 275 katılımcıya internet ortamında ulaştırılmasıyla veriler elde edilmiştir. Toplanan veriler ile katılımcıların demografik özellikleri, İslami finans ve faizsiz bankacılık ürünleri hakkındaki düşünceleri istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

Veriler ile ilk önce frekans tabloları oluşturulmuştur. Ardından veriler çeşitli analiz yöntemlerine tabi tutularak önemli bulgular elde edilmiştir. Bulgulara göre; katılımcıların genel olarak İslami finans hakkındaki bilgi düzeyleri düşük seviyelerdedir. Murabaha ve Mudaraba katılımcılar tarafından en çok bilinen ürünlerdir.

Katılımcıların banka seçimini etkileyen en önemli faktörler; bankanın itibarı, düşük işlem masrafları ve banka personelinin davranışlarıdır. Dini hassasiyet ise son sıralarda yer almıştır. Ayrıca müşterilerin İslami bankacılık hakkında şüpheleri bulunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Katılım Bankacılığı, İslami Finans, Faizsiz Bankacılık, Müşteri

2019, 93 sayfa

ABSTRACT

M.Sc. Thesis

**THE PERCEPTIONS OF BANK CUSTOMERS ABOUT PARTICIPATION
(ISLAMIC) BANKING IN KASTAMONU**

Hakkı CENGİZ
Kastamonu University
Institute for Social Science
Department of Business Administration

Supervisor: Prof. Dr. Muhsin HALİS

Abstract: The purpose of this research, in the province of Kastamonu bank customers to determine their perceptions on Islamic banking and finance applications with a survey application. The data delivered by the 275 participants in the Internet environment within the scope of the survey sample was obtained. The demographic characteristics of the participants, Islamic finance and interest free banking products were analyzed statistically with the collected data.

First, frequency tables were created. Then, data were subjected to various analysis methods and important findings were obtained. According to the findings, participants have low levels of knowledge about general Islamic finance. Murabaha and Mudaraba are the most well-known products by the participants.

The most important factors affecting the choice of participants are; the bank's reputation, low transaction costs and the behavior of bank personnel. The religious sensitivity was close to the last rank. Customers also have doubts about Islamic banking.

Key Words: Participation Banking, Islamic Finance, Interest Free Banking, Customer

2019, 93 pages

ÖNSÖZ

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de faizsiz bankacılığa duyulan ilgi gün geçtikçe artmaktadır. Katılım bankacılığı, geleneksel bankacılığa alternatif bir bankacılık türü gibi gözüke de ilerleyen yıllarda hak ettiği yere ulaşacağına inanıyorum. Bu çalışmada olduğu gibi Katılım bankacılığına yönelik araştırmaların artması, İslami finans kuruluşlarının gelişmesine ve faiz hassasiyeti olan müşterilerine istenilen düzeyde hizmet sunmalarına yardımcı olacağı kanaatindeyim.

Bu çalışmanın hazırlanmasında yardımlarını esirgemeyen, kaynak araştırmalarımnda bana yol gösteren ve tecrübelerini benimle paylaşan tez danışmanım Prof. Dr. Muhsin HALİS'e şükranlarımı sunarım.

Bu çalışmanın tamamlanma sürecinde her zaman maddi ve manevi yanımda olan sevgili aileme, sevgisiyle huzur bulduğum nişanlım Gülpınar'a ve ailesine, dostlarıma ve tezimi hazırlamamda emeği geçen bütün herkese teşekkürlerimi sunar, İslami finans alanı ile ilgilenenlere faydalı olmasını dilerim.

Hakkı CENGİZ
Kastamonu, Şubat, 2019

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
TEZ ONAYI	II
TAAHHÜTNAME	III
ÖZET	IV
ABSTRACT	V
ÖNSÖZ	VI
İÇİNDEKİLER	VII
TABLolar DİZİNİ	IX
GRAFİKLER DİZİNİ	X
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	XI
1. GİRİŞ	1
2. FAİZSİZ BANKACILIK VE TÜRKİYE’DE KATILIM BANKACILIĞI	4
2.1. Faizsiz Bankacılık Kavramı ve Felsefesi	4
2.2. Faizsiz Bankacılığın Temel İlkeleri	8
2.3. Katılım Bankaları ve Mevduat Bankaları Arasındaki Farklar.....	11
2.4. Katılım Bankaları ve Mevduat Bankaları Arasındaki Benzerlikler	13
2.5. Faizsiz Bankacılığın Avantajları	14
2.5.1. Bankaya Sağladığı Avantajlar	14
2.5.2. Müşteriye Sağladığı Avantajlar	15
2.5.3. Ekonomiye Sağladığı Avantajlar.....	16
2.6. Faizsiz Bankacılığın Dezavantajları.....	17
2.7. Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları	18
2.7.1. Albaraka Türk Katılım Bankası.....	19
2.7.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası.....	20
2.7.3. Türkiye Finans Katılım Bankası.....	20
2.7.4. Vakıf Katılım Bankası	21
2.7.5. Ziraat Katılım Bankası.....	22
2.8. Katılım Bankalarının 2025 Strateji ve Hedefleri.....	22
3. FAİZSİZ BANKACILIKTA KULLANILAN YÖNTEMLER	24
3.1. Fon Toplama Yöntemleri	24
3.1.1. Özel Cari Hesaplar.....	24
3.1.2. Katılma Hesapları	25
3.2. Fon Kullandırma Yöntemleri	28
3.2.1. Murabaha	29

3.2.2. Mudaraba	31
3.2.3. Muşaraka.....	33
3.2.4. İcare	34
3.2.5. Selem	36
3.2.6. Sukuk.....	36
3.2.7. Tavarruk.....	42
3.2.8. Karz-ı Hasen	45
3.3. Diğer Faizsiz Bankacılık Ürünleri.....	46
3.3.1. Arbun	46
3.3.2. İsticrar	47
3.3.3. Tekafül.....	47
4. KASTAMONU İLİNDEKİ BANKA MÜŞTERİLERİNİN KATILIM (İSLAMİ) BANKACILIĞI HAKKINDAKİ ALGILARI.....	52
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	52
4.2. Literatür Taraması	52
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	53
4.4. Araştırmanın Yöntemi	53
4.4.1. Araştırmanın Modeli.....	53
4.4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	54
4.4.3. Verilerin Toplanması ve Analizi	54
5. BULGULAR.....	55
5.1. Ölçeklerin Güvenirlik Analizi	55
5.2. Frekans Tablolarının ve Analizlerin Yorumlanması.....	56
5.2.1. Müşterilerin Demografik Özellikleri	56
5.2.2. Diğer Anket Sorularının Frekans Tabloları	60
5.2.3. Katılımcıların İslami Finansa Karşı Bakış Açılarının Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi.....	64
5.2.4. Katılımcıların Banka Seçimi Sırasındaki Tercihlerine Yönelik Tutumlarının Analizi.....	66
5.2.5. Katılımcıların İslami Bankacılığa Ait Ürünlerle İlgili Görüşlerinin Analizi	67
5.2.6. Katılımcıların İslami Bankacılık Ürünleri Hakkındaki Bilinirlik Düzeylerinin Analizi	70
6. TARTIŞMA	72
7. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	77
KAYNAKÇA	82
EK 1 - Katılım Bankacılığı Anket Formu.....	90
ÖZGEÇMİŞ.....	93

TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 2.1. Kâr payı ile faiz arasındaki farklar	10
Tablo 2.2. Katılım Bankaları ile Mevduat Bankaları arasındaki farklar.....	12
Tablo 2.3. Ticaret ile kredi arasındaki farklar (kullandırılan fonlarda)	13
Tablo 3.1. Toplam sukuk ihraçlarının ülkelere göre dağılımı (2001-2017).....	41
Tablo 3.2. Tekafül ve klasik sigortanın farklılıkları	49
Tablo 3.3. Tekafül ve ticari sigortaların karşılaştırması	49
Tablo 5.1. Güvenirlilik Analizi Sonuçları.....	55
Tablo 5.2. Ölçeklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler	56
Tablo 5.3. Katılımcıların Yaş Dağılımı.....	57
Tablo 5.4. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	57
Tablo 5.5. Katılımcıların Gelir Seviyesi (TL olarak).....	57
Tablo 5.6. Katılımcıların Ne Tür Bankada Hesap Sahibi Olduklarının Dağılımı.....	58
Tablo 5.7. Katılımcıların Sahip Oldukları Hesapların Türü	58
Tablo 5.8. Katılımcıların Sahip Oldukları Hesap Türlerinin Niteliği	58
Tablo 5.9. Katılımcıların Ne Tür Bankadan Finansman Kullandıklarının Dağılımı .	59
Tablo 5.10. Katılımcıların Kullandıkları Finansman Çeşitlerinin Dağılımı	59
Tablo 5.11. Katılımcıların İslami Finansa Karşı Genel Bakış Açıları	60
Tablo 5.12. Katılımcıların Banka Seçimi Sırasında Dikkate Aldıkları Faktörler.....	61
Tablo 5.13. İslami Bankacılığa Ait Kullanılan Ürünlerle İlgili Görüşler	62
Tablo 5.14. İslami Bankacılık Kavramlarının Bilinirliği.....	64
Tablo 5.15. Katılımcıların İslami Finansa Karşı Genel Bakış Açılarının Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi.....	65
Tablo 5.16. İkinci Bölüm Sorularının Grup Ortalamasına Göre Anlamlı Farklılık Gösteren Maddeleri.....	66
Tablo 5.17. Katılımcıların Banka Seçimi Sırasındaki Tercihlerine Yönelik Tutumlarının Önem Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi.....	67
Tablo 5.18. İslami Bankacılığa Ait Kullanılan Ürünlerle İlgili ANOVA Sonuçları .	68
Tablo 5.19. İslami Bankacılığa Ait Kullanılan Ürünlerle İlgili Tukey Sonuçları.....	70
Tablo 5.20. İslami Bankacılığa Ait Ürünlerin Bilinirlik Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi	71

GRAFİKLER DİZİNİ

	Sayfa
Grafik 3.1. Toplam küresel sukuk ihraçları (2001-2017)	40
Grafik 3.2. Toplam sukuk ihraçlarının ülkelere göre yüzdesel dağılımı (2001-2017).....	41

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AAOIFI	İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Organizasyonu
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AŞ	Anonim Şirketi
ATKB	Albaraka Türk Katılım Bankası
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BIST	Borsa İstanbul
EUR	Avrupa Birliği Para Birimi
IDB	İslam Kalkınma Bankası
IFSB	İslami Finansal Hizmetler Kurulu
IIFM	Uluslararası İslami Finans Piyasası
KTKB	Kuveyt Türk Katılım Bankası
NCB	The National Commercial Bank
Ort	Ortalama
ÖFK	Özel Finans Kurumları
SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
SS	Standard Sapma
S&P	Standard and Poors
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TCMB	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TFKB	Türkiye Finans Katılım Bankası
TKBB	Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TL	Türk Lirası
TMSF	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
USD	Amerikan Doları
vb	ve benzeri
vd	ve diğerleri
VKB	Vakıf Katılım Bankası
VKŞ	Varlık Kiralama Şirketi
ZKB	Ziraat Katılım Bankası

1. GİRİŞ

Türkiye’de ve dünyada faizden uzak durmak isteyen bir kesim insan bulunmaktadır. Bu nedenle mevduat bankalarını tercih etmeyen müşterilerin tasarrufları ekonomiye dahil olmamaktadır. Yastık altında kalan ve piyasada değerlendirilmeyen birikimlerin, sahiplerine faydası olmadığı gibi ülke ekonomisine de bir katkısı olmamaktadır. “Katılım Bankaları, mali sektörde bir yenilik olarak, mevduat bankalarına gitmeyen fonları ekonomiye kazandırmak ve tasarruf sahiplerinin fonlarını güvenle saklamalarına ve değerlendirmelerine yardımcı olmak amacıyla kurulmuştur” (Albaraka Türk Katılım Bankası [ATKB], 2016, s. 11).

1963 yılında Mısır’da kurulan ve İslami esaslara göre hizmet vermeye başlayan “Mit Ghamr”, dünyanın ilk modern yapıya sahip İslami bankası olmuştur. Günümüzdeki finansal kuruluşlarla kıyaslanamayacak derecede kısıtlı işlem kabiliyetine sahip olan bu banka, tasarruf sahiplerinin fonlarını çiftçilere ve ihtiyacı olanlara faizsiz bir şekilde kullanmıştır. Ardından dünyadaki ilk ticaret kökenli İslami banka 1975 yılında Dubai’de faaliyete başlamıştır. Ülkemizde ise Katılım Bankacılığının temelleri, Osmanlı imparatorluğu zamanındaki Para Vakıflarına kadar dayanmaktadır (ATKB, 2016, s. 10).

Katılım Bankacılığı, İslam coğrafyasında dini hassasiyetleri sebebiyle faizi kullanmak istemeyen ve bu yüzden faizli bankalara gitmeyen insanların, İslami prensiplere göre faaliyet gösteren bankalara olan ihtiyaçlarından doğmuştur. İslam dünyasının ileri gelenleri, İslami değerlere ters düşmeyecek faizsiz bir bankacılık modeli hakkında uzun süren çalışmalar sonrasında kâr ve zarara katılma prensibine göre fon toplayan, ticaret mantığıyla hareket eden ve ortaklık prensibine göre finansman sağlayan bir faizsiz bankacılık modelinin İslami esaslara uygun olacağına ve bu prensipleri benimseyerek hizmet verebilecek kuruluşların kurulabileceği neticesine ulaşmışlardır.

İslami esaslara göre kurulan finans kuruluşları, iştiraklerinin ve şubelerinin vasıtasıyla yetmiş beşten fazla ülkede ve beş yüzden fazla şirketle hizmetlerine devam etmektedir. Batılı banka ve kurumlar da bünyelerinde faizsiz prensiplere göre

hizmet veren birimler kurmuşlardır. “Bunlara örnek olarak; Citibank, HSBC, Union Bank of Switzerland, Kleinwort Benson, ANZ Grindlays, Goldman Sachs gibi bankalar/kurumlar sayılabilir. Batılı bankalarca kurulan ilk bağımsız ve faizsiz banka, Citibank tarafından 1996 yılında, 20 milyon USD sermayeyle Bahreyn’de kurulan Islamic Investment Bank’tır” (ATKB, 2016, s. 10).

Türkiye’de 1983 yılının son aylarında yayımlanan 83/7506 sayılı “Özel Finans Kurumlarının Kurulması, Faaliyetleri ve Tasfiyelerine ilişkin Esas ve Usullere Dair Bakanlar Kurulu Kararı” ile, bu Karara bağlı olarak Hazine ve Merkez Bankasının onayı ile yayımlanan Tebliğ ve Yönetmeliklerle kurulan Özel Finans Kurumları (ÖFK), ilk kez körfez kökenli Albaraka Türk ve Faisal Finans Kurumları ile 1985 yılında kuruluş çalışmalarını tamamlayarak faaliyetlerine başlamışlardır (ATKB, 2017, s. 35). 1999 yılında Bankalar Kanunu kapsamına alınan Özel Finans Kurumları, mevduat bankalarının aksine kâra ve zarara katılma esası ile çalışmaktaydılar. ÖFK kavramı faaliyetler sonucunda kâra ve zarara katılmayı prensip edinen İslami bankacılık sistemini istenilen düzeyde ifade edememekteydi. Bu nedenle birtakım sıkıntıların yaşanmasına sebep oluyordu. Özel Finans Kurumları ifadesinin açık ve sade olmaması sebebiyle, herkesin kolaylıkla anlayabileceği bir kavrama gerek duyulmaktaydı. Bunun yanında yurt dışında kullanılan İslami ya da faizsiz bankacılık kavramları da tam olarak ihtiyacı karşılamıyordu.

“Yurtdışı işlemlerde uluslararası sistem, muhatap bankalar, içinde banka ismi geçmemesi ve Türkiye’ye has olması sebebiyle, bu kurumları banka olarak değil de adeta finansal kiralama (leasing), faktoring şirketleri ya da özel şirketler gibi değerlendiriyordu” (ATKB, 2016, s. 11). Bu kurumların faaliyetlerini kısıtlıyor ve çoğu işlemde olduğu gibi uluslararası işlemlerde de sıkıntılar oluşturmuyordu. Bu nedenlerle, 1 Kasım 2005 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanan 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile Özel Finans Kurumları herkes tarafından anlaşılabilen, kâr ve zarara katılmayı esas alan bankacılık sistemini doğru olarak ifade eden “Katılım Bankaları” adını aldığı gibi aynı zamanda eski adı Özel Finans Kurumları Birliği olan birliğin unvanı da Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) olarak değiştirilmiştir.

Katılım Bankaları'nın Bankacılık Kanunu'na tabi oldukları 2005 yılındaki aktif büyüklüğü 9 945 milyon TL iken, bu rakam 2017 yılı sonu itibariyle 160 136 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Bankacılık sektöründeki payları ise kamu kaynaklı bankaların da sektöre girmesiyle %2,44'ten %4,91'e yükselmiştir. Ülkemizde faaliyetlerine devam eden beş adet Katılım Bankası bulunmaktadır. Bu bankalar; Albaraka Türk, Kuveyt Türk, Türkiye Finans, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım bankalarıdır.

Müslümanların büyük bir çoğunluğu, inançlarından ödün vermek istememektedir ve bu nedenle, faiz ve diğer etik değerler ile dini normların yasaklanmasına dayanan Katılım Bankacılığı, dünyadaki Müslümanlar arasında ve toplumumuzda daha popüler hale gelmektedir. Dolayısıyla İslami Finans kavramı birçok yerli ve yabancı araştırmaya konu olmuştur. Bu çalışmaların amacı her geçen gün ilerleyen bankacılık sektöründeki faiz hassasiyeti olan müşterilerin ihtiyaçlarını ortaya koymak ve aynı zamanda Katılım Bankacılığını seçenlerin memnuniyetini ölçerek sektördeki pazar paylarının artmasına yardımcı olabilecek tavsiyeler sunmaktır. Çalışmamızdaki potansiyel araştırma alanımız ise Karadeniz'in batı kısmında bulunan Kastamonu ilimiz olacaktır. Araştırmamız; İslami bankacılık ve finans uygulamalarının ele alındığı ve sorunlarını inceleyeceğimiz banka müşterilerine dayalı bir araştırma olacaktır. Kastamonu ilindeki banka müşterilerinin Katılım Bankacılığına olan duyarlılıkları anket uygulamasıyla belirlenmeye çalışılacaktır. Müşterilerin anket sorularına verdikleri cevaplar ile toplanan veriler analiz edilerek çeşitli bulgular elde edilecektir.

2. FAİZSİZ BANKACILIK VE TÜRKİYE’DE KATILIM BANKACILIĞI

Faizsiz bankacılık sadece ülkemizde değil, tüm dünyada Müslümanların finansal hizmet taleplerini karşılamak amacıyla oluşturulmuş, giderek büyüyen bir sistemdir (Yabanlı, 2009, s. 81). Dünyada, “İslami Bankacılık” adı ile anılan faizsiz bankacılık sistemi, ülkemizde “Katılım Bankacılığı” kavramı ile ifade edilmektedir. Ülkemizde beş, dünyada ise yüzden fazla kurum ile temsil edilen faizsiz bankacılık sistemi, başta İslam ülkeleri olmak üzere uzun yıllardır en çok tartışılan ve en çok yorum yapılan konu haline gelmiştir. Bu yüzden çalışmamızın bu bölümde, ilk olarak Katılım Bankacılığının kavramından, felsefesinden ve temel ilkelerinden bahsedilecektir. Ardından, Katılım bankalarıyla Mevduat bankalarının farkları ve benzerlikleri ortaya koyularak faizsiz bankacılığın taraflara sağladığı avantajlar ve dezavantajlar belirtilecektir. Bölümün son kısmında ise, Türkiye’de faaliyetlerine devam eden Katılım Bankalarının genel bilgilerine yer verilecektir.

2.1. Faizsiz Bankacılık Kavramı ve Felsefesi

Ülkemizde “Katılım Bankası” olarak bilinen kuruluşlar, dünya genelinde “Islamic Bank” ya da “el-Benkü’l-İslâmî” adıyla bilinmektedir. Bu da söz konusu müesseseleri diğerlerinden ayırmakla birlikte faaliyetlerinin de İslam hukuku çerçevesinde olduğunu göstermektedir (Aktepe, 2013, s. 17). Katılım bankalarının kuruluş aşamasında pek çok İslam âliminin katkısı bulunmaktadır. Bu kurumlar, onların görüşleri çerçevesinde teorik bir alt yapı oluşturularak kurulmuştur. Ülkemizde de bu kuruluşlar fıkhi danışma kurullarından veya fıkhi danışmanlardan görüş alarak faaliyetlerini sürdürmektedirler (Odabaşı, 2017, s. 1).

“Temel yapısı itibarıyla faizsiz bankacılığı, parasal işlemlerle mal ve hizmet hareketlerinin birbirine sıkı sıkıya bağlandığı, her para hareketinin mutlaka bir mal veya hizmete karşılık geldiği, gelirin ise, kâr ve zarar ortaklığı esasına göre bölüşüldüğü bir sistem olarak” (Özsoy, 2012, s. 19) ya da “faizsizlik prensiplerine göre çalışan, bu prensiplere uygun her türlü bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren, kâr ve zarara katılma esasına göre fon toplayıp, ticaret, ortaklık ve finansal kiralama

yöntemleriyle fon kullandıran bir bankacılık modeli” olarak tanımlamak mümkündür (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 9).

Katılım Bankacılığının bir diğer tanımı ise, birikimlerini bankaya kullandırmaları karşılığında faiz almak istemeyenlerin, yani bu birikimlerini bankalara yatırmak yerine döviz, altın, arsa, konut veya bina olarak kıymetlendiren tasarruf sahiplerinin, bu birikimlerinin ekonomiye sokulabilmesi amacı ile kurulan, kâra ya da zarara ortaklık mantığıyla hizmet veren kurumların olduğu sistem şeklinde ifade edilmektedir (Takan, 2001, s. 16).

Yapılan bu kadar tanımlar doğrultusunda İslami finansı; “İslami kurallar çerçevesinde para yönetimi ilmi” olarak tanımlamak mümkündür. İslami finansın kapsamına ise; fon fazlası olanlar ile fon ihtiyacı olanlar arasında meydana gelen bütün işlemler, etkin fon yönetimi, finansal pazar ve kurumlar, sermaye yatırım fonları, sigorta kurumları, aracı kurumlar ve finansal risk yönetimi girmektedir. Burada sayılan bütün işlemlerin İslami finasta uygulanabilmesi için öncelikle İslam hukuku kurallarına uygun olarak gerçekleştirilmeleri gerekmektedir (Akten Çürük, 2013, s. 4).

Katılım bankaları ise genel bankacılık sisteminde bu temel esasları referans alarak faaliyetlerini sürdüren bankalardır. Katılım bankaları, tasarruf sahiplerinin fonlarını güvenle saklamalarına ve faizsiz bankacılık ilkelerine uygun olarak değerlendirmelerine yardımcı olmakla birlikte, yatırımlar için alternatif alanlar sunarak körfez fonlarını çekmek amacıyla kurulmuştur (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 8).

Bu bankalarda gerçekleştirilen işlemlerde, faizi ve belirsizliği içeren, çok riskli ve spekülatif işlemlere yer verilmemekte olup alkol içeren içecekler, silahlar ve tütün mamulleri gibi topluma zararı dokunacak alanlarda bankacılık işlemleri yapılmamaktadır. İslami bankalarının var olma sebebi ve Altın Kuralı “Faizsizlik Prensibi” olarak kabul edilmektedir. Faizsizlik Prensibinin özünde ise; fon toplanırken faiz yerine kâra veya zarara katılım esasına göre fon kabul ederek müşterilere “sabit bir getiri” taahhüt etmemek ve fon kullandırmalarında nakit kredi vermeyip, “müşterinin ihtiyaç duyduğu malı satıcıdan peşin alıp kendisine vadeli

olarak satmak, kiralamak veya iş sahibiyle proje bazında ortaklık oluşturmak” yer almaktadır (Türkiye Katılım Bankaları Birliği [TKBB], 2017, s. 3-4).

Bütün sistemlerin kendine has felsefi temelleri bulunmakta olup tüm ekonomik sistemlerin bir felsefe temeline dayandığı bilinmektedir. Finans ilminin felsefesi ise “mevcut değeri maksimize etmeye” dayanmaktadır. Mevcut değer maksimize edilirken finansçının, kendi finansal çıkarını maksimize ettiği gibi aynı zamanda toplumun da çıkarlarını maksimize ettiği kabul edilmektedir. Ancak klasik finans ilminde din değerlerin yeri olmadığından, insan dini bir kurala göre hareket etmeyerek sadece sosyal hayattaki etik kurallara uymaktadır. İslami finansın felsefi temelini de yine “değer maksimizasyonu” oluşturmaktadır. Ancak burada durum klasik finanstan farklı olarak sosyal, siyasi, kültürel vb. yönlerdeki gibi finans alanında da İslami kurallara göre hareket edilmektedir. Bu kurallar çerçevesinde hayatını ve ahiretini maksimize etmeye çalışan insan, inancı gereği dini esaslara bağlı bir şekilde iktisadi yaşantısını düzenlemekte ve sürekli olarak gelişme sağlamaya çalışmaktadır (Akten Çürük, 2013, s. 6-7).

Bu çerçevede Hazıroğlu (2015, s. 83-89) çalışmasında Katılım felsefesinin esaslarını ve İslam düşüncesindeki temel dayanaklarını gösteren ilkelerini on üç başlık altında toplamıştır:

1. Tevhit ilkesi: İslam dininin özü “tevhit inancı”dır. Allah, evrenin tek yaratıcısıdır ve kullarını da bir ve eşit olarak yaratmıştır. Bu yüzden toplumsal yaşamda herkes birbirine eşit olmak durumundadır. İnsanlar hayatlarını idame ettirirken birbirlerini bir, eşit ve kardeş olarak görmeleri bu ilkenin en temel özelliğidir. İslam dini tüm alanlarda bir olmak, beraber olmak ve dayanışma içinde olmak mantığıyla hareket ettiğinden ortaklığı yani katılımı teşvik etmektedir.
2. Adalet ilkesi: Müslümanlar Allah’ın emri ile yeryüzünde adaleti temsil etmek zorundadırlar. Yani insanların davranışlarında başkalarına zarar vermeyecek şekilde hareket etmesi ve insanlar arasında hakkaniyete uygun bir ortamın oluşturulması gerekmektedir. Adalet mekanizmasının gerektiği gibi çalıştığı bir toplumda dirlik ve düzenin kurulması kolaylaşmaktadır.
3. Ahlak ilkesi: Ahlak, “özü sözü bir olmak” anlamına gelmekte olup yaratılışa uygun davranmak ve insan fitratına uyumlu yaşamak demektir. Ahlak, insanların uyum içinde yaşayıp kardeş olmalarını gerektirdiğinden, toplumsal bütünlüğü, birliği, eşitliği ve dayanışmayı zorunlu kılmaktadır.

4. Mizan ilkesi: Allah mizana, tartıya ve ölçüye uymayı emrederek yeryüzünü bütün canlıların istifadesine sunduğunu bildirmektedir. Yani Allah'ın bahsettiği nimetleri kimsenin inkâr etmemesi gerektiğini ve onlardan herkesin istifade etmesinin bir zorunluluk olduğunu belirtilmektedir. Bu da mizan ilkesi kapsamında hayatta dengenin kurularak herkesin bu nimetlere ulaşabilmesi anlamına gelmektedir.
5. Toplum ilkesi: Toplum olmak, yüksek bir ideal uğrunda kenetlenerek birlikte var olmak demektir. Bu çerçevede toplum ilkesi; bir olmak, yardımlaşarak dayanışma içinde birlikte yaşamak anlamına gelmektedir.
6. Emek ilkesi: Allah, yüce kitabında insanlara çalışıp elinin emeği ile kazandığından daha hayırlısının olmadığını bildirmiştir. Yani insan, ancak kendi emeğiyle huzuru ve mutluluğu yakalayabilir. Ayrıca emek sahibi olmak, insanın hayata katılım sürecini olumlu yönde etkilemektedir.
7. Servetin devlet olmaması ilkesi: Allah, Haşr Suresinin yedinci ayetinde; insanlar arasında bir güç simgesi olan servetin, yani malların sadece zenginler arasında dolaşmamasını emretmiştir. Çünkü malların bu şekilde sadece zenginlerin himayesinde olması, yani servetin aralarında elden ele dolaşan bir devlete dönüşmesi, toplumdaki eşitlik ilkesini hiçe saymak anlamına gelmektedir.
8. Üçüncüsü benim ilkesi: Ebu Davud'un rivayet ettiğine göre Hz. Muhammed (aleyhisselâm) şöyle buyurdu; "Allah buyurdu ki; iki ortakdan biri diğerine hıyanet etmediği sürece onların üçüncüsü Benim. Şayet biri diğerine hıyanet ederse Ben aralarından çıkarım". Yani Allah bu ifadeyle, katılımı ve ortaklığı teşvik ederek birbirlerine karşı dürüst olan ortakları himayesi altına aldığını işaret etmektedir.
9. Faiz yasağı ilkesi: İnsanlar sahip oldukları ekonomik seviyeyi artırmak için tarih boyunca çeşitli yöntemler kullanmıştır. Bu yöntemlerin en eskilerinden birisi de faizli işlemlerdir. Bizleri yaratan Yüce Rabbimiz, Yahudilik'te ve Hristiyanlık'ta yasakladığı faizi İslamiyet'te de zulüm olarak nitelemiş ve ağır tehditlerle yasaklamıştır (Aktepe, 2018, s. 25). Faiz yasağı, insanların emek vermeden para kazanmasının önüne geçerek diğer insanların sömürülmesini engelleyen ve böylece toplumun da düzeninin bozulmasını önleyen bir prensiptir.
10. Karz-ı Hasen ilkesi: Karz-ı Hasen, faizsiz borç verme anlamına gelmektedir. Yani ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanan insanlara ödünç olarak borç vermek; insanları birbirine bağlayıp aralarındaki dayanışmayı arttıran ve dinen de teşvik edilen bir yardımlaşma biçimidir. Karz-ı Hasen'de, insanlar muhtaçların ihtiyaçlarını karşıladıkları takdirde Allah'tan manevi anlamda alacaklı duruma geçtiklerine inanmaktadır.

11. Zekât ilkesi: Zekât; “artma, arıtma, övgü ve bereket” manalarına gelmektedir. Zekât veren kişi, günahlarından ve fazla mallarından arınırken aynı zamanda toplumsal ayrışmayı ve sınıflaşmayı da engellemektedir. Bu bakımdan zekât, toplum içindeki insanların iletişimi artıran ve toplumsal birliği devam ettiren en önemli ilkelere dendir.
12. İhsan ve infak ilkesi: İhsan ve infak; “bir şeyi, bir kimseyi korumak, yardım etmek ve iyilikte bulunarak hayra vesile olmak” anlamlarına gelmektedir. İyilik yapmayı ve yardımlaşmayı öne çıkaran bir ilke olup katılımı teşvik etmektedir.
13. Medine bilinci ilkesi: Malını mülkünü geride bırakarak Medine’ye hicret eden Mekkeli Müslümanlara, Medine halkı kapıları açmış ve onlarla her şeylerini paylaşmışlardır. Medineli Muhacirlere kucak açan Medine halkı, yaptıkları fedakârlıklardan dolayı Kuran’da “yardım eden, sahip çıkan, paylaşan” anlamlarına gelen “Ensarlar” olarak anılmışlar ve bu övgü dolu sifata mazhar olmuşlardır. Hicret, İslam tarihinde birliğin, ortaklığın ve katılımın fiilen yaşandığı, toplum bilinci içerisinde paylaşmanın ve dayanışmanın zirveye ulaştığı yaşanmış olan en önemli örnektir. Medine bilinci; bu bağlamda bütün toplumların sahip olması gereken bir değerdir.

Sonuç olarak Katılım Bankacılığının felsefesi, Kur’an’a ve Hz. Muhammed’in (aleyhisselâm) Sünnetine dayanan İslam İktisadı üzerine inşa edilmiş bir felsefe olarak kabul edilmektedir. Bu temel felsefenin hedefinde ise, insanı ön plana çıkararak, hayatı ahlaki açıdan yeniden ihya, inşa ve imar etmek yer almaktadır. Esasında burada önemli olan insana değer verilmesi ve finansal ihtiyaçlarının giderilmesidir (ATKB, 2016, s. 8).

2.2. Faizsiz Bankacılığın Temel İlkeleri

Faizsiz bankacılık da genel bankacılık gibi güven, istikrar, emniyet ve kârlılık gibi temel ilkelere dayanmaktadır. Genel bankacılık ilkelerinin yanında Katılım Bankacılığının kendine has bazı ilkeleri de bulunmakta olup bu ilkelere “Faizsiz Bankacılık” ilkeleri denilmektedir. Bunlar (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 4-5);

1. Faizsizlik: Bu tür bankacılığın temel özelliği faizsizliktir. Bu bankacılıkta fon toplarken ve kullandırırken faiz enstrümanı kullanılmadığı gibi diğer hizmetlerde de faiz kullanılmamaktadır. Yani “faizsizlik” İslam ekonomisinin ve Katılım Bankacılığının en belirgin özelliği olarak kabul edilmektedir (Yabanlı, 2009, s. 220). Aslında İslami finasta faizsizlik ilkesi ile ulaşılmak istenen, taraflar arasındaki eşit olmayan çıkarların yasaklanmasıdır. (El-Gamal, 2006, s. 2).

2. Reel ekonomiye dayalı bankacılık: Bu bankacılık yüzde yüz reel sektöre ve reel ekonomiye bağlı bir bankacılık türüdür. Nakit kredi kullandırılmayarak finansman bedeli müşteri yerine satıcıya ödenmektedir. Kullandırılan finansmandaki asıl niyet; nakit temini değil sadece mal alımıdır. Bu tür finansmanın kullanılabilmesi için arada “mal, hizmet, proje, ortaklık, kiralama vb.” olmalıdır. Katılım bankaları topladıkları fonları sabit getirili yani faizli ürünlerde kullanamadıkları için toplanan fonları tekrar reel ekonomiye aktarmak zorundadırlar (Demir, 2015, s. 40).
3. Risk paylaşımı esası: Katılım Bankacılığında riskin bir kişinin üzerinde kalması yerine taraflar arasında paylaşılmasının daha hakkaniyetli olduğu düşünülmektedir. Bankaya fon yatıran kişi, parayı yatırdığı anda bir nevi bankaya ortak olarak yatırımcı kimliğine sahip olmaktadır. Bunun neticesinde bankanın ticari faaliyetlerinden gelecek kârı veya zararı paylaşmak için iş riskini ortaklaşa üstlenmiş olurlar. İslam’a göre de tarafların kârı veya zararı dengeli bir şekilde paylaşması gerekmektedir (Tunç, 2010, s. 122). Geleneksel bankacılıkta ise tüm risk girişimci tarafından karşılanır. Projenin başarıya ulaşıp ulaşmaması veya kâr sağlayıp sağlamaması sermayedarı ilgilendirmedeği gibi önceden belirlenmiş olan getiriye de sahip olmaktadır. İslam’da, bu tür adil olmayan bir risk dağılımına izin verilmemektedir. Yani İslami bankacılıkta hem yatırımcı hem de girişimci, projenin sonuçlarını eşit bir şekilde paylaşmaktadır (Kettell, 2011, s. 34).
4. Belirsizlik yasağı: İşlemlerde belirsizlik İslam hukukunda “garar” kelimesi ile ifade edilmektedir. Sözlükte ise garar kelimesi; “tehlike, risk, kişinin bilmeden canını veya malını tehlikeye sokması” anlamlarına gelmektedir (Demir, 2015, s. 30). Belirsizlik taraflardan birisine zarar verebileceği gibi taraflar arasında da ihtilafa yol açabileceğinden yasaklanmıştır. Bu yüzden taraflar arasında yapılan anlaşmalarda belirsizliğe yol açabilecek hükümlere yer verilmemelidir. Yapılan bir alışveriş işleminde alınan mal, malın bedeli, vadesi ve türü anlaşmazlığa yol açmayacak derecede bilinmelidir (Aktepe, 2013, s. 14). 2008 yılında yaşanan ekonomik krizin en önemli nedenlerinden birisi de kullanılan kredilerin genellikle değişken faizli olmasıdır. Bu durum göz önüne alınırsa Katılım Bankacılığının bu ilkesinin ne kadar yararlı olduğu anlaşılabilir.
5. Aşırı risk ve spekülasyon yasağı: Katılım Bankacılığında Forex vb. gibi aşırı risk içeren işlemler yasaklanmıştır. Ayrıca büyük risk taşıması nedeniyle spekülatif işlemlere de yer verilmemektedir. Bir malın fiyatının yükseleceği varsayımıyla satın alınmasına spekülasyon denilmektedir. Geleceğe yönelik varsayım üzerinden hareket edenlerin zarar etme ihtimali oldukça yüksektir. Bu nedenle İslamiyet’te aşırı risk ve spekülasyon içeren işlemler yasaklanmıştır (Yılmaz, 2010, s. 8).

6. Zararlı faaliyet ve ürünlerin yasaklanması: Katılım bankalarının, genel ahlak kurallarına uymayan, aynı zamanda toplumun değerlerine zarar verecek faaliyetlerde bulunması ve bu faaliyetleri fonlaması mümkün değildir. İnsanlığa zararlı olduğu kabul edilen alkollü içecek, tütün ürünleri, uyuşturucu, kumar, şans oyunları, domuz ürünleri, silah ve müstehcen yayınlarla ilgili hizmetler yasaklanmıştır (Tunç, 2010, s. 125).

Bilindiği gibi Katılım bankalarının varlık nedeni ve en önemli ilkesi faizsizliktir. Bu bankalar kâr payı esasına göre faaliyet göstermektedirler. Konunun kavranabilmesi açısından kâr payıyla faizin arasındaki farklar Tablo 2.1’de karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Tablo 2.1. *Kâr payı ile faiz arasındaki farklar*

Kâr Payı	Faiz
1. Alışveriş veya ortaklık akdidir.	1. Borç ve faiz akdidir.
2. Katılma hesabına para yatırıldığı gün vade sonunda alınacak olan kâr payı belli değildir. Kâr payı vade sonunda belli olur.	2. Mevduat hesabına para yatırıldığı gün vade sonunda alınacak faiz oranı bellidir.
3. Fon havuzlarında biriken paralar, fon ihtiyacı olan müşterilerin ticari faaliyetlerinin finansmanında kullanmaları için verilir. Bu ticaretin sonunda elde edilen kârlar ve zararlar havuzlara yansıtılarak fon sahiplerine kâr payı ya da zarar olarak dağıtılır.	3. Müşteriye ödenecek olan faiz baştan bellidir ve bu oran değişmez.
4. Müşterilerin anapara garantisi yoktur. Hesap sahibi hesabın vade tarihinde kârlı göstermesi durumunda kârlı bakiyeyi alır, zarar göstermesi halinde anaparasından daha düşük tutar alır.	4. Müşterinin anapara garantisi vardır. Vadeden önce para çekilmesi halinde vade bozular.
5. Kâr payı ticarete veya ortaklığa dayanmaktadır. Ticaret veya ortaklık, yani alışveriş ise helal kılınmıştır.	5. Faiz haram kılınmıştır.
6. Katılım Bankaları üretim, yatırım ve ticaretle/ortaklıkla ilgilenir. Fon fazlası olan müşterilerinden topladığı fonları ve özkaynaklarını ticarete/ortaklıkta değerlendirerek toplumsal fayda sağlamayı hedefler. Ticarete/ortaklıkta elde edilecek kâr veya zarar ise tarafların kâr payını oluşturmaktadır.	6. Faiz işleminde paradan para kazanılır. Bu tür işlemlerin ekonomik bir yönü olmayıp, topluma da artı bir değer üretmez.
7. Gerçek alışveriş olduğu için reel sektörü ve kayıtlı ekonomiyi destekler.	7. Nakit para ticaret dışında her türlü tüketim için kullanılabilir.

(Kaynak: ATKB, 2016, s. 10)

Daha önce belirttiğimiz genel kabul görmüş ilkelerin yanında, İslami Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB) tarafından belirlenen ve uyulması gereken bazı ilkeler de

bulunmaktadır. IFSB, tüm dünyada İslami kurallara uygun hizmetler sunan katılım bankalarının ve finansal şirketlerin hizmet standartlarını belirlemede en etkin kuruluşlardan bir tanesidir. IFSB, dünyadaki katılım bankalarının örnek almasını istediği ve uyulmasını faydalı gördüğü “İş etiği temel ilkeler” listesi hazırlamıştır. Bu ilkeleri benimseyen ve İslami kurallara göre hareket eden kurumlardan beklenen, sadece onların sıradan emsalleriyle eşit şartlarda bulunmaları değil, bunun yanında faaliyetlerini de dini ilkeleri yansıtan bir iş ahlakına uygun olarak sürdürmeleridir (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 12). Bu ilkeler kısaca şu şekilde özetlenmektedir;

1. İlke: doğruluk, dürüstlük ve adalet,
2. İlke: gerekli itina ve gayreti gösterme,
3. İlke: çalışanların gerekli yetkinliğe sahip olmaları,
4. İlke: müşteriler hakkında yeterli bilgi edinme,
5. İlke: müşterilere yeterli bilgi verme,
6. İlke: çıkar ve görev çatışmalarını engelleme,
7. İlke: İslam dininin kurallarına uygunluk (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 13).

Yukarıdaki ilke ve prensiplerin genel amacı; Katılım Bankacılığının daha sağlıklı bir şekilde ilerlemesini ve özellikle krizlere karşı daha dirençli olmasını sağlamaktır. Nitekim bu durum 1997’de yaşanan Uzak Doğu krizinde ve 2008 yılındaki küresel krizde gözlemlenerek katılım bankalarının krizlere karşı daha dayanıklı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

2.3. Katılım Bankaları ve Mevduat Bankaları Arasındaki Farklar

Katılım bankalarıyla mevduat bankaları arasında olan farklar zannedildiğinden çok daha büyük ve önemlidir. Katılım bankaları ve mevduat bankaları ayrı dünyaları, ayrı anlayışları temsil etmektedir. (Özsoy, 2012, s. 68). Katılım bankaları ve mevduat bankaları arasındaki temel farklılıklar Tablo 2.2’de açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 2.2. Katılım Bankaları ile Mevduat Bankaları arasındaki farklar

Katılım Bankaları	Mevduat Bankaları
1.Özel cari hesaplar ve katılma hesapları yoluyla fon toplar.	1.Ticari hesap ve mevduat hesapları yoluyla fon toplar.
2.Katılma hesapları ve özel cari hesaplar yoluyla toplanan fonlar, fon ihtiyacı olan müşterilerin ticari faaliyetlerinin finansmanında kullanılır.	2.Hem fon toplarken hem de fon kullanırken faiz esaslıdır.
3.Katılım Bankaları kaynak toplarken hesap sahipleriyle kâr zarar ortaklığı; kaynak kullanırken ise; vadeli satış, finansal kiralama, kâr zarar ortaklığına dayanan işlemler yapmaktadırlar.	3.Mevduat bankaları parayı bir ticari ürün gibi alıp sattıklarından dolayı paradan para kazanırlar.
4.Nakit kredi kullanmazlar; fon kullanımları ticari faaliyetin finansmanına dayanmaktadır.	4.Faiz karşılığında nakit kredi kullanılmaktadır.
5.Fon kullanımları kâr/zarar yönetimiyle fon kullandırma ve ortak yatırımlara dayanır. Bu yüzden, Katılım Bankacılığı sisteminde teminat ve ipotek kadar “ortak olunan projenin sağlamlığı” da önemlidir.	5.Ortaklık söz konusu olmadığı için kredi kullanımlarında müşterinin göstereceği teminatlar daha önemlidir.
6.Finansal kiralama işlemi yaparak müşterilerinin ticari faaliyetleri için kaynak sağlamış olurlar.	6.Mevduat bankaları finansal kiralama işlemi yapamamaktadır.
7.Katılım bankalarından fon kullanan müşterilerin, belirli bir vade sonunda ödeyeceği tutar bellidir. Bu tutar yaşanan ekonomik sorunlar veya krizler sonucu değişmez.	7.Bankalar elinde bulundurduğu fonları faiz içeren finansal enstrümanlarda değerlendirebildiğinden, ekonomik bir kriz halinde faizlerde yaşanan değişikliği kredi kullandığı müşterilerine yansıtabilmekte veya kullandığı krediyi vade tarihinden önce geri çağırabilmektedir.
8.Katılma hesaplarında kâr ve zarara katılım söz konusu olduğundan vade tarihinden önce kâr ve zarar belli değildir.	8.Vadeli mevduat hesapları faize dayalı olduğu için vade sonunda ele geçecek paranın tutarı bellidir.
9.Kâr ve zarara katılma esasına göre toplanan fonlar, faizsiz yöntemlerle ticari faaliyetlerde değerlendirilir.	9.Toplanan fonların bir kısmı ticari faaliyetlerde değerlendirirken, geri kalan kısmı faizli finans enstrümanlarında değerlendirilir.

(Kaynak: ATKB, 2017, s. 45-46)

Yukarıda belirttiğimiz Katılım Bankaları ile Mevduat Bankaları arasındaki genel farklar haricinde, kullanılan fonlarda da farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkları belirtmek amacıyla katılım bankalarının kullandığı “Ticaret (alım satım) mantığı” ile diğer bankaların kullandığı “Kredi (borç para verme) yöntemi” arasındaki farklara Tablo 2.3’te yer verilmiştir.

Tablo 2.3. Ticaret ile kredi arasındaki farklar (kullandırılan fonlarda)

Ticaret (Alım Satım)	Kredi (Borç Para Verme)
1.Katılım bankası ticaret yöntemiyle fon kullandırırken müşterisinin ihtiyaç duyduğu malı satıcısından peşin satın alır ve müşterisine, üzerine karını ilave ederek vadeli olarak satar.	1.Diğer bankalar müşterilerine kredi (borç para) verirler. Kredi ile mal alımı arasında bağlantı kurulmaz.
2.Ticaret yönteminde ödeme banka müşterisine değil, malın satıcısına yapılır.	2.Kredide ödeme banka müşterisine yapılır.
3.Ticaret yönteminde müşteri ile banka arasında imzalanan sözleşme alım-satım akdi şeklindedir.	3.Kredi sisteminde müşteri ile banka arasında imzalanan sözleşme kredi (ödünç para verme) akdi şeklindedir.
4.Ticaret yönteminde, herhangi bir alışveriş veya proje olmadan para ödenmez. Finansman mutlaka bir mal alımı veya kiralanması veyahut da ortaklık projesi ile ilişkilendirilir.	4.Kredi de müşterinin işletmesi ile ilgili bir ihtiyacının karşılanması için verilir. Ancak ödeme bir mal alımı karşılığında yapılmaz (konut ve araç kredileri hariç). Müşterinin aldığı krediyi istediği gibi kullanma imkânı vardır.

(Kaynak: TKBB, 2017, s. 10)

2.4. Katılım Bankaları ve Mevduat Bankaları Arasındaki Benzerlikler

Katılım bankaları ve mevduat bankaları, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında faaliyetlerini sürdürdüklerinden devlete karşı aynı bağlılığa ve sorumluluğa sahip durumdadırlar. Bunun nedeni; kuruluş ve faaliyetler için özel izin gerektirmesi, faaliyetlerin ve mali durumun denetlenmesi, mali duruma ve yönetime müdahale yetkisi gibi konularda benzer kurallar konulmasıdır. Her iki tür kurumun yönetim yapısı ile teşkilatlanma biçimi aynı olmasının yanında müşterilere karşı muhatap olma tarzları da birbirine benzemektedir. Klasik bankalara benzeyen tek mali kuruluşun Katılım bankaları olduğu düşünülürse; bu iki tür bankacılığın arasındaki esas ayrımı bilmeyenler için iki kurum da aynı olarak görülebilir. Nakit akışına aracılık etmek (çek işlemleri, havale, elektronik ödeme, akreditif), emanet hizmetleri sunmak (kiralık kasa, vadesiz cari hesap) ve bilgi satmak (fizibilite raporları hazırlama, danışmanlık, istihbarat yapma) gibi hizmetlerin tamamını hem klasik bankalar hem de katılım bankaları verebilmektedir (Ustaoglu, 2014, s. 58).

Görüldüğü gibi Katılım bankaları, fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri haricinde diğer bankacılık faaliyetlerinin tamamına yakını aynı klasik bankalar gibi yapmaktadırlar (Tat, 2014, s. 47). Bu yüzden, Türkiye’de ve dünyada faizsiz

bankacılık sistemine yapılan eleştirilerin en önemlisi; faizsiz sistemin işleyiş yapısının klasik sisteme benzerliği olarak kabul edilmektedir (Durmaz, 2018, s. 45). Bunun yanında, Katılım bankaları da klasik bankalar gibi yaptıkları işlemlerden kaynaklanan; banka ve sigorta muamele vergisi, damga vergisi ve kurumlar vergisi ödemektedir (Özkan, 2012, s. 88).

2.5. Faizsiz Bankacılığın Avantajları

Katılım kavramı, insanlığın en çok ihtiyaç duyduğu birliği amaç edinen, ortaklığı, paylaşmayı, dayanışmayı ve yardımlaşmayı ön plana çıkaran bir kavramdır (Hazıroğlu, 2015, s. 89). Yani Katılım Bankacılığı karşılıklı olarak paylaşmayı hedeflemekte ve bu sistemin içerisinde yer alan taraflara bazı avantajlar sunmaktadır.

2.5.1. Bankaya Sağladığı Avantajlar

Faizsiz bankacılığın bankaya sağladığı avantajların başında, faize bulaşmamanın verdiği manevi huzuru gelmektedir. Bunun yanında finansman yöntemlerinde ve bankacılık hizmetlerinde faiz riskinin bulunmaması bir diğer avantaj olarak sayılmaktadır. Katılım bankaları ticaret esasına göre fon kullandıkları ve genellikle mal alımı yaptıklarından müşterileri ve kredileri daha yakın takip edebilme imkânlarına sahiptirler. Ayrıca müşterilere nakit para ödemediklerinden kredinin kullanım amacı haricinde, riskli ve verimsiz alanlarda kullanılması önlenmektedir. Banka, müşterisine kullandığı taksitli finansmanlar sayesinde ise, müşterisini yakından takip edebilmekte ve durumundaki bozulmaları zamanında tespit ederek finansmanın emniyetini sağlamaktadır. Katılım bankaları fon toplarken müşterilerine herhangi bir taahhütte bulunmadıklarından ne kadar kâr elde edilirse müşterilere o kadar kâr dağıtmaktadır. Bu özellik banka yönetimine, yüksek kâr elde edemediği ve fon çıkışlarının yaşandığı kriz dönemlerinde esneklik sağlamaktadır. Örnek verecek olursak; yirmiden fazla bankanın battığı ve diğer bankaların büyük zarar ettiği 2001 krizinde Katılım bankaları faiz riski üstlenmemeleri sayesinde krizi daha az hasarla atlattımlardır (ATKB, 2017, s. 32).

2.5.2. Müşteriye Sağladığı Avantajlar

Katılım Bankacılığının, bankaya olduğu gibi müşteriye de sağladığı ilk avantaj tabii ki faize bulaşmamanın verdiği manevi huzurdur. Bunun yanında faizsiz bankacılık sisteminin müşteriye sunduğu birçok avantajı şu şekilde sıralayabiliriz;

1. Finansman kullanımında paranın müşteri yerine satıcıya ödenmesi nedeniyle, müşterinin aldığı parayı asıl amaç dışında yanlış ve verimsiz yerlerde, spekülatif alanlarda kullanmasının önüne geçilmektedir. Böylece müşteriler için sağlıklı ve rasyonel bir durum ortaya çıkmaktadır.
2. Katılım bankaları ticaret mantığıyla alım satım yaptıklarından müşteriye satılan ürünün tutarını taksitler halinde tahsil etmektedir. Taksit tutarlarının erkenden tahsil edilmesi söz konusu olmadığından verilen kredinin geri çağırılma riski de bulunmamaktadır. Çünkü katılım bankaları, mevduat bankaları gibi ödünç para vermemekte, sadece ticaret yapmaktadır. Ödünç para her an geri istenebilir, ancak satılan malın bedeli yapılan anlaşmaya uygun şekilde vadesinde geri ödenmektedir.
3. Faizsiz bankacılıkta ticaret esasına göre alım satım yapıldığından, satış esnasında mutabık kalınan malın fiyatı ve kâr oranı vade sonuna kadar değiştirilemez. Vadeden önce fiyatın yani kâr oranının arttırılamaması müşteriye ödeme konusunda oldukça rahatlatmaktadır. Çünkü mevduat bankaları bazı kredi türlerinde, önceden müşteriye ihbarda bulunmak şartıyla faiz oranlarını yükseltebilmektedir (ATKB, 2017, s. 33).
4. Katılım bankaları, destek sağladıkları firmaların amaçlarına odaklanırlar ve finansal altyapıyı güçlendirerek etkili stratejik kararlar alınmasını sağlarlar (Bulut ve Er, 2012, s. 59).
5. Müşteriler fatura karşılığında fon kullanabildiklerinden alınan malların ilgili mali tablolara eklenmesi kolaylaşır ve bu durum da çalışanların üzerindeki operasyonel yükün hafiflemesine yardımcı olur.
6. Kullanılan kredinin bütün maliyeti her koşulda sabit kalacağından ileride yaşanacak herhangi bir belirsizlikten müşteri etkilenmemektedir.
7. Katılım bankaları özellikle bireysel müşteriler için altın, gümüş, kıymetli maden hesabı, sukuk ihracı vb. yeni ürünler sunarak yastık altında atıl kalan varlıkların değerlendirilmesine yardımcı olmaktadır.

8. Katılım bankaları, kredi geri ödemelerinde sıkıntı yaşadıklarında ve takibe alınmaları hususunda müşterilerine daha etik davranmaktadır. Hem kredinin yapılandırılması esnasında hem de kredinin takibe atılma süresi olan doksan günün uzatılmasında Katılım bankaları müşterilerine klasik bankalara nazaran daha çok yardımcı olmaktadır (Sümer ve Onan, 2015, s. 305).

2.5.3. Ekonomiye Sağladığı Avantajlar

Katılım Bankacılığı, bankaya ve müşteriye avantajlar sağladığı gibi ülke ekonomisine de büyük avantajlar sağlamaktadır. Sağlam ve güçlü bir ekonominin oluşu, ekonomik sistemde yer alan banka ve müşterileri de cesaretlendirmektedir. Dolayısıyla ekonominin avantajına olan durumlar aynı zamanda piyasada yer alan diğer paydaşları da etkilemektedir. Bu avantajları şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. Faizsiz bankalar bilindiği gibi kriz dönemlerine karşı diğer bankalara göre daha dayanıklı oldukları için ülke kaynaklarının ziyan edilmesine neden olmazlar. Nitekim 2001 yılında yaşanan krizde batan bankaların ülkemiz ekonomisine elli milyar dolar civarında bir yük yüklemesine rağmen, o zamanki adları ile Özel Finans Kurumları faizsizliğin getirdiği kurum içi dinamikler sayesinde krizi daha küçük hasarlarla atlatabilmişlerdir.
2. Faizsiz bankacılık sistemi sadece kriz zamanlarında değil normal zamanlarda da ülkenin yetersiz fon kaynaklarının verimli bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Kullanılan finansmanın bedeli, müşteri yerine satıcıya ödendiğinden paranın yanlış yerlerde ve farklı amaçlar için kullanılmasının önüne geçilerek kıt kaynaklar israf edilmemiş olur.
3. Katılım Bankacılığında ticaret mantığı esas alındığından alım satım yapılan malın fatura ibrazı zorunludur. Bu durum bankaların, dolayısıyla müşterilerin yaptığı finansal işlemlerin kayıt altına alınması sonucunu doğurmakta ve kayıt dışı ekonominin önüne geçilmiş olmaktadır (ATKB, 2017, s. 33-34).
4. Katılım Bankacılığı sayesinde körfez ülkelerinin fazla olan kaynaklarının bir kısmı ülkemize gelmektedir. Petrol zengini ülkeler ile yapılan ticaret sayesinde ülkeler arası mali ilişkiler de canlanmaktadır.
5. Katılım bankaları, manevi inançlar dolayısıyla faizle çalışan bankalara akmayıp atıl kalan altın, döviz, veya yığın şekilde saklanan fonların, ülke ekonomisine katılmasını sağlamaktadır.
6. Katılım bankaları kriz dönemlerinde kredileri geri çağırmadıkları için firmaların devamlılığını sağlayarak ülke istihdamını olumsuz etkileyecek sonuçlara sebep olmamaktadırlar (Sümer ve Onan, 2015, s. 304-305).

2.6. Faizsiz Bankacılığın Dezavantajları

Katılım Bankacılığını tercih eden müşterilerin en büyük avantajı hiç şüphesiz kendilerine sunulan faizsiz bankacılık hizmetleridir. Bunun yanında Katılım Bankacılığının avantajları olduğu gibi bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlar;

1. Katılım bankaları tasarruf sahiplerine faiz getirisi taahhüt edemediklerinden, tasarruf sahipleri açısından bu durum büyük bir belirsizliğe neden olmaktadır.
2. Katılım Bankacılığında fon kullandırmaları fatura karşılığında yapıldığından, operasyonel süreç klasik bankalara göre daha fazla olabilmektedir.
3. Günümüzde birçok alım satım işlemi gayriresmi olarak faturasız şekilde yapılmaktadır. Bu durum firmaların kredibilitesi yeterli olsa dahi Katılım bankalarından kredi kullanamayacakları anlamına gelmektedir (Sümer ve Onan, 2015, s. 306-307).
4. İslami bankacılık faizsiz olduğu için, faizin beraberinde getirdiği ürün çeşitliliği klasik bankalara nazaran oldukça azdır. Modern sistemde bu çeşitliliğin fazla olmasının asıl nedeni faizdir. Finans dünyasında yaklaşık bin kadar faizli enstrüman ile işlem yapılabilmektedir.
5. İşletmelerin faaliyetleri esnasında çek, senet, vergi ve işçi ödemeleri gibi beklenmedik acil giderleri olabilmektedir. Katılım bankaları ise bu tür acil ihtiyaçları karşılamak için nakit paraya ihtiyaç duyan şirketlere yardımcı olamamaktadır.
6. Katılım bankaları genellikle uzun vadeli ve düşük getirili projeler yerine daha çok kısa vadeli, yüksek getirili ve az riskli işleri tercih etmektedirler. Bu yüzden uzun vadeli projelere yeteri kadar kaynak sağlamamaktadırlar.
7. Kamu finansmanlarının büyük bir kısmı faiz içeren araçlar ile yapılmaktadır. Kamuya finansman sağlayan araçların başında devlet tahvili ve hazine bonusu gelmektedir. Doğal olarak katılım bankaları bu alanlara girememektedir.
8. Katılım bankaları hem kısa vadeli hem de faizli olan finansal kıymetlerin alınıp satıldığı bankalar arası para piyasalarında işlem yapamazlar. Klasik bankalar ise gecelik likit fazlalıklarını bu piyasada değerlendirebilirler.
9. Ülkemizde kamunun çıkardığı devlet tahvilleri ve hazine bonoları son derece güvenilir araçlar olup yüksek getiri sağlayan likit varlıklardır. Bankaların aktif yönetimini kolaylaştıran bu finansman araçlarının Katılım bankaları tarafından kullanılması mümkün değildir.

10. Ülkemizde senet karşılığı krediler çok fazla tercih edilmekte olup faizli işlem olduğundan Katılım bankaları tarafından kullanılmamaktadır.
11. Klasik bankalar, Katılım bankalarının İslami esaslara uygun işlemlerini bir şirket veya bir departman kurarak yapabilirler ve Katılım bankalarına rakip olabilirler. Ancak Katılım bankaları, faizli finans alanına giremediğinden onlarla rekabet etme şansları bulunmamaktadır (Uslu, 2005, s. 131-134).

2.7. Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları

Türk Bankacılık sektöründe Ekim 2018 itibariyle otuz dört adet Mevduat, on üç adet Kalkınma ve Yatırım, beş adet Katılım Bankası olmak üzere toplam elli iki banka bulunmaktadır. 1990’lı yıllarda yetmişin üzerinde bankanın faaliyet gösterdiği Türk Bankacılık sistemi, 1999 yılından başlayarak özellikle 2001 yılında yaşanan ekonomik krizin de etkisiyle oldukça küçülmüştür. Birçok banka Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’na (TMSF) aktarılmış ve finansal kesimin yeniden yapılandırılması çalışmaları doğrultusunda bu bankaların satılması, diğer bankalarla birleştirilmesi ya da kapatılması yoluna gidilmiştir.

Türkiye’nin Katılım Bankacılığı modeliyle tanışması seksenli yıllarda, uluslararası piyasaya uyum sağlama aşamasında gerçekleşmiştir. Türk mali sisteminin canlandırılıp çeşitlendirilmesi çabalarının sonucunda faizsiz bankacılık, 1985 yılında bankacılık sistemine katılan yeni bir bankacılık türü olmuştur. Ülkemizde İslami bankacılık faaliyetlerinin yapılmasına 16 Aralık 1983 tarih, 83/7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile “Özel Finans Kurumu” adı altında izin verilmiştir (Pehlivan, 2016, s. 304). Bu kararnamenin ardından Özel Finans Kurumları, Bankalar Kanunu’nda yapılan değişiklikle 4389 sayılı Bankalar Kanunu kapsamına 1999 yılında dahil olmuşlardır. Bu süreçten sonra 2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile sektörde faaliyet gösteren kuruluşların unvanı “Özel Finans Kurumu” yerine “Katılım Bankası” şeklinde değiştirilmiştir (Çetin, 2017, s. 195).

1983 yılında Özel Finans Kurumlarına yasal faaliyet izni verildikten sonra bu sektöre ilk adım atan “Albaraka Türk Özel Finans Kurumu”, 1984 yılında kuruluş çalışmalarını tamamlayarak faaliyet iznini almıştır. 1985 yılında fiilen hizmet vermeye başlayan “Albaraka Türk Özel Finans Kurumu” ve “Faisal Finans Kurumu” sektörün öncüleri olmuşlardır. Bu iki kurumu 1989 yılında kurulan “Kuveyt Türk

Özel Finans Kurumu”, 1991 yılında kurulan “Anadolu Özel Finans Kurumu”, 1995’te kurulan “İhlas Finans Kurumu” ve 1996’da kurulan “Asya Özel Finans Kurumu” takip etmiştir.

1999 yılında Özel Finans Kurumlarının 4389 sayılı Bankalar Kanunu kapsamına dahil edilmesinin ardından 2000 yılında da Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) kurulmuştur. Bu kurum 2001’de İhlas Finans Kurumu’nun faaliyetini durdurmuş ve bankacılık ruhsatını iptal edilmiştir. Aynı yıl Faisal Finans Kurumu, Family Finansa dönüşmüştür. Ardından 2005 yılında “Family Finansa” ile “Anadolu Finans” birleşerek “Türkiye Finans” kurulmuştur. 2015’te ise kamu kaynaklı ilk Katılım bankası olan “Ziraat Katılım Bankası” kurulmuş ve Bank Asya’nın yönetimi TMSF’ye devredilmiştir. 2016’da ise ikinci kamu katılım bankası “Vakıf Katılım Bankası” kurulurken Bank Asya’nın faaliyet izni kaldırılmıştır.

Ülkemizde 2018 yılı Ekim ayı itibariyle beş katılım bankası aktif olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Bunlar; Albaraka Türk, Kuveyt Türk, Türkiye Finans, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım bankalarıdır. Ayrıca Katılım bankalarının toplam şube sayısı 1081 adet olup gün geçtikçe şubeleşme çalışmaları artarak devam etmektedir.

2.7.1. Albaraka Türk Katılım Bankası

Albaraka Türk Katılım Bankası, “Albaraka Türk Özel Finans Kurumu AŞ” unvanıyla 5 Kasım 1984 tarihinde kuruluşunu tamamlamış ve 21.01.1985 tarihli 10912 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) yazısı ile faaliyet iznini almıştır. Ortadoğu’nun güçlü sermaye gruplarından Albaraka Bankacılık Grubu, İslam Kalkınma Bankası (IDB) ile Türk ekonomi dünyasına yarım asırdan fazla hizmet vermiş yerli bir sanayi grubunun öncülüğünde kurulan banka, 1 Kasım 2005 günü Resmi Gazete’de yayınlanan 5411 sayılı Bankacılık Kanununa göre faaliyetlerini sürdürmektedir (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 104). 5411 sayılı Bankacılık Kanunu hükümleri çerçevesinde ve 21 Aralık 2005 günü yapılan Olağanüstü Genel Kurul kararıyla bankanın unvanı “Albaraka Türk Katılım Bankası AŞ” olarak değiştirilmiştir (ATKB, 2018, s. 1).

30 Haziran 2018 tarihi itibarıyla bankanın 900 000 TL ödenmiş sermayesi bulunmaktadır. Bankanın sermayesinin %54,06'sı Bahreyn kökenli Albaraka Banking Group'a, %7,84'ü İslam Kalkınma Bankası'na, %3,46'sı Alharthy Ailesi'ne, %8,78'i yerli ortaklara ait olup %25,22'si Borsa İstanbul'a kote, halka açık hisselerden oluşmaktadır. Genel Müdürlüğü İstanbul'da yerleşik Banka, yurt dışında 1 şube, yurt içinde 223 şube ve 3 925 personeli ile hizmet vermektedir (ATKB, 2018, s. 113).

2.7.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası

1989 yılında Kuveyt merkezli Kuwait Finance House'un Türkiye pazarına girmesiyle Kuveyt Türk'ün temelleri atılmıştır (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 105). Kuveyt Türk, TCMB'den alınan 28.02.1989 tarihli izinle "Kuveyt Türk Evkaf Finans Kurumu AŞ" unvanıyla kurulmuş olup, faaliyetlerine 31.03.1989 tarihinde başlamıştır. Bankacılık Kanunu'na uyum sağlanması amacıyla, Bankanın 26.04.2006 tarihindeki genel kurul toplantısında onaylanmış olan ana sözleşme değişikliği ile unvan değişikliğine gidilmiş ve bankanın unvanı "Kuveyt Türk Katılım Bankası AŞ" olarak tescillenmiştir (Kuveyt Türk Katılım Bankası [KTKB], 2018, s. 1).

30 Haziran 2018 tarihi itibarıyla Banka'nın 3 497 322 TL tutarında ödenmiş sermayesi bulunmakta olup hisselerin %62,24'ü Kuveyt kökenli Kuwait Finance House'a, %18,72'si Vakıflar Genel Müdürlüğü Mazbut Vakıfları'na, %9'u Kuveyt'te mukim Kuveyt Devlet Sosyal Güvenlik Kuruluşu'na, %9'u İslam Kalkınma Bankası'na ait olup geriye kalan %1,04 oranındaki hisse ise gerçek ve tüzel kişiler ortaklar tarafından paylaşılmıştır. Genel Müdürlüğü İstanbul'da olan Banka, 402 şubesi ve 5 689 personeli ile faaliyetlerini sürdürmektedir (KTKB, 2018, s. 2).

2.7.3. Türkiye Finans Katılım Bankası

Türkiye Finans; tamamen yerli sermayeli ilk özel finans kurumu olarak 1991 yılında kurulan Anadolu Finans Kurumu ile 1985-2001 yılları arasında Faisal Finans Kurumu unvanıyla faizsiz bankacılık hizmeti sunan Family Finans'ın 2005'te güçlerini birleştirmesiyle kurulmuştur (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 106). Şirketlerin birleşmesi, Family Finans Kurumu'nun bütün aktifleri, pasifleri ve bilanço dışı

yükümlülükleri ile birlikte Anadolu Finans Kurumu AŞ'ye devredilmesi yöntemiyle gerçekleşmiştir. BDDK, 30.11.2005 tarihli ve 1747 sayılı kararı ile Family Finans Kurumu AŞ'nin Anadolu Finans Kurumu AŞ'ye devri sürecinde unvanın "Türkiye Finans Katılım Bankası AŞ" olarak değiştirilmesine izin vermiştir. Unvan değişikliği 30 Aralık 2005 tarihinde, 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu hükümleri dahilinde İstanbul Ticaret Sicili Memurluğu tarafından tescil edilmiştir (Türkiye Finans Katılım Bankası [TFKB], 2018, s. 1).

Banka'nın 30 Haziran 2018 tarihi itibarıyla 2 600 000 TL ödenmiş sermayesi bulunmaktadır. Sermayenin %67,03'ü Suudi Arabistan'ın ilk ve en büyük bankası konumundaki The National Commercial Bank'a (NCB), %10,57'si Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı AŞ'ye, geriye kalan %22,40'ı ise diğer ortaklara aittir. Genel Müdürlüğü İstanbul'da olan Banka, 295 şubesi ve 3 796 personeli ile faaliyetlerine devam etmektedir (TFKB, 2018, s. 3).

2.7.4. Vakıf Katılım Bankası

Vakıf Katılım Bankası AŞ, BDDK'nın 3 Mart 2015 tarih ve 29284 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan, 27 Şubat 2015 tarih 6205 sayılı izniyle kurulmuş ve bankanın 25 Haziran 2015 tarihinde tüzel kişiliği oluşturulmuştur. 17 Şubat 2016 tarih ve 29627 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan BDDK'nın 11 Şubat 2016 tarih ve 6729 sayılı kararı ile faaliyet izni almış, 24 Şubat 2016 tarihinden itibaren faizsiz bankacılık faaliyetlerine başlamıştır (Vakıf Katılım Bankası [VKB], 2018, s. 1).

Vakıf Katılım, ülkemizdeki en genç katılım bankası durumunda (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 107) olup Banka'nın 30 Haziran 2018 tarihi itibarıyla 905 000 TL ödenmiş sermayesi bulunmaktadır. Sermayenin %99'u Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne ait olup, geriye kalan %1'lik kısım ise; Beyazid Han-ı Sani, Mahmud Han-ı Evvel Bin Mustafa Han, Mahmud Han-ı Sani Bin Abdülhamid Han-ı Evvel ve Murad Paşa Bin Abdusselam Vakıfları arasında eşit olarak paylaşılmaktadır. Genel Müdürlüğü İstanbul'da bulunan Banka, 72 şubesi ve 965 personeli ile faaliyetlerini sürdürmektedir (VKB, 2018, s. 1).

2.7.5. Ziraat Katılım Bankası

Ziraat Katılım, BDDK'nın 15 Ekim 2014 tarih ve 29146 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 10 Ekim 2014 tarih ve 6046 sayılı izniyle T.C. Hazinesi tarafından ödenmiş 675 000 TL sermaye ile kurulmuş olup, 16 Şubat 2015 tarihinde ticaret sicilde tescil işlemi gerçekleştirilerek tüzel kişiliği oluşturulmuştur. Banka, BDDK'nın 14 Mayıs 2015 tarih ve 29355 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 12 Mayıs 2015 tarih, 6302 sayılı kararı ile faaliyet izni almıştır. Ziraat Katılım, 29 Mayıs 2015 tarihinde ilk şubesinin açılışını yaparak faaliyete başlamış (Ziraat Katılım Bankası [ZKB], 2018, s. 1) ve faizsiz finans ilkeleri çerçevesinde faaliyet gösteren ilk kamu katılım bankası olmuştur (Çetin, 2017, s. 199).

Banka'nın %99,9 pay ile ana ortağı T.C. Ziraat Bankası A.Ş.'nin hisselerinin tamamı, T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı'na ait iken, Bakanlar Kurulu'nun, 24 Ocak 2017 tarih ve 2017/9756 sayılı kararname eki kararı ile Türkiye Varlık Fonu'na devredilmiştir. Geriye kalan pay ise; Ziraat Sigorta, Ziraat Teknoloji, Ziraat Yatırım Menkul Değerler ile Ziraat Hayat ve Emeklilik Anonim Şirketleri tarafından paylaşılmıştır. Banka'nın 13 Temmuz 2017 tarihinde yapılan 2016 Yılı Olağan Genel Kurulunda ödenmiş sermayesi aynı pay oranlarında artırılarak 1 250 000 TL'ye yükseltilmiştir. Banka, 30 Haziran 2018 tarihi itibarıyla 72 şubesi ve 937 personeli ile hizmet vermektedir (ZKB, 2018, s. 1-3).

2.8. Katılım Bankalarının 2025 Strateji ve Hedefleri

TBMM Genel Kurulunda 2 Temmuz 2013 tarihinde kabul edilen 10. Kalkınma Planı kapsamında, faizsiz finans sektörünün 2025 yılındaki pazar payının %15'lere çıkarılması ve yüz milyar dolar aktif büyüklüğüne ulaşması hedeflenmektedir (Çetin, 2017, s. 201). Bu hedefe ilişkin vizyon, misyon ve stratejileri belirlemek adına çeşitli çalışmalar yapılarak toplantılar düzenlenmiştir. Bu çalışmalara TCMB, Hazine Müsteşarlığı, BDDK, Diyanet İşleri Başkanlığı, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), Borsa İstanbul (BIST), TKBB, akademisyenler, Katılım bankalarının yöneticileri, özel sektör temsilcileri gibi birçok yetkili katılmıştır. BDDK ve TKBB öncülüğünde yapılan çalıştaylar ve toplantılar sonucunda "Türkiye Katılım Bankacılığı Strateji

Belgesi 2015-2025” adlı bir belge hazırlanarak vizyon, misyon ve hedefler belirlenmiştir (Hazıroğlu, 2015, s. 123).

Bu strateji belgesine göre vizyon; “Katılım Bankacılığı sektörü pazar payının 2025 yılı itibariyle %15’e ulaşması ve sektörün dünya standartlarında finansal ürün ve hizmet sunar hale gelmesi” şeklinde belirtilmiştir. Misyon ise;

Türkiye’de Katılım Bankacılığı sektörünün sağlıklı ve sürdürülebilir şekilde gelişmesi için;

1. Ürün çeşitliliği ve gelişimi ile hizmet kalitesini arttırmak,
2. Kurumsal iletişim, algı ve itibar yönetimi çalışmalarını geliştirmek,
3. Gerekli eğitim, insan kaynağını ve sertifikasyon çalışmalarını arttırmak,
4. Katılım bankacılığı esaslarına uygun mevzuatlar, standartlar ve düzenlemeler geliştirmek,
5. İstanbul’un dünya çapında bir Finans Merkezi olmasına katkıda bulunmaktır (TKBB, 2015, s. 45).

Türkiye Katılım Bankacılığı Strateji Belgesinin eylem adımlarını belirleyen beş adet stratejik hedef ise şunlardır;

1. Sektörel Strateji ve Koordinasyon,
2. Ürün Çeşitliliği ve Gelişimi,
3. Danışma Kurulları,
4. Eğitim, İnsan Kaynakları ve Sertifikasyon,
5. Kurumsal İletişim, Algı ve İtibar (TKBB, 2015, s. 24).

Bu stratejik hedeflerin başarılması, tüm paydaşların birbirleriyle uyumlu bir şekilde çalışmalarına ve belirlenen stratejilerin altında yer alan eylem adımlarını gerçekleştirmelerine bağlanmıştır (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 111).

3. FAİZSİZ BANKACILIKTA KULLANILAN YÖNTEMLER

“Faizsiz/İslami Bankacılık ya da Katılım Bankacılığı dünya finans piyasasındaki payını gün geçtikçe artırmaktadır” (Özsoy, Görmez, ve Mekik, 2013, s. 187). Faizsiz Bankacılık alanında faaliyet gösteren Katılım bankalarını diğer bankalardan ayıran özelliklerin başında ise faizsizlik prensibi gelmektedir. Bu prensibe dayalı olarak müşterilerine hizmet veren Katılım bankaları, fon toplama ve fon kullandırma işlemlerinde diğer bankaların uygulamalarına göre farklılık göstermektedir. Bu bölümde, Katılım bankalarının fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri üzerinde durulacaktır.

3.1. Fon Toplama Yöntemleri

Katılım bankaları belli bir sermaye ile kurulan şirketlerdir. Müşterilerine sağladıkları finansmanlar için bu sermaye yeterli olmamaktadır. Katılım bankaları da ihtiyaç duydukları sermaye eksikliğinin büyük bir kısmını tasarruf sahiplerinden toplanan fonlarla karşılamaktadır. Bankacılık Kanunu’nda fon toplama yöntemleri “Özel Cari Hesaplar ve Katılma Hesapları” olarak iki farklı şekilde belirtilmiştir. Bu iki yöntem ile Katılım bankalarında açılan hesaplarda bulunan paraların tamamına ise “Katılım Fonu” adı verilmektedir.

Diğer kaynak fon toplama araçları olarak ise, yurt dışından sağlanan fonlar, harici garanti, murabaha sendikasyonu, sukuk vb. sayılabilir. Son dönemde altın hesapları, diğer bir kaynak toplama aracı olarak müşterilerin hizmetine sunulmaktadır (Çelebi, 2013, s. 91-92).

3.1.1. Özel Cari Hesaplar

Özel cari hesaplar 5411 Bankacılık Kanunu’nda “Katılım bankalarında açılabilen ve istenildiğinde kısmen veya tamamen her an geri çekilebilme özelliği taşıyan ve karşılığında hesap sahibine herhangi bir getiri ödenmeyen fonların oluşturduğu hesapları ifade eder” şeklinde tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2005).

Hesap sahiplerine herhangi bir getiri sağlamayan özel cari hesaplar mevduat bankalarındaki vadesiz hesap gibi çalışmaktadır. Hesap bakiyesi istendiği anda tamamen veya kısmen çekilebildiğinden dolayı bankaların faaliyetleri sonucunda elde ettiği kârdan veya zarardan etkilenmezler. Genellikle özel cari hesapları kullanmayı tercih eden müşterilerin amacı; günlük nakit akışlarını yönetmek, çek karnesi kullanmak ve ihtiyaç duyulan diğer bankacılık faaliyetlerinden faydalanmaktır (Tunç, 2010, s. 164).

Katılım bankaları tarafından işletilen ve müşteriye herhangi bir getirisi olmayan özel cari hesaplardan kaynaklanacak riskin veya getirinin tamamı bankaya aittir. Özel cari hesaplar bu yönüyle Katılım bankalarına maliyetsiz kazanç sağlayan bir kaynak niteliğindedir.

Tat (2014, s. 24) çalışmasında cari hesapların özellikleri şu şekilde özetlemiştir;

1. Cari hesaplar, bankanın kayıtlarında katılma hesaplarından ayrı olarak izlenir,
2. Cari hesaplar kendi içinde TL ve her döviz cinsi için farklı takip edilerek ve muhasebeleştirilerek işletilir,
3. Cari hesapların işletilmesi neticesinde meydana gelen kâr ya da zarar kurumun kendi hesabına yansıtılır.

3.1.2. Katılma Hesapları

Katılma hesapları ise 5411 Bankacılık Kanunu'nda "Katılım bankalarına yatırılan fonların bu kurumlarca kullandırılmasından doğacak kâr veya zarara katılma sonucunu veren, karşılığında hesap sahibine önceden belirlenmiş herhangi bir getiri ödenmeyen ve anaparanın aynen geri ödenmesi garanti edilmeyen fonların oluşturduğu hesapları ifade eder" şeklinde tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2005).

Hazıroğlu (2015, s. 117) ise katılım hesaplarını "kar ve zarara katılma amacıyla yatırılan fonlardır. Karşılığında hesap sahibine önceden belirlenmiş herhangi bir getiri ödenmeyen ve hatta anapara garantisi verilmeyen ancak yatırılan fonların kullandırılması sonucu doğacak kâr ve zarara katılma sonucunu veren hesap türüdür" şeklinde ifade etmiştir.

“Katılım Bankaları, kâr ve zarara katılma esasına göre çalışan kuruluşlar olarak dinin yasaklamış olduğu faiz kavramından tamamen uzak bir şekilde finansal işlevleri yerine getiren kurumlardır” (Yücel ve Atlı, 2014, s. 64). Bu yüzden sahip oldukları birikimleri faizin haram olması nedeniyle klasik bankalara yatırmak istemeyen ve bu tasarruflarını da değerlendirebilecek durumda olmayanlar gelir sağlamak amacıyla Katılım bankalarındaki katılım hesaplarını kullanmaktadırlar. Hesaba yatırılan paranın miktar ve vadesine göre müşteriler bankanın kârından veya zararından pay alırlar. Bu hesaplar açıldığı anda banka ve müşteri arasında iş ortaklığı (mudaraba) akdi tamamlanmış olur (Gökalp ve Güngör, 1993, s. 91). Yani Katılım bankaları, mudaraba (kâr-zarar ortaklığı) esasına göre çalışan ticari şirket konumundadırlar (Aktepe, 2010, s. 74). Katılım hesapları açılırken anapara garantisiz olduğundan bu hesaplara aynı zamanda risk sermayesi denilmektedir. Bu durumda sermayeyi yatıran fon sahipleri, sermayeyi işleten taraf ise Katılım bankasıdır (Tunç, 2010, s.191).

Mevduat bankalarındaki vadeli mevduat hesaplarının karşılığı Katılıma hesaplarıdır. Fon sahipleri bu hesaba yatırım niyetiyle para yatırırlar ve karşılığında kâr beklerler. Yani hesap sahipleri yatırım hesabı sonucunda faiz yerine kârdan payını almaktadır. Kâr dağıtılırken açılan hesabın paylaşım oranı, tutarı, vadesi, ilgili vade grubunda toplanan para içindeki payı, ilgili vadede elde edilen kâr dikkate alınmaktadır. Oluşan bu kâr üzerinden, varsa bu hesaplara ilişkin oluşan zarar, yasal düzenlemelerle belirlenmiş genel kredi karşılığı, TMSF primi ile diğer karşılıklar düşüldükten sonra kalan kâr yada zarar, dağıtımına konu edilmektedir (Çelebi, 2013, s. 91).

Müşterilere verilecek olan kârların vade tarihinden evvel açıklanması mümkün olmamaktadır. Gazetelerde ve internet sayfalarında ilan edilen kâr payları ise ileriye yönelik dağıtılacak olan kârları gösteren bir tablo değildir. Açıklanan rakamlar bir önceki gün itibariyle vadelere göre oluşmuş ve dağıtılmış olan kâr paylarını göstermektedir. Açıklanan rakamlar müşterileri bilgilendirmek ve yaklaşık olarak bir fikir vermek amacıyla ilan edilmekte olup herhangi bir taahhüt niteliği taşımamaktadır (ATKB, 2016, s. 14).

Ustaoğlu (2014, s. 46-47) çalışmasında katılma hesaplarının özelliklerini şu şekilde sıralamıştır;

1. Müşteriler vade sonunda oluşan meblağ üzerinden kâr paylarını alırlar.
2. Hesaplar Türk Lirası, Euro ve Dolar cinsinden açılabilir.
3. Aylık (31 gün), 3 aylık (91 gün), 6 aylık (180 gün) ve yıllık (364 gün) olarak veya kırık vadeli olarak açılabilmektedir.
4. Müşterinin kâr paylaşım oranı vadenin uzamasına göre artış göstermektedir.
5. Elde edilen brüt kâr üzerinden 15% vergi kesilmektedir.
6. Müşteri toplam katılma hesap bakiyeleri üzerinden değerlendirilir ve yatıracağı hesabın türü buna göre belli olur.
7. Bir müşteri hesabına para yatırdığı veya hesaptan para çektiği zaman; yatırdığı veya çektiği paranın döviz cinsi ve katılma hesapları toplamının bu döviz cinsindeki toplam değerine bakılır.
8. Herhangi bir hesabın vade tarihinde, toplam katılım hesabı bakiyelerine bakılır ve hesabın türü vade tarihinde değişebilir.
9. Hesap türü değiştiği zaman hesabın segmenti ve vade tarihi güncellenir, ancak hesap numarası değişmez.
10. Tüm vade grupları için vadeyi bozmadan hesaba para yatırabileceğiniz süre temdit tarihinden sonra bir iş günüdür.
11. Aynı hane halkına mensup olan gerçek kişi hesapları birbirleriyle ilişkilendirilebilir. Yani ilgili kişilerin tüm katılma hesapları toplanır ve hesaplara verilecek kar paylaşım oranı toplama göre belirlenebilir.
12. Katılım bankalarında gerçek kişiler tarafından açılan özel cari hesaplar ve katılım hesapları anapara ve kâr payı tutarları toplamının 100 000 TL'lik kısmı TMSF tarafından garanti altına alınmaktadır.

Katılım hesaplarının yararları ise; güvenli bir yatırım aracı olması, müşterilere biriktirme, kazanma, emniyetli saklama imkânı vermesi ve faizsizlik prensibine inananlar için alternatif bir yatırım aracı olmasıdır (Çelebi, 2013, s. 86).

3.2. Fon Kullandırma Yöntemleri

Geleneksel bankacılıktaki gibi Katılım bankacılığında da en önemli fonksiyonlarından biri tasarruf sahiplerinden fon toplayarak toplanan bu fonları da ihtiyaç duyan diğer müşterilerine kullandırmak suretiyle reel ekonomiyi finanse etmektir. Mevduat bankaları bu görevini yerine getirirken müşterilerinden düşük faizle topladıkları meblağları daha yüksek oranla diğer müşterilerine satarak gerçekleştirmektedir. Bu işlemde geleneksel bankaların kârı; yasal kesintiler düşüldükten sonra aldıkları kredi faizi ile mudilerine vade sonunda verdikleri faizin farkı kadardır. Burada geleneksel bankalar müşterilerine karşı borçlu durumda iken müşteriler ise yatırdıkları mevduatları karşılığında alacaklı konumundadır. Bankadan kredi çekenler için durum tam tersi olacak şekildedir, yani banka alacaklı iken müşteriler borçlu durumdadır (Demir, 2015, s. 37).

Katılım bankalarında ise faize yer verilmediğinden toplanan fonlara faiz eklenerek borç için müşterilere verilmesi de mümkün değildir. “Bu nedenle Katılım bankasının ne fon sahipleriyle olan ilişkilerinde ne de üreticilerle olan ilişkilerinde borçlu alacaklı ilişkisi vardır. Aksine Katılım bankasının hem fon sahipleriyle hem de üreticilerle olan ilişkilerinde birbirlerinin ortağı olmak söz konusudur” (Özsoy, 2012, s. 62). “Katılım bankalarında, yatırımların finansmanında kullanılan fonların geri dönmeme riski banka ve fon sahipleri tarafından ortaklaşa üstlenilmektedir. Bu bankalara Katılım bankası denilmesinin sebebi de kâra veya zarara katılımı esas alan bir bankacılık örneği olmasıdır” (Ustaoglu, 2014, s. 49).

Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemleri diğer bankalardan işleyiş ve teknik detaylar ile farklılaşmaktadır. Gün geçtikçe yenilenen ve yenileri eklenen bu yöntemler, faiz hassasiyeti olan müşterilerin haricinde diğer faiz hassasiyeti bulunmayan kaynak ihtiyacı olan müşteriler tarafından da tercih edilir hale gelmiştir. Çalışmamızın bu kısmında Katılım Bankacılığı prensiplerine göre hareket edilen fon kullandırma işlemleri ve anketimizde yer alan diğer faizsiz bankacılık ürünleri incelenmiştir.

3.2.1. Murabaha

Çağdaş İslami bankacılık uygulamalarında en yaygın olan finansman tarzı “Murabaha” yöntemidir. Murabaha, işletme kredisi satıldığı için İslami bankaya kâr sağlayan bir iş sözleşmesidir. Murabaha terimi, maddi kazanç ya da kazanç anlamına gelen “r-b-h” kök kelimesinin bir türevidir. İslami bankacılıkta bu finansman yönteminin popülerlik kazanmasının nedeni, kâr ve zarar paylaşımı yöntemleri daha belirsiz ve daha riskli iken, murabaha yönteminde, finansör olan bankanın sermayesinin güvence altına alındığı bir yöntem olmasıdır (Rahman, 2012, s. 59).

Murabaha işlemi İslam hukukunda yer alan bir satış türüdür (Özsoy, 2012, s. 65). Müşteri ile banka arasında bu satış gerçekleşmeden önce müşteri ihtiyaç duyduğu malları kendisi belirler, fiyat konusunda satıcı ile anlaşır ardından katılım bankasına başvurur. Katılım bankası, müşterisi ile malın vadeli satış fiyatı ve vade hakkında anlaşır ve malın tutarını satıcıya ödemek suretiyle malı satın almış olur. Katılım bankası alım işlemi tamamladıktan sonra malı, vadeli satış fiyatı ve vade hakkında anlaştığı müşterisine devreder. Katılım bankasının satıcıdan alınan malı fiilen alması gibi bir durum bulunmamaktadır (Karapınar, 2003, s. 39). Bu durumda alıcıya teslim edilene kadar mallar ile ilgili riskleri satıcı taşımaktadır (Mohammad, 2011, s. 10). Esas olarak murabaha işlemlerinde malın mülkiyeti, ilk alıcı olan Katılım bankasına geçip ardından malın asıl satın alıcısı müşterinin mülkiyetine geçmesi gerekmektedir. Ancak burada iki defa alış, satış ve mülkiyet geçişleri olacağından ekstra vergi ödenmesi gerekmektedir. Bu sorun ise vekâlet yöntemi ile ortadan kalkmaktadır.

Katılım bankalarında murabaha işlemleri Maliki mezhebine göre uygun görülen “gıda maddeleri dışındaki malların satın alınmakla birlikte henüz teslim alınmasa bile satılabileceği” kuralı çerçevesinde çok hızlı bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Bu kural esas alınarak yürütülen teslim işlemleri de vekâlet veya hükmi teslim yoluyla sağlanmış olmaktadır. “Çünkü günümüzdeki fatura, belge, tapu ve ruhsat üzerindeki kayıtlar ile banka kayıtları teslim anlamına gelmektedir (kaydi/hükmi teslim). Üstelik müşteriye veya satıcıya teslim konusunda vekalet/yetki de verilmektedir. Yani belirttiğimiz gibi teslim işlemleri de aslında sağlanmış olmaktadır” (Odabaşı, 2017, s. 7).

“Pratik ve getiri oranı yüksek olan bu yöntem Katılım bankalarının, özellikle faiz ortamı içinde, ortaklık çeşitlerinin uygulama imkânlarının daraldığı zamanlarda kullanılabilir. Bugün Türkiye’de Katılım bankalarının çok sık başvurduğu bir yöntemdir” (Özsoy, 2012, s. 65). “Türkiye’de Katılım bankalarının murabahaya ağırlık vermeleri, bu bankalardaki fonların vadesinin çok kısa olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle Katılım bankaları topladıkları kaynakları, kısa vadeli finansman araçlarına yönlendirmek zorunda kalmakta böylece orta ve uzun vadeli finansman ürünleriyle ilgili olarak araştırma yapmak zorunluluğu hissetmemektedir” (Akyüz, 2017, s. 21).

Faizsiz bankacılık sektöründe faaliyet gösteren ülkelere bakıldığında murabaha ürününü kullanımı Malezya, Birleşik Arap Emirlikleri ve Pakistan haricindeki bütün ülkelerde %50’nin üzerinde olduğu, Suudi Arabistan ve İran’da bu oranın %90’ın üzerinde seyrederken, İngiltere ve Bahreyn’de ise bu oranın %50’nin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Dünya da durum bu şekilde iken, ülkemizde de katılım bankalarının aktif kalemlerindeki ürünlerin dağılımını incelediğimizde murabaha ürünü kullanımının %90’ın üzerinde olduğu görülmektedir (TKBB, 2015, s. 15).

Murabaha ve mevduat bankadan alınan krediler arasındaki genel farklar şu şekildedir;

1. Kredide sadece banka ve müşteri olmak üzere iki taraf söz konusuysen, murabahada ise satıcı da bu ilişkinin içine dahil olduğundan üç taraf bulunmaktadır.
2. Murabaha gerçek bir alım satım işlemi şeklinde yürütülürken, kredi ödünç para verme işlemi olarak nitelendirilir. Kredide belli bir para belirlenen süre boyunca kullanılarak karşılığında müşteriden faiz alınır. Murabahanın ise ticari faaliyet olarak nitelendirilmesi için gerçek bir alım satım olması gerekmektedir. Murabaha işlemi gerçekleştiren banka malın alış tutarına ilave olarak kâr veya vade farkı adı verilen bir bedel alır.
3. Murabahada alışveriş bittiğinde finansman tamamlanmış olur, bundan sonra müşterinin anlaşılan vadelere göre parayı bankaya geri ödemesi kalır. Kredi ise borç verme işlemi olduğundan kredi çekildiği anda henüz finansman sağlanmış olmaz sadece bunun için ilk adım atılmış olur. Bundan sonra eğer müşteri aldığı kredi parası ile bir mal alımı gerçekleştirir ise o zaman çekilmiş kredi finansmana dönüşmüş olur.

4. Murabahada banka parayı müşteriye değil doğrudan satıcıya ödediği için müşterinin bu parayı ticaret dışında başka amaçlarla kullanma imkânı yoktur. İşlemler sırasında alınan fatura da işlemin başka amaçlar için kullanılmasının önüne geçtiğinden, müşteri de bu sayede para yerine mal almış olur. Ancak kredi kullanımında durum farklıdır. Banka parayı müşterisine belli bir amaç için verir ancak bu paranın ne amaçla kullanılacağına garantisizdir. Müşteri aldığı parayı uygun olmayan yerlerde örneğin lüks tüketimde veya başka riskli işlerde kullanabilir. Bu tamamen müşterinin dürüstlüğüne kalmıştır.
5. Kredide alınan finansman, firmanın ihtiyacından fazla veya az olabilir ancak murabahada ise finansman sadece fatura karşılığı olduğundan müşterinin gereksinimi giderecek kadardır. Az finansman kullanıldığında ihtiyaca yetmeyeceği gibi fazla kullanıldığında ise artan finansman ihtiyaç dışında yerlerde kullanılması gibi riskler söz konusu olabilecektir (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 68-70).

Murabahanın avantajlarından bahsedecek olursak; ilk olarak mal alım satım işlemi faturalı ve belgeli olduğundan kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınmasına yardımcı olan bir sistemdir. Bir diğer avantajı ise, finansman maliyetinin de satın alınan malın fiyatının içinde olmasından dolayı müşterilere finansman maliyetini kolaylıkla hesaplamalarına yardımcı olmaktadır. Son olarak da Katılım bankası, müşterisine kullandırmış olduğu fonun nerede kullanıldığını bildiğinden dolayı kredi riskini kontrol etmesi daha kolay hale gelmektedir (Ustaoglu, 2014, s. 49).

3.2.2. Mudaraba

Mudaraba bir ortağın projeyi finanse ettiği, diğer ortağın ise projeyi yönettiği bir ortaklık şeklidir. Bu finansman tarzında bir şirketin yaratılmasını gerektirmez; sermayeyi finans kurumu sağlarken müşteri projenin yönetiminden sorumludur. Yatırımdan elde edilen kâr, sabit olup önceden belirlenmiş bir orana göre dağıtılır (Hassan ve Lewis, 2007, s. 51-52). “Katılım bankalarının en fazla kullanabileceği mudaraba finans metodunda banka, projenin bütün masraflarını karşılar. Başka bir ifadeyle, yapılan yatırımdaki tüm sermayenin sahibi bankadır. Fon kullanan müşteri ise, işe emek ve ustalığını koyar” (Özsoy, 2012, s. 63). “Emek, bilgi veya sermayesini koyarak faaliyeti sevk ve idare eden gerçek veya tüzel kişiye emek sahibi (mudarib), sermayesini koyan bankaya da sermayedar denir. Sermayedar, faaliyetlerle ilgili olarak, sadece denetleme yetkisine sahiptir” (Tat, 2014, s. 29).

Bu yöntem piyasaya girmek isteyen, yetenekli olmasına rağmen maddi kaynağı bulunmayan girişimcilerin bu yeteneklerinden faydalanma amacına en uygun düşen fon kullandırma şeklidir. Güvenilir ve başarılı olacağına inanan sermayeye muhtaç bir şekilde elindeki projesiyle bankaya gelen yetenekli ve başarılı girişimciler, projenin uygun ve kârlı görülmesi halinde Katılım bankalarından bu yöntemle destek alabilirler. Mudaraba yöntemi genellikle ticaretin finansmanında kullanılmaktadır (Özsoy, 2012, s. 64).

Mudaraba, İslami bankacılığın kuruluş amacına en uygun yöntemlerin başında gelmesine rağmen, toplam kullandırılan fonların içindeki payı yok denecek kadar azdır. Bu durumun sebepleri şu şekildedir;

1. Banka sermayesini kullandıracağı ortağına yani müşterisine, projenin bütün yetkilerini bırakacağından dolayı güven duymak zorundadır. Katılım bankalarının proje ortaklarına bu güveni duyabilmesi için yatırımın yapılacağı sektörü ve projeyi iyi analiz etmesi gerekmektedir. Ancak Katılım bankalarının bu süreci yürütüp sonuçları değerlendirecek yeterli teknik ekibi ve donanımı bulunmamaktadır.
2. Katılım bankalarının topladıkları fonların büyük bir kısmı kısa vadeli. Bankalar uzun vadeli projelere girdikleri takdirde kısa vadede kâr beklentisi olan müşterilerine kâr dağıtamayacağından fon toplama kapasiteleri düşmektedir. Bu yüzden Katılım bankaları ilave risk yüklenmemek için kurumsal finansman desteği yöntemiyle fonları daha kısa vadeli olarak kullandırmaktadır (Tunç, 2010, s. 216).

Mudaraba akdinin genel şartlarından bahsedecek olursak, ilk olarak sermayenin geçerli bir para birimi olması yani nakdi olması gerekmektedir. İkinci olarak sözleşme esnasında sermaye miktarının belirtilerek emek sahibine teslim edilmesi gerekmektedir. Bir diğer şart ise proje sonunda elde edilecek kârın paylaşım oranının önceden belirlenmiş olması gerekmektedir. Son olarak da emek sahibine verilecek pay, ana sermayeden değil proje sonunda kazanılan kârdan verilmesi gerekmektedir.

Mudarabanın yönteminin genel özelliklerini ise şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. Faaliyetin yönetimini üstlenen emek sahibi ile sermayedarın kâra ortak olmaları gerekmektedir.
2. Sermayenin yönetilmesi tüzel kişi emek sahibine aittir.

3. Tarafların kâr paylarının belirli olmaması gerekmektedir.
4. Zararı üstlenen sermayedardır ancak, denetim yetkisi de tek başına kendisindedir (Kalaycı, 2013, s. 63).

3.2.3. Muşaraka

“İştirak etme anlamına gelen muşaraka, bir işletmenin sermayesine katılma yani ona ortak olma anlamına gelmektedir. Bu faaliyet türünde esas olarak, hem sermaye hem de emek ortaklığı öngörülür” (Bulut ve Er, 2012, s. 150). Muşaraka, sermayeyi sağlayan ortakların da yönetimde söz sahibi olabildiği, kârın ve zararın paylaşıldığı murabahaya benzeyen bir ortaklık sözleşmesidir. Elde edilen kâr, ortakların sermayedeki hisselerine göre başlangıçta belirlenen oranlara uygun olarak dağıtılır (Mohammad, 2011, s. 10).

Genel olarak Muşaraka finansmanın işleyiş adımları şu şekildedir;

1. Banka ve girişimci proje üzerinde değerlendirmeler yaparak ortaklaşa olarak projeye fon yatırırlar.
2. Banka ve girişimci ortak girişim kurarak aralarında imzalanan anlaşmadaki koşullara bağlı bir şekilde faaliyetlerini yönetirler ve sorumluluk alırlar. Ortak girişimleri sonucu kâr veya zarar elde ederler.
3. Kâr elde edilmesi durumunda; kâr, banka ve girişimci arasında önceden anlaşılmış oran üzerinden paylaşılır.
4. Zarar olması durumunda ise zarar, banka ve girişimci tarafından projeye yatırdıkları miktarlar oranında karşılanır. Bunun sonucunda bankanın ve girişimcinin, ortak girişimdeki paylarında bir değişme olmamasına rağmen ortak girişim değer kaybetmiş olur (Bulut ve Er, 2012, s. 152-153).

Muşarakanın mudarabadan farkı; mudarabada yönteminde girişimci sadece emeğini ortaya koyarken, muşarakada emeğinin yanında sermayesini de koymaktadır. Bunun haricinde, mudarabada zararı sermaye sahibi tek başına üstlenirken, muşarakada zarar sermayedar ve girişimci arasında paylaşılmaktadır. Katılım bankaları da bu sayede özkaynak iştiraki gerçekleştirerek finansman sağlamaktadır. Muşaraka yönteminin inşaat sektöründe yoğun olarak kullanılmasının nedeni ise gayrimenkul projelerinin kısa zamanda sonuçlanması ve çok kârlı olmasıdır.

Muşarakanın avantajları ise şunlardır;

1. Müşteri projeye kendi sermayesini de yatırdığından tehlikeli işlere girme olasılığı azalmaktadır. Banka da proje yönetimine müdahale etme hakkı olduğundan yönetsel sorunların ortadan kalkmasına yardımcı olmaktadır.
2. İşletmedeki büyük paylara sahip müşteriler, bankaları sermaye riski açısından dezavantajlı bir duruma sokmak istemezler. Bu durum, yüksek kârlılık ve düşük riskle daha büyük işlere yatırım yapmasını sağlayarak bankanın karlılığını geliştirmeye yardımcı olmaktadır.
3. Muşarakanın hem sanayi hem de ticari, tarım ve hizmet sektörleri için uzun süreler yapılabildiği gibi kısa süreler boyunca da yapılması mümkündür (Khan, 1994, s. 47-48).

3.2.4. İcare

İcare, İslami bankalar tarafından yaygın olarak uygulanan bir başka popüler finansman modelidir. İcare, kiraya bir şey vermek anlamına gelmektedir. İcare sözleşmesinde İslami banka ve müşterinin karşılıklı rızasıyla yapılan bir anlaşma vardır (Rahman, 2012, s. 63). En geniş anlamda icare, İslam hukuku uyarınca yapılan bir kira sözleşmesidir. Başka bir deyişle, anlaşma kapsamında, kullanıcı ürünü kullanma hakkına sahiptir (Ustaoglu ve İncekara, 2017, s. 15). ABD’de 1950’li yıllarda orta vadeli finansman ihtiyacının karşılanması fikrinden doğan Leasing, İslam coğrafyasında uzun yıllar boyunca icare adıyla kullanılan bir finansman modeli olarak uygulanmış, İslam hukuk eserlerinde bu yöntemin kullanılış esasları detaylı bir şekilde yer almıştır (Özsoy, 2012, s. 66).

Bir malı satın alma gücümüz olmadığı zaman, söz konusu mal kiralanarak da kullanılabilir. Böylece malın sahibi olmadan da ondan yararlanma fırsatı bulunmuş olur. Yani kiralama üzerinde anlaşma yapılan şey malın kullanım menfaatidir. İcare, “malum menfaatin malum bir bedel mukabilinde satılması” şeklinde ifade edilmiştir. Bugün insanlar satın alamadıkları ev, işyeri, makine, araba vb. gibi eşyaları kiralamak suretiyle kullanmaktadır (Aktepe, 2010, s. 62). İcare yönteminde kiralama ücretlendirmesi, üretim aşamasında olan veya henüz teslim edilmemiş, onarım, bakım veya değiştirme için geri alınmış veya değiştirilmeye ilişkin teslimatın devam ettiği bir varlık için yapılamamaktadır (Lone, 2016, s. 12).

İcare finansmanının aşamaları kısaca şu şekildedir;

1. Kiracı ile satıcı arasında ön satış anlaşması yapılır ve sadece fiyat tespit edilir, yani müşteri malı satın almaz.
2. Katılım bankası müşterinin talebine istinaden malı satıcıdan satın alır ve satıcı malın faturasını Katılım bankasına yollarken malı da müşteriye yollar.
3. Katılım bankası peşin olarak malın fatura bedelini satıcıya öder ve böylelikle Katılım bankası malın mülkiyetini almış olur. Malın mülkiyeti kendisine geçen Katılım bankası daha sonra malı müşteriye kiralar.
4. Müşteri kiralama süresi boyunca kira taksitlerini Katılım bankasına ödeyerek malın kullanım hakkını elinde bulundurur.
5. Kira taksitlerinin hepsi ödendikten sonra malın mülkiyeti, bir hibe veya satış akdi yoluyla kiracıya geçer (Özsoy & Sayar, 2018, s. 81).

İcare yönteminde, sözleşme taraflarına ve kiralanan varlığa veya hizmete ilişkin olarak, bir icare sözleşmesinin geçerliliği için bir dizi koşuldan bahsedilmektedir. Bunlar arasında önemli koşullar aşağıdaki gibidir;

1. Herhangi bir anlaşmazlığı önlemek için faydalanma ve yararlanma hakkı veren intifa senedi kesinleştirilmelidir.
2. Kiralama süresi belirtilmelidir.
3. Kiralanan mallardan yararlanma mümkün olmalıdır. Bu şekilde, bir tarifin tam olarak belirlenemediği bir intifa senedi ile varlığın kiralınmasına kesin olarak izin verilmez. Başka bir deyişle, sözleşmenin amacı yerine getirilip gerçekleştirilebilmelidir.
4. Sözleşmeli malların haklarını almak için malların teslim edilmesi esastır. Kira kontratı teslim edilmedikçe ve kiracıya sunulmadıkça, yalnızca sözleşmenin uygulanması nedeniyle herhangi bir kira ücreti alınmaz.
5. Sözleşmeli malların intifa hakkı yasal olmalı, yani icarenin amacının hukuka aykırı veya İslam esaslarına göre haram olmaması gerekir (Ayub, 2007, s. 281-282).

3.2.5. Selem

Selem, genellikle İran’da üretimi finanse etmek için kullanılan bir yöntemdir. Banka, gelecekte üretilecek olan malı peşin ödeme yaparak yani mal henüz üretilmeden malı satın alır. Genellikle bu işlemde banka, malı fiziki olarak teslim almadan başkasına satamaz (Özsoy, 2012, s. 67). Selem yöntemi sayesinde likit sıkıntısına düşen bir üretici, özellikleri belli bir malı belli bir vadede teslim etme yükümlülüğünü kabul ederek, malın bedelini peşin alarak satış yapabilir ve bu yolla nakit ihtiyacını karşılayabilir. Bu yöntem ile özellikle çiftçiler hasat zamanından önce ihtiyaç duydukları finansmanı selem yoluyla elde etmiş olurlar (Aktepe, 2010, s. 61). Yabancı (2009, s. 193) ise çalışmasında selem yöntemini, “selem, malın nitelikleri üzerinden satımı yöntemi olup akit türlerinden sadece biridir” şeklinde tanımlamıştır.

Selem finansmanın aşamaları şu şekildedir;

1. Katılım bankası ile müşteri arasında anlaşma sağlanır.
2. Katılım bankası malın üretimi için satıcıya siparişini iletir.
3. Katılım bankası mal bedelini satıcıya peşin olarak ödedikten sonra malın mülkiyeti Katılım bankasına geçer.
4. Malın üretimi bittikten sonra Katılım bankası üretilen malın müşteriye teslim edilmesini sağlar (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 83).

Aslında selem sözleşmelerinde ortada var olmayan bir şeyin satılması söz konusudur. Bu da selem yöntemi hakkında kuşkuya yol açabilmektedir. Hâlbuki satılan ürünün özelliği, teslim süresi ve miktarı daha önceden belirlenmiştir. Satıcı, malın teslim tarihi geldiğinde söz konusu mala sahip değil ise piyasadan aynı özellikte malı tedarik edip alıcıya vermek zorundadır (Aktepe, 2013, s. 51).

3.2.6. Sukuk

Sukuk, özellikle Arap finans dünyasında, muhtemelen en çok bilinen sözcüktür. Sukuk, “yasal yatırım enstrümanı” veya “tapu kâğıdı” olarak tercüme edilir ve Arap dilinde “çek” anlamına gelen “sakk” kelimesinin çoğuludur (Schoon, 2016, s. 63).

Her bir sakk, maddi varlık içeren bir varlık havuzu veya bir iktisadi teşebbüs üzerinde orantılı ve bölünemez sahiplik hakkını temsil eden bir belgedir ve tahvil gibi önceden taahhüt edilmiş getirili bir enstrüman olmayıp aslında bir varlığın sahipliğini temsil eden bir enstrümandır (Aras, 2011, s. 33-34). Yine de Sukuk, modern finans sisteminde kullanılan tahvillerin İslami sermaye piyasasındaki karşılığı olarak kabul edilmektedir. Sukuk, ticari faaliyetlerden kaynaklanan finansal yükümlülükleri gösteren ve Orta Çağ'dan itibaren Müslümanlar tarafından kullanılan bir “güven belgesi” olarak da bilinmektedir (Rizvi, Bacha, ve Mirakhor, 2016, s. 51).

Günümüzde sukuk, ihraca konu varlıklar üzerindeki yetkinin bir Varlık Kiralama Şirketi'ne (VKŞ) devredildiği, sabit veya değişken bir getirisi olan, aynı zamanda sertifika sahiplerine hak tesisini sağlayan, derecelendirme kuruluşları tarafından değerlendirilebilen ve genellikle ikincil piyasalarda işlem gören kira sertifikası şeklinde de ifade edilmektedir (Çetin, 2017, s. 118).

Tahvilin İslami finanstaki karşılığı sukuk olarak kabul edilse de ikisi arasındaki başlıca farklılıklar şu şekilde özetlenebilir;

1. Tahviller şirketler tarafından çıkarılan borç senetleridir, sukuklar ise fonların yatırıldığı varlık üzerinde orantılı ve bölünmemiş bir mülkiyeti temsil eden araçlardır.
2. Sukuk, sadece belirli şahsi kurallara uygun ve gayri maddi varlıklar için düzenlenebilirken, tahviller belirtilmemiş genel amaçlar için çıkartılabilirler.
3. Sukuk, gerçek varlığa dayanmaktadır; bu nedenle gelir, fonun kullanıldığı amaç ile ilgili olmalıdır.
4. Sukuk söz konusu olduğunda, yatırımcılar belirli varlıklar veya iş girişimleri üzerinde sahiplik haklarına sahip olurken, tahvillerde ise yatırımcıların tahvil üzerinde genel bir hak iddiaları vardır.
5. Şeriatın, tüm finansın spekülatif faaliyetlerden ziyade üretken amaçlara yönlendirilmesini gerektirmesi, belirsizlik riskini azaltmak için gerçek ekonomik değerlere sahip olmasını sağlamaktadır.
6. Sukuk uygulamasında teminata verilen varlıklar, reel varlıkların ve finansal hakların çoğunluğunu içermediği sürece, ikincil piyasada işlem yapılamamaktadır (Tiby, 2011, s. 72).

Sukuk uygulamasının en yaygın olduğu ve devlet tarafından büyük destek gördüğü Malezya ekonomisinde bütün sukuk çeşitleri kullanıldığından dünya sukuk portföyünün yaklaşık %60'ı bu ülkede ihraç edilmektedir (Dede, 2017, s. 65). Sukuk işlemlerindeki çeşitlilik nedeniyle her yöntem için farklı sözleşmeler ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda İslami kurulların önemli bir rolü vardır. Piyasada uygulanan sukuk dahil olmak üzere tüm İslami ürünler, İslami Denetleme Kurulları tarafından onaylanmaktadır. Ancak, geleneksel finansal ürünleri çoğaltarak ve yalnızca yasal çerçevelere odaklanarak, İslami finans endüstrisinin uygulanması, İslam hukuk ilkelerinin seyretiltiği düşüncesine de yol açmaktadır (Ahmed, 2010, s. 366-367).

Genellikle dünyada uygulanan sukuk çeşidi icare sukukudur. Bu sukuk türünün aşamaları şu şekildedir;

1. Varlık kiralama şirketi, sukuk ihraç ederek süreci başlatmış olur.
2. Yatırım yapmak isteyenler parayı ödeyerek sukuk alırlar.
3. Kaynak kuruluş varlıklarını bir satış bedeli karşılığında varlık kiralama şirketine satar.
4. Varlık kiralama şirketi, kaynak kuruluştan aldığı varlıkları yine kaynak kuruluşa kiralayarak ve dönemsel kira bedellerini almaya başlar.
5. Aldığı kirayı varlık üzerindeki paylarına göre sukuk sahiplerine paylaşır.
6. Varlık kiralama şirketi, satın aldığı varlıkları, başlangıçta anlaşılan vade gününde kaynak kuruluşa geri satar.
7. Varlıkların satış bedellerini alır ve aldığı meblağı sukuk sahiplerine dağıtır (ATKB, 2017, s. 66).

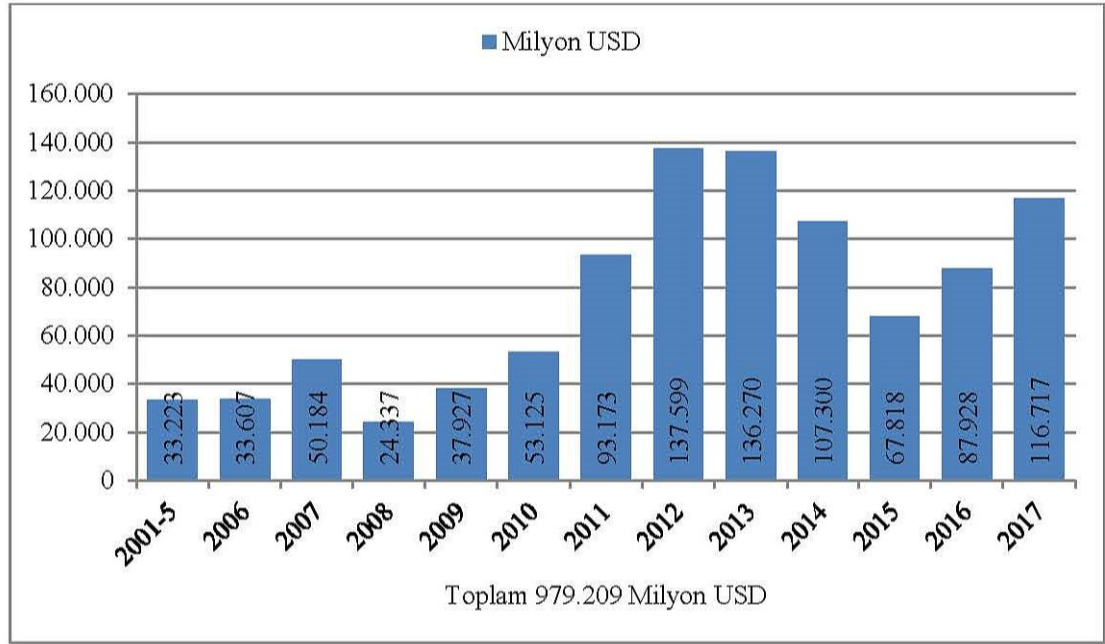
Sukuk uygulamasının faydaları ise şu şekilde sıralanabilir;

1. Sukuk, sabit veya değişken getiri sağlayan orta ve uzun vadeli faizsiz sermaye piyasası ürünüdür.
2. Uluslararası derecelendirme kuruluşları tarafından değerlendirme ve derecelendirmelerinin yapılması, yatırımcılar tarafından sukukun risk/getiri analizinin yapılmasında rehber olarak kullanılmaktadır.
3. Kolay ve etkin ödemenin yapılmasıyla yatırım boyunca düzenli gelir elde etme imkânı sağlamaktadır.
4. İkincil piyasalarda işlem görebilen likit bir enstrümandır (Ustaoglu, 2014, s. 56).

Devletlerin ve anonim şirketlerin, tahvil ve bono gibi faiz karşılığı borçlanabilecekleri finansal enstrümanlar bulunmaktadır. İslami finasta ise zaruri haller dışında faizle borçlanmak meşru değildir. “Bu sebeple devletlerin ve İslami hassasiyet taşıyan büyük kuruluşların ticari işlemler yoluyla nakit temin etmeleri ve faizsiz gelir elde etmek isteyenlere de bir yatırım aracı sunmak amacıyla sukuk ihracı gündeme gelmiştir” (ATKB, 2017, s. 65-66).

Bu yüzden Katılım bankalarının hedefinde sukuk enstrümanının ihraç edilmesi ilk sıralarda yer almaktadır. Gün geçtikçe büyüyen faizsiz finans sektöründen pay alabilmek için Batılı ülkeler de bu yarışa girmiş bulunmaktadır. Ancak Türkiye bu konuda hızlı hareket etmesi gerekirken henüz istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Türkiye'nin kira sertifikalarıyla daha çok Körfez ülkelerinin sermayesini kendisine çekeceği öngörülmektedir. Ülkemize daha çok Körfez sermayesinin çekilebilmesi için gerekli yasal düzenlemeler yapılmalı ve ülkemizde “varlığa dayalı menkul kıymet” olarak da ifade edilen kira yatırım araçlarının ihraç edilmesi gerekmektedir. Faizli ürünler olduğundan devlet tahviline ve hazine bonosuna yatırım yapamayan Katılım bankaları da ellerindeki likidite fazlasını bu alanda değerlendirebilecek ve ekonomiye katkıda bulunabileceklerdir (Özsoy, 2012, s. 24).

Dünya genelinde sukuk ihraçları, 2008 yılında en düşük seviyede gerçekleşirken, 2012 yılında ise en yüksek değere ulaşmıştır. Daha sonraki yıllarda düşüşe geçen sukuk ihraçları 2016 yılında tekrar yükselişe geçmiş ve 2017 yıl sonu itibariyle toplam sukuk ihracı 979 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. 2001 ile 2017 yıllarına ait yıllık bazda dünyada ihraç edilen toplam sukuk tutarları aşağıda yer alan Grafik 3.1’de verilmiştir.



Grafik 3.1. Toplam küresel sukuk ihraçları (2001-2017)

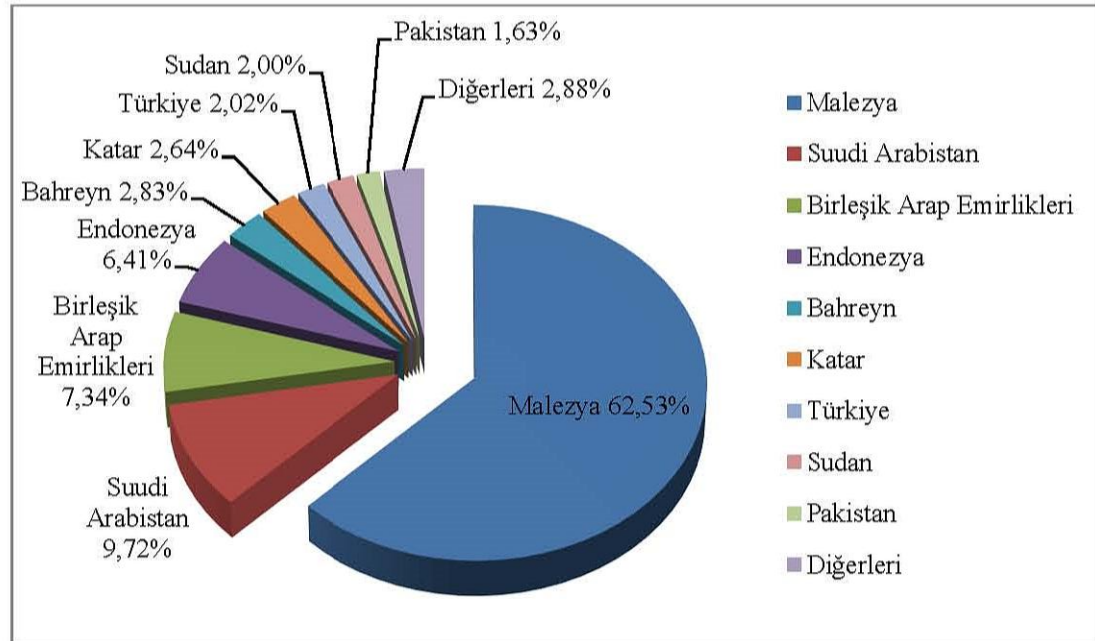
Malezya %62’lik oranla dünya sukuk piyasasındaki en büyük paya sahip olan ülke konumundadır. Malezya’yı Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri takip etmektedir. Türkiye ise toplam sukuk ihraçlarında %2,02’lik çok küçük bir paya sahiptir. Ülkeler bazında, 2001 ile 2017 yılları arası toplam sukuk ihraçları Tablo 3.1’de verilmiştir.

Tablo 3.1. Toplam sukuk ihraçlarının ülkelere göre dağılımı (2001-2017)

ÜLKELER	İŞLEM SAYISI	İŞLEM TUTARI (MİLYON USD)	YÜZDE (%)
Malezya	5.711	612.305	62,53%
Suudi Arabistan	122	95.215	9,72%
Birleşik Arap Emirlikleri	110	71.895	7,34%
Endonezya	244	62.816	6,41%
Bahreyn	392	27.720	2,83%
Katar	30	25.851	2,64%
Türkiye	183	19.783	2,02%
Sudan	30	19.559	2,00%
Pakistan	83	15.930	1,63%
Diğerleri	453	28.135	2,88%
GENEL TOPLAM	7.358	979.209	100%

(Kaynak: IIFM Yıllık Sukuk Raporu 2018, s. 57-58)

Aşağıdaki Grafik 3.2’de ise bu dağılım pasta diyagramı şeklinde gösterilmiş olup sukuk piyasasına Malezya’nın hâkim olduğu rahatlıkla görülmektedir.



Grafik 3.2. Toplam sukuk ihraçlarının ülkelere göre yüzdesel dağılımı (2001-2017)

Türkiye’de 2010 yılında SPK tarafından çıkarılan tebliğ ile sukuk ihracının öni açılmıştır. Türkiye’nin ilk sukuk ihracı 2010 yılında Kuveyt Türk Finans Kuruluşuna ait olan Kuveyt Türk Sukuk Limited Varlık Kiralama Şirketi tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu sukuk Murabah ve Wakalah kombinasyonu şeklinde 100 milyon USD değerli, üç yıl vadeli, yıllık sabit %5,25 getirili ve altı aylık periyodlarla ödemeli olarak ihraç edilerek gerçekleştirilmiştir (Yardımcıoğlu, Ayrıçay, Sabuncu, ve Gerekli, 2014, s. 216). Daha sonraki yıllarda sukuk ihraçları giderek artmış ve Türkiye 2017 yıl sonu itibariyle toplamda 19 milyar USD sukuk ihraç ederek dünya genelinde sukuk ihraç eden yedinci ülke konumuna gelmiştir.

Genellikle İslam ülkelerinde kullanılan sukuk uygulaması bir varlığa dayalı olarak ihraç edilmesinden dolayı yatırımcılara güven vermektedir. Yatırımcı talebinin artması ve Ortadoğu ülkelerinde büyümenin devam etmesi, sukuk piyasasında olumlu gelişmelerin beklenmesini sağlamaktadır. Uluslararası kredi derecelendirme kuruluşlarından Fitch ve Standard and Poors (S&P) sukuk ihraçlarının önümüzdeki yıllarda küresel düzeyde artacağını öngörmektedir (Alpaslan ve Kudun, 2016, s. 335-336).

3.2.7. Tavarruk

Nakit bulmak amacıyla eskiden beri kullanılan tavarruk yöntemi kısaca; bir malın taksitle alınıp, satıcısı haricinde başka bir şahsa peşin olarak satılması olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde “bireysel” ve “organize” olmak üzere iki çeşit tavarruk yöntemi bulunmaktadır. Bireysel tavarruk, şahısların nakit ihtiyaçlarını karşılamak için bir malı vadeli şekilde satın alıp, daha sonra başka birisine peşin olarak satması işlemidir. Organize tavarruk ise satıcı ile nakit ihtiyacı olan kişinin anlaşmalı olarak oluşturdukları bir sistem içerisinde yapılan tavarruk işlemidir (Şekeroğlu ve Özer, 2017, s. 19).

Tavarruk yönteminde finansman ihtiyacını faizsiz bir şekilde karşılamak isteyen şirket, ilk olarak bankaya başvurur. Banka, genellikle uluslararası emtia borsalarından mülkiyet hakkı içeren ancak sevkiyatı yapılmayan mallar satın alır. Banka aldığı bu malların fiyatına maliyet ve kar ekleyerek derhâl müşterisine taksitli

bir şekilde satar. Müşteri satın aldığı malın bedelini ya gelecekteki bir zamanda tek seferde ya da taksitler halinde öder. Müşteri satın aldığı malların mülkiyetini devralmasına rağmen teslimat külfetine katlanmamak için malların sevkiyatını yaptırmaz. Banka, malın mülkiyetini devralan müşterisinin bir acentesi gibi davranarak müşterisinin sahip olduğu malları bir başka alıcıya belli bir fiyatla uluslararası piyasada bu tür malları satın alan şirketlere satar. Bütün bu alışverişler, satın alınan malların değerinin yükselmesi ya da azalması riskinden korunmak için neredeyse aynı anda çok hızlı şekilde gerçekleştirilir. Bu işlemler sonucunda taksitle aldığı malları peşin bedelle satılan müşterinin nakit ihtiyacını karşılamış olmasıyla birlikte, banka da peşin aldığı malları taksitle müşterisine sattığı için kâr elde etmiş olur (Aktepe, 2010, s. 99).

Tavarruk yöntemi pek çok âlim ve heyet tarafından değerlendirilmiştir. Ancak bu yöntemin mübah olduğunu söyleyenler kadar mekruh ya da haram olduğunu savunanlar da olduğundan konu hakkında tam bir görüş birliğine ulaşılamamıştır. Tavarruk yöntemine karşı çıkanlar sıkıntıya düşmüş bir kimseye mal satışının ahlaki olmadığını; bunun da Resulullah (aleyhisselâm) tarafından yasaklandığını belirtmişlerdir. Çünkü borç verme imkânına sahip olan kişi karşısındaki zor duruma düşmüş kişiye borç vermeyip aynı zamanda ona taksitle mal satmaktadır. Bu durum ise zora düşmüş kişiyi istismar etmek ile eş değer tutulmuştur (Aktepe, 2013, s. 109).

Tavarruk yöntemi, bazı Hanbeli fakihleri hariç tutulursa İslam hukukçularının çoğunluğu tarafından caiz olarak kabul edilmektedir (Hurşit, 2018, s. 50). Tavarruk satışının caiz olduğunu savunanlar, alım satım işlemlerinin mala sahip olmak için ya da o malın karşılığında bir bedele ulaşmak için yapıldığını; her iki amacında dinen meşru olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yani ticaret yapan kişiler, bir malı ya kullanmak amacıyla ya da o malı aldıktan sonra satıp parasına ulaşmak amacıyla satın almaktadırlar. Ayrıca insanların finansman açığı yaşamaları doğal olmakla birlikte her zaman faizsiz borç verecek kimse de bulunamamaktadır. Nakit sıkıntısı yaşayanların piyasadan taksitle aldıkları bir malı yine piyasada peşin olarak satması da bu yüzden doğal karşılanmalıdır (Aktepe, 2013, s. 110).

Bu yöntemle müşteriler ödeme zorluğu çektikleri kredilerini yeniden yapılandırma fırsatı elde ederken, Katılım bankalarına da müşterilerinden alacaklarını tahsil edebilme imkânı doğmaktadır. Taksit ödemelerinde gecikmeye düşmüş müşterilerinden alacağını tahsil edemeyen Katılım bankalarının, müşterilerine verdiği krediyi yeniden yapılandırma çerçevesinde zararını asgari düzeye indirmek amacı ile kullandığı bir ürün olan tavarruk yöntemi, “kredisini geciktiren ya da ödeyemeyen müşterinin iflasını istemek ya da hukuki takip başlatmak müşteriye daha çok zor durumda bırakacağı için mevcut borçlarının yeniden yapılandırılarak müşteriye süre tanıma, ona bir fırsat verme işlemi olarak yorumlanabilir”. Ancak işlem yapılırken banka ile müşteri arasında kesinlikle bir mal alım satım işleminin olması çok önemlidir. Tavarruk yönteminde alınıp satılan mallar platin ya da paladyum olabileceği gibi, Malezya’da kullanılan palmye yağı da olabilmektedir (Dede, 2017, s. 123).

Tavarruk işlemlerinde alınıp satılan bu malların fiziki tesliminin önünde teorik herhangi bir engel olmamasına rağmen uygulamada fiziki teslim yapılmamaktadır. Alım satım konu olan malların ülkemizde fiziki teslimlerinin gerçekleşme imkânının olmamasından dolayı, Türkiye’de faaliyet gösteren Katılım bankaları tavarruk işlemlerini Londra ve Zürih gibi metal borsalarında yapmaktadırlar. Türkiye’de de bu işlemlerin gerçekleştirilebilmesi için SPK tarafından yayınlanan “Seri: V, No:65 sayılı Sermaye Piyasası Araçlarının Kredili Alım, Açığa Satış ve Ödünç Alma ve Verme İşlemleri Hakkında Tebliğ”de düzenlemelerin yapılması gerekmektedir (Çetin, 2017, s. 121).

TKBB’nin geleceğe yönelik stratejilerinin arasında tavarruk ile ilgili mevzuat düzenlemelerinin yapılması da yer almaktadır. Sermaye piyasası araçlarının gerekli mevzuat değişikliği ile tavarruk işleminde kullanılabilmesi adına, tavarruk uygulamaları kapsamında metal piyasası üzerinden yapılacak işlemlerin hisse senedi ya da borsa yatırım fonları üzerinden yapılmasının doğru bir uygulama olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, Borsa İstanbul bünyesindeki piyasalarda emtia işlemlerinin fiziki olarak değişiminin sağlanması için BIST tarafından konuyla ilgili bir çalışma başlatılmıştır (TKBB, 2015, s. 45).

3.2.8. Karz-ı Hasen

Karz, terim olarak “geri ödenmek üzere verilen mal veya birine ödünç yani borç verme” demektir. Karz-ı hasen ise “güzel borç” demek olup “malı Allah için harcamak” manasında kullanılmaktadır. Kur'an'da karz kelimesi ve türevleri on üç yerde geçmekte olup Kehf suresinde “bir yeri çaprazından dolaşıp gitmek”, diğerlerinde ise “borç vermek” anlamında kullanılmıştır. Ayrıca mecazi bir anlatımla Allah'a güzel bir şekilde borç veren kimseye bunun kat kat fazlasının ödeneceğinden söz edilmektedir. Bu ayetlerde Allah'ın rızasını kazanmak için yapılan mali harcamanın Allah'a verilen bir borç olarak anılmasının yanında, verilenin Allah katında ziyan olmayacağına işaret edilerek, karşılığının da sevap ve mükafat olarak geri döneceğine dair ilahi bir vaat bulunmaktadır. Bu ödünçün “güzel” diye nitelendirilmesinin sebebi ise harcamanın dünyevi bir beklenti içine girmeyip sırf Allah rızası için helal maldan yapılmasından ve böyle bir davranışın güzelliğindedir. (Apaydın, 2001, s. 520). Bu yüzden Karz-ı hasen, “hayırsever bir kredi” ya da “karşılıksız kredi” olarak da adlandırılmaktadır. Borçlu kişi, sadece anapara tutarını ödemek zorundadır ve anapara kullanımı için herhangi bir ek ücret ödenmesi gerekmez (Rahman, 2012, s. 67). Ancak, enflasyon farkını istemek meşru görülmektedir (Özsoy ve Sayar, 2018, s. 117).

Katılım bankalarının işlemlerinde faize yer verilmediğinden paranın da faizle borç olarak verilmesi mümkün değildir. Bu nedenle Katılım bankasının fon sahipleriyle ve müşterileriyle olan ilişkilerinde ortaklık söz konusu olduğundan, aralarında bu ilişki haricinde borçlu alacaklı ilişkisi bulunmamaktadır. Bankanın alacaklı olduğu, bankadan kredi alanın ise borçlu olduğu tek durumun Karz-ı hasende ortaya çıkmaktadır ancak bu ilişkide de faize yer yoktur. (Özsoy, 2012, s. 61). Karz-ı hasen genellikle evlenme, hastalık, eğitim masrafları ve olağanüstü durumlarda verildiği gibi küçük sanayi esnafının projelerini başlatmak için de verilmektedir. Eğer ihtiyaç sahipleri bankadan aldıkları borcu geçerli bir sebepten dolayı ödeyemeyecek duruma gelirlerse, borç bankanın sosyal fonundan karşılanmaktadır (Ustaoğlu, 2014, s. 52).

Çetin (2017, s.122) çalışmasında ülkemizde 1990'lı yıllarda yaygın olarak kullanılan Karz-ı hasenin son yıllarda çok fazla uygulanmamasını; enflasyon oranlarının yüksek

olmasından dolayı borç verenlerin mağdur duruma düşmesine, finansal kuruluşların yaygınlaşarak halka borç vermek yerine kredi kullandırmak istemesine ve borç alanların bir kısmının borcuna sadık kalmamalarına bağlamaktadır. Ayrıca “sosyal sorumluluk projeleri kapsamında Katılım bankalarının ihtiyaç sahibi kişilere Karz-ı hasen yoluyla finansman sağlamaları ve mikro kredi gibi uygulamalara yer vermesi Katılım bankalarının itibarını yükselteceğini” belirtmiştir.

3.3. Diğer Faizsiz Bankacılık Ürünleri

Katılım bankaları, yukarıda belirtilen finansal yöntemler haricinde müşterilerine diğer bankacılık hizmetleri de sunmaktadır. Anketimizde de yer alan bu hizmetlerden Arbutun, İsticrar ve Tekafül bu başlık altında incelenecektir.

3.3.1. Arbutun

Arbutun sözlükte "ön ödeme, pey veya pişmanlık akçesi, bağlanma parası" gibi anlamlara gelmektedir. Arapça'da “arabün, arbutun, urban, urubün, rabün” şeklinde çeşitli telaffuzları olsa da ilk iki okuyuş daha yaygın olup Türkçe'ye de “kapora” şeklinde geçmiştir. Türk Borçlar Kanunu'na göre ön ödemeye, akdin karşılıklı olarak kabul edilmesinin haricinde bir delil olmak ve bunun ispatını kolaylaştırmak için yapılmışsa “pey akçesi”, akidden cayma hakkını elde etmek amacıyla yapılmış ise “pişmanlık akçesi” adı verilmektedir (Kallek, 2001, s. 339). En basit tanımıyla arbutun, bir satış tamamlandıktan sonra satın alma fiyatının bir parçası olacağı anlayışıyla, alıcının satıcıya verdiği ve geri iadesi mümkün olmayan depozitodur. (Hassan, Kayed ve Oseni, 2013, s. 414).

Bir arbutun satışında alıcı, satıcıyla anlaşmaya vardığında mal bedelinin bir miktarını peşin olarak öder ve mal bedelinin geri kalanını da ödemeyi taahhüt etmiş olur. Eğer alıcı malları almaktan vazgeçerse, o zaman ödediği peşinatı kaybeder ve malları iade etmek zorunda kalır (Venardos, 2010, s. 301). Yani gelecekte satın alacağı bir mal için şimdiden ödeme yapan alıcı, malı almaktan vazgeçtiği takdirde, ödenen avans satıcının hesabına mahsup edilmiş olur (Ak, 2018, s. 128).

Arbunun, belirli bir süre zarfında satışı iptal etme veya satışa devam etme hakkını korumak için bir alıcı tarafından ödenen ve satışın iptali halinde ise iade edilmeyen bir teminat (Hassan ve Lewis, 2007, s. 88) olarak kabul edilmesinin sebebi ise; böyle bir anlaşmadan vazgeçilmesi halinde satıcının daha iyi şartlarda yapılabileceği satış imkânını kaçırmaya riskinin karşılığı olmasıdır.

3.3.2. İsticrar

İslami bankacılık uygulamalarında yaygın olarak kullanılan kaynak kullandırma yöntemleri arasında İsticrar da yer almaktadır. İsticrar alıcının, satıcıya belirli bir malın ne zaman alacağını söylemesi ve bu alımların ödemesi için bir taahhütte bulunmasıdır (Shamekhi, 2018, s. 45). Bu taahhüt doğrultusunda İsticrar, tedarikçinin belirli bir ürünü sürekli olarak tedarik etmeyi kabul ettiği, alıcının da belirli bir vadede ödeme yapmayı kabul ettiği bir sözleşme (Kettell, 2011, s. 151) olup mal fiyatını ödeme yapılacağı zaman kesinleştirmek üzere yapılan veresiye alışveriş olarak da ifade edilmektedir (Okur, 1999, s. 265).

Bu tür sözleşmeler daha çok toptancılar ve perakendeciler arasında yapılmaktadır. Normal olarak satıcı, belirtilen malları alıcıya bildirilen fiyat üzerinden teslim etmeye devam eder ve alıcı, aylık olarak veya aralarında kararlaştırıldığı şekilde ödeme yapar. Bir ekmek tedarikçisi, bir ay boyunca bir perakendeciye ekmek tedarik edebilir ve bir ay geçtikten sonra ödeme alabilir (Ayub, 2007, s. 355). Ayrıca “uzun yolculuğa çıkan bir şahıs parayı evde bırakmak istemediği, bakmakla yükümlü olduğu kişilerin de ihtiyaçlarını kolayca temin etmek istediği zaman bu yola başvurur” (Ak, 2012, s. 20). Bankacılık faaliyetlerinde ise bu uygulama genelde müşteri adına ödenen doğal gaz, elektrik ve su faturalarının ödemelerinde kullanılmaktadır (Shamekhi, 2018, s. 45). Genel anlaşma ahlakına ve düzenine uymak şartıyla bunların hepsi caiz ve meşru sayılmaktadır (Ak, 2012, s. 21).

3.3.3. Tekafül

İslam inancına sahip olanlar, yaşam tarzlarını Allah’ın emir ve yasaklarına göre şekillendirirken her alanda İslami hükümlere dikkat etmektedirler. Günümüzde kullanılan sigortacılık sisteminde de İslami açıdan bazı sakıncalı durumlar

bulunmaktadır. Müslümanlar da hem bu durumlardan kaçınmak hem de günlük hayatta karşılaşılabilecekleri risklerden korunmak niyetiyle geleneksel sigortacılık sistemine alternatif olarak Tekafül sistemini geliştirmişlerdir (Aslan, 2015, s. 94). Bu sistemin amacı, “belirli bir risk grubundaki bireyleri bir araya getirerek karşılaşılan tehlikelerde zararı en aza indirmek veya bireylerin toplumsal yaşantılarını alt üst etmesine izin vermeden hasarlarının telafisini sağlamaktır” (Yıldırım, 2014, s. 50).

Arapça “kefalet” kelimesinden türetilen ve “karşılıklı güven, dayanışma” gibi anlamlara gelmekte olan tekafül kelimesi, dilimizde “bir şeyin sorumluluğunu üstlenme, kefil olma, yükümlenme” şeklinde yer almaktadır. Günümüzde finans dünyasında, İslami Sigortacılığı ifade etmek için Tekafül terimi kullanılmaktadır. AAOIFI’nin belirttiği 26 nolu standartta, “İslami sigorta, belirli rizikolara maruz şahısların bu rizikoların gerçekleşmesiyle ortaya çıkacak zararların telafisi üzerine anlaşmalarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu anlaşma bağlamında bir araya gelen katılımcıların topladığı paralar ile bir fon oluşturulur. Katılımcılar arasından herhangi biri zarara uğradığı anda bu fon devreye girer ve zarara uğrayan kişinin zararı tazmin edilmiş olur. Ancak toplanan bu fonların İslami esaslara uygun olan yatırım araçlarında değerlendirilmeleri gerekmektedir (Aslan, 2015, s. 97-98).

Tekafül sisteminin daha iyi anlaşılabilmesi için öncelikle günümüzde kullanılan sigortacılık sistemi ile farklarının bilinmesi gerekmektedir. Tekafül sisteminin dayandığı “karşılıklı sorumluluk, müşterek risk paylaşımı, karşılıklı koruma ve üyeler arasında dayanışma” gibi temel prensipler, tekafülü sigortacılıktan ayırmaktadır (Şekeroğlu ve Özer, 2017, s. 20). Bu ayrımı daha iyi görebilmek açısından Tablo 3.2’de Tekafül ile klasik (ticari, konvansiyonel) sigortanın farklılıkları özetlenmiştir. Ayrıca klasik sigortaya alternatif olarak karşımıza çıkan İslami sigorta türü Tekafülün aşağıdaki unsurları içermemesi gerekmektedir;

1. Faiz (riba) ve aşırı risk alma (maisir),
2. Sözleşmede belirsiz ya da net olmayan hususlar (gharar),
3. İslami olarak uygun olmadığı düşünülen yatırımlar (haram) (Yıldırım, 2014, s. 51).

Tablo 3.2. Tekafül ve klasik sigortanın farklılıkları

Tekafül	Klasik Sigorta
1. Tekafül'de faiz, kumar ve şüphe yoktur.	1. Klasik sigortalar faiz, kumar ve şüphe içerir.
2. Katılımcı tarafından ödenen primlerin bir kısmı veya tamamı diğer katılımcıları potansiyel risklere karşı korumak için Tekafül Fonuna katılır.	2. Klasik sigorta şirketlerine ödenen primler beklenen riskler karşılığında kendilerine aittir.
3. Tekafül şirketleri, mevcut yasaların yanı sıra Şeriat Denetleme Kuruluna tabidir.	3. Klasik sigorta şirketleri, sadece mevcut yasalara tabidirler.
4. Tekafül Fonundaki katılımcılar ile sermayedarların hesapları arasında tam bir ayırım vardır.	4. Poliçe sahipleri tarafından ödenen primler şirkete gelir kabul edilir ve hissedarlara ödenir.
5. Tekafül Fonundaki herhangi bir fazlalık sadece katılımcılar arasında Vekâlet ve Mudaraba modellerine göre dağıtılır.	5. Bütün fazlalıklar ve karlar sermayedarlara aittir.
6. Katılımcıların ve hissedarların birikimleri İslami kurallara uygun yatırımlarda kullanılır.	6. Yatırımlarda kullanılacak fonların İslami kurallara uygun olması zorunlu değildir.

(Kaynak: Gürbüz, 2017, s. 57)

Tekafül ile ticari sigorta arasında genel farklılıklar olduğu gibi işleyiş bakımından da farklılıklar bulunmaktadır. Tablo 3.3'te Tekafül ve ticari sigortaların karşılaştırılması detaylı olarak yer almaktadır.

Tablo 3.3. Tekafül ve ticari sigortaların karşılaştırması

	Tekafül	Ticari Sigorta
Sözleşme	Bağış ve acente veya kar sözleşmelerinin birleşiminden oluşan karma bir yapıya sahiptir.	Sigortalıların, poliçelerin alıcısı olduğu alım satım sözleşmeleridir.
Şirket	Hissedarlar, katılımcılar adına bir aracı olarak hareket ettikleri için şirket "sigortacı" yerine "operatör/işletmeci" olarak adlandırılmaktadır.	Poliçe sahipleri ve şirket arasında birebir ilişki bulunmaktadır.
Hasar kaybı	Katılımcılar, tekafül fonunun da sahibi olduğundan sigorta riskini de üstlenmektedirler.	Sigorta riskini şirket ortakları üstlenmektedir.
Sigortacı	Tekafül operatörü bir acente görevi görmektedir. Eğer Tekafül fonlarında bir eksiklik varsa, operatörden Karz-ı Hasen temin etmesi beklenmektedir.	Sigortacı, şirket varlıklarından söz verildiği şekilde sadece sigorta yardımlarını ödemekle yükümlüdür.
Katkı / Primler	Tekafül gönüllülük esasına dayandığından, ödenen paralar bağış (teberru) olarak nitelendirilmektedir.	Sigortalıların güvence satın almak için ödedikleri paraya prim denilmektedir.

Tablo 3.3'ün devamı

Katkının ve Primlerin Ödenmesi	Katkılar Tekafül fonuna aittir. Bu katkılar tek seferde veya dönemsel bağışlar şekilde kabul edilerek tekafül fonuna aktarılmaktadır.	Poliçe sahipleri tarafından ödenen primler şirkete aittir.
Katkının ve Primlerin Mülkiyeti	Katkılar, tekafül fonuna sahibi olan ait katılımcılara ait olup operatör tarafından yönetilmektedir.	Ödenen primler sigorta şirketine aittir.
Katkı ve Prim Ödemesinin Gecikmesi	Operatör, gecikme karşısında faiz talep edememektedir.	Sigorta şirketi, primlerin geç ödenmesi durumunda faiz işletmektedir.
Sigorta riski	Katılımcıların riski, tekafül havuzuna aktarılır.	Sigorta riski, poliçe sahiplerinden hissedarlara kaydırılır.
Prim Fazlası ve Rezervler	Katkıların fazlası üzerinde bütün katılımcıların ortak hakları bulunmaktadır.	Rezerv ve prim fazlasının sahibi sigortacıdır.
Yatırım	Tekafül ve pay sahiplerinin fonları, İslami usullere uygun yatırım araçlarına yönlendirmek zorundadır.	Yasal düzenlemelerde belirlenen kurallar dışında bir kısıtlama bulunmamaktadır.
Yasal Düzenleme	Yasal düzenlemeler Bahreyn ve Malezya gibi ülkelere göre değişmekle birlikte İslami bir Danışma Kurulunun kurulması zorunludur.	Belirlenen yasal düzenlemeler geçerlidir.
Muhasebe	Biri hissedarlar, diğeri katılımcılar adına olmak üzere birer bilanço ve ikişer gelir tablosu düzenlenmektedir. Bazı ülkelerde ise AAOIFI standartlarının benimsenmesi zorunludur.	Şirket için bir bilanço ve gelir tablosu düzenlenmektedir.
Retekafül / Reasürans	Katkılar retekafül şirketine devredilmelidir. Ancak iyi işleyen retekafül şirketinin bulunamaması durumunda, İslam alimleri gerekli şartlar sağlandığı takdirde, tekafül şirketlerinin geleneksel reasürans şirketleri ile çalışılmasına izin vermişlerdir.	Primler reasürans şirketlerine devredilir.

(Kaynak: Tolefat ve Asutay, 2013, s. 46-47)

Tekafül siteminde, sigorta şirketinin yani operatörün yaptığı iş sadece sigortacılık faaliyetlerini yürütmek ve işlemleri organize etmektir. Bu durumda tazmin yükümlülüğünü üstlenen sigorta şirketi değil, bizzat sigortalılardır. Temel maksatları aynı gibi görünse de günümüzde uygulanan klasik sigortacılık sistemi, içine aldığı garar (belirsizlik), meysir (kumar) ve riba (faiz) gibi hususlar nedeniyle yapılan

birçok İslam fıkıh toplantılarında İslam âlimleri tarafından sakıncalı görülmüştür. Sigortalıların bağışlarından (teberru) oluşan ve felakete uğrayan ihtiyaç sahiplerine yardım etmek amacıyla kurulan Teberru Sandığı'nın meşruluğu hakkında ise âlimler arasında anlaşmazlık bulunmamaktadır. Aksine, tekafülün bu şekli, Maide suresinin ikinci ayetinde yer alan “iyilikte ve takvada yardımlaşın” emrinin dahilinde görülmüştür (Gürbüz, 2017, s. 56-57).

Dünyada hızla gelişen Tekafül sistemi, ülkemizde henüz Katılım bankalarının bizzat uyguladıkları bir ürün haline gelmemiştir. Türkiye’de tekafül sisteminin hızlı bir büyüme potansiyeline sahip olmasına rağmen, Katılım bankaları tekafül şirketlerinde kurucu ortak olmayı tercih etmektedir. Ortak oldukları tekafül şirketinin poliçeleri ise bankanın şubeleri aracılığıyla müşterilere sunulmaktadır. Bu nedenle Türkiye’de tekafülün yaygınlaştırabilmesi için; tekafül hakkında tanıtıcı çalışmalar yapılmalı, Tekafül sistemi yasal bir mevzuata kavuşturulmalı ve merkezi bir denetim kurulu oluşturulmalıdır (Aslan, 2015, s. 113).

Ayrıca Tekafül sigortacılığı alanında faaliyet gösteren firmaların topladıkları fonların yönlendirilebileceği finansal araç çeşitliliğinin artırılmasıyla birlikte; firmaların mali performansları artacak ve firmaların kârlılığına önemli katkılar sağlayacaktır. Bu durum ise sektörün kârlı olmasına, sektöre yeni oyuncuların girmesine, hem tekafül sigortacılığın gelişmesine hem de faizsiz finans araçların gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır (Dede, 2017, s. 231).

4. KASTAMONU İLİNDEKİ BANKA MÜŞTERİLERİNİN KATILIM (İSLAMİ) BANKACILIĞI HAKKINDAKİ ALGILARI

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Son yıllarda yaygınlaşan İslami finans, gün geçtikçe müşterilerine yeni ürünler sunmakla birlikte, toplumlar tarafından tercih edilen ve gelişmekte olan bir bankacılık türü haline gelmiştir. Bu araştırmanın amacı ise, Kastamonu ilindeki banka müşterilerinin, İslami bankacılık ve finans uygulamaları hakkındaki algılarını bir anket uygulaması ile belirlemektir.

Anket soruları, Kastamonu'daki banka müşterilerinin, faizsiz bankacılık prensipleri ve işleyişi hakkında ne kadar bilgi sahibi olduklarını, İslami bir banka ile ilişki kurmayı düşünüp düşünmediklerini, banka seçimi yaparken hangi faktörlere daha çok önem verdiklerini ve İslami bankacılık ürünleri ile ilgili şüphe duyup duymadıklarını belirlemeye yöneliktir.

Bu çalışma, tematik ve metodolojik açıdan önem arz etmektedir. Bir şehir odaklı Katılım Bankacılığına yönelik algıların ya da davranışsal tutumların ölçülmesi, tematik açıdan önemlidir. Bununla birlikte algıya yönelik bu tarz incelemeyi anket yolu ile ölçmek, aynı zamanda bu çalışmayı metodolojik bakımdan önemli kılmaktadır.

4.2. Literatür Taraması

Dünyada ve Türkiye'de İslami Bankacılık üzerine birçok çalışma yapılmış olup genellikle İslami Bankacılığın müşteriler tarafından tercih edilme nedenleri üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada ise Kastamonu ili özelinde müşterilerin faizsiz bankacılık hakkındaki bilgi düzeyleri ve farkındalıkları araştırılacaktır. Bu yönüyle, araştırma ile literatüre katkıda bulunulacağı düşünülmektedir. Tartışma bölümünde, elde edilen bulgular ile literatürdeki çalışmaların karşılaştırılması sonucunda çalışmanın literatür bölümü de tamamlanmış olacaktır.

4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada, yöntem olarak anket uygulaması tercih edilmiş olduğundan sınırlı sayıda katılımcıya ulaşılmıştır. Ancak algı ölçümüne yönelik anketle birlikte görüşme, katılımcı gözlem ve odak grup görüşmesi gibi diğer teknikler de kullanılabilir. Dolayısıyla sadece anket odaklı bir yol izlenmesi bulguların yalnızca ankete bağlı olmasını beraberinde getirmiştir.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın yöntemini belirtmek amacıyla, araştırmanın modeli, evreni ve örneklemini ile verilerin toplaması ve analizi hakkında bilgiler verilmiştir.

4.4.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma, Türkiye'nin Kastamonu ilindeki banka müşterileri ile ilgilidir. Ayrıca finansal ihtiyaçları, tutumları, piyasadaki mevcut finansal ve bankacılık ürünleri ile de ilgilidir. Bu nedenle İslami değerlere uyumlu finansal ürünler sunan bankalar ve diğer finans şirketleri bizim en önemli odak noktamızdır.

Bu çalışmada, araştırma modeli olarak nicel araştırma modeli kullanılmıştır. Nicel araştırma metodlarından biri olan anket, çalışmanın temel veri toplama aracı olarak tercih edilmiştir. Bu bağlamda evren ve örneklem tespitinin akabinde anket soruları oluşturulmuş, örneklemelere bu anket uygulanmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

EK 1'de yer alan anket formu, toplam beş bölümden oluşmakta olup sorular kapalı uçlu olarak hazırlanmıştır. İlk bölümde, katılımcılara demografik değişkenlerle (yaş, cinsiyet, aylık gelir, vb.) ilgili sorular yöneltilerek katılımcı profili tespit edilmiştir. Katılımcılardan, ikinci bölümde yer alan iki seçenekli soruları “evet veya hayır” şeklinde cevaplamaları istenmiş ve İslami finansa karşı genel bakış açıları tespit edilmiştir. Üçüncü bölümde, müşterilerin banka seçimi sırasında dikkate aldıkları faktörler hakkındaki düşüncelerini belirlemede likert tipi beşli ölçek (5-Çok önemli,

4-Önemli, 3-Orta düzeyde önemli, 2-Biraz önemli, 1-Hiç önemli değil) kullanılmıştır. Dördüncü bölümde, katılımcıların İslami bankacılığa ait kullanılan ürünlerle ilgili görüşleri de yine likert tipi altılı ölçek ile (1-Kesinlikle katılıyorum, 2-Çoğunlukla Katılıyorum, 3-Bazen Katılıyorum, 4-Genellikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle katılmıyorum, 6-Bu konuda bilgim yok) belirlenmiştir. Son bölümde ise, İslami bankacılık kavramlarının bilinirliği yine likert tipi altılı ölçekle (1-Çok iyi biliyorum, 2-İyi biliyorum, 3-Biraz biliyorum, 4-Çok az biliyorum, 5-Emin değilim, 6-Bu konuda bilgim yok) tespit edilmiştir. Anketler 2018 yılının Haziran ve Aralık ayları arasında altı aylık bir süre içerisinde tamamlanmış olup ankette yer alan bütün sorulara cevap verilmesi zorunlu kılınmıştır.

4.4.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma evrenini, Türkiye'nin Kastamonu ilinde yaşayan insanlar oluşturmaktadır. Evrenin tümüne ulaşma imkânı olmadığından, evreni temsil etme yeteneğine sahip olan ve anket uygulamasına katılan 275 banka müşterisi ise araştırmanın örneklemdir.

Araştırma sahası olan Kastamonu ili, ülkemizin Batı Karadeniz Bölgesi'nde yer alan kuzeyinde Karadeniz, güneyinde Çankırı, güney doğusunda Çorum, batısında Bartın ve Karabük, doğusunda ise Sinop ile çevrilidir. 13 108 km² alan üzerinde yer alan Kastamonu, Türkiye topraklarının %1,7'sini oluşturmaktadır. Kastamonu ilinde ilçe sayısı 20 olup Merkez dahil 21 Belediye ve 1071 köy bulunmaktadır. Kastamonu nüfusu 2017 yılına göre 372 373 olup %58'lik kısmı il ve ilçe merkezlerinde, %42'lik kısmı ise köy ve beldelerde yaşamaktadır.

4.4.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu çalışmada verilerin toplanabilmesi için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Katılım Bankacılığı Anketi, örneklem kapsamındaki 275 banka müşterisine internet ortamında ulaştırılarak veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde "SPSS ve Excel" programlarından faydalanılmıştır.

5. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümde, anket katılımcılarına ait demografik özellikler incelenerek, anket uygulamasından elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgulara ve bu bulgular ışığında yapılan yorumlara yer verilmiştir.

5.1. Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi

Anket uygulaması ile katılımcılara yöneltilerek, müşterilerin İslami finansa karşı genel bakış açılarını, müşterilerin banka seçimi sırasında dikkate aldıkları faktörleri, İslami bankacılığa ait kullanılan ürünlerle ilgili görüşlerini ve İslami bankacılık kavramlarının bilinirliğini tespit etmeyi amaçlayan sorularda kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha test istatistiği kullanılarak yapılmıştır.

Tablo 5.1. *Güvenirlilik Analizi Sonuçları*

	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Müşterilerin İslami finansa karşı genel bakış açıları	0,839	22
Müşterilerin banka seçimi sırasında dikkate aldıkları faktörler	0,819	14
İslami bankacılığa ait kullanılan ürünlerle ilgili görüşler	0,904	18
İslami bankacılık kavramlarının bilinirliği	0,895	10

Tablo 5.1'de araştırmada kullanılan ölçeklerin alfa (α) katsayısına bağlı olarak güvenilirlikleri yer almaktadır. Tabloya bakıldığında; 22 maddeden oluşan "Müşterilerin İslami finansa karşı genel bakış açıları" ölçeğine uygulanan güvenilirlik testi sonucunda ölçeğin güvenirliliği 0,839 olarak, 14 maddeden oluşan "Müşterilerin banka seçimi sırasında dikkate aldıkları faktörler" ölçeğinin güvenirliliği ise 0,819 olarak tespit edilmiştir. 18 maddeden oluşan "İslami bankacılığa ait kullanılan ürünlerle ilgili görüşler" ölçeğinin güvenirliliği 0,904 iken, 10 maddelik "İslami bankacılık kavramlarının bilinirliği" ölçeğinin güvenirliliği 0,895 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5.2. Ölçeklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	Ortalama	SS	Varyans	Madde Sayısı
Müşterilerin İslami finansa karşı genel bakış açıları	31,804	10,736	5,244	22
Müşterilerin banka seçimi sırasında dikkate aldıkları faktörler	30,040	14,277	14,659	14
İslami bankacılığa ait kullanılan ürünlerle ilgili görüşler	55,593	20,685	23,819	18
İslami bankacılık kavramlarının bilinirliği	41,575	13,374	17,968	10

Tablo 5.2’de örneklemlere uygulanan “Müşterilerin İslami finansa karşı genel bakış açıları” ölçeği 31,804 ortalama ve 10,736 standart sapma, “Müşterilerin banka seçimi sırasında dikkate aldıkları faktörler” ölçeği 30,040 ortalama ve 14,277 standart sapma, “İslami bankacılığa ait kullanılan ürünlerle ilgili görüşler” ölçeği 55,593 ortalama ve 20,685 standart sapma, “İslami bankacılık kavramlarının bilinirliği” ölçeği ise 41,575 ortalama ve 13,374 standart sapma ile dağıldığı görülmüştür.

5.2. Frekans Tablolarının ve Analizlerin Yorumlanması

Araştırmanın bu bölümünde, anket formunda yer alan katılımcıların profilini yansıtan kişisel soruların ve diğer anket sorularının frekans dağılım tabloları oluşturulup yorumlanacaktır.

5.2.1. Müşterilerin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında ankete katılan müşterilerinin demografik özelliklerine ilişkin bulguların ve anketin ilk bölümünde yer alan banka kullanımları hakkındaki frekans, yüzde, geçerlilik ve kümülatif dağılımları tablolar yardımıyla sunulmuştur.

Tablo 5.3’te görüldüğü gibi, araştırmaya katılan müşterilerin 4’ü (%1,5) 18’den küçük, 33’ü (%12) 18-25 yaş, 92’si (%33,5) 26-34 yaş, 60’ı (%21,8) 35-44 yaş, 34’ü (%12,4) 45-54 yaş, 37’si (%13,5) 55-64 yaş, 15’i (%5,5) 65 yaş ve üzeri olarak dağılmaktadır. Sonuç olarak ankete katılan müşterilerin %55,3’ü (152 kişi) 26-44 yaş aralığındaki genç ve orta yaş grubunda yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 5.3. *Katılımcıların Yaş Dağılımı*

	Frekans	Yüzde %	Geçerlilik %	Kümülatif %
18'den küçük	4	1,5	1,5	1,5
18-25	33	12	12	13,5
26-34	92	33,5	33,5	46,9
35-44	60	21,8	21,8	68,7
45-54	34	12,4	12,4	81,1
55-64	37	13,5	13,5	94,5
65+	15	5,5	5,5	100,0
Toplam	275	100,0	100,0	

Tablo 5.4'te görüldüğü gibi, katılımcıların 181'i (%65,8) erkek, 94'ü (%34,2) ise kadındır. Anketimize katılan müşterilerin büyük çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır.

Tablo 5.4. *Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı*

	Frekans	Yüzde %	Geçerlilik %	Kümülatif %
Erkek	181	65,8	65,8	65,8
Kadın	94	34,2	34,2	100,0
Toplam	275	100,0	100,0	

Tablo 5.5'te görüldüğü gibi, katılımcıların gelir seviyeleri arasındaki en büyük paya, 127 kişiyle (%46,2) 1.500-4.999 TL gelir seviyesi sahipken; en düşük paya ise 17 kişiyle (%6,2) 15.000'den fazla gelir seviyesi olanlar sahiptir.

Tablo 5.5. *Katılımcıların Gelir Seviyesi (TL olarak)*

	Frekans	Yüzde %	Geçerlilik %	Kümülatif %
1.500'den az	55	20,0	20,0	20,0
1.500-4.999	127	46,2	46,2	66,2
5.000-9.999	44	16,0	16,0	82,2
10.000-14.999	32	11,6	11,6	93,8
15.000'den fazla	17	6,2	6,2	100,0
Toplam	275	100,0	100,0	

Tablo 5.6. *Katılımcıların Ne Tür Bankada Hesap Sahibi Olduklarının Dağılımı*

	Frekans	Yüzde %	Geçerlilik %	Kümülatif %
İslami bankada	110	40,0	40,0	40,0
Geleneksel bankada	93	33,8	33,8	73,8
Her ikisi	59	21,5	21,5	95,3
Hiçbiri	13	4,7	4,7	100,0
Toplam	275	100,0	100,0	

Tablo 5.6'ya göre; katılımcıların 110'u (%40) sadece İslami bankada hesap sahibiyken, 93'ü (%33,8) de sadece geleneksel bankada hesap sahibidir. Bunun yanında müşterilerin 59'u (%21,5) her iki banka türünün hesabını kullanırken, 13'ünün (%4,7) ise herhangi bir banka türünde hesabı bulunmamaktadır.

Tablo 5.7. *Katılımcıların Sahip Oldukları Hesapların Türü*

	Frekans	Yüzde %	Geçerlilik %	Kümülatif %
Kişisel hesap	183	66,5	66,5	66,5
Ticari hesap	24	8,7	8,7	75,3
Her ikisi	55	20,0	20,0	95,3
Hiçbiri	13	4,7	4,7	100,0
Toplam	275	100,0	100,0	

Tablo 5.7'ye göre; katılımcıların 183'ü (%66,5) sadece kişisel hesap kullanırken, 24'ü (%8,7) de sadece ticari hesap kullanmaktadır. Katılımcılardan 55'i (%20) her iki hesap türünü kullanırken, 13 katılımcı ise herhangi bir hesap türü kullanmamaktadır.

Tablo 5.8. *Katılımcıların Sahip Oldukları Hesap Türlerinin Niteliği*

	Frekans	Yüzde %
Cari hesap	248	90,2
Tasarruf	90	32,7
Yatırım	29	10,5
Hiçbiri	13	4,7

Tablo 5.8'de katılımcılara yöneltilen ve çoklu seçim yapabilme imkânı verilen hesap türlerinin niteliği sorusunda, 248'i (%90,2) cari hesap, 90'ı (%32,7) tasarruf hesabı,

29'u (%10,5) yatırım hesabı kullandığını belirtmiştir. Katılımcılardan 13'ü (%4,7) ise herhangi bir hesap türü kullanmamaktadır.

Tablo 5.9. *Katılımcıların Ne Tür Bankadan Finansman Kullandıklarının Dağılımı*

	Frekans	Yüzde %	Geçerlilik %	Kümülatif %
İslami bankadan	76	27,6	27,6	27,6
Geleneksel bankadan	80	29,1	29,1	56,7
Her ikisi	28	10,2	10,2	66,9
Hiçbiri	91	33,1	33,1	100,0
Toplam	275	100,0	100,0	

Tablo 5.9'a göre; katılımcıların 91'i (%33,1) hiçbir bankadan finansman kullanmadığını belirtirken, 28'i (%10,2) her iki banka türünden finansman kullanmıştır. Geleneksel bankadan finansman kullananların sayısı 80 (%29,1) olurken, İslami bankadan finansman kullananların sayısı ise 76 (%27,6) olarak gerçekleşmiştir. Buradan az bir farkla da olsa finansman ihtiyacı duyan müşterilerin, İslami bankalara nazaran geleneksel bankaları tercih ettikleri sonucuna ulaşılabılır.

Tablo 5.10. *Katılımcıların Kullandıkları Finansman Çeşitlerinin Dağılımı*

	Frekans	Yüzde %
Konut (ipotek)	85	30,9
Araç	74	26,9
Kişisel ihtiyaç	73	26,5
Ticari	40	14,5
Hiçbiri	91	33,1

Tablo 5.10'da katılımcılara yöneltilen ve çoklu seçim yapabildikleri finansman çeşidi sorusunda, 85'i (%30,9) konut, 74'ü (%26,9) araç, 73'ü (%26,5) kişisel ihtiyaç, 40'ı (%14,5) ticari finansman kullandığını belirtmiştir. Geriye kalan 91 (%33,1) katılımcı ise hiçbir finansman çeşidi kullanmamıştır. Daha öncede belirtildiği gibi katılımcıların 13'ünün herhangi bir bankada hesabı bulunmamaktadır. Buradan yola çıkarak, 91 kişinin de finansman kullanmadığı göz önünde bulundurulursa, bankalarla çalışması olduğu halde 78 (%28,3) kişinin henüz finansman kullanmadığı ve bankaların karlılığına bir katkılarının olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

5.2.2. Diğer Anket Sorularının Frekans Tabloları

Tablo 5.11. *Katılımcıların İslami Finansa Karşı Genel Bakış Açılırları*

	Evet		Hayır		Ort.	SS
	f	%	f	%		
1. İslami Finans kavramlarını biliyor musunuz?	188	68,4	87	31,6	1,32	0,466
2. İslam Ekonomisi kavramlarını biliyor musunuz?	108	39,3	167	60,7	1,61	0,489
3. Herhangi bir İslami Finans veya İslami Bankacılık ürünü kullanıyor musunuz?	167	60,7	108	39,3	1,39	0,489
4. Kullanabileceğiniz çeşitli İslami Bankacılık ürünlerinden haberdar mısınız?	176	64,0	99	36,0	1,36	0,481
5. İslam Bankacılığı veya İslami Finans alanındaki gelişmeleri aktif olarak takip ediyor musun?	118	42,9	157	57,1	1,57	0,496
6. Türkiye'de İslami bankacılık ve finans için bir önemli bir talep olduğunu düşünüyor musunuz?	150	54,5	125	45,5	1,45	0,499
7. Ailenizden veya arkadaşlarınızdan herhangi birinin İslami Bankada bir hesabı var mı?	181	65,8	94	34,2	1,34	0,475
8. Başka birisine İslami Bankada bir hesap önerir misiniz?	166	60,4	109	39,6	1,40	0,490
9. İslami ve geleneksel bir ipotek arasında herhangi bir fark görüyor musunuz?	127	46,2	148	53,8	1,54	0,499
10. İslami banka ipoteklerinin teknik farklılıklarını ve mekanizmalarını biliyor musunuz?	117	42,5	158	57,5	1,57	0,495
11. İslami banka ipoteklerinin mevduat ve maliyeti rekabetçi mi?	113	41,1	162	58,9	1,59	0,493
12. İslami banka konut finansmanı şartları ve koşullarından memnun musunuz?	154	56,0	121	44,0	1,44	0,497
13. Tamamen İslami kurallarla uyumlu bir yatırım portföyüne sahip olmak ister misiniz?	152	55,3	123	44,7	1,45	0,498
14. İslami finans ürünlerinin bir ihtiyaç olduğuna inanıyor musunuz?	166	60,4	109	39,6	1,40	0,490
15. Katılım/İslami bankalarının dini değerlerinize göre ihtiyaçlarınızı karşıladığını düşünüyor musunuz?	152	55,3	123	44,7	1,45	0,498
16. Katılım bankalarının size sundukları ürünler için herhangi bir tercihiniz var mı?	154	56,0	121	44,0	1,44	0,497
17. Finansal kurum veya ürün seçiminizde dürüst, açık ve şeffaf işletme kültürü sizin için önemli midir?	206	74,9	69	25,1	1,25	0,434
18. İslami bir finansal ürünün başarılı olabilmesi için güçlü bir marka teklifi veya vaadi yeterli midir?	130	47,3	145	52,7	1,53	0,500
19. İki eş değer ürün göz önüne alındığında, İslam'a uyumlu teklif için daha fazla ödemek ister misiniz?	115	41,8	160	58,2	1,58	0,494
20. İslami finans kurumları temel aldıkları değerleri doğru bir şekilde yansıtıyor mu?	169	61,5	106	38,5	1,39	0,488
21. İslami markalar size konvansiyonel /geleneksel markalara göre daha fazla değer mi veriyor?	163	59,3	112	40,7	1,41	0,492
22. İslami bir bankayla bankacılık ilişkisi kurmayı düşünüyor musunuz?	182	66,2	93	33,8	1,34	0,474

Tablo 5.11'de katılımcıların anketin ikinci bölümündeki sorularına verdikleri cevapların frekans dağılımları yer almaktadır. Tabloya göre; en yüksek “evet” cevabı 206 (%74,9) kişiyle “dürüst, açık ve şeffaf işletme kültürü sizin için önemli midir?” sorusuna verilmiştir. En yüksek “hayır” cevabı ise 167 (%60,7) kişiyle “İslam ekonomisi kavramlarını biliyor musunuz?” sorusuna verilmiştir. “İslami bir bankayla bankacılık ilişkisi kurmayı düşünüyor musunuz?” sorusu ise 182 (%66,2) kişinin verdiği cevap ile en yüksek üçüncü “evet” cevabı olmuştur.

Tablo 5.12. Katılımcıların Banka Seçimi Sırasında Dikkate Aldıkları Faktörler

		5-Çok önemli	4-Önemli	3-Orta düzeyde önemli	2-Biraz önemli	1-Hiç önemli değil	Ort.	SS
1. İtibarı	f	117	129	17	10	2	1,73	0,792
	%	42,5	46,9	6,2	3,6	0,7		
2. Konumu ve park yeri	f	79	70	87	29	10	2,35	1,111
	%	28,7	25,5	31,6	10,5	3,6		
3. Personelin yeterliliği	f	108	81	54	28	4	2,05	1,062
	%	39,3	29,5	19,6	10,2	1,5		
4. Online hizmetleri	f	101	85	48	37	4	2,12	1,096
	%	36,7	30,9	17,5	13,5	1,5		
5. Bankanın içi	f	76	87	70	37	5	2,30	1,070
	%	27,6	31,6	25,5	13,5	1,8		
6. Arkadaş ve akraba tavsiyesi	f	53	80	102	27	13	2,52	1,058
	%	19,3	29,1	37,1	9,8	4,7		
7. Hizmet hızı	f	110	64	82	17	2	2,04	1,006
	%	40	23,3	29,8	6,2	0,7		
8. Profesyonel ve finansal danışmanlık	f	77	98	68	25	7	2,23	1,036
	%	28	35,6	24,7	9,1	2,5		
9. Personelin nezaketi, kibarlığı	f	118	84	49	20	4	1,94	1,014
	%	42,9	30,5	17,8	7,3	1,5		
10. İslami kurallara uygun olması	f	71	86	82	27	9	2,33	1,066
	%	25,8	31,3	29,8	9,8	3,3		
11. Kredi mevcudiyeti	f	77	100	71	19	8	2,20	1,019
	%	28	36,4	25,8	6,9	2,9		
12. Düşük işlem masrafları	f	116	95	52	8	4	1,87	0,919
	%	42,2	34,5	18,9	2,9	1,5		
13. Ahlaki ve etik kurallara riayet etmesi	f	74	97	85	17	2	2,19	0,927
	%	26,9	35,3	30,9	6,2	0,7		
14. Mevduat getirisi	f	98	68	85	12	12	2,17	1,099
	%	35,6	24,7	30,9	4,4	4,4		

Tablo 5.12’de katılımcıların anketin üçüncü bölümündeki sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları yer almaktadır. Tabloya göre; en yüksek ilk iki cevap, 129 (%46,9) ile “İtibarı” sorusuna verilen “4-önemli” cevabı ve 118 (%42,9) ile “Personelin nezaketi, kibarlığı” sorusuna verilen “5-çok önemli” cevabı ile olmuştur. Bunun yanında katılımcılar en yüksek seviyede (5-Çok önemli), “Personelin yeterliliği, Online hizmetleri, Hizmet hızı, Düşük işlem masrafları ve Mevduat getirisi” maddelerine önem vermişlerdir. En düşük seviye (3-Orta düzeyde önemli) ise “Arkadaş ve akraba tavsiyesi” ile “Konumu ve park yeri” maddeleri olmuştur.

Tablo 5.13. İslami Bankacılığa Ait Kullanılan Ürünlerle İlgili Görüşler

		1-Kesinlikle katılıyorum	2-Çoğunlukla Katılıyorum	3-Bazen Katılıyorum	4-Genellikle Katılmıyorum	5-Kesinlikle katılmıyorum	6-Bu konuda bilgim yok	Ort.	SS
1.İslami Bankacılık ürünleri diğer bankalarınkinden daha kullanışlıdır	f	17	93	106	34	18	7	2,87	1,090
	%	6,2	33,8	38,5	12,4	6,5	2,5		
2.İslami Bankacılık faaliyetleri yaygınlaşmalıdır	f	24	32	104	95	12	8	3,23	1,095
	%	8,7	11,6	37,8	34,5	4,4	2,9		
3.İslami bankalardaki bankacılık ürünleri tüm ihtiyaçları karşılayacak düzeydedir	f	13	58	75	108	12	9	3,27	1,092
	%	4,7	21,1	27,3	39,3	4,4	3,3		
4.Türkiye'de İslami bankacılığa gerçekten ihtiyaç var	f	25	90	86	45	23	6	2,89	1,174
	%	9,1	32,7	31,3	16,4	8,4	2,2		
5.Müslüman bir toplum için İslami finansal ürünler çok önemlidir	f	25	60	92	67	21	10	3,11	1,205
	%	9,1	21,8	33,5	24,4	7,6	3,6		
6.İslami finansal ürünlerin hayatımı kolaylaştıracağına inanıyorum	f	9	68	103	65	15	15	3,20	1,136
	%	3,3	24,7	37,5	23,6	5,5	5,5		
7.İslami bankacılık işime yardımcı olabilir	f	37	63	95	51	22	7	2,92	1,225
	%	13,5	22,9	34,5	18,5	8,0	2,5		
8.İslami bankalar toplumsal bütünleşmeye katkı sağlar	f	16	100	82	53	11	13	2,93	1,173
	%	5,8	36,4	29,8	19,3	4,0	4,7		
9.İslami finans kurumları çok kültürlülüğü geliştirmeye yardımcı olabilir	f	26	61	94	59	27	8	3,09	1,211
	%	9,5	22,2	34,2	21,5	9,8	2,9		
10.İslami bankalar radikalleşmeyi ve aşırılığı azaltır	f	18	50	97	80	17	13	3,24	1,163
	%	6,5	18,2	35,3	29,1	6,2	4,7		
11.İslami finans kurumları dindarları ekonominin paydaşı haline getirir	f	23	65	109	48	19	11	3,03	1,177
	%	8,4	23,6	39,6	17,5	6,9	4,0		
12.İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder	f	20	90	82	56	14	13	2,97	1,206
	%	7,3	32,7	29,8	20,4	5,1	4,7		
13.İslami bankaların yaygınlaşması Müslümanları marjinalleştirir	f	20	63	93	67	20	12	3,15	1,196
	%	7,3	22,9	33,8	24,4	7,3	4,4		
14.İslami finans kurumlarının Şeriat uyumu yüzde yüz mükemmel değildir	f	24	58	95	73	16	9	3,09	1,161
	%	8,7	21,1	34,5	26,5	5,8	3,3		
15.Müslümanların İslami bankaların bankacılık ürünleriyle ilgili şüpheleri var	f	20	96	86	50	14	9	2,89	1,145
	%	7,3	34,9	31,3	18,2	5,1	3,3		
16.Çoğu Müslüman İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu düşünmüyor	f	20	99	88	48	12	8	2,84	1,114
	%	7,3	36,0	32,0	17,5	4,4	2,9		
17.İslami banka çalışanlarının tam olarak bilinçli ve yetkin olmadığını düşünüyorum	f	9	47	80	112	19	8	3,40	1,046
	%	3,3	17,1	29,1	40,7	6,9	2,9		
18.İslami finans kurumları Müslümanların finansal ihtiyaçlarını karşılamıyor	f	13	36	73	124	19	10	3,47	1,075
	%	4,7	13,1	26,5	45,1	6,9	3,6		

Tablo 5.13'te katılımcıların anketin dördüncü bölümündeki sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları yer almaktadır. Tabloya göre; en yüksek iki katılım, 124 (%45,1) ile “İslami finans kurumları Müslümanların finansal ihtiyaçlarını karşılamıyor” sorusuna ve 112 (%40,7) ile “İslami banka çalışanlarının tam olarak bilinçli ve yetkin olmadığını düşünüyorum” sorusuna verilen “4-Genellikle Katılmıyorum” cevapları olmuştur.

“Türkiye’de İslami bankacılığa gerçekten ihtiyaç var, İslami bankalar toplumsal bütünleşmeye katkı sağlar, İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder, Müslümanların İslami bankaların bankacılık ürünleriyle ilgili şüpheleri var ve Çoğu Müslüman İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu düşünüyor” maddelerine katılımcılar çoğunlukla katılırken, daha önce belirttiğimiz 18’inci madde “İslami finans kurumları Müslümanların finansal ihtiyaçlarını karşılamıyor” ile “İslami bankalardaki bankacılık ürünleri tüm ihtiyaçları karşılayacak düzeydedir ve İslami banka çalışanlarının tam olarak bilinçli ve yetkin olmadığını düşünüyorum” maddelerine ise genellikle katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 5.14’te katılımcıların anketin beşinci bölümündeki sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları yer almaktadır. Tabloya göre; İslami bankacılığa ait ürünlerin bilinirlik düzeyi, en yüksek seviyeli ölçekte (1-Çok iyi biliyorum) bulunmamaktadır. En yüksek bilinirlik düzeyi Murabaha kavramında olup 81 (%29,5) katılımcının verdiği “2-İyi biliyorum” seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu durum, Katılım bankalarındaki personellerin, genellikle müşteri ziyaretlerinde ilk bahsettikleri finansman türünün “Murabaha” olması ile açıklanabilir.

Murabaha kavramından sonra, en yüksek bilinirlik düzeyleri, 105 (%38,2) ile “genel olarak İslami finans”, 91 (%33,2) ile İslami Sigorta olarak bilinen “Tekafül”, 84 (%30,5) ile “Muşaraka” ve 82 (%29,8) ile “Mudaraba” olmuştur. Diğer kavramların düşük seviyelerde kalmalarının nedeni ise, bu kavramların genellikle ülkemizde çok fazla kullanılmamaları ve kullanıldıklarında da Katılım Bankacılığı sektöründe fazla dile getirilmemeleridir. Örneğin; genel bankacılık sektöründe “Leasing” herkes tarafından kısaca “kiralama yolu ile malı kullanma” olarak bilinmektedir. Bu yüzden, Katılım bankaları da yaptıkları kiralama işlemlerinde

“İcare” kavramını kullanmak yerine herkes “Leasing” terimini veya “Finansal Kiralama” terimini kullanmaktadır. Bu gibi durumlar, İslami bankacılık terimlerinin bilinirlik düzeylerini aşağı çekmektedir.

Tablo 5.14. *İslami Bankacılık Kavramlarının Bilinirliği*

		1-Çok iyi biliyorum	2-İyi biliyorum	3-Biraz biliyorum	4-Çok az biliyorum	5-Emrin değilim	6-Bu konuda bilgim yok	Ort.	SS
1.Genel olarak İSLAMİ FİNANS hakkında	f	10	31	105	54	42	33	3,68	1,302
	%	3,6	11,3	38,2	19,6	15,3	12,0		
2.ARBUN (Kaparo sözleşmesi-Geri ödemesiz peşinat ile satmak)	f	4	15	31	64	61	100	4,68	1,295
	%	1,5	5,5	11,3	23,3	22,2	36,4		
3.İCARE (Kiralama veya kiralama yoluyla satın alma)	f	5	16	57	94	52	51	4,18	1,228
	%	1,8	5,8	20,7	34,2	18,9	18,5		
4.İSTİCRAR (Fiyatının bilmeden bir satıcıdan bir malı belirli zamanlarda alacağını vadettiği sözleşme)	f	7	12	45	70	42	99	4,55	1,367
	%	2,5	4,4	16,4	25,5	15,3	36,0		
5.MUDARABA (Emek sermaye ortaklığı)	f	10	31	82	58	45	49	3,89	1,395
	%	3,6	11,3	29,8	21,1	16,4	17,8		
6.MURABAHA (Kâr marjı finansmanı- Maliyet + kâr marjı) satış sözleşmesi)	f	12	81	42	50	40	50	3,64	1,573
	%	4,4	29,5	15,3	18,2	14,5	18,2		
7.MUŞARAKA (Kâr ortaklığı)	f	9	21	84	71	38	52	3,96	1,343
	%	3,3	7,6	30,5	25,8	13,8	18,9		
8.SELEM (Para peşin ödenir, mal sonra teslim alınır)	f	5	5	49	57	58	101	4,68	1,282
	%	1,8	1,8	17,8	20,7	21,1	36,7		
9.TEKAFUL (İslami Sigorta-Riskin belirli gruplar arasında dağıtılması)	f	5	13	91	57	50	59	4,13	1,309
	%	1,8	4,7	33,1	20,7	18,2	21,5		
10.TAVARRUK (Nakit sağlamak için birinden vadeli olarak alınan malı bir başkasına peşin satma)	f	7	14	58	96	39	61	4,20	1,281
	%	2,5	5,1	21,1	34,9	14,2	22,2		

5.2.3. Katılımcıların İslami Finansa Karşı Bakış Açılarının Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi

Katılımcıların, İslami finansa karşı bakış açılarının ilgili grup aritmetik ortalaması olan 1,44'ten istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla T Testi uygulanmış ve bulgular Tablo 5.15'te sunulmuştur. Tablo 5.15'e göre; anketin ikinci bölümünde yer alan 22 yargının 12 tanesi anlamlı ($p < 0,05$ göre) çıkmıştır. Grup ortalamasına göre anlamlı farklılık gösteren maddeler Tablo 5.16'da gösterilip ilgili sorulara verilen cevaplara göre değerlendirilmiştir.

Tablo 5.15. *Katılımcıların İslami Finansa Karşı Genel Bakış Açılarının Genel Ortalamadan Farklılığını İnceleyen Tek Örneklem Analizi*

	Ort.	SS	t	Anlamlılık (p)
1. İslami Finans kavramlarını biliyor musunuz?	1,32	0,466	-4,401	0,000
2. İslam Ekonomisi kavramlarını biliyor musunuz?	1,61	0,489	5,670	0,000
3. Herhangi bir İslami Finans veya İslami Bankacılık ürününü kullanıyor musunuz?	1,39	0,489	-1,602	0,110
4. Kullanabileceğiniz çeşitli İslami Bankacılık ürünlerinden haberdar mısınız?	1,36	0,481	-2,759	0,006
5. İslam Bankacılığı veya İslami Finans alanındaki gelişmeleri aktif olarak takip ediyor musun?	1,57	0,496	4,378	0,000
6. Türkiye'de İslami bankacılık ve finans için bir önemli bir talep olduğunu düşünüyor musunuz?	1,45	0,499	0,484	0,629
7. Ailenizden veya arkadaşlarınızdan herhangi birinin İslami Bankada bir hesabı var mı?	1,34	0,475	-3,426	0,001
8. Başka birisine İslami Bankada bir hesap önerir misiniz?	1,40	0,490	-1,477	0,141
9. İslami ve geleneksel bir ipotek arasında herhangi bir fark görüyor musunuz?	1,54	0,499	3,260	0,001
10. İslami banka ipoteklerinin teknik farklılıklarını ve mekanizmalarını biliyor musunuz?	1,57	0,495	4,505	0,000
11. İslami banka ipoteklerinin mevduat ve maliyeti rekabetçi mi?	1,59	0,493	5,016	0,000
12. İslami banka konut finansmanı şartları ve koşullarından memnun musunuz?	1,44	0,497	0,000	1,000
13. Tamamen İslami kurallarla uyumlu bir yatırım portföyüne sahip olmak ister misiniz?	1,45	0,498	0,242	0,809
14. İslami finans ürünlerinin bir ihtiyaç olduğuna inanıyor musunuz?	1,40	0,490	-1,477	0,141
15. Katılım/İslami bankalarının dini değerlerinize göre ihtiyaçlarınızı karşıladığını düşünüyor musunuz?	1,45	0,498	0,242	0,809
16. Katılım bankalarının size sundukları ürünler için herhangi bir tercihiniz var mı?	1,44	0,497	0,000	1,000
17. Finansal kurum veya ürün seçiminizde dürüst, açık ve şeffaf işletme kültürü sizin için önemli midir?	1,25	0,434	-7,220	0,000
18. İslami bir finansal ürünün başarılı olabilmesi için güçlü bir marka teklifi veya vaadi yeterli midir?	1,53	0,500	2,894	0,004
19. İki eş değer ürün göz önüne alındığında, İslam'a uyumlu teklif için daha fazla ödemek ister misiniz?	1,58	0,494	4,759	0,000
20. İslami finans kurumları temel aldıkları değerleri doğru bir şekilde yansıtıyor mu?	1,39	0,488	-1,855	0,065
21. İslami markalar size konvansiyonel /geleneksel markalara göre daha fazla değer mi veriyor?	1,41	0,492	-1,103	0,271
22. İslami bir bankayla bankacılık ilişkisi kurmayı düşünüyor musunuz?	1,34	0,474	-3,563	0,000

Tablo 5.16'ya göre; İslami finansa karşı genel bakış açılarını belirlemek için anketin ikinci kısmında yer alan soruları cevaplayan katılımcılar, İslami finans kavramlarını bildiklerini, kullanabilecekleri çeşitli İslami bankacılık ürünlerinden haberdar olduklarını, ailelerinden veya arkadaşlarından herhangi birinin İslami bankada bir hesabı olduğunu, finansal kurum veya ürün seçimlerinde dürüst, açık ve şeffaf işletme kültürünün önemli olduğunu ve İslami bir bankayla bankacılık ilişkisi kurmayı düşündüklerini belirtmişlerdir.

Bunların yanında, İslam ekonomisi kavramlarını bilmediklerini, İslam bankacılık veya İslami finans alanındaki gelişmeleri aktif olarak takip etmediklerini, İslami ve geleneksel bir ipotek arasında herhangi bir fark görmediklerini, İslami banka ipoteklerinin teknik farklılıklarını ve mekanizmalarını bilmediklerini, İslami banka ipoteklerinin mevduat ve maliyet açısından rekabetçi olmadığını, İslami bir finansal ürünün başarılı olabilmesi için güçlü bir marka teklifinin veya vadinin yeterli olmadığını ve iki eş değer ürün göz önüne alındığında, İslam'a uyumlu teklif için daha fazla ödemek istemediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 5.16. İkinci Bölüm Sorularının Grup Ortalamasına Göre Anlamlı Farklılık Gösteren Maddeleri

	Evet		Hayır		t	Anlamlılık (p)
	f	%	f	%		
1. İslami Finans kavramlarını biliyor musunuz?	188	68,4	87	31,6	-4,401	0,000
2. İslam Ekonomisi kavramlarını biliyor musunuz?	108	39,3	167	60,7	5,670	0,000
4. Kullanabileceğiniz çeşitli İslami Bankacılık ürünlerinden haberdar mısınız?	176	64,0	99	36,0	-2,759	0,006
5. İslam Bankacılığı veya İslami Finans alanındaki gelişmeleri aktif olarak takip ediyor musun?	118	42,9	157	57,1	4,378	0,000
7. Ailenizden veya arkadaşlarınızdan herhangi birinin İslami Bankada bir hesabı var mı?	181	65,8	94	34,2	-3,426	0,001
9. İslami ve geleneksel bir ipotek arasında herhangi bir fark görüyor musunuz?	127	46,2	148	53,8	3,260	0,001
10. İslami banka ipoteklerinin teknik farklılıklarını ve mekanizmalarını biliyor musunuz?	117	42,5	158	57,5	4,505	0,000
11. İslami banka ipoteklerinin mevduat ve maliyeti rekabetçi mi?	113	41,1	162	58,9	5,016	0,000
17. Finansal kurum veya ürün seçiminizde dürüst, açık ve şeffaf işletme kültürü sizin için önemli midir?	206	74,9	69	25,1	-7,220	0,000
18. İslami bir finansal ürünün başarılı olabilmesi için güçlü bir marka teklifi veya vaadi yeterli midir?	130	47,3	145	52,7	2,894	0,004
19. İki eş değer ürün göz önüne alındığında, İslam'a uyumlu teklif için daha fazla ödemek ister misiniz?	115	41,8	160	58,2	4,759	0,000
22. İslami bir bankayla bankacılık ilişkisi kurmayı düşünüyor musunuz?	182	66,2	93	33,8	-3,563	0,000

5.2.4. Katılımcıların Banka Seçimi Sırasındaki Tercihlerine Yönelik Tutumlarının Analizi

Katılımcıların banka seçimi yaparken hangi faktörlere daha çok önem verdiklerinin belirlenmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Kümeleme analizinin kullanılmasındaki temel amaç; faktörlerin gruplandırılması ve müşterilerin bu faktörlere verdikleri önem düzeylerinin (1-en önemli, 2-önemli, 3-az önemli) daha kolay belirlenmesidir. Araştırma sonucunda katılımcıların banka seçimine etki eden faktörlerin önem düzeylerine göre değerlendirme sonuçları Tablo 5.17'de verilmiştir.

Tablo 5.17’ye göre katılımcılar, banka seçimleri sırasında “bankanın itibarına, düşük işlem masraflarına, personelin nezaketine ve kibarlığına” birinci derecede önem vermektedirler. Katılımcılar için ikinci önem düzeyine sahip faktörler; “hizmet hızı, personelin yeterliliği, online hizmetler, mevduat getirisi, ahlaki ve etik kurallara riayet edilmesi, kredi mevcudiyeti, profesyonel ve finansal danışmanlık” olarak sıralanmaktadır. Katılımcıların en az önem verdikleri faktörler ise; “bankanın içi, İslami kurallara uygun olması, konumu ve park yeri ile arkadaş ve akraba tavsiyesi” şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 5.17. *Katılımcıların Banka Seçimi Sırasındaki Tercihlerine Yönelik Tutumlarının Önem Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi*

	Önem Düzeyi		
	1	2	3
İtibarı	3,27		
Düşük işlem masrafları	3,13		
Personelin nezaketi, kibarlığı	3,06		
Hizmet hızı		2,96	
Personelin yeterliliği		2,95	
Online hizmetleri		2,88	
Mevduat getirisi		2,83	
Ahlaki ve etik kurallara riayet etmesi		2,81	
Kredi mevcudiyeti		2,80	
Profesyonel ve finansal danışmanlık		2,77	
Bankanın içi			2,70
İslami kurallara uygun olması			2,67
Konumu ve park yeri			2,65
Arkadaş ve akraba tavsiyesi			2,48

5.2.5. Katılımcıların İslami Bankacılığa Ait Ürünlerle İlgili Görüşlerinin Analizi

Anketin ilk bölümünde yer alan “Ne tür bankada hesap sahibisiniz?” sorusuna “İslami, geleneksel, her ikisi ve hiçbiri” cevaplarını verenler ile anketin üçüncü bölümündeki sorulara verdikleri cevapların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ölçmek üzere Varyans Analizi (ANOVA) yapılmış ve ANOVA sonuçları Tablo 5.18’de gösterilmiştir. Tablo 5.18’e göre katılımcıların hesap sahibi oldukları banka türü ile anketin üçüncü bölümündeki sorulara vermiş oldukları cevapların

ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılıkların hangi cevaplar arasında olduğunu tespit etmek amacıyla da post-hoc analizi olarak Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi sonucuna göre anlamlı olan farklılıklara Tablo 5.19'da yer verilmiştir.

Tablo 5.18. *İslami Bankacılığa Ait Kullanılan Ürünlerle İlgili ANOVA Sonuçları*

	Hesapların banka türüne göre durumu		
	n	F	p
1.İslami Bankacılık ürünleri diğer bankalarınkinden daha kullanışlıdır	275	2,880	0,036
2.İslami Bankacılık faaliyetleri yaygınlaşmalıdır	275	1,448	0,229
3.İslami bankalardaki bankacılık ürünleri tüm ihtiyaçları karşılayacak düzeydedir	275	1,918	0,127
4.Türkiye'de İslami bankacılığa gerçekten ihtiyaç var	275	3,001	0,031
5.Müslüman bir toplum için İslami finansal ürünler çok önemlidir	275	1,864	0,136
6.İslami finansal ürünlerin hayatımı kolaylaştıracağına inanıyorum	275	2,781	0,041
7.İslami bankacılık işime yardımcı olabilir	275	5,322	0,001
8.İslami bankalar toplumsal bütünleşmeye katkı sağlar	275	3,798	0,056
9.İslami finans kurumları çok kültürlülüğü geliştirmeye yardımcı olabilir	275	1,799	0,148
10.İslami bankalar radikalleşmeyi ve aşırılığı azaltır	275	1,547	0,203
11.İslami finans kurumları dindarları ekonominin paydaşı haline getirir	275	3,527	0,052
12.İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder	275	4,291	0,006
13.İslami bankaların yaygınlaşması Müslümanları marjinalleştirir	275	1,622	0,185
14.İslami finans kurumlarının Şeriat uyumu yüzde yüz mükemmel değildir	275	2,462	0,063
15.Müslümanların İslami bankaların bankacılık ürünleriyle ilgili şüpheleri var	275	5,300	0,001
16.Çoğu Müslüman İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu düşünüyor	275	5,348	0,001
17.İslami banka çalışanlarının tam olarak bilinçli ve yetkin olmadığını düşünüyorum	275	3,459	0,051
18.İslami finans kurumları Müslümanların finansal ihtiyaçlarını karşılamıyor	275	1,743	0,158

Tablo 5.19'a göre "İslami Bankacılık ürünleri diğer bankalarınkinden daha kullanışlıdır" yargısına cevap veren İslami banka ve geleneksel banka hesap kullanıcıları arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ortalama farklılardan da anlaşılacağı üzere İslami bankalarda hesabı bulunanlar, geleneksel bankada hesabı bulunanlara göre İslami ürünlerin daha kullanışlı olduğunu düşünmektedir.

"Türkiye'de İslami bankacılığa gerçekten ihtiyaç var" yargısında da yine aynı iki grup arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Geleneksel banka hesaplarını kullananlara nazaran İslami banka hesaplarını kullananların, İslami bankacılığın gerçekten bir ihtiyaç olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

"İslami finansal ürünlerin hayatımı kolaylaştıracağına inanıyorum" yargısında ise geleneksel hesap kullanıcıları ile her iki hesap türünü kullananlar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Her iki hesaba sahip katılımcıların, geleneksel hesap sahiplerine göre İslami finansal ürünlerin hayatlarını kolaylaştıracağına inanmaktadır.

"İslami bankacılık işime yardımcı olabilir" yargısında İslami banka ve geleneksel banka hesapları kullananlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İslami bankalarda hesabı bulunanlar, geleneksel bankada hesabı bulunanlara göre İslami bankacılığın işlerine daha çok yardımcı olacağı görüşündedir.

"İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder" yargısında da İslami ve geleneksel hesap kullanıcıları arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. İslami hesap kullanıcıları, geleneksel hesap kullanıcılarına nazaran İslami finans kurumlarının bölgedeki uyumu daha çok teşvik ettiğini savunmaktadır.

"Müslümanların İslami bankaların bankacılık ürünleriyle ilgili şüpheleri var" yargısında ise üç grup arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Hiçbir hesap türüne sahip olmayanlar, İslami hesap ile her iki hesaba sahip olanlara göre Müslümanların İslami bankacılık ürünleriyle ilgili şüphelerinin daha çok olduğunu belirtmişlerdir.

Gruplar arasında en çok anlamlı farklılık “Çoğu Müslüman İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu düşünüyor” yargısında bulunmuştur. Geleneksel hesap kullanıcıları, İslami hesap ve her iki hesap kullanıcılarına göre İslami bankacılığın bir isim değişikliği olduğunu düşünmektedir. Yine aynı şekilde hiçbir hesabı kullanmayanlar da geleneksel bankacılık kullanıcıları gibi, İslami hesap ile her iki hesap kullanıcılarına nazaran İslami bankacılığın bir isim değişikliği olduğunu düşünmektedir.

Tablo 5.19. *İslami Bankacılığa Ait Kullanılan Ürünlerle İlgili Tukey Sonuçları*

	Ne tür bankada hesap sahibisiniz?		Ort. Fark	Std. Hata	p
1.İslami Bankacılık ürünleri diğer bankalarinkinden daha kullanışlıdır	İslami	Geleneksel	0,446	0,152	0,019
	Geleneksel	İslami	-0,446	0,152	0,019
4.Türkiye'de İslami bankacılığa gerçekten ihtiyaç var	İslami	Geleneksel	0,425	0,164	0,048
	Geleneksel	İslami	-0,425	0,164	0,048
6.İslami finansal ürünlerin hayatımı kolaylaştıracağına inanıyorum	Geleneksel	Her ikisi	-0,538	0,187	0,023
	Her ikisi	Geleneksel	0,538	0,187	0,023
7.İslami bankacılık işime yardımcı olabilir	İslami	Geleneksel	0,625	0,169	0,001
	Geleneksel	İslami	-0,625	0,169	0,001
12.İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder	İslami	Geleneksel	0,581	0,167	0,003
	Geleneksel	İslami	-0,581	0,167	0,003
15.Müslümanların İslami bankaların bankacılık ürünleriyle ilgili şüpheleri var	İslami	Hiçbiri	-1,051	0,328	0,008
	Her ikisi	Hiçbiri	-1,091	0,343	0,009
	Hiçbiri	İslami	1,051	0,328	0,008
	Hiçbiri	Her ikisi	1,091	0,343	0,009
	Geleneksel	İslami	0,406	0,153	0,043
	Geleneksel	Her ikisi	0,521	0,181	0,023
16.Çoğu Müslüman İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu düşünüyor	İslami	Geleneksel	-0,406	0,153	0,043
	İslami	Hiçbiri	-0,848	0,319	0,042
	Her ikisi	Geleneksel	-0,521	0,181	0,023
	Her ikisi	Hiçbiri	-0,962	0,334	0,022
	Hiçbiri	İslami	0,848	0,319	0,042
	Hiçbiri	Her ikisi	0,962	0,334	0,022

5.2.6. Katılımcıların İslami Bankacılık Ürünleri Hakkındaki Bilinirlik Düzeylerinin Analizi

Katılımcıların, anketin son kısmında yer alan İslami Bankacılığa ait ürünlerden hangilerini daha çok bildiklerini tespit etmek amacıyla kümeleme analizi kullanılmıştır. Kümeleme analizinde ürünlerin bilinirlik seviyelerini belirlemek üzere üç bilinirlik düzeyi kullanılmıştır. Tablo 5.20’de İslami Bankacılığa ait ürünlerin bilinirlik düzeylerine göre değerlendirme sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.20’ye göre katılımcılar, İslami Bankacılığa ait ürünlerden “Murabaha, genel olarak İslami Finans ve Mudaraba” hakkında birinci derecede bilgi sahibidirler. Katılımcıların ikinci seviyede bilgi sahibi oldukları ürünler; “Muşaraka, Tekaful, İcare ve Tavarruk” olarak sıralanmaktadır. Katılımcıların en az bilgi seviyesine sahip oldukları ürünler ise; “İsticrar, Selem ve Arbun” şeklinde belirlenmiştir.

Tablo 5.20. *İslami Bankacılığa Ait Ürünlerin Bilinirlik Düzeylerine Göre Değerlendirilmesi*

	Bilinirlik Düzeyi		
	1	2	3
Murabaha	2,36		
Genel olarak İslami Finans	2,32		
Mudaraba	2,11		
Muşaraka		2,04	
Tekaful		1,87	
İcare		1,82	
Tavarruk		1,80	
İsticrar			1,45
Selem			1,33
Arbun			1,32

6. TARTIŞMA

Tartışma bölümünde, araştırmada elde edilen sonuçların literatürdeki benzer çalışmalar ile karşılaştırılması yapılacaktır. Böylece literatürde yerini almış çalışmalar ile araştırmanın benzer veya farklı yönleri kıyaslanabilecektir. Dünyada, İslami Bankacılık hakkında birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen bu çalışmaların büyük bir çoğunluğu İslami Bankacılığın tercih edilme nedenleri ile faizsiz bankalar ve mevduat bankalarının karşılaştırılması üzerine olmuştur.

Bu durum ülkemizde de aynı şekilde gerçekleşmiştir. Kartal (2018) Türkiye'deki faizsiz bankacılık alanında 1986-2017 yılları arasında yayınlanmış toplamda 151 adet tezi incelediği çalışmada, yapılan tezlerin %23'ünün faizsiz bankalar ile mevduat bankalarını karşılaştırdığını, %21'inin faizsiz bankacılık kavramlarını incelediğini, %12'sinin ise faizsiz bankacılık ürünlerini incelediğini tespit etmiştir. Müşteri memnuniyeti, banka tercihi ve algıya yönelik araştırmalar ise yapılan tezlerin sadece %11'ini oluşturmaktadır.

Gökçen ve Gönen (2017) tarafından yapılan ve Ege Bölgesi Sanayi Odası'na bağlı 33 firmanın ankete katıldığı çalışmada, müşterilerin Katılım Bankacılığını geleneksel bankacılıktan çok farklı görmedikleri ve yapılan bankacılık faaliyetlerinin de geleneksel bankacılık faaliyetlerinin bir dönüşümü olarak gördükleri tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların banka tercihleri sırasında ekonomik çıkarların ön planda olduğu gözlemlenmiştir. Araştırmamızda benzer şekilde müşterilerin ürünler ile ilgili şüpheleri bulunmakta olup, İslami bankacılığın da sadece bir isim değişikliği olduğu düşüncesi yoğunluktadır.

Özen, Şenyıldız ve Akarbulut (2016) tarafından yapılan ve Uşak ilinde Katılım Bankaları ile ilgili müşterilerin algıları ölçmek adına 510 kişiye uygulanan anket sonucunda; katılımcıların Katılım Bankacılığı algılarının düşük olduğu görülmüştür. Ulaşılan bu sonuç araştırmamızla benzerlik göstermektedir. Araştırmamızda da katılımcıların %38'i genel olarak İslami finans hakkında biraz bilgi sahibiyken %19'u ise çok az bilgiye sahiptir. Çok iyi bilenler %3 olup iyi bilenler %11 olarak gerçekleşmiştir.

Yıldırım ve Çakar (2016) tarafından yapılan ve çeşitli üniversitelerde görev yapan 708 akademik personelin katıldığı çalışmada “bilinirlik, şeffaflık ve güvenilir olma” Katılım bankalarını tercih etmeyi etkileyen faktörler arasında ön sıralarda yer almıştır. Ayrıca araştırmamızdaki gibi dini hassasiyetin faktörler arasında beklenen düzeyde öneme sahip olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmamız da ise “bankanın itibarı, düşük işlem masrafları ile personelin nezaketi ve kibarlığı” en önemli banka tercihini etkileyen faktörlerdir.

Toraman, Ata ve Buğan (2015) mevcut veya potansiyel banka müşterilerinin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik algılarını belirlemek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Gaziantep ilinde ankete katılan 539 kişi ile gerçekleştirilen çalışmada, müşteriler tarafından İslami bankacılık faaliyetlerinin yeterli düzeyde bilinmediği tespit edilirken potansiyel müşterilerin de İslami finans algısının çok zayıf olduğu ortaya çıkmıştır. Bu sonuç yine araştırmamız ile benzerlik göstermekte ve İslami finansın yeterince bilinmediği ortaya çıkmaktadır.

Kutval (2014) Katılım Bankası çalışanlarının 256 kişi ile katıldığı çalışmasında, katılımcıların %68’i faaliyetlerin İslami esasa göre yapıldığının belirtilmesine rağmen, araştırmamızda katılımcıların çoğunluğunun İslami banka faaliyetlerine şüphe ile yaklaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmada, Tavarruk ve Sukuk uygulamalarının müşteriler tarafından yeterince bilindiği yargısına %46 “katılıyorum” ile %20 “kesinlikle katılıyorum” cevabı verilmiştir. Ancak bu durum da araştırmamızda ulaşılan sonuç ile örtüşmemektedir. Tavarruk katılımcılarımız tarafından biraz veya çok az bilinirken, iyi bilenlerin oranı %7 civarındadır.

Ramdhony (2013) Doğu Afrika ülkelerinden Mauritius’da katılımcıların %30’unun Müslüman %70’inin de gayrimüslim olduğu toplamda 232 anket ile yapılan çalışmada, Müslümanların %82’sinin gayrimüslimlerin ise %45’inin İslami bankacılığın farkında olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırmamızda ise müşterilerin Katılım bankacılığının farkında olmalarına rağmen İslami finans alanındaki gelişmeleri yakından takip etmedikleri tespit edilmiştir.

Kaya (2013) Katılım bankalarının tercih nedenlerini araştırdığı ve anket uygulamasına 341 kişinin katıldığı çalışmasında, katılımcılarının faizsiz bankacılık hakkındaki bilgi düzeyleri ile faizsiz bankacılık tercihleri arasında doğrusal bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Katılımcıların üçte biri sadece Katılım bankalarıyla çalışırken bu oran araştırmamızda %40 seviyelerindedir. Araştırmada, müşterilerin Katılım bankalarını tercih etme sebepleri sıralanırken “faize karşı duyarlılık” ilk sırayı almıştır. Araştırmamızda ise tercih etme sebeplerinden “bankanın itibarı” ilk sırada yer almıştır. Ayrıca müşterilerin Katılım bankaları ile çalışma süreleri arttıca faizsiz bankacılık hizmetleri hakkındaki algılarının da arttığı sonucu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %43’ünün faizsiz bankacılık hakkında “az bilgi sahibi” olduğu belirtilmiştir.

Kaytancı, Ergeç ve Toprak (2013) Eskişehir ilinde 500 katılımcı ile yaptıkları çalışmada, “akraba ve arkadaş tavsiyesi, hızlı ve esnek çözüm ile personelin yatırım konusundaki danışmanlığı” ilk tercih nedenleri olarak belirlenmiştir. Dini sebepler ise bu faktörlerden sonra gelmektedir. Araştırmamız da ise “akraba ve arkadaş tavsiyesi” en sonda yer alırken, “hizmet hızı” üçüncü, “personel danışmanlığı” ise onuncu sırada yer almaktadır.

Özsoy vd. (2013) Bolu ilinde 217 katılımcı ile yapılan çalışmalarında Katılım bankalarının tercih edilme nedenleri araştırılmış ve bulgulara göre; en önemli faktörün “hizmet/ürün kalitesi” olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörden sonra sırasıyla “imaj ve güven, personel kalitesi ile dini/çevresel motivasyonlar” gelmektedir. Araştırmamızda da bu faktörler n sıralarda yer almaktadır.

Ramadan (2013) tarafından Ürdün’de yapılan çalışmada, müşterilerin banka seçimi esnasında “güler yüzlü personel, itibar ve imaj ile ürün fiyatı” kriterlerine önem verdikleri tespit edilmiş olup araştırmamızla hemen hemen aynı sonuca ulaşılmıştır. Ayrıca çalışmanın en önemli bulgularından birisi de İslami bankaların müşterilerini yalnızca dini yönden değil; diğer finansal ihtiyaç ve beklentileri konusunda da anlamaları gerekmektedir.

Abduh ve Omar (2012) Malezya’da 279 kişinin katılımıyla yaptıkları çalışmada müşterilerin banka tercihleri sırasında en çok önem verdikleri faktörün araştırmamızdaki ulaşılan sonucun aksine “dini esaslara uyum” olduğu tespit edilmiştir. Ardından sırasıyla “karlılık, bankanın imajı, bankanın hizmetleri ile cana yakın personel” gelmektedir. Araştırmamızda ise karlılık orta sıralarda yer almıştır.

Rahman (2012) İngiltere’nin kuzeyinde 157 kişinin katılımıyla yaptığı çalışmasında, “İslami finans ürünleri kullanışlıdır” yargısına %73, “İslami finansa ihtiyaç vardır” yargısına ise %93 evet cevabı verilmiştir. Ancak “İslami finans ürünleri hakkında şüpheler var” ve “İslami bankacılık sadece bir isim değişikliğidir” yargılarına ise %44’ten fazla “kesinlikle katılıyorum” cevabı verilmiştir. Bunun yanında katılımcıların büyük bir çoğunluğu İslami bankacılığın sosyal birleşmeye ve çok kültürlülüğe yardımcı olduğu görüşündedir. Araştırmamızda ise İslami ürünlerin kullanışlı olduğuna %33’ü çoğunlukla katılırken, %38’i bazen katılmaktadır. İslami finansın ihtiyaç olduğuna katılımcıların toplamda %73’ü katılmaktadır. İslami finans ürünlerine duyulan şüphe oranları %34 “çoğunlukla katılıyorum” ve %31 “bazen katılıyorum” şeklinde gerçekleşmiştir. İslami bankacılığın isim değişikliği olduğu hakkındaki oranlar ise %36 “çoğunlukla katılıyorum” ve %32 “bazen katılıyorum” şeklinde gerçekleşmiştir.

Marimuthu, Chan, Lim, Low ve Tan (2010) tarafından 450 kişinin katılımıyla Malezya yapılan diğer bir çalışmada ise, katılımcıların İslami bankacılık ürünleri ve işleyişi hakkında %13’ünün tam bilgi sahibi olduğu, %56’sının da az bilgiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Araştırmamızda da bu sonuçlara yakı değerler elde edilmiştir. Çok iyi bilenler ile iyi bilenlerin toplam oranı %14 olurken biraz ve çok az bilenlerin oranı toplamda %58 seviyelerindedir.

Khattak ve Ur-Rehman (2010) tarafından yapılan ve Pakistan’da 156 kişinin katıldığı çalışmada, Katılım bankası müşterilerinin kullandıkları ürünlerden memnun oldukları tespit edilirken, kullanmadıkları Katılım bankacılığı ürünlerinden ise haberdar olmadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmamızda ise katılımcıların %56’sının kullandıkları ürünlerden memnun olduğu ortaya çıkmıştır.

Haque, Osman ve Ismail (2009) tarafından 485 kişinin katılımıyla Malezya yapılan çalışmada, katılımcıların %89'unun İslami bankacılığın farkında olmasına rağmen çok az bir kısmının İslami bankacılık ürünlerinden haberdar olduğu tespit edilmiştir. Araştırmamızda ise katılımcıların %64'ü hem İslami bankacılığın farkı olup hem de kullandıkları veya kullanabilecekleri İslami bankacılık ürünlerinden haberdardır.

Amin ve Isa (2008) Malezya'da İslami bankaların tercih edilme sebeplerini ele aldıkları çalışmalarında, İslami bankaların "faizsiz hizmet vermesi, düşük kredi oranları ve bankaların şeffaf yapıda olmaları" müşterilerin tercihlerini etkileyen faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmamızda ise "İslami kurallara uygunluk" son sıralarda yer almaktadır.

Okumuş (2005) çalışmasında %46'sı İslami bankalarla, %54'ü de her iki banka türüyle çalışan toplamda 161 katılımcıya anket yöntemini uygulamıştır. Elde edilen bulgulara göre; araştırmamızda ulaşılan sonucun aksine katılımcıların %77'sinin dini motivasyondan, %67'sinin ise geleneksel bankalarla benzer hizmetler vermesinden dolayı Katılım bankalarıyla çalışmakta oldukları belirtilmiştir.

Literatürdeki çalışmaların incelenmesi neticesinde katılımcıların, Katılım bankaları hakkında tam bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca Katılım bankalarının tercih edilmelerindeki en önemli hususların "dini hassasiyet, hizmet kalitesi, itibar ve güven, karlılık, düşük işlem masrafları ile banka personellerinin davranışları" olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kastamonu ilindeki banka müşterilerinin Katılım Bankacılığı hakkındaki algılarını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada, müşterilerin faizsiz bankacılık konusundaki algılarının beklenen düzeyin altında gerçekleştiğini gösteren sonuçlara ulaşılmıştır. 275 banka müşterisinin katılımı ile gerçekleştirilen anket araştırması, Kastamonu'daki banka müşterilerin Katılım Bankacılığı hakkındaki algılarını tespit etmek adına önemli roller üstlenmiştir.

Araştırmamızda, giriş kısmının ardından Faizsiz Bankacılık ve Türkiye’de Katılım Bankacılığı hakkında tanıtıcı bilgiler verilerek kuramsal çerçeveye ilk adım atılmıştır. Sonraki bölümde ise Faizsiz Bankacılıkta kullanılan fon toplama ve fon kullandırma yöntemleri açılarak, anketimizde yer alan İslami bankacılık ürünlerinin de üzerinde durulmuştur. Araştırmanın amacı, önemi, yöntemi ile bulguları belirtilerek sonuç ve öneriler kısmına gelinmiştir. Elde edilen sonuçları ortaya çıkaran faktörler ile sonuçlara yönelik öneriler bu kısımda ortaya koyulacaktır.

Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların büyük bir çoğunluğu orta yaş olarak tabir edilen 26-44 yaş aralığında olup %65’i kadın, %35 ise erkektir. Katılımcıların gelir seviyesi 1500-4900 TL aralığında yoğunlaşmaktadır. Sadece İslami banka ile çalışanların oranı %40, sadece geleneksel banka ile çalışanların oranı ise %33 olarak gerçekleşirken her iki bankayı kullananlar %20’nin üzerindedir. Müşteriler genellikle kişisel hesabı kullanmayı tercih ederken, cari hesap ve tasarruf niteliğinde hesaplara sahiptirler. Her iki banka türünden finansman kullananların sayısı hemen hemen eşitken, kredi kullanmayanların oranı ise en büyük paya sahiptir. Müşteriler genellikle finansmanları konut, araç ve kişisel ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmıştır. Katılım bankaları fatura karşılığı olmayan ve nakit teminine yönelik kredi veremedikleri için araştırmamızda finansman türleri içerisinde %26 gibi bir paya sahip olan kişisel ihtiyaç kredilerinin büyük çoğunluğu geleneksel bankalar tarafından karşılanmıştır.

Katılımcıların genel olarak İslami finans hakkındaki cevapları “biraz biliyorum” veya “çok az biliyorum” şeklinde gerçekleşmiştir. İslami bankacılık ürünlerinden

haberdar olmalarıyla birlikte İslami finans alanındaki gelişmeleri takip etmemektedirler. Katılımcıların %60'ı İslami banka ile çalışmayı başkasına önereceğini belirtirken yine aynı oranda İslami finansın bir ihtiyaç olduğunu düşünmektedirler. Ancak iki eş değer ürün göz önüne alındığında, İslam esaslarına uygun fiyat için fazla bedel ödemek istememektedirler. Bu sonuç, banka tercihlerini etkileyen faktörlerde düşük işlem masraflarının ikinci sırada yer almasıyla örtüşmektedir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu İslami bankaların toplumsal bütünleşmeye yardımcı olacağını düşünürken, dini hassasiyeti olanların da bu sayede ekonominin paydaşı haline gelebileceği kanaatindedir. Böylece piyasadaki katılım düzeyi artacak ve bölgede uyum teşvik edilmiş olacaktır.

Katılımcıların İslami finansın gerçekten bir ihtiyaç olduğunu düşünmelerinin yanında İslami bankacılığa karşı bazı şüpheleri de bulunmaktadır. Katılımcıların %50'den fazlası Katılım bankacılığının İslami esaslara uyumunun yüzde yüz olmadığı kanaatindedir. İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu savunanların oranı toplamda %70'in üzerindedir. Bu yüzden Kastamonu ilindeki müşterilerin banka tercihlerini etkileyen faktörlerden dini hassasiyet son sıralarda yer almıştır.

Katılımcıların banka seçimi sırasında önem verdikleri faktörler değerlendirilmiş ve üç önem düzeyi belirlenmiştir. Birinci önem derecesinde “bankanın itibarı, düşük işlem masrafları, personelin nezaketi ve kibarlığı” yer almıştır. Bunları “hizmet hızı, personelin yeterliliği, online hizmetler ve mevduat getirisi gibi faktörler takip etmektedir. İslami kurallara uygunluk ise son sıralarda yer almaktadır.

Ayrıca katılımcıların %60'ı İslami bankacılığı başkasına önereceğini belirtmiş olmasına rağmen, banka tercihlerinde “arkadaş ve akraba tavsiyesi” en son sırada yer almıştır. Burada müşteriler banka tercihleri sırasında başkalarına tavsiye verirken, kendilerinin banka seçimlerinde ise bu tavsiyelere önem vermedikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

İslami bankacılığa ait ürünlerle ilgili müşterisi oldukları banka türüne göre ANOVA testi uygulanmış ve bazı yargılarda anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Farklılıkların hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre; İslami bankayla çalışanların geleneksel bankayla çalışanlara nazaran İslami ürünlerin daha kullanışlı olduğunu düşünmektedir. Bir diğer anlamlı farklılık ise, “İslami ürünlerin hayatımı kolaylaştıracağına inanıyorum” yargısında ortaya çıkmıştır. Her iki banka türüyle çalışanların, geleneksel bankalar ile çalışanlara göre İslami finansa ait ürünlerin hayatlarını kolaylaştıracağına inanmaktadır. Burada her iki banka türünü de kıyaslama imkânı olan katılımcıların, İslami bankacılık ürünlerine kendilerini daha yakın hissettikleri ortaya çıkmaktadır.

“İslami bankacılık işime yardımcı olabilir” ve “İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder” yargılarında da anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu iki yargıda da İslami banka kullanıcıları geleneksel banka kullanıcılarına göre daha olumlu düşüncelere sahiptir.

Anlamlı farklılıkların bulunduğu bir diğer yargı ise İslami bankaların ürünleriyle ilgili şüphelerdir. Hiçbir banka ile çalışmayan katılımcılar hem İslami banka kullanıcılarına hem de her iki banka türü kullanıcılarına nazaran İslami bankacılık ürünlerine daha şüpheli yaklaşmaktadır.

İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olarak görülmesi, gruplar arasındaki en çok anlamlı farklılıkların bulunmasına neden olmuştur. Geleneksel banka kullanıcıları, İslami banka ve her iki banka türü kullanıcılarına göre İslami bankacılığın bir isim değişikliği olduğu kanaatindedir. Bu yargıda hiçbir banka ile çalışmayan katılımcılar da geleneksel banka kullanıcıları ile aynı düşüncüyü paylaşmaktadır.

İslami bankacılığa ait ürünlerin bilinirlik düzeylerini tespit etmek amacıyla kümeleme analizinde yararlanılmış ve üç bilinirlik düzeyi belirlenmiştir. Katılımcıların en çok Murabaha, genel olarak İslami Finans ve Mudarabayı bildikleri

ortaya çıkmıştır. Bunları sırasıyla Muşaraka, Tekaful, İcare ve Tavarruk izlerken, İsticrar, Selem ve Arbun son sıralarda yer almıştır.

Kastamonu ilindeki banka müşterilerinin Katılım Bankacılığı hakkındaki algılarını belirlemek amacıyla yaptığımız çalışmada yukarıda belirttiğimiz önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçları da göz önünde bulundurmak suretiyle aşağıdaki öneriler, ilgili konu üzerinde çalışma yapmak isteyen araştırmacı ve uygulayıcıların istifadesine sunulmuştur.

1. Anket çalışması, sadece Kastamonu ilinde uygulanmış olup tüm banka müşterilerinin İslami bankacılığa karşı düşünce ve davranışlarını yansıtmayabilir. Anketin diğer illerde uygulanması sayesinde daha güvenilir sonuçların elde edilmesi mümkün olacaktır.
2. Katılımcılar İslami bankacılık hakkında tam bir bilgiye sahip değildir. Bu yüzden Katılım bankalarının işleyişi, ürünleri ve faiz ile kâr payı ayrımı detaylı bir şekilde müşterilere anlatılmalıdır.
3. Müşterilerin farklı algılarını ve bilgi eksikliklerini gidermek için müşterilerin Katılım bankacılığı hakkında bilgi alabilecekleri danışma kurulu veya danışma hattı oluşturulmalıdır.
4. Katılım bankaları faaliyet gösterdikleri illerdeki üniversitelerle iş birliği yaparak ortak seminerler, konferanslar ve paneller düzenlemelidir.
5. İslami finans kuruluşlarının personel kalitesinin artırılabilmesi adına üniversitelerde İslami finans bölümleri ile araştırma merkezleri açılmalı, yurt dışı eğitim almak isteyenlere burs imkânı verilmeli ve faizsiz sisteme yönelik sertifikasyon programları uygulanmalıdır.
6. Bankacılık sektörünün ve Katılım bankacılığı sisteminin gelişmesi adına Katılım bankacılığı konusundaki akademik çalışmaların sayısı artırılmalıdır.

7. Geleneksel bankalar ile Katılım bankalarının işleyiş bakımından farklı olduğunu belirtmek için mevzuatta yer alan ve İslami bankacılık felsefesiyle uyuşmayan maddeler titizlikle hazırlanarak gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.
8. Finans piyasasındaki her ürünü kullanmaları mümkün olmayan Katılım bankaları, zaman kaybetmeden kendi sistemlerine uygun alternatif ürünler geliştirmelidir.
9. İslami bankacılığın sektörde başarılı olması için Murabaha ve finansal kiralamanın yanında Muşaraka ve Mudaraba gibi ürünlere de önem verilmelidir.
10. Ülkemizde faaliyet gösteren Katılım bankaları tüm illerde şubeleşmeye gitmeli ve Katılım bankacılığı hizmetlerini yurdun her yerinde müşterilere sunmalıdır.
11. Hafızalarda kalacak tanıtıcı reklam faaliyetlerine önem verilmeli ve toplumun Katılım bankacılığı hakkındaki algı düzeyleri arttırılmalıdır.
12. Teknolojik gelişmeler yakından takip edilerek yeniliklere ayak uydurulmalı, müşterilere kaliteli ve hızlı hizmet sunulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abduh, M., & Omar, M. A. (2012). Islamic-Bank Selection Criteria in Malaysia: An AHP Approach. *Business Intelligence Journal*, 5(2), 271-281. 02 Ocak 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/profile/Muhamad_Abduh3/publication/267642317_Islamic-Bank_selection_criteria_in_Malaysia_An_AHP_Approach/links/5457478c0cf2bccc490f638e/Islamic-Bank-selection-criteria-in-Malaysia-An-AHP-Approach.pdf sayfasından erişilmiştir
- Ahmed, H. (2010). Islamic finance at a crossroads: the dominance of the asset-based sukuk. *Butterworth's journal of international banking and nancial law*, 25(6), 366-367. 13 Mayıs 2018 tarihinde <http://dro.dur.ac.uk/7736/1/7736.pdf?DDD35+wwzr13> sayfasından erişilmiştir.
- Ak, A. (2012). *İlahiyat lisans tamamlama programı, İslam hukuku II ders notları*. 5 Nisan 2018 tarihinde http://portal.uzem.omu.edu.tr/dersler/2012-2013/ilt_3/ilt405/ilt405_unite3/kim/ilt405_unite3.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Ak, Ö. (2018). İslam hukuku, uyarlanabilirliği ve finansal gelişim. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 122-136. 21 Haziran 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/452139> sayfasından erişilmiştir.
- Akten Çürük, S. (2013). *İslami finansın Türkiye'deki gelişimi, mevcut sorunlar ve çözüm önerileri*. Yayınlanmamış doktora tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aktepe, İ. E. (2010). *İslam hukuku çerçevesinde finansman ve bankacılık*. İstanbul: Yedirenk Yayınları.
- Aktepe, İ. E. (2013). *Sorularla katılım bankacılığı*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Aktepe, İ. E. (2018). *Katılım finans*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Akyüz, O. (2017). İslami bankalarda yenilikçi ürün geliştirme çalıştayı. *Katılım Finans Dergisi*, 1, 20-23.
- Albaraka Türk Katılım Bankası. (2016). *Katılım Bankacılığı Sistemi, Çalışma Esasları ve Uygulaması*. İstanbul: Albaraka Türk Katılım Bankası.

- Albaraka Türk Katılım Bankası. (2017). *Katılım Bankacılığı*. İstanbul: Albaraka Türk Katılım Bankası.
- Albaraka Türk Katılım Bankası. (2018). *30 Haziran 2018 tarihinde sona eren ara hesap dönemine ait konsolide olmayan finansal tablolar ve sınırlı denetim raporu*. 25 Ekim 2018 tarihinde <http://www.tkbb.org.tr/images/Documents/ALBARAKATURK-30.06.2018-TR-SOLO.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Alpaslan, H. İ., & Kudun, C. (2016). Türkiye’de sukuk uygulamaları ve vergisel boyutu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi; Cilt 6 Sayı 2/1*, 319-337. Mayıs 28, 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/313300> sayfasından erişilmiştir.
- Amin, M., & Isa, Z. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), 191-209. 02 Ocak 2019 tarihinde http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/amin_isa_2008.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Apaydın, H. Y. (2001). *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi : Kâânî-i Şîrâzî-Kastamonu*, 24. Cilt. Ankara: TDV. 20 Haziran 2018 tarihinde <http://www.islamansiklopedisi.info/dia/pdf/c24/c240330.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Aras, G. (Ed.). (2011). *Türkiye finans piyasasının derinleşmesinde faizsiz finansman ve yatırım araçlarının önemi*. İstanbul: Albaraka Yayınları.
- Aslan, H. (2015). Türkiye’de tekafül (islami sigorta) uygulamaları: problemler ve çözüm önerileri. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 93-117. 16 Temmuz 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/303979> sayfasından erişilmiştir.
- Ayub, M. (2007). *Understanding Islamic finance*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Bulut, H. İ., & Er, B. (2012). *Katılım finansmanı-katılım bankacılığı ve giriş sermayesi*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Büyükakın, F., & Önyılmaz, O. (2014). Faizsiz finansman bonusu sukuk ve Türkiye uygulamaları. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(7), 1-16. 23 Mayıs 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/3964> sayfasından erişilmiştir.
- Çelebi, O. (2013). *Müşterinin kalbine yolculuk*. İstanbul: Hayat Yayınları.

- Çetin, A. (2017). *Katılım ve mevduat bankalarının piyasa etkinliğinin karşılaştırmalı analizi ve bir uygulama*. Yayınlanmamış doktora tezi. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Dede, K. (2017). *Katılım bankalarında hazine ürünleri ve sermaye piyasası uygulamaları*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Demir, M. S. (2015). *Türkiye'de katılım bankalarının gelişimi ve performanslarının değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Duramaz, S. (2018). *Katılım finansmanında yeni yaklaşımlar*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: law, economics, and practice*. New York: Cambridge University Press.
- Gökalp, M. F., & Güngör, T. (1993). *İslam Toplumunun Ekonomik Yapısı*. İstanbul: Fey Vakfı Yayınları.
- Gökçen, G., & Gönen, İ. (2017). Katılım bankalarının finans sektörü içindeki yeri ve katılım bankalarına yönelik müşteri algısı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 61-77. 17 Kasım 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/333113> sayfasından erişilmiştir.
- Gürbüz, Y. E. (2017). Yükselen trend: katılım sigortacılığı. *Katılım Finans Dergisi*, 3, 56-58.
- Haque, A., Osman, J., & Ismail, A. Z. (2009). Factor influences selection of Islamic banking: a study on Malaysian customer preferences. *American Journal of Applied Sciences*, 6(5), 922-928. 02 Ocak 2019 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/26625361_Factor_Influences_Selection_of_Islamic_Banking_A_Study_on_Malaysian_Customer_Preferences/download sayfasından erişilmiştir.
- Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (2007). *Handbook of islamic banking*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Hassan, M. K., Kayed, R. N., & Oseni, U. A. (2013). *Introduction to Islamic banking & finance principles and practice*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Hazıroğlu, T. (2015). *Katılım ekonomisi ve Katılım bankacılığı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hurşit, E. (2018). Vadeli Alım Peşin Satım. *Katılım Finans Dergisi*, 5, 50-52.

- IIFM. (2018). *IIFM Annual Sukuk Report 2018, 7th Edition*. 29 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.iifm.net/system/files/private/en/IIFM%20Sukuk%20Report%202018-compressed.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Kalaycı, İ. (2013). Katılım Bankacılığı: mali kesimde nasıl bir seçenek? *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 19, 51-74.
- Kallek, C. (2001). *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi : Kâânî-i Şîrâzî-Kastamonu*, 24. Cilt. Ankara: TDV. 12 Haziran 2018 tarihinde <http://www.islamansiklopedisi.info/dia/pdf/c24/c240212.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Karapınar, A. (2003). *Özel finans kurumları ve muhasebe uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kaya, R. (2013). *Türk bankacılık sisteminde katılım bankalarının tercih nedenleri ve bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi. Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Kaytancı, B. G., Ergeç, E. H., & Metin, T. (2013). Katılım bankası müşterilerinde bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik memnuniyet: Türkiye örneği. *International Conference On Eurasian Economies*, 801-811. 02 Ocak 2019 tarihinde <https://www.avekon.org/papers/642.pdf> sayfasından erişilmiştir
- Kettell, B. (2011). *Introduction to Islamic banking and finance*. Wiltshire: John Wiley & Sons Ltd.
- Khan, M. (1994). Comparative economics of some Islamic financing techniques. 3 Şubat 2018 tarihinde <http://www.irti.org/English/Research/Documents/IES/149.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Khattak, N. A., & Ur Rehman, K. (2010). Customer satisfaction and awareness of Islamic banking system in Pakistan. *African Journal of Business Management*, 4(5), 662-671. 02 Ocak 2019 tarihinde <https://academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/307F7CE23043> sayfasından erişilmiştir.
- Kutval, Y. (2014). Katılım bankacılığının gelişimi ve Türkiye örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Kuveyt Türk Katılım Bankası. (2018). *1 Ocak-30 Haziran 2018 ara hesap dönemine ait bağımsız sınırlı denetim raporu*. 25 Ekim 2018 tarihinde <http://www.tkbb.org.tr/images/Documents/KuveytTurk-BDDK-Solo-30.06.2018-Final.pdf> sayfasından erişilmiştir.

- Lone, F. A. (2016). *Islamic banks and financial institutions: a study of their objectives and achievements*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Marimuthu, M., Chan, W. J., Lim, P. G., Low, P. M., & Tan, Y. P. (2010). Islamic Banking: selection criteria and implications. *Global Journal of Human Social Science*, 10(4), 52-62.
- Mohammad, S. (2011). *American muslims perceptions of islamic banking in the chicago metropolitan area* (Doctoral dissertation). Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 3493016).
- Odabaşı, M. (2017). *Katılım Bankaları tarafından uygulanan murabaha finansmanına yönelik bazı eleştirilere cevaplar*. 19 Ocak 2018 tarihinde <http://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/KATILIM%20BANKALARI%20-%20MURABAHA%20%C4%B0%C5%9ELEMELER%C4%B0.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Okumuş, H. Ş. (2005). Interest-free banking in Turkey: a study of customer satisfaction and bank selection criteria. *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51-86. 02 Ocak 2019 tarihinde <http://www.sesric.org/files/article/83.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Okur, K. H. (1999). II.Meşrutiyet dönemi İslam hukuku tartışmalarından bir kesit, Mansurizade Said ve Seyid Bey örneği. *Dini Araştırmalar*, 2(5), 255-284. 26 Haziran 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/51602> sayfasından erişilmiştir.
- Özen, E., Şenyıldız, L., & Akarbulut, K. (2016). Faizsiz bankacılık algısı: Uşak ili örneği. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 2(4) 1-19. 03 Ocak 2019 tarihinde <http://oaji.net/articles/2016/1817-1473247968.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Özkan, H. (2012). *Katılım bankacılığının klasik bankalarla karşılaştırılması ve muhasebe uygulamaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Özsoy, İ. (2012). *Türkiye'de Katılım Bankacılığı eğitim notları*. 18 Nisan 2018 tarihinde <http://www.tkbb.org.tr/Documents/EgitimVeKonferans/T%C3%BCrkiye'de.Kat%C4%B1l%C4%B1m.Bankaciligi.Prof.Dr.ismail.OZSOY.doc> sayfasından erişilmiştir.
- Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye'de Katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: ampirik bir tetkik. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 187-206.

- Özsoy, M. Ş., & Sayar, Y. (2018). *Kobi'ler için adım adım Katılım Bankacılığı*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Pehlivan, P. (2016). Türkiyede Katılım Bankacılığı ve Bankacılık Sektöründeki Önemi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(31), 296-324. 23 Mayıs 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/288778> sayfasından erişilmiştir.
- Rahman, N. U. (2012). *Attitudes of Muslims towards Islamic Banking and Finance in the North West of England: A socio-economic perspective*. Unpublished doctoral thesis. Durham University. United Kingdom.
- Ramadan, Z. S. (2013). Jordanian criteria for ıslamic banks selection. evidence from the jordanian banking sector. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(3), 139-145. 02 Ocak 2019 tarihinde http://hrmars.com/hrmars_papers/Article_17_Jordanian_Criteria_for_Islamic_Banks_Selection1.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Ramdhony, D. (2013). Islamic banking awareness attitudes and bank selection criteria. *International Journal of Humanities and Applied Sciences*, 2(2), 32-33.
- Resmi Gazete. (2005). "01.11.2005 tarih ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu".
- Rizvi, S. A. R., Bacha, O. I., & Mirakhor, A. (2016). *Public finance and Islamic capital markets theory and application*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schoon, N. (2016). *Modern Islamic banking products and processes in practice*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- Shamekhi, E. (2018). Faizsiz bankacılık sistemi ve iran uygulamasının değerlendirilmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 40-54. 26 Haziran 2018 tarihinde https://www.yepad.org/2018/cilt.2_sayi.1_makale04.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Sümer, G., & Onan, F. (2015). Dünyada faizsiz bankacılığın doğuşu, Türkiyedeki katılım bankacılığının gelişme süreci ve konvansiyonel bankacılıktan farkları. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 296-308. 23 Ekim 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/287159> sayfasından erişilmiştir.
- Şekeroğlu, S., & Özer, K. (2017). Bankacılık sektöründe yükselen değer: Katılım Bankacılığı. *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 15-25. 23 Mayıs 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/320838> sayfasından erişilmiştir.

- Takan, M. (2001). *Bankacılık teori uygulama ve yönetim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tat, H. (2014). *Katılım bankacılığı (faizsiz bankacılık) sistemi türk bankacılık sistemine kazandırdığı ürünler türk bankacılık sektöründeki yeri ve gelişimi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tiby, A. M. (2011). *Islamic banking how to manage risk and improve profitability*. New Jersey: John Wiley & Sons Ltd.
- Tolefat, A. K., & Asutay, M. (2013). *Takaful investment portfolios*. Singapore: John Wiley & Sons Singapore Pte. Ltd.
- Toraman, C., Ata, H. A., & Buğan, M. F. (2015). İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik müşteri algısı üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4), 761-779. 17 Kasım 2018 http://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Gaziantep_Universitesi.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Tunç, H. (2010). *Katılım Bankacılığı felsefesi, teorisi ve Türkiye uygulaması*. İstanbul: Nesil Yayıncılık.
- Türkiye Finans Katılım Bankası. (2018). *30 Haziran 2018 tarihinde sona eren ara hesap dönemine ait konsolide olmayan finansal tablolar ve sınırlı denetim raporu*. 26 Ekim 2018 tarihinde <https://www.turkiyefinans.com.tr/Lists/BagimsizDenetimRaporlari/Attachments/94/TFKB%2030%2006%202018%20solo.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2015). *Türkiye Katılım Bankacılığı strateji belgesi 2015 - 2025*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. (2017). *Katılım Bankacılığı nedir? nasıl çalışır ?* İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Uslu, S. (2005). *İslam'da faiz yasağı ve çağdaş finans*. İstanbul: Zafer Yayınları.
- Ustaoğlu, D. (2014). *Türkiye' de katılım bankacılığı sektöründeki yeri ve önemi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Ustaoğlu, M., & İncekara, A. (Eds). (2017). *Balancing Islamic and conventional banking for economic growth*. Cham: Palgrave Macmillan.

- Vakıf Katılım Bankası. (2018). *30 Haziran 2018 tarihi itibarıyla hazırlanan kamuya açıklanacak konsolide olmayan finansal tablolar, bunlara ilişkin açıklama ve dipnotlar ile sınırlı denetim raporu*. 25 Ekim 2018 tarihinde http://www.tkbb.org.tr/images/Documents/Vakif_Katilim_Bankasi_AS_3006_2018_TR_Solo_BDR.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Venardos, A. M. (Ed.). (2010). *Current issues in Islamic banking and finance: resilience and stability in the present system*. Singapore: World Scientific.
- Yabanlı, A. (Ed.) (2009). *Finansal yenilik ve açılımları ile Katılım Bankacılığı*. İstanbul: TKBB Yayınları.
- Yardımcıoğlu, M., Ayriçay, Y., Sabuncu, İ., & Gerekli, İ. (2014). Türkiye'de sukuk: kira sertifikaları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 199-222. 23 Mayıs 2018 tarihinde <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/download/article-file/107705> sayfasından erişilmiştir.
- Yıldırım, İ. (2014). Tekafül (islami) sigortacılık sisteminin dünyadaki gelişimi ve Türkiye'de uygulanabilirliği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 49-58. Temmuz 16, 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/151080> sayfasından erişilmiştir.
- Yıldırım, İ., & Çakar, R. (2016). Katılım bankacılığı kullanımını etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma. *PressAcademia Procedia*, 2(1), 552-563. 07 Ocak 2019 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/237707> sayfasından erişilmiştir.
- Yılmaz, O. N. (2010). *Faizsiz bankacılık ilkeleri ve Katılım Bankacılığı eğitim notları*. 4 Ekim 2018 tarihinde <https://docplayer.biz.tr/8023680-Faizsiz-bankacilik-ilkeleri-ve-katilim-bankaciligi.html> sayfasından erişilmiştir.
- Yücel, A., & Atlı, Y. (2014). Katılım bankalarında elektronik pazarlama uygulamaları: Elazığ ili örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44, 157-178. 12 Nisan 2018 tarihinde <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/66600> sayfasından erişilmiştir.
- Ziraat Katılım Bankası. (2018). *30 Haziran 2018 tarihinde sona eren ara hesap dönemine ait konsolide olmayan finansal tablolar ve sınırlı denetim raporu*. 25 Ekim 2018 tarihinde http://www.tkbb.org.tr/images/Documents/Ziraat-Katilim_Solo_0618.pdf sayfasından erişilmiştir.

EK 1 - Katılım Bankacılığı Anket Formu

Bu anket; Kastamonu İlindeki Banka Müşterilerinin Katılım (İslami) Bankacılığı Hakkındaki Algılarını belirlemek için veri toplamayı amaçlamaktadır. Verdiğiniz bilgiler sadece bilimsel amaçla kullanılacak ve asla üçüncü kişilerle paylaşılmayacaktır. Bu çalışmaya verdiğiniz destek için çok teşekkür ederiz.

1. Kaç yaşındasınız?

18'den küçük 18-25 26-34 35-44
 45-54 55-64 65 +

2. Cinsiyetiniz nedir?

Erkek

Kadın

3. Aylık ortalama geliriniz nedir? (TL olarak)

1.500'den az 1.500 – 4.999 5.000 – 9.999
 10.000 – 14.999 15.000'den fazla

4. Ne tür bankada hesap sahibisiniz?

İslami bankada Geleneksel bankada Her ikisi Hiçbiri

5. Bankaların ne tür hesabına sahibsiniz?

Kişisel hesap Ticari hesap Her ikisi Hiçbiri

6. Bankada hesap türünüzün niteliği nedir? Çoklu seçim yapabilirsiniz.

Cari hesap Tasarruf Yatırım Hiçbiri

7. Şimdiye kadar ne tür bankadan finansman kullandınız?

İslami bankadan Geleneksel bankadan Her ikisi Hiçbiri

8. Şimdiye kadar ne tür finansman çeşidi kullandınız? Çoklu seçim yapabilirsiniz.

Konut (İpotek) Araç Kişisel ihtiyaç Ticari Hiçbiri

EK 1'in devamı

9. Aşağıdaki ifadeleri okuyarak cevabınızı EVET ya da HAYIR şeklinde belirtiniz.	Evet	Hayır
1. İslami Finans kavramlarını biliyor musunuz?		
2. İslam Ekonomisi kavramlarını biliyor musunuz?		
3. Herhangi bir İslami Finans veya İslami Bankacılık ürününü kullanıyor musunuz?		
4. Kullanabileceğiniz çeşitli İslami Bankacılık ürünlerinden haberdar mısınız?		
5. İslam Bankacılığı veya İslami Finans alanındaki gelişmeleri aktif olarak takip ediyor musun?		
6. Türkiye'de İslami bankacılık ve finans için bir önemli bir talep olduğunu düşünüyor musunuz?		
7. Ailenizden veya arkadaşlarınızdan herhangi birinin İslami Bankada bir hesabı var mı?		
8. Başka birisine İslami Bankada bir hesap önerir misiniz?		
9. İslami ve geleneksel bir ipotek arasında herhangi bir fark görüyor musunuz?		
10. İslami banka ipoteklerinin teknik farklılıklarını ve mekanizmalarını biliyor musunuz?		
11. İslami banka ipoteklerinin mevduat ve maliyeti rekabetçi mi?		
12. İslami banka konut finansmanı şartları ve koşullarından memnun musunuz?		
13. Tamamen İslami kurallarla uyumlu bir yatırım portföyüne sahip olmak ister misiniz?		
14. İslami finans ürünlerinin bir ihtiyaç olduğuna inanıyor musunuz?		
15. Katılım/İslami bankalarının dini değerlerinize göre ihtiyaçlarınızı karşıladığını düşünüyor musunuz?		
16. Katılım bankalarının size sundukları ürünler için herhangi bir tercihiniz var mı?		
17. Finansal kurum veya ürün seçiminizde dürüst, açık ve şeffaf işletme kültürü sizin için önemli midir?		
18. İslami bir finansal ürünün başarılı olabilmesi için güçlü bir marka teklifi veya vaadi yeterli midir?		
19. İki eş değer ürün göz önüne alındığında, İslam'a uyumlu teklif için daha fazla ödemek ister misiniz?		
20. İslami finans kurumları temel aldıkları değerleri doğru bir şekilde yansıtıyor mu?		
21. İslami markalar size konvansiyonel /geleneksel markalara göre daha fazla değer mi veriyor?		
22. İslami bir bankayla bankacılık ilişkisi kurmayı düşünüyor musunuz?		

10 - Bir bankanın seçimi sırasında dikkate alınması gereken faktörler nelerdir? Lütfen değerlendirmelerinizi 1 ile 5 arasında size en uygun seçeneği işaretleyerek yapınız. 5-Çok önemli, 4-Önemli, 3-Orta düzeyde önemli, 2-Biraz önemli, 1-Hiç önemli değil	5	4	3	2	1
1. İtibarı					
2. Konumu ve park yeri					
3. Personelin yeterliliği					
4. Online hizmetleri					
5. Bankanın içi					
6. Arkadaş ve akraba tavsiyesi					
7. Hizmet hızı					
8. Profesyonel ve finansal danışmanlık					
9. Personelin nezaketi, kibarlığı					
10. İslami kurallara uygun olması					
11. Kredi mevcudiyeti					
12. Düşük işlem masrafları					
13. Ahlakî ve etik kurallara riayet etmesi					
14. Mevduat getirisi					

EK 1'in devamı

11 - Aşağıda İslami bankacılığa ait ürünlerle ilgili görüşleriniz nelerdir? Lütfen değerlendirmelerinizi 1 ile 6 arasında size en uygun seçeneği işaretleyerek yapınız. 1-Kesinlikle katılıyorum, 2-Çoğunlukla Katılıyorum, 3-Bazen Katılıyorum, 4-Genellikle Katılmıyorum, 5-Kesinlikle katılmıyorum, 6-Bu konuda bilgim yok	1	2	3	4	5	6
1.İslami Bankacılık ürünleri diğer bankalarınkinden daha kullanışlıdır						
2.İslami Bankacılık faaliyetleri yaygınlaşmalıdır						
3.İslami bankalardaki bankacılık ürünleri tüm ihtiyaçları karşılayacak düzeydedir						
4.Türkiye'de İslami bankacılığa gerçekten ihtiyaç var						
5.Müslüman bir toplum için İslami finansal ürünler çok önemlidir						
6.İslami finansal ürünlerin hayatımı kolaylaştıracağına inanıyorum						
7.İslami bankacılık işime yardımcı olabilir						
8.İslami bankalar toplumsal bütünleşmeye katkı sağlar						
9.İslami finans kurumları çok kültürlülüğü geliştirmeye yardımcı olabilir						
10.İslami bankalar radikalleşmeyi ve aşırılığı azaltır						
11.İslami finans kurumları dindarları ekonominin paydaşı haline getirir						
12.İslami finans kurumları finans sektöründe bölgede uyumu teşvik eder						
13.İslami bankaların yaygınlaşması Müslümanları marjinalleştirir						
14.İslami finans kurumlarının Şeriat uyumu yüzde yüz mükemmel değildir						
15.Müslümanların İslami bankaların bankacılık ürünleriyle ilgili şüpheleri var						
16.Çoğu Müslüman İslami bankaların sadece bir isim değişikliği olduğunu düşünüyor						
17.İslami banka çalışanlarının tam olarak bilinçli ve yetkin olmadığını düşünüyorum						
18.İslami finans kurumları Müslümanların finansal ihtiyaçlarını karşılamıyor						

12 - Aşağıdaki kavramları / konuları ne kadar biliyorsunuz? Lütfen değerlendirmelerinizi 1 ile 6 arasında size en uygun seçeneği işaretleyerek yapınız. 1-Çok iyi biliyorum, 2-İyi biliyorum, 3-Biraz biliyorum, 4-Çok az biliyorum, 5-Emin değilim, 6-Bu konuda bilgim yok	1	2	3	4	5	6
1.Genel olarak İSLAMİ FİNANS hakkında						
2.ARBUN (Kaparo sözleşmesi- Geri ödemesiz peşinat ile satmak)						
3.İCARE (Kiralama veya kiralama yoluyla satın alma)						
4.İSTİCRAR (Fiyatının bilmeden bir satıcıdan bir malı belirli zamanlarda alacağım vadettiği sözleşme)						
5.MUDARABA (Emek sermaye ortaklığı)						
6.MURABAHA (Kâr marjı finansman- Maliyet + kâr marjı) satış sözleşmesi)						
7.MUŞARAKA (Kâr ortaklığı)						
8.SELEM (Para peşin ödenir, mal sonra teslim alınır)						
9.TEKAFUL (İslami Sigorta- Riskin belirli gruplar arasında dağıtılması)						
10.TAVARRUK (Nakit sağlamak için birinden vadeli olarak alınan malı bir başkasına peşin satma)						

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Hakkı CENGİZ
Doğum Yeri ve Yılı : Zonguldak
Medeni Hali : Bekar
Yabancı Dili : İngilizce
E-posta : hakkicengiz@hotmail.com



Eğitim Durumu

Lise : Kdz. Ereğli Anadolu Lisesi, Zonguldak
Lisans : Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak

Mesleki Deneyim

İş yeri : Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. 03.2012 – 05.2017