

---

---

# KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİMİNİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Yücel AYRIÇAY\* Şebnem ADA\*\* Ahmet KAYA\*\*\*

---

---

## Öz

Katılım bankaları 1980'li yıllardan itibaren finansal kurum ve araçların çeşitlendirilmesi ve finansal sisteme derinlik kazandırılması amacıyla paralel olarak 1980'li yıllardan itibaren bankacılık sistemi içinde yer almaya başlamış finansal kurumlardır. Katılım bankalarının sunduğu çağdaş finansman modeli işlevselliği nedeniyle ki yalnızca İslam ülkelerinde değil, bir çok ABD ve AB bankalarının özel birimlerinde de kendine yer bulmuştur. Katılım bankacılığına verilen önem her ne kadar artmış olsa da bu bankalar klasik bankacılık anlayışını benimseyen mevduat bankaları kadar yüksek bir sektör payına ve müşteri kitlesine sahip bulunmamaktadır. Bu çalışmada, katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller İzmir, İstanbul, Kahramanmaraş ve Gaziantep illerindeki 324 katılım ve mevduat bankası çalışanının bakış açısıyla anket uygulaması ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, banka çalışanlarının başta banka türü olmak üzere cinsiyet, yaş ve eğitim durumu faktörlerine göre katılım bankalarının gelişimindeki engellerle ilgili önermelere katılım düzeylerinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Katılım bankacılığı, Mevduat Bankacılığı, Engeller, Banka Çalışanları, Alan Araştırması.

## BARRIERS TO THE GROWTH OF PARTICIPATION BANKING: A FIELD STUDY

### Abstract

Participation banks operating in banking sector that is of great importance in Turkish financial system have an increasing role and importance since 1980's in an effort to meet the capital needs in the banking sector. Although participation banks have more significance in both Turkey and the other countries in which they are operating, these banks still do not have as high market share and customer base as deposit banks as well as investment and development banks. In this study, the barriers to the growth of participation banking have been identified with a view of participation bank and deposit bank employees. In the context of this study, a survey was conducted to 324 bank employees working in İzmir, İstanbul, Kahramanmaraş and Gaziantep provinces. As a result, the findings show that questions with respect to the barriers to the growth of participation banking significantly differ depending on bank type as well as the gender, age, and education of the survey participants.

**Key Words:** Participation Banking, Deposit Banking, Barriers, Bank Employees, Field Study.

---

\* Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü.

\*\* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksek Okulu, Muhasebe Programı.

\*\*\* Öğr. Gör. Adıyaman Üniversitesi, Besni Meslek Yüksek Okulu.

## GİRİŞ

1980'li yıllara girilmesiyle birlikte liberalleşme hareketleri doğrultusunda Türk finansal sisteminin kontrol altına alınıp derinleştirilmesi ve zenginleştirilmesi adına köklü değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Yapılan tüm bu değişikliklere rağmen Türk finansal sistemindeki sermaye yetersizliği sorununa tam anlamıyla bir çözüm bulunamamıştır. Bu noktada, sermaye yetersizliği sorununa çözüm bulmak amacıyla sermaye birikimi yüksek olan Orta Doğu ülkelerinden Türkiye'ye sermaye akışı sağlanması amacıyla faizsiz finansal hizmet sunan kuruluşlar ön plana çıkmış ve Türkiye'de de faaliyette bulunmalarına yönelik girişimlerde bulunulmuştur (Şahin, 2005).

Faizsiz bankacılık anlayışıyla faaliyette bulunan katılım bankaları, fon fazlası olan ekonomik birimlerden fon gereksinimi olan ekonomik birimlere faiz unsurunu dikkate almayarak finansal kaynakların yönlendirilmesi uygulamasını benimsemektedir. Bu bankalar, finansal aracılık işlevlerini kar-zarar esaslı temeline dayalı olarak ve kendi emek ve sermayelerini de bu işleve dahil ederek sağladığı kaynakları işletmektedir (www.tkbb.org.tr).

Hukuksal ve ekonomik boyutu düşünüldüğünde ülkemizde İslam dininin kurallarından farklı kuralların benimsendiği bir bankacılık sektörü içinde faaliyette bulunan katılım bankaları, fonların toplanıp ihtiyaç olan yerlerde kullanılmasını faiz yerine kar-zarar ortaklığı anlayışıyla sağladığından dolayı "faizsiz bankacılık" olarak da isimlendirilmektedir. Katılım bankaları, faiz gelirinden uzak durarak klasik bankacılık hizmetlerinden yararlanmak istemeyen kişilerin sahip oldukları tasarruflarının atıl kalmasını önlemek ve bu sayede de ülke ekonomisinin gelişimine katkıda bulunmak amacıyla faaliyetlerine başlamışlardır (www.tkbb.org.tr, Özulucan ve Deran, 2009).

Dünyadaki İslami bankacılık varlıklarının 2015 yılı itibarıyla 990 milyar dolara ulaşacağını ve yine 2015 yılına gelindiğinde Türkiye'de ise bu bankaların varlık toplamının 87 milyar dolar olacağını tahmin eden Ernst & Young danışmanlık firmasının yayınladığı "Dünya İslami Bankacılık Rekabet Raporu 2011-2012"na göre Türkiye'nin İslami bankacılığın gelişimi açısından Katar, Bahreyn ve Mısır gibi ülkeleri geride bırakacağı düşünülmektedir (www.jurnal.net).

İslami bankacılıkla ilgili yapılan araştırmaların da gösterdiği üzere, tüm dünyada ve Türkiye'de İslami bankacılık hızlı bir gelişme eğilimi göstermekte ve özellikle de Türkiye'nin ilerleyen yıllarda İslami bankacılık konusunda önemli ülkelere biri olacağı öngörülmektedir. Ancak yine de Türkiye, nüfusunun %98'inin Müslüman olduğu bir İslam ülkesi olarak düşünüldüğünde ise Türkiye'deki katılım bankalarının % 6 olan bankacılık sektörü içindeki payı oldukça düşük kalmaktadır. Bu da Türkiye'de katılım bankacılığının gelişiminin önünde bir takım engellerin olabileceği sorununu gündeme getirmektedir.

Bu çalışmanın amacı, katılım bankalarının gelişiminin önündeki engellerin Türkiye'de katılım ve mevduat bankalarında çalışanlar açısından belirlenmesidir. Bu çalışma ile, ülkemizdeki katılım bankacılığı gelişim engellerinin belirli demografik faktörlere göre banka çalışanları açısından farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma kapsamında, İzmir, İstanbul, Kahramanmaraş ve Gaziantep illerindeki katılım ve mevduat bankalarında çalışan toplam 324 kişiye anket uygulaması yapılmış ve bu banka çalışanlarının katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller konusundaki düşünceleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın diğer bölümleri şu şekilde düzenlenmiştir. İkinci bölümde, İslami bankacılık kavramı, üçüncü bölümde Türkiye'de katılım bankacılığı açıklanmış ve dördüncü bölümde de bu konuyla ilgili literatür araştırmasına yer verilmiştir. Beşinci bölümde, araştırmanın amacı, yöntemi, hipotezleri ve temel bulguları verilmiş olup, altıncı bölümde de sonuç ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

## 1. İSLAMİ BANKACILIK

Dünyadaki Müslümanların İslam dininin kurallarına uygun olarak finansal faaliyetlerini sürdürmek istemeleri, İslami finans sektörünün en önemli unsuru olan İslami bankacılığın ortaya çıkıp gelişmesinin temel nedeni olmuştur (Akbulak ve Akbulak, 2005).

Genel anlamıyla, İslami bankalar kişilerin yastık altı tasarruflarının ya da yurt içi ve yurt dışında para harici ( altın, döviz vb.) tasarrufları olanların bu tasarruflarını kar-zarar ortaklığına katılım şeklinde değerlendirmelerini sağlayan kurumlardır (Özulucan ve Özdemir, 2010).

Faiz esası yerine kar-zarar ortaklığı esasını benimseyen kuruluşların faaliyette bulunmalarıyla ilgili çalışmalar 1960'lı yılların başından itibaren başlamıştır. İlk defa modern anlamda görülen İslami bankacılık uygulaması (Aras ve Öztürk, 2011), 1963'de Mısır'da Mit Ghamr'da kurulan ve tasarruf sandığı şeklinde uygulanmış ve Almanya'daki bir uygulamadan örnek alınarak oluşturulmuş olup karın paylaşılması mantığını benimseyen Mit Ghamr Tasarruf Bankası olarak gösterilmektedir. Yine Mısır'da 1971 yılında İslam dininin kurallarını esas alıp faizsiz anlayışla faaliyette bulunan bir banka olarak kurulan Nasır Sosyal Bankası da ilk İslami bankalar arasında gösterilmektedir. Türkiye'nin de kurucuları arasında yer alıp ortağı olduğu, Müslüman nüfuslu ülkelerin finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla sermaye ihtiyacını üye bankaların koydukları sermaye ve sermaye artırımlarından sağlayıp faizsiz bankacılık anlayışıyla faaliyette bulunan İslam Kalkınma Bankası da 1975 yılında faaliyetine başlamıştır (Akbulak ve Akbulak, 2005, www.tkbb.org.tr).

İslami bankalar, İslam dininin değerleri ve inançlar sistemi ile uyumlu olarak ve geleneksel yönetim ve risk yönetimi kurallarına ilaveten Şeriatın dayalı olduğu kurallara göre yönetilen (Moin, 2008, Lee ve Ullah, 2011), faizsiz çalışma prensibine göre faaliyetlerini sürdüren finansal kurumlar olup, İslam dininin ilkelerine uyum gösterecek şekilde sektör içerisinde faaliyette bulunmakta ve ayrıca etkin ve rekabetçi bankacılık, yatırım, ticaret finansmanı ile ticari ve gayri menkul finansal hizmetleri sunmak için yaratıcı ve sürekli gelişme gösteren bir yapıya sahip bulunmaktadırlar (Subhani vd., 2012).

İslami bankacılık, temelinde riba (faiz), gharar (sözleşmede net olmayan, elde edilmeyen şeylerin satılması) ve günah olan sektörlerde faaliyette bulunan işletmeler (alkol, kumar ve porno gibi) gibi Şeriat (İslam Dini kanunu) kısıtlamalarından doğan yasaklar üzerine kurulu bir sektördür. (Khan, 2001).

İslami bankacılık sistemi, sadece faizi yasaklamakla kalmamakta aynı zamanda belirsizlik, içki, kumar ve etik dışı olarak algılanan ticari ilişkileri ve sigorta ürünlerini de içeren faaliyetlere katılımı da yasaklamaktadır (Amin vd., 2011).

İslami bankacılık, finansal hizmetler sektörü içerisinde gelecek vaat eden bir iktisadi faaliyet olarak görülmektedir. İslami bankacılık sistemi, başlangıcından itibaren 30 yıllık bir süre içerisinde giderek artan düzeyde bir gelişme göstermiştir. Dünya çapında 75 ülkede faaliyette bulunan 300'ün üzerinde İslami finansal kuruluş bulunmaktadır. Asya Bankacılar Araştırma Grubuna göre, en büyük 100 İslami bankanın varlık büyüme oranları %26.7 olarak açıklanmıştır ve global İslami finans sektörü yıllık olarak ortalama %15-20 gibi bir büyüme oranı göstermekte (McKinsey, 2008) ve tahmini değeri 1 trilyon dolar olan İslami bankacılık sektörü, dünyada en hızlı gelişen sektörler arasında değerlendirilmektedir (Awan ve Bukhari, 2011).

İslami bir finansal sistemin temel çerçevesini oluşturan ve İslam toplumunun ekonomik, sosyal, politik ve kültürel yönlerini düzenleyen Şeriat adı altında birtakım kural ve yasalar oluşturmaktadır. Bu bağlamda İslami finans sisteminin temel ilkeleri aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir (Musa ve Obadi, 2009):

- Faiz Yasağı
- Risk Paylaşımı
- Potansiyel Sermaye Olarak Para

- Spekülatif Davranışların Yasaklanması
- Sözleşmelerin Kutsallığı
- İslamiyet'in Uygun Gördüğü Faaliyetler

İslami bankacılık ve geleneksel bankacılık sisteminin gösterdiği farklılıklar da karşılaştırmalı olarak aşağıdaki tablodaki gibi özetlenebilir (Alasrag, 2010):

**Tablo 1: İslami Bankacılık ve Geleneksel Bankacılık Farklılıkları**

	<b>İslami bankacılık</b>	<b>Geleneksel bankacılık</b>
<b>Ana ilke</b>	Müşteriler banka kar ve zararını paylaşırlar. Değişken getirili riskin yüksek getirisi vardır.	Müşteriler kaybı paylaşmaz ve bankadan faiz elde eder.
<b>İstikrar</b>	Daha yüksek istikrar derecesi	Daha düşük istikrar derecesi
<b>Faiz</b>	Kar-zarar hesapları kullanılır. Faiz yasaktır.	Faiz ürünlerine dayalıdır.
<b>Karlılık</b>	Kar-zarar ortaklığı yönetimine katılmaksızın ortak yatırım (mudarebe) ya da ortaklığa (müşareke) dayalıdır.	Yüksek karlılığın neden olduğu daha yüksek faiz oranları yüksek konsantrasyona yol açar. Daha yüksek enflasyon oranları daha yüksek kar marjına yol açar.

Alternatif bir finansal model olarak ortaya çıkan İslami bankacılık uygulamaları günümüzde sadece özel olarak İslami bankacılık faaliyetlerini yerine getiren kurumların yanısıra geleneksel finansal kurum ve bankaların faizsizlik esasına göre faaliyette bulunan birimlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla geleneksel bankaların da faizsiz bankacılık alanında faaliyette bulunma girişimleri bulunmaktadır. Bu bankalara örnek olarak da, Citibank, HSBC Bank, Union Bank of Switzerland, Kleinwort Benson, ANZ Grindlays, Goldman Sachs gibi finansal kurumlar gösterilebilmektedir (Aras ve Öztürk, 2011).

## 2. TÜRKİYE'DE KATILIM BANKACILIĞI

Tüm dünyada faaliyette buldukları ülkelerde İslami bankalar olarak bilinen katılım bankaları Türkiye'de 1985 yılında faiz kavramından dolayı birikimlerini ekonomiye yansıtmayan kişilerin tasarruflarını değerlendirmek amacıyla faaliyetlerine başlamışlardır. Katılım bankaları, 1983 aralık ayında yayımlanan 83/7506 sayılı "Özel Finans Kurumlarının Kurulması, Faaliyetleri ve Tasfiyelerine İlişkin Esas ve Usullere Dair Bakanlar Kurulu Kararı" ve Hazine ve Merkez Bankası'nca yayımlanan yönetmelik ve tebliğlerle "Özel Finans Kurumları" adı altında kurulmuşlardır ( Yılmaz, 2010 ).

2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'yla, finansal piyasalarda gerek ulusal gerekse de uluslararası işlemlerde isimlerinde banka ifadesinin geçmemesinden dolayı (Doğan, 2008) kimlik ve tanınma gibi sorunların yaşanmasını önlemek amacıyla Özel Finans Kurumlarının adı kar ve zarara katılma esası ile faaliyet gösterdiklerinden dolayı "Katılım Bankası" olarak değiştirilmiş ve bankalar Kanununa tabi olup diğer geleneksel bankalarla aynı piyasada faaliyette bulunmaya başlamışlardır ( Aras ve Öztürk, 2011 ). Ülkemizde 2013 yılı itibarıyla bankacılık sektörü içerisinde faaliyette bulunan 4 tane katılım bankası bulunmaktadır. Bu bankalar; Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş., Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., Bank Asya Katılım Bankası A.Ş. ve Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.'dir (www.tkbb.org.tr).

Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nin tanımına göre; "katılım bankacılığı, faizsizlik prensiplerine göre çalışan, bu prensiplere uygun her türlü bankacılık faaliyetlerini



gerçekleştiren, kar ve zarara katılma esasına göre fon toplayıp, ticaret, ortaklık ve finansal kiralama yöntemleriyle fon kullandıran bir bankacılık modelidir” (www.tkbb.org.tr).

Türkiye’de faizsiz bankacılık hizmeti verip kar-zarar ortaklığı esasıyla çalışan katılım bankalarının temel kurulma amacı, atıl kalıp faiz esasına göre çalışan geleneksel bankacılık sisteminde kullanılmayan fonların ekonomiye kazandırılması olup bu amacının yanı sıra İslam ülkeleriyle iyi ilişkiler kurup özellikle de petrol zengini ülkelerden Türkiye’ye fon sağlamaktır (Canbaş ve Doğukanlı, 2008).

Türk finans sistemine 1980’li yıllarda giren Özel Finans Kurumları 2005 yılı itibarıyla bankacılık kesimindeki payını % 2,44, toplam fonları içerisindeki payını % 3,33 ve toplam krediler içerisindeki payını da % 4,94 seviyelerine ulaştırmıştır. Mayıs 2011 itibarıyla katılım bankalarının bilanço büyüklüğü açısından bankacılık sektörü içindeki payı % 4,2, toplanan fonda % 5,4, kullanılan fonda ise % 5,6 seviyesine ulaşmıştır (www.tkbb.org.tr).

2010 yılı sonunda 33,221 milyon TL fon toplayan katılım bankaları, 2011 yılının ilk yarısında 34,694 milyon TL fonla tüm bankacılık sektöründe % 3,36’lık bir paya sahip olmuştur. 2010 yılı sonunda 5,457 milyon TL olan özkaynaklar toplamı Mayıs 2011 sonu itibarıyla 5,693 milyon TL’ye ulaşmıştır. Bu tutar, katılım bankalarının özkaynak oranının, bankacılık sektörü özkaynaklar toplamı içindeki payının % 4,13’ü anlamına gelmektedir. 2010 yılı sonunda 607 olan şube sayısı 2011 yılı Mayıs ayı sonunda 637’ye yükselmiştir. Şube sayısı bakımından bankacılık sektörü içindeki payı ise % 6,19’dur. Şube sayısına paralel olarak çalışan sayısı da 12,677’den 12,921’e yükselmiştir. Çalışan sayısı açısından da bankacılık sektörü içindeki payı % 6,6’dır (<http://www.tkbb.org.tr>).

Türkiye’de katılım bankalarının faaliyet sonuçlarını gösteren rakamlara bakıldığında önemli bir büyümenin söz konusu olduğu görülmektedir. Türkiye Katılım Bankaları Birliği rakamlarına göre, katılım bankalarının 2011 yılında toplam aktifleri bir önceki yıla göre yüzde 29 artış göstererek 56,1 Milyar TL olmuştur. Aynı verilere göre katılım bankaları topladıkları fonlarda da yüzde 18’lik bir büyüme sergilemiş ve 39,9 Milyar TL’lik fon hacmine ulaşmıştır. Katılım bankaları bu fon büyüklüğü ile 2011’de Türkiye bankacılık sektöründen yüzde 5,6’lık pay almıştır (www.jurnal.net).

Katılım bankaları son yıllarda Türkiye ekonomisinde hızla büyümekte ve ekonomiye önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu katkılardan ilki, faizsiz anlayışa dayalı yeni finansman tekniklerinin ortaya çıkması iken bir diğeri de faize dayalı bankacılık işlemlerini kullanmayan kişileri yeni müşteriler olarak ekonomiye dahil etmesidir. Katılım bankaları ayrıca fonları proje bazında kullandığı için etkin bir kaynak kullanımı sağlamakta ve faiz anlayışını benimseyen kişilerin fonlarını reel ekonomiye kazandırmaktadır (Aras ve Öztürk, 2011 ).

### 3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Literatürde İslami bankacılık ile ilgili birçok çalışma bulunmaktadır ve literatür taramasında İslami bankacılığı sadece ülke ya da ülkeler boyutunda ele alan ve bu ülke ya da ülkelerdeki yapılan çalışmalardan bazılarında aşağıda yer verilmiştir.

Bashir (2001) çalışmasında, 1993-1998 yılları arasında sekiz orta doğu ülkesindeki İslami bankaların performansını değerlendirmiştir. Bu çalışma sonucunda, yüksek kaldıraç oranının karlılık düzeyini arttırdığı ve yabancı bankaların yerel bankalara göre karlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Al- Jarhi ve Iqbal (2001) çalışmalarında, Katılım bankacılığına ilişkin sıkça sorulan sorular üzerinde durmuşlar ve bu soruların bir kısmını cevaplamaya çalışmışlardır.

Saleh ve Zeitun (2006), Ortadoğu’da Katılım bankalarının finansal performansı ile ilgili çalışmalar sınırlı olduğundan Ürdün’de bu bankaların performansını ölçmeye yönelik bir çalışma gerçekleştirmişlerdir.

Öztop (2006) çalışmasında; Katılım bankalarının Türkiye ekonomisi, dolayısıyla Türk mali sistemi içindeki yerini ve bağlı olduğu mevzuatı tespit etmek, ekonomiye finansman

desteği sağlamakla birlikte topladığı kaynaklarla vergi sistemimize kattığı değerlerin önemi ve özelliğini vurgulamayı amaçlamıştır.

Özgür (2007) ise çalışmasında, Katılım bankalarının mevduat bankalarından farklı ve benzer yönlerini belirleyerek bu bankalar arasındaki rekabet durumu ve katılım bankalarının mevduat bankalarına göre güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koymaya çalışmıştır.

şahin (2007) çalışmasında, Türkiye’de katılım bankacılığının ortaya çıkışı ve gelişim aşamalarını incelemiş ve bu bankaların hizmet kalitesini araştırmıştır.

Chong ve Liu (2009) çalışmalarında, bankacılığı faizsiz ve faiz temelli olmak üzere iki kategoride incelemiş ve katılım bankalarının en önemli özelliğinin karı ve zararı paylaşan paradigmayı (PLS) uygulaması olduğunu savunmuşlardır.

Doğan (2008), çalışmasında katılım bankalarının Türkiye ekonomisi üzerindeki etkilerinden bahsetmiş ve ekonomiye olumlu katkıları nedeniyle katılım bankalarının teşvik edilmesi gerektiğini savunmuştur.

Özulucan ve Deran (2009) çalışmalarında, katılım bankalarının ve geleneksel bankaların bankacılık hizmetleri ve muhasebe uygulamaları açısından farklılıklarını incelemiştir.

Rashid ve Hassan (2009) yaptıkları çalışmada, demografik farklılıkların, Bangladeş’teki yurtiçi İşlami bankaların farklı müşterileri tarafından verilen banka seçim kriterleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir.

Haque vd. (2009) nin gerçekteştirdiği çalışmada, İşlami bankacılık sistemi anlayışı, hizmet kalitesi, hizmetlerin yararlanılabilirliği, bankaya olan güven ve sosyal ve dini bakış açısı incelenmeye ve analiz edilmeye çalışılmıştır.

Abdul-Majid vd. (2010), 1996-2002 yılları arasında İşlami bankacılık faaliyetinde bulunan 10 ülkede seçilmiş İşlami ve geleneksel bankaların etkinliğini çıktı mesafe fonksiyonu yaklaşımı ile incelemişlerdir.

Bashir vd. (2011)’nin çalışmasında ise Pakistan’daki Gujranwala bölgesindeki İşlami ve geleneksel banka çalışanlarının İşlami bankacılığın bankacılık sektöründe sahip olduğu düşük pazar payına sebep olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bakış açıları 126 kişilik örnekleme ile araştırılmıştır.

Hidayat ve Al-Bawardi (2012) yapmış olduğu çalışmada, Suudi Arabistan’daki Müşlüman olmayan göçmenlerin İşlami bankaların ürün ve hizmetlerine yönelik algıları anket yöntemi ile değerlendirilmiştir.

Kabir vd. (2012) çalışmalarında, Bangladeş’te 2007 ve 2010 yılları arasında yerel ve yabancı geleneksel bankaların ve devlete ait ticari bankaların sabit kredi faiz oranına karşılık İşlami bankaların yatırımın karlılığı oranının performansı ölçülmeye çalışılmıştır.

Abdullah ve Omar (2012)’in yapmış oldukları çalışmanın amacı ise özellikle Malezya’da İşlami bankaların seçim kriterlerini araştırmak olmuştur. Bu amaç doğrultusunda, Klang vadisinin bulunduğu bölgedeki 279 kişiden elde edilen bilgiler araştırmaya dahil edilmiştir.

Subhani vd. (2012)’nin çalışmasında ise Pakistan Karaji’deki çeşitli tüketicilerin İşlami bankaları seçme konusundaki kriterlerin incelenmesi amaçlanmıştır.

Rammal ve Zurbruegg (2007)’e göre, tüketici tarafından İşlami bankacılık ürünlerinin tercih edilmesinde güçlü bir imaj ile ATM ve telefon bankacılığı gibi hizmetlerin elde edilebilirliğinin önemli bir etkisi olmuştur. Çalışmalarında Avustralyalı Müşlümanların İşlami bankacılığa olan farkındalıkları araştırılmış olup insanların İşlami bankacılık ürünlerine karşı ilgili oldukları ancak bu konudaki bilgi eksikliğinin büyük bir sorun olarak görüldüğu sonucuna varılmıştır.

Abdullah ve Dusuki (2007), Malezyalı müşterilerin neden İşlami bankaları kullanıp bu bankaların müşterisi olmayı tercih ettikleri konusunda bir araştırma gerçekteştirmişler ve sunulan ürünlerin maliyet ve faydaları, hizmet kalitesi, bankaların kolay erişilebilirliği ve büyüklüğu gibi faktörlerin de etkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Al-Ajmi vd. (2009), çalışmalarında Bahreynli müşterilerin tutumlarını araştırıp banka seçimini etkileyen temel faktörlerin, müşteri hizmetlerinin kalitesi, güler yüzlü ve nitelikli personel, bankanın ismi, bankanın park alanı ve iç dizaynı açısından uygunluk ve erişilebilirliği olduğunu belirlemişlerdir. Çalışmada Endonezya konseyinin faize karşı fetvası ve İslami bankalarda sermayenin güvenliği ve bu bankaların reklamlarına olan algıları bankaların tercih edilmesi açısından önemli değişkenler olarak tespit edilmiş ve banka müşterileri bakış açısından engeller araştırılmıştır.

Khattak ve Rehman (2010), Pakistan'daki banka müşterilerinin memnuniyetlerini ve İslami bankaların sundukları ürünlerle ilgili bilgi sahibi olup olmadıklarını araştırmışlardır. Araştırmanın sonucuna göre, müşterilerin çoğunun İslami bankaların sunduğu ürünlerle ilgili olarak yeterli bilgiye sahip olmadıklarını belirlemişlerdir. Ayrıca, müşteriler açısından bankanın tercih edilmesinde banka şubelerinin konumunun önemli bir etken olduğu ve İslami bankaların müşterilerine daha etkin ürünler sunmaları gerektiği sonucuna varmışlardır.

Mansour vd. (2010) ise, çalışmalarında 156 Müslüman ve Müslüman olmayan banka çalışanlarına uyguladıkları anket sonucunda, katılımcıların demografik özellikleri ve dinlerine bakılmaksızın banka seçiminde en önemli müşteri kriterinin düşük hizmet bedeli olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuç doğrultusunda bankanın İslami yapısının ikinci derecede önem taşıdığı belirlenmiştir.

#### **4. KATILIM BANKACILIĞININ GELİŞİMİNİN ÖNÜNDEKİ ENGELLERE YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

##### **4.1. Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın amacı, katılım bankacılığının gelişiminin mevduat bankalarına göre daha sınırlı olmasının nedenlerinin katılım ve mevduat bankaları çalışanları açısından neler olduğunun belirlenip bu nedenlerin belirli demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, katılım bankacılığının gelişim engelleri belirlenirken banka çalışanlarıyla ilgili hangi demografik faktörlerin belirleyici olduğu incelenecektir.

##### **4.2. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma kapsamında, İzmir, İstanbul, Kahramanmaraş ve Gaziantep illerinde katılım ve mevduat bankalarında çalışan toplam 324 kişiye anket uygulanmıştır.

İki bölümden oluşan anketin birinci bölümünde, banka çalışanlarına belirli demografik sorular yöneltilmiştir. İkinci bölümünde ise banka çalışanlarının belirlenmiş katılım bankacılığı gelişim engelleri konusundaki katılım düzeylerinin belirlenmesi amacıyla sorular yöneltilmiştir. Ankette kullanılan katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engellerle ilgili ölçek oluştururken çeşitli kaynaklardan yararlanılmıştır (Bashir vd., 2011; Eskici, 2007; Iqbal vd., 1998; Ainley vd., 2007). İkinci bölümdeki katılım bankacılığının gelişim engelleriyle ilgili anket soruları 5'li likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum).

İstatistiksel analiz yöntemi olarak, yüzde, frekans, Bağımsız Gruplar T-Testi (Independent Samples T-Test) ve ANOVA kullanılmıştır. Araştırmanın hipotezleri, SPSS 17.0 istatistiksel paket programı kullanılarak yapılmıştır.

##### **4.3. Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırma kapsamında, demografik faktörlerle her bir katılım bankacılığının gelişim engelinin kapsayacak şekilde 4 tane temel hipotez oluşturulmuştur. Oluşturulan hipotezler katılım bankacılığı gelişim engellerinin anket kapsamında belirtilen demografik faktörlere göre farklılık gösterdiğini ileri sürmektedir.

H1: Katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller ile ilgili önermeler cinsiyet açısından farklılık göstermektedir.

H2: Katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller ile ilgili önermeler yaş açısından farklılık göstermektedir.

H3: Katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller ile ilgili önermeler eğitim durumu açısından farklılık göstermektedir.

H4: Katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller ile ilgili önermeler banka türü açısından farklılık göstermektedir.

#### 4.4. Araştırmanın Bulguları

Anket çalışmasının uygulanmasıyla ilgili belirtilen 4 ildeki katılım ve mevduat bankası çalışanlarının demografik özellikleri ile ankete katılan banka çalışanlarının katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engellere yönelik olarak verdikleri cevapların yüzde-frekans dağılımı tablolar halinde verilmiştir.

**Tablo 2. Demografik Faktörlerin Yüzde/Frekans Dağılımı**

Demografik Faktörler	F	%
Cinsiyet		
Erkek	222	68,5
Bayan	102	31,5
Yaş		
25 ve altı	38	11,7
26-30	109	33,6
31-35	95	29,3
36-40	50	15,4
41 ve üzeri	32	9,9
Medeni Hal		
Evli	230	71,0
Bekar	94	29,0
Eğitim Durumu		
Lise	15	4,6
Önlisans	18	5,6
Lisans	244	75,3
Lisansüstü	47	14,5
Gelir Düzeyi (TL)		
0-999	5	1,5
1000-1499	53	16,4
1500-1999	83	25,6
2000-2499	55	17,0
2500-2999	33	10,2
3000 ve üzeri	95	29,3
Sektörde Çalışma Süresi		
5 yıl ve daha az	139	42,9
6-10	101	31,2
11-15	45	13,9
16-20	21	6,5
21 yıl ve daha fazla	12	3,7
Boş	6	1,9
Banka Türü		
Katılım	190	58,6
Mevduat	134	41,4

Tablo 2, ankete katılan banka çalışanlarının demografik özelliklerinin yüzde ve frekans dağılımını göstermektedir. Tablo 1'e göre, 324 katılımcıdan 222'si erkek olup bu da örneklemin %68,5'ünü oluşturmakta ve kalan %31,5'lük kısmı da bayan katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcılar yaş grubu açısından değerlendirildiğinde ise ankete katılanların %33,6'sı olan olan 109 kişilik çoğunluğun 26-30 yaş arası bankacılardan oluştuğu söylenebilmektedir. Ankete en az katılımın da %9,9 gibi bir oranla 41 yaş ve üzeri bankacılardan sağlandığı görülmektedir. Ankete katılanların medeni hallerine bakıldığında ise %71 gibi bir oranla katılımcıların yarısından fazlasını oluşturan 230 bankacının evli ve geriye kalan 94 kişinin bekar olduğu sonucuna varılmaktadır. Bir diğer demografik faktör olan eğitim durumu açısından anket sonuçları değerlendirildiğinde ise katılımcıların %75,3 gibi büyük bir oranla (244 kişi) lisans mezunu olduğu ve lisans üstü dereceye sahip olanların ise örneklemin %14,5'ünü (47 kişi) oluşturduğu görülmektedir.

Ankete katılan banka çalışanlarının gelir düzeyi grubu içerisinde en yüksek oran olan %29,5 gibi bir oranla aylık 3000TL ve üzeri bir gelire sahip banka çalışanlarının %25,6'sının da geliri 1500-1999 TL arasında değişmektedir. En düşük gelir grubu olan 0-999 TL arasında geliri olan ise sadece 5 kişi (örneklemin %1,5'u) bulunmaktadır. Ankete katılan banka çalışanlarının %42,9'unun (131 kişi) 5 yıl ve daha az süreyle sektörde çalışma hayatının bulunduğu ve 21 yıl ve daha fazla süre sektörde çalışanların ise %3,7 gibi düşük bir orana sahip olduğu görülmektedir. %31,2 gibi bir oranla 6-10 yıl arası sektör deneyimi bulunan banka katılımcılar ise örneklemin %31,2'sini (101 kişi) teşkil etmektedir.

Son olarak da, özellikle analiz açısından önemli bir demografik faktör olan banka türü açısından değerlendirme yapıldığında ise, ankete katılanların %58,6'sının (190 kişi) katılım bankaları çalışanlarından ve geriye kalan %41,4'ünün (134 kişi) ise mevduat bankaları çalışanlarından oluştuğu görülmektedir. Bu sonuçlar da birbirine yakın değerlere sahip olmaları bakımından örneklemin banka türleri arasındaki dağılımının neredeyse eşit olarak gerçekleştiğini göstermektedir. Bu da sonuçların anlamlılığı açısından büyük önem taşımaktadır.

**Tablo 3. Katılım Bankacılığının Gelişiminin Önündeki Engeller İle İlgili Yüzde/Frekans Dağılımı**  
(1: Kesinlikle katılmıyorum; 2: Katılıyorum; 3: Kararsızım; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle katılıyorum)

Soru No	Katılım Bankacılığının Gelişiminin Önündeki Engeller	1 F %	2 F %	3 F %	4 F %	5 F %	A.O.	S.S.
S1	İslam Dininin finansal ilkeleri konusunda bilgi eksikliği vardır.	43 13,3	68 21,0	44 13,6	102 31,5	67 20,7	3,25	1,35
S2	Faizsiz bankacılığa yönelik güven eksikliği vardır.	29 9,0	76 23,5	32 9,9	126 38,9	61 18,8	3,35	1,27
S3	Katılım bankacılığının hizmetleri ile ilgili bilgi eksikliği vardır.	13 4,0	50 15,4	34 10,5	147 45,4	80 24,7	3,71	1,12
S4	Deneyimli ve nitelikli personel eksikliği vardır.	18 5,6	78 24,1	72 22,2	98 30,2	58 17,9	3,31	1,18
S5	Kaliteli müşteri hizmetleri yoktur.	48 14,8	132 40,7	60 18,5	64 19,8	20 6,2	2,62	1,14
S6	Sağlanan hizmetlerin etkinliği düşüktür.	43 13,3	119 36,7	58 17,9	83 25,6	21 6,5	2,75	1,17
S7	Ürün ve hizmetlerin maliyeti yüksektir.	37 11,4	79 24,4	78 24,1	102 31,5	28 8,6	3,02	1,17
S8	Şube sayısı azdır.	23 7,1	71 21,9	33 10,2	130 40,1	67 20,7	3,45	1,24
S9	Şubelerin konumu uygun değildir.	53 16,4	152 46,9	58 17,9	44 13,6	17 5,2	2,44	1,08
S10	Reklam ve tanıtım açısından yetersizdir.	27 8,3	72 22,2	42 13,0	122 37,7	61 18,8	3,36	1,25
S11	Yeni ürün ve hizmet geliştirmede yetersizdir.	34 10,5	91 28,1	69 21,3	91 28,1	39 12,0	3,03	1,21
S12	Diğer katılım bankalarıyla işbirliği yetersizdir.	34 10,5	62 19,1	97 29,9	90 27,8	41 12,7	3,13	1,18
S13	İnternet bankacılığı hizmetleri yetersizdir.	70 21,6	129 39,8	73 22,5	31 9,6	21 6,5	2,40	1,12
S14	Katılım bankacılığına yapılan devlet teşvikleri yetersizdir.	40 12,3	55 17,0	107 33,0	90 27,8	32 9,9	3,06	1,16
S15	Geleneksel bankacılığın en doğru bankacılık hizmetlerini sunduğu yönünde bir önyargı vardır.	29 9,0	64 19,8	77 23,8	99 30,6	55 17,0	3,27	1,21

Katılım Bankacılığının gelişiminin önündeki engellerin yüzde ve frekans dağılımını gösteren Tablo 3'ye göre, ankete katılan banka çalışanlarının %45,4'ü "Katılım bankacılığının hizmetleri ile ilgili bilgi eksikliği vardır." engelinin varlığına katıldığı yönünde görüş bildirmiştir. Ağırlıklı ortalaması yüksek olan (3,45) bir diğer engelin ise "şube sayısının azlığı" olduğu görülmekte olup banka çalışanlarının %40,1'inin (131 kişi) bu engelin varlığına katılıyorum şeklinde yanıt vermiştir. Anket katılımcılarının %37,7'si ise katılım bankalarının reklam ve tanıtım açısından yetersiz olduğuna katıldıkları yönünde cevap vermişlerdir. Banka çalışanlarının %39,8'inin belirtilen engellerden internet bankacılığı hizmetlerinin yetersiz olduğu, %36,7'sinin hizmet etkinliğinin düşük olduğu ve %24,1'inin de deneyimli ve nitelikli personel eksikliği olduğu engeline katılmadıkları yönünde görüş bildirmişlerdir. Ankete katılan banka çalışanlarının %30,6'sı ise geleneksel bankacılığın en doğru bankacılık hizmetlerini sunduğu yönünde bir önyargının olduğu önermesine katıldıklarını bildirmişlerdir.

Katılım bankacılığı gelişim engelleri ile demografik faktörler arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik olarak yapılan t testi ve ANOVA sonuçlarına göre demografik faktörlerden sadece cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve banka türü faktörlerinin engellerin belirlenmesinde farklılık gösterdiği saptanmıştır.

**Tablo 4. Katılım Bankacılığı Gelişim Engelleri İle Cinsiyet Arasındaki İlişki Hipotezleri**

Hipotez No	Cinsiyet		T
	<i>Erkek</i> N=222 Ort. s.s.	<i>Bayan</i> N=102 Ort. s.s.	
H1a	3,25 1,39	3,26 1,27	-0,11
H1b	3,38 1,25	3,29 1,32	0,55
H1c	3,76 1,14	3,61 1,06	1,15
H1d	3,30 1,22	3,32 1,10	-0,15
H1e	2,51 1,13	2,85 1,14	-2,54*
H1f	2,66 1,66	2,96 1,14	-2,18*
H1g	2,93 1,19	3,20 1,09	-1,89^
H1h	3,44 1,30	3,48 1,11	-0,26
H1i	2,34 1,06	2,68 1,09	-2,65**
H1j	3,34 1,27	3,41 1,19	-0,46
H1k	3,02 1,24	3,05 1,15	-0,18
H1l	3,14 1,24	3,12 1,02	0,12
H1m	2,27 1,12	2,66 1,08	-2,88**
H1n	3,08 1,18	3,02 1,10	0,41
H1o	3,23 1,24	3,34 1,16	-0,75

(N=324; ^p<0,10; \*p<0,05; \*\*p<0,01)

Demografik faktörlerden cinsiyet ile katılım bankacılığı gelişim engelleri arasında oluşturulan hipotezlerin analiz sonuçlarını gösteren Tablo 4'e göre, %1 anlamlılık düzeyinde H1i ve H1m hipotezleri, %5 anlamlılık düzeyinde ise H1e ve H1f hipotezleri kabul edilmiştir. Tabloya göre, "şubelerin konumu uygun değildir" ve "internet bankacılığı hizmetleri yetersizdir" önermeleri %1; "kaliteli müşteri hizmetleri yoktur" ile "sağlanan hizmetlerin etkinliği düşüktür" önermeleri de %5 anlamlılık düzeyinde ankete katılan banka çalışanlarının cinsiyetine göre farklılık göstermektedir. Şubelerin konumunun uygun olmadığı ve internet bankacılığı hizmetlerinin yetersiz olduğu, kaliteli müşteri hizmetlerinin olmadığı ve sağlanan hizmetlerin etkinliğinin düşük

olduğu önermelerinin bayanlar (A.O.:2,68; 2,66; 2,85; 2,96) tarafından erkeklere (A.O.: 2,34; 2,27; 2,51; 2,66) göre daha fazla engel teşkil ettiğini düşünmektedirler.

**Tablo 5. Katılım Bankacılığı Gelişim Engelleri İle Yaş Arasındaki İlişki Hipotezleri**

Hipotez No	Yaş					F
	25 ve altı N=38 Ort. s.s.	26-30 N=109 Ort. s.s.	31-35 N=95 Ort. s.s.	36-40 N=50 Ort. s.s.	41 ve üzeri N=32 Ort. s.s.	
H2a	3,18 1,41	3,17 1,35	3,23 1,33	3,32 1,35	3,56 1,36	0,57
H2b	3,47 1,33	3,34 1,24	3,49 1,22	3,24 1,33	3,00 1,32	1,10
H2c	3,68 1,66	3,83 0,99	3,66 1,15	3,60 1,25	3,69 1,23	0,46
H2d	3,32 1,27	3,23 1,18	3,32 1,05	<b>3,68</b> <b>1,16</b>	<b>2,97</b> <b>1,33</b>	2,06 <sup>^</sup>
H2e	2,50 1,20	2,65 1,04	2,62 1,18	2,80 1,18	2,34 1,21	0,90
H2f	2,58 1,22	2,80 1,13	2,74 1,15	2,80 1,21	2,78 1,21	0,28
H2g	3,00 1,33	3,06 1,11	3,07 1,15	3,02 1,16	2,72 1,22	0,61
H2h	3,55 1,42	3,39 1,29	<b>3,68</b> <b>1,04</b>	3,46 1,26	<b>2,84</b> <b>1,13</b>	2,96*
H2i	2,45 1,26	2,37 1,03	<b>2,62</b> <b>1,07</b>	2,56 1,03	<b>2,00</b> <b>0,98</b>	2,32 <sup>^</sup>
H2j	3,18 1,35	<b>3,55</b> <b>1,22</b>	<b>3,46</b> <b>1,13</b>	3,36 1,30	<b>2,66</b> <b>1,20</b>	3,64** (2-5; 3-5)
H2k	<b>2,61</b> <b>1,32</b>	3,05 1,19	3,15 1,13	<b>3,32</b> <b>1,13</b>	2,69 1,30	2,82*
H2l	2,87 1,23	3,21 1,16	3,09 1,18	3,32 1,09	2,97 1,23	1,10
H2m	2,26 1,17	2,34 1,09	2,43 1,12	2,70 1,12	2,16 1,08	1,52
H2n	3,00 1,25	3,22 1,18	2,98 1,06	3,12 1,15	2,72 1,19	1,40
H2o	3,47 1,26	3,31 1,20	3,18 1,11	3,40 1,34	2,94 1,24	1,18

(N= 324, <sup>^</sup> p<0; \*p<0,05; \*\*p<0,01)

Tablo 5, katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller ile katılımcıların yaşı arasındaki ilişki ile ilgili analiz sonuçlarını göstermektedir. Bu sonuçlara göre, %1 anlamlılık düzeyinde H2j hipotezi kabul edilmektedir. Buna göre "katılım bankacılığının reklam ve tanıtım açısından yetersiz olduğu önermesi katılımcıların yaşına göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığın hangi yaş gruplarından kaynaklandığına belirlemek üzere yapılan Post Hoc analizi sonuçlarına göre bu farklılık ilk önermede 26-30 yaş grubu ve 41 yaş ve üzeri yaş grubu ve ikinci önermede de 31-35 yaş grubu ve 41 yaş ve üzeri yaş grubu arasındaki görüş farklılığından kaynaklanmaktadır. Tespit edilen bu farklılık da,



26-30 yaş grubundakilerin ( A.O.: 3,55) ve 31-35 yaş grubundakiler (A.O.: 3,46) de 41 yaş ve üzerindeki (A.O.: 2,66) katılımcılara göre reklam ve tanıtım açısından yetersizliğin daha büyük bir engel olduğunu düşünmektedir.

Anlamlılık düzeyinin %5 olması durumunda ise H2h ve H2k hipotezleri kabul edilmekte ve şube sayısının az olduğu engeli ile ilgili önerme ile yeni ürün ve hizmet geliştirmede yetersiz olduğu engeli ile ilgili önermelerin katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterdiği söylenebilmektedir. Bu önermedeki farklılığın hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit etmek için yapılan Post Hoc analizi sonuçlarında da ilk önermedeki farklılığın 31-35 ile 41 yaş ve üzeri yaş grupları arasındaki farklılıktan ve diğer önermedeki farklılığın da 25 yaş ve altı ile 36-40 yaş grubu arasındaki görüş farklılığından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Şube sayısının az olduğu sorununun 31-35 yaş grubundaki katılımcılar (A.O.: 3,68) 41 yaş ve üzerindeki katılımcılara (A.O.: 2,84) göre daha fazla engel oluşturduğunu düşünürken; yeni ürün ve hizmet geliştirme konusunda yetersiz kalındığı engelinin varlığını 36-40 yaş grubu arasındaki katılımcılar ( A.O.: 3,32) 25 yaş ve altı katılımcılara (A.O.: 2,61) daha fazla kabul etmektedir.

**Tablo 6. Katılım Bankacılığı Gelişim Engelleri ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki Hipotezleri**

Hipotez No	Eğitim Durumu				F
	Lise N=15 Ort. s.s.	Ön Lisans N=18 Ort. s.s.	Lisans N=244 Ort. s.s.	Lisansüstü N=47 Ort. s.s.	
H3a	2,60 1,40	2,89 1,27	3,31 1,33	3,32 1,38	1,79
H3b	2,93 1,38	3,17 1,29	3,31 1,27	3,77 1,14	2,45
H3c	3,20 1,56	3,44 1,24	3,75 1,08	3,79 1,06	1,56
H3d	3,13 1,12	3,61 0,91	3,28 1,18	3,38 1,24	0,60
H3e	2,33 1,23	2,72 1,22	<b>2,55</b> <b>1,10</b>	<b>3,04</b> <b>1,19</b>	2,91*
H3f	2,53 1,35	2,89 1,23	<b>2,67</b> <b>1,12</b>	<b>3,19</b> <b>1,22</b>	2,92*
H3g	3,13 1,24	3,11 1,32	2,95 1,14	3,28 1,19	1,12
H3h	2,93 1,22	3,61 1,03	3,45 1,25	3,55 1,23	1,08
H3i	2,27 1,03	2,44 0,92	2,42 1,07	2,64 1,16	0,68
H3j	2,93 1,38	3,17 1,24	3,40 1,22	3,40 1,31	0,81
H3k	3,47 1,24	3,06 1,16	2,94 1,20	3,36 1,22	2,32
H3l	3,47 1,18	3,17 1,15	3,09 1,20	3,21 1,02	0,58
H3m	2,80 1,26	2,50 1,29	2,33 1,09	2,57 1,13	1,40
H3n	2,53 1,06	3,06 0,99	3,07 1,16	3,15 1,17	1,14
H3o	2,53 1,24	3,33 0,90	3,32 1,23	3,21 1,14	2,05

(N=324, ^ p<0; \*p<0,05; \*\*p<0,01)

Katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engeller ile ilgili önermelere katılımda ankete katılan banka çalışanlarının eğitim durumları açısından farklılık olup olmadığını gösteren Tablo 6'daki analiz sonuçlarına göre, %5 anlamlılık düzeyinde H3e ve H3f hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuçlara göre, "kaliteli müşteri hizmetleri yoktur" ve "sağlanan hizmetlerin etkinliği düşüktür" önermelerini katılımcıların eğitim düzeyi açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu farklılığın hangi eğitim düzeyi grupları arasındaki farklılıktan kaynaklandığının bulunması için ise yine Post Hoc analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda her iki önermedeki farklılığın da lisans ve lisans üstü eğitim düzeyindeki katılımcıların görüş farklılıklarından kaynaklandığı bulunmuştur. Buna göre, lisansüstü düzeyinde eğitime sahip olanlar (A.O.: 3,04) lisans düzeyinde eğitime sahip olanlara (A.O.: 2,55) göre kaliteli müşteri hizmetlerinin olmadığı önermesinin ve yine lisansüstü eğitim düzeyindeki banka çalışanları (A.O.:3,19) lisans mezunu banka çalışanlarına (A.O.:2,67) göre sağlanan hizmet etkinliğinin düşük olduğu

önermesinin katılım bankacılığının gelişiminde daha fazla engel oluşturduğunu düşünmektedirler.

**Tablo 7. Katılım Bankacılığı Gelişim Engelleri İle Banka Türü Arasındaki İlişki Hipotezleri**

Hipotez No	Banka Türü		t
	Katılım Bankası N=190 Ort. s.s.	Mevduat Bankası N=134 Ort. s.s.	
H4a	3,19 1,42	3,34 1,23	-0,95
H4b	3,39 1,27	3,30 1,27	0,63
H4c	3,83 1,17	3,54 1,01	2,29*
H4d	3,27 1,22	3,36 1,12	-0,63
H4e	2,26 1,05	3,13 1,06	-7,27**
H4f	2,41 1,14	3,25 1,01	-6,83**
H4g	2,78 1,20	3,34 1,02	-4,35**
H4h	3,38 1,28	3,56 1,16	-1,29
H4i	2,18 1,02	2,82 1,04	-5,50**
H4j	3,41 1,30	3,31 1,17	0,70
H4k	2,79 1,25	3,37 1,06	-4,39**
H4l	3,02 1,30	3,29 0,94	-2,08*
H4m	1,99 1,02	2,96 1,01	-8,45**
H4n	3,24 1,18	2,80 1,06	3,45**
H4o	3,30 1,21	3,22 1,21	0,55

(N=324, ^ p<0; \*p<0,05; \*\*p<0,01)

Tablo 7' de araştırma açısından önemli sonuçlardan birini veren katılım bankacılığı engelleri ile banka türü arasındaki ilişkiyi gösteren analiz sonuçları hakkında bilgi vermektedir. Tablo 7'deki t testi ve ANOVA sonuçlarına göre, %1 anlamlılık düzeyinde H4e, H4f, H4g, H4i, H4k, H4m ve H4n hipotezleri; %5 anlamlılık düzeyinde de H4c ve H4l hipotezleri kabul edilmektedir. Bu sonuç da, ankete katılan banka çalışanlarının %1 anlamlılık düzeyinde "kaliteli müşteri hizmetlerinin olmadığı", "sağlanan hizmet etkinliğinin düşük olduğu", "ürün ve hizmetlerin maliyetinin yüksek olduğu", "şubelerinin konumunun uygun olmadığı", "yeni ürün ve hizmet geliştirmede yetersiz olduğu", "internet bankacılığı hizmetlerinin yetersiz olduğu" ve "yapılan devlet

teşviklerinin yetersizliği” önermeleri ile %5 anlamlılık düzeyinde “katılım bankacılığı hizmetleri ile ilgili bilgi yetersizliği” ve “diğer katılım bankalarıyla işbirliği yetersizliğinin” olduğu önermeleriyle ilgili görüşlerinin banka türü açısından farklılık gösterdiği sonucuna varılmaktadır.

Hangi banka türünün hangi önermelere daha çok katıldığını belirlemek için banka türlerinin önermelere katılımındaki ağırlıklı ortalamalarına bakılıp yorumlandığında ise; % 1 anlamlılık düzeyinde, “kaliteli müşteri hizmetlerinin olmadığı” engeliyle ilgili önerme ile ilgili olarak mevduat bankaları (A.O.: 3,13) katılım bankalarına (A.O.: 2,26) göre daha fazla engel oluşturduğunu düşünürken, mevduat bankaları (A.O.: 3,25) katılım bankalarına (A.O.: 2,41) göre sağlanan hizmetlerin etkinliğinin düşük olduğunun daha fazla bir engel oluşturduğunu düşünmektedir. Yine mevduat bankaları (A.O.: 2,78) “ürün ve hizmetlerin maliyetinin yüksek olduğu” önermesinin katılım bankalarına (A.O.: 3,34) göre katılım bankacılığının gelişiminde daha fazla engel oluşturduğunu düşünmektedir. “Şubelerin konumunun uygun olmaması” önermesi ise yine diğer önermelerde olduğu gibi mevduat bankalarınca (A.O.: 2,82) katılım bankalarına (A.O.: 2,18) göre daha büyük bir engel oluşturmaktadır. Mevduat bankaları (A.O.: 3,37) katılım bankalarına (A.O.: 2,79) göre ayrıca katılım bankalarının gelişimindeki bir diğer önerme olan “yeni ürün ve hizmet geliştirmede yetersiz olunduğunun daha fazla engel oluşturduğunu, düşünmektedir. Bunun yanı sıra mevduat bankaları (A.O.: 2,96) katılım bankalarına (A.O.: 1,99) göre “internet bankacılığı hizmetlerinin yetersiz olması” önermesine daha yüksek oranda katıldıklarını bildirmişlerdir. “Katılım bankacılığına yapılan devlet teşviklerinin yetersiz olması” konusunda ise katılım bankaları (A.O.: 3,24) mevduat bankalarına (A.O.: 2,80) göre daha büyük bir engel oluşturduğu yönünde düşüncelerini iletmişlerdir, %5 anlamlılık düzeyinde ise; katılım bankaları (A.O.: 3,83) mevduat bankalarına (A.O.: 3,54) göre “katılım bankacılığı hizmetleriyle ilgili bilgi eksikliğinin” daha fazla engel oluşturduğunu düşünürken mevduat bankaları (A.O.: 3,29) da katılım bankalarına (A.O.: 3,02) göre “diğer katılım bankalarıyla olan işbirliği yetersizliğini” daha büyük bir engel olarak görmektedir.

## SONUÇ

Tüm dünyada faizsiz bankacılık olarak bilinen katılım bankacılığı Malezya, Endonezya, Bangladeş, Ürdün'de olduğu gibi Türkiye'de de 1980'li yıllarda gelişmeye başlamıştır. Giderek artan oranda bir gelişme gösteren katılım bankacılığı, şu anda 75 ülkede 300'den fazla kurumla faaliyetine devam etmektedir. Türkiye'de 1985 yılında Özel Finans Kurumları adı altında faaliyete başlayan katılım bankacılığı, 1999 yılında Bankacılık Kanununa dahil edilmiş ve 2005 yılında Özel Finans Kurumları adı yerine Katılım Bankaları olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Kuruldukları yıldan itibaren gerek gerekse Türkiye'de giderek artan bir oranda gelişme garfiğine sahip olan katılım bankaları elde edilen rakamsal veriler ışığında faaliyette bulunan geleneksel bankalar kadar bir gelişme seviyesine ulaşamamıştır. Türkiye'de bankacılık sektörünün finansal sektörün %87,6'sını oluşturduğu düşünüldüğünde, katılım bankalarının banka sayısı açısından geleneksel bankalarla karşılaştırıldığında banka sayısı açısından %8 ve aktif dağılımı açısından da %5 gibi düşük bir paya sahip bulunmaktadır. Bu oranlar da, Türkiye'de katılım bankacılığının her ne kadar gelişme göstermiş olsa da diğer geleneksel bankalar kadar bir gelişmeye ulaşamadığını kanıtlamaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye'deki katılım bankalarının mevduat bankaları kadar bir gelişme gösterememesinin nedenleri bir anket çalışması yapılarak mevduat ve katılım bankaları çalışanları açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu anket çalışmasıyla, belirlenen demografik faktörlere göre katılım bankacılığının gelişiminin önündeki engellerin bir farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir.

Yapılan analiz sonucunda ankete katılan bankacıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu ve banka türü açısından önermelere verdikleri cevaplarda farklılıklar tespit edilmiştir. Özellikle katılım bankası çalışanları ile mevduat bankalarında çalışanların katılım bankacılığının gelişiminin engelleri konusunda farklı önermeleri belirtmeleri önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre, özellikle "kaliteli müşteri hizmetlerinin olmadığı", "sağlanan hizmetlerin etkinliğinin düşük olduğu", ürün ve hizmetlerin maliyetinin yüksek olduğu", "şubelerin konumunun uygun olmadığı", "yeni ürün ve hizmet geliştirmede yetersiz olduğu", "internet bankacılığı hizmetlerinin yetersiz olduğu" ve "yapılan devlet teşviklerinin yetersizliği" engellerine katılım açısından banka türlerine göre farklılıklar tespit edilmiştir.

Araştırmanın sonuçları dikkate alındığında, katılım bankalarının geçmiş yıllara göre pozitif yönde bir gelişme göstermesine rağmen mevduat bankalarının gösterdiği gelişmeye ulaşamamış olmasının altında yatan birtakım engellerin olduğu belirlenmiştir. Belirlenen bu engeller anketin yapıldığı şehirlerdeki belirli katılım ve mevduat bankası çalışanlarının görüşlerini belirtmekle birlikte müşterilerin görüşlerini de içine alan daha geniş kapsamlı bir çalışmayla konuyla ilgili daha aydınlatıcı bilgiler sunulabilecektir.

## KAYNAKÇA

- ABDULLAH, M., OMAR, M.A. (2012). Islamic–Bank Selection Criteria in Malaysia: An AHP Approach. *Business Intelligence Journal*, July, 5(2): 271-281.
- ABDUL-MAJID, M., SAAL, D.S. and BATTISTI, G. (2010). Efficiency in Islamic and Conventional Banking: An International Comparison. *Journal of Productivity Analysis*, 34(1): 25–43.
- ABDULLAH, N. I., DUSUKI, A. W. (2007). Why do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks?. *International Journal of Bank Marketing*, 25: 142-160.
- AKBULAK, Y. ve AKBULAK, S. (2005). *Türkiye’de Reel ve Mali Sektör*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- ALASRAG, H. (2010). *Global Financial Crisis and Islamic Financial System*. MPRA Paper No: 22167.
- AL-AJMI, J., HUSSAIN, H. A., and AL-SALEH, N. (2009). Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose Which Bank to Patronize. *International Journal of Social Economics*, 36: 1086-1112.
- AL-JARHI, M. A., IQBAL, M. (2001). *Islamic Banking: Answers to Some Frequently Asked Questions*. Islamic Development Bank Islamic Research and Training Institute, Occasional Paper No: 4.
- AMIN, H., ABDUL RAHMAN, A. R., HWA, A. M. and SONDOH Jr., S. L. (2011). Determinants of Customers’ Intention to Use Islamic Personal Financing: The case of Malaysian Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(1): 22-42.
- ARAS, O. N., ÖZTÜRK, M. (2011). Reel Ekonomiye Katkıları Bakımından Katılım Bankalarının Kullandığı Fonların Analizi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(2), ISSN: 1309-8020 (online).
- AWAN, H.M., BUKHARİ, K.S. (2011). Customer’s Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1): 14-27.
- BASHİR, A.M. (2001). *Assessing the Performance of Islamic Banks: Some Evidence from the Middle East*. American Economic Association Annual Meeting.
- BASHİR, A., SAJİD, M.J. and IQBAL, S. (2011). Barriers to Islamic Banking Growth-Bank Employees’ Perspective from Pakistan. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 3(1) E4: 56-71.
- CANBAŞ, S., DOĞUKANLI, H. (2009). *Finansal Pazarlar, Finansal Kurumlar ve Sermaye Pazarı Analizleri*. Adana: Karahan Kitabevi.
- CHONG, B.S., LIU, M. (2009) “Islamic Banking: Interest-free or Interest-based?”, *Pacific-Basin Finance Journal*, 17(1): 125-144.
- DOĞAN, S. (2008). *Katılım Bankaları ve Ekonomiye Katkıları: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- HAQUE, A. Osman, J., ISMAİL, A.Z. (2009). Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences. *American Journal of Applied Sciences*, 6(5): 922-928.
- HİDAYAT, S.E., AL-BAWARDİ, N.K. (2012). Non-Muslims’ Perceptions Toward Islamic Banking Services in Saudi Arabia. *Journal of US-China Public Administration*, 9(6): 654-670.
- KABİR, M.R., ULLAH, Md. H., KHAN, Md. M. (2012). Comparative Analysis of Profit Rate of Islamic Banks on Investment (ROI) and Fixed Rate of Interest on Loan of Conventional Banks in Bangladesh. *World Journal of Social Sciences*, 2(6): 39 – 48.\*
- KHAN, M.Y. (2001). Banking Regulations and Islamic Banks in India: Status and Issues. *International Journal of Islamic Financial Services*, 2(4).
- KHATTAK, N.A., UR-REHMAN, K. (2010) Customer satisfaction and awareness of Islamic Banking System in Pakistan. *African Journal of Business and Management*, 4: 662–671.

- LEE, K.H., ULLAH, S. (2011). Customers' Attitude Toward Islamic Banking in Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(2): 131-145.
- MANSOUR, W., ABDELHAMID, M.B., MASOOD, O., NIAZI, G.S.K. (2010). Islamic Banking and Customers' Preferences: The Case of the UK. *Qualitative Research in Financial Markets*, 2: 185-199.
- MCKINSEY, (2008). *The World Islamic Banking Competitiveness Report 2007-08: Capturing The Trillion Dollar Opportunity*. Mckinsey and Company.
- MOIN, M.S. (2009). Performance of Islamic Banking and Conventional Banking in Pakistan: A Comparative Study. Master Degree Project in Finance Advance Level/15p ECTS Spring Term.
- MUSA, H., OBADI, S.M. (2009). Islamic Financial Systems. *Studia Universitatis "Vasile Goldiș" Arad Economic Sciences*, 1(1): 124-130.
- ÖZGÜR, E. (2007). Katılım Bankalarının Finansal Etkinliği ve Mevduat Bankaları İle Rekabet Edebilirliği. Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖZTOP, F. (2006). Özel Finans Kurumlarının Vergilendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖZULUCAN, A., ÖZDEMİR, F.S. (2010) Katılım Bankacılığı (Muhasebe Organizasyonu, Uygulamalar, Finansal Tablolar & Bağımsız Tablolar). Ankara: Türkmen Kitabevi.
- ÖZULUCAN, A., DERAN, A. (2009). Katılım Bankacılığı İle Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri Ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11): 85-108.
- RAMMAL, H., ZURBRUGG, R. (2007). Awareness of Islamic Banking Products Among Muslims: The Case of Australia. *Journal of Financial Services Marketing*, 12: 65-74.
- RASHID, M., HASSAN, M.K. (2009). Customer Demographics Affecting Bank Selection Criteria, Preference, and Market Segmentation: Study on Domestic Islamic Banks in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 4(6): 131-146.
- SALEH, A.S., ZEİTUN, R. (2006). Islamic Banking Performance in The Middle East: A Case Study of Jordan. University of Wollongong Economics Working Paper Series, Vol: 21, No: 2.
- SUBHANI, M.I., HASAN, S.A., RAFIQ, M.F., NAYAZ, M., OSMAN, A. (2012). Consumer Criteria for the Selection of an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*, 94: 114-122.
- ŞAHİN, E. (2007). Türkiye'de Düünden Bugüne Katılım Bankaları. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YILMAZ, O. N. (2010). Faizsiz Bankacılık İlkeleri ve Katılım Bankacılığı. TKBB Eğitim Ders Notları, Eğitim No 2009/2010-51, [http://www.tkbb.org.tr/download/faizsiz\\_bankacilik\\_onyilmaz.pdf](http://www.tkbb.org.tr/download/faizsiz_bankacilik_onyilmaz.pdf)  
<http://www.tkbb.org.tr>  
[http://www.tkbb.org.tr/download/KATILIM\\_BANKACILIGI.pdf](http://www.tkbb.org.tr/download/KATILIM_BANKACILIGI.pdf)  
<http://www.jurnal.net/ekonomi/2012/06/02/turkiye-islami-bankacilikta-one-cikiyor.htm>