



BÖLÜM 8

KATILIM BANKACILIĞINA YÖNELİK ALGI DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE BİR PİLOT ÇALIŞMA

Volkan ÖZENLİ¹

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Orkun ORAL²

Giriş

Katılım bankaları hem geleneksel bankaların yapmış olduğu faaliyetlerin birçoğunu hem de finansal kiralama gibi geleneksel bankaların yapamadığı farklı faaliyetleri de gerçekleştirebilen bankalardır. İslami bankacılık veya faizsiz bankacılık gibi farklı şekillerde de isimlendirilen bu bankalar geleneksel bankacılığın iyi bir alternatifi olmuştur. Ancak katılım bankaları geleneksel bankaların yapmış olduğu faiz temelli faaliyetlerde bulunmadıkları için bu bankaları tamamlayıcı niteliktedir ve finans sektörüne farklı bir çeşitlilik katar (Özulucan ve Deran, 2009, s. 86). Katılım bankaları, geleneksel bankaların işlemlerinde faizin olması sebebiyle finans sektörünün dışında kalan kişilerin fon ihtiyaçlarını karşılar ve geleneksel bankacılıktan farklı olarak sunduğu ürünler yardımıyla söz konusu kişilere fonlarını değerlendirme olanağı sunmaktadır (Özdemir, 2019, s. 122).

İşleyiş şekilleri açısından katılım bankaları topladıkları fonları ortaklığa veya ticarete dayanan yöntemlerle değerlendirerek elde edilen karı veya zararı yatırımcısı ve kendisi arasında paylaştırarak yürütür. Ayrıca işlem süreçlerinde garar yasağı gereği aşırı belirsizlik içeren işlemler yapamaması, riskin tamamını gayrinakdi kredi kullanan kişiye yükleyememesi ve alkol, uyuşturucu ve kumar

¹ Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bankacılık ve Finans ABD, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksek Lisans Programı (Tezli)

ORCID: 0000-0001-8258-2996

² Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü

ORCID: 0000-0002-1949-6355

gibi konuları içeren işlemleri yerine getirememesi gibi birtakım kısıtlılıkları da bulunmaktadır.

Aktarılan bilgiler ışığında ekonomik yaşamın içerisinde İslami temellerin olmasını amaçlayan ve bu doğrultuda bankacılık işlemlerinin bu temellere göre yapılmasını sağlayan katılım bankacılığı finans sisteminin dengeli bir şekilde olmasına yardımcı olmaktadır. Bu çerçevede finansal sistemin bir parçası olma hedefinde olan söz konusu finansal kuruluşlar müşterilerine tasarruflarını değerlendirme olanağı sunarak çeşitli ekonomik amaçların gerçekleştirilmesine de katkıda bulunur. (Takan ve Boyacıoğlu, 2015, s. 13).

Katılım bankalarının ürün ve hizmetleri İslam dininin getirmiş olduğu birtakım ilkelere göre oluşturulmuştur. Bu durum katılım bankalarının hem fon toplama yöntemleri açısından hem de fon kullandırma yöntemleri açısından geleneksel bankalardan farklılaşmasına neden olmuştur. Bu bankalar kişi ve kurumlardan cari hesap ya da katılma hesabı yoluyla fon toplamaktadır. Cari hesaplar, geleneksel bankacılığın ürün olan vadesiz hesaplara benzerken bireylere herhangi bir getiri sağlamaz ancak kişiler istedikleri zaman paralarını bankadan temin edebilme hakkına sahiptir. Katılma hesabında ise kişilerin fonları banka tarafından ticarete veya sanayide değerlendirilir. Ve elde edilen gelir veya zarar banka ve kişi arasında paylaştırılır. Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemlerinin temelinde ise gayrinakdi krediler yer almaktadır. Bu bankalar mudarebe, müşareke, murabaha, istisna, icare ve kiralama yöntemlerini kullanarak kişi ve kurumlara fon temini sağlar.

Dünyada katılım bankalarının kurulmasına yönelik ilk faaliyetler Malezya ve Pakistan'da gerçekleşmiştir ancak bu girişimler çeşitli nedenler dolayısıyla istenildiği seviyeye çıkamamıştır. Bu girişimlerin ardından Hint İslam Cemiyeti tarafından kurulan faizsiz borç veren sisteminin oldukça başarılı sonuçlar elde etmesi 1970 yılında gerçekleştirilen Cidde toplantısında İslam ülkelerinin dışişleri bakanlarını harekete geçirmiştir. Toplantıya katılan dışişleri bakanları, bütün İslam ülkelerinin ekonomik, bilimsel ve kültürel anlamda iş birliği içinde hareket etmeleri konusunda ortak görüş bildirmiştir. Bu görüş sonucunda birçok ülkede çeşitli katılım bankaları faaliyete geçmeye başlamıştır (Büyükkakin ve Önyılmaz, 2012, s. 5). Maddi durumu yetersiz kişilerin faiz ödemelerine izin vermeden fon sağlamalarını sağlayan Nasır Sosyal Bankası katılım bankacılığının modern anlamındaki ilk örneğidir (Özkan, 2012, s. 11).

Katılım bankacılığının Dünya'daki gelişimi bu şekilde iken Türkiye'de katılım bankacılığının ortaya çıkmasında atıl fonların ülke ekonomisine kazandırılması ve yabancı yatırımcıların ülkeye çekilebilmesi umudu etkili olmuştur. Bu

bankalar hem finans sektörü için hem de dış ticaretin gelişimi oldukça önemli bir görev üstlenmektedir (Kılıç ve Türkan, 2021, s. 155). Bu noktadan hareketle 1983 yılında çıkartılan Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile söz konusu kuruluşların özel finans kurumları olarak isimlendirilmesi ilk adım olarak ifade edilebilir. Bu tarihten sonra Türkiye’de faaliyete başlayan ilk katılım bankaları Faisal Finans Kurumu ve Albaraka Türk’tür. Katılım bankaları 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’ndan sonra çok hızlı bir şekilde gelişmeye başlamıştır (Bağış ve Yılmaz, 2020, s. 3153). Bankacılık Kanunu’nda 2005 yılında yapılan düzenlemeyle hem söz konusu finansal kuruluşların ismi değiştirilerek katılım bankası olarak belirlenmiş hem de Özel Finans Kurumları Birliği, Türkiye Katılım Bankaları Birliği ismini almıştır. (Hazıroğlu, 2016, s. 124-125).

Aktarılan bilgiler ışığında bu çalışmanın temel amacını iki başlıkta toplamak mümkündür. Bu bağlamda çalışmanın ilk amacı üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı algısının ölçülmesidir. Çalışmanın ikinci amacı ise Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi bünyesinde bulunun tüm fakülte öğrencilerinin katılım bankacılığı algısını ölçmek adına yapılacak olan anket çalışmasına zemin oluşturmaktır. Ayrıca bu çalışma keşifsel nitelikte yapılmış bir pilot çalışmadır. Dolayısıyla bu çalışma için belirli bir örnek hacmi saptanmamıştır. Elde edilen araştırma sonuçlarının genellenmesi gibi bir amaç söz konusu değildir.

Bu bağlamda çalışmada ilk olarak katılım bankacılığı hakkında genel tanımlamalara, tarihçeye ve araştırmaya ait farklı literatür çalışmalarına yer verilmiştir. Daha sonraki bölümde ise araştırmanın amacı, yöntemi ve bulgularına yer verilerek son kısımda önerilerde bulunulmuştur.

1. Katılım Bankacılığı Kavramı

Katılım bankaları, içinde “faiz” unsuru barındıran hiçbir bankacılık işlemini gerçekleştirmek istemeyen bireylerin bu ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde teşkilatlanan ve faiz temelli bankacılık işlemlerinden uzak duran kurumlardır (Güney, 2015, s. 25). Geleneksel bankacılığın para politikası aracı "faiz" iken katılım bankalarının para politikası aracı ise "faiz yasağı" dır. Geleneksel bankacılığın para politikası aracının “faiz” olması paranın saklama fonksiyonunu ön plana çıkarır. Ancak paranın bu fonksiyonu İslam açısından doğru değildir. Çünkü bir paranın piyasada dolaşımında olmaması hem atıl olarak kalmasına hem de piyasadaki ticari işlemlerin yavaşlamasına neden olmaktadır (Kalaycı, 2013, s. 52).

Katılım bankacılığının doğuşu İslam’ın ilk dönemlerine kadar dayanmaktadır. Banka gibi aracı kurumların olmadığı İslam dininin ilk yıllarında kişiler birbirleriyle yapmış olduğu para alışverişlerini üçüncü kişilerin sayesinde

gerçekleştirebilmekteydiler. Bankaların günümüzdeki en önemli fonksiyonu nasıl ki aracılık fonksiyonu ise İslam dininin ilk yıllarında da üçüncü kişiler fon transferlerinin doğru bir şekilde ilerleyebilmesi adına aracılık fonksiyonu üstlenmiştir. Üçüncü kişilerin fon transferi işlemlerine aracılık etmelerinde etkili olan temel husus ise bu kişilerin toplum tarafından güvenilir olarak görülmeleri olmuştur (Görmüş ve Yabancı, 2019, s. 104).

Katılım bankacılığına ilişkin akademik çalışmalara ise 1940'lı yılların sonlarında başlanmıştır. Pakistanlı akademisyenlerin yapmış oldukları çalışmalar katılım bankacılığının uygulanabilir olacağını göstermiştir. Dönemin Pakistanlı iktisatçılarından biri olan Muhammed Uzair'in 1955 yılındaki "An Outline of Interestless Banking" başlıklı çalışması katılım bankacılığının kamoyunda tartışılmasına neden olmuştur (Özgür, 2007, s. 42-43). İslam dininin temel yasaklarını dikkate alarak kurulan ilk katılım bankası ise Mısır'da Ahmad El Naggar'ın önderliğinde 1963 yılında kurulmuştur. Bu banka faiz temelli bankacılık uygulamalarını gerçekleştirmemiş olup yalnızca ticarete dayanan bankacılık uygulamaları gerçekleştirmiştir (Kayadibi ve Şireci, 2023, s. 26). Mısır'ın Mith Gamr kasabasında kurulan bu bankanın asıl ortaya çıkış nedeni Cemal Abdül Nasır'ın devlet başkanı olduğu o dönemlerde Mısır'daki bankaların kamulaştırılma fikrine karşı durabilmektir. Bu banka çeşitli finansal araçları aynı anda bir araya getirdiği için diğer bankalardan ayrılır (Sümer ve Onan, 2015, s. 298).

İlerleyen dönemlerde katılım bankacılığının gelişim serüveninde birkaç farklı olayın etkili olduğu da vurgulanabilir. Bu başlıklar sırasıyla İsrail devletinin kurulması ve petrol krizi (1973) olarak ifade edilebilir.

Yakın tarihin önemli olaylarından birisi de İsrail Devleti'nin 1948 yılında kurulması olmuştur. Özellikle batılı devletlerin yardımıyla petrol yatağı bulunan topraklarda kurulan İsrail Devleti savaşlardaki başarısıyla gün geçtikçe büyümeyi başarmıştır (Yılmaz ve Kalkan, 2017, s. 181). İsrail ile mücadele kapsamında petrolü batılı ülkelere karşı bir koz olarak gören Petrol İhraç Eden Arap Ülkeleri Örgütü'nün yapmış olduğu birtakım hamleler 1973 Petrol Krizi'nin ortaya çıkmasına neden olmuştur. 1973 Petrol krizi batılı ülkeleri etkileyen bir krizdir. Bu kriz petrol fiyatlarının olağan dışı bir şekilde yükselmesine sebebiyet vermiştir. Aynı zamanda bu kriz sonucunda batılı ülkelerden doğu ülkelerine doğru petrol gelirlerinin bir kayma yaşadığı görülmüştür (Öztürk ve Saygın, 2017, s. 1). Petrol fiyatlarının artması sonucu doğulu ülkelerin döviz bakımından zenginleşmiş olması katılım bankacılığının ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. Döviz rezervleri artan doğulu ülkeler ekonomik olarak da kalkınmak istemiş ancak altyapılarının iyi olmamasından dolayı elde ettikleri döviz

ekonomik kalkınmaya kullanamamışlardır. Ancak toplanan bu sermaye ekonomik kalkınmada kullanılamasa da bazı katılım bankalarının kurulmasına vesile olmuştur (Doğan, 2006, s. 29).

2. Literatür Taraması

Konuyla ilgili literatür taraması incelendiğinde toplumu oluşturan gruplara yönelik katılım bankacılığı algısının ampirik olarak ortaya konulduğu görülmektedir. Ayrıca konunun genel olarak ele alındığı dikkat çekmektedir. Bir diğer dikkat çeken husus ise konunun daha çok uluslararası literatürde bulunmasıdır. Bu noktadan hareketle söz konusu konuyla ilgili sınırlı çalışmaların olması ve ileriki dönemlerde hem çalışma fırsatı olan hem de potansiyel banka müşterisi olabilecek durumda olan üniversite öğrencilerine yönelik saha çalışmasının yapılması araştırmanın özgünlüğünün artırılmasında büyük öneme sahiptir. Konuyla ilgili birtakım çalışmalara Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1: Literatür Taraması

Yazar	Amaç	Yöntem	Sonuç
Eskici (2007)	Katılım bankalarıyla çalışma isteğinin tespiti ve çalışma sıklığı	Frekans ve Varyans (ANOVA) Analizi	Yapılan çalışma sonucunda müşterilerin çoğu bu bankaları “Faizsiz bankacılık yapımları” nedeniyle tercih etmiştir. Müşteriler bu bankaların şube ağı ve sayısında yeterli olmadıklarını düşünmektedir.
Marimuthu, Chan, Lim, Low & Tan (2010)	Katılım bankalarının tercih edilmesinde rol oynayan sebeplerin belirlenmesi	Tanımlayıcı İstatistikler ve Ki-kare Testi	Elde edilen verilere göre kişilerin katılım bankacılığı hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığına ulaşılmıştır. Aynı zamanda bu kişiler katılım bankalarını dini ve ekonomik sebeplerle tercih ettikleri belirlenmiştir.

Abduh ve Omar (2012)	Malezya’da bulunan katılım bankası müşterilerinin bu bankaları tercih etmelerinde rol oynayan faktörlerin tespit edilmesi	Frekans Analizi ve Analitik Hiyerarşi Süreci	Yapılan analizler neticesinde katılımcıların katılım bankaları ile çalışmasında etkili olan en önemli faktör katılım bankalarının şeriat ilkelerine uygun olarak hareket etmesidir.
Çobankaya (2014)	Katılım bankacılığı konusunda algının ölçülmesi	Frekans Analizi, Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis Testleri	Katılımcıların bu bankalarla çalışmalarında etkili olan üç faktör: "bankanın güvenilir olması", "çalışanların saygılı ve nazik olması" ve "işlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması" dır.
Toraman, Ata ve Buğan (2015)	Katılım bankacılığına ilişkin bilgi seviyesinin ve algı düzeyinin ölçülmesi	Frekans Analizi, Varyans Analizi (ANOVA) ve Tukey Testi	Verilerin analizi sonucunda katılımcıların büyük çoğunluğu katılım bankaları ile çalışmayı düşünmektedir. Ancak katılımcılar bu bankaların tanıtımının yapılmadığını düşünmektedir.
Özen, Şenyıldız ve Akarbulut (2016)	Katılım bankalarına karşı algı düzeyinin ölçülmesi ve demografik özelliklerin algılamada ne gibi bir farklılaşmaya neden olacağını saptanması	Tanımlayıcı İstatistikler, Temel Bileşenler Analizi ve Tek Yönlü ANOVA Analizi	Çalışmada kişilerin katılım bankalarına algılarının düşük bir seviyede olduğu sonucuna varılmıştır.
Anaç ve Kaya (2016)	Katılım bankaları ile çalışma nedenlerinin belirlenmesi ve demografik özelliklerin bu nedenler arasında bir farklılaşmaya sebebiyet verip	Faktör Analizi, Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi, Korelasyon Analizi ve T Testi	Çalışma sonucunda “Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popülaritesi” faktörünün kişilerin katılım bankalarını seçmelerinde

	vermediğinin araştırılması		en çok etkili olan faktördür.
Gökçen ve Gönen (2017)	Kurumsal firmaların katılım bankalarına yönelik olan algı ve davranışlarının belirlenmesi	Frekans Analizi, Kruskal-Wallis H Testi ve Mann-Whitney U Testi	Yapılan analizler neticesinde firmalar kredi gereksinimlerini katılım bankalarından sağlamayacaktır.
Sakinç ve Poyraz (2018)	Katılım bankalarının tercih edilmesinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi	Frekans Analizi	Elde edilen sonuçlara göre çoğu kişi bu bankaları İslam'a uygun şekilde olduklarını düşünmüştür. bireylerin bu bankaları tercih etmesinin nedeni ise katılım bankalarının İslam dinine uygun olarak hareket etmesidir.
Törenek ve Yavuz (2019)	Katılım bankalarının seçilme nedenlerinin belirlenmesi	Frekans Analizi, Standart Sapma ve Ortalama Değer	Veriler analiz edildiğinde katılımcıların bu bankalarla çalışmasında en çok "Samimi ve yardımsever personel" faktörünün etkili olduğu sonucuna varılmıştır.
Dayı (2019)	Katılım bankalarının tercih edilmesinde rol oynayan faktörlerin belirlenmesi	Frekans Analizi, Doğrulayıcı Faktör Analizi, Korelasyon Analizi, Güvenilirlik Analizi ve Yapısal Eşitlik Modeli	Bu çalışma ile katılımcıların katılım bankalarıyla çalışmasında en etkili olan faktörün dini faktörler olduğu görülmüştür.
Gürbüz, Bekereci ve Ayriçay (2020)	Firmaların katılım bankacılığına ilişkin tutumlarının belirlenmesi.	Faktör Analizi, T testi ve ANOVA Analizi	Araştırma sonucunda katılımcıların katılım bankalarını tercihlerinde etkili olan faktörlerin sırasıyla hizmet boyutu, finans boyutu, din boyutu ve tanınma boyutu olduğu sonucuna varılmıştır.

Balkanlı ve Yarıdımciöglü (2020)	Katılım bankasında çalışan bireylerin İşlam iktisadı konusundaki farkındalıklarının tespit edilmesi.	İç Tutarlılık Analizi, Frekans Analizi, Temel Bileşenler Faktör Analizi, KMO Testi ve Açıklayıcı Faktör Analizi	Verilerin analizi sonucunda çalışanların çoğunun İşlam dininin gerektirdiği gibi yaşadıkları sonucuna ulaşılmış olmasına rağmen faiz konusundaki duyarlılıklarının nispeten daha az olduğu anlaşılmıştır.
Pilatin (2022)	Katılım bankacılığının kullanılmasında hangi faktörlerin etkili olduğunun araştırılması.	Frekans Analizi, Faktör Analizi, Tek Yönlü Varyans Analizi, Tukey Testi ve Games-Howell Testi	Yapılan analizler sonucunda kişilerin katılım bankacılığını kullanmasında en etkili olan faktör “Faizsiz bankacılık hizmetleri” dir. Doğu Anadolu Bölgesi'nde ikamet eden kişilerin ise bu bankaları ülkenin diğer bölgelerine göre daha çok tercih ettikleri anlaşılmıştır.

Tablo 1’de kişi veya kurumların hem katılım bankacılığına ilişkin bilgi, algı ve tutum düzeyinin ölçüldüğu hem de katılım bankacılığını tercih etmelerinde rol oynayan faktörlerin incelendiği farklı çalışmalara yer verilmiştir. Tabloda yer alan çalışmalar ışığında kişi ve kurumların katılım bankalarını tercih etmesinde rol oynayan en önemli faktörün bu bankaların İşlami kurallara göre hareket etmesi yani “faizsizlik prensibi” ni benimsemiş olmasıdır. Elde edilen bir başka önemli sonuç ise kişilerin büyük bir kısmının katılım bankacılığına ilişkin bilgi düzeylerinin yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Literatürde incelenen çalışmalardan hareketle kişi ve kurumlar katılım bankalarına ait reklam ve tanıtımların yeterince yapılmadığını düşünmektedir.

3. Araştırmanın Yöntem ve Bulguları

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı algısının ölçülmesi amacıyla yapılmış olup, pilot çalışma niteliği taşımaktadır. Literatüre de farklı bir bakış açısı getirmeyi hedefleyen bu pilot çalışmada veriler yüz yüz anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formunun

hazırlanmasında ise Szczepanowicz'in (2011) yapmış olduğu bir çalışmadan yararlanılmıştır.

Yapılan bu pilot çalışmada verilerin elde edilmesinde kullanılan anket formu Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi'ne bağlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören 124 üniversite öğrencisine uygulanmıştır. Ancak toplanan anketlerin 30 tanesinin eksik/hatalı olması sebebiyle araştırmaya dahil edilmemiştir. Araştırmada kullanılan anketin son bölümünde üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığına ilişkin çeşitli görüşlerini içeren 6 adet ifade yer almaktadır. Bu ifadelere ilişkin Cronbach's Alpha değeri 0,748 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan bu değer akademik olarak yeterli görüldüğü için yapılan analizlerde ölçeğe ait herhangi bir ifadenin çıkartılmasına gerek duyulmamıştır.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin anket sorularına vermiş olduğu cevaplara ilişkin frekans tabloları aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyet ve Yaş Değişkenlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	34	36,2
	Kadın	60	63,8
	Toplam	94	100
Yaş	18	13	13,8
	19	17	18,1
	20	21	22,3
	21	24	25,5
	22	9	9,6
	23	5	5,3
	24	2	2,1
	25	1	1,1
	26	1	1,1
	39	1	1,1
	Toplam	94	100

Katılımcıların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında zaman %63,8'inin kadın, %36,2'sinin ise erkek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan katılımcıların yaş değişkenine ait frekans değerleri incelendiğinde Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi'ne bağlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilerin yaklaşık %80'inin 22 yaşından küçük olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Katılımcıların Aylık Ortalama Gelirine İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Aylık Ortalama Geliriniz	1000 TL ve Altı	12	12,8
	1001 TL – 1500 TL	27	28,7
	1501 TL – 2000 TL	20	21,3
	2001 TL ve Üstü	35	37,2
	Toplam	94	100

Tablo 3'e göre aylık ortalama gelir düzeyleri incelenen katılımcıların %12,8'inin 1000 TL ve altı düzeyinde gelir elde ettiği gözlemlenmiştir. Bu katılımcıların %28,7'sinin gelir düzeyi 1001 TL ile 1500 TL arasında iken 1501 TL ile 2000 TL arasında bir gelire sahip olan katılımcıların oranı %21,3'tür. Katılımcıların %37,2'nin ise 2001 TL ve üstü bir geliri olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Gelir Elde Etme Yöntemlerine İlişkin Frekans Değerleri

Gelir Elde Etme Yönteminiz	Aile	59	62,8
	Yarı Zamanlı Çalışarak	5	5,3
	Tam Zamanlı Çalışarak	1	1,1
	Burs-Kredi	10	10,6
	Diğer	5	5,3
	Aile-Yarı Zamanlı Çalışarak	2	2,1
	Aile-Burs/Kredi	8	8,5
	Aile-Diğer	1	1,1
	Tam Zamanlı Çalışarak-Diğer	1	1,1
	Aile-Yarı Zamanlı Çalışarak-Burs/Kredi	2	2,1
	Toplam	94	100

Tablo 4 katılımcıların elde ettikleri geliri hangi yollarla sağladıklarını göstermektedir. Buradan hareketle katılımcıların %62,8'inin gelir kaynağı sadece kendi aileleridir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların çoğu ailelerinden elde ettikleri geliri kullanmakta, başka bir gelir kaynağına sahip değildir. Katılımcıların %10,6'sının ise elde ettiği geliri burs/kredi yoluyla sağladığı gözlemlenmiştir.

Yarı zamanlı çalışarak gelir elde eden katılımcıların oranı %5,3 iken hem ailesinden hem de burs/kredi yoluyla gelir elde eden katılımcıların oranı ise %8,5'tir. Çalışmaya katılan üniversite öğrencilerinin %5,3'ü gelirlerini diğer yollarla sağlamaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların İkamet Ettiği Bölgeye İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Ailenizin İkamet Ettiği Bölge	Marmara	65	69,1
	Ege	9	9,6
	Akdeniz	5	5,3
	İç Anadolu	10	10,6
	Karadeniz	3	3,2
	Doğu Anadolu	2	2,1
	Toplam	94	100

Tablo 5'e göre katılımcıların %69,1'i Marmara bölgesinde yaşamaktadır. Katılımcıların Marmara bölgesinden sonra en çok yaşadığı bölge ise İç Anadolu bölgesidir. Bu bölgede yaşayan katılımcıların oranı %10,6'dır. Ege bölgesinde yaşayan katılımcıların oranı %9,6 iken Akdeniz bölgesinde yaşayan katılımcıların oranı %5,3, Karadeniz bölgesinde yaşayanların oranı ise %3,2'dir. Katılımcıların %2,1'i Doğu Anadolu bölgesinde yaşarken Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayan hiçbir katılımcı yoktur.

Tablo 6: Katılımcıların Okudukları Lise Türüne İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Hangi Liseden Mezun Oldunuz?	Anadolu Lisesi	57	60,6
	Meslek ve Teknik Lise	28	29,8
	Sosyal Bilimler Lisesi	1	1,1
	İmam-Hatip Lisesi	2	2,1
	Diğer	6	6,4
	Toplam	94	100

Tablo 6'dan elde edilen bulgulara göre üniversite öğrencilerinin %60,6'sı Anadolu lisesinden mezun olmuştur. Meslek ve Teknik Liselerinden mezun olan üniversite öğrencilerinin oranı %29,8 iken katılımcıların %9,6'sı ise farklı lise türlerinden mezundur.

Tablo 7: Katılımcıların Bir Katılım Bankasıyla Çalışmak İster Misiniz Sorusuna Verdikleri Cevaba İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Bir Katılım Bankasıyla Çalışmak İster Misiniz?	Kesinlikle Katılmıyorum	4	4,3
	Katılmıyorum	5	5,3
	Kararsızım	36	38,3
	Katılıyorum	41	43,6
	Kesinlikle Katılıyorum	8	8,5
	Toplam	94	100

Yukarıda verilen demografik ve frekans bilgilerinden sonra katılımcıların katılım bankacılığı ile ilgili sorulara verdiği cevaplar yer almaktadır. Tablo 7'ye göre katılım bankasında çalışmak ister misiniz sorusuna katılımcıların %38,3'ü kararsızım ifadesini kullanırken, %43,6'sı katılıyorum ifadesini kullanmıştır. Kararsızım ile katılmıyorum ifadesini kullananların toplamının katılıyorum ifadesini kullananlarla eşit sayıda olması oldukça dikkat çekici bir sonuçtur.

Tablo 8: Katılımcıların Ürün Tanıtımına Ait Sorulan Soruya Verdikleri Cevaba İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığı Ürünlerinin Yeterince Tanıtımının Yapıldığını Düşünüyor Musunuz?	Kesinlikle Katılmıyorum	7	7,4
	Katılmıyorum	31	33,0
	Kararsızım	39	41,5
	Katılıyorum	15	16,0
	Kesinlikle Katılıyorum	2	2,1
	Toplam	94	100

Bir diğer dikkate çeken sonuç ise katılım bankalarına ait ürünlerin tanımıyla ilgili sorulan soruya aittir. Katılımcıların bu soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde kesinlikle katılmıyorum ile katılıyorum ifadelerinin toplamının %40,4 olduğu görülmektedir. Kararsızların ise benzerlik göstererek %41,5 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ankete katılanların sadece %18,1'i yapılan ürün tanıtımlarının yeterince olduğunu belirtmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların Katılım Bankacılığı Hakkındaki Bilgi Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Sorulan Soruya Verdikleri Cevaba İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığı İle İlgili Bilgi Düzeyinizi Nasıl Değerlendirirsiniz?	Çok Şey Bilmiyorum	32	34,0
	Birkaç Şey Duydum Ama Ne olduğunu Bilmiyorum	14	14,9
	Birkaç Şey Duydum Ama Çok Azını Anladım	12	12,8
	Birkaç Şey Biliyorum	29	30,9
	Çok Şey Biliyorum	7	7,4
	Toplam	94	100

Katılım bankalarının sunmuş olduğu ürünlerin tanıtımına ait katılımcıların ağırlıklı kullandıkları ifadeleri destekler nitelikte bilgi düzeylerini ölçen soruya da benzer cevaplar verdikleri görülmektedir. Ankete katılan katılımcıların katılım bankaları ile ilgili bilgi düzeyleri sorulduğunda katılımcıların %48,9'unun bilmiyorum ifadesini kullandığını, %12,8'inin ise çok az şey bildiğini gösteren ifadeyi kullandığı görülmektedir. Bilmiyorum ifadesini kullananların ile birkaç şey duydum ama çok azını anladım ifadesini kullananların toplamının %61,7 olması da ayrıca dikkat çeken bir sonuç olarak yorumlanabilir. Bu soruya katılımcıların sadece %7,4'lük kısmı çok şey biliyorum ifadesini kullanmıştır.

Tablo 10: Katılımcıların Katılım Bankacılığını Ne Düzeyde Ulaşılabilir Buluyorsunuz Sorusuna Verdikleri Cevaba İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığını Ne Düzeyde Ulaşılabilir Buluyorsunuz?	Ulaşılabilir Değil	6	6,4
	Çok Az Ulaşılabilir	19	20,2
	Kararsızım	20	21,3
	Ulaşılabilir	41	43,6
	Yeterince Ulaşılabilir	8	8,5
	Toplam	94	100

Katılım bankacılığı ile ilgili katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise ulaşılabilirliğin ölçülmesi adına gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %26,6'sı katılım bankalarının ulaşılabilir olmadığını veya çok az ulaşılabilir olduğunu

belirtmişlerdir. Bu konuda kararsız olan kesimin %21,3'lük bir dilime sahip olması araştırma için oldukça dikkat çekici bir sonuçtur. Diğer taraftan katılımcıların %52,1'i katılım bankalarının ulaşılabilir olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 11: Katılımcıların Katılım Bankacılığındaki Katılımcılık Esasına Yönelik Sorulan Soruya Verdikleri Cevaba İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığındaki Katılımcılık Esasının Geleneksel Bankalara Kıyasla Daha Faydalı Olduğuna İnanıyor Musunuz?	Kesinlikle İnanmıyorum	2	2,1
	İnanmıyorum	16	17,0
	Kararsızım	46	48,9
	İnanıyorum	26	27,7
	Kesinlikle İnanmıyorum	4	4,3
	Toplam	94	100

Katılımcıların katılımcılık esasını geleneksel bankalara göre karşılaştırılmasını amaçlayan soruya vermiş oldukları cevaplar çalışma için oldukça dikkat çekicidir. Katılımcıların %19,1'i katılım bankacılığındaki katılımcılık esasının geleneksel bankalara göre daha faydalı olmadığına inanmaktadır. Bu soruya ilişkin kararsız kesimin oranının %48,9 olması da gözden kaçırılmaması gereken önemli bir noktadır. Katılımcılık esasının geleneksel bankalara kıyasla daha faydalı olacağına inanan katılımcıların oranı ise %32'dir.

Tablo 12: Katılımcıların Katılım Bankacılığının Size Farklı Yatırım Araçları Sunduğunu Düşünüyor Musunuz Sorusuna Verdikleri Cevaba İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığının Size Farklı Yatırım Araçları Sunduğunu Düşünüyor Musunuz?	Kesinlikle Katılmıyorum	4	4,3
	Katılmıyorum	13	13,8
	Kararsızım	45	47,9
	Katılıyorum	29	30,9
	Kesinlikle Katılıyorum	3	3,2
	Toplam	94	100

Katılımcılara katılım bankalarının size farklı yatırım araçları sunduğunu düşünüyor musunuz sorusu yöneltildiği zaman bu katılımcıların %18,1'lik kısmı bankaların farklı yatırım araçları sunmadığını belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin %47,9'luk kısmı ise bu konuda kararsız kalmıştır. Kararsız kalan kesimin oldukça yüksek bir paya sahip olması araştırma için oldukça dikkat çekicidir. Katılım bankalarının farklı yatırım araçları sunduğunu düşünenlerin oranı ise %34,1'dir.

Tablo 13: Katılımcıların Katılım Bankalarının Fon Yönetimine İlişkin Sorulan Soruya Verdikleri Cevaba Ait Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Sizce İslami Bir Banka Fonlarınızı Ne Kadar İyi Yönetebilir?	İyi Yönetemez	15	16,0
	Biraz Yönetebilir	25	26,6
	Kararsızım	17	18,1
	İyi Yönetir	32	34,0
	Çok İyi Yönetir	5	5,3
	Toplam	94	100

Katılımcıların katılım bankalarının fon yönetimine ilişkin algısının ölçülmesi amacıyla bir soru sorulmuş ve bu soruya cevap verenlerin %42,6'sı katılım bankalarının toplamış olduğu fonları iyi yönetemeyeceğini düşünmüştür. Ankete katılan katılımcıların %18,1'i bu bankaların fon yönetiminin iyi olup olmaması konusunda kararsız kalmıştır. Katılım bankalarının iyi derecede fon yönetimi gerçekleştireceğini düşünen kesimin oranı ise %39,3 olmuştur.

Tablo 14: Katılımcıların Katılım Bankacılığının Faydalı Olacağına İlişkin Görüşlerine Ait Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığının Faydalı Olacağından Ne Kadar Eminsiniz?	Kesinlikle Emin Değilim	5	5,3
	Kısmen Emin Değilim	20	21,3
	Kararsızım	27	28,7
	Kısmen Eminim	35	37,2
	Çok Eminim	7	7,4
	Toplam	94	100

Katılım bankacılığı ile ilgili katılımcılara yöneltilen bir diğer soru ise bu bankaların faydalı olup olmayacağıyla ilgilidir. Katılımcıların %26,6'lık kısmı katılım bankacılığının faydalı olacağı konusunda emin değilken ankete katılan

%28,7'lik kesim ise katılım bankacılığının faydalı olacağı konusunda kararsız kalmıştır. Buna rağmen katılımcıların %44,6'sı ise katılım bankacılığının faydalı olacağı konusunda emin olduklarını dile getirmişlerdir.

Tablo 15: Katılımcıların Katılım Bankaları ile Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tercihle Bulunma Konusundaki Görüşlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankaları İle Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tercih Yapmak Durumunda Olmanız Katılım Bankasını Tercih Eder Misiniz?	Kesinlikle Tercih Etmem	12	12,8
	Tercih Etmem	19	20,2
	Kararsızım	36	38,3
	Tercih Ederim	22	23,4
	Kesinlikle Tercih Ederim	5	5,3
	Toplam	94	100

Çalışmada katılımcılara katılım bankaları ile geleneksel bankalar arasında tercih yapma eğilimlerini ölçmeye yönelik bir soru sorulmuştur. Bu soruya ilişkin olarak katılımcıların %33'ü katılım bankacılığını tercih etmeyeceklerini bildirmişlerdir. Katılımcıların %38,3'ü ise iki bankacılık türünden birini tercih etme konusunda kararsız kalmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre katılımcıların sadece %28,7'lik kısmı katılım bankacılığını tercih edeceğini belirtmiştir.

Tablo 16: Katılımcıların Katılım Bankalarına Ait Reklam Veya İlanlarla Karşılaşma Sıklığına İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığı İle İlgili Reklam Veya İlanlarla Karşılaşma Sıklığınız Nedir?	Hiç	33	35,1
	Ayda Bir Kez	38	40,4
	Haftada Bir Kez	18	19,1
	Haftada 5 Kez	4	4,3
	Günde 5 Kez	1	1,1
	Toplam	94	100

Katılımcıların katılım bankacılığının ürün ve hizmetlerine ilişkin ne sıklıkla bilgilendirildiklerini ölçmeyi amaçlayan bir soru sorulmuştur. Anketten elde edilen verilere göre katılımcıların %35,1'i bu bankalarla ilgili reklam veya ilanlarla hiç karşılaşmadıklarını dile getirirken %40,4'ü ise bu reklam veya ilanları ayda bir kez görebildiklerini dile getirmiştir. Katılım bankacılığı ile ilgili reklam veya ilanlarla haftada bir kez karşılaştığını ifade eden katılımcıların oranı

ise %19,1'dir. Haftada 5 kez katılım bankacılığına ilişkin reklam veya ilanlara rastladığını belirtenlerin oranı %4,3 iken katılımcıların yalnızca %1,1'i bu reklam veya ilanlara günde 5 kez rastladıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 17: Katılımcıların Katılım Bankalarına Yatırım Yapma Konusunda Dini Bir Zorunluluk Hissetmelerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankalarında Yatırım Yapmak İçin Dini Bir Zorunluluk Hissediyor Musunuz?	Aşırı Zorunluluk Hissediyorum	3	3,2
	Zorunluluk Hissediyorum	6	6,4
	Kısmen Zorunluluk Hissediyorum	14	14,9
	Çok Az Zorunluluk Hissediyorum	12	12,8
	Hiç Zorunluluk Hissetmiyorum	59	62,8
	Toplam	94	100

Katılım bankalarında yatırım yapma konusunda dinin etkisini ölçebilmek için üniversite öğrencilerine bir soru sorulmuştur. Üniversite öğrencilerinin yatırım yapma konusunda dini zorunluluk hissedenlerin oranı %9,6'dır. Katılım bankalarına yatırım yapma konusunda kısmen zorunluluk hissedenlerin oranı %14,9 iken bu bankalara yatırım yapma konusunda çok az zorunluluk hisseden üniversite öğrencilerinin oranı %12,8'dir. Katılımcıların katılım bankalarına yatırım yapma konusunda hiçbir zorunluluk hissetmeyenlerin oranının %62,8 olması araştırma için oldukça dikkat çekici bir sonuçtur. Diğer bir ifadeyle katılımcıların büyük bir çoğunluğu katılım bankalarına yatırım yapmak için hiçbir dini zorunluluk hissetmemektedir.

Tablo 18: Katılımcıların Katılım Bankaları ile Geleneksel Bankaların Benzer Yatırım Fırsatları Sunma Konusundaki Görüşlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığının Geleneksel Bankacılıkla Benzer Yatırım Fırsatları Sunduğunu Düşünüyor Musunuz?	Kesinlikle Katılmıyorum	5	5,3
	Katılmıyorum	18	19,1
	Kararsızım	40	42,6
	Katılıyorum	27	28,7
	Kesinlikle Katılıyorum	4	4,3
	Toplam	94	100

Çalışmadan elde edilen bir diğer dikkat çekici bulgu ise katılım bankacılığı ile geleneksel bankacılığın yatırım fırsatları sunma konusunda benzerliğinin ölçüldüğü soruya aittir. Katılımcıların %24,4'ü katılım bankalarının geleneksel bankalara benzer yatırım fırsatı sunmadığı konusunda görüş bildirmiştir. Katılım bankacılığının geleneksel bankalara göre benzer yatırım fırsatı sunma konusunda kararsız olan kesimin oranı ise %42,6 olmuştur. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %33'ü katılım bankaları ile geleneksel bankaların benzer yatırım fırsatları sunduğunu düşünmüştür.

Tablo 19: Katılımcıların Katılım Bankacılığına Ait Görüşlerine İlişkin Frekans Değerleri

Değişken Türü	Değişken Özelliği	Frekans	Yüzde
Katılım Bankacılığını Finansal Amaçlarım Doğrultusunda Düşünürüm.	Kesinlikle Katılmıyorum	6	6,4
	Katılmıyorum	13	13,8
	Kararsızım	32	34,0
	Katılıyorum	28	29,8
	Kesinlikle Katılıyorum	15	16,0
	Toplam	94	100
Katılım Bankacılığı Geleneksel Bankacılığın İyi Bir Alternatifidir.	Kesinlikle Katılmıyorum	9	9,6
	Katılmıyorum	12	12,8
	Kararsızım	35	37,2
	Katılıyorum	29	30,9
	Kesinlikle Katılıyorum	9	9,6
	Toplam	94	100
Bankacılık Sisteminin Faize Dayalı Olmasından Dolayı Katılım Bankacılığının Geçerli Olmadığını Düşünüyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	17	18,1
	Katılmıyorum	20	21,3
	Kararsızım	34	36,2
	Katılıyorum	14	14,9
	Kesinlikle Katılıyorum	9	9,6
	Toplam	94	100
Katılım Bankacılığı Kredi Konusunda Geleneksel Bankalara Kıyasla Daha İyi Fırsatlar Sunduğunu Düşünüyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	12	12,8
	Katılmıyorum	11	11,7
	Kararsızım	40	42,6
	Katılıyorum	25	26,6
	Kesinlikle Katılıyorum	6	6,4
	Toplam	94	100
İslami Kurallara Uygun Oldukları İçin Sıklıkla Katılım Bankacılığını Kullanırım.	Kesinlikle Katılmıyorum	21	22,3
	Katılmıyorum	27	28,7
	Kararsızım	25	26,6
	Katılıyorum	17	18,1
	Kesinlikle Katılıyorum	4	4,3
	Toplam	94	100
Katılım Bankacılığının	Kesinlikle Katılmıyorum	16	17,0

Çok Geniş Yatırım Yelpazesi Sunduğunu Düşünüyorum.	Katılmıyorum	16	17,0
	Kararsızım	47	50,0
	Katılıyorum	9	9,6
	Kesinlikle Katılıyorum	6	6,4
	Toplam	94	100

Tablo 19'a göre üniversite öğrencilerinden katılım bankacılığını finansal amaçları doğrultusunda düşünenlerin oranı %45,8 iken bu bankaları finansal amaçları doğrultusunda düşünmeyenlerin oranı ise %20,2'dir. Bu konuda kararsızların oranının da %34 olduğu görülmektedir. Katılım bankacılığını, geleneksel bankacılığın iyi bir alternatifi olduğunu düşünenlerin oranı %40,5'tir. Katılımcıların %22,4'ü katılım bankacılığını, geleneksel bankacılığın iyi bir alternatifi olarak görmez iken %37,2'lik kesim ise bu konuda kararsız kalmıştır. Katılımcıların %33'ü katılım bankacılığının kredi konusunda geleneksel bankalardan daha iyi fırsatlar sunduğunu düşünürken bu bankaların kredi konusunda daha iyi fırsatlar sunmadığını düşünenlerin oranı ise % 24,5'tir. Katılımcıların %42,6'sı ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir.

4.Sonuç

Temel işlemlerinde "Faizsizlik Prensibi" ne göre hareket eden katılım bankaları belirli bir kesimin ihtiyaçlarını karşılayacak türden bir bankacılık uygulaması olmayıp aynı zamanda farklı kesimlerin ihtiyaçlarını da karşılayabilecek bir niteliğe sahiptir. Katılım bankalarının en önemli fonksiyonu, geleneksel bankacılık uygulamalarını tercih etmeyen kişilerin bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmelerine olanak sağlamaktır.

Ayrıca söz konusu bankalar aynı zamanda atıl olarak bekletilen fonların ekonomiye kazandırılmasında büyük bir rol üstlenmektedir. Geleneksel bankacılık uygulamalarından çok daha farklı ürün ve hizmet türü bulunan katılım bankaları geçmişten bugüne hızlı bir büyüme göstermiştir. Katılım bankalarının fon toplama ve kullandırma yöntemleri ise ortaklık veya ticaret esasına dayanır. Diğer bir ifadeyle bu bankalar geleneksel bankaların yapmış olduğu gibi fon toplama ve kullandırma işlemlerine faiz unsurunu dahil etmez. Katılım bankaları kişilerden elde ettikleri fonları ticarete veya sanayide kullanarak bir kar elde eder ve bu karı kişilerle paylaşır. Katılım bankaları fon ihtiyacı olan kişilerin fon ihtiyaçlarını ise nakdi kredi vererek değil gayrinakdi kredi vererek karşılar.

Çalışmada katılımcı olarak yer alan üniversite öğrencilerinin %52,1'inin katılım bankalarıyla çalışma konusunda oldukça hevesli olduğu gözlemlenmiştir. Buna rağmen katılımcıların %38,3'ünün bu bankalarla çalışma konusunda

kararsız kalmış olması oldukça dikkat çekici bir sonuçtur. Çalışmadan elde edilen bir başka önemli sonuç da katılımcıların İslami bankacılık ürünlerinin tanıtımı konusundaki düşünceleriyle ilgilidir. Katılımcıların %40,4'ü katılım bankacılığı ürünlerinin tanıtımının yeterince yapılmadığını düşünürken bu katılımcıların %18,1'i ise katılım bankacılığı ürünlerinin tanıtımının yeterince yapıldığını düşünmektedir. Katılımcıların %41,5'i ise bu konuda kararsız kalmıştır. Katılım bankaları konusunda bilgi düzeyinin ölçülmesi amacıyla bir soru sorulduğunda %48,9'u katılım bankacılığı hakkında bilmedikleri şeylerin olduğunu dile getirmişlerdir. Bu katılımcıların %12,8'i ise katılım bankacılığı konusunda çok az bir bilgiye sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılardan katılım bankacılığı hakkında çok şey bilenlerin oranı ise %7,4 olmuştur.

Katılımcıların anket sorularına vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde kararsız olan kesimin oldukça yüksek bir paya sahip olduğu söylenebilir. Kararsız olan bu kesimin katılım bankalarına olan algılarının olumlu yönde değiştirilmesi ise sektörün önde gelen kişi ve kurumlarına bağlıdır. Bu noktadan hareketle önemli bir potansiyeli olan genç nüfusa ulaşmayı sağlayacak, onların isteklerini daha verimli bir şekilde yerine getirecek birtakım uygulamaların yapılması sektörün gelişimi açısından büyük önem arz ettiği vurgulanabilir.

5. Teşekkür

Makalenin hazırlanmasında yardım ve desteklerini esirgemeyen sayın Dr. Öğr. Üyesi İbrahim Orkun Oral'a ve pilot çalışmayı gerçekleştirdiğim Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi öğrencilerine teşekkürlerimi sunarım.

Bu makale, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü öğrencisi Volkan Özenli'ye ait yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

KAYNAKÇA

- Abduh, M., & Omar, M. A. (2012). Islamic-Bank Selection Criteria In Malaysia: An AHP Approach. *Business Intelligence Journal* (19182325), 5(2), 271-281.
- Anaç, T. ve Kaya, F. (2017). Bireysel Müşterilerin Katılım Bankacılığını Tercih Etmesini Etkileyen Faktörler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 145-182. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/bartiniibf/issue/30498/329739>
- Bağış, B. ve Yılmaz, M. (2020). Türkiye’de İslami Finansın Gelişimi ve Hukuki Yapısı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(5), 3148-3173. DOI: 10.15869/itobiad.730814
- Balkanlı, C. ve Yardımcıoğlu, F. (2020). Katılım Bankası Çalışanlarının İslami Finans Hassasiyeti Üzerine Bir Araştırma. *Düzce İktisat Dergisi*, 1(1), 24-56.
- Büyükakın, F. ve Önyılmaz, O. (2012). Faizsiz Finansman Bonusu Sukuk ve Türkiye Uygulamaları. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(7), 1-16. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/marufacd/issue/503/4571>
- Çobankaya, F. T. (2014). Katılım Bankalarının Türkiye’deki Farkındalık Düzeyinin Tespiti: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Dayı, F. (2019). Katılım Bankacılığının Tercih Nedenlerinin Sadakat ve Güven Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 54(4), 1788-1806. DOI: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.19.12.1213
- Doğan, M. (2006). Siyasal Açından 1980 Sonrası İslami Sermaye Birikim Modelinin Analizi: Türkiye’de İslam Bankacılığı (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eskici, M. M. (2007). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri (Yüksek Lisans Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Gönen, İ. ve Gökçen, G. (2017). Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 61-77. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/pub/fesa/issue/30826/322647>
- Görmüş, Ş. ve Yabancı, A. (2019). Katılım Bankacılığı Ekosisteminin Gelişimi. Ş. Görmüş, A. Albayrak ve A. Yabancı (Ed.), *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı içinde* (s. 100-135). İstanbul: TKBB Yayınları.
- Güney, A. (2015). *Banka İşlemleri*. Beta Yayıncılık.
- Gürbüz, A., Bekereci, N. E. ve Ayriçay, Y. (2020). Kurumsal Banka Müşterilerin Katılım Bankalarına Yönelik Algıları Üzerine Bir Alan Araştırması.

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dergisi, 10(1), 59-81. Erişim adresi:
<http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/pub/issue/55534/678666>

Hazıroğlu, T. (2016). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Fikrinin Doğuşu ve Kavramsal Önemi. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, 2(1), 119-132. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jief/issue/24515/259788>

Kalaycı, İ. (2013). Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 51-74. DOI: 10.11122/ijmeb.2013.9.19.397

Kılıç, E. ve Türkan, Y. (2021). Katılım Bankaları İsminin “İslami Bankalar” Olarak Değiştirilmesinin Toplumsal Algı Üzerine Etkisi, TRB1 Bölgesi Üzerine Bir Uygulama Çalışması. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(2), 153-168. DOI: 10.38057/bifd.957479

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.

Özdemir, M. (2019). Katılım Bankaları ve İslami Mikrofinans: Türkiye’deki Mevcut Durum ve Öneriler. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 13(2), 121-160. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bddkdergisi/issue/57334/812482>

Özen, E., Şenyıldız, L., ve Akarbulut, K. (2016). Faizsiz Bankacılık Algısı: Uşak İli Örneği. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies*, 2(4), 1-19.

Özgür, E. (2007). Katılım Bankalarının Finansal Etkinliği ve Mevduat Bankaları ile Rekabet Edebilirliği (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Özkan, H. (2012). Katılım Bankacılığının Klasik Bankalarla Karşılaştırılması ve Muhasebe Uygulamaları (Yüksek Lisans Tezi). Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

Öztürk, S. ve Saygın, S. (2017). 1973 Petrol Krizinin Ekonomiye Etkileri ve Stagflasyon Olgusu. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 1-12. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bsbd/issue/30965/321847>

Özulucan, A. ve Deran, A. (2009). Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması/The Comparison of Participation Banking and Traditional Banking on the Perspective of Banking Services and Accounting Applications. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 85-108. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mkusbed/issue/19558/208485>

- Pilatin, A. (2022). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Tercihi: Bölgesel Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(3), 1042-1060. DOI: 10.33206/mjss.998155
- Sakinç, S. ve Poyraz, F. (2018). Katılım Bankalarına Yönelik Yatırımcı Algısı: Çorum İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 433-454. DOI: 10.17218/hititsosbil.399506
- Sümer, G. ve 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. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaziuiibfd/issue/28305/300790>
- Szczepanowicz, A. (2011). *Unconventional Banking In A Conventional Environment: Islamic Banking and Finance In The USA* (Doctoral dissertation, Georgetown University, Washington, D.C.).
- Şireci, Y. ve Kayadibi, S. (2023). Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Uygulamaları: Karşılaştırmalı Performans Analizi. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 4(1), 18-42. DOI: 10.57085/ufebud.1289761
- Takan, M., ve Boyacığlu, M. A. (2015). *Bankacılık: Teori, Uygulama ve Yöntem*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Toraman, C., Ata, H. A. ve Buğan, M. F. (2015). A Study on Customer Perception towards the Islamic Banking Operations. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4), 761-779. DOI: 10.21547/jss.256749
- Yavuz, S. ve Törenek, M. (2019). Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *Verimlilik Dergisi*, (1), 199-218. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/verimlilik/issue/43192/342396>
- Yılmaz, S. & Kalkan, D. K. (2017). Enerji Güvenliği Kavramı: 1973 Petrol Krizi Işığında Bir Tartışma. *Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 169-199. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/uksad/issue/33359/371272>