

DİJİTAL BANKACILIK ETKİLEŞİMİYLE TÜRKİYE KATILIM BANKACILIĞI: 2020 – 2023 DÖNEMİ ANALİZ VE DEĐERLENDİRME¹

TURKISH PARTICIPATION BANKING WITH THE IMPACT OF DIGITAL BANKING: 2020 - 2023 PERIOD ANALYSIS AND EVALUATION

Cantürk KAYAHAN  * Kübra GÜLAL  **

*Araştırma Makalesi/ Geliş Tarihi 21.02.2024
Kabul Tarihi 30.06.2024*

Öz

Katılım bankacılığı İslami prensipler doğrultusunda çalışan bankacılık türlerinden birisidir. Günümüzde bankacılık sektörü teknoloji yoğun sektörlerin başında gelmektedir. Katılım bankacılığının sağlıklı ve sürdürülebilir şekilde gelişmesi ve dijital dönüşümünün sağlanması, dünya finans sektöründe olduğu gibi Türkiye’de de hız kazanmaktadır. Dijital bankacılıkta öne çıkan unsurlar ise; mobil bankacılık kullanımı, çağrı merkezi istatistikleri, toplam dijital müşteri sayısı, işlem hacmi ve katılım bankalarının işlem dağılımlarıdır. Bu çalışmada Türkiye Katılım Bankacılığı dijital analizinin ve değerlendirilmesinin yapılması amaçlanmıştır. Böylece katılım bankacılığında gelecek trendlerinin yakalanması, sürdürülebilirliğin sağlanması ve stratejik planlama analizleri çok daha verimli kurgulanabilecektir. Analizler 2020-2023 dönemini kapsamaktadır. Örneğin uzaktan müşteri edinim istatistiklerinde kazanılan müşteri sayısı 2021 yılının son ayında 23.618 iken; 2023 yılının 9. ayında 58.594 ile oransal olarak %148’lik bir artışa tekabül etmektedir. Sonuç olarak bu çalışma ile ilerleyen dönemlerde katılım bankacılığının daha da yaygınlaşabileceği ve konvansiyonel bankalarla rekabetin dijitalleşme alanında farklı bir boyut kazanması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Katılım bankası, Dijitalleşme, Faizsiz bankacılık

Jel sınıflaması:G32, M21, D10

Abstract

Participation banking is one of the banking types working in line with Islamic principles. Today, the banking sector is one of the most technology-intensive sectors. The healthy and sustainable development of participation banking and its digital transformation are gaining momentum in Turkey as in the global financial sector. The prominent factors in digital banking are mobile banking usage, call center statistics, total number of digital customers, transaction volume and transaction distribution of participation banks. In this study, it is aimed to make a digital analysis and evaluation of Turkish Participation Banking. Thus, capturing future trends in participation banking, ensuring sustainability and strategic planning analyzes can be designed much more efficiently. The analyzes cover the period 2020-2023. For example, while the number of customers acquired in remote customer acquisition statistics was 23,618 in the last month of 2021, it corresponds to a 148% increase with 58,594 in the 9th month of 2023. As a result, with this study, it is expected that participation banking will become more widespread in the future and competition with conventional banks will gain a different dimension in the field of digitalization.

Keywords: Participation Banking, Digitalization, Interest-Free Banking

JE Classification: G32, M21, D10

¹ **Bibliyografik Bilgi (APA):** FESA Dergisi, 2024; 9(2) , 125 - 134 / DOI: 10.29106/fesa.1439878

* Prof. Dr. Cantürk Kayahan, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. İngilizce İşletme Bölümü, ckayahan@aku.edu.tr, Afyon-Türkiye, ORCID: 0000-0003-4777-1470

** Doktora öğrencisi Kübra Gülal, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Katılım Bankacılığı Bölümü, kbrakazan@gmail.com, Afyon- Türkiye, ORCID: 0009-0009-0108-9813

Giriş

Günümüzde teknoloji hızlı bir gelişim ve değişim göstermektedir. Finans sektörü de bu gelişim ve değişimden en çok etkilenen alanların başında gelmektedir. Bankacılık sektörü, finans alanının en temel kurumlarından birisidir. Finansal hizmetler alanı içerisinde dünya genelinde konvansiyonel bankacılık sisteminin daha hâkim olduğu söylenebilir. Diğer yandan, İslami bankacılık alanında da son zamanlarda yükseliş gösterildiği gözlenmektedir (Erdoğan, Gedikli, Yıldırım, Yıldırım, Yılmaz, Hobikoğlu, E. ve Erdoğan., 2020, s. 1095-1127). 2005 yılından itibaren ülkemizde İslami bankacılık Katılım Bankacılığı ismi altında faaliyet göstermektedir.

Katılım bankaları, faizsizlik ilkesine göre faaliyet gösteren finansal kuruluşlardır. Bu bankaların tercih nedeni genel anlamda faizsiz çalışma prensibidir. İslam dininde ticaret ve bu ticarettten elde edilen kâr helal; faiz içeren, spekülâtif ve yüksek risk barındıran işlemler ise katılım bankacılığı prensiplerine uygun görülmemektedir. Bu noktada alkollü içecek, şans oyunları, silah ve tütün ürünleri gibi toplum için zararlı bulunan konularda katılım bankacılığı işlemi yapılmaz (Türkiye Finans, 2023).

Günümüz dünyası her geçen gün daha çok teknoloji ile yoğun hale gelmekte ve dijitalleşmektedir. Bugün birçok bankacılık işlemi evde telefonla, tabletle ve diğer teknolojik aletlerle yapılabilmektedir. Ancak bankacılık sektöründeki rekabet, bankaları müşteriye ulaşma noktasında konusunda daha farklı rekabetlere iletmektedir. Müşteri memnuniyeti ve sadakatini artırabilmek için ihtiyaçlara uygun uygulamaları geliştirmek zorundadır. Bunun yanında sürekli gelişen, yeni teknoloji trendlerine göre dijital uygulamaların güncellenmesi de zorunluluk arz etmektedir. Aslında dijitalleşme, bankaların müşterilerine daha iyi hizmet vermelerinde ve etkileşim kurmalarında önemli bir gerekliliktir.

Dijitalleşmenin bankacılık sektörünü de etkileri yoğundur. Müşterilerini kaybetmeme ve daha fazla müşteri kazanmak için dijitalleşme sürecini başlatan bankalar, bu alanda birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içerisindedirler. Bu durum, rekabetçi piyasa ortamında bankaların hızlı değişimlere ayak uydurarak diğer finansal kuruluşlarla rekabet edebilme yeteneğine dayanmaktadır. Bankacılık sektörü de müşteri sadakatini sağlama, yeni müşteriler kazanma ve müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebilmek için dijitalleşme sürecini etkin bir şekilde yönetmek durumundadır. Günümüzde her ne kadar dijital dönüşüme yönelik eleştiriler olsa da bu dönüşüm bir tehdit olarak algılanmamalı, çağın gerektirdiği değişim ve gelişime uygun adımlarla dijital dönüşüm sektörü bazda geliştirilmelidir. Katılım bankacılığında da bu dijital dönüşüm sektörel bazda gerçekleştirilmelidir.

Bu çalışmanın amacı Katılım Bankacılığını dijital bankacılık etkileşimiyle 2020 ile 2023 yılları arasındaki Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nden alınan veriler doğrultusunda analiz edip değerlendirmektir. Böylece Türkiye'deki Katılım bankalarının dijitalleşme açısından 2020 - 2023 yılları arasında ne gibi bir gelişim ve değişim gösterdiğinin belirlenerek ilgi duyanlara, sektörel gelişime ve literatüre katkı sunulabilecektir. Bu kapsamda çalışmanın ilk bölümünde Katılım Bankacılığını genel bir bakış ile değerlendirip Katılım bankacılığının tanımı, işleyişi, varlık nedeni ve tarihsel sürecine ilişkin bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde Katılım bankalarının dijital dönüşüm süreci açıklanmıştır. Son bölümde ise Türkiye'deki Katılım bankalarının isimleri, banka şube sayıları, atm sayıları, uzaktan müşteri edinim istatistikleri, çağrı merkezi istatistikleri, aktif dijital bankacılık müşteri sayısı, aktif dijital müşteri sayısı, işlem hacmi, toplam işlem adedi ve son olarak da işlem dağılımına ilişkin 2020-2023 yılları arasındaki sayısal veriler tablolaştırılarak değerlendirilmiştir.

1.Katılım Bankacılığına Genel Bir Bakış

1.1 Katılım Bankacılığı

Katılım bankacılığı, İslami finans sistemi içerisinde yer alan ve faizsiz bankacılık yapan bir yapıyı ifade eder. İslami finans, her türlü finansal faaliyet ve işlemlerin İslami kurallar çerçevesinde uygulandığı sistemdir. İslam dinine göre faizin haram kabul edilmesi nedeniyle, İslami finans modern finans anlayışına alternatif olarak kabul edilmiştir (Serpam, 2013, s. Araştırma Notları 1).

“İslami Finans, Faizsiz Finans ya da Katılım Bankacılığı” gibi farklı isimlerle ifade edilen finansal sistem, İslami esaslara göre oluşmaktadır. Buna göre katılım bankacılığının temel prensibi, faizin olmadığı ancak kar-zarar ortaklığı esasına dayanmasıdır. Türk Bankacılık Sistemi, günümüz itibarıyla Mevduat Bankaları, Kalkınma ve Yatırım Bankaları ve Katılım Bankaları olmak üzere 3 temel ayak üzerine inşa edilmiş durumdadır (Tkbb, 2023). Katılım bankacıları; karşılığında faiz almak istemediği için, tasarruflarını bankalara yatırmayıp, altın, döviz ya da gayrimenkul şeklinde değerlendiren tasarruf sahiplerinin tasarruflarının üretim sürecine sokulması amacıyla kâr-zarar ortaklığı anlayışıyla faaliyet göstermektedirler (Takan, 2001). Bu sistem, tasarruf sahiplerinden sağlanan fonlarla bankaların faiz içermeyen çeşitli fon yöntemleriyle kar ve zarara ortak olacak şekilde kullanılmaktadır. Katılım bankaları, faizin İslam dinine göre haram olarak değerlendirilmesi nedeniyle, fonlarını klasik bankalara yatırmak istemeyen kişilerin ellerindeki fonları İslami prensipler çerçevesinde ekonomiye dâhil ederek, kalkınmayı sağlayacak yatırımlara dönüştürülmesini yerine getiren kuruluşlardır. Bu noktada katılım bankacılığı sistemi, dini inançları gereği bankacılık sisteminden kaçınan bireylerin paralarının ekonomiye kazandırılması ve

fon fazlası olanların da ihtiyaçlarının giderilmesi noktasında para piyasasına kazandırılmış önemli bir sistemdir (Kayahan, ; Görkaş, ; Önk., 2016, s. 70 - 90).

1.2 Katılım Bankalarının Varlık Nedeni

Konvansiyonel finans sistemi, işlemlerini faiz kullanarak gerçekleştirirken; İşlami finans sisteminde, faiz yasaklanarak bankalara yatırılan mevduatlar, kâr/zarar esasına göre ticaret ve yatırıma aktarılmaktadır (Sugözü, 2017, s. 185 - 210). Katılım bankalarının en büyük varlık nedeni faizsizlik prensibidir.

Faizsizlik prensibinin özü de;

1-Fon toplarken kâr ve zarara katılma esasına göre fon kabul etmek ve müşteriye “sabit bir getiri” taahhüt etmemek,

2-Fon kullanırken nakit kredi vermeyip, müşterinin ihtiyaç duyduğu malı satıcıdan peşin alıp, kendisine vadeli satmak veya iř sahibiyle proje bazında ortaklık oluşturmaktır (Albaraka, 2015).

1.3 Katılım Bankalarının Türkiye’deki Tarihsel Süreci

Katılım bankacılığının tarihsel süreci, Osmanlı dönemi para vakıfları dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Para vakfı, bir gayrimenkul malın taşınmaz (ev, arsa vb. mal) vakfedilmesi ile değil menkulün (para) vakfedilmesiyle oluşan vakıf türüdür. Vakıftan elde edilen gelirler, çeşitli sosyal hizmetler, eğitim ve sağlık kurumları gibi alanlarda kullanılırlar. Günümüz Katılım Bankacılığı prensiplerinin uygulandığı ilk kurumsal yapılar aslında para vakıflarıdır. İlk para vakfı İstanbul’un fethinden hemen sonra, 1456 yılında Fatih Sultan Mehmet tarafından 24.000 altın tutarı ile kurulmuştur. Bu vakıf, yeniçeri ocaklarına verilen etlerin temini için kasaplara finansman sağlamaktaydı (Türkiye Finans, 2023). Uygulamanın tam olarak ne zaman başladığı da çok net biçimde bilinmemekle birlikte, incelenen kaynaklarda II.Murat ve Fatih Sultan Mehmet’in saltanat yıllarında ağırlıklı olarak para vakıflarına rastlanılmaktadır. Ancak bu vakıfların 16. yüzyılın başlarında iyice yaygınlaştıkları (Özcan, 2003). tarafından belirtilmiştir. Osmanlı Devleti’nin son dönemlerine kadar önemini koruyan para vakıflarının; 18. yüzyıldaki vakıfların %31,7’sini, 19. yüzyıl vakıflarının ise %56,8’ini oluşturdukları belirlenmiştir (Ekinci, 2023).

Para vakıfları neredeyse Osmanlı Devleti’nin kuruluş döneminden itibaren görülen ve Cumhuriyet’in başlangıcında tasfiye edilen, büyük ölçüde bize has kurumlardır (Çonkar, 2018, s. 109-138). Para Vakıfları, Osmanlı döneminde kurulmuş o dönem için çok fazla eleştiriye maruz kalmıştır. Ancak zaman içinde para vakıflarının sermayesinin korunmasında oluşan sıkıntılar, getiriden daha çok anaparanın korunması problemini ve de vakıfların devamlılığı konusundaki sıkıntıları ortaya çıkarmış ve para vakıflarının mal vakfına dönüşümü konusunda uygulamalara rastlanmıştır (Kayahan & Görkaş, 2018, s. 91 - 107) Özetle, para vakıflarının tarihi gelişim süreçlerine bakıldığında özellikle Kanuni döneminde oldukça yaygınlaştıkları, Evkaf Nezareti’nin kuruluşuyla birlikte ise merkezi bir sisteme alındıkları belirtilebilir (Kayahan & Görkaş, 2018, s. 91 - 107). II. Meşrutiyet döneminde bu vakıflar “Evkaf Bankası” adı altında birleştirilmek istenmiş ancak I. Dünya savaşının patlak vermesiyle birlikte bu girişim gerçekleşememiş, Cumhuriyet dönemiyle birlikte şer’iyye ve Evkaf Vekâletine oradan da Evkaf Umum Müdürlüğü bünyesine alınmışlardır. Son olarak 1954 yılında kurulan Vakıflar Bankasının kuruluş sermayesinin önemli bir kısmının para vakıflarından sağlandığı belirtilebilir (Özcan, , 2008, s. 124 - 128).

Katılım Bankaları’nın geçmişi ‘Faizsiz Bankacılık’ ve ‘İşlâm Bankacılığı’ adı altında, Dünya’da 1960’lı yıllara kadar uzanırken Türkiye’de 1980’li yılların başlarında gündeme gelerek yakın tarihe kadar ‘Özel Finans Kurumu’ olarak adlandırılmıştır. ‘Özel Finans Kurumları’ 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nda yapılan değişiklikle 2006 yılı başından itibaren ‘Katılım Bankaları’ ismini almıştır (Tkbb, 2023).

2. Dijitalleşme

2.1 Bankacılıkta Dijitalleşme Nedir?

Her şeyin dijitalleştiği ve mobil uygulamalarla yaygınlaştığı dünyada, bankaların da dijitalleşme sürecini etkin bir biçimde kullanmaları gerekmektedir. Dijital bankacılık, geleneksel bankacılık modellerinin uygulandığı bir model olarak ifade edilebilir. Bu model müşterilere yapmak istedikleri bankacılık işlemlerini istedikleri yerde ve zamanda yapma imkânı verir. Böylece müşteriler uzun sıralar beklemeden daha hızlı ve güvenilir bir biçimde ya da daha az maliyetle tüm bankacılık işlemlerini yapabilirler. Bu hizmet e-bankacılık sisteminin temel gücünü oluşturur. Tüm bankacılık işlemlerini, bankaları fiziksel olarak ziyaret etmeden ve kuyruklarda zaman harcamadan gerçekleştirebilme imkânı e-bankacılık sisteminin temel gücünü oluşturmaktadır (Joshi, ; Parihar, , 2017, s. 133-141). Dijital bankacılık hizmetleri; bilgisayar, mobil uygulamalar, ATM’ler ve telefonla arama şeklinde dijital bankacılık uygulamalarını içermektedir. Dijital bankacılık hizmetleri kapsamında müşteriler, bilgisayar, mobil uygulamalar, ATM’ler ve telefonla arama şeklinde dijital bankacılık uygulamalarını kullanabilmektedir (Lzao, Cheung,, 2002, s. 283-295). Müşteriler, dijital bankacılık vasıtasıyla para transferlerini, fatura ödemelerini kolayca yapabilir ve hesaplarının kontrolünü ve yatırım işlemlerini yapabilirler.

E-Bankacılık hizmetleri ATM, İnternet bankacılığı, mobil bankacılık, elektronik takas hizmeti, Elektronik fon transferi ve daha fazlasını kolaylaştırır. Dijital bankacılık, bankaların banka dağıtım ağları üzerinden finansal tüketicilerin bankacılık işlemi yapmalarına imkân veren bir araçtır. Bakiye kontrolü, para transferi, fatura, vergi vb. ödemeleri, kredi kartı ve kredi başvurusunda bulunma, limit değişiklikleri, yatırım işlemleri vb. birçok işlemin bu uygulama üzerinden yapılmaktadır. Bu bankacılık yöntemi, finansal tüketicilere daha düşük maliyetle, istedikleri yer ve zamanda hızlı işlem yapma olanağı sağlamaktadır. Bankalar açısından, sürdürülebilir bir müşteri potansiyeli sağlaması bakımından dijital bankacılık oldukça etkin bir uygulamadır (Khan, 2019, s. s. 74). Bunun yanında dijitalleşmeyle birlikte, birçok bankacılık hizmetleri ve yeni uygulamaları, kullanıcılarına daha hızlı ve etkin bir biçimde ulaştırılabilecektir.

2.2 Literatür Taraması

Yücel ve Atlı, (2014) Katılım Bankalarında Elektronik Pazarlama Uygulamaları: Elazığ İli Örneği isimli makalelerinde, katılım bankalarında elektronik pazarlama uygulamalarının tespit edilmesine yönelik katılım bankaları müşterilerinin bakış açılarını değerlendirmişlerdir. Verilerini anket yöntemi ile toplamış olup araştırmanın evreni olarak Elazığ ilinde bulunan katılım bankaları müşterilerine odaklanmışlardır.

Yurttadur, (2021) Covid 19 Pandemisinin Katılım Bankalarının Karlılıklarına Etkileri isimli makalesinde pandeminin katılım bankalarının karlılıklarını etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Bu amaç doğrultusunda pandeminin başlangıcından sonraki dönemler için Türkiye’de bulunan katılım bankalarının kar-zarar tabloları incelenmiştir. Katılım bankalarının herhangi birisi üzerinde kar-zarar tablosu dikkate alındığında pandemi öncesi ve pandemi sürecinde aynı sonuçlarla karşılaşıldığına ve katılım bankalarının karlılıklarının dönemsel anlamda etkilenmediğini belirtmişlerdir. Özellikle dijitalleşmenin daha yoğunlaştığı pandemi sürecinin finansal sonuçlarının görülebilmesi açısından, bu çalışma dikkate alınmıştır.

Zouari ve Abdelhedi, (2021) çalışmalarında dijital çağda müşteri memnuniyeti ve İslami bankacılık örneğinden hareketle tespitler yapmışlardır. Faktör analiziyle hizmet kalitesinin güven, uyum, dijitalleşme, somut unsurlar ve insan becerileri olmak üzere beş boyutunu ortaya çıkarmışlar ve müşteri hizmet kalitesinin ana boyutları ile müşteri memnuniyeti arasında, somut unsurlar hariç, pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu göstermişlerdir. Bunun yanında İslami bankalarının rekabetçi kalabilmeleri için hizmetlerin sunulma biçimine dikkat etmeleri ve müşterilerin sadece uyumluluğa odaklandıklarını varsaymamaları ve müşteri hizmetlerini dijital çağa taşımakta ısrarcı olmaları gerektiğini belirtmişlerdir.

Desky ve Maulina, (2022) Endonezya bölgesi İslami bankaların dijital dönüşümünü incelemişlerdir. Çalışmaları sonucunda bu sürecin süreklilik gösterdiğini, pandemi sonrası daha da yoğunlaştığını ve dijitalleşmedeki itici gücün rekabet, operasyonel verimlik ve müşteri memnuniyetinin artırılması olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında, İslami bankacılığın insan kaynakları ve mimari eksikliğinden kaynaklanan dijital altyapı kısıtlamalarının dijital dönüşüm çabalarını sekteye uğrattığını belirtmişlerdir.

Yıldırım ve Yıldırım, (2022) İslami Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Adaptasyon: Türkiye Örneği isimli makalede katılım bankacılığındaki dijital adaptasyona yönelik 2021 yılındaki internet müşteri sayılarını, internet işlemlerini, finansal ödeme, yatırım işlemlerini ve kredi kartı işlemlerini incelemişlerdir. Çalışma nitel araştırma özelliği taşımaktadır ve veriler için Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB)’nin sunduğu veriler kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda dijital bankacılık sisteminin gelişimi ile katılım bankacılığı sektörünün önemli bir gelişim gösterdiğine, küresel dijital ekonomideki hızlı ilerleme, İslami bankaların da dijital adaptasyon süreçlerini hızlandırdığına ve müşterilerin faizsiz bankacılık sistemine erişimleri ile ilgili sıkıntılırların uzaktan erişim ile daha rahat giderildiği sonuçlarına ulaşmışlardır.

Eken ve Öztürk, (2022) Finans Teorisi Kapsamında Katılım Bankacılığı ve Yeniden Yapılanma Önerisi isimli makalelerinde Türkiye’de katılım bankalarının, bankacılık sistemine göre daha hızlı büyüme sergilediklerini ancak yeterli düzeyde pazar payına ulaşamadıklarını ortaya koymuşlardır. Çalışmada bu sorunun nedeni olarak da mevcut katılım bankacılığı sisteminin, finans teorisine ve risk- getiri dengesine uyumsuz olmasının sebep olduğu ortaya konulmuştur.

Ahmetoğulları ve Arabacı, (2022) Pandemi Sonrası Finansal Yeteneklerin Teknoloji Kabul Modeli Ekseninde İrdelenmesi: Katılım Finans Sektöründe Dijital Bankacılık Üzerine Bir Uygulama, isimli makalelerinde Marmara Bölgesi’nde yer alan katılım bankası müşterilerinin dijital bankacılığı kullanma niyetlerinde etkili olabilecek parametreler, pandemik kaygılar da dikkate alınarak, teknoloji kabul modeli ve finansal yetenekler kapsamında değerlendirilmiş, dijital bankacılık kullanma niyetinin kullanım düzeyine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Analiz sonucuna göre pandemik kaygının düşük orta ve yüksek olduğu durumlarda oluşturulan yapısal modelin anlamlı olduğu saptanmıştır. Pandemi kaygının bütün düzeylerde, banka müşterilerinin dijital bankacılığın kullanılabilirliğinde algılanan kullanım kolaylığının anlamlı ve önemli bir etkisi gözlemlenmiştir. Ayrıca pandemik kaygının düşük ve orta olduğu durumda, algılanan kullanım kolaylığı dijital bankacılık kullanma niyetine etki etmezken, yüksek pandemik kaygı düzeyinde bu etki anlamlıdır.

Güney, (2023) Türkiye’de İslami Finansa Dijital Bankacılık Anlayışı isimli makalesinde, Türkiye’de İslami finansa dijitalleşme olgusunu incelemiştir. Bu çerçevede Türkiye’de katılım bankalarının 2020 birinci dönem ve 2023 ikinci dönem aralığındaki dijitalleşme verileri esas alınarak tanımlayıcı istatistiki metoda dayalı analizler yapılmıştır. Bulgular özellikle Covid-19 pandemisinin etkisiyle birlikte katılım bankalarında dijital hizmetlerin arttığını göstermektedir. Örneğin, dijital bankacılıktaki aktif müşteri sayısı bireysel kullanıcı bakımından iki kata yakın, kurumsal kullanıcı sayısı açısından ise iki kattan daha fazla artmıştır. Araştırma, Türkiye’de katılım bankacılığının gittikçe daha köklü hale gelmesinin önemli bir fırsat olduğunu belirtmekte olup dijitalleşmede etkinliğin daha da artırılmasını önermektedir. Bu sayede katılım bankalarının sektörde daha fazla söz hakkına sahip olacağı beklentisini de açıklamıştır.

Kocatürk, (2023) Bankacılıkta Dijitalleşmenin Etkileri ve Türkiye’deki Analizi isimli makalesinde, mobil ve internet bankacılığı işlemleri, banka şube sayısı ve çalışan sayılarına ilişkin güncel veriler dikkate alınarak, dijital bankacılığın avantajlarını vurgulamış ve bu durumun bankacılık sektörünü nasıl etkilediğini belirlemeyi amaçlamıştır. Özellikle pandemi döneminin dijital kanalların kullanım oranlarını arttırdığını tespit etmiş ve dijital bankacılığın pandemi döneminden önce bir araç olarak görülürken pandemiden sonra değişen alışkanlıklarla beraber bankacılığın kendisi haline geldiği sonucuna ulaşmıştır.

Yukarıda sıralanan Katılım Bankacılığının dijitalleşmesine ilişkin akademik çalışmaların birbirinden ayrılan yönleri bulunmaktadır. Bu çalışmalarda hem katılım bankacılığı özelinde hem de katılım bankacılığına dijitalleşmenin etkisine yönelik önemli vurgular yapılmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı da 2020-2023 yılları arasında Katılım Bankacılığının dijital bankacılık etkileşimiyle durumunun analiz edilmesi ve değerlendirilmesidir. Böylece literatürdeki diğer çalışmalardan hem dönemsel farklılaşacak hem de pandemi sonrası değişen ve gelişen dijitalleşmenin etkileri çok daha etkin bir biçimde analiz edilebilecektir.

2.3 Katılım Bankalarının Dijitalleşmesi

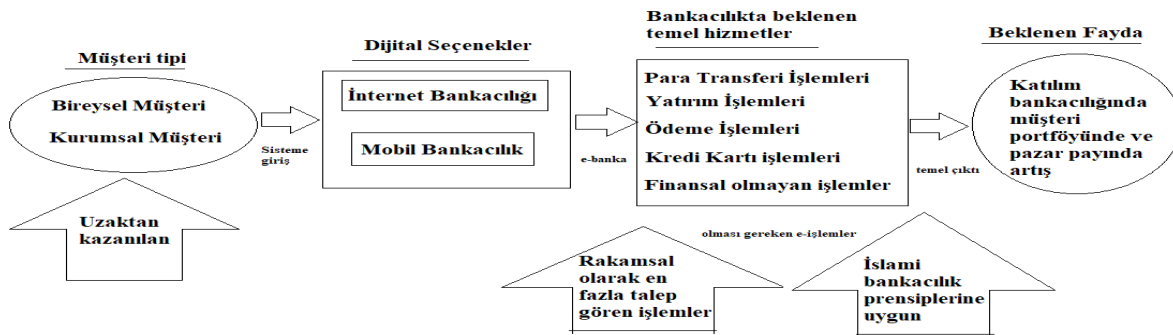
Bankaların dijital dönüşümünün nedenlerinin arasında; işlem maliyetlerinin azaltılması, bankalar arasındaki rekabet üstünlüğünün ele geçirilmesi ve müşteri memnuniyetinin artırılması gibi hususlar en önemli etmenler olarak görülmektedir. Geleneksel bankacılık sektörünün tamamlayıcı kurumları olarak nitelendirilen katılım bankaları, bu dönüşüm süreci içerisinde yerini almaktadır.

Genel olarak bankacılık sektörünün hızlı büyümesi, pazar payını artırmada rekabet avantajı yaratmasını zorunlu kılmakla birlikte, en önemli atılımlarından birinin dijitalleşme teknolojisine adaptasyon olduğu söylenebilir. Elektronik bankacılık hizmetlerinin kalitesi (e-bankacılık), işletme performansı üzerindeki güçlü etkisi, daha düşük maliyetle sadık müşteriler yaratacak olması nedeniyle önemli bir alan haline gelmiştir (Johar, ; Suhartanto, 2019, s. 1 - 7) .

Katılım bankacılığının konvansiyonel bankacılık sisteminden ayrılma noktasında, sistemin doğası gereği takip ettiği İslami kurallar yer almaktadır. Bunlar; “faize dayalı olmama; spekülasyondan uzak olma; baskılayıcı olmama; zekat; insanlara zararlı, ahlaklı olmayan mal ve hizmet üretiminden kaçınma ve İslami ilkeler ve değerler ile çelişmeme” biçiminde kategorize edilebilir (Yıldırım, ; Yıldırım, 2018, s. 263-290).

Her sektörde olduğu gibi İslami finans kuruluşları da rekabet halindedir. Böylesi bir rekabet ortamında, İslami finans kurumlarının da müşterilerinin neye ihtiyacı olduğunu bilmek ve piyasaya hâkim olabilmek için en iyi ve tatmin edici hizmeti sunma durumundadırlar. Bu nedenle, İslami finans kurumları yenilikçi, yaratıcı, müşteri ihtiyaçlarını görmede doğru ve hayatta kalacak ve toplum tarafından talep görmeye devam edecek müşteri ihtiyaçlarına tatmin edici bir şekilde hizmet edebiliyorlar (Rahmayati, 2021, s. 65-71).

Katılım bankacılığının dijital dönüşümü için aşağıdaki model yönlendirici olabilir:



Kaynak: (Yıldırım, S ; Yıldırım, D ,Ç, 2022).

2.4 Katılım Bankacılığı Banka Őubeleri

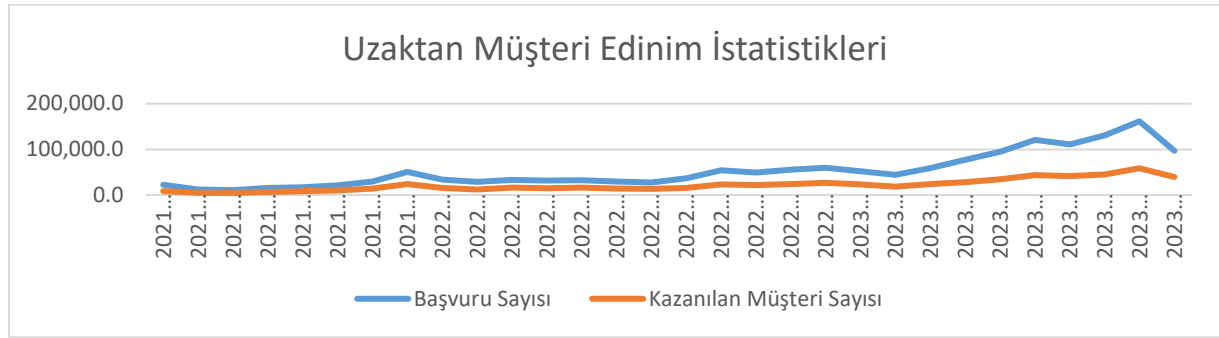
Günümüzde Türkiye’de faaliyet gösteren toplamda 6 katılım bankası bulunmaktadır. Bu bankalar ‘‘Albaraka Türk katılım bankası (225 Şube); Kuveyt Türk katılım bankası (442 Şube); Vakıf katılım bankası (184 Şube); Emlak katılım bankası (101 Şube); Türkiye Finans katılım bankası (306 Şube) ve Ziraat katılım bankası (177 Şube) Őeklinindedir.

2.5 Katılım Bankacılığı Banka Atm’leri

Türkiye’de faaliyet gösteren toplamda 6 katılım bankasının güncel atm sayıları ise; ‘‘Albaraka Türk Katılım Bankası (278 atm); Kuveyt Türk Katılım Bankası (1199 atm); Vakıf Katılım Bankası (175 atm); Emlak Katılım Bankası (99 atm); Türkiye Finans Katılım Bankası (521 atm) ve Ziraat Katılım Bankası (110 atm) Őeklinindedir.

2.6 Katılım Bankacılığında Uzaktan Müşteri Edinimi İstatistikleri

Grafik:1 Katılım Bankacılığında Uzaktan Müşteri Edinimi İstatistikleri



Kaynak: (Tkbb, 2023)

Yazar tarafından grafik haline getirilmiştir.

Grafik 1’ de Katılım Bankalarının 2021 (son 7 ay), 2022 ve 2023 (ilk 10 ay) yılı toplam uzaktan müşteri edinim verileri gösterilmiştir. Grafik 1’e bakıldığında hem müşterilerin bankaya başvuru sayılarında hem de kazanılan müşteri sayılarının yükseliş trendi görölmektedir. Uzaktan müşteri edinim istatistiklerinden başvuru sayısı 2021’in 6. Ayında 12.139 iken; 2023’ün 9. Ayında 161.421’dir. Bu yaklaşık 2 yıllık süreçte %1000’den fazla başvuran sayısı olduğunu göstermektedir. 2021 Haziran ayı kazanılan müşteri sayısı 5.220 iken 2023 Ağustos ayı itibariyle 44.754 olduğu görölmektedir. Bu da kazanılan müşteri sayısında %860 oranında bir artış görölmektedir. Aylar içerisinde küçük düşüşler olsa da genel olarak artış görölmektedir.

2.7 Çağrı Merkezi İstatistikleri

Yıllar	Çağrı merkezi temsilcisi	Gelen çağrı adedi	Karşılanan çağrı adedi
2020	510	1580416	698690
2021	498	1614588	673611
2022	494	1727537	656278
2023(9 ay)	551	1648616	698988
Toplam	2053	6571157	2727567

Kaynak:(TKBB,2023)

Yazar tarafından tablo haline getirilmiştir.

Tablo 1’de Türkiye’de faaliyet gösteren 6 Katılım bankasının çağrı merkezi istatistikleri yer almaktadır. Gelen çağrılar 2020 yılında 1.580.416 iken; 2023 yılında (ilk 9 ay) 1.648.616’dır. 2023 yılı gelen çağrı adedi 2020’ye kıyasla %4,3 oranında artmıştır. Karşılanan çağrılar 2020 yılında 698.690 iken, 2023 yılında 698.988 dir. 2023 (ilk 9 ay) yılı karşılanan çağrılar, 2020 yılında karşılanan çağrılara göre %0,04 oranında artmıştır. Son dört yılı incelediğimizde (2023 yılı ilk 9 ay) yıllar bazında çağrı merkezi gelen çağrı ve karşılanan çağrı sayısının yükselen bir trend izlediği görölmektedir.

2.8 Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayısı

Tablo 3. Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayısı

AKTİF DİJİTAL BANKACILIK MÜŞTERİ KULLANIM ORANLARI			
Yıllar			
2020	Sadece mobil bankacılık kullanan	Hem internet hem mobil bankacılık kullanan	Sadece internet bankacılığı kullanan
1.dönem	79,25%	11,50%	9,15%
2.dönem	81,36%	9,98%	8,66%
3.dönem	82,15%	9,92%	7,93%
4.dönem	83,70%	8,94%	7,37%
2021			
1.dönem	83,97%	9,34%	6,70%
2.dönem	84,60%	9,05%	6,35%
3.dönem	86,07%	7,95%	5,99%
4.dönem	85,93%	8,59%	5,48%
2022			
1.dönem	86,48%	8,19%	5,34%
2.dönem	87,65%	7,56%	4,80%
3.dönem	88,50%	7,02%	4,48%
4.dönem	88,12%	7,70%	4,18%
2023			
1.dönem	88,33%	7,50%	4,17%
2.dönem	88,86%	7,18%	3,96%
3.dönem	88,86%	7,41%	3,73%

Kaynak: (Tkbb, 2023)

Yazar tarafından tablo haline getirilmiştir.

Türkiye’de aktif halde çalışan 6 katılım bankasının, son 4 yılın her çeyreğinde dijital bankacılığı kullanım şekilleri Tablo 2’de gösterilmiştir. Her üç tür bankacılık kanallarını kullananların oranları dönem dönem artmaktadır. Sadece mobil bankacılık kullanan oranı 2020’nin birinci döneminde %79, 25 iken; 2023’ün üçüncü döneminde %88’e yükselmiştir. En az kullanılan dijital bankacılık türü sadece internet bankacılığıdır ancak en çok tercih edilen kaynak türü mobil bankacılıktır. Dijital bankacılık kullanan sayısı da her geçen gün artmaktadır. Bu sonuçlar, aktif dijital bankacılığın mobil kullanımda hız kazandığı ve müşterilerin 7/24 ulaşım gösterebilecekleri kullanımı tercih ettiklerini göstermektedir. Bu sonuçlar dijitalleşmenin gelecek kurgusunun anlaşılması açısından da anlamlıdır.

2.9 Katılım Bankalarının Aktif Dijital Müşteri Sayısı, İşlem Hacmi ve Toplam İşlem Adedi

Tablo 4. Katılım Bankalarının Aktif Dijital Müşteri Sayısı, İşlem Hacmi ve Toplam İşlem Adedi

Yıllar	Aktif dijital müşteri sayısı	Toplam işlem hacmi	Toplam işlem adedi
2020			
1.dönem	2,6 milyon	331,7 milyar	54,8 milyon
2.dönem	2,9 milyon	341,1 milyar	58,6 milyon
3.dönem	3,1 milyon	394,9 milyar	77,5 milyon
4.dönem	3,3 milyon	593,7 milyar	103,5 milyon

Toplam	11,9 milyon	1 trilyon 61 milyar	294,4 milyon
2021			
1.dönem	3,5 milyon	573,3 milyar	106,5 milyon
2.dönem	3,6 milyon	878,2 milyar	107,7 milyon
3.dönem	3,6 milyon	677 milyar	108,4 milyon
4.dönem	4 milyon	1 trilyon	135,6 milyon
Toplam	14,7 milyon	3 trilyon 128 milyar	458,2 milyon
2022			
1.dönem	4,2 milyon	973,6 milyar	148,8 milyon
2.dönem	4,4 milyon	1,4 trilyon	170,6 milyon
3.dönem	4,5 milyon	1,3 trilyon	165,4 milyon
4.dönem	4,7 milyon	2,9 trilyon	125,5 milyon
Toplam	17,8 milyon	6,33 trilyon	759,1 milyon
2023			
1.dönem	4,8 milyon	2,1 trilyon	112,8 milyon
2.dönem	5 milyon	2,2 trilyon	118,4 milyon
3.dönem	5,2 milyon	4,4 trilyon	118,8 milyon
Toplam	15 milyon	8,7 trilyon	350 milyon

Kaynak:(Tkbb,2023).

Yazar tarafından tablo haline getirilmiştir.

Türkiye’de Katılım bankalarının 2020 - 2023 dönemi için her çeyrekte aktif dijital müşteri sayısı, toplam işlem hacmi ve toplam işlem adedi Tablo 3’te gösterilmiştir. Görüldüğü üzere her bir analiz edilen alanda artış görülmektedir. Aktif dijital müşteri sayısı 2020 yılı için toplam 11, 9 milyon iken; 2023 (ilk üç çeyrek) için toplam 15 milyon olmuştur. Bu sonuçla 2023 yılında 2020’ye göre %26 oranında artış olduğunu göstermektedir. Toplam işlem haddi ise 2020 yılı toplamı için 1, 6 trilyon TL iken; 2023 (ilk üç çeyrek) yılı toplamının 8, 7 trilyon TL olduğu görülmektedir. Bu sonuçla 2023 yılı toplamının, 2020’ye göre 7, 1 trilyonluk TL gibi önemli artışı göstermektedir. Aktif dijital müşteri sayısı 2023 yılı verilerine göre; ilk dönem için 4,8 milyon iken; 2023 üçüncü dönem için 5,2 milyon olduğu görülmektedir. Aktif dijital müşteri sayısında üçüncü dönem, ilk dönemle kıyaslandığında %8,33 oranında artmıştır. Toplam işlem hacmi ise ilk dönem 2,1 trilyon TL iken; üçüncü dönem 4,4 trilyon TL olduğu görülmektedir. Son dönem, ilk döneme göre %109,5 oranında artmıştır. Toplam işlem adedi verilerine göre birinci dönem 112,8 milyon iken; üçüncü dönem 118,8 milyon olduğu görülmektedir. Son dönem, ilk döneme kıyasla %5,3 oranında arttığı görülmektedir. Genel olarak her dönem için artış ilgili tabloda görülmektedir. Değerlendirmeler ilk dönemle 3 üçüncü dönem üzerinde yoğunlaşsa da tabloya göre ikinci dönem verileri de artmıştır ama oran üçüncü dönem için daha fazladır.

2.10 Katılım Bankacılığı İşlem Dağılımı Oranları

Tablo 5. Katılım Bankacılığı İşlem Dağılımı Oranları

Yıllar	Para transferleri	Yatırım işlemleri	Ödemele r	Kredi işlemleri kartı	Diğer işlemler finansal
1. Dönem(2020)	67,18%	30,37%	1,39%	0,68%	0,38%
2. Dönem	68,65%	29,23%	1,14%	0,59%	0,38%
3. Dönem	69,15%	29,10%	1,10%	0,45%	0,21%
4.Dönem	60,27%	37,89%	1,09%	0,52%	0,23%
2021					
1. Dönem	62,28%	35,72%	1,29%	0,58%	0,14%
2. Dönem	52,17%	46,41%	0,72%	0,44%	0,28%

3. Dönem	69,24%	28,78%	1,13%	0,73%	0,13%
4.Dönem	67,50%	30,58%	1,02%	0,76%	0,14%
2022					
1. Dönem	77,59%	19,56%	1,46%	1,29%	0,10%
2. Dönem	68,85%	28,69%	1,24%	1,16%	0,06%
3. Dönem	77,32%	19,87%	1,46%	1,30%	0,05%
4.Dönem	72,27%	25,25%	1,51%	0,85%	0,12%
2023					
1. Dönem	76,62%	19,10%	1,83%	1,40%	1,05%
2. Dönem	81,80%	12,85%	2,22%	1,56%	1,57%
3. Dönem	49%	44,50%	4,45%	1,12%	0,65%

Kaynak: (Tkbb, 2023).

Yazar tarafından tablo haline getirilmiştir.

Tablo 4'te Türkiye'de aktif çalışan 6 katılım bankasının işlem hacim dağılımları verilmiştir. 2020 – 2023 yılları her 3 aylık dönemleri toplanarak kullanım yüzdeleri verilmiştir. 5 ana gruba ayrılarak verilen çoklu işlemleri kullanım oranları tablolaştırılmıştır. Yukarıdaki tabloya göre 2020 yılı 2. Dönem için para transferleri kalemi % 68,65 iken; 2023 yılının 2. Dönemi için para transferleri kaleminin %81,80 olduğu görülmektedir. Burada %13,15'lik artış söz konusudur. Yatırım işlemleri oranı, 2022 yılının ilk çeyreği için %19,56 iken; 2023 yılının üçüncü çeyreği için %44,50 olduğu görülmektedir. Burada da %24,94'lük artış görülmüştür. 2023 yılı ilk çeyrekte finansal yatırım işlemleri %19,10 iken; aynı yıl üçüncü çeyrek için %44,50'dir. Burada %25,4'lük bir artışa tekabül etmektedir. 2023 yılı ilk çeyrekte para transferleri %76,62 iken; üçüncü çeyrek için %49'dur. Bu ise %27,62'lik bir düşüşü göstermektedir. Katılım bankalarının 2020, 2021, 2022 ve 2023 yılları dörder dönemin bankacılık işlem hacimleri tablosuna göre yapılan her bir işlem için genel bir artış söz konusu iken; bazı kalemlerde de çok sınırlıda da olsa düşüş meydana gelmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Kar ve zarar paylaşımına dayalı finansal kurumlar olan Katılım Bankaları, birikimlerini değerlendirme ve yatırım isteklerini yerine getirme konusunda hassasiyetleri gereği seçici davranan kişilerin tercih ettiği kurumlardır. Faiz hassasiyeti olan kişilerin çeşitli fon kullanım yöntemleriyle yatırdığı sermaye oranında bankaya ortak olduğu; kar ya da zararı birlikte karşıladığı faizsiz finans kurumlarıdır. Türkiye'de 1985 yılından itibaren faaliyet göstermekte olan Katılım Bankaları'nın son yıllarda kamunun da iştirakleriyle sayıları artmıştır. Çalışmamızda bu bankaların toplamda 6 tane olduğunu, isimleri, şube sayıları ve atm sayılarına ilişkin bilgiler verilmiştir. Bu doğrultuda ülkemizde Katılım Bankalarının sayılarının günden güne arttığı gözlemlenmektedir.

Dijitalleşme, 21. Yüzyıl ve gelecek yüzyıllar için ekonomide, bankacılıkta ve diğer finansal piyasalarda devasa bir dönüşümle dünyayı büyük değişimlere yönlendirecek bir kavramdır. Bankacılık da bu dönüşümden payını almıştır. Dijitalleşmeyle beraber sayıları artan katılım bankaları, konvansiyonel bankalarla olan rekabetini artırmıştır. Dijitalleşme, diğer konvansiyonel bankalar gibi katılım bankacılığı kullanıcılarının da bankacılık sistemlerine erişimlerini kolaylaştırmıştır. Dolayısıyla bu durum müşteri sayılarında da artışlar meydana getirmiştir.

Türkiye Katılım Bankalar Birliği dijital bankacılık kullanım istatistikleri incelendiğinde aktif olarak dijital bankacılığı kullananların sayısı 2022'de toplam 17,8 milyon müşteriye ulaşmaktadır. Kullanıcıların en çok tercih ettiği dijital bankacılık kanalı ise mobil bankacılıktır. Burada mobil cihazların kullanımının yaygınlaşması ve mobil bankacılık kullanımının daha pratik ve güvenli olmasının etkili olduğu belirtilebilir. En az tercih edilen dijital bankacılık türü ise internet bankacılığı olmuştur. TKBB'den alınan veriler doğrultusunda sadece internet bankacılığı kullananların oranı 2020 yılı 3.dönemde %82,15 iken; 2023 yılı 3.dönemde %88,86 olduğu görülmektedir. Bu sonuç % 6, 71 oranında bir artışı göstermektedir. Sadece internet bankacılığı kullanım oranı 2020 yılı 3.dönemde %7,93 iken; 2023 yılı 3.dönemde %3,73'tür. Bu sonuç da % 4, 2'lik bir azalışı göstermektedir. Buna göre sadece internet bankacılığı kullanım oranının son yıllarda azaldığı ve sadece mobil bankacılık kullanıcılarının işlem sayıları ise artmıştır. Her ikisini de kullananların sayısı, sadece mobil bankacılığını kullananlara göre oranı daha azdır. Dolayısıyla mobil bankacılık ön planda olup, katılım bankalarının gelecek planlarında da bu doğrultuda çalışma yapmaları beklenir.

Türkiye Katılım Bankaları Birliğinden son alınan güncel verilere göre Katılım bankalarının işlem hacmi dağılımına göre en çok yapılan finansal işlemin, para transferi olduğu görülmektedir. Para transferi kalemi eft,

havale ve fast işlemleri gibi bankacılıkta günlük ve aylık likidite işlemlerinin aktığı en önemli sekmelerden biridir. Para transferi işlem hacmi, 2022 yılı ikinci çeyreği için % 68 iken 2023 yılı ikinci çeyreği için % 81'lere yükseldiği görülmektedir. Geçen bir yıllık süreçte %19'luk bir büyüme kaydedilmiştir. Yatırım işlemleri kaleminin 2020 yılı 2. Dönem kullanımı %29,23 iken; 2021 yılı 2. Dönem kullanımı %46,4 'tür. Burada da %17,17'lik artış görülmüştür.

Sonuç itibariyle Katılım bankalarının yıllar içinde banka ve şube sayıları, uzaktan müşteri edinim sayıları, internet, mobil ve telefon bankacılığı kullanım oranları her geçen gün artmaktadır. Dijital katılım bankacılığının ilerleyen dönemlerde de daha yaygın bir şekilde artması beklenmektedir. Müşterilerin dijital uygulamalara eğilimleri ve alışkanlıkları, rekabetin her geçen gün çok daha arttığı bankacılık sektöründe çok daha önemlidir. Günümüz katılım bankaları hem finansal işlemler yoğunluğunu hem de müşteri ihtiyaçlarını etkin bir biçimde yönetmek istiyorlarsa çok daha yoğun bir biçimde dijitalleşme çalışmalarına ağırlık vermeleri gerekmektedir. Çünkü finans dünyasında günümüz rekabeti dijitalleşmeye kaymıştır. Dolayısıyla katılım bankalarının da konvansiyonel bankalarla rekabeti daha farklı bir boyuta taşımaları, belki de dijitalleşmeyle çok daha hızlı ve etkin olabilecektir.

Kaynakça

- ÇONKAR, K. (2018). Para Vakıflarından Katılım Bankalarına Türkiye'de Riba'dan Kaçınma Çabaları. *Ulusal Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 109-138.
- ERDOĞAN, S. , GEDİKLİ, A. , YILDIRIM, S. , YILDIRIM, D. Ç. , YILMAZ G, S. , HOBİKOĞLU, H. , E. ve ERDOĞAN, F. (2020 (41)). An Investigation of Participation Banking Performance in Turkey From Costumer Perspective.: *Bilimname*, 1095-1127.
- JOHAR, R. S. ; SUHARTANTO, D. (2019). Tha Adoption of Online Internet Banking in Islamic Banking Industry. *IOP Conference Series: Material Science and Engineering*, 662(3), 1 - 7. doi:10.1088/1757-899X/662/3/032032
- JOSHİ, D ; PARIHAR, S. (2017). Digitalization & Customer Perception towards the Banking Services. *Aweshkar (A Peer Reviewed Research Journal)*, 133-141.
- KAYAHAN, C., & GÖRKAŞ, İ. (2018). Para Vakfından Mal Vakfına Dönüşüm: Nedenler ve Sonuçlar. *Düşünce Dünyasında Türkiz*, 91 - 107.
- KAYAHAN, C., GÖRKAŞ, İ., & ÖNK, H. (2016, Aralık). Osmanlı Dönemi Para Vakıflarıyla Günümüz Katılım Bankalarının Karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(Afro-Avrasya Özel Sayısı), 70 - 90.
- KHAN, Y. (2019). An Essential Review of Internet Banking Services in Developing Countries. *e-Finanse*, 15, s. 74.
- LZAO, Z., CHEUNG, M. T. (2002). Internet-based e-banking and consumer attitudes: an empirical study. *Information & management*, 283-295.
- ÖZCAN, T. (2008). Osmanlı Toplumuna Özgü Bir Finansman Modeli: Para. *Çerçeve, İslam Ülkeleri Arasında Ekonomik İşbirliği Dosyası*, 124 - 128.
- ÖZCAN, T. (2003). *Osmanlı Para Vakıfları: Kanuni Dönemi Üsküdar Örneği*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- RAHMAYATI. (2021). Competition Strategy in the Islamic Banking Industry: An Empirical Review. *International Journal of Business, Economics and Social Development*, 2, 65-71.
- SERPAM. (2013). *İslami Finans*. Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi.
- SUGÖZÜ, İ. (2017). "İslam Ekonomisi ve Adil Ekonomik Düzen". *Turkish Studies Academic Journals*(12 (8)), 185-210.
- TAKAN, M. (2001). *Bankacılık Teori, Uygulama ve Yöntem*. Adana: Nobel Kitabevi.
- YILDIRIM, D.Ç. YILDIRIM, S. (2018). İslami Bankacılık Sistemine Genel Bir Bakış. In S. K. Editörler: İlhan Eroğlu. Ekin Yayın.
- YILDIRIM, S ; YILDIRIM, D,Ç. (2022). İslami Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Adaptasyon: Türkiye Örneği. *Kapanaltı Muhasebe Finans Ekonomi Dergisi*(1), 81.

YILDIRIM, S; YILDIRIM, D. Ç. (2022). İslami Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Adaptasyon: Türkiye Örneği. *Kapanaltı Muhasebe Finans Eknomi Dergisi*-(1), 73-84.

İnternet Kaynakları

ALBARAKA. (2015). *Katılım Bankacılığı, Sistemi, Çalışma*. Kurumsal Yayın.

EKİNCİ, A. (2023, Ekim). *Vakf-ı Nukudi*. paravakfi.blogspot.com.

SERPAM. (2013). *İslami Finans*. Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi.

TKBB.(2023,Ekim).<https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/T%C3%BCrkiye'de%20kat%C4%B1%C4%B1m%20bankac%C4%B1%C4%B1%C4%9F%C4%B1%20uygulamas%C4%B1%20ve%20kat%C4%B1%C4%B1m%20bankalar%C4%B1n%C4%B1n%20m%C3%BC%C5%9Fteri%20%C3%B6zellikleri.pdf>

TKBB. (2023). <https://veri-petegi.tkbb.org.tr/#/public/showcase/SC-4482EFP184AHCWN/SCI-7DB171N6E9ACBGB>

TKBB. (2023, Ekim). *Türkiye Katılım Bankaları birliği*. <https://tkbb.org.tr/>

TÜRKİYE FİNANS. (2023, Ekim). <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/katilim-bankaciligi-sistemi/sayfalar/default.aspx#:~:text=1983%20y%C4%B1%C4%B1nda%20%C3%BClkemizdeki%20ilk%20%C3%96zel,ve%20Denetleme%20Kurumu%20denetiminde%20s%C3%BCrd%C3%BCrmektedir>.

TÜRKİYE FİNANS. (2023, 10 21). <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/katilim-bankaciligi-sistemi/sayfalar/katilim-bankasi-nedir.aspx>