

## Türkiye’de Katılım Bankacılığı ve Dijital Bankacılık

Halil İbrahim İter<sup>1</sup>

### Özet

Dünya genelinde yaşanan ekonomik krizler ve ortaya çıkan ihtiyaçlar, alternatif finansal sistemlere yönelimi artırmıştır. İslami finans, faizsiz, etik ve sosyal sorumluluk temelli yapısıyla bu alternatiflerden biri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye, 1980’lerde İslami finansla tanışmış ve 1983’te Özel Finans Kurumları adıyla bu sistemin temelleri atılmıştır. 2005 yılında yapılan düzenlemelerle, bu kurumlar katılım bankası statüsüne kavuşmuştur. Türkiye’deki katılım bankacılığı sektörü, 2008 küresel krizinin ardından toparlanarak büyümüş, yeni bankaların katılımıyla gelişimini sürdürmüştür.

Son yıllarda dijital bankacılık, sektörde önemli bir yer edinmiştir. Türkiye’de katılım bankacılığı dijitalleşme süreci hızla ilerlemiş, dijital müşteri sayısı ve işlem hacmi artmıştır. 2020’de 3,3 milyon olan dijital müşteri sayısının 2024’te 6,1 milyona çıkması beklenmektedir. 2020’de 593,7 milyar TL olan işlem hacmi ise 2024’te 6,8 trilyon TL’ye ulaşacaktır. Ayrıca dijital bankacılıkla gerçekleştirilen işlem adedi de önemli bir artış göstermiştir. Türkiye’deki katılım bankaları, dijital platformlara yaptığı yatırımlarla büyüme kaydetmiş ve sektördeki potansiyelini güçlendirmiştir. Gelecekte dijital bankacılığın daha da yaygınlaşması beklenmektedir.

### 1. Giriş

Bankacılık sektörü, bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmelerin ve küresel ekonomik dinamiklerin etkisiyle önemli bir dönüşüm yaşamaktadır. Özellikle dijitalleşme, geleneksel bankacılık uygulamalarını yeniden şekillendirmiş, hizmet sunumunda daha hızlı, erişilebilir ve maliyet etkin çözümleri mümkün kılmıştır. Finansal sistemin önemli bir bileşeni olan katılım bankacılığı da bu dönüşüm sürecinde kayda değer bir gelişim göstermiştir. Etik ve sosyal

1 Araştırma Görevlisi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, halil.ilter@erzincan.edu.tr, 0000-0003-4672-818X

sorumluluk ilkeleri temelinde faaliyet gösteren katılım bankaları, dijital bankacılık teknolojilerini benimseyerek hem operasyonel verimliliklerini artırmış hem de müşteri tabanlarını genişletmiştir.

Türkiye’de katılım bankacılığı, 1980’lerin ortasında “Özel Finans Kurumları” adı altında başlamış, 2005 yılında yapılan düzenlemelerle “Katılım Bankası” statüsüne kavuşmuştur. Sektör, özellikle 2010’lu yıllardan itibaren dijitalleşme süreçlerine hızlı bir şekilde uyum sağlayarak, geleneksel bankacılık sistemine güçlü bir alternatif oluşturmuştur. Dijital bankacılık uygulamaları sayesinde, işlem hacmi, müşteri sayısı ve işlem adedi gibi temel göstergelerde önemli artışlar kaydedilmiş, katılım bankacılığı sektörü bankacılık ekosisteminde önemli bir aktör haline gelmiştir.

Bu çalışma, Türkiye’deki katılım bankacılığının dijital bankacılık alanındaki gelişimini ve mevcut durumunu analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, dijital müşteri sayısı, toplam işlem hacmi ve işlem adedi gibi kritik göstergeler üzerinden, sektördeki dijitalleşmenin etkileri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda, Türkiye’de katılım bankacılığının dijitalleşme sürecine katkı sağlayan faktörler, karşılaşılan zorluklar ve gelecekteki potansiyel gelişim alanları ele alınarak, dijital bankacılığın sektör üzerindeki etkisi kapsamlı bir şekilde incelenmiştir.

Araştırmanın bulguları, katılım bankacılığının dijital bankacılık uygulamalarını etkin bir şekilde kullanarak müşterilere daha fazla erişim sağladığını ve sektörde önemli bir büyüme trendi yakaladığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, işlem hacminde yaşanan artış, katılım bankalarının dijital kanallar üzerinden ekonomik büyüklükte giderek daha fazla söz sahibi olduğunu göstermektedir. Dijitalleşme sürecindeki bu başarı, hem Türkiye’deki katılım bankacılığı sektörünün potansiyelini hem de dijital bankacılığın sektördeki önemini vurgulamaktadır.

## 2. Literatür

Katılım bankacılığı, İslami prensiplere uygun faaliyet gösteren bir bankacılık türüdür ve dijital dönüşümle hızla değişmektedir. Kayahan ve Gülal (2024), Türkiye’deki katılım bankalarının 2020-2023 dönemi dijitalleşme sürecini analiz etmiş ve uzaktan müşteri edinim oranlarının %148 arttığını belirlemiştir. Çalışma, dijitalleşmenin katılım bankacılığını daha yaygın hale getirebileceğini ve konvansiyonel bankalarla rekabeti dijital alanda güçlendirebileceğini ortaya koymaktadır.

Güney (2023) çalışmasında, Türkiye’deki katılım bankalarının dijitalleşme sürecini 2020-2023 dönemi verileriyle incelemektedir. Çalışmanın bulguları, Covid-19 pandemisinin etkisiyle dijital hizmetlerin arttığını, aktif bireysel

ve kurumsal müşteri sayılarının önemli ölçüde yükseldiğini göstermektedir. Çalışmada, dijitalleşmenin geliştirilmesiyle katılım bankalarının sektörde daha etkin hale geleceği öngörülmektedir.

Akyüz (2023) yaptığı çalışmada dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla internet ve mobil bankacılık ürünlerinin kullanım sıklığı, çeşitliliği ve işlem hacmi artışını incelemiştir. Bu çalışmada, internet ve mobil bankacılık uygulamalarının bankacılık sektörü üzerindeki etkileri mercek altına alınmıştır. 2011(Q1)-2023(Q2) döneminde, bankacılık sektörünün performansı Entropi ağırlıklı Topsis yöntemiyle ölçülmüş ve bu performans ile dijital bankacılık uygulamaları arasındaki ilişki korelasyon analiziyle değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, internet ve mobil bankacılık uygulamalarının bankacılık sektörünün performansını pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilediğini ortaya koyulmuştur. Ele alınan tüm dönemlerde bu uygulamaların sektör performansını olumlu yönde desteklediği görülmüştür.

Covid-19 pandemisi, bankacılık sektöründe dijitalleşmenin hızlanmasına neden olmuştur. Pandemi sürecinde müşterilerin bankalara fiziksel erişimi zorlaşırken dijital bankacılık işlemleri artmıştır. 2020 Mart ayında 2,6 milyon olan dijital müşteri sayısı, 2022 Aralık ayında 4,7 milyona, toplam işlem hacmi ise 331,7 milyar TL'den 2,9 trilyon TL'ye yükselmiştir. Dijitalleşmenin katılım bankalarının karlılığı üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlayan Çalış (2023) çalışmasının çıktılarını dijitalleşmenin bankaların maliyetleri düşürürken gelirlerini artırma potansiyeline sahip olduğu oluşturmaktadır.

Ahmetoğulları (2023) çalışmasında, dijital bankacılığın bankacılık sektöründeki finansal performans üzerindeki etkilerini incelemektedir. Türkiye Katılım Bankaları Birliği, BDDK ve Merkez Bankası verileriyle yapılan araştırmada, 2020-2023 dönemine ait çeyreklik veriler kullanılmıştır. Dijital bankacılıkla ilgili mobil bankacılık müşteri sayısı ve işlem hacmi, internet bankacılığı müşteri sayısı ve işlem hacmi bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. Çalışmanın sonuçları, mobil bankacılık müşteri sayısı ve işlem hacminin kârlılığı olumlu etkilediğini, ancak internet bankacılığı müşteri sayısının kârlılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Akbaş ve Duran (2023) yaptıkları çalışmalarında, teknolojik gelişmelerin bankacılık sektörü üzerindeki etkilerini ve dijital bankacılığın evrimini incelemektedir. Dijitalleşmenin, bankaların süreçlerini ve sistemlerini dönüştürerek hızlı adaptasyonu zorunlu kıldığı vurgulanan araştırmada özellikle dijitalleşmenin katılım bankacılığı üzerindeki etkilerini, bu bankaların dijital ortamlarla entegrasyonunu ve sürdürülebilirlik ile denetim süreçlerini ele alınmaktadır. Dijital bankacılığın geleneksel bankacılık ve

Katılım Bankacılığı üzerinde önemli bir etkisi olduğu ve bu dönüşümün bankaların rekabet gücü için kritik olduğu sonucuna varılmıştır.

Akbaş (2023) çalışmasının amacını, katılım bankalarının kuruluşundan bugüne kadar olan gelişimini ve mevcut durumunu güncel verilerle ortaya koymak olarak belirlemiştir. Kamu yatırımlarıyla 2023 yılında sektörde %8 üzerinde bir aktif büyüklüğe ulaşan Katılım Bankaları, tüm bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmekte ve fon toplamada ortaklık prensibini kullanırken, kullandırmada ise murabaha yöntemi %60 oranında uygulanmaktadır. 2025 büyüme hedeflerine paralel olarak, dijitalleşme ve bankacılık hizmetlerinin çeşitlendirilmesiyle sektör içindeki paylarını artırarak önemli bir aktör olmaya devam edeceklerdir.

Dijital dönüşüm, 21. yüzyılda ekonomik faaliyetlerin yeniden şekillenmesine zemin hazırlayarak yeni bir dönemin başlangıcını işaret etmiştir. Dijital ekonomi, finansal kuruluşlar ve sektör aktörleri için dijitalleşmeye uyum sağlamayı bir gereklilik haline getirmiştir. Özellikle Covid-19 pandemisi sürecinde fiziksel hareketliliğin kısıtlanması, evde kalma politikaları ve uzaktan çalışma uygulamaları, dijital ekonominin hızla büyümesine ve yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır. Bu bağlamda, bankacılık sektörü de dijitalleşme sürecine hızlı bir şekilde uyum sağlamıştır. Türkiye’de İslami bankacılığın önemli bir bileşeni olan katılım bankacılığı, dijital dönüşüme uyum sağlama noktasında önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Yıldırım ve Yıldırım (2022) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, Türkiye’nin İslami bankacılık sektöründe dijital dönüşüm açısından önemli bir örnek teşkil ettiği belirtilmiş ve katılım bankalarının dijital adaptasyonuna ilişkin güncel göstergeler detaylı bir şekilde incelenmiştir.

21. yüzyılın başlarından itibaren hızlanan dijitalleşme, bankacılık müşterilerinin beklentilerini değiştirirken geleneksel bankaların bu ihtiyaçları karşılamada yetersiz kaldığı görülmüştür. 2008 küresel finans krizinin ardından şubesiz dijital bankalar (Neobanklar) ortaya çıkmış ve kısa sürede geniş müşteri kitlelerine ulaşmıştır. Türkiye’de de bu model dikkat çekmiş, 2021’de BDDK tarafından uzaktan kimlik tespiti ve şubesiz dijital bankacılık lisanslarıyla ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Beybur (2022) çalışmasında literatürdeki boşluğu doldurarak şubesiz dijital bankacılığın Türk bankacılık sektörüne etkilerini incelemeyi ve sektör için öneriler geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Ahmetoğulları ve Arabacı (2022) çalışmalarında, Marmara Bölgesi’ndeki katılım bankası müşterilerinin dijital bankacılığı kullanma niyetini, teknoloji kabul modeli ve finansal yetenekler çerçevesinde değerlendirmiştir. Algılanan fayda, kullanım kolaylığı, güven, finansal maliyet ve pandemi kaygısının

bu niyete etkileri incelenmiş, ayrıca kullanım niyetinin kullanım düzeyine etkisi araştırılmıştır. 334 kişilik bir örnekleme gerçekleştirilen çalışmada, ANOVA, korelasyon ve yapısal eşitlik modeli analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler neticesinde, genişletilmiş teknoloji kabul modeli değişkenlerinin doğrulandığını ve pandemi kaygısının düzenleyici bir rol oynadığını göstermiştir. Algılanan fayda, güven ve finansal maliyet avantajının dijital bankacılık kullanım niyetinde önemli faktörler olduğu belirlenmiştir.

Katılım bankaları, 1984'te Türkiye'de faaliyetlerine başlamış, 2016'da kamu katılım bankalarının katılımıyla güçlenmiş ve 2025'te sektördeki paylarını %15'e çıkarmayı hedeflemektedir. Rekabetçi ortamda müşteri kazanmak ve korumak için yenilikçi çözümler geliştirmeleri gerekmektedir. Uluç (2022), pandemi sürecinde katılım bankalarının dijital bankacılık uygulamalarındaki gelişimi ele alarak literatüre katkıda bulunmuştur.

FinTek ("Financial Technology"), finans sektöründeki yenilikçi teknolojik hizmetleri ifade eden bir kavramdır ve hem globalde hem de Türkiye'de finans ve bankacılık sektöründe büyük dönüşümlere yol açmaktadır. Türkiye'deki katılım bankaları da bu değişimleri takip eden finansal aktörler arasında yer almakta, ancak geleneksel bankaların gerisinde kalarak pazar payı, müşteri sayısı ve karlılık açısından zorluklar yaşamaktadır. Canbaz ve Erbaş (2021), katılım bankalarının FinTek alanındaki uygulamalarını analiz ederek bu teknolojilerin sektöre sağladığı katkıları incelemiştir. Araştırma, katılım bankalarının tahsilat, sanal POS, para transferleri ve hesap hizmetleri gibi alanlarda yoğunlaştığını ve bu uygulamaların karlılık ile müşteri portföyünü genişletmede etkili olduğunu göstermiştir.

### 3. Türkiye'de İslami Finans ve Katılım Bankacılığı

Dünya genelinde konvansiyonel finansal sistemin karşılaştığı krizler ve ortaya çıkan ihtiyaçlar, alternatif finansal sistemlerin geliştirilmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu bağlamda, İslami finans sistemi, özellikle İslam dinine mensup nüfusun yoğun olduğu ülkelerde talep gören bir sistem olarak dikkat çekmektedir. Konvansiyonel finans sistemine alternatif sunan bu yapı, faizsiz, etik ve sosyal sorumluluk temelli ilkeleri ile geleneksel sistemlerden ayrılmaktadır.

Türkiye, Cumhuriyet döneminden itibaren konvansiyonel finans sistemini benimsemiş ve bu sistemle bütünleşmiş bir şekilde çalışmıştır. Ancak, İslami finans uygulamalarıyla tanışması daha geç bir dönemde, 1980'li yılların ortasında mümkün olmuştur. Bu dönemde Türkiye'deki siyasi ve ekonomik koşullar, İslami finansın uygulanmasını kısmen geciktirse de 1983 yılında alınan Bakanlar Kurulu kararı ile "Özel Finans Kurumları"

adı altında bu sistemin temelleri atılmıştır. Özel Finans Kurumları, İslami finans ilkelerine uygun şekilde faaliyet göstermek üzere kurulmuş ve katılım bankalarının öncülü olarak kabul edilmiştir. 2005 yılında yapılan Bankacılık Kanunu değişikliği ile bu kurumlar “katılım bankası” unvanı almış, yetki ve kapsamı genişletilmiştir. Bu sayede, İslami finans ilkelerine sadık kalarak her türlü bankacılık faaliyetini gerçekleştirebilir hale gelmişlerdir.

Konvansiyonel finans sistemi, küresel çapta yaşanan ekonomik krizlerden büyük ölçüde olumsuz etkilenmiş ve bu durum hem dünya genelinde hem de Türkiye’de İslami finans sistemine olan ilginin artmasına neden olmuştur. Bu ilgi doğrultusunda, İslami finans ilkelerine uygun alternatif finansal ürünler ve kurumlar daha fazla rağbet görmeye başlamıştır.

İslami finans, literatürde farklı şekillerde tanımlanmakta olup, bu alandaki kurumların geleneksel finansal yapılardan temel farkı, faaliyetlerini İslam hukukunun (Şeriat) temel ilkelerine uygun şekilde yürütmeleridir. Bu çerçevede, İslami finansın yalnızca faizsiz bankacılık olarak tanımlanmasının yeterli olmadığı görülmektedir. İslami finans sisteminde, *riba* (faiz ya da haksız kazanç), belirsizlik (*gharar*), aşırı risk ve spekülasyon işlemlerden kaçınılmakta; bunun yerine adalet, etik değerler ve dini prensipler doğrultusunda faizsiz finansman modellerine odaklanılmaktadır. İslami finansın öne çıkan iki temel unsuru bulunmaktadır. Birincisi, risk paylaşımı ilkesidir. Bu anlayışa göre, borç veren, borçlunun üstlendiği riske ortak olmalıdır. Sabit ve önceden belirlenmiş faiz oranları, borç verene garanti bir getiri sağladığı ve borçlu üzerindeki yükü orantısız şekilde artırdığı için sömürücü, sosyal açıdan verimsiz ve ekonomik anlamda sürdürülemez olarak değerlendirilmektedir. Bunun yerine, kar-zarar paylaşımına dayalı finansman yöntemleri tercih edilmektedir. İkincisi, ekonomik ve sosyal kalkınmanın teşvik edilmesidir; bu durum, belirli ticari uygulamalar ve *zekat* (hayır amaçlı bağış) gibi mekanizmalarla desteklenmektedir. İslami finans kurumlarının birçoğunda, faaliyetlerin dini prensiplere uygunluğunu değerlendiren ve yeni finansal araçların kabul edilebilirliği konusunda görüş bildiren danışma kurulları bulunmaktadır. Geleneksel finans kurumlarında böyle bir yapının bulunmaması ve kar maksimizasyonunun öncelikli amaç olarak benimsenmesi, İslami finansın temel ayırt edici özelliği olarak değerlendirilmektedir. Buna karşın, İslami finans faaliyetleri, dini ilkeler ve etik bir çerçevede temelinde yürütülmektedir (Warde, 2000; Sarı, 2022 ss. 200-201)

Türkiye’de İslami finansın gelişimiyle birlikte, yalnızca katılım bankaları değil, aynı zamanda faizsiz finansman sağlayan diğer kurumlar da sektöre dahil olmuştur. Bu kurumlar, geleneksel finans sistemine alternatif

olarak geliştirilen ürünleri piyasaya sunmuş ve bu ürünlerin tanıtımı ve pazarlaması konusunda yoğun çaba sarf etmiştir. Bu ürünlerden biri olan *sukuk* (İslami tahvil), Türkiye’de ilk kez 2012 yılında Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından ihale yoluyla kullanıma sunulmuştur. Yapılan bu ilk sukuk ihraçları kapsamında, toplamda üç ihale gerçekleştirilmiş ve 3 milyar TL ile 1,5 milyar dolarlık sukuk ihraç edilmiştir. Bu ihraçlar, İslami finans sisteminin Türkiye’deki uygulamaları açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur.

Sonuç olarak, İslami finans hem küresel ekonomik krizlere dayanıklılığı hem de etik ve sosyal sorumluluk temelli yapısıyla Türkiye’de giderek daha fazla ilgi görmektedir. Katılım bankalarının ve sukuk gibi finansal ürünlerin yaygınlaşması, Türkiye’nin bu alandaki potansiyelini ve öncülüğünü güçlendirmiştir.

Türkiye’de Katılım Bankacılığı, 40 yıllık bir geçmişe sahiptir. Bu serüven, 1984 yılında ÖFK (Özel Finans Kurumu) statüsüyle faaliyetlerine başlayan Albaraka Türk Katılım Bankası ve Faisal Finans kuruluşları ile başlamıştır. 2001 yılında Özel Finans Kurumlarını temsil etmek ve sektörün gelişimini desteklemek amacıyla Türkiye Katılım Bankacılığı Birliği (TKBB) kurulmuştur. 2005 yılında gerçekleştirilen düzenleme ile Özel Finans Kurumları, “Katılım Bankası” adıyla faaliyet göstermeye başlamış ve bu değişiklik sektörde önemli bir kilometre taşı olmuştur. 2008 global ekonomik krizinin yansımalarını takip eden süreçte, katılım bankacılığı sektörü 2010 yılından itibaren toparlanmaya başlamış ve gelişimini sürdürmüştür. Bu süreçte; 2015 yılında Ziraat Katılım, 2016 yılında Vakıf Katılım ve 2019 yılında Emlak Katılım Bankası sektöre dahil olmuştur, bu gelişmelerin akabinde 2022 yılında iki yeni Katılım Bankası olan Hayat Finans Katılım Bankası ve TOM Katılım Bankası dijital katılım bankaları olurken Dünya Katılım geleneksel bankacılık usulüyle faaliyetlerine başlamışlardır. (TKKB, 2024).





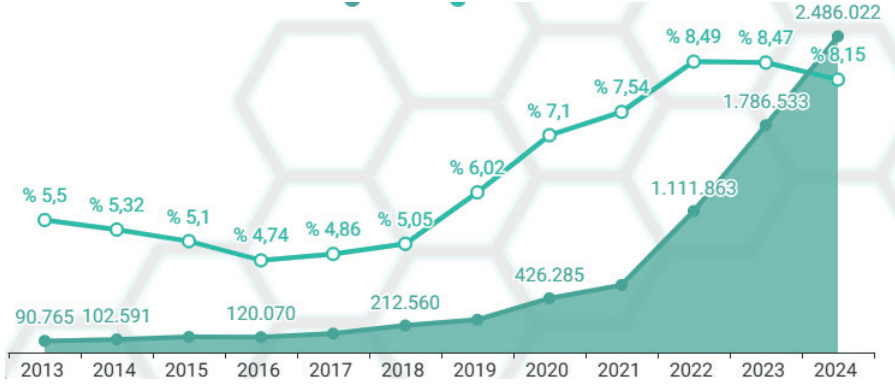
	<p>1991 yılında yerli sermaye ile kurulan Anadolu Finans ile 1985-2001 yılları arasında Faisal Finans Kurumu adıyla faaliyet gösteren Family Finans, 2005 yılında birleşerek Türkiye Finans adıyla hizmet vermeye başlamıştır.</p>
	<p>2014 yılında kuruluş izinlerini tamamlayan Ziraat Katılım Bankası 2015 yılında ilk kamu sermayesiyle açılan Katılım Bankası olarak faaliyete başlamıştır.</p>
	<p>2015 yılında anonim şirket olarak kurulan Vakıf Katılım, 2016 yılında ikinci kamu sermayesine sahip Katılım Bankasıdır.</p>
	<p>1926 yılında Emlak ve Eytam Bankası adıyla kurulan banka, Türkiye Emlak Kredi Bankası, Tek Bank ve Türkiye Emlak Bankası adlarıyla faaliyetlerine devam etmiştir. 25 Şubat 2019 tarihinde ise Türkiye Emlak Katılım Bankası adıyla yeniden faaliyete geçmiştir.</p>
	<p>Hayat Finans, 21 Nisan 2022'de BDDK'dan izinleri alarak faaliyetlerine başlamıştır.*</p>
	<p>4 Ağustos 2022'de kurulan TOM Katılım Bankası, 30 Mart 2023 tarihinde faaliyet iznini alarak dijital perakende bankacılık alanında hizmet vermeye başlamıştır.*</p>
	<p>2003 yılında BDDK tarafından TMSF'ye devredilen Adabank A.Ş., ihale yoluyla AHL Ahlatçı Finansal Yönetim A.Ş.'ye satılmıştır. 23 Kasım 2023'te BDDK kararıyla katılım bankasına dönüştürülen Adabank, 28 Kasım 2023 tarihli Resmî Gazete kararıyla bu statüyü kazanmış ve 26 Aralık 2023 itibarıyla faaliyetlerini Dünya Katılım Bankası A.Ş. adıyla sürdürmeye başlamıştır.</p>

\* Yalnızca Mobil bankacılı hizmeti vermektedirler.

Kaynak: (TKBB, 2024)

2024 yılı 3. Çeyrek itibari ile ülkemizde faaliyetlerine devam eden toplam 9 Katılım bankası mevcuttur. Bu bankalardan Hayat Finans Katılım Bankası ve TOM Katılım Bankası faaliyet hizmet ve ürünlerine dijital platformları üzerinden devam ederken diğer 7 Katılım Bankası faaliyetlerine fiziki şubeleri ve dijital bankacılık uygulamaları üzerinden devam etmektedir. Son iki yıl içerisinde toplamda 3 katılım bankasının da Türkiye Katılım Bankacılığı ekosistemine katılmış olması sektörün ülkemizde gelişim gösterdiğinin ve gelecek projeksiyonlarının olumlu şekilde değişeceğinin habercisi olabilir.

*Şekil 2.: Türkiye Katılım Bankacılığı Aktif Miktarları ve Sektör Payı*



*\*Veriler 2024 yılı için Eylül ayına aittir.*

*Kaynak: (TKBB,2024)*

2024 Eylül ayı itibari ile 2021 yılı itibari ile aktif büyüklüğün gözle görülür net bir şekilde artışına paralel olarak, bankacılık sektörü içerisindeki katılım bankacılığı payı 2018 yılı itibari ile büyüme trendini 2023 yılında sabit tutarken 2024 yıl sonu beklentisi sektör payının tekrar pozitif anlamda değişmesidir. Ülkemizde yaşanan enflasyonist ortam ve politika faiz uygulamaları katılım bankacılığı sektör payında yaşanan bu durağanlığı açıklayabilir.

#### 4. Dijital Bankacılık

Bilgi teknolojilerindeki yenilikler ve teknolojik gelişmeler, bankacılık sektörü de dahil olmak üzere tüm sektörlerde etkili olmuştur. Bankacılık sektöründe rekabetin artması ve istikrarlı büyümenin sağlanması, finans sektöründe yenilikçi fikir ve uygulamaların ortaya çıkmasını zaruri hale getirmiştir. 2008 küresel krizinin ardından hızlanan finansal yenilik süreci, etkin olmayan finansal aracılık ve piyasa yapısına alternatif olarak, finansal

hizmetlerin yeni araçlarla daha etkili bir şekilde sunulmasını sağlayan değişimler olarak tanımlanmaktadır (Yetiz ve Ünal, s.120, 2020).

Finansal teknolojilerdeki gelişmeler, bankaların organizasyon yapısına yeni birimlerin eklenmesini, bilgi akış sistemlerinin standartlaşmasını, operasyonel etkinliğin artmasını, tekrarlayan işlemlerin önlenmesini, daha kısa sürede daha fazla işlem yapılmasını, maliyetlerin düşmesini ve globalleşmeyi mümkün kılmaktadır (Işın, s.108, 2006).

Bu gelişmeler doğrultusunda, müşteri memnuniyetini en üst düzeyde tutmayı amaçlayan bankalar, finansal teknoloji uygulamalarını yakından takip ederek işlem hızı, zaman yönetimi ve maliyet etkinliği açısından rekabet avantajları sağlamaya başlamıştır. Bankacılık sektörü, müşteri memnuniyeti ve kâr hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla, yenilikçi finansal ürünlerin kabul edilmesini ve yaygınlaşmasını destekleyen teknolojilerden yararlanmıştır. Bu süreç, dijital bankacılık kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Özkan, 2003, s.73).

Dijital bankacılık kavramına ilişkin farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Bunlardan birine göre dijital bankacılık, maliyetleri düşürmek, finansal hizmetleri daha kullanıcı dostu hale getirmek ve erişimi yeni yöntemlerle sağlamak gibi amaçlarla, bankacılık sektöründe ve banka faaliyetlerinde mevcut teknolojik olanakların kullanılması sonucu ortaya çıkan ürün ve hizmetlerin tamamını kapsar. Bir diğer tanımda, dijital bankacılık, bankacılık işlemlerinin herhangi bir banka şubesine ihtiyaç duyulmadan internet, mobil cihazlar ve ATM gibi teknoloji tabanlı kanallar aracılığıyla gerçekleştirilmesine olanak tanıyan bir platform olarak ifade edilir. Basel Bankacılık Denetim Komitesi ise dijital bankacılığı, “bankacılık ürün ve hizmetlerinin elektronik kanallar üzerinden sağlanması” şeklinde tanımlamaktadır.

Bankalar, müşterilerine ürün ve hizmet pazarlamasında çeşitli yazılım ve teknolojilerden faydalanmaktadır. Banka ve kredi kartları, mevduat ürünleri, kredi başvuruları, para transferleri, sigorta işlemleri ve kurum tahsilatları gibi hizmetler için çok sayıda teknolojik program kullanılmaktadır. Aynı şekilde, iç organizasyon faaliyetlerinde de bu durum görülmektedir; işe alım süreçleri, performans ve yetkinlik değerlendirmeleri, ücret ve prim sistemleri ile eğitim planlama ve takibi gibi birçok alanda farklı yazılım ve teknolojilerden yararlanılmaktadır.

Bankacılık ürün ve hizmetlerinin bilgi teknolojileri vasıtasıyla müşterilere ulaştırılmasını sağlayan dağıtım kanalı olgusu, finansal hizmetlere erişimi kolaylaştırması, hizmet kalitesini artırması ve verimliliği sağlaması açısından önemli bir yere sahiptir. Bu kapsamda, internet bankacılığı bankalar tarafından

kullanılan en önemli dağıtım kanallarından biridir. Fiziki şube bankacılığına kıyasla maliyet avantajları sunan internet bankacılığı, uzun süredir aktif olarak kullanılmakta ve bankalar, fiyatlandırma ve ücretlendirme politikalarıyla müşterilerini bu kanala yönlendirme stratejileri geliştirmektedir. İnternet bankacılığının yanı sıra, mobil bankacılık da sıklıkla tercih edilen diğer bir önemli dağıtım kanalıdır. Bununla birlikte, ATM’ler ve çağrı merkezleri de müşterilere zaman ve mekân açısından sağladıkları avantajlar nedeniyle giderek daha yaygın olarak kullanılmaktadır (Kartal, 2017, s. 23-24).

Bankacılık ürün ve hizmetlerinin bilgi teknolojileri aracılığıyla müşterilere sunulmasını sağlayan dağıtım kanalı kavramı, finansal hizmetlere erişimi kolaylaştırması, hizmet kalitesini artırması ve verimliliği sağlaması açısından büyük bir öneme sahiptir.

Bu dağıtım kanalları arasında internet bankacılığı ön plana çıkmaktadır. Fiziki şube bankacılığına kıyasla önemli maliyet avantajları sunan internet bankacılığı, uzun süredir aktif olarak kullanılmakta ve bankalar, fiyatlandırma ve ücretlendirme politikalarıyla müşterilerini bu kanala yönlendirmeye çalışmaktadır.

İnternet bankacılığının yanında, mobil bankacılık da günümüzde sıkça tercih edilen bir diğer önemli kanaldır. Bununla birlikte, ATM’ler ve çağrı merkezleri de müşterilere zaman ve mekân açısından sağladıkları avantajlar sayesinde giderek daha fazla kullanılan kanallar haline gelmiştir.

Günümüzde başarılı olmak isteyen bankaların, teknolojiyi etkili bir şekilde kullanmanın yanı sıra, müşterilerden alınan ücret ve komisyonlar konusunda rekabetçi çözümler sunabilmesi, ürün geliştirmede teknoloji odaklı bir yaklaşımı benimsemesi ve yüksek katma değerli yenilikçi ürünler sunabilmesi gerekmektedir. Ayrıca, alternatif dağıtım kanallarını etkin ve etkili bir şekilde kullanabilen, değişim ve dönüşüm süreçlerini etkili ve etkin bir şekilde yönetebilen ve iş akışlarını bu süreçlere entegre edebilecek bir yapıya sahip olmaları kritik bir öneme sahiptir. Özetle, müşterilerinin istedikleri zamanda, istedikleri yerde ve istedikleri şekilde bankacılık hizmetlerine erişimini sağlayabilen bankalar, rekabet avantajı elde ederek başarıya ulaşacaktır.

Günümüzde bankacılık sektöründe, tüm işlemlerin ve bilgi aktarımını en gelişmiş teknolojiler kullanılarak, her an, her yerde ve hatasız bir şekilde müşterilere sunulması zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda, sektörün yeni dönemi, “dijital bankacılık” kavramı ile tanımlanmaktadır.

#### 4.1. Türkiye Katılım Bankacılığı Dijital Bankacılık Görünümü

Şekil 2. :Türkiye Katılım Bankacılığı Dijital Bankacılık Görünümü

Yıllar	Dijital Müşteri Sayısı	Toplam İşlem Hacmi	Toplam İşlem Adedi
2020	3,3 Milyon	593,7 Milyar ₺	103,5 Milyon
2021	4 Milyon	1 Trilyon ₺	135,6 Milyon
2022	4,7 Milyon	2,9 Trilyon ₺	125,5 Milyon
2023	5,4 Milyon	3,2 Trilyon ₺	137,8 Milyon
2024*	6,1 Milyon	6,8 Trilyon ₺	16,8 Milyar

\*2024 verileri Eylül Ayı itibarıyla.

Kaynak: (TKBB,2024)

Şekil 2, Türkiye'deki katılım bankacılığının dijital bankacılık alanındaki gelişimini yıllar itibarıyla göstermektedir. Veriler incelendiğinde, dijital müşteri sayısı, işlem hacmi ve işlem adedi açısından önemli bir artış olduğu görülmektedir.

- Dijital Müşteri Sayısı:** 2020 yılında 3,3 milyon olan dijital müşteri sayısı, 2024 tahmininde 6,1 milyona ulaşarak önemli bir artış göstermektedir. Bu, dijital bankacılığın giderek daha fazla tercih edildiğini ve katılım bankalarının dijital hizmetlere olan talebin arttığını gösteriyor. Müşteri sayısındaki artış, dijitalleşmenin katılım bankacılığına entegrasyonunun başarılı olduğunu ve müşteri kitlesinin hızla büyüdüğünü ortaya koymaktadır.
- Toplam İşlem Hacmi:** İşlem hacmi, 2020'te 593,7 milyar ₺ iken, 2024'te 6,8 trilyon ₺'ye çıkarak büyük bir artış göstermiştir. Bu, dijital bankacılığın kullanımının arttığı ve katılım bankalarının dijital kanallar üzerinden büyük işlem hacimleri gerçekleştirdiği anlamına gelmektedir. Özellikle 2022 ve 2023'teki artışlar, dijital bankacılığın finansal büyüklüğünü ve etkinliğini vurgulamaktadır.
- Toplam İşlem Adedi:** İşlem adedi, 2020'te 103,5 milyon iken, 2023'te 137,8 milyon olmuş ve 2024 tahmininde de 16,8 milyar olarak gösterilmiştir. Bu artış, dijital bankacılığın işlem hacminde sadece büyüme sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda müşteri başına işlem sıklığının arttığını ve bankaların daha fazla işlem gerçekleştirdiğini gösteriyor. Ancak 2024 tahminindeki işlem adedi, önceki yıllara kıyasla düşük kalmaktadır. Bu, dijital bankacılığın işlem hacmi açısından daha büyük bir artış yaşasa da işlem adetinin belki de daha büyük işlemlerle yoğunlaştığını işaret edebilir.

Türkiye’deki katılım bankacılık sektörü dijitalleşme konusunda hızlı bir gelişim göstermektedir. Dijital müşteri sayısındaki hızlı artış, dijital bankacılığa olan talebin arttığını ve bankaların dijital platformlara yatırım yaparak müşterilerine daha fazla erişim sağladığını göstermektedir. Türkiye’deki Katılım Bankacılığının dijital bankacılık kanallarında yapılan birçok işlemde (EFT, Havale, finansal sorgu araçları vb.) ücret almama politikaları bu artışları desteklemiş olabilir. Ayrıca, işlem hacminin büyük bir artış göstermesi, dijital bankacılığın ekonomik büyüklükte de önemli bir yer edindiğini işaret eder. Ancak, işlem adedindeki değişim dikkat edilmesi gereken bir faktör olup, daha büyük işlemlerin gerçekleştirildiği bir yapı ortaya çıkmış olabilir.

## 5. Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye’de İslami finans ve Katılım Bankacılığı sektörünün dijital dönüşüm süreci incelenmiş ve dijital bankacılığın sektördeki etkileri ele alınmıştır. Türkiye, özellikle 1980’lerin ortalarında İslami finans uygulamalarıyla tanışmış ve bu süreçte, faizsiz finansal ürünler ve Katılım Bankacılığı gibi alternatif finansal yapılar önemli bir gelişim göstermiştir. 2005 yılında yapılan düzenlemeler ile katılım bankaları, konvansiyonel bankacılığa alternatif sunan bir model olarak hukuki zemine oturmuş ve sektördeki varlıklarını güçlendirmiştir.

Dijital dönüşüm, katılım bankacılığı sektöründe önemli bir rol oynamış ve sektör, dijitalleşme süreci ile büyük bir büyüme kaydetmiştir. Özellikle dijital müşteri sayısındaki artış, işlem hacminde gözlemlenen büyük yükseliş ve dijital bankacılıkla gerçekleştirilen işlem adetlerinin çoğalması, katılım bankacılığının dijital platformları etkin bir şekilde kullanarak büyümesini sürdürdüğünü göstermektedir. Dijital bankacılığın yaygınlaşması, sadece bankaların operasyonel verimliliğini artırmakla kalmamış, aynı zamanda müşterilerin bankacılık hizmetlerine daha hızlı ve kolay erişmesini sağlamıştır.

Türkiye’de katılım bankacılığı sektörü, dijital platformlara yaptığı yatırımlar ve dijital bankacılık hizmetlerini yaygınlaştırma çabaları ile önemli bir aşama kaydetmiştir. 2024 yılı itibarıyla dijital müşteri sayısının 6,1 milyona ulaşması, sektörde dijitalleşmenin önemli bir güç haline geldiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, işlem hacminin 6,8 trilyon TL’ye ulaşması, katılım bankalarının dijital bankacılıkta elde ettikleri başarının somut bir göstergesidir. Ancak işlem adedindeki artışın görece daha düşük kalması, daha büyük işlemlerin tercih edildiğini ve bankaların dijital platformlar üzerinden daha büyük hacimli finansal işlemleri hedef aldığını işaret etmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki katılım bankacılığı sektörü dijital dönüşümde önemli bir mesafe kat etmiş ve gelecekte dijital bankacılığın daha da yaygınlaşması beklenmektedir. Dijitalleşme sürecinin başarılı bir şekilde entegrasyonu, katılım bankacılığının rekabet gücünü artırarak sektördeki potansiyelini daha da güçlendirecektir. Bu bağlamda, sektöre yönelik gelecekteki düzenlemeler ve yatırımlar, dijital bankacılığın daha verimli ve kapsamlı hale gelmesine katkı sağlayacaktır.

## 6. Kaynakça

- Ahmetoğulları, K., & Arabacı, N. (2022). Pandemi Sonrası Finansal Yeteneklerin Teknoloji Kabul Modeli Ekseninde İrdelenmesi: Katılım Finans Sektöründe Dijital Bankacılık Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14(3), s. 2270-2289.
- Akbaş, F. (2023). Türkiye’de Katılım Bankacılığının Mevcut Görünümü ve Gelişimi. *İktisadi Araştırmalar Dergisi*, 1(3), 12-17.
- Akbaş, Ö., & Duran, S. (2023). Teknolojik İnovasyonun Katılım Bankacılığına Etkisi: Uygulamalar. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 14(53), s. 1257-1275.
- Beybur, M. (2022). Şubesiz Dijital Bankacılık ve Türk Bankacılık Sektörü İçin Öneriler. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), s. 286-303.
- Canbaz, M., & Erbaş, S. (2021). Katılım Bankacılığında Fintek Eğilimleri ve Sektöre Katkıları. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 477-489.
- Çalış, N. (2023). Dijital Bankacılık Uygulamalarının Karlılığa Etkisi: Katılım Bankacılığı Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *İktisadi Ve İdari Bilimler Alanında Teori, Uygulama Ve Güncel Tartışmalar* (s. 143-161). içinde Gazi Kitapevi.
- Çizgici Akyüz, G. (2023). İnternet ve Mobil Bankacılık Uygulamalarının Bankacılık Sektörüne Etkisi. *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(2), s. 74-94.
- Er, H. (2023). İslami Finans ve Finansal Teknolojinin Gelecekteki Rolü. *Dijitalleşmenin Finans Sektörüne Getirdiği Yenilikler* (s. 91-114). içinde Özgür Yayınları.
- Gülal, K., & Kayahan, C. (2024, Haziran). Dijital Bankacılık Etkileşimiyle Türkiye Katılım Bankacılığı: 2020 – 2023 Dönemi Analiz Ve Değerlendirme. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), s. 124-134.
- Güney, G. (2023). Türkiye’de İslami Finansa Dijital Bankacılık Anlayışı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 10(4), s. 932-944.
- Işın, F. (2010). Teknoloji Araçlarının Bankacılık Sektöründe Uygulanabilirliği Ve Türkiye’deki Bu Doğrultudaki Bankacılık Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), s. 107-120.
- Kartal, M. (2017). Bankacılıkta Alternatif Dağıtım Kanalları Kullanımı: TBB Üyesi Bankalar. *Social Sciences Research Journal*, 6(1), s. 22-44.
- Özkan, T. (2003). Finansal Hizmetlerin Ulaştığı Bir Uç Nokta: Elektronik Bankacılık. *Öneri Dergisi*, 5(20), s. 73-81.



- Sarı, S.S. (2022). Katılım Bankacılığı Özelinde Kobi'lerin Finansal Sisteme Yönelik Tutum ve Algılarının İncelenmesi. *Akademik Hassasiyetler Dergisi*,9(18), s. 200-201.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği*. (2024). Türkiye Katılım Bankaları Birliği Veri Peteği Web Sitesi: <http://veripetegi.tkbb.org.tr/>
- Uluyol, O. (2022). Pandemi Döneminde Katılım Bankalarındaki Dijital Bankacılık Uygulamalarının Gelişimi. *İslami Finans ve Muhasebede Güncel Araştırmalar* (s. 131-153). içinde Özgür Yayın Dağıtım.
- Yetiz, F., & Ergin Ünal, A. (2018). Finansal Yeniliklerin Gelişimi ve Türk Bankacılık Sektörüne Etkileri. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(4), s. 117-135.
- Yıldırım, S., & Yıldırım, D. (2022). İslami Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Adaptasyon: Türkiye Örneği. *Kapanaltı Muhasebe Finans Ekonomi Dergisi*(1), s. 73-84.
- Warde, I. (2000). Islamic finance in the global economy. Edinburgh University Press.

