

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI FİNANS VE KATILIM BANKACILIĞI BİLİM DALI

**KATILIM BANKALARINDA KURUMSAL SOSYAL
SORUMLULUK**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem Keskin

İstanbul
Eylül, 2014

T.C.

İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İŞLETME

ANABİLİM DALI

ULUSLARARASI FİNANS VE KATILIM BANKACILIĞI BİLİM DALI

KATILIM BANKALARINDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Meltem Keskin

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Özgür Kökalan

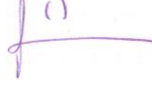
İstanbul

Eylül, 2014

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan Yrd. Doç. Dr. Özgür KÖKALAN (Danışman)



Üye Yrd. Doç. Dr. Turgay GEÇER

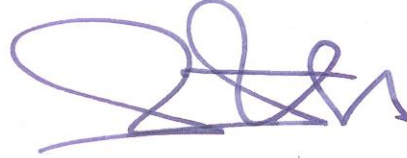


Üye Yrd. Doç. Dr. Mustafa ÇAKIR



Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.



Prof. Dr. Bülent ARI

Enstitü Müdür V.

ÖNSÖZ

“Katılım Bankalarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk” adlı bu çalışma İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı’nda yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Faizli sisteme göre çalışan bankaları kullanmayan halkın, atıl durumda olan fonlarını ekonomiye kazandırmak amacıyla kurulan katılım bankaları 25 yılı aşkın süredir ülkemizde faaliyet göstermektedir. Katılım bankaları, faaliyete geçtikleri günden bugüne kadar etkisini arttırmaktadır. Gün geçtikçe kurumlar arası rekabet artmakta, değişim daha da hızlanmaktadır. Kurumların ana faaliyetlerinin yanında toplumun zaman içindeki ihtiyaçları ve kültürel değişimleri gözönüne alarak sosyal sorumluluk projeleri ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmada katılım bankalarının kuruldukları günden bugüne faaliyete geçirmiş oldukları sosyal sorumluluk projelerinden bahsedilmiştir.

Bu çalışmayı sonuçlandırmamda görüşleri ile katkıda bulunan değerli Yrd. Doç. Dr. Özgür Kökalan'a, benim bugünlere gelmemi sağlayan, iyi ve kötü her günümde sürekli beni destekleyen anneme, babama, kardeşlerime ve tüm aile üyelerine çok teşekkür eder, çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2014

MELTEM KESKİN

ÖZETLER

ÖZET

KATILIM BANKALARINDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

Meltem Keskin

Yüksek Lisans, Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Özgür Kökalan

Eylül– 2014, XVII + 86 sayfa

Faizsizlik prensibini benimseyen ve finansal ihtiyaçlarını bu ilkeler doğrultusunda gidermek isteyen halk katılım bankalarını tercih etmektedir. Her kurum gibi katılım bankalarının da topluma karşı kanuni ve sosyal sorumlulukları bulunmaktadır. Bu çerçevede kurumsal olmanın getirdiği sorumluluklar, finansal hizmetlerin dışında sosyal ve kültürel alanlara da katkı yapmayı gerektirmiştir.

Kurumsal kimliklerin kültür ve sanatla desteklendiği projeler Kurumsal Sosyal Sorumluluk adıyla literatürde kendine yer bulmuştur. Bu çalışmada Katılım Bankalarının günümüze kadar yaptıkları sosyal sorumluluk projelerinden bahsedilmiş, bugünkü durumlarının bilimsel yöntem ve araştırma metodlarıyla bir fotoğrafı çekilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankaları, Kurumsal Sosyal Sorumluluk

ABSTRACT MASTER THESIS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT PARTICIPATION BANKS

Meltem Keskin

Supervisor: Yrd. Doç. Dr. Özgür Kökalan

2014 – Page: XVIII + 86

People who adopt the principle of interest-free banking and who want to meet their financial needs in accordance with this principle prefer participation banks. Like every institution, also participation banks have legal and social responsibilities towards to society. In this respect, responsibilities of being corporate require to contribute to social and cultural fields besides financial services.

Projects that promote corporate profiles with culture and art took a place in the literature namely Corporate Social Responsibility. At this work, social responsibility projects that are made by participation bank from the past to the present were mentioned, current situations were tried to figure by making use of scientific and research methods.

Key Words: Participation Banks, Corporate Social Responsibility

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI.....	İİİ
ÖNSÖZ	İV
ÖZETLER.....	V
İÇİNDEKİLER	Vİ
TABLolar LİSTESİ.....	XVİ
ŞEKİLLER LİSTESİ	XVİİ
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	XVİİİ
GİRİŞ	1
BÖLÜM I.....	3
1. KATILIM BANKACILIĞI.....	3
1.1. BANKANIN TANIMI.....	3
1.2. BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ	3
1.3. BANKA TÜRLERİ	5
1.3.1. Ticaret Bankaları	5
1.3.2. Yatırım ve Kalkınma Bankaları.....	5
1.4. KATILIM BANKACILIĞININ TANIMI.....	5
1.5. KATILIM BANKACILIĞININ ORTAYA ÇIKIŞ NEDENLERİ.....	7
1.5.1. Dini Nedenler	7

1.5.2. Ekonomik Nedenler	8
1.5.3. Sosyal Nedenler	10
1.6. KATILIM BANKALARININ ÖZELLİKLERİ	11
1.6.1. Faizsizlik Prensibi	11
1.6.2. Ticaretle Bağlantılı Olma Prensibi	11
1.6.3. Sermaye Bağlantılı Olma Prensibi	12
1.6.4. Yatırımların Ahlaka Uygun Olma Prensibi	12
1.7. KATILIM BANKALARININ TÜRKİYE’DEKİ GELİŞİMİ	12
1.8. KATILIM BANKALARINDA 2005 SONRASI HUKUKİ YAPI	13
1.9. KATILIM BANKALARININ AVANTAJLARI	14
1.9.1. Atıl Fonların Ekonomiye Kazandırılması	15
1.9.2. Reel Ekonomiye Katkıları	15
1.9.3. Kayıt Dışı Ekonomiye Engellemesi	15
1.9.4. İstihdama Olumlu Etkisi	16
1.9.5. Yabancı Sermaye Transferi Sağlaması	16
1.9.6. Yeni Finansman Teknikleri Ortaya Çıkarması	17
1.9.7. Düşük Maliyetler	17
1.9.8. Enflasyon Düşürücü Etkisi	17
1.10. KATILIM BANKALARI İLE KLASİK BANKALAR ARASINDAKİ BENZERLİKLER	18

1.11. KATILIM BANKALARI VE KLASİK BANKALAR ARASINDAKİ FARKLILIKLAR.....	18
1.12. KATILIM BANKACILIĞININ DEZAVANTAJLARI.....	23
1.12.1. Mali Enstrüman Azlığı	23
1.12.2. Acil İhtiyaçları Karşılamadaki Yetersizlikler.....	24
1.12.3. Uzun Vadeli Projelere Kaynak Sağlayamama.....	24
1.12.4. Kamu Finansmanına Katılamama	24
1.12.5. Para Piyasasına Girememe	25
1.12.6. Verimli Enstrümanlarla İşlem Yapamama	25
1.12.7. Senet Karşılığı Kredi Kullandıramama	25
1.12.8. Bilanço Analizinde Güçlük	25
1.12.9. İkincil Piyasalarda İşlem Yapamama	25
1.12.10. Faizli Bankalarla Rekabeti	26
BÖLÜM II	27
2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK	27
2.1. SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMI.....	27
2.2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK TANIMI.....	28
2.3. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN TARİHSEL GELİŞİMİ... 30	
2.4. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUKLA İLGİLİ KAVRAMLAR... 31	
2.4.1. İş Etiği.....	32
2.4.2. Kurumsal Vatandaşlık	32

2.4.3. Kurumsal Yönetişim.....	33
2.4.4. Kurumsal Sürdürülebilirlik.....	34
2.4.5. Sponsorluk.....	35
2.5. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK YAKLAŞIMLARI	36
2.5.1. Klasik Yaklaşım	36
2.5.2. Modern Yaklaşım	37
2.6. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PİRAMİDİ	38
2.6.1. Ekonomik Sorumluluk.....	38
2.6.2. Yasal Sorumluluk	39
2.6.3. Ahlâki Sorumluluk	39
2.6.4. Gönüllü Sorumluluk	39
2.7. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALANLARI	40
2.7.1. Çevreye Karşı Sorumluluklar	41
2.7.2. Tüketicilere Karşı Sorumluluk	41
2.7.3. Topluma Karşı Sorumluluk	42
2.7.4. Çalışanlara Karşı Sorumluluk.....	43
2.7.5. Rakiplere Karşı Sorumluluk	44
2.8. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK GİRİŞİMLERİ	44
2.8.1. Sosyal Amaçlı Teşvikler.....	44
2.8.2. Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama.....	45
2.8.3. Kurumsal Sosyal Pazarlama	45

2.8.4. Kurumsal Hayırseverlik.....	45
2.8.5. Toplum Gönüllülüğü	45
2.8.6. Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları.....	46
2.9. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN AVANTAJLARI.....	46
2.10. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUĞUN DEZAVANTAJLARI	50
3. KATILIM BANKALARINDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ.....	52
3.1. ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI ÖRNEĞİ	52
3.1.1. Sponsorluk Projeleri	52
3.1.1.1. Cemil Meriç	52
3.1.1.2. Aliya Belgeseli	53
3.1.2. Kültür ve Sanat Projeleri	54
3.1.2.1. Geleneksel Albaraka Türk Hat Yarışması.....	54
3.1.2.2. Kültürel Yayınlar	55
3.1.3. Eğitim Projeleri.....	56
3.1.3.1. Bereket Vakfı	56
3.1.3.2. Simurg, Kaf Dağı'na Yolculuk	56
3.1.3.2. Simurg Çocukların Fırçasından Doğuyor	56
3.1.4. Çevre Projeleri.....	56
3.1.4.1. Çevre Dostu Genel Müdürlük Binası	57
3.1.4.2. Albaraka Hatıra Ormanı.....	58

3.1.5. Toplumsal Projeler	58
3.1.5.1. Kan Acil Değil Sürekli İhtiyaçtır	58
3.2. KUVEYT TÜRK KATILIM BANKASI RNEğİ	58
3.2.1. Kültür ve Sanat Projeleri	59
3.2.1.1. Ortaköy Camisi Restorasyonu.....	59
3.2.1.2. Saliha Sultan eşmesi Restorasyonu	59
3.2.1.3. Kozahan Şadırvanı Restorasyonu	59
3.2.2. Toplumsal Projeler	60
3.2.2.1. KAÇUV Umuda Destek Projesi.....	60
3.2.2.2. Pakistan Sel Felaketi Mağdurlarına Yardım Kampanyası	60
3.2.2.3. Afrika Yalnız Değilsin	60
3.2.3. Eğitim Projeleri.....	61
3.2.3.1. Bankada Kmps	61
3.2.4. evre Projeleri	61
3.2.4.1. Kuveyt Türk Hatıra Ormanı	61
3.2.4.2. Doğayı Korumaya Teşvik	61
3.3. ASYA KATILIM BANKASI RNEğİ.....	62
3.3.1. Sponsorluk Projeleri	62
3.3.1.1. Bank Asya 1. Lig.....	62
3.3.1.2. Spor Sponsorlukları.....	63
3.3.1.3. Organizasyon Sponsorlukları	63

3.3.1.4. Kùltür Sanat Sponsorlukları	63
3.3.1.5. Medya Sponsorlukları	63
3.3.2. Kùltür ve Sanat Projeleri	63
3.3.3. Eğitim Projeleri.....	65
3.3.3.1. Bir Çocuk Okutuyorum.....	65
3.3.4. Çevre Projeleri	65
3.3.5. Toplumsal Projeler	65
3.3.5.1. Soma Maden Kazası.....	65
3.4. TÜRKİYE FINANS KATILIM BANKASI ÖRNEĞİ.....	66
3.4.1. Sponsorluk Projeleri	66
3.4.1.1. Esnaf Bayramı	66
3.4.1.2. Egeli İş Adamlarına Moral.....	66
3.4.1.3. Kırkpınar Yağlı Güreşleri	67
3.4.1.4. Anadolu Markaları	67
3.4.2. Kùltür ve Sanat Projeleri	67
3.4.2.1. Vakıf Medeniyet ve Para Vakıfları	68
3.4.2.2. Sema'nınSadası	68
3.4.2.3. Buselikaşiran Mevlevi Ayini.....	68
3.4.2.4. Türkiye Finans Fotoğraf Yarışması	68
3.4.3. Toplumsal Projeler	68
3.4.3.1. Soma Maden Kazası.....	69

3.4.3.2. Türk Kızılayı'na Bağış	69
3.5. KLASİK BANKALARDA SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ.....	69
3.5.1. İş Bankası Örneği	69
3.5.1.1. Sponsorluk Projeleri.....	70
3.5.1.1.1. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali.....	70
3.5.1.1.2. “Muzalar Evi” Kazı Sponsorluğu	70
3.5.1.1.3. Satranç	70
3.5.1.2. Kültür ve Sanat Projeleri	70
3.5.1.2.1. İş Sanat Konser Salonu	71
3.5.1.2.2. İş Sanat Galeriler	71
3.5.1.2.3. Türkiye İş Bankası Müzesi	71
3.5.1.3. Eğitim Projeleri	71
3.5.1.3.1. 81 İlden 81 Öğrenci	71
3.5.1.3.2. Karneni Göster Kitabını Al.....	72
3.5.1.3.3. Ateşböceği Gezici Öğrenim Birimi	72
3.5.1.3.4. 81 İlde 81 Orman Projesi.....	72
3.5.2. Garanti Bankası Örneği	72
3.5.2.1. Sponsorluk Projeleri	73
3.5.2.1.1. İstanbul Modern Çağdaş Sanat Müzesi	73
3.5.2.1.2. Garanti Cengiz Han Sergisi Sponsroluğu	73
3.5.2.1.3. İçimdeki Düşman.....	73

3.5.2.1.4. Garanti Caz Yeşili.....	73
3.5.2.2. Kültür ve Sanat Projeleri	74
3.5.2.2.1. İstanbul Arkeoloji Müzesi	74
3.5.2.2.2. Eski Şark Eserleri Müzesi.....	74
3.5.2.2.3. Dünya Mirası Belgeseli	74
3.5.2.2.4. Likya Yolu.....	74
3.5.2.3. Eğitim Projeleri	74
3.5.2.3.1. Denizyıldızları Projesi	75
3.5.2.3.2. Gönüllü Eğitime Destek Projesi	75
3.5.2.3.3. Öğretmenin Sınırı Yok	75
3.5.2.4. Çevre Projeleri	75
3.5.2.4.1. Hayvanları Koruma Projeleri.....	75
3.5.2.4.2. Orman Koruma Projeleri	76
SONUÇ.....	77
KAYNAKÇA.....	81

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1: Katılım Bankaları ile Klasik Bankaların Vermiş Oldukları Hizmetler Yönünden Karşılaştırılması	18
Tablo 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları	48

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi	38

KISALTMALAR ve SİMGELER

ABD	Amerika Birleşik Devleti
ATM	Bankamatik
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BSMV	Banka Sigorta Muamele Vergisi
ÇEKÜD	Çevre ve Kültür Kuruluşları Dayanışma Derneği
KDV	Katma Değer Vergisi
KKDF	Kaynak Kullanımı Destek Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KSS	Kurumsal Sosyal Sorumluluk
M.Ö	Milattan Önce
ÖFK	Özel Finans Kurumları
TBB	Türkiye Bankalar Birliği
TFF	Türk Futbol Federasyonu
TKBB	Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TMSF	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

GİRİŞ

Dini sebeplerden dolayı faizden uzak durmaya çalışan halk, faizli sisteme göre çalışan klasik bankaları kullanmamaktadır. Bu sebeple atıl duran fonların ekonomik sisteme çekilmesini ve ekonomiye katkı sağlaması amacıyla kâr ve zarar ilişkisine bağlı olarak çalışan katılım bankaları kurulmasına karar verilmiştir. Dini hassasiyetleri gözetilen ve buna bağlı temel prensiplere göre hareket eden katılım bankalarına tasarruflarını yatıran müşteriler kâra ortak olduğu gibi zarara da ortak olmaktadır. Bugüne kadar yaşanan politik sebepler ve etkin olamayan denetim mekanizmaları, yaşanan ekonomik krizler ve 2006'ya kadar banka olarak kabul edilmeyen bu sistem 25 yılı aşkın süredir faaliyette olmasına rağmen tam olarak anlaşılmamaktadır.

Kurumlar ana faaliyetlerini sürdürürken sosyal sorumluluk firmaların ana faaliyetlerini sürdürürken sosyal, çevresel, toplumsal konulardaki sosyal sorumluluk çalışmalarında sürdürmektedir. Bu çalışmaları hiçbir maddi getiri beklemeden kurumsal olmanın gerekliliği ve sorumluluk bilinciyle yapmaktadırlar.

“Katılım Bankalarında Kurumsal Sosyal Sorumluluk” adlı yüksek lisans projesi teorik bir çalışma olup; öncelikle literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Bu nedenle çalışmada veri toplama tekniği olarak, yurtiçinde ve yurtdışında yayımlanan kitaplardan, tez çalışmalarından, dergi ve makalelerden yararlanılmıştır. Bunun yanında internet ortamında konu ile ilgili içeriklerin bulunduğu web sitelerinden faydalanılmıştır.

Bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Katılım bankacılığı ve kurumsal sosyal sorumlulukları üzerine çok fazla akademik çalışma yapılmamıştır. Bu çalışmada, katılım bankaları ve kurumsal sosyal sorumlulukları üzerinde durularak katılım bankalarının kuruluşlarından günümüze kadar yapmış oldukları sosyal sorumluluk projeleri üzerine bir inceleme çalışma yapılmış ve üç ana bölümde incelenmiştir.

Birinci bölümde katılım bankacılığının tanımı, kuruluşu, gelişimi, ekonomiye katkıları, klasik bankalarla arasındaki benzerlik ve farklılıklar, avantaj ve dezavantajları üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde, kurumsal sosyal sorumluluğun tanımı tarihsel gelişimi, kurumsal sosyal sorumluluk kavramıyla karıştırılan kavramlar, kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımları, kurumsal sosyal sorumluluk piramidi, alanları ve girişimleri, kurumsal sosyal sorumluluğun avantaj ve dezavantajları ayrıntılı bir şekilde anlatılmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde, katılım bankalarının kuruluşlarından itibaren günümüze kadar çevre projeleri, toplumsal projeler, eğitim, sponsorluk, kültür ve sanat alanlarında yapmış oldukları sosyal sorumluluk projelerinden bahsedilmiştir.

Sonuç kısmında katılım bankalarının yapmış oldukları sosyal sorumluluk projelerinin sağladığı faydalar üzerinde durulmuştur.

BÖLÜM I

1. KATILIM BANKACILIĞI

1.1. Bankanın Tanımı

Banka kelimesinin Türkçe karşılığı; masa, sıra veya tezgâh anlamına gelen İtalyanca Banco'dan gelmektedir. Banka, mevduat kabul eden, bu mevduatı en verimli şekilde çeşitli kredi işlemlerinde kullanmak amacını güden veya kısaca; faaliyetlerinin esas konusu düzenli bir şekilde kredi almak yâda kredi vermek olan bir ekonomik kuruluştur. Bankanın başka bir tanımı; para, kredi ve sermaye konularına giren her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen, özel veya kamusal kişilerle işletmelerin bu alandaki her türlü gereksinimlerini karşılama faaliyetlerini temel uğraş konusu olarak seçen bir ekonomik birimdir (Takan, 2001).

1.2. Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Tarihte ilk bankacılık hizmetlerinin eski Sümer ve Babil'e kadar uzandığı düşünülmektedir. Sümerler 'de M.Ö. 3500 yılında kurulan 'maket' bilinen ilk banka kuruluşudur. Maket'in rahipleri de ilk borç verenler olarak bilinmektedir. Maketler, harman zamanı ödenmek üzere tohum gibi hammadde ve techizat alımı için çiftçilere ilk dönemlerde fiziki daha sonraları parasal kredi açtıkları, kazılar sonucu saptanmıştır. Kazılarda çıkan belgeler bir hesaptan diğer hesaba transferlerin, tediye ve teslim emirlerinin, mal belgeleri talimatının varlığı ortaya koyulmuştur. Maketlerin başlıca uğraş konularının ödünç ve mevduat kabulü işlemlerinden oluştuğu ve bu maketlerde değişim düzeninin çok düzenli bir biçimde örgütlendiği ortaya koyulmaktadır (Parasız, 1994).

Parasız (1994)' göre ünlü Hammurabi kanunlarında maketlerin ödünç işlerini nasıl yöneteceği, borcun vadesinde nasıl tahsil olunacağı, borçlunun maketlerin ödünç işlerini nasıl yöneteceği, borcun vadesinde nasıl tahsil olunacağı, borçlunun hangi mallarının ne yolla borcun tasfiyesinde kullanacağı hakkında bilgi verilmiştir. Ödünç işleri sırasında faiz tahsiline de izin verildiği anlaşılmaktadır.

Eskiçağ'da bankacılık aslında para ticaretinden başka bir şey olmayıp, ancak her halükarda belli ticaret merkezlerinde para ticaretinin yapılması mabadeleyi kolaylaştırdığı gibi ticaretin hızlanmasını, akışını ve ödeme kolaylığını sağlayan önemli bir müessese olmuştur. Bu usul İlkçağ boyunca devam etmiş, Ortaçağ'a gelindiğinde ise bankacılık işlemlerinde bir adım daha ileriye gidilmiştir. Ortaçağ bankacılığının esasını ödünç para verme işlemi oluşturmaktaydı. Bu dönemde bankacılık işlemlerinin sarraf dediğimiz kişiler yapmaktaydı. Sarraflar pazar ve panayırlara yerleşerek, her ülkenin değişik değerdeki sikkelerinin ağırlığını ve içindeki gümüşün kaç ayar olduğunu tespit eder ve bunların değişimini yapardı. Ayrıca sarraflar kişilerin borçlarını öder, kredi mektuplarını değerlendirir veya borç para verirdi (Güçlü Ay, 2001).

Modern Bankacılığın başlangıcı 1609 yılında Amsterdam Bankası'nın kurulması ile başlamış, 1694 yılında kurulan İngiltere Bankası ve 1907'de ABD'de kurulan Federal Reserve Bank ile olgunluğa ulaşarak modern banka sisteminin iskeletini oluşturmuşlardır. Borç almak isteyenler, finansal piyasalarda doğrudan kredi verenlere menkul kıymet satarak fon sağlayabilmektedirler. Bu durumda borçlu olan ekonomik birimler borçlarını, gelecekte elde edecekleri gelirlere ödemeyi taahhüt etmektedirler. Bu doğrudan yapılan finansmanın yanında dolaylı finansman yöntemi de kullanılabilir. Burada tasarrufçu fon kaynağını, finansal aracıya aktarır, kredi kullanmak isteyen de, fon gereksinimini finansal araçlardan sağlar. Dikkat edilirse finansal piyasalar, borç vermek isteyen ile alıcının birbirini bulma olanağını sağlar. Burada buluşma yüz yüze olmaz, aracı kurum vasıtası ile birbirlerini görmeksizin fonların aktarımı sağlanır. Eğer finansal sistem olmasaydı, borç vermek isteyen ile almak isteyen birbirini bulamayacaktı, dolayısıyla parasal ilişki kurulamayacaktı. Bu bağlantıyı, bir ileri noktaya taşıdığımızda, kurulamayan bu ilişki sonucunda iktisadi faaliyetin de sadece takas işleminden ibaret olacağını söylemek mümkündür. Kurmuş olduğumuz bu dizgi, bankacılığın tarihinin çok eski yıllara dayanmasının nedenini de açıklamaktadır (Aladağ, 2010).

Özetle, borç vermek isteyen ile borç almak isteyenleri birbirini bulmasını ve geri ödemenin her iki tarafında ortak kararıyla belirlenen şartlar dahilinde olması ile bankacılık sistemi oluşmuştur.

1.3. Banka Türleri

Bankalar, işlevlerine göre ticari, yatırım ve kalkınma bankaları olarak iki grupta incelenmektedir.

1.3.1. Ticaret Bankaları

Ticari bankacılık, tüm ticari faaliyetlere katılan bankaları ifade etmektedir. Ticaret bankaları topladıkları vadesiz veya kredilerini daha çok kısa vadeli kaynaklarda kullanan bankalar olarak çok yönlü bankacılık hizmeti sunmaktadır (Ergin & Aypek, 1997).

1.3.2. Yatırım ve Kalkınma Bankaları

Eski Bankalar Kanunu yatırım bankalarını; “sermaye piyasasında faaliyet göstermek, sermaye piyasası araçları kullanılarak sağlanan kaynaklarla yatırım yapmak, işletmelere etkin bir şekilde yönetim ve sağlıklı bir mali yapıya kavuşmaları amacıyla devir ve birleşme konuları dâhil danışmanlık hizmetleri vermek, mevduat kabulü hariç bankacılık işlemleri yapmak üzere kurulurlar” şeklinde tanımlamaktadır. Yine aynı kanunda kalkınma bankaları için “yatırım bankacılığı faaliyetlerine ilave olarak öz kaynakları ile idaresi kendilerine bırakılan fon ve benzeri kaynaklardan kredi vermek üzere kurulurlar” denilmektedir. Yeni Bankacılık Kanunu benzer bir yaklaşıma sahip olmakta ve yatırım ve kalkınma bankalarını birlikte tanımlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde gelişimin önündeki en önemli engel sermaye yetersizliğidir. Yatırım ve kalkınma bankacılığı da bu nedenlerle ortaya çıkmıştır ve ülke kalkınmasında önemli rol oynamaktadırlar. Gelişmekte olan bir ülke olan ülkemizde de yatırım ve kalkınma bankacılığı sermaye birikiminin yetersizliği sorununun aşılmasında önemli fonksiyonlar üstlenmektedir (Aydın, 2012).

1.4. Katılım Bankacılığının Tanımı

Dünya’da Faizsiz Bankalar ve İslam Bankaları olarak tanımlanan finansal kuruluşlar ülkemizde Katılım Bankaları olarak tanımlanmaktadır.

Katılım bankacılığı, parasal işlemlerle mal ve hizmet hareketlerinin birbirine sıkı sıkıya bağlandığı, her para hareketinin mutlaka bir mal veya hizmete karşılık

geldiği; gelirin ise, kâr ve zarar ortaklığı esasına göre bölüşüldüğü bir sistem olarak tanımlamak mümkündür. Geleneksel bankacılıkta para bir mal gibi değerlendirilip, meselâ 100 lira 110 liraya karşılık satılabilir. Buradaki 10 liranın karşılığı aranmaz, bunun neden 10 lira olduğu sorgulanmaz ve buna sermayenin zaman değeri, iskonto haddi gibi hayali karşılıklar bulunmaya çalışılır. Faizsiz bankacılıkta para, para karşılığında ancak eşit miktarda değişilir, yani faizsiz ödünç verilir. Eğer paradan kazanç sağlanılmak isteniyorsa, bu kazancın mutlaka topluma sunulan bir hizmet, bir katma değer veya malın değerindeki bir artışa karşılık gelmesi gerekir. Yani bir parasal işlemde para tarafındaki bir artışın, mal veya hizmet tarafındaki reel bir artışla dengelenmesi gerekir (Özsoy, 2012).

Özsoy (2012)'ye göre; katılım bankalarının işlem kalemleri içinde en fazla yer tutan ve üretim desteği olarak adlandırılan yöntem, bir malın kurum tarafından peşin alınıp, üzerine bir kâr ilâvesiyle vadeli ve daha yüksek fiyattan satılması işlemidir. Her ne kadar bu yöntem Katılım bankaları için öngörülen temel bir yöntem olmasa ve temel yöntem olarak mudârebe ve müşâreke denilen ortaklık yöntemleri kabul edilmiş olsa bile, bu yöntemi faizli kredi yöntemine benzetmek büyük bir hatadır. Çünkü her şeyden önce bu bir ticarettir. Hiçbir anlam taşımayan para-para hareketi değil, insanların ihtiyaç duyduğu bir mal-para hareketidir.

Katılım bankaları paranın durduğu yerde değer kazanmasını değil ticaret veya kullandırım yaparak değer kazanmasını sağlamaktadır.

Faizsiz bankaları, klasik bankaların üstlendikleri fonksiyonların hepsini yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu nedenle, faizsiz bankaları, çeşitli bankaların fonksiyonlarını, faiz olgusu olmadan yerine getiren kuruluşlar olarak tanımlayabilmekte mümkündür. Bu tanım faizsiz bankalarının amacını net bir şekilde ortaya koyabilmektedir. Faizsiz bankalar, fon toplama ve tahsisini ortaklık bazında yerine getirmektedir. Prensipleri ortaklık olduğundan önceden miktarı belirli olan sabit bir faiz yerine değil; faaliyet sonucu miktarı kesinleşecek olan kâr ya da zarardan pay alınmakta veya verilmektedir (Uçar, 1992).

1.5. Katılım Bankacılığının Ortaya Çıkış Nedenleri

Dünyada ve Türkiye'de faiz gelirinden uzak durmak isteyen halkın bir kesimi klasik bankalara gitmediklerinden fonları atıl kalmaktadır. Bu durum hem genel ekonomi açısından, hem de tasarruf sahibi açısından bir kayıptır. Atıl kaynakların sisteme kazandırılması amacıyla dini, ekonomik, sosyal ve politik nedenler sonucunda katılım bankacılığı ortaya çıkmıştır.

1.5.1. Dini Nedenler

Faizsiz bankaların kuruluşunun temel nedenini tüm dinlerde bulunan faiz yasağı oluşturmaktadır. İslamiyet'e göre bir üretici hiçbir çaba harcamaksızın ve sonuçta bir riske katlanmadan kazanca ya da mükâfata hak kazanamaz. Emek harcamadan elde edilen kazanç haksız kazançtır (Yıldırım, 1993). Museviler de faiz, sadece kendi aralarında yasak olarak kabul edilmekle birlikte Musevi olmayanlara faiz uygulamakta herhangi bir sakınca görmemektedirler (Hatunoğlu, 1995).

Kur'an-ı Kerim de faizin yasak olduğuna dair tahmini 7 ayet bulunmaktadır. Bunlar; Bakara, Al-i İmran, Nisa ve Rum sureleridir ve ayetlerin mealen şöyledir (Kuranda Faiz, 2013):

- Riba (faiz) yiyen kimseler, şeytan çarpan kimse nasıl kalkarsa ancak öyle kalkarlar. Bu ceza onlara, "alışveriş de faiz gizlidir" demeleri yüzündendir. Oysa Allah, alışverişini helal, faizi de haram kılmıştır. Bundan böyle her kim, Rabbinden kendisine gelen bir öğüt üzerine faizciliğe son verirse, geçmişte olanlar kendisine ve hakkındaki hüküm de Allah'a kalmıştır. Her kim de yeniden faize dönerse işte onlar cehennem ehlidirler ve orada süresiz kalacaklardır (Bakara Suresi, 275. Ayet),
- Allah faizi mahveder, oysa sadakaları bereketlendirir. Allah günahta ve inkarda direnen hiç kimseyi sevmez (Bakara Suresi, 276. Ayet),
- Ey iman edenler! Allah'tan korkun ve artık faizin peşini bırakın, eğer gerçekten müminler iseniz (Bakara Suresi, 278. Ayet),

- Eğer böyle yapmazsanız, o zaman Allah ve Resulü tarafından size savaş açılmış olduğunu bilin. Eğer tevbe ederseniz, sermayeleriniz sizindir. Haksızlık etmezseniz, haksızlığa da uğramazsınız (Bakara Suresi, 279. Ayet),
- Ey iman edenler! Kat kat artırılmış olarak faiz yemeyin. Allah'tan sakının ki kurtuluşa erersiniz (Al-I İmran Suresi, 130. Ayet),
- Yahudilerin zulmetmeleri ve birçok kimseleri Allah yolundan alıkoymaları, yasaklandıkları halde faiz almaları ve insanların mallarını haksız yere yemeleri sebebiyle daha önce kendilerine helal kılınan temiz şeyleri haram kıldık. Onlardan kafir olanlara can yakıcı bir azap hazırladık (Nisa Suresi, 161. Ayet),
- İnsanların malları içinde artsın diye verdiğiniz faiz, Allah yanında artmaz. Allah'ın rızasını dileyerek verdiğiniz zekata gelince, işte onlar, malları kat kat artmış olanlardır (Rum Suresi, 39. Ayet).

İslam ülkelerindeki müslümanlar faizin İslamda yasak oluşundan dolayı bankalarda kullanmadıkları paralarını ya altına, ya gayrimenkule yatırmışlar, mücevher veya kıymetli taş ya da para olarak ellerinde tutmuşlardır. Oysaki İslam Dini'nde serveti atıl tutmak da günahdır. İslami prensiplere uygun faizsiz esasa göre çalışan kurumlara veya bankalara ihtiyaç duyulmuştur. Böylece İslam ülkelerinde müslüman âlimler dini inançlara ters düşmeyecek şekilde faizsiz çalışan kurumların oluşturulması için devamlı düşünmüşler, sonunda teori ve pratiğiyle Katılım Bankaları ortaya çıkmıştır (Başgümüş, 1997).

Türk halkının da büyük çoğunluğu müslümandır ve bu nedenle halkın birçoğu faizli işlemlerden uzak durmaktadır. Faizden kaçınan halkın tasarruflarını verimli bir şekilde kullanabilecekleri, faiz esasına göre işlemeyen kurumlara ihtiyaç duyulmuş ve özel finans kurumları kurulmuştur. Bu sayede bu insanlar hiçbir kaygı duymadan yatırımlarını verimli bir şekilde kullanmalarına imkân sağlanmıştır (Karapınar, 2003).

1.5.2. Ekonomik Nedenler

Faizsiz bankaların ortaya çıkmasını sağlayan ekonomik nedenleri dini ve sosyal nedenlerden ayrı olarak düşünülmesi mümkün olmamakla birlikte bu nedenler

iç içedir. Faizsiz bankaların; ortaklık sistemi proje bazında değerlendirme, sosyal sorumluluk ve risk üstlenme gibi bazı önemli prensipleri bulunmaktadır. Bu prensiplerin her biri ekonomik hayatta faizsiz bankaların önemini arttırmaktadır. Ortaklık prensibi kader birliğini gerektirdiğinden dolayı karşılıklı yardımlaşmalarla daha başarılı olma imkânı ortaya çıkarmaktadır. Proje bazında değerlendirmede ise kârlılık ve verimli çalışma imkânı sunmaktadır. Kârlı ve verimli çalışma zemininde ise ekonomik kalkınma ve refahın olacağı kesindir (Şahin, 2007).

1974 yılından beri petrol fiyatlarında meydana gelen devamlı ve hızlı artışlar, petrol üreticisi ülkelerde önemli döviz rezervlerinin birikmesine neden olmuştur. Bu sermaye birikimi sözkonusu ülkelerde yoğun bir kalkınma çabasına yönlendirmiştir, bu ülkelerde yatırım ve buna bağlı olarak ithalatlarını kısa bir zaman içinde gerçekleştirebilecek alt yapının olmaması, sağlanan tüm kaynağın içte yatırıma dönüştürülmesine imkân vermemiştir (Yahşi, 2000).

Orta Doğu yeterli insan gücüne ve tabii kaynağa sahip olmasına rağmen elde edilen kaynakları ekonomik kalkınmalarında gereği gibi kullanılamamıştır. Bu durumda kaynaklarının bir kısmını gelişmiş ülkelere yatırarak onlardan petrol karşılığı aldıkları paraları tekrar onların kullanımına vermek durumunda kalmışlardır (Yıldırım, 1993).

Hızla artan petrodollarlarını faiz sistemi içerisinde kullanmak isteyenler olduğu gibi, sadece kar ve zarar sistemi içerisinde kullanmak isteyenler de vardır. İşte bu sistemle, kendilerine batı dünyası finans sistemi içinde yer bulamayan bu çevreler, ellerindeki fonları, faizsiz bir sistemle sadece “kâr ve zarar” kavramlarına dayanarak yatırım yapmak istemişlerdir (Bilir, 2010).

İslam bankalarının kurulmasında ki önemli etkenler biri de sermaye fazlası ve sermaye açığı olan islam ülkeleri arasında yapılacak ortak bir çalışma ile olumlu sonuçlar ortaya çıkabileceği düşüncesidir (Akgüç, 1989).

Faiz esasına göre çalışan bankalar, verdikleri kredilerle yapılan yatırım veya ticarete ortak olmadıklarından söz konusu firmayı denetlememekte, izlememektedirler. Bu tutum ülke ekonomisine zarar verebilmektedir. Buna karşın

İslam Bankaları, fonları ortaklık esasına göre kullandıklarından dolayı, ülke ekonomisinin çıkarlarını göz önüne almak ve fon kullanımını denetlemek zorundadırlar (Başgümüş, 1997).

Sonuç olarak, petrol fiyatlarında meydana gelen artışlar petrol üreticisi ülkelerde sermaye birikimini sağlamıştır. Ancak petrol üreticisi ülkeler bunu değerlendiremeyerek, kazandıkları parayı tekrar petrolü satın alan ülkelere yatırmaktaydılar. Kazanılan paralar tekrar petrolü satan alan ülkelerin kullanımına sunulmaktaydı. Bu nedenle kâr ve zarar esasına göre çalışan sistemin kurulmasıyla birlikte bu kısır döngüden kurtulmuş olundu.

1.5.3. Sosyal Nedenler

Katılım bankalarının oluşmasındaki diğer önemli bir neden de sosyal nedenlerdir. Toplum bireylerden meydana gelmektedir ve bu bireylerin sahip oldukları imkânlar, yaşam kaliteleri, eşit olmayıp farklı özellikte ekonomik sınıflar oluşturmaktadır. Bir toplumun huzur ve barışı; bahsi geçen farklı sınıflara mensup bireyler arasında iyi ilişkilerin kurulması, sürdürülmesi ve ekonomik sınıflar arasındaki uçurumların kapatılması ile mümkündür. İşte bu noktada faizsiz bankacılık, sermayenin reel ekonomi çerçevesinde değerlendirilmesi neticesinde istihdam alanları açmakta, üretim faktörlerini harekete geçirmektedir. Böylelikle faizsiz bankacılık, sosyal barışın ve toplumsal bütünlüğün sağlanmasında da önemli rol oynamaktadır (Eskici, 2007).

Sosyal barışın ve toplumsal bütünleşmenin sağlanmasında, faizsiz bankaların kullandığı enstrümanlar önemli görevler üstlenmektedir. Bahsedilen sistemde temelde katılım ortaklığı esas alındığı için, üretime herkes katılmakta ve biri çalışırken diğerlerinin yemesi gibi bir görünüm meydana gelmeyecektir. Faizsiz bankaların kullandığı enstrümanlardan biri olan proje bazında ortaklık, yeni istihdam alanlarını ortaya çıkarmanın yanında, üretim tarzında da gelişmenin yaşanmasını sağlayacak yeniliklerin ortaya çıkmasına da neden olması bakımından, faizsiz bankaların toplumsal düzenin sağlanmasında üstlenmiş olduğu önemli bir işleve örnek olarak gösterilebilir (Türkmenoğlu, 2007).

Diğer bir ifadeyle, katılım bankalarının kurulması sermayenin reel ekonomiye kazandırılmasını sağlamış ve yeni istihdam alanları açılarak sosyal barışın ve toplumsal düzenin sağlanması adına önemli bir görevi yerine getirmektedir.

1.6. Katılım Bankalarının Özellikleri

Katılım bankalarının özellikleri arasında faizsiz olma, ticaretle bağlantılı olma, sermaye bağlantılı olma ve yatırımların ahlâka uygun olması olarak sıralanabilir.

1.6.1. Faizsizlik Prensibi

Katılım bankalarının en ayırt edici özelliği çalışmalarında faize yer vermemeleridir. Yani sağladıkları kaynaklara faiz ödemezler kullandıkları kaynak için müşterilerinden faiz tahsil etmezler. Zaten kuruluşlarının gerekçesi de, faizli işlemlere dini görüşü gereği yer vermeyen insanlara ve bu tür insanların şirketlerine hizmet etmektir. İslamiyet sermayenin üretim faktörlerinden biri olduğunu ve bir maliyeti olduğunu kabul eder. Ancak bu faktörün önceden belirlenmiş bir karşılık, yani faiz talep etmesini reddeder. Bir diğer ifadeyle, parayla para kazanmak yasaktır (Uslu, 2004).

Katılım bankasında tasarruf sahibi-banka ilişkisi, klasik bankacılıktaki mudi-banka ilişkisinden tamamen farklıdır. Aradaki fark, mudinin bankacılık işlemine katılımcılığı ile tasarruf sahibinin katılımcılığının farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bankaların isimlerindeki “katılım” sözcüğü yapılan bankacılık türünün kâr ve zarara katılma prensibine dayalı bir bankacılık olduğunu ifade etmektedir (Güngör K. , 2009).

Katılım bankalarının temel özelliği faizsiz olmasıdır. Sabit bir getiri taahhüt etmemekte olup, kâr ve zarar ortaklığı esasına göre çalışmaktadır.

1.6.2. Ticaretle Bağlantılı Olma Prensibi

İslam’da faizin haram, ticaretin ve kârın helâl olması bu kuruluşları müşterileriyle ticari nitelikli iş yapmaya yöneltir. Para ticareti İslam’da yasak olduğuna göre, kâr etmek için mal ticareti gerekli olur (Uslu, 2004).

1.6.3. Sermaye Bağlantılı Olma Prensibi

Saf İslami bankacılığın kâr-zarar ortaklığı (mudaraba) veya sermaye iştiraki (muşaraka) içerdiği genellikle kabul gören bir gerçektir. İslamiyet'te sermaye sahibi, girişimcinin uzmanlığı ve çalışması sayesinde meydana getirdiği kârı onunla paylaşabilir. Sermayenin getirisi olan kâr unsurunun oranı yani hangi nispetlerde bölüşüleceği önceden bellidir, ancak tutarı belirsizdir (Uslu, 2004).

1.6.4. Yatırımların Ahlâka Uygun Olma Prensibi

Katılım bankalarının yaptıkları yatırımlar İslam dininin yasaklamadığı konular çerçevesinde yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda alkol, insani değerlere saygılı, silahlanma ve kumarı dışlayan yatırımlar yapılmalıdır.

1.7. Katılım Bankalarının Türkiye'deki Gelişimi

Ülkemizdeki faizsiz sistemin temelleri 1975'li yıllara dayanmaktadır. Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası bu alandaki ilk uygulamaları gerçekleştirmeye çalışmıştır. Bankanın temel amaçları arasında halkın birikimlerini kârlılık ve verimlilik anlayışı içinde değerlendirerek kalkınma planlarının temel ilkelerine uygun ve yurt düzeyine yayılmış girişimlere yönelmektir. Bankanın faizli ve faizsiz çalışması yönetim kuruluna bırakılmıştır. 1975-1977 yılları arasında faizsiz çalışmış olan banka 1978 yılında yönetim kurulunun aldığı karar ile faiz sistemi ile çalışmaya karar vermiştir. Böylece klasik bankalardan hiçbir farkı kalmayarak, kuruluş, amaç ve özelliğini kaybetmiştir (Doğan İ. Ç., 2013).

Dünya'da çeşitli ülkelerin 1980 yılına kadar faizsiz bankalar kurmaları ve kısa zamanda başarı elde etmeleri, Türkiye'de de faizsiz çalışabilecek banka kurulabilmesi için teşebbüsleri hızlandırmıştır. Türkiye'de 1983 yılında 83/7506 sayılı ve 16 Aralık 1983 tarihli kanun hükmünde kararname ile İslam bankalarının "Özel Finans Kurumları" adı ile kurulmasına izin verilmiştir. ÖFK'nın kuruluş, organ, faaliyet ve tasfiyesine ilişkin esasları belirleme yetkisini T.C. Merkez Bankası'nın görüşünü almak kaydıyla Başbakanlığa verilmiştir. ÖFK'nın faaliyete geçmesi için gerekli beyannamenin içeriğinin belirlenmesi, cari hesaplara ilişkin düzenlemenin yapılması, kâr ve zarara katılma hesaplarında toplanan fonların tabi olacağı esasların tespiti gibi

konularda Merkez Bankası' nın yetkili olduğuna dair 25.12.1984 tarihli Resmi Gazete' de tebliğ yayınlanmıştır (İştar, 2009).

ÖFK'lar 25 Şubat 1985 'te hukuki statüsünü tamamlamıştır. Ancak, ÖFK'ların kuruluş ve faaliyetleri, 19 Aralık 1999 tarihine kadar 83/7506 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile düzenlenmiştir. 1999'dan itibaren 4491 sayılı Kanun ile Özel Finans Kurumları 4389 Sayılı Bankalar Yasası'na tabii olmuşlardır. Bu yasaya tabii olunmasının ardından Bankalar Kanunu'nda değişiklik yapan 12 Mayıs 2001 tarih ve 4672 sayılı Kanunla, bu kurumlarda toplanan tasarrufların güvence altına alınması amacıyla, Özel Finans Kurumları Birliği bünyesinde, bu birlik tarafından hazırlanarak yürürlüğe konulan Yönetmelik dâhilinde idare olunmak üzere "Güvence Fonu" oluşturulmuştur (İştar, 2009).

Türkiye'de 1985 yılından itibaren altı tane ÖFK kurulmuş ve 2006 yılından sonra 'Katılım Bankası' adını almıştır. Yaşanan ekonomik krizler sonucunda günümüzde dört katılım bankası faaliyet göstermektedir. Katılım bankalarının kuruluş sırası şöyledir:

- Albaraka Türk (1985),
- Kuveyt Türk (1989),
- Bank Asya (1996),
- Türkiye Finans Katılım (2005).

1.8. Katılım Bankalarında 2005 Sonrası Hukuki Yapı

5411 Sayılı Kanun 19.10.2005 tarihinde kabul edilerek 25983 mükerrer sayılı 01 Kasım 2005 tarihli Resmi Gazete' de yayınlanmıştır. Bu kanunun amaçları;

- Tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerini korumak,
- Finansal piyasalarda güven ve istikrarı sağlamak,
- Kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışmasını sağlamak şeklinde özetlenmiştir.

Kanun kapsamı ise Türkiye’de kurulu; Mevduat Bankaları, Katılım Bankaları, Kalkınma ve Yatırım Bankaları, Finansal Holding Şirketleri, Türkiye Bankalar Birliği, Türkiye Katılım Bankaları Birliği, BDDK, TMSF ve Yurtdışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye’deki şubeleri şeklinde belirtilmiştir.

5411 sayılı Kanunu’nun 3. Maddesine göre katılım bankası “Bu kanuna göre özel cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye’deki şubelerini ifade eder” şeklinde tanımlanmıştır.

1.9. Katılım Bankalarının Avantajları

Katılım Bankalarının ekonomiye farklı açıdan avantajlar sağlamaktadır. Finansal sisteme girmeyen fonların sisteme kazandırılarak, tasarruf sahibine kazanç sağlaması (atıl kaynakların değerlendirilmesi), gelir dağılımını düzenleyici etkileri, reel sektöre kaynak aktararak ekonominin büyümesine olan katkıları, kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin kayıt altına alınması, Kurumlar Vergisi, KDV, KKDF ve BSMV ödeyerek kamu maliyesine katkıları, reel sektörün doğrudan fonlanması sebebi ile istihdamın sürekliliği ve artışı ile sosyo-kültürel faaliyetlere katkıları sayılabilir. Katılım Bankacılığı modeli ile yeni bir enstrüman olarak ortaklık ve kâr payı gibi risk paylaşımıyla tanışmış ve bu enstrümanlar sayesinde, bir taraftan ekonomi daha dinamik bir boyut kazanırken, diğer yandan fonlanan kesimin küçük ve orta büyüklükteki ve ekonomiyi tetikleyecek pozitif bir çeşitlilik arz eden işletmeler olmasından dolayı, yatırımların hem marjinal getirisi, hem de diğer sektörleri beslemesiyle istihdam ve gelir etkisi de daha yüksek olmuştur (Şit, 2012).

Katılım bankalarının ekonomiye katkılarını şu şekilde sıralayabiliriz:

1.9.1. Atıl Fonların Ekonomiye Kazandırılması

Faizsiz bankalar atıl kalan fonları ekonomiye dâhil ederken, bir yandan tasarruf sahiplerine gelir temin eder, diğer taraftan da işletmelere ve diğer iktisadi kuruluşların kapasite kullanım oranlarını artırarak, üretimlerinin ve karlarının yükselmesine sebep olmaktadırlar (Uçar, 1992).

Dini hassasiyetleri nedeniyle fonlarını değerlendiremeyen kişi ve kurumların fonlarını kullanarak ekonomiye kazandırılmasına yardımcı olmaktadır.

1.9.2. Reel Ekonomiye Katkıları

Katılım bankaları, Türk finans sisteminde çeşitliliği ve derinliği artıran kurumlar olarak yer almaktadır. Katılım bankalarının esnek fon toplama yöntemleri ve ticarete dayalı finansman biçimleriyle kredi arzını artırarak, cari kredi faiz oranlarını aşağı çekici bir fonksiyon üstlenmektedir. Bu da ekonomide, yatırımların hacminin artmasına yol açarak, üretilen mal ve hizmet değerini yani milli geliri büyütmektedir (Tosun, 2000).

1.9.3. Kayıt Dışı Ekonomiye Engelleme

Ülke ekonomilerinin önemli bir sorunu da bazı iktisadi faaliyetlerin kayıt altına alınamamasıdır. Katılım bankacılığının yaygınlaşması, kayıt dışı ekonominin daralmasına yol açacaktır. Çünkü faturasız mal alanlar ve satanlar katılım bankacılığının imkânlarından yararlanabilmek için kayıt altına gireceklerdir. Böylelikle devlet, katılım bankalarının faaliyetleri sonucu daha fazla vergi toplayabilecek, kayıt dışı ekonomi engellenecektir (Özcan & Hazıroğlu, 2000).

Böyle bir sistem müteşebbislerin birim maliyet hesaplamalarında son derece kolaylık sağlamaktadır. Kredi riski açısından böyle bir sistem son derece uygun bir sistemdir. Fonu kullandıran katılım bankası, fonların nereye kullanıldığını, bunun bir mala, üretime, yatırıma gittiğini bilmektedir. Risk kontrolü açısından son derece rasyonel bir sistemdir (Büyükdenez, 2000).

1.9.4. İstihdama Olumlu Etkisi

Katılım Bankaları, reel sektöre sağladıkları kaynaklar sayesinde gerçekleştirdikleri yatırımların yeni istihdam alanları oluşmasını sağlamakla istihdam üzerinde de olumlu etkilere sahiptirler.

1.9.5. Yabancı Sermaye Transferi Sağlaması

Katılım Bankalarının ülkemizde aktif olarak faaliyete geçmesiyle birlikte, Müslüman ülkelerle olan ekonomik bağlantılarımız oldukça ilerlemiştir. Türkiye’de sermaye kıt ve getiriler yüksek olduğu için körfez bölgelerindeki paraların katılım bankaları aracılığıyla ülkemize getirilmesi ile bu yatırımlar taraflara fayda sağlayacaktır (Uçar, 1992).

Katılım Bankaları Ortadoğu ülkeleri ile Türkiye arasında bir köprü vazifesi görmektedir. Kuruldukları tarihten itibaren Katılım Bankaları, petrol üreticisi Ortadoğu ülkelerinden ülkemize, amaçlanan düzeyde olmasa da, bir miktar kaynak çekmişlerdir ve bu ülkeler ile olan ticaretin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır. Türkiye’de faaliyette bulunan Katılım Bankalarının sermayelerinin büyük kısmı yabancı kaynaklıdır. Bu da ülkemiz ekonomisi için ek bir kaynaktır. Ülkemizde; yatırım fırsatı bolluğuna karşın sermaye kıtlığı söz konusudur. Bu iki durum arasında bir bağ kurulduğunda, gelecek olan sermaye Türkiye’de daha fazla getiri elde edecek Türkiye’deki firmalar da daha ucuz maliyetli sermaye sağlamış olacaklardır. Burada, bir tamamlayıcılık mevcuttur. Ayrıca, Katılım Bankalarına yurt dışından gelen, mevduat şeklindeki kaynak transferinin büyük oranı, yurtdışında yaşayan Türk işçilerden gelmektedir. Bunun nedeni; Katılım Bankalarının dövizli çalışmada daha fazla güven telkin etmeleri, faizsiz çalışmaları ve Türk işçiler tarafından daha iyi tanınmalarıdır (Doğan S. , 2008).

Ülkemizde katılım bankalarının faaliyet göstermesinden sonra birçok müslüman ülke ile ekonomik ilişkiler gelişmiş olmasına rağmen sermaye kıtlığı yaşanmaktadır.

Türkiye'nin jeopolitik konumundan yararlanarak ekonomik ilişkiler geliştirilmeli ve yatırım olanaklarının sağlandığı gibi sermayenin de oluşması için çalışmalar yapılmalıdır.

1.9.6. Yeni Finansman Teknikleri Ortaya Çıkarması

Faizsiz bankaların fon toplama ve fon kullandırma alanında uyguladığı yeni usuller, hem tasarruf sahipleri hem de fon kullanan sektörlerce kısa zamanda benimsenmiştir ve bu kurumlar Türk mali sistemine yeni usuller kazandırmışlardır. Finans alanında ülkemizde çok kısa bir geçmişe sahip olan bu sistem, fon kullanana düşük maliyet, tasarruf sahibine de yüksek kâr elde etme imkânı sağlamış ve her iki kesimi de hoşnut etmiştir (Uçar, 1992).

1.9.7. Düşük Maliyetler

Günümüzde kalkınmış ve kalkınmakta olan ekonomilerde karsımıza çıkan en büyük ekonomik sorun, yüksek maliyetlerdir. Bunu etkileyen temel araç ise; üretimden tüketime kadar malın geçtiği her aşamada sermayenin payı olarak, maliyetlere ilave edilen faizlerdir. Klasik bankalar, gerek üretimin gerekse ticaretin her aşamasında maliyet arttırıcı unsurlar üreterek mal ve hizmet fiyatlarında sistematik bir şekilde bu artışa aracılık etmektedirler. Faizsiz bankalar ise finanse ettiği üretim ve ticaretin her aşamasında faiz yerine kâra ortak olduğundan maliyetlerin makul ve düşük seviyelerde gerçekleşmesine yardımcı olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında faizsiz bankalar, tüketici lehinde faaliyet gösteren kurumlar olarak görülmektedir (Doğan S. , 2008).

1.9.8. Enflasyon Düşürücü Etkisi

Faiz yükleri iş dünyasında fiyatların artmasına ve dolayısıyla enflasyonun körüklenmesine sebebiyet vermektedir. Her ne kadar faizsiz bankaların kullandıracağı fon maliyetleri klasik banka maliyetlerinden aşağı kalmasa da fonların sabit maliyetlerinin olmayışı da avantaj sayılmaktadır (Uçar, 1992).

1.10. Katılım Bankaları ile Klasik Bankalar Arasındaki Benzerlikler

Her iki kurumda devlet karşısında aynı ölçüde sorumlu ve bağımlı pozisyonda bulunmaktadırlar. Bunun sebebi; kuruluş ve faaliyetler için özel izin, faaliyetlerin ve mali durumun denetlenmesi, mali duruma ve yönetime müdahale yetkisi gibi konularda benzer kurallar konulmasıdır. Sonuçları ise öncelikle her iki kurumun müşterileri nezdinde bir güven kurumu olması ve böylece müşteriler karşısında sorumluluklarını arttırmaktadır (Küçükkocaoğlu, 2005).

Ana amaçları arasında tasarruflarını değerlendirmek isteyenlere yardımcı olmak ve son olarak modern çağda kişisel ve ticari ihtiyaçları kolaylaştırmaya yönelik olarak bulunan çözümleri uygulamak bunların başlıca benzerliklerindedir. Katılım bankaları ve klasik bankalar ekonomik ve sosyal ihtiyacı karşılamaya çalışmaktadırlar (Küçükkocaoğlu, 2005).

Katılım bankaları ve klasik bankalar devletin koydukları kurallar çerçevesinde hareket etmekte olup, kuralların dışına çıkamamaktadırlar. Her iki banka türü de müşterilerine en iyi hizmeti de vermek için çaba sarfetmektedirler.

1.11. Katılım Bankaları ve Klasik Bankalar Arasındaki Farklılıklar

Katılım bankalarının ve klasik bankalarının benzer yönleri olduğu gibi birbirinden ayıran özellikleride mevcuttur. Katılım bankaları ile klasik bankaların verdikleri bankacılık hizmetleri ve bunların dışında kalan diğer karşılaştırmalar aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Katılım Bankaları ile Klasik Bankaların Vermiş Oldukları Hizmetlerin Karşılaştırılması

NİTELİK	KATILIM BANKALARI	KLASİK BANKALAR
Çalışma	Kar – zarar ortaklığı esastır. Katılım bankalarında ana ilke	Gerek fon toplamada gerekse fon kullanmada faiz esası

Yöntemleri	faizin söz konusu olmamasıdır. Para ticari bir ürün olarak alım – satıma tabi değildir. Katılım bankaları mevduat kabulü ve kredi kullandırmanın dışında, her türlü bankacılık hizmetleri vermektedirler. Fakat katılım bankalarında esas olarak fon toplama ve fon kullandırma şeklinde faaliyetler geçerlidir.	vardır. Dolayısıyla klasik bankacılıkta para ticareti söz konusudur. Hizmet yönünden katılım bankaları ile farklılıkları yoktur.
Paranın Fonksiyonları	Bu sistemde para ticari bir ürün gibi alım – satıma tabi değildir. Bu nedenle katılım bankaları kaynak toplarken hesap sahipleri ile Kâr/Zarar ortaklığı; kaynak kullandırırken ise; vadeli satış, kiralama, Kâr/Zarar ortaklığına dayanan işlemler yapmaktadırlar. Katılım bankaları çeşitli bankacılık hizmetleri ile birlikte mal ticareti yapmaktadırlar.	Bu sistemde para, belirli bir bedel karşılığında alınıp satıldığı için, ticari bir ürün gibi kullanılmaktadır. Bu nedenle paranın üstlendiği fonksiyon, bu sistemde katılım bankalarından farklıdır. Bankalar bankacılık hizmetlerinin yanı sıra para ticareti de yapmaktadırlar.
Fon Toplama	Özel cari hesap ve katılma hesabı adı altında fon sahiplerinden kaynak sağlanmaktadır. Katılım bankalarını klasik bankalardan ayıran hesap türü, kâr zarara katılım	Ticari hesap ve mevduat hesabı adı altında önceden belirlenen faiz oranında mudilerden fon sağlanmaktadır. Dolayısıyla, âbanka ile mudi arasında herhangi bir ortaklık ilişkisi yoktur. Borçlu alacaklı ilişkisi

	<p>hesabıdır. Burada kurum ile müşteri arasında bir ortaklık söz konusudur.</p> <p>Katılım bankaları LIBOR sistemi ile borçlanamazlar. Ancak, yurt dışından katılma hesabı adı altında fon sağlayabilirler.</p>	<p>söz konusudur.</p> <p>Bankalar ihtiyaç duydukları sıcak para ihtiyacını LIBOR + 2 - 3 ile giderebilirler.</p>
<p>Finansal Kiralama</p>	<p>Finansal kiralama yöntemiyle müşterilerine doğrudan kaynak aktarabilirler. Yani finansal kiralama yapma yetkileri vardır.</p>	<p>Finansal kiralama yapamazlar. Fakat finansal kiralama şirketi kurabilirler.</p>
<p>Fon Kullandırma</p>	<p>Nakit kredi kullandırılmamaktadır. Fon; murabaha, mudaraba, icara, musarake, karz – hasen, mal karşılığı vesaikin alım satımı aracılığı ile nakit değer kullandırılmaktadır. Katılım bankaları topladıkları fonları reel sektöre (üretim – ticaret) aktarmak zorundadırlar. Dolayısıyla bu sistemde katılım bankaları ile fonu kullananlar arasında ticari bir bağ vardır. Yani katılım bankaları mal ve ticari amaçla gayrimenkul alım-satımı yapabilmektedirler.</p> <p>Fonun kullandırılmasında</p>	<p>Basılı ve külçe altın dışında herhangi bir emtia ve gayrimenkul alım satımında bulunamazlar. Faiz karşılığında nakit kredi kullandırmaktadırlar.</p> <p>Bankaların topladıkları mevduatların nerede kullanıldığı banka için önemli değildir. Yani, para üretim dışında da kullanılabilir. Örneğin; sabit getirisi olan devlet tahvilinin veya hazine bonosunun satın alınması ya da repo yapılması gibi.</p> <p>Kredinin kullandırılmasında müşterinin göstereceği teminat önemlidir.</p> <p>Kısa vadeli fon kullandırmaları</p>

	projenin kârlılığı önemlidir. Fon kullanımında vade (genellikle) uzundur.	mümkündür. Kredi sınırlaması vardır.
Kullandırılan Fonun Süresi	Daha çok uzun süreli yatırım amaçlı projeleri finanse etmektedirler.	Daha çok ticari amaçlı kısa süreli kredi kullandırmaktadırlar.
Fon Maliyetleri	Özel cari hesaplarda toplanan fonların herhangi bir maliyeti yoktur. Yani, özel cari hesaplara karşılık herhangi bir ödeme yapılamamaktadır. Katılma hesaplarında ise sistem gereği fon sahibine herhangi bir getiri garantisi verilmemektedir.	Fon kaynaklarının tamamının (vadeli, vadesiz ve ihbarlı mevduatta farklı olmak üzere) bankaya maliyeti vardır.
Denetim	Bankalar Kanunu madde 65'e göre, bu kanun kapsamındaki kuruluşlar (dolayısıyla katılım bankaları dâhil) ve bunların faaliyetleri, Kurumun denetim ve gözetimine tabidir. Kurum, bankaların genel kurul toplantılarına gözlemci sıfatıyla temsilci gönderebilir.	Bankalar Kanunu madde 65'e göre, bu Kanun kapsamındaki kuruluşlar (dolayısıyla yatırım ve kalkınma bankaları ile mevduat bankaları dâhil) bunların faaliyetleri, Kurumun denetim ve gözetimine tabidir. Kurum, bankaların genel kurul toplantılarına gözlemci sıfatıyla temsilci gönderebilir.
Reel Ekonomiye Katkı	Katılım bankalarının dayandığı temel ilke ve klasik bankalardan ayrılan temel fark, kar ve zarara katılma esasına göre toplanan fonları,	Bankalar topladıkları fonların bir kısmını reel ve üretken ekonomiye kazandırırken, bir kısmını da reel ekonomi dışında örneğin rant ekonomisinde

	faizsiz yöntemlerle ticari ve sınai faaliyetlerde değerlendirme şeklindedir.	değerlendirebilmektedirler. Hazine bonosu, devlet tahvili, repo da olduğu gibi.
Üstlenilen Risk	Katılım bankalarında toplanan fonların reel ekonomide kullanımını esas olduğu ve katılım bankaları ile fon sahipleri arasında yatırım ortaklığı söz konusu olduğundan, hem katılım bankaları hem de fon sahibi için risk olasılığı her zaman mevcuttur.	Klasik bankacılıkta önceden belli olan faiz oranı ile para toplanmakta ve kredi şeklinde kullanılmaktadır. Dolayısıyla, klasik bankacılıkta mudi açısından herhangi bir risk yoktur. Burada riski üstlenen sadece bankalardır.
Kullandırılan Fonun Süresi	Daha çok uzun süreli yatırım amaçlı projeleri finanse etmektedirler.	Daha çok ticari amaçlı kısa süreli kredi kullandırmaktadırlar.
Fon Maliyetleri	Özel cari hesaplarda toplanan fonların herhangi bir maliyeti yoktur. Yani özel cari hesaplara karşılık herhangi bir ödeme yapılamamaktadır. Katılma hesaplarında ise sistem gereği fon sahibine herhangi bir getiri garantisi verilmemektedir	Fon kaynaklarının tamamının (vadeli, vadesiz ve ihbarlı mevduatta farklı olmak üzere) bankaya maliyeti vardır.
Kredi ve Diğer Yatırımlar	Katılım bankalarının kredi kullandırmada dikkat ettikleri en önemli faktör; finansmanın şirkete değil, değerlendirilen	Kredinin açılmasında bankaya karşı verilen teminat ön planda tutulur.

	projeye yapılmasıdır.	
Müşteri Getirisi	Katılım hesaplarında biriken fonların kullanılmasından doğan kârın genel olarak % 80'i hesap sahiplerine dağıtılır. Tabii ki zarar var ise fon sahiplerinin katılımları oranında zararı karşılayacakları sistemin esasında mevcuttur.	Mudinin kazancı sistem gereği, oransal olarak önceden belirlenmiştir.
Getiri Dağıtımı	Yasal herhangi bir sınırlama yoktur.	Mevduat faizlerinde bazı sınırlamalar vardır.

Kaynak: ULUCAN, A., & DERAN, A. (2009). Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

1.12. Katılım Bankacılığının Dezavantajları

Katılım bankaları faizden uzak durmaya çalışan insanlara hizmet sunmaya çalışarak faizli sistemle çalışan kurum ve kuruluşlara karşı da avantajlara sahip olmasının yanında dezavantajlara sahiptir. Katılım bankalarının dezavantajlarını şöyle sıralayabiliriz:

1.12.1. Mali Enstrüman Azlığı

Katılım bankalarında faiz kullanılmadığından dolayı mali araç çeşitliliğinde de bir sınırlama ortaya çıkmaktadır. Modern finansta model çeşitliliğini faiz ortaya çıkarmaktadır. Bundan da faizli sistemle çalışan klasik bankalar yararlanmaktadır. Katılım bankalarının ise yeni teknikler ortaya çıkarması için “yaratıcı İslami finans mühendisliğini” harekete geçirerek yeni enstrümanlar oluşturarak hizmete sunulması gerekmektedir (Özkan, 2012).

Katılım bankalarını klasik bankalardan ayıran en ayırt edici özelliği faizli sistemle çalışmamasıdır. Faizsiz sistemle hizmet verebilmesi için de yeteri kadar

alternatifi bulunmamakta olup yeni hizmet araçları ortaya çıkması için çalışılması gerekmektedir.

1.12.2. Acil İhtiyaçları Karşılamadaki Yetersizlikler

Proje safhası tamamlanmış, yürüyen işlere (running busines) finansman desteği vermekte katılım bankaları, klasik bankalar kadar etkili olamamaktadırlar. Faaliyet halindeki şirketler; işletme sermayesi kadar spot alımlar ve beklenmedik giderler vs. ihtiyaçları örneğin işçi ücretlerini ödemek, vadesi gelen çek senet bedelini karşılamak için acilen nakit paraya gereksinim duyarlar. Bu iş dünyasının günlük realitelerindedir. Kar – zarar ortaklığı sistemi, şirketlerin bu tür ani ve hayati ihtiyaçlarına yanıt vermek için müsait değildir. Katılım bankalarının pratik hayattaki belki en büyük noksanları budur (Özkan, 2012).

1.12.3. Uzun Vadeli Projelere Kaynak Sağlayamama

Katılım bankacılığı uzun vadeli, düşük getirili finansmana yönelememektedir. Onun yerine murabaha yöntemiyle kısa vadeli ticaret finansmanına yoğunlaşmaktadırlar. Çünkü bu tür finansman kısa sürede kâr getirmekte, idaresi kolay olmakta ve daha az risk içermektedir. Dolayısıyla kırtasiye, kira, elektrik, su, havagazı gibi giderleri ödeyebilmek için katılım bankaları murabaha işlemlerine bağımlı durumdadırlar. Ancak gerçekte bu bankaların asıl fonksiyonu mudaraba ve muşaraka işlemleridir (Özkan, 2012).

1.12.4. Kamu Finansmanına Katılamama

Kamu finansmanının tamamına yakın bölümü faiz içeren mali araçlar vasıtasıyla yapılır. Örneğin, ülkemizde kamuya finans sağlayan araçlar hazine bonosu ve devlet tahvilidir. Katılım bankaları doğal olarak bu alana girememektedir. Çünkü çoğu kez getirisiz alanlara yönelen kamu yatırımlarını kâr-zarar ortaklığı sistemiyle finanse etmek mümkün değildir. Ancak gelir ortaklığı senetleri, hem İslamiyet'e uygundur hem de kamu finansmanı için uygun bir mali araçtır. Özal döneminde 1984 yılında köprü gelir senetleri çıkarılarak önemli finansman sağlanmıştır (Özkan, 2012).

1.12.5. Para Piyasasına Girememe

Katılım bankaları klasik bankalarının bulunduğu kısa vadeli ve faizli piyasada hizmet verememektedir. Bu nedenle para piyasasının içine girememektedir.

1.12.6. Verimli Enstrümanlarla İşlem Yapamama

Ülkemizde kamunun çıkardığı hazine bonosu ve devlet tahvilleri (DİBS) tam güvenilir, 3 – 12 ay vadeli her zaman enflasyon oranının üzerinde getiri sağlayacak kadar verimli ve son derece likit varlıklardır. 1980'li yılların ortalarından bu yana bankalar; bu mali araçlara yatırım yaparak yüksek getiri sağlıyor, müşterilerle repo yaparak istediği zaman ve miktarda nakite dönüyor, kolay kazanç sağlıyor ve ayrıca dispo nibilite gereksinimini bu kağıtlarla karşılıyorlar. Katılım bankaları aktif yönetimini çok kolaylaştıran bu finansal enstrümandan faiz taşıdığı için yararlanma imkânına sahip değildirler (Özkan, 2012).

1.12.7. Senet Karşılığı Kredi Kullandıramama

Ülkemiz bankacılığında verimlilik ve emniyet bakımından en çok tercih edilen kredi türü olan senet karşılığı krediler, faizli muamele olduğu için katılım bankalarının çalışma alanına girememektedir (Özkan, 2012).

1.12.8. Bilanço Analizinde Güçlük

Klasik bankaların faizli sistemle çalışmasından dolayı aktif ve pasiflerinin değerlendirilmesi sorun ortaya çıkmamaktadır. Katılım bankalarının faizsiz sistemle çalışması bu nedenle aktif kaleminin değerlendirilmesi oldukça güçtür.

1.12.9. İkincil Piyasalarda İşlem Yapamama

İslami finansal varlıklar için örneğin borsa gibi organize veya döviz piyasası gibi organize olmayan ikincil piyasalar bulunmamaktadır. Bir mali varlığın istenildiği an, kolayca ve zarar görmeden alınıp, satılması ikincil piyasanın mevcudiyetine bağlıdır. İslami bankaların hem birincil hem ikincil piyasa olan borsalarda bazı hususlara dikkat etmek koşuluyla işlem yapması mümkündür (Özkan, 2012).

1.12.10. Faizli Bankalarla Rekabeti

Özkan (2012)' göre katılım bankalarının, klasik bankalara göre ciddi bir dezavantajı da şudur. Faizli bankalar; bir departman kurmak suretiyle İslami esaslara uygun muameleler yapabilir, bu bağlamda murabaha işlemlerine yer verebilir. Nitekim son yıllarda uluslararası bazı bankaların Türk şirketlerine sendikasyon yoluyla murabaha hizmeti verdikleri görülüyor. Buna karşılık katılım bankaları, faizli finans kesimindeki bankalarla onların alanında rekabet etme şansına sahip değildirler.

BÖLÜM II

2. KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK

2.1. Sosyal Sorumluluk Kavramı

Kavram olarak sorumluluk, belirlenen bir görevi yerine getirmek için o işi yapmakla görevli olan kişinin uymak zorunda olduğu kurallardır. Sorumluluk, başkalarını tanımak, onların değerlerine saygı göstermek, onların varlığını kabullenmektir (Özüpek, 2005).

Sosyal sorumluluk kavramının kökeni, insanoğlunun doğasında bulunan “iyilik yapma” ve “iyi insan” olma duygularıdır. Tüm tek tanrılı dinler ve diğer, geniş kitleleri etkileyen inanç sistemleri de insanları iyi insan olmak ve diğerlerine faydalı olmak konusunda yüreklendirir, yönlendirir. İnsanlar, varlıklarının ve ihtiyaçlarının ötesindeki kazançlarının bir kısmını diğer ihtiyaç sahiplerine vererek kendilerini gerçekleştirirler. Böylece hem toplum hem de yaratan değerlendirmesinde iyi bir yer edinmeye çalışırlar (Güngör C. R., 2010).

Sosyal sorumluluk, “işletmenin sahip ortak ve/veya yöneticilerinin işletmeyi yönlendirirken toplumun değer yargılarına göre hareket etmesi ve sosyal gereksinimlerin farkında olarak işletmeyi yönetmesi” olarak tanımlanabilir. Buna ilaveten, işletmelerin bir yandan faaliyetlerini sürdürürken bir yandan da kendi ilgi alanları çerçevesinde sosyal düzenin korunması ve geliştirilmesi için zorunlu derecede önemli olan faaliyetleri araştırması ve bunları elinden geldiği kadar uygulaması/uygulatması gerekmektedir. İşletmeler üzerlerine alacakları sorumluluklar ile ülkenin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunmalıdırlar (Yaman, 2003).

Sosyal sorumluluğun çeşitli tanımları olmakla beraber, bu tanımların çoğunda ortak olan dört unsurdan söz etmek mümkündür (Ulu L. , 2009):

- İşletmelerin kâr elde etmek için mal ve hizmet üretmelerinin ötesinde sorumlulukları vardır.

- Bu sorumlulukların içinde, işletmelerin ortaya çıkmasına sebep oldukları sosyal problemlerin çözümüne katkıda bulunmak da vardır.
- İşletmeler sadece hissedarlara karşı değil, sosyal paydaşlar olan çevreye karşı da sorumludurlar.
- İşletmeler sadece ekonomik değerlere odaklanmamakta, daha geniş anlamda insani değerlere de hizmet etmektedir.

2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Tanımı

Avrupa Birliği'ne göre kurumsal sosyal sorumluluk (KSS); şirketlerin gönüllü olarak, toplumsal ve çevresel konuları operasyonlarına ve paydaşlarıyla olan etkileşimlerindeki bütünleştirmeleri olarak tanımlanmaktadır (Göçenoğlu & Onan, 2008).

Kurumsal sosyal sorumluluk, isteğe bağlı iş uygulamaları ve kurumsal kaynakların katkıları aracılığıyla toplumun refahını iyileştirmek için üstlenilen bir yükümlülüktür. Başkaları tarafından da birçok KSS tanımı önerilmiştir. World Business Council for Sustainable Development (Sürdürülebilir Gelişim için Dünya İş Konseyi)'tan gelen tanım “çalışanlarla, aileleriyle, yerel toplumla ve yaşam kalitesini iyileştirmek için geniş anlamda toplumla birlikte çalışarak sürdürülebilir ekonomik gelişime katkıda bulunmak işlemlerin yükümlülüğü” şeklindedir (Kotler & Lee, 2006).

En genel tanımıyla kurumsal sosyal sorumluluk, toplumun bir parçası olan kurumların etik değerlere uygun şekilde davranma yükümlülüğünü ifade eder. Kavram, iş dünyası ve toplumun, sosyal yaşamda birlikte hareket ettiğini temel alarak, bir bütün olarak toplumun refahını arttırmaya yönelik bir konsept gibi de tanımlanabilir. Aynı zamanda, kurumların belirli bir düzen içinde yaşamını sağlamak, korumak ve yükseltmek için yaptığı tüm faaliyetleri de içerir. Bir başka ifadeyle kurumsal sosyal sorumluluk, genel olarak bir kuruluşun; ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına, kurum içindeki ve çevresindeki kişilerin ve diğer kurumların

beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi ve politikası gütmesine, insanları mutlu ve memnun etmeye yönelik gereklerdir (Yüksel, Bozkurt, & Güven, 2005).

KSS şirketlerin kurumsal vatandaşlar olarak işlerini, çalışanlar ve paydaşlarıyla ilişkilerini sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel konularda duyarlı, etik, sorumluluk sahibi yaklaşımlarla gerçekleştirmeleri ve toplumsal konulara yatırım yapmaları anlamına gelir. Kurumsal sosyal sorumluluk yasal zorunluluklara ve yasalara uymayı değil, şirketlerin kendi inisiyatifleriyle gönüllü olarak gerçekleştirdikleri uygulamaları kapsar (Kurumsal Sosyal Sorumluluk Nedir?, 2013).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramını herhangi bir organizasyonun hem iç, hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı “etik” ve “sorumlu” davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulaması şeklinde de tanımlamak mümkündür. Kurumsal sosyal sorumluluk denildiğinde bundan genellikle bir işletmenin sürdürülebilir büyüme temel hedefine yönelik olarak doğayı ve çevreyi koruyacak önlemler olarak üretimde bulunması anlaşılmaktadır. Oysa bu son derece eksik bir tanımlamadır. Bir işletmenin çevreye ve topluma karşı sorumlulukları yanı sıra doğrudan ve/veya dolaylı ilişki içerisinde bulunduğu ve işletme kararlarından ve faaliyetlerinden ciddi olarak etkilenebilecek tüm paydaşlara karşı sorumluluğu bulunmaktadır (Aktan & Börü, 2007).

Günümüze kadar kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili birçok çalışma yapılmış olup her birinde çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Bu tanımlamaların çoğundaki ana fikri şöyle özetleyebiliriz (Göçenoğlu & Onan, 2008):

- KSS ifadesi, kurumsal kelimesine karşın hem sosyal, hem de çevresel konuları ele almaktadır.
- KSS iş stratejileri ya da faaliyetlerinden ayrı düşünülemez ve düşünülmemelidir. KSS, iş stratejisi ve faaliyetleri içine çevresel ve sosyal konuları dâhil etmektir.
- KSS gönüllülük esasına dayanır.

- KSS'nin bir başka önemli açılımı da şirketlerin kendi iç ve dış paydaşlarıyla paylaşımlarda bulunmaları ile ilgilidir (çalışanlar, müşteriler, komşular, kamu aktörleri vb.).

2.3. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Tarihsel Gelişimi

Kavramsal olarak kurumsal sosyal sorumluluk ilk kez 1953'te yayımlanan H.Bowen'in "İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) adlı kitabında yer almıştır. Bowen'i adamlarının, toplumun değer ve amaçlarıyla örtüşen sosyal sorumluluk faaliyetlerle ilgilenmelerini savunmuştur (Ulu A. S., 2007).

1980'ler sonrasında ortaya çıkan başta haberleşme ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler globalleşme ile birlikte gelen uluslararası rekabetin artması ve buna bağlı olarak yaşanan toplumsal değişimler, işletmeleri sosyal faktörlere daha bağımlı ve daha duyarlı hale getirmiştir. Bunun başlıca nedenleri olarak, insan hakları ve insani değerlerin ön plana çıkması ile artan eğilim ve refah seviyesine bağlı olarak insanların beklentilerinin yükselmesi gösterilebilir. Başka deyişle toplumun hayat standardının yükselmesi, toplumun temel kurumlarından ve özellikle de işletmelerden taleplerinin nitelik ve niceliğini de aynı ölçüde yükseltmiştir. Bundan dolayı işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için bu dönemde sosyal sorumluluk anlayışını benimsemeleri ve kurumsallaştırmaları bir zorunluluk haline gelmiştir (Alkan, 2004).

1990 sonrasında kurumsal sosyal sorumluluk stratejik bir seçenek olmanın ötesine geçmiş, bir zorunluluk haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Dünya Bankası, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı gibi kuruluşlar bünyelerinde kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili birimler oluşturmuşlar, yasal düzenlemelere ve eğitici faaliyetlere başlamışlardır. Konuyla ilgili standartlar ve ilkeler oluşturarak kurumsal sosyal sorumluluğun yaygınlaşması için çalışmalar yapmışlardır. Örneğin 2005 yılı Avrupa Birliği tarafından "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yılı" olarak ilan edilmistir. Avrupa Komisyonu kurumsal sosyal sorumluluk politikaları üretmekte ve bunları yaygınlaştırmaya çalışmakta, Dünya Bankası toplumsal sorunları çözebilmek için bütçeler oluşturmaktadır (Ulu L. , 2009).

Mal ve hizmet üreten tüm işletme ve kurumların sadece kendi amaçlarına hizmet etmeyip, kararlarında sadece kendi amaçlarını ilk planda tutmayıp, kendi amaçları dışında kalan bazı toplumsal boyutları ele almaları gerektiğini savunan kurumsal sosyal sorumluluk kavramını ortaya çıkmasının birçok nedenlerini şöyle sıralayabiliriz (Ataç, 1982):

- Devletin ekonomik yaşama müdahaleleri artmış ve bu müdahalelerin sonucu olarak, iş adamının karşısına bazı sınırlamalar çıkmıştır.
- Nüfusun hızla çoğalması ve nüfus yoğunluğunun artması, insanlar arasındaki ilişkileri sıkılaştırmıştır. Ayrıca işsizlik sorunu daha da önemli bir hal almıştır.
- Demokratlaşma ve sanayileşme eğilimlerinin giderek güçlenmesi, bireyi daha güçlü bir varlık haline getirmiştir. İnsan Hakları Beyannamesi ile bireyin siyasal ve toplumsal gücü arttırmıştır.
- Birey çeşitli örgütlerin üyesi olmuş, dolayısıyla örgütsel gücü artmıştır.
- Dünyanın iki bloğa ayrılması, uluslararası ekonomik ve siyasal rekabetin beslenmesi, uluslar ve kurumların yönetiminde bir takım değişiklikler yaratmıştır.

Kurumsal sosyal sorumluluk rekabetin ve değişimin hızlı bir şekilde artması sonucu toplumsal yaşamda kurumların iyi bir imaj sunması için önemli bir hedefi haline gelmiştir. Kurumlar sosyal sorumluluk projelerinin toplumda bilinirliklerinin arttığını gördüklerinden dolayı birbirlerinden farklı projeler üreterek kurumsal sosyal sorumluluğu geliştirmişlerdir.

2.4. Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Kavramlar

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının başka kavramlarla eş anlamlı olarak kullanıldığı görülmektedir. Ancak bu kavramlar birbirinin yerine kullanılıyor olsalar da birbirini tamamlayan ve destekleyen kavramlardır.

2.4.1. İş Etiği

İşletme literatüründe, iş etiği şöyle tanımlanmaktadır. İşyerine ilişkin olarak neyin doğru, neyin yanlış olduğunu bilmek ve doğru olanı yapmaktır. İş etiği sadece Türkiye için değil, dünya için de yeni gündeme gelen bir kavramdır. Bugün dünya genelindeki onbinlerce şirket tarafından uygulanan kuralları büyük oranda Amerikalı iki öğretim üyesi, Wallace ve Pekel tarafından konulmuş. Buna göre iş etiği, özellikle şirketlerin büyük değişim dönemlerinden ya da krizlerden geçtiği dönemlerde öne çıkmıştır. Bu dönemlerde şirketin daha önceki kurumsal değerleri sorgulanıyor ve iş etiğine önem verilmezse toplum tarafından yanlış olarak değerlendirilebilecek kararlar alınabilir. Bu nedenle, değişim ya da kriz dönemlerinde şirket çalışanları ve liderlerinin izleyebileceği değerleri oluşturacak iş etiği kurallarının doğru tanımlanması gerekir (Taşlıyan, 2012).

İş etiği kavramı, özel teşebbüslerin mal ve hizmet üretiminde ve satışında ahlaki davranmalarının önemi üzerinde durmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk ise, şirketlerin paydaşlarına karşı sorumlu olması gerektiğine dairdir. Bu nedenle kurumsal sosyal sorumluluk konusu, işletmelerin paydaşları nasıl tanımladığı ve faaliyetlerinin paydaşlar üzerindeki etkisinin belirlenmesi, ölçülmesi ve raporlanması gerektiği üzerinde odaklanır (Aktan & Börü, 2007).

2.4.2. Kurumsal Vatandaşlık

Kurumsal vatandaşlık, genellikle işletmelerin faaliyetlerini geniş kapsamlı bir sosyal sorumlulukla bağlantılandırılarak karşılıklı yarar sağlayacak şekilde hizmet verilmesi anlamında kullanılmaktadır. Bu açıdan kavram, bir kurum ile bir bireyin statü olarak eşdeğer varlıklar olduğu görüşünü desteklemektedir. Dolayısıyla her kurumun tıpkı bireyler gibi hakları ve görevleri mevcuttur (Yılmaz Sert, 2012).

Kurumsal vatandaşlık konusunu ciddiye alan şirketler önemli kazanımlar sağlıyorlar. Yapılan çalışmalar sunucunda belirlenen faydalar şu şekilde sıralanabilir (Argüden, 2008):

- Bu şirketlerin marka değerleri ve dolayısıyla piyasa değerlerini artmakta,

- Daha nitelikli personeli cezbetme, motive etme ve tutma imkânı sağlamakta,
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyeli arttırmakta,
- Özellikle bu konularda hassas yatırımcılara ulaşma imkânı olduğundan, gerek hisse değerleri arttırmakta, gerekse borçlanma maliyetlerini düşürmekte,
- Yeni pazarlara girmekte ve müşteri sadakatini sağlamada önemli avantajlar elde edilmekte,
- Verimlilik ve kalite artışları yaşanmakta,
- Risk yönetimi daha etkin hale gelmekte,
- Kamuoyunun ve kural koyucuların şirketin görüşlerine önem vermesi sağlanmaktadır.

2.4.3. Kurumsal Yönetişim

Kurumsal yönetişim kavramı adil, saydam, hesap verme ve sorumluluklar başta olmak üzere tüm kuralların iyi tanımlandığı kurumsal verimliliğin artırılmasına yönelik bir anlayıştır. Kurumsal yönetişim yalnızca özel sektörü değil, kamusal alanı da kapsayan bir olgudur (Tekin, 2014).

Kurumsal yönetişimin başlıca amaçlarını şöyle sıralayabiliriz (İşcan & Kaygın, 2009):

- Şirket üst yönetiminin sahip olduğu güç ve yetkilerin keyfi kullanılmasının engellenmesi,
- Yatırımcı haklarının korunması,
- Şirket hissedarlarının adil ve eşit muameleye tabi tutulmasının sağlanması,

- Şirketle doğrudan ilişki içerisinde bulunan menfaat sahiplerinin haklarının korunması ve güvence altına alınması,
- Şirketin faaliyetleri ve finansal durumu ile ilgili olarak kamuoyunun aydınlatılması ve şeffaflığın sağlanması,
- Yönetim kurulunun sorumluluklarının açık olarak belirlenmesi,
- Şirket üst yönetiminin karar ve eylemleri dolayısıyla hissedarlara ve paydaşlara hesap verme yükümlülüğünün temin edilmesi,
- Şirket kazancının pay sahiplerine ve daha genel olarak tüm menfaat sahiplerine hakları oranında geri dönüşümün sağlanması,
- Büyük hissedarların azınlık hisselerine el koyma tehlikesinin önüne geçilmesi,
- Risk alan sermayedar ile karar veren profesyonelin çıkar çelişkisinin kurallara bağlanarak kontrol altına alınmaya çalışılması olarak sıralanabilir.

2.4.4. Kurumsal Sürdürülebilirlik

Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı 1987'de yayınlanan Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu raporu ile önem kazanmaya başlamıştır. Gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılayabilmek olarak tanımlanmıştır. Raporda dünyanın bütün uluslarına hem bir arada hem de teker teker kurumsal sürdürülebilirliği amaçları arasına almaları ve aşağıdaki ilkeleri politik eylemlerine rehber olarak benimsemeleri çağrısında bulunulmuştur. Bu ilkeleri şöyle sıralayabiliriz (Köktürk, 2002):

- Ekonomik büyümeyi canlandırmak,
- Ekonomik büyümenin kalitesini iyileştirmek,
- Ekonomik kaynak tabanını korumak ve zenginleştirmek,

- Sürdürülebilir bir nüfus düzeyi sağlamak,
- Teknolojiyi yeniden yönlendirmek ve riskleri yönetmek,
- Karar almada çevre ile ekonomiyi bütünleştirmek,
- Uluslararası ekonomik işbirliğini güçlendirmek sayılmaktadır.

2.4.5. Sponsorluk

Birden fazla şirketin ya da bireyin bir araya gelerek birbirlerinin çıkarları doğrultusunda, her iki tarafın da eşit avantajlar sağlaması temeliyle, sponsor olan tarafın diğer tarafa maddi açıdan verdiği söz veya kefilliktir. Sam Black'e göre sponsorluk, sponsor firma ile sponsorluğu yapılanın her ikisine de avantaj sağlamaya yönelik bir iş anlaşmasıdır. Barry Ball'un sponsorluk tanımı, karşılıklı olarak kabul edilmiş ticari faydaları sağlamak amacıyla bir bireyi organizasyonu, olayı ya da faaliyeti desteklemek için ticari bir kuruluş ya da hükümet tarafından aynı ya da nakdi destek sağlamaktır. Bu destek iki taraf arasında kabul görmüş bir ilişkiyi kapsar ve sponsorun esas olarak faaliyet gösterdiği alanın veya için bir parçasını teşkil etmez. J. A. Meenaghama göre sponsorluk bir ticari kuruluşun ticari amaçlarını gerçekleştirmek için bir faaliyeti mali ya da malzeme-teçhizat yönünden desteklemesidir. Victor Head'a göre ise sponsorluk belirlenen hedefleri gerçekleştirmek amacıyla sponsor ile sponsorluğu yapılan arasında karşılıklı olarak birbirine yarar sağlayan anlaşmadır (Akhüseyinoğlu, 2010).

Sponsorluk uygulamalarında şirket, sponsoru olduğu etkinliğe, miktarı baştan belli olan bir miktar kaynak aktarır ve bunun karşılığında, o etkinliğin logosunu, amblemini vs. ürünlerinde reklamlarında ve diğer iletişim ortamlarında kullanabilir. Sponsorluğun faydalarını şöyle sıralanabilir (Güngör C. R., 2010):

- Destek olunan faaliyete doğrudan para akışı sağlanır,
- Firmanın yaptığı sponsorluğu ilan etmesi sırasında geniş kitlelere ulaştırılır, bundan dolayı etkinliğin de reklamı yapılmış olur,
- Firma reklam ve tanıtımlarında sadece ürün özellikleri ve fiyat ile değil, bunların daha üzerinde toplumun bir ferdi olarak yer alır; firma ve marka

sponsor olunan etkinlik ile özleştirilir. Bu noktada eğer verilen mesaj ile firmanın doğrudan elde ettiği bir kar yoksa verilen mesajın inanılır bulunma oranının artacağı tespit edilmiştir.

2.5. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Yaklaşımları

Kurumsal sosyal sorumluluğun klasik ve modern olmak üzere iki yaklaşımı bulunmaktadır. Klasik yaklaşımda kurumlar kâr elde ederek topluma karşı sorumluluklarını yerine getirömiş sayılmaktadır. Modern yaklaşımda ise klasik yaklaşımın tersine toplumsal ihtiyaçlara karşı projeler üreterek bu ihtiyaçların karşılanması gerekmektedir. Klasik ve modern yaklaşımı kısaca şöyle özetleyebiliriz:

2.5.1. Klasik Yaklaşım

Klasik sosyal sorumluluk anlayışı, şirketlerin örgütsel amaçlarının dışında başka herhangi bir yükümlülüklerinin olmadığı düşüncesine dayanmaktadır. Bu anlayışa göre verimli çalışarak kâr elde eden şirket, aynı zamanda sosyal sorumluluğunu da yerine getirmiş sayılmaktadır. Şirketler, mevcut veya beklenen gelirlerini, sosyal sorumluluk amacıyla bazı toplumsal projelere (örneğin, fabrika bacalarına filtre takmak gibi) yatırırlarsa, iş yaratan proje yatırımlarında azalmalar, tüketici fiyatlarında ise artmalar olacaktır. Bu tür faaliyetler, şirketlerin gelirlerini önemli ölçüde azaltacak ve onların ekonomiye katkılarını olumsuz yönde etkileyecektir. Sonuçta tüketiciler, dolayısıyla toplumun kendisi zarar görecektir (Çelik, 2007).

Klasik yaklaşımın içerdiği görüşleri aşağıdaki gibi özetleyebiliriz (Akhüseyinoğlu, 2010):

- İşletmelerin asıl odaklandığı konu kârı arttırmak olduğuna göre kaynaklarını rasyonel kullanmalıdır. Yapacağı sosyal sorumluluk harcamaları maliyetleri arttıracığından kârlılığı düşürecektir. Oysa işletme sahipleri veya hissedarları için kârlı olmak durumundadır.
- İşletme kâr sağlayıp, vergisini ödeyip ve istihdam yaratarak sosyal sorumluluklarını zaten yerine getirmektedir.

- Sosyal sorunlar tüm toplumu ilgilendirir. Bu nedenle, bunu işletmeler değil toplum adına devlet üstlenmelidir.
- İşletmeler sosyal sorunlarla etkin bir şekilde ilgilenme yeteneğine sahip değildir.
- Farklı işletmelerin aynı alanlarda yapacakları sosyal sorumluluk eylemlerinin eşgüdümü zor olacağından kaynakların israf edilmesi söz konusu olabilir.

2.5.2. Modern Yaklaşım

Modern sosyal sorumluluk anlayışına göre herhangi bir şirket; yer altı veya yer üstü bir su kaynağına zehirli atıklarını bırakmamalı, ekolojik yapıyla barışık üretimlerde bulunmalı, iç ve dış çevrede yer alan tüm unsurları sosyal sorumluluk yönünde bilinçlendirmeli, örgüt içi ve dışı eğitim olanaklarını geliştirmeli, iş görenlerinin tüm sorunlarına duyarlı davranmalıdır. İşletmeler için en önemli paydaşlar müşterilerdir ve klasik yaklaşımın aksine, hissedarlar diğer paydaşlarla eşit öneme sahiptir. İşletmedeki en önemli unsur ise karar verici ve uygulayıcı konumundaki yöneticilerdir (Ulusoy Avşar, 2009).

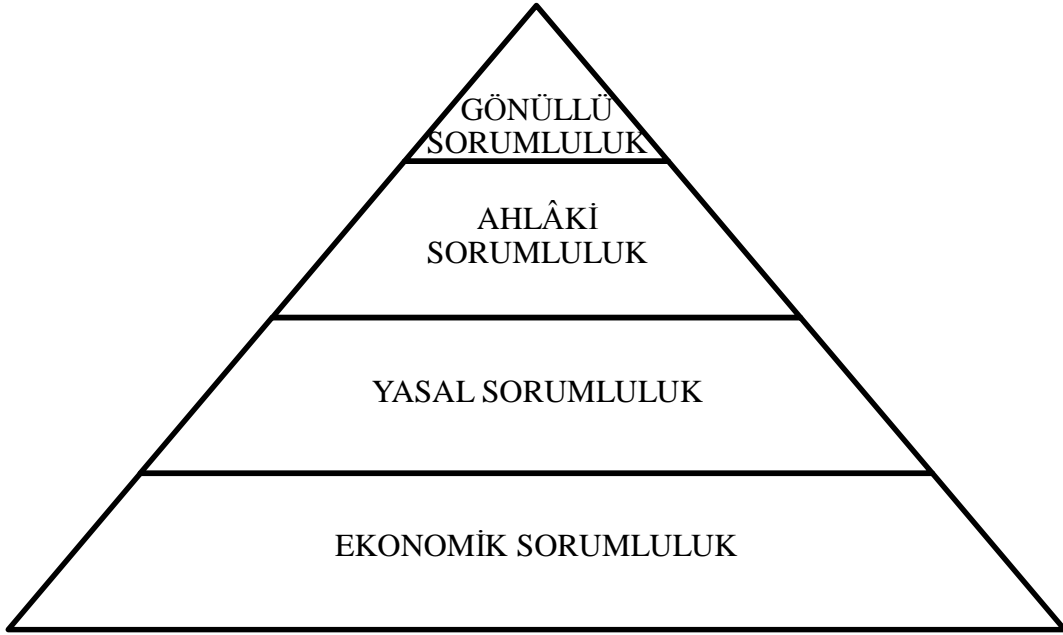
Modern yaklaşıma göre şirket, toplumun yaşam standartlarını ve refah düzeyini yükseltirken aynı zamanda kârda elde edebilir. Modern yaklaşım sosyal sorumluluk kapsamında aşağıdaki hususlar dikkat çekmektedir (Çelik, 2007):

- Şirketler, sosyal yaşamın ayrılmaz unsurlarıdır. Bu nedenle toplumsal sorunlar ve çözümlerinde toplumun bir parçasını oluştururlar.
- Toplumsal sorunları ele alacak kaynaklara sahiptirler. Ancak toplumun yardımı olmadan kaynakların hepsini kullanamazlar.
- Şirket açısından çevre çok önemlidir. Bugün topluma yatırım yapan şirketler, yarının sürekli kârını elde ederler.
- Şirketlerin gönüllü olarak yapamadıkları şeyleri, devletler yasal zorlamalarla gerçekleştirebilirler.

2.6. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi

Carroll, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluğunu gönüllü, etik, yasal ve ekonomik olmak üzere dört bölümde incelemiştir.

Şekil 1: Kurumsal Sosyal Sorumluluk Piramidi



Kaynak: Carroll, A. B. (1991, July- August). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders. Business Horizons.

2.6.1. Ekonomik Sorumluluk

Carroll ekonomik kurumsal sosyal sorumluluk boyutunu şöyle genellemiştir (Carroll, 1991):

- Hisse kazançlarının yükselmesini sağlamak,
- Rekabetçi politikanın sürdürülebilir olmasını sağlamak,
- Verimli çalışma koşullarının sürekli olmasını sağlamak,
- Mümkün olan en yüksek kazancı gerçekleştirme çabasında olunmasını sağlamak,
- Şirket imajını devam ettirebilmek için, kazançlarda süreklilik sağlamak.

2.6.2. Yasal Sorumluluk

Carroll, sosyal sorumlulukların yasal bileşenlerini kısaca şöyle özetlemiştir (Carroll, 1991):

- Varlıklarının devamı için yasal düzenlemelere ve iş kanununa uygun hareket edilmeli,
- Ulusal ve yerel kurumların hukuki düzenlemelerini dikkate almak,
- Çalışanların yasalara uygun harekette bulunmalarını sağlamak için yasalar hakkında bilgilendirmek,
- Şirket politikasında yasal sorumlulukların duyurulması.

2.6.3. Ahlâki Sorumluluk

Carroll, işletmelerin ahlâki sorumluluklarını aşağıdaki şekilde ifade etmiştir (Carroll, 1991):

- Toplumun belirlediği kurallara uymalı,
- Toplumun işletmelerden beklediği saygı ve önemi göstermeli,
- Ahlâki norm ve kurallardan fedakarlık etmemeli,
- Ahlâki açıdan toplumun işletmelerden beklentilerini açık ve tam bir şekilde tanımlanmalı,
- Çalışma yaşamındaki ahlaki kuralların, yasal düzenlemelerin üzerinde kabul edilmelidir.

2.6.4. Gönüllü Sorumluluk

Carroll' un ifade ettiği hayırseverlik yaklaşımının kısaca şöyle özetlemek mümkündür (Carroll, 1991):

- Toplumun işletmelerden hayırseverlik konusunda beklenti içinde olduğu unutulmamalı,
- Yönetici ve çalışanlar ile birlikte toplumsal çevreye de yardım yapılmalı,
- Özel ve kamuya ait eğitim kurumlarına maddi destek sağlanmalı,

- İyi bir imaj sağlayacağı düşünülen kültürel ve sanatsal faaliyetlere destek verilmelidir.

2.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

Sosyal birer varlık olan kurumsal firmaların üstlenmesi gereken sosyal sorumlulukları aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz (Ulu A. S., 2007):

- Çalışanlarına karşı her türlü maddi ve manevi tatmini sağlayarak onları motive etmek,
- Tüketicie hizmet etmek ve korumak,
- Bireylerin refah ve mutluluğu için çalışmak,
- İşsizlik, sefalet, hastalık gibi sorunlara karşı kendini görevli sayarak çözüm için üstüne düşeni yapmak,
- Normal piyasa koşullarını sağlamak için uğraşmak,
- Toplumda adaleti sağlamak için servet ve gelir dağılımında üzerine düşeni yapmak,
- Doğal kaynakların rasyonel kullanımı ve korunmasını sağlamak,
- Çevre kirliliğine yol açmamak veya gerekli önlemleri almak,
- Çevredeki sanatsal faaliyetleri desteklemek ve kültürel varlıkları korumak,
- Sadece ulusal sınırlar içinde değil, küresel çapta sorumlu olduğunu bilmek ve bu sorumluluğun gereklerini yerine getirmek.

2.7.1. Çevreye Karşı Sorumluluklar

Şirket amaçları içerisindeki en öncelikli konulardan biri olan çevre yönetimi kalkınmanın sürdürülebilmesi için anahtar rol oynadığını kabul ederek, faaliyetlerin yürütülmesiyle ilgili politikaları ve uygulamaları çevreye zarar vermeyecek şekilde düzenlemek gerekmektedir (Gökbunar, 1995):

- İşletmeler, faaliyetlerini çevre sorunların duyarlı biçimde yürütebilmeleri için, çalışanları eğitilmeli ve motive etmelidir,

- Çevre sorunlarını, bir tesisin yeni bir faaliyete veya projeye başlamasından önce veya bu işyeri faaliyetinden önce değerlendirilmelidir,
- Çevre sorunları oluşturmayan, amaçlanan kullanım şekliyle herhangi bir tehlikeye sebebiyet vermeyen; tüketimi, gerekli enerji ve tabii kaynak miktarında ekonomik olan; yeniden kullanılabilir veya emniyetli bir şekilde tasfiye edilebilir ürün ve hizmetler geliştirmelidir,
- Atık üretiminin asgari düzeye indirilmesi, atıkların bilinçli ve emniyetli bir şekilde tasfiye edilmesi konuları gözönüne alınmalıdır,
- Ürün veya hizmetlerin imalat, pazarlama, kullanım ve faaliyet yöntemleri, ciddi ve telafisi imkânsız boyutlardaki çevresel etkilerini önlemek amacıyla, bilimsel ve teknik görüşlere uyum sağlayacak şekilde değiştirilmelidir
- Çevre bilincini ve korumacılığını teşvik edecek kamu politikalarının, özel sektör-hükümet ve hükümetlerarası programların ve eğitimsel girişimlerin geliştirilmesine katkıda bulunmalıdır
- Çevre ile ilgili faaliyetleri değerlendirmek; yürütülen faaliyetlerin şirket ihtiyaçlarına, kanuni gereksinimlere ve bu ilkelere uygunluğunun tesbiti için düzenli aralıklarla kontrollerde bulunmak; bu konularla ilgili olarak idare heyetine, hissedarlara, çalışanlara, yetkililere ve topluma düzenli aralıklarla gerekli bilgileri temin etmek önemlidir.

2.7.2. Tüketicilere Karşı Sorumluluk

Tüketici hakları 5 Temmuz 1986 tarihinde aşağıdaki şekilde Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilmiştir (Evrensel Tüketici Hakları Beyannamesi, 1986):

- Temel Gereksinimlerin Karşılama Hakkı: Barınma, ısınma, aydınlanma, içecek su bulma, ulaşım, haberleşme tüketicinin en temel haklarıdır.

- Sağlık ve Güvenliğin Korunması Hakkı: Satışa sunulan her türlü mal ve hizmetin yaşam ve sağlık açısından tüketicilere zarar vermeyecek kalite ve nitelikte olması hakkıdır
- Ekonomik Çıkarların Korunması Hakkı: Tüketicilere sunulan ürün ve hizmetlerin nitelikli, kaliteli ve uygun fiyattan sunulması, satış sonrası hizmetlerin yeterli düzeyde ve yaygınlıkta olması yanında, sözleşmelerdeki haksız hükümlerin olmaması ve baskıyı yaratan satış yöntemlerine karşı korunma hakkıdır.
- Bilgi Edinme ve Eğitilme Hakkı: Mal ve hizmeti satın alırken doğru karar vermeye yardımcı olacak bilgilerin edinmesi; yanlış, yanıltıcı reklamlar, etiket ile ambalaja karşı korunma ve sorumlu tüketiciler olarak bilincin gelişimi için eğitilme hakkıdır.
- Zararların Karşılanması Hakkı: Satın alınan ürün ya da hizmetin öngörülen nitelikte olmaması durumunda kusurlu malın geri alınması, değiştirilmesi kusurlu hizmetin yeniden görülmesi, zararın karşılanması hakkıdır.
- Temsil Edilme Hakkı: Örgütlü tüketicilerin, hükümetlerin ekonomik politikalarının oluşturulması dikkate alınması, kamu organlarında temsili, firmalarda özellikle ürün geliştirme aşamasında görüş alınması ve denetlemelerde gönüllü olarak bulunma hakkıdır.
- Sağlıklı Bir Çevrede Yaşama Hakkı: Sağlık koşullarına uygun ekolojik dengenin bozulmadığı bir çevrede yaşayarak, çevresel tehlikelerde korunup gelecek kuşaklar için doğayı koruma hakkıdır.

2.7.3. Topluma Karşı Sorumluluk

İşletmeler içinde faaliyet gösterdiği toplumun mahalli, yerel, bölgesel, ulusal ve küresel ölçekte her birimi ile ilişki içindedir. İşletmelerin topluma yönelik sosyal sorumlulukları, toplumun içinde bulunduğu şartların düzeltilmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlamak olarak ifade edilebilir. İşletmelerin sosyal sorumluluk adına gerçekleştirdikleri kampanyaların veya katkı sağladıkları çalışmaların toplumsal bağlamda ele alındığı şöyle sıralayabiliriz (Torlak, 2014):

- Açlık ve yetersiz beslenme,
- Fakirlik ve gelir düzeyinin düşük olması,
- Engelliler ve engellilere yönelik istihdam edilebilirlik,
- İşsizlik ve işsizliğin azaltılmasına yönelik faaliyetler,
- Eğitime yönelik etkinlikler,
- Aşırı nüfus artışının düzenlenmesine yönelik uygulamalar,
- Şiddetin önlenmesine yönelik çalışmalar,
- Madde bağımlılığının önlenmesi,
- Yaşlılara yönelik bakım ve rehabilitasyon hizmetleri,
- Çevrenin korunması ve çevre bilincinin geliştirilmesine yönelik faaliyetler.

2.7.4. Çalışanlara Karşı Sorumluluk

İşletmelerin çalışanlara karşı sorumluluklarını şöyle özetleyebiliriz (Güzelcik Ural & Güler Yılmaz, 2005):

- Çalışma yaşamında asgari yaş, asgari ücret, işçi sağlığı, iş güvenliği, işe alma, işten çıkarma ve çalışma saatleri ile ilgili tüm yasalara uygun hareket etmeli,
- Ekonominin durgunluk dönemlerinde toplu işten çıkarma dışındaki alternatiflerine öncelik veren, işten çıkarmanın kaçınılmaz olduğu durumlarda bu durumla karşı karşıya kalan çalışanlarına destek sağlamalı,
- Çalışanlarına güçlü emeklilik programı olanağı sağlayan, adil ve düzenli ödemeye dayalı ücret politikası izlemeli,
- Kârın çalışanlarla paylaşımına yönelik somut program bulunmalı,
- Çalışanların dil, din, ırk ve cinsiyet ayrımına dayanmayan kariyer gelişimi ve terfi olanakları ve kriterleri ile ödüllendirme ve cezalandırmanın açık politikalarla belirlenmeli ve teşvik edilmeli,
- Çalışanların iş ile ilgili yaratıcı ve verimliliği artırıcı fikirlerini dile getirmeye olanak sağlanmalı ve teşvik eden değişime açık olunmalı

- İnsan hakları standartlarına uygun çalışma ortamı içerisinde çalışanlar arası iletişime, örgütlenmeye ve mesleki gelişime olanak sağlanmalı,
- Çalışanların eğitimine, deneyim kazanmasına yönelik programlar ile çalışanların çocuklarının ve yaşlılarının bakımı gibi sosyal katkıların adil açık politikalarla belirlendiği işletmeler çalışanlara karşı sosyal sorumluluklarını işletmeler yerine getirmelidir.

2.7.5. Rakiplere Karşı Sorumluluk

İşletmeler, üretim sürecinde mal ve hizmet sağlayan işletmeler ve mal ve hizmet satın alan işletmeler ile doğrudan ilişki içerisinde. Bu işletmelerin yanı sıra, rakip firmalara karşı da faaliyetleri sırasında sorumlu davranışlarda bulunulması gerekmektedir. Aynı pazarda bulunan diğer işletmeleri ortadan kaldırma amacıyla hareket eden işletme, tekel konumuna gelecektir. Rekabet eden rakiplerini ortadan kaldırmak veya rekabeti sorumsuzca bir güç olarak kullanmak, ülke açısından da zarara neden olabilecektir. Bu tarz etik sorunlar, tüketicinin alım gücünün düşmesi ve sömürülmesi, işten çıkarmalar sebebiyle işsizliğin artması, zaman kaybı gibi sosyal ve ekonomik anlamda problemlerin doğmasına neden olacaktır (Pelit, Keleş, & Çakır, 2009).

2.8. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Girişimleri

Kotler & Lee (2006)' göre kurumsal sosyal sorumluluk şemsiyesi altındaki kurumsal sosyal sorumluluk girişimlerin çoğu belirlenen altı büyük girişimlerin birinde ya da birkaçına dâhil olmaktadır. Bu girişimler; sosyal amaç teşvikleri, sosyal amaç bağlantılı pazarlama, kurumsal sosyal pazarlama, kurumsal hayırseverlik, toplum gönüllülüğü ve sosyal açıdan sorumluluk taşıyan iş uygulamalarıdır:

2.8.1. Sosyal Amaçlı Teşvikler

Bir kurum, sosyal bir amaç teşvikinde sosyal bir amaç hakkındaki farkındalığı ve ilgiyi arttırmak için ya da bir amaca yönelik fon toplamayı, katılımı veya gönüllü toplamayı desteklemek için fon, mal ve hizmet yardımı ya da başka kaynaklar sağlamaktadır. Başarılı kampanyalar, cesaretlendirici mesajlar geliştirerek, ikna edici uygulama unsurları yaratarak, etkili ve uzman medya kanallarını seçerek etkili

iletişim ilkelerini kullanmaktadırlar. Kampanya planları hedef kitlelerin açık tanımlarına, iletişim hedeflerine ve amaçlarına, vaad edilen çıkarlara yapılan desteğe, elverişli iletişim kanallarına ve arzulanan konumlamaya dayanmaktadır.

2.8.2. Sosyal Amaç Bağlantılı Pazarlama

Bir kurum, sosyal amaç bağlantılı pazarlama da kampanyalarında özel bir sosyal amaca, ürün satışlarına dayalı gelirlerinin belli bir yüzdesini bağışlama ya da katkıda bulunma sorumluluğunu üstlenmektedir. En yaygın olarak bu teklif, belli bir zaman dönemi için ve özel bir ürün için ve belirlenmiş bir hayır işidir. Örneğin, belirli ürünlerin satış gelirlerinin yüzde 50'si çocuklar için hayır kurumlarına bağışlanacaktır.

2.8.3. Kurumsal Sosyal Pazarlama

Bir kurumun halk sağlığını, güvenliğini, çevreyi ya da toplumun refahını iyileştirmeyi amaçlayan bir davranış değiştirme kampanyasının gelişimi veya uygulamaya konmasını desteklediği bir araçtır. Davranış değişikliği, daima hem bir odak noktasıdır hem de amaçlanan bir sonuçtur. Değiştirme odağı ile diğer kurumsal sosyal girişimlerden kolaylıkla ayırt edilmektedir. Sosyal pazarlama kampanyaları, en yaygın biçimde, kamu hizmet işletmeleri, sağlık departmanları ve kâr amacı gütmeyen organizasyonlarda çalışan profesyoneller tarafından geliştirilmekte ve uygulanmaya konmaktadır.

2.8.4. Kurumsal Hayırseverlik

Bir kurum tarafından bir hayır kurumuna ya da bir sosyal amaca, çoğunlukla nakit yardım, bağışlar veya mal ve hizmetler şeklinde yapılan doğrudan katkıdır. Tüm kurumsal sosyal girişimlerin içerisinde en geleneksel olanıdır ve geçmişte toplum sağlığı ve insan hizmet kurumları, eğitim ve sanatların yanı sıra çevreyi koruma misyonuna sahip organizasyonlar için büyük bir destek kaynağı olmuştur.

2.8.5. Toplum Gönüllülüğü

Kurumun çalışanlarını, perakende ortaklarını ve/veya acentelerini gönüllü olarak yerel toplum örgütlerini ve sosyal amaçları desteklemek üzere zamanlarını

bağışlamaları için desteklediği ve teşvik ettiği bir girişimdir. Gönüllü çabaları çalışanların birlikteliklerini, yeteneklerini, fikirlerini ve/veya fiziksel iş güçlerini gönüllü olarak bağışlarını kapsayabilir. Toplum gönüllülüğünü diğer girişimlerden ayırt etmek, sadece o kurumun çalışanlarının yerel organizasyonlara ve yerel sosyal amaç çabalarına bireysel olarak gönüllü olmalarını gerektirdiğinden zor değildir.

2.8.6. Sosyal Açıdan Sorumluluk Taşıyan İş Uygulamaları

Kurumun benimsediği ve yürüttüğü, toplumun refahını iyileştirme ve çevreyi koruma sosyal konularını destekleyen isteğe bağlı iş uygulamaları ve yatırımlardır. Önemli farklar, kanunlar ya da resmi idari kurumlar tarafından emredilen ya da manevi ya da ahlaki standartlara uyması gibi sadece beklenenlere değil isteğe bağlı faaliyetler üzerine odaklanmayı kapsamaktadır. Toplum kurumun çalışanlarını, tedarikçileri, dağıtıcıları, kâr amacı gütmeyenler ve kamu sektör ortaklarının yanı sıra genel toplum üyelerini içermek üzere daha geniş olarak yorumlanmıştır. Ve refah, sağlık ve emniyetin yanı sıra psikolojik ve duygusal ihtiyaçlara da gönderme yapmaktadır.

2.9. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Avantajları

KSS faaliyetleri başarılı bir şekilde uygulandığında işletmelere avantajlar sağlayabilmektedir. KSS'nin avantajlarını şöyle sıralayabiliriz (Akhüseyinoğlu, 2010):

- Daha iyi bir sosyal çevre yaratmak hem topluma hem de işletmeye yarar sağlayabilir. Toplum açısından olaya bakılırsa, sosyal sorumlulukların yerine getirilmesiyle daha iyi bir çevre ve daha iyi iş fırsatları yaratılmış olacaktır. İşletme açısından olaya bakılırsa, toplum tarafından benimsenen bir işletme daha fazla işgücü kaynağı ve mal veya hizmetlerine daha kolay tüketici bulacaktır.
- Sosyal sorumluluk faaliyetlerine işletmenin gönüllü olarak katılması, bu konuda hükümetin daha az düzenleme ve müdahalesine yol açacaktır. Böylece işletmeler daha fazla esnekliğe ve bağımsızlığa kavuşacaklardır.

- İşletmeler modern toplumla bağımlı sistemlerdir ve işletme ile toplum arasındaki karşılıklı bu bağımlılık işletmenin faaliyetlerini büyük ölçüde etkilemektedir. İşletmenin çevresinde bulunan çıkar gruplarının istekleri tatmin edildiği ölçüde işletmenin yaşamı tehlikeye girmez. İşletmenin sosyal katılımı desteklemesinde kamuoyunun görüşü önemli rol oynar. Çünkü verimlilik amaçları yaşamın kalitesiyle bir arada beklenmektedir.
- İşletmenin yenilikçi kapasitesi sosyal sorunlara uygulanabilirse, geleneksel anlamda işletme maliyetli gibi görülen birtakım faaliyetler işletmeye kâr getirebilir. Örneğin; boş teneke kutularının tekrar kullanıma sokulmasını sağlama veya atıkların tekrar üretime kazandırılması işletme için maliyet tasarrufu sağlayabilmektedir. Ayrıca, önlemek tedavi etmekten daha iyidir. İşletmeler sosyal sorunlar ortaya çıkmadan önce önlemlerini alacak olursa, hem tepkiler hem de önlem almanın maliyeti azalacaktır.
- Sosyal sorumluluk faaliyetleri, destekleyen bir halk imajı yaratır. Böyle bir imaj yaratan işletmeler tüketicileri, çalışanları ve yatırımcıları cezbedebilir. Daha iyi çevre, işletmenin gelecekteki refahı ve başarısı için daha yapıcı bir rol oynayacaktır
- İşletmeler güçlü beşeri ve maddi kaynaklara sahiptir. Özellikle toplumun bazı sorunlarını çözmek için kendi kaynaklarını kullanan işletmeler toplumda prestij kazanır.
- İşletme çok fazla güce sahipse, sosyal sorumluluk duygusunu da buna eş değer düzeyde genişletmelidir
- Her yönüyle saygın ilişkileri hedefleyen işletme, iyileştirilmiş bir çevrede başarılı olabilir ve kazanç sağlayabilir. Sosyal olarak sorumlu davranış, çıkar gruplarının uzun vadeli çıkarlarını en iyi şekilde gözetebilir.
- Sosyal sorumluluklarını yerine getiren işletmeler ahlaki yükümlülüklerini tanımlayarak kamuoyunun değişen gereksinim ve beklentilerini karşılar ve işletmelerin yol açtığı sosyal sorunları çözer.

Tablo 2: Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Faydaları

İşletmeye Sağlayacağı Faydalar	
<ul style="list-style-type: none"> • Hisse senetlerinde değer artışı • Marka değeri oluşturma • Etkin risk yönetimi • İtibar sağlama • Hassas yatırımcılara ve finansman kaynaklarına ulaşım • Kurumsal imajın artması • Kârlılıkta artış • Toplumsal saygınlık 	<ul style="list-style-type: none"> • Nitelikli çalışanı cezp etme ve elde tutma • Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık • Müşteri sadakati • Faaliyetlerde etkinlik • Yeni pazarlara girme kolaylığı • Verimlilik ve kalite artışı • Rekabet avantajı • İşbirliklerinin gelişimi
Paydaşlara Sağlayacağı Faydalar	
Kurum İçi Paydaşlara	Kurum Dışı Paydaşlara
<p style="text-align: center;">Yöneticilere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Onur ve gurur duyma • Motivasyon artışı sağlayacak insan kaynakları politikaları • Etik konularda daha fazla farkındalık • Etik eğilimlerle, çalışanlara karşı daha çok güven duyumu • Trendlere uygun hareket etme • Çalışanların işletme amaçlarını benimsemesi • Yaratıcı düşünce ve uygulamaların ortaya çıkması 	<p style="text-align: center;">Müşterilere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dürüst fiyat ve kaliteli ürün • Satın alma sürecinde bilgi deneyimi • Taleplerinin tanımlanması ve yerine getirilmesi • Müşteri şikayetlerinin dikkate alınması ve çözülmesi • Örgütlü hareket edebilme <p style="text-align: center;">Rakiplere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilgilendirme ve kıyaslama örneği • Adil rekabet, dürüst reklam

<p style="text-align: center;">Hissedarlara</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bütün firma faaliyetlerine yatırımların artması • Sosyal sorumluluk yatırım projelerine kolay fon temini • İşletme değerindeki artış • Sermaye temininde kolaylık • İşletmeyle ilgili bilgilerin açıkça paylaşılması • Sosyal performans ölçütü oluşturma 	<p style="text-align: center;">Tedarikçilere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiyatlandırma ve ödeme koşullarında dürüstlük • Faaliyetlerine destek olacak tedarikçilere finansal destek <p style="text-align: center;">Topluma</p> <ul style="list-style-type: none"> • İnsan haklarının geliştirilmesi • Eğitim, sağlık ve kültür alanlarına yatırım • Kadın, çocuk işgücünün sömürülmesine engel olma • Sürdürülebilirliğe olan katkı
<p style="text-align: center;">Çalışanlara</p> <ul style="list-style-type: none"> • Güvenli çalışma ortamı • Etkin insan kaynakları politikaları • Daha iyi çalışma koşulları • İşgücü ilişkilerinde daha az anlaşmazlık, • İstihdam maliyetlerinde azalma • Şirket içi iletişimin ve verimliliğin artması • Fırsat eşitliği ve erişim hakları • İşçi standartlarında iyileşme 	<p style="text-align: center;">Hükümete</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yasalara bağlılık, yolsuzlukla mücadele • Kamusal alanlara yatırım, ekonomik ve sosyal sorunlara destek verme • İstihdam oluşturma <p style="text-align: center;">Çevreye</p> <ul style="list-style-type: none"> • Çevre kirliliğinin azaltılması • Kültürel mirasın korunması • Bitki örtüsünün, hayvan soyunun korunması • Daha temiz üretim süreçleri, enerji tasarrufu, geri dönüşüm • Eko-verimlilik • Çevresel teknoloji kullanımı

Kaynak: Aktan, C. C., & Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. (C. C. Aktan, Dü.) İstanbul: İGİAD Yayınları.

2.10. Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Dezavantajları

KSS' nin uygulamalarında yapılan hatalar işletmeler için dezavantaja sebep olabilmektedir. KSS'lerin dezavantajlarını şöyle sıralayabiliriz (Akhüseyinoğlu, 2010):

- Sosyal sorumluluk faaliyetlerine kaynakları kanalize etmek, rekabetçi bir pazarın ilkelerini ihlal eder ve hissedarları ekonomik kazançtan yoksun bırakır. İşletmeler sosyal faaliyetleri gerçekleştirmek için kurulan müesseseler değillerdir. İşletmenin asıl hedefi kârını maksimize etmektir. Sosyal sorumluluk yaklaşımı piyasa ekonomisinin temel özelliklerinden biri olan “görünmez el ilkesi” açısından da eleştirilmektedir. Bireylerin kendi iradeleri ve istekleri dışında topluma fayda sağlanacak sonuçlar yaratmaları kapitalist sistemde “görünmez el ilkesi” olarak bilinir. Eğer yönetici kâr hedefinin yanı sıra sosyal hedeflere yönelirse bu durumda pazar üzerindeki kontrolünü yitirir.
- Bazı araştırmalar, toplumun sosyal sorumluluk faaliyetleri yüzünden daha yüksek fiyatlar ödemek zorunda kaldığını göstermiştir. Çünkü sosyal sorumluluk maliyeti, işletmenin sattığı mal veya hizmetin fiyatlarına yansımaktadır.
- Sosyal yükümlülükler firma açısından maliyetli olabilir. Sosyal sorumluluk faaliyetlerinin maliyeti, ürün fiyatına yansıdığı için uluslararası pazarda satış yapan işletmeler sosyal faaliyet maliyetlerini taşımayan diğer ülkelerin işletmeleriyle rekabette dezavantajlı duruma düşebilir ve böylece pazarlarını kaybedebilir. Ayrıca bazı hissedarlar işletmeden fonlarını çekebilir ve bu yüzden işletme diğer çekici yatırımlarından vazgeçebilir.
- Çok sayıda işletme sosyal sorunları başarılı bir şekilde çözmek için gerekli uzman personel ve becerilerinden yoksun olabilir. İşletmelerin ekonomik konularla ilgili eğitim, deneyim ve becerileri sosyal sorunlara uygun olmayabilir. Bu durumda işletmeler bu konularla ilgilenecek yeni personel istihdam etmek ve sonuçta fazla ücret ödemek zorunda kalabilir.

- Sosyal amaçlarla meşgul olma, işletmenin ekonomik verimliliğini engelleyebilir. İşletmelerin esas misyonlarından uzaklaşmasına neden olabilir.
- Sosyal sorumluluk tüm toplumu ilgilendirir. Bu yüzden toplumsal sorunların çözümünü işletmeler, işadamları ve yöneticilerden beklemek haksızlık olur.
- İşletme halihazırda bir sosyal kurum olarak yeterli güce sahiptir. Çok büyük sosyal etkiyi geliştirmesine izin vermeye gerek yoktur. Özellikle sonuçlarından sorumlu tutulamayacağı alanlarda eyleme geçmesine izin vermek akılcı olmayacaktır.
- Sosyal sorumluluğun işlevsel niteliklerinin neler olduğu konusu açıklık kazanmadığı için eleştirilmektedir. Bu nedenle sosyal yönden sorumlu davranmak isteyen işletme yöneticisi çevresindeki değer yargılarında ve sosyal beklentilerinde oluşan değişiklikleri saptamak için ya kişisel değer yargılarını ya da bir belirsizlik içinde olan genellemeleri dikkate almak zorundadır.
- Sosyal kontrol ve hesap verme mekanizmalarının yetersiz olması, karmaşık ve tatmin edilmeyen sosyal beklentiler yaratacağından toplum ve işletme açısından yüksek maliyetlere sebep olabilir.

BÖLÜM III

3. KATILIM BANKALARINDA KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ

Ülkemizdeki katılım bankaları, bankacılık faaliyetlerinin yanında kültür ve sanata, topluma, eğitime ve çevreye yönelik projeler düzenleyerek sosyal sorumluluk alanında çalışmalarını sürdürmektedir. Bu bölümde katılım bankalarının günümüze kadar yapmış oldukları sosyal sorumluluk projelerine katılım bankalarının web sitelerinden, dergilerden ve haberlerden yararlanılarak bahsedilmeye çalışılmıştır.

3.1. Albaraka Türk Katılım Bankası Örneği

Türkiye’de faizsiz bankacılık alanındaki finansal kuruluşların ilki ve öncüsü olan Albaraka Türk Katılım Bankası 1985 yılının başından itibaren faaliyete geçmiştir. Vizyonu; Dünyanın en iyi katılım bankası olmaktır. Temel kurumsal değerleri arasında yer alan sosyal sorumluluk ile bankanın değerini yükseltme hedefi doğrultusunda faaliyetlerini sürdürürken toplumun kalitesini iyileştirmek amacıyla, ekonomik gelişmeye destek vermek, çalışmalarında düzenlemeler ile çevreye karşı saygılı politikalar izlemek bu doğrultuda sosyal ve kültürel amaçlarla hazırlanan çeşitli projelere destek olmak vardır.

3.1.1. Sponsorluk Projeleri

Albaraka Türk iletişim alanında sosyal ve kültürel amaçlarla hazırlanan projelere destek olmayı amaçlamıştır. Geçmişinde onlarca ödül almış yapımlara ve belgesellere sponsor olan Albaraka Türk bir döneme damgasını vurmuş önemli bir şahsiyetin hayatını anlatan belgesele sponsor oldu.

3.1.1.1. Cemil Meriç

Bankacılık faaliyetleri dışında kültür ve sanata olan desteğini her geçen gün yeni proje ve çalışmalara verdiği destekle zenginleştiren Albaraka Türk, ülkemizin yetiştirdiği ve bir döneme damgasını vuran önemli fikir adamlarımızdan Cemil Meriç’i konu olan "Türkiye'nin Ruhü" adlı belgesel çalışmasına sponsor oldu.

Türkiye'nin Ruhu, Cemil Meriç'in ayna kişiliği üzerinden, başta Cumhuriyet dönemi başta olmak üzere son ikiyüz yıllık düşünce ve siyaset maceramızı, Batılılaşma çabalarımızı ve bu uğurda yapılanların üzerimizdeki etkilerini, sanat ve edebiyat sorunlarını irdeleyerek yarınlarımıza daha kendinden emin bakabilmeleri için gerekli düşünce ipuçlarına sahip olabilmelerini sağlamaktadır. Türkiye'nin Ruhu belgesel film projesi, Cemil Meriç konulu üç kitaba imza atmış gazeteci-yazar Düccane Cündioğlu danışmanlığı ile yola çıkmış bir çalışmadır. Projenin yapımcılığını, sektörün deneyimli isimlerinden Şafak Bakkalbaşıoğlu önderliğinde faaliyetlerini sürdüren BBO YAPIM üstlendi. Yönetmeliğini Funda Uluköse tarafından çekilen projenin müziklerinde ünlü müzisyen Kemal Sahir Gürel'in imzasını taşımaktadır. Film, usta oyuncu ve seslendirme sanatçısı Cüneyt Türek'in seslendirirken, Cemil Meriç'in sesi ise ünlü oyuncu Ahmet Mümtaz Taylan oldu. Türkiye'nin Ruhu'nun en özel bölümlerinden biri olan "muamma hikayeler" in anlatıcısı ise tiyatro, sinema ve televizyon oyuncusu Erdal Beşicioğlu'dur. Yapım aşamasında, İstanbul, Ankara, Hatay'ın yanı sıra Cemil Meriç'in hayatında özel bir yeri olan Paris'te de çekimler ve arşiv çalışmaları gerçekleştirildi. Cemil Meriç, eserleri ve Türkiye'nin Ruhu konusunda 70 önemli isimle söyleşiler gerçekleştirildi.

3.1.1.2. Aliya Belgeseli

Yugoslavya'nın dağılmasından sonra bölgede ortaya çıkan yeni oluşumlar ve hesaplar içinde yaşam mücadelesi veren Bosna halkını ve bu halkın efsanevi lideri "Bilge Kral" Aliya İzzetbegoviç'in hayatını konu alan belgesel filmine Albaraka Türk'te katkıda bulunmak amacıyla projeye sponsor oldu. Belgesel de Aliya'nın sadece siyasi kimliğini değil şimdiye kadar satır aralarına sıkışıp kalmış duygu ve düşünce dünyasını da ortaya çıkaran bir yapım oldu.

Belgeselin planlama ve yapım süreci üç yıllık bir süreyi kapsıyor. Yönetmenliğini Mahmut Fazıl Coşkun'un, metin yazarlığını İsmail Kılıçarslan'ın, görüntü yönetmenliğini ise Atilla Güler'in üstlendiği belgeselin müzikleri Gökhan Kırdar'a, kurgusu Oğuz Karabeli'ye ait. Ayrıca usta çizer Necdet Konak çizgileriyle ve anlatıcı rolüyle Aliya projesinde yer alıyor. Çekimlerinin tamamının Bosna'da gerçekleştirildiği belgeselde Aliya'ya çok yakın 15 isimle söyleşiler gerçekleştirildi. Bu isimler arasında Aliya'nın kız kardeşi Hayriye Skoplijak ve oğlu Bakir

İzzetbegoviç gibi akrabaları da var. Ayrıca Bosna Hersek'in yaşayan en önemli şairi ve kimi senaryoları Emir Kusturica tarafından filme çekilen, Aliya'nın yakın dostu Abdullah Sidran, çocukluk arkadaşları Ömer Behmen ve Eşref Çampara ve Balkanların en popüler müzisyeni Dino Merlin de görüşlerine başvurulmuş diğer isimler arasında.

Belgeselin en önemli özelliklerinden biri de, savaş sırasında Sırp tarafından rehin alınan Aliya İzzetbegoviç'in kaçırılma öyküsünün, olayın tüm taraflarıyla kapsamlı bir şekilde ele alınması. Aliya İzzetbegoviç için yapılmış ilk ve tek belgesel olan film 2 bölüme ayrılıyor. Bu bölümlerin ilki "Üçüncü Yol", ikincisi ise "Aliya Sen Olmasaydın" ismini taşıyor.

3.1.2. Kültür ve Sanat Projeleri

Türkiye'nin ilk katılım bankası olan Albaraka Türk, 1985'ten beri bu toprakların bereketini arttırmak ve ülkemiz insanlarının alın terinin heba olmadan değerlendirilmesi için bankacılık faaliyetlerinin yanı sıra kültür ve sanat alanındaki köklü medeniyetimizi geleceğe taşıma gayesi ile birçok projeye destek vermektedir.

3.1.2.1. Geleneksel Albaraka Türk Hat Yarışması

Albaraka, sosyal sorumluluklarının bir gereği olarak, hat sanatını yaşatmakta, geliştirmekte, yeni kuşaklara aktarmakta ve bu sanata gönül verenleri bir nebze olsun teşvik etmektedir.

Bankanın, gelenekselleşmesi temennisiyle 2005 yılında ilkinin düzenlediği hat yarışması için yola çıkarken hedefi, bu yarışmayı 5 yılda bir düzenlemektir. Fakat yarışmaya olan ilgi ve devamında gelen teveccühler Albaraka'nın kültür ve sanat alanında nişaneler bırakma hedefini bir adım öteye taşıyarak yarışmayı 3 yılda bir tertip etme yönünde teşvik etti. Alınan bu karar sonrasında yarışmanın ikincisi 2008 yılında gerçekleştirildi. Albaraka Türk Katılım Bankası Genel Müdürü Dr. Adnan Büyükdenez, ödül töreninde yaptığı konuşmada yarışma ile ilgili olarak şunları söyledi:

"Albaraka Türk olarak, kültür birikimimizin yaşatılması ve değer kazanması için elimizden gelen çalışmaları bugüne kadar sürdürdük ve sürdürmeye de devam etmeyi arzuluyoruz. Bu çerçevede bankamızın düzenlediği hat yarışmalarını, bu sanat dalına desteklerin taçlandırılması olarak nitelemek yerinde olacaktır. Yaklaşık bin yıllık tarihi yolculuğu içinde taşıdığı değerler açısından her zaman gündemimizde var olan hat sanatı, İslâm estetiğini yansıtan en önemli sanat dallarımızdan birisidir. Bu gün geleneksel sanatlarımızın en çok ihtiyaç duyduğu konuların başında tanıtım gelmektedir. Albaraka Türk olarak amacımız; hat sanatına gönül verenleri bir nebze olsun teşvik etmek, bu sanata yeni ve üstün eserler kazandırmak, bunları yeni kuşaklara aktarmak, dolayısıyla bu sanatın yaşatılması, geliştirilmesi ve bu sanata hak ettiği ilgi ve alakayı sağlayabilmektir. "Ödül töreninde ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı İsmet Yılmaz, İl Kültür ve Turizm Müdürü Ahmet Emre Bilgili, Eski İstanbul Milletvekili Nevzat Yalçıntaş, Hat ustası Hasan Çelebi, Jüri üyeleri Prof. Uğur Derman ve Mehmed Özçay hat sanatı üzerine yaptıkları konuşmalar davetliler tarafından ilgiyle dinlendi.

3.1.2.2. Kültürel Yayınlar

Albaraka Türk Kültür Yayınları'nın birkaçını aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- 2007 yılında birincisi gerçekleştirilen ve birbirinden değerli 2 bine yakın eser arasından oldukça zor bir seçim yapılarak "Albaraka Türk Alın Teri Fotoğraf" yarışması yapıldı.
- Yeni Cami Sebili Kitabesi
- Şehirlerin Sultanı İstanbul
- Mimar Sinan
- Hicaz Demiryolu Fotoğraf Albümü
- Türkiye'de Özel Finans Kurumları Kitabı
- Hat Kataloğu
- Çocuk Kitapları
- Yerkürenin Renkleri

3.1.3. Eğitim Projeleri

Albaraka Türk, ülkemiz geleceğinin daha parlak olabilmesi için birçok eğitim projesinde yer almaktadır.

3.1.3.1. Bereket Vakfı

Albaraka Türk lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerine burs veren Bereket Vakfı ile bir çok öğrencinin eğitimi için burs imkânı sağlamaktadır. Bu güne kadar on binlerle ifade edilen sayıda öğrenciye burs veren Bereket Vakfı, başta bursiyer sayısını artırmak olmak üzere, geçmiş dönemlerde burs verdiği öğrencilerle de iletişimi güçlü tutmak için yeni etkinlikler ve projeler geliştirmektedir.

3.1.3.2. Simurg, Kaf Dağı'na Yolculuk

Çocuklar için hazırladığı 19 kitapla küçük bir çocuk kitapları arşivi oluşturan Albaraka Türk, yayınladığı 20'nci kitap 'Simurg, Kaf Dağı'na Yolculuk' hikayesiyle, bu kez küçük okurları Doğu klasikleriyle tanıştırdı. Ranlı Şair Feridüddin Attar'ın Mantıku't Tayr kitabından, Ali Faruk'un çalışmasıyla çocukların anlayacağı şekilde sadeleştirilen, çizer Murat Tanhu Yılmaz tarafından resimlendirilmiştir.

3.1.3.3. Simurg Çocukların Fırçasından Doğuyor

Albaraka tarafından 'Albaraka çalışanlarının çocuklarını resim sanatı ile tanıştırmak ve hobi edinmelerini sağlamak amacıyla' düzenlenen resim yarışması yapıldı. Tanınmış ressamlarımızdan Ahmet Güneştekin jüri üyeliğini üstlenmiştir. Tüm katılımcılara belirlenecek bir tarihte Albaraka Genel Müdürü Fahrettin Yahşi ve Ressam Ahmet Güneştekin imzalı birer sertifika düzenlenmiştir.

3.1.4. Çevre Projeleri

Albaraka Türk, yalnızca bir finansal kurum olarak değil çevre alanında da faaliyetleriyle çevre ve topluma katkı sağlayarak faaliyetini sürdürmektedir.

3.1.4.1. Çevre Dostu Genel Müdürlük Binası

Albaraka Türk, Genel Müdürlük binasının akıllı bina özellikleri sayesinde uygulamakta olduğu ^{CO₂} salımını azaltıcı önlemlerle çevreyi koruma adına inisiyatifini kullanmaktadır:

- Binanın maruz kaldığı güneş ışığını engellemek amacıyla dış cephe camlarına güneş filmi kaplanmasıyla klimaların daha az çalıştırılması sonucu daha az elektrik tüketimi gerçekleştirilmekte; küresel ısınmaya sebep olan sera gazının doğaya salımı azaltılmaktadır.
- Binada bulunan 89 ayrı çeşit toplam 100 adet fotokopi / yazıcı cihazının işlevini yerine getirebilecek daha üstün özellikli toplam 28 adet profesyonel fotokopi cihazı ortak alanlara konumlandırılmıştır. Bu yatırım sonucunda fotokopi cihazlarında bulunan kart okuma sistemi sayesinde gereksiz çıktı ve unutilan çıktılar önüne geçilmiş ve bu sayede yıllık ortalama 9.000 kg kağıt tüketiminden tasarruf edilmiştir. Bu da yaklaşık 1.800.000 adet A4 kağıda denk gelmektedir. Böylece yıllık ortalama 132 ağacın kesilmesine engel olunmuştur.
- Her kata yerleştirilen geri dönüşüm ve atıl pil kutuları ile kağıt ve doğaya zararlı atıkların geri dönüşümü sağlanmaktadır.
- Bahçe sulamasını kuyu suyu ile yaparak yılda 167.616 m³ suyun artırılması için harcanan emek ve enerji doğaya hediye edilmektedir.
- Binadaki lavabo musluklarına takılan su tasarruf valfleri sayesinde, personel başına su tüketimi yıllık yaklaşık %20 oranında azalmaktadır.
- Genel müdürlük birimlerince kullanılan benzinli araçlar yerine daha çevre dostu dizel araçlar kiralanarak yılda toplam 47.872 kg egzoz gazının doğaya karışması engellenmektedir.
- İstanbul Şubelerimize ve Bölge Müdürlüklerimize ulaşım kolaylığı, zaman ve yakıt tasarrufu sağlamak amacıyla navigasyon cihazları takılmaktadır.

3.1.4.2. Albaraka Hatıra Ormanı

Kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarına 2007 yılında Çevre ve Kültür Kuruluşları Dayanışma Derneği (ÇEKÜD) ile imzalanan protokolle birlikte hız veren Albaraka Türk, “Türkiye Ağaçlanıyor” kampanyasına geniş kapsamda katılım göstermiş ve Albaraka Hatıra Ormanı oluşturmuştur. 2011 yılında ÇEKÜD tarafından hazırlanan bilgilendirme raporuna göre, Albaraka Türk ve ÇEKÜD işbirliğiyle Çatalca'nın Durusu bölgesinde başarıyla gerçekleşen ağaçlandırma projesinde dikilen 2.000 fidandan 1.950 tanesi kök salmış ve fidanların tutma-büyüme oranı Türkiye ortalamasının üzerinde gerçekleşmiştir.

3.1.5. Toplumsal Projeler

Albaraka Türk, topluma fayda sağlayacak her türlü projenin içinde olmayı amaçlamıştır.

3.1.5.1. Kan Acil Değil, Sürekli İhtiyaçtır

Türk Kızılayı'nın başlattığı kampanyaya Albaraka Genel Müdürlüğü'nde gerçekleştirilen kan bağışında genel müdürlük personelinin yoğun katılımı oldu.

3.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası Örneği

Kuveyt Türk 1989 yılında kurulmuştur. Kurulduğu günden bugüne kadar faizsiz bankacılık sisteminde özenliliği, yatırım alanlarında araştırmacılığı, tasarruf sahiplerine ve iş adamlarına çağdaş, istikrarlı, güvenilir, kaliteli ve süratli hizmet sunmayı, personelinin verimliliğini artırmak için sürekli eğitime tabi tutmayı kendisine ilke edinmiştir. Vizyonu; uygun ve yeni finansal çözüm sunma, bilgi birikimi, tecrübe ışığında uluslararası bir banka olarak Türkiye'de 2014'te hizmet kalitesinde ilk beş, 2018'te aktif büyüklüğünde ilk 10 banka arasında yer almaktır. Temel kurumsal prensiplere bağlı, etik değerleri olan, müşteri odaklı bankacılığa önem veren, kurumsal sosyal sorumluluk sahibi bir şirket olmaktır.

3.2.1. Kültür ve Sanat Projeleri

Kuveyt Türk içinde bulunduğu topluma ve dünyaya karşı sorumluluğun farkında olarak var olan değerlerine sahip çıkmak ve yaşatmak adına önemli sosyal sorumluluk projelerine destek vermektedir.

3.2.1.1. Ortaköy Camisi Restorasyonu

Kuveyt Türk, tarihi ve kültürel mirasa sahip çıkma çalışmaları kapsamında Ortaköy Cami'nin restorasyonunu gerçekleştirmektedir. 1853 yılında yapılmış olan cami; yapının denize kaymasından ötürü 1960'lı yıllarda kapsamlı bir onarım görmüştür. 1984 yılında çıkan yangında hasar gören yapı tekrar yenilenerek günümüzdeki görünümüne kavuşmuştur. Restorasyon çalışması süresinde cephe kısmını meydana getiren taşlar değiştirilmiştir. Zamana meydan okuyan tarihi Ortaköy Cami Kuveyt Türk desteği ile gelecek nesillere hazırlamaktadır.

3.2.1.2. Saliha Sultan Çeşmesi Restorasyonu

Tarihi Saliha Sultan Çeşme ve Sebili, Vakıflar Genel Müdürlüğü ile Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın Yok Olmaya Terk Edilmiş Tarihi Eserleri Koruma Projeleri kapsamında yaptıkları işbirliği çerçevesinde restore edildi. İstanbul'un en turistik bölgelerinden biri olan Beyoğlu Köprüsü ayağında, Sokullu Mehmet Paşa Camii arkasında yer alan Saliha Sultan Sebili ve Çeşmesi'nin restorasyon projesi, kültür ve sanat eserlerinin korunmasına yönelik sosyal sorumluluk projesi, kapsamında gerçekleştirildi.

3.2.1.3. Kozahan Şadırvanı Restorasyonu

Geçmişte Bursa ipekçiliğinin merkezi olan Koza Han'ın ortasındaki cami ve şadırvan aslına uygun Vakıflar Bölge Müdürlüğü'nün kontrolünde Kuveyt Türk Katılım Bankası tarafından restorasyonu gerçekleştirilen cami ve şadırvan aslına uygun olarak kaybolmaya yüz tutmuş tarihi varlıkların topluma kazandırılması çalışmaları kapsamında restore edildi.

3.2.2. Toplumsal Projeler

Kuveyt Türk, sosyal sorumluluk çalışmalarında toplumsal projelere de yer vererek birçok önemli projeye imza atmıştır.

3.2.2.1. KAÇUV Umuda Destek Projesi

Kuveyt Türk sosyal sorumluluk misyonu ile ülkemiz açısından önemi giderek artan kanser hastalığına karşı duyarlı bir hareketi oluşturmak için “Kanserle Savaş Haftası” vesilesiyle başlattığı “Umuda Destek” projesini, 23 Nisan 2013 Ulusal Egemenlik ve Çocuk Türk Haftası’nda hayata geçirmiştir. 25 Nisan- 3 Mayıs 2013 tarihleri arasında, tüm Kuveyt Türk kartlarıyla yapılan her işlemin 1 TL’si, Kanserli Çocuklara Umut Vakfı’ nın “Aile Evi” projesine destek olarak bağışlanmak amacıyla yapılmıştır. Hafta boyunca sürecek bu kampanya ile Aile Evi’nin bir yıllık giderlerinin karşılanması ve ihtiyaç saibi olan kanserli çocuk ve ailelerine tedavi sırasında hiçbir ücret ödenmeksizin konaklama, mutfak ve banyo hizmeti sağlanması amaçlanmıştır. Aile Evi 6 adet tek kişilik, 8 adet çift kişilik odaları ile 14 odadan oluşması planlanmıştır.

3.2.2.2. Pakistan Sel Felaketi Mağdurlarına Yardım Kampanyası

Evleri yıkılan Pakistanlı vatandaşlar için Kuveyt Türk müşteri ve çalışanların bağışları sonucunda Türk Kızılayı işbirliğiyle kurulan “Kuveyt Türk Kardeşlik Köyü”nde yaklaşık 100 aile barınmaktadır. Gerçekleştirilen bağış kampanyasının devamında da bir yıl boyunca köy sakinlerinin yine Kızılay aracılığıyla belirlenen acil ihtiyaçlarına cevap verilmeye devam edildi. Gıda, giyecek, kırtasiye gibi tüketim ürünleri, Kuveyt Türk tarafından tedarik edilerek ihtiyaç sahiplerine iletildi.

3.2.2.3. Afrika Yalnız Değilsin

Kuveyt Türk, Kızılay ile ortaklaşa başlattığı Afrika Yalnız Değilsin kampanyasında tüm çalışan ve müşterilerinin de davet edildiği yardım projesi hazırlanmıştır.

3.2.3. Eğitim Projeleri

Kuveyt Türk, sosyal sorumluluk bilinciyle eğitim alanında projelere imza atmaya çalışmaktadır.

3.2.3.1. Bankada Kampüs

Bankada Kampüs, Kuveyt Türk Katılım Bankasının üniversite öğrencilerine yönelik hazırlanmış olduğu bir istihdam ve sosyal sorumluluk projesidir. Bankacılık sektörüne ilgi duyan özellikle katılım bankacılığını mezuniyet sonrası kariyer olarak düşünen öğrencilere yönelik bir yetiştirme programıdır. Bu programda Türkiye'nin önde gelen üniversitelerin 3. ya da 4. sınıfında okuyan, iletişim kabiliyeti yüksek, potansiyeli yüksek ve takım çalışmasına uygun üniversite öğrencilerine yönelik bir programdır. öğrencilerin program süreci boyunca gösterdikleri performanslara bağlı olarak işe alım sürecinde öncelikli olarak değerlendirilmektedir.

3.2.4. Çevre Projeleri

Kuveyt Türk çevreye karşı sorumluluklarını gözeterek birçok proje başlatmıştır.

3.2.4.1. Kuveyt Türk Hatıra Ormanı

Kuveyt Türk Orta Anadolu Bölge Müdürlüğü ve Ankara Çevre ve Orman İl Müdürlüğü'nün koordinasyonuyla hayata geçirilen Ankara Kuveyt Türk Hatıra Ormanı'na ilk fidanlar 2011 yılı içinde gerçekleşen bir organizasyonla dikilmiştir (Kuv11).

3.2.4.2. Doğayı Korumaya Teşvik

Kuveyt Türk Genel Müdürlük binasındaki çalışma ofislerine 2011 yılı içerisinde yerleştirilen kağıt dönüşüm kutuları ile birlikte kağıt israfının önlenmesi amaçlanmıştır. Bunun yanında, aynı amaç doğrultusunda, e-dekont uygulamasına geçen müşterilerden hesap işletim ücreti alınmamaya başlanmıştır.

3.3. Asya Katılım Bankası Örneği

Asya Katılım Bankası 24 Ekim 1996 tarihinde, Altunizade'deki ilk şubesini açarak faaliyete geçmiştir. Misyonu çağdaş bankacılık hizmetlerini faizsiz bankacılık ilkeleri çerçevesinde geliştirirerek müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini farklı çözümler yaklaşımıyla karşılayarak, paydaşlarına ve Türkiye ekonomisine katkı sağlamaktır. Vizyonu ise geliştirdiği ürünlerle dünya standartlarında hizmet veren, sağlıklı, güvenilir ve etkin bir banka olmaktır.

Bank Asya, sosyal sorumluluk yaklaşımı ve tabii olduğu mevzuat gerekleri çerçevesinde kamu yararı güden vakıf ve derneklere bağış ve yardımlar yaparak, kültürel yayınları destekleyerek, genel ekonomi ve bankacılıkla ilgili kongre ve konferanslara sponsor olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

3.3.1. Sponsorluk Projeleri

Bank Asya, uzman bankacılık kimliğinin yanında çevreci, sanatçı, duyarlı, sporsever yanlarını da ön plana çıkartmak amacıyla çeşitli sponsorluklara imza atmış, yıllar içerisinde çeşitli organizasyonların içerisinde bulunmuştur.

3.3.1.1. Bank Asya 1. Lig

Türk futboluna yapılan yatırımın ülkenin geleceğine yapılan yatırım olduğunu bilen Bank Asya, Türk Futbol Federasyonu (TFF) 1. Lig isim sponsorluğunu yapmıştır. 1. Lig marka değerini ve ligde oynanan futbolun kalitesini artırmayı hedeflemiştir. Bank Asya bu sponsorluğu kurumsal sosyal sorumluluk çerçevesinde değerlendirmiş ve bu lige yapılan yatırımları Türk futbolunun altyapısına yapılan yatırım olarak görmüştür. Bu nedenle sadece isim sponsorluğunda kalmayıp 1. Lig'i her yönüyle sahiplenmiştir. 1. Lig'de oynayan oyanayan futbolun kalitesini arttırmak hedefiyle her sezonun başında 1. Lig'de yer alan tüm takımlara forma sponsorluğu teklifinde bulunmuş ve bunun sonucunda 18 takımdan 2008-2009 sezonunda 12 takım ile, 2009-2010 sezonunda ise 14 takım ile, 2010-2011 sezonunda 12 takım ile, 2011-2012 sezonunda 8 takım ile ayrı ayrı forma sponsorluğu yaparak pnalara ayrıca maddi destek sağlamıştır.

3.3.1.2. Spor Sponsorlukları

Türk sporunun geleceği adına bireysel anlamda genç yeteneklere de destek veren Bank Asya, 2008 yılından bu yana, “3 adım atlama” dalında ulusal ve uluslararası müsabakalarda sayısız başarılarla imza atan genç atlet Aşkın Karaca'nın kişisel sponsorluğunu yapmaktadır.

3.3.1.3. Organizasyon Sponsorlukları

İNEPO Çevre Olimpiyatları, Türkçe Olimpiyatları gibi geçtiğimiz yıllarda Bank Asya ismiyle özdeşleşmiş organizasyonların sponsorlukları devam edilmiş, bunun yanı sıra TUSKON ve Active Academy Finans Zirvesi gibi ticaret ve finans konulu organizasyonların sponsorluklarında bulunmuştur.

3.3.1.4. Kültür Sanat Sponsorlukları

Kültür sanat alanında destek olmak amacıyla, Türk sinemasını daha üst seviyelere taşımak ve genç kuşak sinemacıları desteklemek adına Fatih Üniversitesi Kristal Klanet Kısa Film Yarışması'na ana sponsor olmuştur.

Bank Asya, Uluslararası Düş Çizgisi Tasarım Olimpiyatları'na katılan Fatih Üniversitesi faaliyetlerine de sponsor olarak katkı sağlamıştır.

3.3.1.5. Medya Sponsorlukları

Bank Asya, 2013 yılı içinde çeşitli mecralarda kurumsal imajını destekleyecek nitelikteki program, köşe ve sayfalara sponsor olmuş; yine çeşitli TV, gazete ve radyolarda Ramazan program sponsorluklarına imza atmıştır.

3.3.2. Kültür ve Sanat Projeleri

Bank Asya, sosyal sorumluluk politikaları gereği; tarihi ve kültürel değerlerimize sahip çıkmak, kültürel zenginliğimizi yaşatmak ve tanıtmak amacıyla gerçekleşen kültürel çalışmalarda yer almıştır.

2006 yılı mayıs ayında Kur'an tefsir uzmanı ve araştırmacı Dr. Murat Sülün'ün sanat eserleri ile ayet ve hadislerin ilişkisini anlattığı “Sanat Eserine Vurulan Kur'an Mührü” adlı kitap yayınlanmıştır. Ardından Bank Asya'nın onuncu yıl

erkinlikleri kapsamında Ekim ayında “II. Abdulhamid Dönemi Osmanlı Coğrafyası” albüm –kitabı yayınlanarak 19. yüzyıla ait tarihi belge niteliğindeki fotoğraflar Mehmet Bahadır Dördüncü’nün açıklamalarıyla okuyucularla buluşturulmuştur. Ayrıca kitaptan seçilen fotoğraflardan Yıldız Sarayı Silahhane binasında fotoğraf sergisi açılmıştır.

2007 yılında da Bank Asya kültürel hizmetlerine devam etmiş ve birbirinden değerli iki prestijli eser kültür dünyasına kazandırmıştır. Prof. Dr. İlber Ortaylı tarafından kaleme alınan “Mekan ve Olaylarıyla Topkapı Sarayı” kitap ve belgeseli, Topkapı Sarayı hakkında bugüne kadar hazırlanan ve en kapsamlı rehberlerden birisi olarak kültür-sanata katkı sağlamıştır.

Doğumunun 800. yılında Hz. Mevlana’ya bir vefa göstergesi olarak hazırlanan “Abideleri ve Günümüze Mesajlarıyla Diyar-ı Mevlana” adlı kitap okurlarıyla buluşmuştur. Ayrıca Bank Asya Genel Müdürlük binasında kitaptan seçilen fotoğraflardan oluşan fotoğraf sergisi açılmıştır.

Bank Asya Kültür Hizmetlerine 2008 yılı içerisinde de devam edilmiş ve “Dersaadet’ten Haremeyn’e Surre-I Hümayun” adlı eser yayınlanmıştır. Abbasiler’den Osmanlı Devleti’nin son yıllarına kadar devam eden önemli bir devlet geleneği olan surr alaylarını, tarihin unutulmaya yüz tutmuş sayfalarından çıkararak yeryüzünün en büyük yardım kervanı surrenin, o yürekleri yumuşatan, insanları birbirine kaynaştıran sevgi ve yardımlaşma havasını yeni nesillere aktarmayı amaçlayan Surre-i Hümayun aynı zamanda alanında ülkemizde yayınlanan ilk kapsamlı eser niteliğini de taşımaktadır.

Kültürel zenginliğimizi yaşatmak ve tanıtmak amacıyla da 2009 yılında “Mukaddes Göç Hicret” adlı eser yayınlanmıştır. Bank Asya Kültür Yayınları’nın 9. eseri olarak yayınlanan bu kitapta hicretin geniş manada tanımı, önceki peygamberlerin hicretleri ve son olarak Hz. Muhammed’in hicreti, hicret güzergahından fotoğraflar eşliğinde ayrıntılı bir şekilde anlatılmaya çalışılmıştır.

3.3.3. Eğitim Projeleri

Bank Asya, çoğunlukla eğitim ve kültür alanındaki faaliyetleri kendisine sosyal sorumluluk projeleri olarak seçmektedir.

3.3.3.1. Bir Çocuk Okutuyorum

İnsana yapılan yatırımı yatırımların en büyüğü olarak gören Bank Asya, “Bir Çocuk Okutuyorum” projesini geliştirmiştir. Bu eğitim projesine özel olarak geliştirdiği teknolojik altyapısıyla, müşterilerine hesaplarındaki virgülden sonraki tutarları otomatik olarak bağışlayabilme imkanı tanımaktadır. Bank Asya; “Bir Çocuk Okutuyorum Projesi”ni ise “Kimse Yok Mu Derneği” ile işbirliği içinde yürütmektedir.

Proje kapsamında burs verilen öğrenciler için yılın bazı günlerinde çeşitli kültürel programlar düzenlenmesi planlanmış, ayrıca bu öğrencilere hem kariyerlerine başlarken hem de kariyerleri boyunca destek vermeyi hedeflemiştir.

3.3.4. Çevre Projeleri

Kurumsal sosyal sorumluluk ilkesi çerçevesinde gerçekleştirdiği kültür, sanat, eğitim projelerinin yanı sıra Bank Asya, "temiz ve yaşanabilir bir çevrenin tüm canlıların hakkı olduğu" gerçeğinden hareketle, çevrenin korunması ve özellikle gençlerin çevre konusunda bilinçlendirilmesi konusundaki çalışmalara da imza atmaktadır. Bu kapsamda Bank Asya Hatıra Ormanı yapılmış, INEPO Uluslararası Çevre Olimpiyatlarında ana sponsor görevini üstlenmiş ve e-ekstre uygulamasına geçmiştir.

3.3.5. Toplumsal Projeler

Bank Asya ülkemizde yaşanan olaylara duyarsız kalmyaıp sorumluluklarını yerine getirmeye çalışmaktadır.

3.3.5.1. Soma Maden Kazası

Bank Asya, ülkemizi derinden yaralayan Soma 'daki maden faciası üzerine önemli bir karar aldı. Bankanın resmi Twitter hesabından yapılan açıklamayla, maden

faciasında hayatını kaybeden vatandaşların "Bireysel Finansman" desteği borçları ile "Kredi Kartı" borçlarının silinmesine karar verildiği bilgisini aktardı. Ayrıca bankanın Soma şubesindeki diğer bütün bireysel ve kobi müşterilerinin Finansman Desteği borçlarının, vade farkı olmaksızın yılsonuna kadar ertelendiğini bildirdi.

3.4. Türkiye Finans Katılım Bankası Örneği

Türkiye'nin önde gelen iki büyük grubu olan Boydak ve Ülker Grupları, finans sektöründe hizmet veren kurumları Anadolu Finans ve Family Finans'ı, global ekonomi koşullarına ayak uydurmak ve Türkiye'ye çok daha faydalı olmak için kendi iradeleri ile 30 Aralık 2005 tarihinde Türkiye Finans Katılım Bankası adı altında birleştirmiştir. Vizyonu Türkiye'de tüm bireysel müşteriler ve şirket sahiplerine ilkeli finansman ve yatırım sağlayan öncü kaynak olmaktır. Misyonunu ise katılım bankacılığı prensipleri doğrultusunda, tüketim yerine artı değer oluşturmayı destekleyen faaliyetleri vasıtasıyla üretilen değeri pay sahipleri, çalışanları ve hissedarları ile adil ve şeffaf bir şekilde paylaşmak olarak açıklamaktadır.

3.4.1. Sponsorluk Projeleri

Türkiye Finans ülkemizde düzenlenen birçok projeye sponsor olarak, projelere maddi ve manevi desteğini sağlamaktadır.

3.4.1.1. Esnaf Bayramı

2008 yılında Ahilik Kültürü ve Esnaf Bayramı, İstanbul Ticaret Odası ile Esnaf ve Sanatkarlar Derneği-ESDER öncülüğünde, Türkiye Finans'ın sponsorluğuyla İstanbul'da kutlandı. Eminönü Yeni Cami Meydanı'nda düzenlenen törene çok sayıda esnaf ve zanaatkarların katılımıyla gerçekleşti. Etkinlikte geleneksel "Şed Kuşatma" töreninin yanı sıra Ahi Pilavı, Osmanlı Şerbeti ve Ahi Şekeri ikramı ile renkli bir etkinlik gerçekleştirildi.

3.4.1.2. Egeli İşadamlarına Moral

Türkiye Finans ve Ekonomist Dergisi işbirliği ile düzenlenen "Reel Sektör İzmir Buluşması" gerçekleştirildi. Egeli iş adamlarını yoğun ilgi gösterdiği toplantıda

Doç. Dr. Deniz Gökçe ile “Ekonomi nereye gidiyor?” sorusuna yanıt arandı ve global ekonomik kriz değerlendirildi.

3.4.1.3. Kırkpınar Yağlı Güreşleri

Türkiye Finans, UNESCO Somut Olmayan Dünya Kültür Mirası listesine alınan ata sporumuz tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri’ne destek vererek, yüzyıllardır pehlivanların yazdığı destanların gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir görev üstlenmiştir. Türkiye Finans ayrıca festival boyunca ata sporumuz olan önemli bir kültür mirasımızı sahiplenmek amacıyla Edirne Kırkpınar Festivali alanında ilk kez Türkiye’nin her bölgesinden ve yurt dışından gelecek ziyaretçiler için bankacılık hizmeti sunmuş, dev ekranlarla şehrin önemli meydanlarından güreşlerin festival alanı dışında da izlenmesi olanak sağlanmıştır. Tüm bu çalışmalarla etkinliğin daha çok insana ulaştırılarak 652 yıldır düzenlenen güreşlerin bilinirliğini artırmayı hedeflenmiştir. Bölge halkının yaşamında da önemli bir yer tutan yağlı güreşler, geleneksel törenlerle birleşerek kültürün ayrılmaz bir parçasına gelmiştir. Türkiye Finans, tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri’nin bir simgesi olan kırmızı dipli mum ile davet geleneğini sürdürerek kadim değerlere sahip çıkmanın önemini bir kez daha vurgulamıştır.

3.4.1.4. Anadolu Markaları

Anadolu Markaları 2013, Türkiye Finans Katılım Bankası ve Capital ve Ekonomist dergileri işbirliği ile düzenlenmiştir. Türkiye Finans’ın reel ekonomiyi desteklemek misyonuyla Anadolu Markaları projesinin misyonunun birebir örtüşmektedir. Türkiye Finans kurulduğu günden bu yana firmalara markalaşma yolunda ihtiyaç duydukları finansman desteği sağlamakta ve bu konuda Ticaret ve Sanayi Odalarıyla da işbirlikleri yapmaktadır. Anadolu’da faaliyet gösteren firmalara destekleri aralıksız devam etmesi çalışmalarını sürdürmektedir.

3.4.2. Kültür ve Sanat Projeleri

Türkiye Finans, kültür ve sanata desteğini Türkiye Finans Kültür Yayınları ve birçok projenin içinde yer alarak göstermektedir.

3.4.2.1. Vakıf Medeniyet ve Para Vakıfları

Türkiye Finans Kültür Yayınları'nın ikinci eseri olan ve Prof. Dr. Tahsin Özcan tarafından kaleme alınan "Vakıf Medeniyeti ve Para Vakıfları" kitabı vakıf medeniyetinin tarihsel gelişimi, Osmanlı Devleti'ndeki vakıf anlayışı ve para vakıfları hakkında kapsamlı bilgiler içeriyor.

3.4.2.2. Sema'nın Sadası

Mevlana, Mevlevilik ve Mevlevi Müziği olmak üzere üç ana bölümden oluşan Sema'nın Sadası, özellikle Mevlevi müziği ile ilgili önemli bir kaynaktır. Mevlana'nın hayatı, düşünceleri ve eserlerinden örnekler verildiği eserde Mevleviliğin kuruluşu, gelişmesi, Mevlevilik'te çile sistemi ve sema töreni ile ilgili ayrıntılı bilgiler bulunmaktadır. Eserin son bölümünde mevlevi ayinleri, Mevlevi bestekârları ve Mevlevi müziğinde kullanılan sazlar ile Mevlevi müziğinin ayrıntıları hakkında bilgi verilmektedir.

3.4.2.3. Buselikaşiran Mevlevi Ayini

Sözleri Mevlana Celaledin-i Rumi'ye ait olan eser, bestelenmesinin ardından ilk kez 1925 yılında Galata Mevlihanesi'nde icra edildi. Günümüze kadar tozlu raflar arasında unutulmuş bu eşsiz eser, Şef Timuçin Çevikoğlu ve sanatçı arkadaşlarının gayretleri ve Türkiye Finans Kültür Yayınları'nın Desteği ile gün ışığına çıkartılarak kayıt altına alınması sağlandı.

3.4.2.4. Türkiye Finans Fotoğraf Yarışması

Türkiye Finans'ın çalışanlarına yönelik fotoğraf yarışmaları düzenlemektedir. Teknik ve kompozisyon açısından değerlendirilen eserler arasından dereceye girenler ve sergilenmeye değer bulunanlar, Türkiye Finans Kartal Genel Müdürlük binasında B Girişi fuaye salonunda sergilenmektedir.

3.4.3. Toplumsal Projeler

Türkiye Finans, ülkemizde yaşanan toplumsal olaylara karşı duyarlılığını sosyal sorumluluk projeleriyle göstermektedir.

3.4.3.1. Soma Maden Kazası

Türkiye Finans, Soma'da 13.05.2014 tarihinde meydana gelen maden kazasına desteği vatandaşlık borcu bilerek duyuru yayınlamıştır. Duyuruda Soma'daki maden ocağında hayatını kaybeden tüm müşterilere kullandırmış oldukları hem kredi kartı hem tüketici finansmanı fonlarını ücretsiz olarak iptal ederek alacaklarından feragat ettiğini belirtmiştir. Ayrıca Soma'daki maden kazasından kurtularak hayatta kalan müşterilere şşe ödemelerini 1 Ocak 2015 tarihine kadar 7 aydan fazla masrafsız ve kâr paysız ertelemiştir. Soma'daki tüm bireysel müşterilere de ödeme ve ATM işlemlerini 1 Ocak 2015 tarihine kadar 7 aydan fazla masrafsız yapılması kararı alınmıştır. Bununla birlikte KOBİ müşterilerinin de borçlarını ihtiyaçları doğrultusunda 12 ay vadeye kadar kâr paysız ve masrafsız yapılandırılacağı duyuru ile bildirilmiştir.

3.4.3.2. Türk Kızılayı'na Bağış

Ramazan ayı boyunca yeni birikimlerini Türkiye Finans'ta değerlendirmek isteyen ve mevcut birikimlerini artıran tüm bireysel ve kurumsal tasarruf sahipleri adına ise her 25.000 TL'lik veya 50.000 Dolar ya da Euro'luk tasarrufları için Türk Kızılayı'na 5 TL bağışta bulunuluyor. Toplam bağış tutarı mevduatla orantılı olarak 100 TL'ye kadar ulaşabiliyor.

3.5. Klasik Bankalarda Sosyal Sorumluluk Projeleri

Bu bölümde ülkemizde klasik bankalar açısından önemli bir paya sahip iki bankanın yaptığı sosyal sorumluluk projelerinden bahsedilmiştir.

3.5.1. İş Bankası Örneği

Cumhuriyet döneminin ilk ulusal bankası olan İş Bankası, Atatürk'ün direktifleriyle İzmir Birinci İktisat Kongresi'nde alınan kararlar doğrultusunda 26 Ağustos 1924 tarihinde kuruldu. Bankanın amacı; müşteri ihtiyaçlarını hızlı, etkin, kaliteli çözümlerle karşılayan ve çalışanlarını işlerinde en yüksek performansı gösterebilmeleri için teşvik eden bir banka olarak, hissedarlarımıza yarattığımız değeri istikrarlı bir biçimde artırmaktır. Vizyonu ise lider, öncü ve güvenilir banka konumunu bölgesel finansal güç olarak sürdürerek, müşterilerin, hissedarların ve çalışanların en çok tercih ettikleri banka olmaktır.

3.5.1.1. Sponsorluk Projeleri

İş Bankası, ülkemiz açısından kültür ve sanat açısından önemli olan projelerde sponsorluk çalışmalarında yer almaktadır.

3.5.1.1.1. Uluslararası İstanbul Müzik Festivali

İş Bankası, İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın kurucu üyeleri arasında yer almakta olup, Vakıf tarafından 1973'ten bu yana düzenlenmekte olan Uluslararası Müzik Festivali'ne düzenli olarak katkıda bulunmaktadır.

3.5.1.1.2. “Muzalar Evi” Kazı Sponsorluğu

Ülkemizin önemli tarihi ve kültürel mekanları arasında yer alan Gaziantep'in Nizip ilçesinde Biricik Baraj Gölü kıyısında bulunan Zeugma Antik Kenti'nde 1987 yılında başlatılan kazılarda elde edilen Zeugma açık hava müzesinde sergilenmektedir. Antik kentte yapılacak kazı çalışmalarının ülkemiz kültür mirasının korunmasına kıymetli katkılar sağlayacağı değerlendirilerek 2007 yılında tespit edilen “Muzalar (Esin Perileri) Evi” kazı sponsorluğu 5 yıl boyunca İş Bankası tarafından yapılmıştır.

3.5.1.1.3. Satranç

İş Bankası 2005 yılı Aralık ayında imzalanan anlaşma ile Türkiye Satranç Federasyonu'nun ana sponsorluğunu üstlenmiştir. Satranç sporunun destekleyiciliğini üstlenmesinde, satrancın çocukların ve gençlerin zihinsel gelişimlerine önemli katkılar yapan, gençleri zarar verici alışkanlıklardan koruyan bir eğitsel araç olmasının büyük payı bulunmaktadır. Bu anlamda İş Bankası satranç sporuna ilişkin projesine kapsamlı bir kurumsal sosyal sorumluluk projesi olarak değerlendirmektedir.

3.5.1.2. Kültür ve Sanat Projeleri

İş Bankası ülkemiz için önemli olan kültür ve sanat projelerine destek vererek, birçok projede yer almaktadır.

3.5.1.2.1. İş Sanat Konser Salonu

Geleneksel olarak sezon açılışını Kasım ayında yapan İş Sanat'ta etkinlikler Mayıs ayı sonuna kadar devam etmektedir. Sanatseverlerle buluşan İş Sanat programı kapsamında klasik, caz, geleneksel ve dünya müziği olmak üzere müziğin bütün türlerine, dans gösterilerine, şiir dinletilerine ve çocuk oyunlarına yer verilmektedir.

3.5.1.2.2. İş Sanat Galeriler

İş Sanat Kibele Galerisi'nde Türk resminin önemli isimlerine, İzmir Sanat Galerisi'nde ise gelecek vaad edeb ressamalara yer verilmektedir. Sanat İzmir Galerisi'nde açılan sergilerin yanı sıra çocuk ve gençlere yönelik atölye çalışmaları da düzenlenmektedir. Kibele Sanat Galerisi'nde Neşet Günal, Zahit Büyükişliyen, Hüsametttin Koçan ve Naile Akıncı sergilerine ev sahipliği yapmıştır.

3.5.1.2.3. Türkiye İş Bankası Müzesi

14 Kasım 2007'de ziyarete açılan Türkiye İş Bankası Müzesi Cumhuriyet dönemi iktisat tarihi konusunda uzmanlaşmış ilk ve tek müze özelliğini taşımaktadır. İş Bankasının tarihinin ve sürekliliğinin öyksünü anlatan Müze nesiller boyunca bankanın halka hizmetini, toplumsal hayattaki yerini toplumla paylaşmaktadır. Müze de İş Bankası'nın kurulduğu günden bugüne biriktirdiği arşiv ve nesnel koleksiyon malzemeleri çağdaş bir kurguyla sergilenmektedir.

3.5.1.3. Eğitim Projeleri

İş Bankası, toplumsal gelişme ve ilerlemenin kalıcılığını sağlamak için geleceğe yatırım yapan ve bu çerçevede eğitime özel önem vermektedir.

3.5.1.3.1. 81 İlden 81 Öğrenci

İş Bankası, ülkemizin eğitim alanında bugüne kadar gerçekleştirilen en uzun soluklu ve en büyük projelerinden biri olan "81 İlden 81 Öğrenci" projesine Darüşşafaka ortaklığında sürdürmektedir. Maddi imkânları yetersiz, annesi ve/veya babası olmayan çocuklara 5. sınıftan lise son sınıfa kadar tam burslu ve yatılı eğitim fırsatı sağlamaktadır. Öğrencilerine hem kaliteli eğitim, hem sosyal gelişim hem de sıcak bir yuva ortamı sağlamayı hedeflemekte, ülkenin en köklü eğitim kurumlarından olan Darüşşafaka ile İş Bankası işbirliği 74 yıl öncesine dayanmaktadır.

3.5.1.3.2. Karneni Göster Kitabını Al

İş Bankası, ülkemizde daha çok okuyan çocuğun nitelikli kitapla buluşması, okuyan ve sorgulayan gençlerin sayısının artması, öğrenciler için fırsat eşitliğinin oluşmasına katkıda bulunulması sağlanmaktadır. Kampanya kapsamında Türkiye ve KKTC'deki herhangi bir İş Bankası şubesine karnesini getiren 1 milyon ilköğretim öğrencisine kitap armağan etmektedir.

3.5.1.3.3. Ateşböceği Gezici Öğrenim Birimi

Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'nın (TEGV) Ateşböceği Gezici Öğrenim Birimlerinden birisi de İş Bankası'nın katkılarıyla hayata geçirilerek Temmuz 2001'de faaliyete geçmiştir. Gezici öğrenim biriminde 12 bilgisayarlı bir eğitim odası ve serbest etkinlik odası bulunmaktadır.

3.5.1.3.4. 81 İlde 81 Orman Projesi

İş Bankası, çevrenin korunması ve başta çocuklar olmak üzere halkımızın çevre konusunda bilinçlendirilmesi amacıyla "81 İlde 81 Orman" projesi hayata geçirilmiştir. Proje TEMA Vakfı ile Orman ve Su İşleri Bakanlığı işbirliğinde yürütülmektedir. Projenin dikimleri boyunca törenlere mülki ve askeri erkan, İş Bankası ve TEMA Vakfı yetkilileri, ilköğretim öğrencileri ve basın katılımıyla gerçekleşmiştir. Başta çocuklar olmak üzere bütün yöre halkının çevresel konulara olan duyarlılığının artması ve çevre bilinci yüksek bir kuşağın yetiştirilmesi hedeflenmektedir.

3.5.2. Garanti Bankası Örneği

1946 yılında Ankara'da kurulan ve Türkiye'nin en büyük ikinci özel bankasıdır. Vizyonu Avrupa'nın en iyi bankası olarak olmaktır. Misyonunu ise etkinliği, çevikliği ve örgütsel verimliliği ile müşterilerine, hissedarlarına, çalışanlarına topluma ve çevreye kattığı değeri sürekli ve belirgin bir biçimde arttırmak olarak belirlemişlerdir.

3.5.2.1. Sponsorluk Projeleri

Garanti Bankası sosyal sorumluluk kapsamında toplumun yaşam kalitesini arttırmak için, kurum kültürünü yansıtan projelerde sponsor olarak yer almaktadır.

3.5.2.1.1. İstanbul Modern Çağdaş Sanat Müzesi

Garanti Bankası, Türkiye'nin ilk ve tek çağdaş sanat müzesi olan İstanbul Modern'in eğitim programının sponsorluğunu üstlenmiştir. Program; sanatı bilen, sanata aktif şekilde katılan, yaratıcı ve sorgulayıcı bireyler yetiştirilmesinde merkezi bir rol oynamayı ve sınıf eğitimini desteklemeyi hedeflemektedir. Bugüne kadar Garanti'nin desteğiyle gerçekleştirilen İstanbul Modern eğitim programıyla 300.000'in üzerinde çocuk ve genç eğitim aldı, almaya da devam etmektedir.

3.5.2.1.2. Garanti Cengiz Han Sergisi Sponsorluğu

Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi'nde 7 Aralık 2006-8 Nisan 2007 tarihleri arasında düzenlenen Cengiz Han ve Mirasçıları: Büyük Moğol İmparatorluğu sergisinin ana sponsorluğunu Garanti Bankası üstlendi.

3.5.2.1.3. İçimdeki Düşman

Garanti Bankası, 2010 yılında çağdaş sanatın uluslararası alandaki önemli isimlerinden Kutluğ Ataman'ın "İçimdeki Düşman" isimli Türkiye'deki ilk retrospektif sergisinin sponsorluğunu üstlenmiştir.

3.5.2.1.4. Garanti Caz Yeşili

Müzikseverlerin caz müziği ufkunu genişletmeyi amaçlayan Garanti Bankası, Türkiye'de cazın önde gelen sponsorları arasında yer alarak bu alandaki desteğini "Garanti Caz Yeşili" sloganıyla sürdürmektedir. Garanti, son 14 yıldır, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı tarafından düzenlenen Uluslararası İstanbul Caz Festivali'nin ana sponsorluğunu üstlenmektedir. İstanbul Jazz Center, Tamirane, Salon IKSVM konserlerine destek veren ve İstanbul'un en önemli müzik merkezlerinden Babylon'un 12 yıldır sponsoru olan Garanti, müzikseverlere başta caz ve nu caz alanında olmak üzere dünyaca tanınmış caz sanatçıları dinleme fırsatı sunmaktadır.

3.5.2.2. Kültür ve Sanat Projeleri

Garanti Bankası, modern bir toplumun temeli için, kültür ve sanata yönelik çalışmalar sürdürmektedir.

3.5.2.2.1. İstanbul Arkeoloji Müzeleri

Garanti Bankası, İstanbul Arkeoloji Müzeleri'nde yer alan iki sergileme salonunun 5 Ağustos 1998'de ziyarete açılmasını sağladı. Sergileme salonlarında İstanbul'un çevre kültürleri tanıtılmaya çalışılırken ayrıca doğu-batı arasında bir köprü oluşturan 1000 yıllık Bizans Uygarlığı'na ait önemli eserlerde sergilenmektedir.

3.5.2.2.2. Eski Şark Eserleri Müzesi

1883 yılında Güzel Sanatlar Akademisi olarak Osman Hamdi Bey tarafından yaptırılan Eski Şark Eserleri Müzesi, Garanti Bankası tarafından 2 yıl boyunca desteklenen onarım ve yenileme çalışmalarının sonucunda 8 Eylül 2000 yılında ziyarete açıldı.

3.5.2.2.3. Dünya Mirası Belgeseli

“Dünya Mirası” konulu belgesel, 3kıtada 114 ülkede yapılan çekimler sonucunda Garanti Bankası'nın katkılarıyla hazırlandı. 2000 yılında NTV'de 13 bölüm halinde yayınlanan belgesel, 445'i kültürel, 112'si doğal, 20'si hem kültürel hem doğal özelliklere sahip bulunan ve UNESCO tarafından koruma altına alınan “Dünya Harikaları”nı konu etmektedir.

3.5.2.2.4. Likya Yolu

Garanti Bankası, Fethiye'den Antalya'ya uzanan 500 kilometrelik uzun mesafe yürüyüş yolu olan Likya Yolu'nda, uluslararası standartlara uygun işaretleme sistemine destek vererek, proje kapsamında 2006 yılında hazırladığı Likya Yolu kılavuz kitabıyla, bölge turizmine katkı sağlamıştır.

3.5.2.3. Eğitim Projeleri

Garanti Bankası örnek olmak ve ülkemizi daha yukarı taşımak için eğitim projelerine destek vermektedir.

3.5.2.3.1. Denizyıldızları Projesi

Denizyıldızları Projesi, 1998 yılından bu yana Garanti Bankası'nın çalışanları, müşterileri ve dostlarının bağışlarıyla desteklenmektedir. Proje kapsamında bir ilköğretim okulu ile 4 meslek ve teknik liseyi barındıran yerleşkede, yılda 2 bin 500 öğrenci eğitim almaktadır. Ayrıca 2010 yılında kurumun 320 izleyici kapasiteli tiyatro ve konferans salonu ile, yarı olimpik kapalı yüzme havuzu ve 600 kişi seyirci kapasiteli kapalı spor salonu inşaatları da tamamlayarak öğrencilerin hizmetine sunulmuştur.

3.5.2.3.2. Gönüllü Eğitime Destek Projesi

Gönüllü Eğitime Destek projesi; Garanti Bankası'nın desteğiyle Toplum Gönüllüsü gençler tarafından, farklı yöntemler kullanılarak verilecek müfredat desteği ve sosyal hizmetler aracılığıyla, gençlerin kişisel gelişimine, temel eğitim okulu öğrencilerinin ise eğitime ve geleceğine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. 6, 7 ve 8' inci sınıflarda eğitim gören öğrencilere yönelik olan projede gençler tarafından alternatif eğitim desteği verilmekte, çeşitli sosyal etkinlikler aracılığıyla sosyal gelişimine katkıda bulunmaktadır.

3.5.2.3.3. Öğretmenin Sınırı Yok

Garanti Bankası, Öğretmen Akademisi Vakfı aracılığıyla ülkemizde düşünen, sorgulayan ve araştıran bir eğitim modelinin uygulanmasına katkıda bulunmak amacıyla, "Öğretmenin Sınırı Yok" adını verdiği uzun soluklu bir proje başlattı. Eğitim sürecinin, bireyi yaşama hazırlayan bir araç değil, yaşamın kendisi olduğuna ve bir ömür boyu sürmesi gerektiğine dikkat çekilmek istenmiştir.

3.5.2.4. Çevre Projeleri

Garanti Bankası, ülkemizdeki doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına ve korunmasına yönelik çalışmalara sürdürmektedir.

3.5.2.4.1. Hayvanları Koruma Projeleri

Garanti Bankası, Adana Akyatan Kumsalı'nda yürütülen koruma ve araştırma çalışmaları sonucunda, 4yıl 90 bin deniz kaplumbağası yavrusunun denize ulaşması

sağlandı. Antalya ıralı Kumsalı'nda üç yılda 10 bin ziyaretçiye ulaşarak, alanda yürütölen deniz kaplumbağası koruma çalışmaları konusund farkındalık yaratıldı.

3.5.2.4.2. Orman Koruma Projeleri

WWF tarafından belirlenen Avrupa'daki 100 önemli orman alanından biri olan Karadeniz'in dünyaca ünlü turizm bölgesi Küre Dağları, 2000 yılında Garanti'nin desteğı ve WWF- Türkiye'nin öncülüğünde milli park ilan edilerek dünyaya armağan edildi.

SONUÇ

Katılım bankalarının ortaya çıkma nedenlerinden en önemlisi faiz olgusudur. Faizli sisteme göre çalışan bankaları kullanmayan halkın fonları atıl durumda kalmaktaydı. Atıl durumda kalan fonlar ülkenin ekonomik durumunu olumsuz yönde etkilemekteydi. Atıl kaynakların ekonomiye kazandırılması amacıyla dini, ekonomik, sosyal ve politik gibi birçok nedenlerden dolayı katılım bankaları kurulmuştur.

Ülkemizde bulunan 50 bankadan dört tanesi katılım bankası olarak 25 yılı aşkın süredir faaliyet göstermektedir. Katılım bankalarının kuruluş sırası şöyledir: Albaraka Türk (1985), Kuveyt Türk (1989), Bank Asya (1996) ve en son olarak Türkiye Finans Katılım (2005) yıllarında faaliyete geçmiştir. Katılım bankaları, faaliyete geçtikleri günden bugüne kadar etkisini arttırmakta olup yeterli düzeye ulaşamadıkları görülmektedir. Müşteriye ulaşmakta zorluk çekmekleri en önemli nedenler arasındadır. Katılım bankalarının klasik bankalardan farkı müşterilere anlatılmalı ve müşterilerin ikna edilmesi gerekmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk (KSS), şirketlerin gönüllülük esasında, ortaklarının beklentilerine cevap vermek adına devam ettirdiği bir çalışmadır. Bu çalışma gerek şirketlere gerekse topluma olumlu katkılar sağlamaktadır. KSS çalışmaları zamana içindeki ihtiyaçlara ve kültürel değişimlere göre de farklılık gösterebilmektedir.

Yapılan bu çalışmada Türkiye’de faaliyette olan katılım bankalarının sosyal sorumluluk projelerinden bahsedilmiştir. Katılım bankalarının kurumsal sosyal sorumluluk projelerini Kurumsal İletişim Birimi tarafından planlanmakta ve hayata geçirilmektedir.

Yaşanan teknolojik gelişmeler ve toplumun bilinçlenmesi kurumları sadece ekonomik faaliyetler yapan birimler olmaktan çıkararak çevreye duyarlı, sürdürülebilir kalkınmaya önem veren, toplumsal sorunlara çözüm aramayan birimler haline getirmiştir. Katılım bankaları da toplumun önceliklerini dikkate alan projeler ortaya çıkartmaktadırlar. Katılım bankaları sosyal sorumluluk projelerini kanunlara, ahlâka, insan hakları ve çevreye uygun, kendi misyon ve vizyonuna göre hareket

ederek projelerini yürüttükleri görülmektedir. Katılım bankalarının kuruldukları günden bu yana gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk projelerine faaliyet raporlarından, web sitelerinden ve haberlerden derlenerek hazırlanmıştır.

Katılım bankaları sosyal sorumluluk projelerini kurum içi ve kurum dışı paydaşlarının da beklentilerini göz önünde bulundurarak hareket ettiklerini belirtmektedir. Bankaların en üst kademesinden en alt kademe kadar projelere destek oldukları görülmektedir.

Yapılan araştırmada katılım bankalarının sosyal sorumluluk projelerinden en çok sponsorluk faaliyetlerinden faydalandığı görülmektedir. Böylece destek verilen projelerle toplumun yaşam kalitesini arttırmak, kurum kültürünü yansıtmak, markalarına değer katmak amacıyla birçok sponsorluk projelerinde yer almaktadırlar. Sponsorluk projeleriyle birlikte katılım bankaları sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmekle birlikte marka değerini arttırmaktadır. Bankaların isimleri hafızalarda daha çok yer edinmektedir. Şimdiye kadar yapılmış katılım bankalarının sponsorluk faaliyetlerinden “Banka Asya 1. Lig” ile isabetli bir çalışmaya imza atarak dikkat çekmiştir.

Katılım bankalarının sosyal sorumluluk faaliyetlerinde ülkemizin geleceğinin daha parlak olması için birçok eğitim projeleri yaptıkları görülmektedir.

Albaraka Türk eğitim projeleri arasında yer alan “Bereket Vakfı” nı kurarak; eğitim gören birçok öğrenciye her yıl burs imkânı sağlaması örnek çalışma niteliği taşımaktadır. Çocukların anlayacağı şekilde resimli hikâye kitapları şubelere gelen çocuklara hediye edilmesi çocukların okuma alışkanlığı elde etmesini sağlamaktadır.

Kuveyt Türk “Banka’da Kampüs” projesiyle birçok üniversite öğrencisine staj programı düzenlemiş ve program sonunda iş imkânı sağlamıştır.

Bank Asya işbirliği ile “Bir Çocuk Okutuyorum” projesi geliştirerek; öğrencilerin hem kariyerlerine başlarken hem de kariyerleri boyunca destek olmayı devam etmiştir.

Katılım bankaları, finansal kurum olarak değil çevre alanında da faaliyetleriyle çevre ve topluma katkı sağlayarak faaliyetlerini sürdürebilmektedirler. Katılım bankaları kağıt israfını önlemek amacıyla, e-dekont uygulamasına geçmişlerdir.

Albaraka Türk, “Çevre Dostu Genel Müdürlük Binası” çevre projesi ile öncelikle kendi genel müdürlüklerinde başlatarak çevre ve topluma katkı sağlamıştır. Albaraka Türk, Kuveyt Türk ve Bank Asya Hatıra Ormanları oluşturmuşlardır.

Katılım bankaları kültürel zenginliğimizi yaşatmak va tanıtmak amacıyla birçok kültür ve sanat projelerinde yer almaktadırlar. Albaraka Türk “Hat Yarışması” düzenleyerek hat sanatını yaşatmakta, yeni kuşaklara aktarmayı sağlamaktadır. Kuveyt Türk kültür ve sanat projeleri kapsamında birçok restorasyon çalışmaları yaptığı görülmektedir.

Son bölümde önde gelen klasik bankalarının yaptıkları sosyal sorumluluk projelerinden bahsedilmiştir. Klasik bankalar katılım bankalarına göre sosyal sorumluluk projelerine daha fazla önem vermekte olup, her alanda birçok projede yer almaktadır. Klasik bankaların sosyal sorumluluk projelerine daha fazla bütçe ayırdığı da yapılan projelerden görülmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk, bankaların diğer faaliyetleri içerisinde önem kazanmaya devam etmektedir. Sosyal sorumluluk projelerine katılım bankalarının bütçe ayırması gerekmektedir. Ancak ayrılan bütçe dezavantaj gibi görünsede avantajlarının fazla olacağı kuşkusuzdur.

Gün geçtikçe rekabet artmakta, değişim daha da hızlanmaktadır. Sosyal sorumluluk projeleri sonuç olarak toplumun ihtiyaçları çerçevesinde kurumların ortaya çıkardığı projelerdir. Bu projeler sayesinde kurumlar yani bankalar adlarını daha çok duyurmakta ve müşterilerine karşı iyi bir imaj sunmaktadır. Katılım bankaları bu projelerle toplumsal yaşamı kolaylaştırmayı hedeflemekle birlikte, kendilerine gelir elde etmeyi de amaçlamaktadır.

Katılım bankalarının marka bilinirliliği ve imajları konusundaki reklam eksikliği ile iç ve dış müşterilerin bilgisizliği nedeniyle yapılan sosyal sorumluluk

projelerini duyurmada yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Bu konuda şu tedbirler alınabilir:

- Yapılan sosyal sorumluluk projeleri konusunda i ve dış mşşteri daha fazla bilgilendirilmelidir,
- Kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili taksit, puan, kampanya gibi çalışmalarla adını duyurması gerekmektedir,
- Katılım bankalarının klasik bankalardaki gibi değişik sosyal sorumluluk projeleri olmalıdır,
- Katılım bankaları kendine zgş ve kendi mşşteri kitlesine zgş sosyal sorumluluk projeleri ortaya çıkarmalıdır,
- Katılım bankaları klasik bankalarından sosyal sorumluluk alanında eksik yanının olmadığını mşşterilerine vurgulamalıdır,
- Katılım bankaları sosyal sorumluluk projelerinin toplumsal fayda yaratmanın yanı sıra kurumsal imajı, kurumsal itibarı, marka imajını ve mşşteri sadakatini arttıracadıının bilincinde olmalıdırlar,
- Sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili kurumsal imaj ve tanıtımı için reklama ağırlık verilmelidir,
- Katılım bankaları yapılan sosyal sorumluluk projelerini hissedarlarını, rakiplerini ve mşşterilerini bilgilendirmek amacıyla finansal raporlar yanında sosyal sorumluluk raporlarını da yayınlamalıdırlar,
- Katılım bankalarının çoğu sosyal sorumluluk projeleri eğitim alanında olduğu grşlmektedir. Katılım bankalarının yalnızca eğitim değil, aynı zamanda sağlık, evre, sanat ve kşltşr gibi konularda da sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmeleri gerekmektedir,
- Katılım bankaları, bankacılık faaliyetlerini sşrdşrmenin yanında daha fazla sosyal sorumluluk projelerinde yer alarak kurumsal kimliklerine olumlu etki sağlamalıdırlar.

KAYNAKÇA

- Akgüç, Ö. (1989). *100 Soruda Türkiye'de Bankacılık*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Akhüseyinoğlu, A. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Yürütülmesinde Kurumsal İletişim Araçlarının Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, 12-13-36-37-38. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Aktan, C. C., & Börü, D. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk. 7-13-19-20-30. (C. C. Aktan, Dü.) İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Aladağ, A. S. (2010). Türkiye'de Bireysel Bankacılığın Katılım Bankalarındaki Gelişimi ve Bir Katılım Bankası Uygulaması. *Yüksek Lisans Tezi*, 15-16-17-18. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Alkan, F. (2004). İnsan Kaynakları Yönetiminde Sosyal Sorumluluk Uygulamaları ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk ile İlişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*, 5. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Argüden, Y. (2008, Ocak). Kurumsal Vatandaşlık ve Küresel İlkeler Sözleşmesi. *Önce Kalite Dergisi*, 34.
- Ataç, D. (1982, Ocak). İşletmelerin Sosyal Sorumluluğu. *Eskişehir İktisadi Ticari İlimler Akademisi Dergisi*, 18(1), 105. Mayıs 1, 2014 tarihinde http://kybele.anadolu.edu.tr/makaleler/eitia1982_18_1/13873.pdf adresinden alındı
- Aydın, N. (2012). *Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş* (1 b.). (M. TOPRAK, & M. COŞKUN, Dü) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Başgümüş, A. (1997). Özel Finans Kurumlarının Sermaye Piyasası İçindeki Yeri. *Yüksek Lisans Tezi*, 33-38. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Bilir, A. (2010). Katılım Bankalarında Müşteri Memnuyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, 24. Adana: Çukurova Üniversitesi.

- Büyükdeniz, A. (2000). Faizsiz Finans Kurumlarının Mali Sistem İçindeki Yeri ve Çalışma Prensipleri. *Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama(17)*, 26. İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- Carroll, A. B. (1991, July- August). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management of Organizational Stakeholders. *34(4)*, 39-48. *Business Horizons*.
- Çelik, A. (2007). Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları. *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, 76-77. (C. C. AKTAN, Dü.) İGİAD Yayınları.
- Doğan, İ. Ç. (2013). Katılım Bankaları Performans Analizi. *Yüksek Lisans Tezi*, 7. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Doğan, S. (2008). Katılım Bankaları ve Ekonomiye Etkileri: Türkiye Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*, 43-45. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Ergin, A., & Aypek, N. (1997). Ticari Bankalarda Etkinlik ve Verimlilik. *MPM 3.Verimlilik Kongresi*. Ankara.
- Eskici, M. M. (2007). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri. *Yüksek Lisans Tezi*, 13. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Evrensel Tüketici Hakları Beyannamesi*. (1986). Mayıs 14, 2014 tarihinde Tüketici Bilincini Geliştirme Derneği: http://www.tubider.com/tuketici_haklari.asp?busayi=9&menuno=25 adresinden alındı
- Göçenoğlu, C., & Onan, I. (2008). *Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Değerlendirme Raporu*. Ankara: UNDP,Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği.
- Gökbunar, A. R. (1995, Ocak-Şubat-Mart). İşletmelerin Çevrenin Korunmasında Sosyal Sorumluluğu. *Ekoloji Çevre Dergisi(14)*, 6.

- Güngör, C. R. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının İşletmeye Olan Katkıları. *Yüksek Lisans Tezi*, 2. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Güngör, K. (2009). Bir Finansal Araç Olarak Katılım Bankacılığı: Tesbitler-Teklifler. *Finansal Yenilik ve Açılımları ile Katılım Bankacılığı*, 235. İstanbul: TKBB.
- Güzelcik Ural, E., & Güler Yılmaz, E. (2005). İşletmelerin Sosyal Sorumluluklarının Bağımsız Onayı: SA 8000 ve Halkla İlişkiler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(23), 251.
- Hatunoğlu, Z. (1995). Genel Olarak İslam Bankaları ve Türkiye'de Özel Finans Kurumları ile Klasik Bankaların Farklılıklarının Belirlenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- İşcan, Ö. F., & Kaygın, E. (2009). Kurumsal Yönetişim Sürecinin Gelişimi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 216-217. Mayıs 2, 2014 tarihinde <http://asosindex.com/journal-article-fulltext?id=2144&part=1> adresinden alındı
- İştar, E. (2009). Katılım Bankacılığı Tarihi. *Yüksek Lisans Projesi*, 68-69. İstanbul: Fatih Üniversitesi.
- Karapınar, A. (2003). *Özel Finans Kurumları ve Muhasebe Uygulamaları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kotler, P., & Lee, N. (2006). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (S. KAÇAMAK, Çev.) İstanbul: MediCat Yayınları.
- Köktürk, G. (2002). Ekonomi-Çevre-Yönetim İlişkisi Bağlamında Bir 21. Yüzyıl Fenomeni: Sürdürülebilir Kalkınma. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 4(2), 34-38.
- Kuranda Faiz. (2013). Ekim 27, 2013 tarihinde <http://meal.ihya.org/kurandan-ayetler/kuranda-gecen-faiz-ile-ilgili-ayetler.html> adresinden alındı

- Kurumsal Sosyal Sorumluluk Nedir? (2013, Ekim 19).
<http://www.benchmark.com.tr/kurumsal-sosyal-sorumluluk.htm> adresinden alındı
- Küçükkoçaoğlu, G. (2005). İslami Bankalar ve İslami Finans Kurumları Çalışma Notları. 4 14, 2014 tarihinde
<http://www.baskent.edu.tr/~gurayk/finpazcuma17.doc> adresinden alındı
- Özcan, M. E., & Hazıroğlu, T. (2000). Bankacılıkta Yeni Bir Boyut: Katılım Bankacılığı. *Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama(17)*, 195. İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- Özkan, H. (2012). Katılım Bankacılığının Klasik Bankalarla Karşılaştırılması ve Muhasebe Uygulamaları. *Yüksek Lisans Tezi*, 88-90. Niğde: Niğde Üniversitesi.
- Özsoy, İ. (2012). Türkiye'de Katılım Bankacılığı. *Eğitim Ders Notları*, 19. TKBB.
- Özüpek, N. (2005). *Kurum İmajı ve Sosyal Sorumluluk*. Konya: Tablet Kitabevi.
- Parasız, İ. (1994). *Para Banka ve Finansal Piyasalar* (5 b.). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Pelit, E., Keleş, Y., & Çakır, M. (2009). Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 16(2), 23.
- Şahin, E. (2007). Türkiye'de Düünden Bugüne Katılım Bankaları. *Yüksek Lisans Tezi*, 24. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi.
- Şit, A. (2012). Katılım Bankalarının Gelişmesinde İşletmelerin Rolü: Adana, Batman, Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Osmaniye ve Şanlıurfa Bölgelerinde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*, 41. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Takan, M. (2001). *Bankacılık Teori Uygulama ve Yönetim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Taşlıyan, M. (2012, Mayıs-Haziran). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Modern İş Dünyasının Vicdani Gereği. *ASOMEDYA*, 24. Mayıs 2, 2014 tarihinde <http://www.aso.org.tr/b2b/asobilgi/sayilar/dosyamayishaziran2012.pdf> adresinden alındı
- Tekin, A. G. (2014, Mayıs 2). *Kurumsal Yönetişim Hakkında*. http://www.google.com.tr/url?q=http://www.angelfire.com/ok4/aligunertekin/200304CGHk.pdf&sa=U&ei=km9mU-vAIOfe7AaSm4CQDQ&ved=0CB8QFjAA&usg=AFQjCNEcBy9MdaUgZhxY_7Yju563d8nvoA adresinden alındı
- Torlak, Ö. (2014, Ocak). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (M. C. ÖZTÜRK, Dü.) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Mayıs 14, 2014 tarihinde <http://eogrenme.anadolu.edu.tr/eKitap/hit206u.pdf> adresinden alındı
- Tosun, M. (2000). Türk Mali Sisteminde Özel Finans Kurumları Deneyimi ve ÖFK'lerin Türk Banka Sistemi İçindeki Yerleri Üzerine. *Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama(17)*, 199. İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- Türkmenoğlu, R. E. (2007). Katılım Bankacılığı ve Türkiye'deki Finansal Yapı. *Yüksek Lisans Tezi*, 18. Kırıkkale: Kırıkkale Üniversitesi.
- Uçar, M. (1992). *Türkiye'de-Dünya'da Faizsiz Bankacılık ve Hesap Sistemleri*. İstanbul: Fey Vakfı.
- Ulu, A. S. (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Bir Alan Çalışması. *Yüksek Lisans Tezi*, 32-52. Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Ulu, L. (2009). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projelerinin Marka Algısına Etkisi: Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*, 6-11. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- ULUCAN, A., & DERAN, A. (2009). Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11,85-108), 94-98.

- Ulusoy Avşar, B. (2009). İşletmelerde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ve Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*, 40. Muğla: Muğla Üniversitesi.
- Uslu, S. (2004, Haziran). Özel Finans Kurumları ve Faiz Yasağı. *Zafer Dergisi*(330). www.zaferdergisi.com. adresinden alındı
- Yahşi, F. (2000). Özel Finans Kurumlarının Mevzuat Serüveni. *Bereket Dergisi*(9), 6.
- Yaman, Y. (2003, Ocak-Mart). Sosyal Sorumluluk Kampanyaları. *Sivil Toplum Dergisi*(1).
- Yıldırım, B. (1993). Türkiye'de Özel Finans Kurumları ve Türk Ekonomisine Katkıları. *Yüksek Lisans Tezi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yılmaz Sert, N. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlişkisinin Araştırılması: Türkiye'de Özel Sektör, Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Aktivizm İlintisi. *Doktora Tezi*, 21-48. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Yüksel, F., Bozkurt, G., & Güven, A. (2005). Yerel Yönetimlerde Etik Çerçevesinde Sosyal Sorumluluk Bilinci: Tokat Uygulaması. *2.Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu* (s. 298). Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. Nisan 30, 2014 tarihinde <http://www.etiksempozyumu.sakarya.edu.tr/etik/3.2/2Gamze%20Bozkurt.pdf> adresinden alındı