Yayın Geliş Tarihi: 11.06.2025
Yayına Kabul Tarihi: 10.11.2025
Online Yayın Tarihi: 29.12.2025
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1717833

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 27, Sayı: 4, Yıl: 2025, Sayfa: 1720-1733
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

KATILIM BANKACILIĞI HİZMETLERİNDE KALİTE FONKSİYON GÖÇERİMİ: MÜŞTERİ ODAKLI TASARIMIN ROLÜ

Fevzi DİKER[*]
Adem TÜZEMEN[**]

Öz[1]

Bu çalışma, katılım bankacılığı hizmetlerinde müşteri beklentilerinin Kalite Fonksiyon Göçerimi (KFG) yöntemiyle hizmet tasarımına entegrasyonunu incelemektedir. Katılım bankacılığı, faizsiz finans prensiplerine dayalı etik değerler, şeffaflık ve toplumsal fayda odaklı yaklaşımıyla geleneksel bankacılıktan farklılaşmaktadır. Çalışmada müşteri beklentileri içerik analizi ile belirlenmiş, teknik özellikler çalışan görüşleriyle tespit edilmiştir. KFG metodolojisinin temel aracı olan Kalite Evi ile müşteri beklentileri-teknik özellik ilişkileri değerlendirilmiş, Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ile öncelikler belirlenmiştir. "İslam Dinine Uygun Olması", "Şeffaflık" ve "Dijitalleşme" en kritik beklentiler olarak öne çıkmıştır. Korelasyon matrisi analizi, dijitalleşme odaklı özelliklerin güçlü bağlarını ortaya koymuştur. Bulgular, etik değerli hizmet anlayışının müşteri güveni açısından kritik olduğunu, dijitalleşme yatırımları ve siber güvenlik önlemlerinin stratejik gereklilik taşıdığını göstermiştir. Sosyal sorumluluk kapsamında engelli erişimi ve çevresel sürdürülebilirlik vurgulanmıştır. KFG yöntemiyle müşteri odaklı hizmet tasarımı, katılım bankalarının müşteri memnuniyetini artırmak, hizmet kalitesini geliştirmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek için etkili bir çözüm sunmaktadır.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 7. Sürüm):

Diker, F. Tüzemen, A, (2025). Katılım bankacılığı hizmetlerinde kalite fonksiyon göçerimi: müşteri odaklı tasarımın rolü, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 27* (4), 1720-1733.

[*] Dr. Öğr. Üyesi, Hitit Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-8885-9463, fevzidiker @hitit.edu.tr

[**]Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, ORCID 0000-0002-5786-2686, adem.tuzemen@gop.edu.tr

[1]Bu çalışma verilerinin toplanmasında kullanılan yöntemler, Hitit Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu'nun 27.09.2023 tarihli toplantısında alınan 2023-13 sayılı kararla etik açıdan uygun bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Hizmet Kalitesi, Kalite Fonksiyon Göçerimi, Müşteri Odaklı Tasarım, Katılım Bankacılığı.*

QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT IN PARTICIPATION BANKING SERVICES: THE ROLE OF CUSTOMER-ORIENTED DESIGN

Abstract

This study examines the integration of customer expectations into service design through Quality Function Deployment (QFD) methodology in participation banking services. Participation banking differentiates itself from conventional banking through an approach based on interest-free finance principles, ethical values, transparency, and social benefit orientation. In the study, customer expectations were determined through content analysis, and technical characteristics were identified through employee opinions. The relationships between customer expectations and technical characteristics were evaluated using the House of Quality, a fundamental tool of QFD methodology, and priorities were determined through the Analytical Hierarchy Process (AHP). "Compliance with Islamic Religion," "Transparency," and "Digitalization" emerged as the most critical expectations. Correlation matrix analysis revealed strong connections among digitalization-focused features. Findings demonstrated that an ethics-based service approach is critical for customer trust, while digitalization investments and cybersecurity measures constitute strategic necessities. Within the scope of social responsibility, accessibility for disabled individuals and environmental sustainability were emphasized. Customer-oriented service design through QFD methodology provides an effective solution for participation banks to enhance customer satisfaction, improve service quality, and achieve sustainable competitive advantage.

Keywords: *Service Quality, Quality Function Deployment, Customer-Oriented Design, Participation Banking.*

GİRİŞ

Günümüz finans dünyasında Katılım Bankacılığı, geleneksel bankacılık anlayışından farklı bir yaklaşım sunarak dikkatleri üzerine çekmektedir (Uluyol, 2022). Katılım Bankacılığı, faizsiz finans prensipleri ve paylaşımcı bir iş modeli üzerine kurulmuş olan bir finansal sistemdir (Çanakçı, 2014). Bu sistem, müşterilerine etik değerler, şeffaflık ve toplumsal fayda odaklı hizmetler sunarak, finansal ihtiyaçlarını karşılamada alternatif bir yol sunmaktadır (Anaç & Kaya, 2017).

Katılım Bankacılığı, sadece finansal işlemler yapma amacı gütmeyen, aynı zamanda sosyal ve ekonomik adaleti sağlama hedefi taşıyan bir sektördür (Eken & Öztürk, 2018). Müşterilerin katılımı ve risk paylaşımı esas alınarak gerçekleştirilen finansal işlemler, toplumun genel refahını artırmayı hedefler. Bu bağlamda, katılım bankaları, faizsiz kredi, katılma hesapları, sukuk gibi çeşitli ürün ve hizmetler sunar (Kısacık, 2021).

Katılım Bankacılığı sektörünün önemi, sadece finansal hizmetlerde faizsiz bankacılık gibi yenilikçi bir yaklaşım sunmasıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda, bu sektörün etik değerlere dayalı bir iş yapma modeli benimsemesi ve toplumsal faydayı gözetmesi, küresel finansal krizlerin yaşandığı dönemlerde dikkatleri üzerine çekmiştir (Çakar vd, 2018). Katılım Bankacılığı, sadece bireysel müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda işletmelerin, girişimcilerin ve toplumun sürdürülebilir kalkınmasını desteklemek için çeşitli finansal araçlar sunar (Gedikli & Gökırmak, 2021).

Katılım bankalarının başarısı ve sürdürülebilir büyüme için müşteri memnuniyeti oldukça önemli bir faktördür. Katılım bankaları, müşteri memnuniyetini sağlamak için müşteri odaklı bir yaklaşım benimsemek zorundadır (Karakahraman & Özsaatci, 2021). Müşteri odaklılık, müşteri ihtiyaçlarını anlamak, onlara değerli çözümler sunmak ve beklentilerini karşılamak üzerine odaklanmayı gerektirir (Bilir & Özgen, 2010). Bu durum, müşterilerin finansal hizmetlere erişimlerini kolaylaştırmak, etkili iletişim sağlamak, ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmetler sunmak ve kaliteli bir müşteri deneyimi yaşatmak anlamına gelir (Karakahraman & Özsaatci, 2021).

Katılım bankalarında müşteri memnuniyetini sağlamak için KFG yöntemi oldukça faydalı bir araç olabilmektedir. KFG, müşteri gereksinimlerinin doğru bir şekilde anlaşılmasını ve bu gereksinimlerin ürün veya hizmet tasarımına yansıtılmasını sağlar (Purba vd, 2018). Bu da katılım bankalarının müşterilerine değerli çözümler sunmalarına ve memnuniyeti artırmalarına yardımcı olur. Bu çalışmanın amacı katılım bankacılığı hizmetlerinde KFG yönteminin nasıl kullanılabileceğini araştırmak ve müşteri odaklı tasarımın katılım bankacılığı hizmetlerinin kalitesini artırmadaki önemini vurgulamaktır.

KALİTE FONKSİYON GÖÇERİMİ

Kalite Fonksiyon Göçerimi (KFG), müşteri beklentilerini veya gereksinimlerini belirlemek ve bu beklentileri teknik özelliklere, üretim sistemlerine ve hassas üretim planlamasına doğru bir şekilde çevirmek için kullanılan bir yöntemdir (Ishak vd., 2020). KFG, Japonya'da 1960'ların sonlarında ve 1970'lerin başında Kobe Tersanesi'nde Mitsubishi şirketi tarafından geliştirilmiş ve Toyota tarafından benimsenerek diğer şirketler tarafından devam ettirilmiştir (İkiz & Masoudi, 2008). 1980'lerde hızla Amerika Birleşik Devletleri'ne yayılmış ve daha sonra çeşitli ülkelerde endüstriyel sektörlere uygulanmıştır (Erdem, Kavrukkoca & Özdağoğlu, 2003).

KFG, müşteri beklentilerini toplama ve analiz etme yoluyla başlangıçta daha yüksek kalitede ürünler geliştirmek amacıyla tasarlanmıştır. Önceleri KFG'nin temel fonksiyonları ürün geliştirme, kalite yönetimi ve müşteri ihtiyaçlarının analiziyken, zamanla tasarım, planlama, karar verme, mühendislik, yönetim, takım çalışması, zamanlama ve maliyetlendirme gibi daha geniş alanlara yayılmıştır (Chan & Wu,

2002). KFG'nin potansiyel uygulama alanları için kesin bir sınırlama bulunmamaktadır. KFG, çeşitli sektörlerde ve işlevlerde uygulanabilir (Özgen, Duman & Atrek, 2009). Örneğin, otomotiv, elektronik, sağlık, inşaat ve hizmet sektörleri gibi alanlarda kullanılabilmektedir. KFG'nin amacı, müşteri beklentilerini anlamak, bunları teknik özelliklere dönüştürmek ve süreçlerin ve ürünlerin kalitesini artırmaktır. Bu nedenle, KFG'nin potansiyel uygulama alanları geniş bir yelpazede yer alabilir ve sadece belirli bir sektör veya işlevle sınırlı değildir.

KFG, müşteri beklentilerinin başarıyla ürün tasarımına ve üretim süreçlerine yansıtılmasını sağlayan bir yöntemdir (Kapucugil, Atrek Yaşaroğlu, Özdağoğlu & Tüzemen, 2006). Müşteri geri bildirimleri ve pazar araştırmalarıyla elde edilen beklentiler, ilişki matrisleri kullanılarak ürün özelliklerine ve teknik özelliklere dönüştürülür. Bu sayede, ürünün müşteri beklentilerini karşılaması ve yüksek kalite standartlarını sağlaması hedeflenir. KFG, farklı departmanlar arasında iş birliğini teşvik ederek, müşteri beklentilerini etkili bir şekilde gerçekleştirmeyi amaçlayan etkileyici bir yöntemdir (Lin vd., 2011). KFG yönteminin uygulanması genellikle aşağıdaki adımlardan oluşur (Tan vd., 2003):

1. Müşteri İsteklerinin Belirlenmesi: Müşterilerin ihtiyaçlarını ve isteklerini belirlemek için araştırma ve geri bildirimlerden yararlanılır. Müşteri görüşmeleri, anketler veya odak grupları gibi yöntemler kullanılabilir (Sireli vd., 2007).

2. Teknik Karakteristiklerin Tanımlanması: Müşteri isteklerini karşılamak için üründe veya hizmette olması gereken teknik özellikler belirlenir. Bu adımda ürün tasarımı ve mühendislik ekibi önemli bir rol oynar (Heizer & Render 2004).

3. İlişki Matrisi Oluşturma: Müşteri istekleri ile teknik karakteristikler arasındaki ilişkileri değerlendirmek için bir ilişki matrisi oluşturulur. Bu matris, teknik karakteristiklerin müşteri isteklerini ne kadar etkilediğini gösterir (Tan vd., 2003).

4. Önceliklendirme ve Ağırlıklandırma: Müşteri istekleri ve teknik karakteristikler önceliklendirilir ve ağırlıklandırılır. Böylece hangi özelliklerin daha önemli olduğu belirlenir ve kaynaklar etkin bir şekilde yönlendirilir (Govers, 1996).

5. Korelasyon Matrisi Oluşturma: Teknik karakteristikler arasındaki ilişkileri ve etkileşimleri değerlendirmek için bir korelasyon matrisi oluşturulur. Bu matris, bir değişikliğin diğer özellikleri nasıl etkileyeceğini gösterir (Heizer & Render, 2004).

6. Hedeflerin Belirlenmesi: Belirlenen müşteri istekleri ve teknik karakteristikler doğrultusunda hedefler ve performans kriterleri belirlenir. Bu hedefler, ürün veya hizmetin kalite seviyesini ve müşteri memnuniyetini ölçer (Govers, 1996).

7. Tasarım ve Geliştirme: KFG sonuçlarına dayanarak, ürün veya hizmetin tasarımı yapılır ve geliştirilir. Bu aşamada mühendislik ve üretim ekibi aktif olarak yer alır (Tan vd., 2003).

MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada, katılım bankalarının hizmet kalitesini artırmaya yönelik olarak KFG yöntemi uygulanmıştır. KFG, müşteri beklentilerinin teknik gereksinimlere dönüştürülmesini sağlayan sistematik bir araçtır. Çalışma, müşteri beklentilerinin belirlenmesi, teknik özelliklerin tanımlanması, ilişki matrisinin oluşturulması, önceliklendirme ve ağırlıklandırma işlemlerinin gerçekleştirilmesi olmak üzere yedi aşamadan oluşmaktadır. Süreç boyunca, katılım bankacılığına özgü temel prensipler ve sektörel gereklilikler dikkate alınmıştır.

Birinci aşamada, müşteri beklentilerini belirlemek amacıyla Türkiye'nin önde gelen bir katılım bankasının müşterilerine açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Bu süreçte, en az 10 yıldır katılım bankası müşterisi olan ve bankanın hizmetlerini düzenli olarak kullanan 10 kişi örneklem olarak seçilmiştir (Başkale, 2016). Örneklem olarak belirlenen müşterilerin mudaraba, murabaha, muşaraka, icara, sukuk, teverruk, selem gibi katılım bankacılığı hizmetlerinden en az üç tanesini almış olması beklenmiştir. Uzman görüşlerine dayalı olarak uygulanan bu tür yöntemlerde, diğer sosyal bilimler araştırma yöntemlerinden farklı olarak, evrenin büyük bir kısmını kapsama zorunluluğu aranmayabilmektedir. Bu bağlamda, AHP yönteminde, gerçekten o konuda uzman olan kişilerin görüşü araştırma evrenini temsil etme yeterliliğine sahip olabilmektedir (Korucuk, 2021; Akyurt, 2021). Elde edilen yanıtlar içerik analizi yöntemiyle kodlanmış ve müşterilerin bankadan beklentileri ile önerileri sistematik bir biçimde sınıflandırılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında, bankanın sunduğu hizmetlerin teknik özelliklerini tanımlamak amacıyla, ilgili kurumda uzun süreli deneyime sahip personelle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda oluşturulan tasarım ekibine dâhil edilecek katılımcılar belirli ölçütlere göre seçilmiştir. Dahil edilme ölçütleri arasında, ilgili birimde en az 10 yıllık mesleki deneyime sahip olmak, katılım bankacılığı prensiplerine ileri düzeyde aşinalık göstermek ve hizmet geliştirme projelerinde aktif görev almış olmak yer almaktadır. Bu ölçütler, elde edilen bilgilerin hem kurumsal süreçleri yansıtması hem de uygulamaya dönük tasarım önerileri için güvenilir bir temel sağlaması amacıyla belirlenmiştir.

Üçüncü aşamada, müşteri beklentileri ile teknik özellikler arasındaki ilişkileri incelemek için bir ilişki matrisi oluşturulmuştur. İlişkiler, güçlü (9), orta (3), zayıf (1) ve ilişkisiz (0) şeklinde derecelendirilmiş ve elde edilen veriler sistematik olarak analiz edilmiştir.

Dördüncü aşamada, müşteri beklentilerinin önem dereceleri Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) yöntemiyle belirlenmiştir. AHP yöntemi, müşteri beklentilerinin göreceli ağırlıklarını hesaplamak için kullanılmış ve sonuçların güvenilirliği tutarlılık oranı (CR) hesaplanarak doğrulanmıştır (Özdağoğlu & Özdağoğlu, 2007).

Beşinci aşamada, teknik karakteristiklerin birbiriyle olan etkileşimleri korelasyon matrisi kullanılarak değerlendirilmiştir. Korelasyon matrisi, teknik gereksinimlerin birbirini destekleme veya zayıflatma potansiyelini ortaya koymuş ve hizmet tasarımında kritik bir rehberlik sağlamıştır.

Altıncı aşamada, müşteri beklentileri ve teknik karakteristikler doğrultusunda hedefler ve performans kriterleri belirlenmiştir. Son olarak, yedinci aşamada, kalite fonksiyon göçerimi sonuçlarına dayanarak katılım bankası hizmetlerinin tasarımı gerçekleştirmeye yönelik öneriler sunulmuştur. Bu sistematik yaklaşım, katılım bankacılığının hizmet kalitesini artırmayı ve müşteri memnuniyetini sağlamayı hedeflemektedir.

BULGULAR

Katılım bankacılığı hizmetlerinde müşteri beklentilerinin belirlenmesi, kalite iyileştirme sürecinin temel adımıdır. Bu kapsamda, 10 katılım bankası müşterisiyle yapılan açık uçlu sorular içeren görüşmelerde, katılım bankacılığını tercih nedenleri, hizmet memnuniyeti ve geliştirme önerileri incelenmiştir. Yanıtlar ses kaydıyla alınmış, içerik analiziyle işlenmiş ve Tablo 1'de görüldüğü üzere frekans tablosuna dönüştürülmüştür.

Tablo 1. Müşteri Beklentileri

	1. M	**2. M**	**3. M**	**4. M**	**5. M**	**6. M**	**7. M**	**8. M**	**9. M**	**10. M**
Etik Değerler	2	0	0	2	2	1	2	2	2	1
Şeffaf Olmak	1	2	3	2	1	3	2	2	0	2
Güvenilir Olması	2	0	0	0	1	0	1	1	1	1
Dijital Uygulamalar	2	2	2	3	4	0	2	0	0	2
Kolay Ulaşım	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
İslam Dinine Uygun Olması	3	5	3	2	5	5	6	6	5	4
7/ 24 Hizmet	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
Teknolojik Altyapı	1	2	1	1	1	0	0	0	0	1
Hızlı İşlem Yapabilmek	1	1	2	3	2	0	1	0	1	1
M= Müşteri										

Katılım bankacılığı hizmetlerinin müşteri ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verebilmesi için teknik özelliklerin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, 10 katılım bankası çalışanına açık uçlu sorular yöneltilerek bankanın sunduğu hizmetlerin detayları, karşılaşılan sorunlar ve iyileştirme fırsatları analiz edilmiştir. Çalışanlardan alınan yanıtlar, bankacılık hizmetlerinin teknik yönlerini

detaylı bir şekilde anlamamıza olanak sağlamıştır. İçerik analizi yöntemiyle değerlendirilen yanıtlar, teknik karakteristiklerin frekans tablosuna dönüştürülmesini sağlamıştır.

Tablo 2. Teknik Özellikler

	1. Ç	2. Ç	3. Ç	4. Ç	5. Ç	6. Ç	7. Ç	8. Ç	9. Ç	10. Ç
Faizsiz Bankacılık	8	10	10	9	9	6	2	2	4	7
Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	1	2	2	2	1	0	1	1	1	1
Teknolojik Altyapı	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3
Yapay Zeka ve Sanal Asistanlar	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3
Engelli Bireylerin Erişimi	2	2	3	3	3	1	2	2	3	2
Siber Güvenlik	3	3	3	2	3	1	2	2	3	2
Sürdürülebilirlik	1	3	1	1	1	0	1	1	1	1
Çevre Duyarlılığı	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1
Finansal Okuryazarlık	0	2	1	2	0	0	1	1	1	1
Not: Ç= Çalışan										

Tablo 2'de görüldüğü gibi, faizsiz bankacılık, sosyal sorumluluk faaliyetleri, teknolojik altyapı, yapay zeka ve sanal asistanların kullanımı, engelli bireylerin erişimi, siber güvenlik, sürdürülebilirlik, çevre duyarlılığı ve finansal okuryazarlık gibi temel teknik özelliklerin önem sırasını ortaya koymaktadır.

Katılım bankası müşterileri ve katılım bankası çalışanlarıyla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bulgular karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak müşteri beklentileri ile teknik karakteristikler arasındaki ilişkileri Tablo 3'de gösterilmektedir. KFG ilişki matrisi, müşteri beklentileri ile teknik karakteristikler arasındaki bağları analiz etmek ve bu bağları derecelendirmek amacıyla oluşturulmuştur. Bu matriste, her müşteri beklentisinin her teknik karakteristikle olan ilişkisi, ilişkinin gücü ve doğası göz önünde bulundurularak tasarım ekibi tarafından değerlendirilmiştir. İlişki gücü; güçlü ilişki (9), orta ilişki (3), zayıf ilişki (1) ve ilişkisiz (0) olarak sınıflandırılmıştır. Bu derecelendirmeler, müşterilerden ve çalışanlardan elde edilen içerik analiz sonuçlarına göre yapılmıştır.

Müşteri beklentilerinin önceliği, teknik karakteristiklerin odak noktası ve bu ikisi arasındaki uyum, ilişki gücünü etkileyen temel faktörlerdir. Örneğin, "Etik Değerler" ve "İslam Dinine Uygun Olması" gibi katılım bankacılığının temel değerleri, "Faizsiz Bankacılık" ve "Sürdürülebilirlik" gibi teknik özelliklerle güçlü bir ilişki göstermiştir. Benzer şekilde, dijitalleşme çağında "Dijital" müşteri beklentisi, "Teknolojik Altyapı" ve "Yapay Zeka ve Sanal Asistanlar" gibi teknik

karakteristiklerle orta düzeyde ilişkilendirilmiştir. Bu matristeki her bir ilişki, hem müşteri memnuniyeti sağlama hem de bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırma açısından stratejik önem taşımaktadır. Bu yöntem, müşteri odaklı yaklaşımı güçlendirmek ve teknik çözümlerin etkisini artırmak amacıyla kapsamlı bir şekilde uygulanmıştır.

Tablo 3. İlişki Matrisi

Müşteri Beklentileri / Teknik Karakteristikler	Faizsiz Bankacılık	Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	Teknolojik Altyapı	Yapay Zekâ ve Sanal Asistanlar	Engelli Bireylerin Erişimi	Siber Güvenlik	Sürdürülebilirlik	Çevre Duyarlılığı	Finansal okuryazarlık
Etik Değerler	9	3	1	1	0	3	0	0	0
Şeffaf Olmak	3	9	3	3	1	3	1	0	1
Güvenilir Olması	1	3	9	3	1	9	1	1	1
Dijital Uygulamalar	1	3	3	9	3	3	3	3	3
Kolay Ulaşım	0	1	3	3	9	1	1	0	1
İslam Dinine Uygun Olması	9	1	1	3	1	3	3	1	3
7/ 24 Hizmet	0	1	3	3	3	3	1	1	3
Teknolojik Altyapı	0	1	9	3	3	3	3	3	3
Hızlı İşlem Yapabilmek	0	1	3	3	3	3	3	3	9

Müşteri beklentilerinin göreceli ağırlıklarının belirlenmesi, AHP yöntemi kullanılarak Tablo 4'de görüldüğü gibi hesaplanmıştır. Hesaplama sonucunda, "İslam Dinine Uygun Olması" kriteri 0,33 ağırlıkla en yüksek öneme sahip olarak belirlenmiş, bunu sırasıyla "Şeffaf Olmak" ve "Dijital Uygulamalar" kriterleri 0,13 ağırlıkla takip etmiştir. Diğer kriterler ise "Etik Değerler" (0,10), "Hızlı İşlem Yapabilmek" (0,09), "Kolay Ulaşım" (0,06), "7/24 Hizmet" (0,06), "Güvenilir Olması" (0,05) ve "Teknolojik Altyapı" (0,05) olarak sıralanmıştır. Sonuçların güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla AHP yöntemine özgü tutarlılık oranı (CR) 0,027 olarak hesaplanmıştır. CR'nin 0,1'un altında olması, oluşturulan karar matrisinin tutarlı olduğunu ve elde edilen ağırlıkların güvenilir bir şekilde müşteri beklentilerini yansıttığını göstermektedir.

Tablo 4. Müşteri Beklentilerinin Önem Derecesinin Ağırlıklandırılması

Müşteri Beklentileri	Ağırlıklar
Etik Değerler	0,10
Şeffaf Olmak	0,13
Güvenilir Olması	0,05
Dijital Uygulamalar	0,13
Kolay Ulaşım	0,06
İslam Dinine Uygun Olması	0,33
7/ 24 Hizmet	0,06
Teknolojik Altyapı	0,05
Hızlı İşlem Yapabilmek	0,09

Korelasyon matrisi, teknik karakteristikler arasındaki ilişkilerin ve etkileşimlerin analiz edilmesi amacıyla oluşturulmaktadır. Bu matris, farklı teknik

özelliklerin birbiriyle olan bağlarını ve bu bağların etkileşim gücünü değerlendirmeye olanak tanır. Her teknik karakteristik, diğerleriyle olan ilişkisi doğrultusunda derecelendirilmiş ve korelasyon katsayıları ile temsil edilmiştir. Korelasyon değerleri, güçlü (1,0), orta (0,7-0,4) ve zayıf (0,3-0,2) düzeyde olmak üzere farklı ilişki kategorilerini tanımlamaktadır.

Bu aşamada, teknik karakteristiklerin birbirini ne derece desteklediği veya tamamladığı tasarım ekibi tarafından belirlenmiş, örneğin, "Teknolojik Altyapı" ile "Yapay Zekâ ve Sanal Asistanlar" arasında Tablo 5'de görüldüğü üzere güçlü bir ilişki gözlemlenmiştir. Bu durum, dijital hizmetlerin geliştirilmesinde teknolojik altyapının kritik bir bileşen olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, "Faizsiz Bankacılık" ve "Siber Güvenlik" arasındaki orta düzeydeki ilişki, etik bankacılık hizmetlerinin güçlü güvenlik önlemleri ile desteklenmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Tablo 5. Korelasyon Matrisi

Teknik Karakteristikler	Faizsiz Bankacılık	Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	Teknolojik Altyapı	Yapay Zeka ve Sanal Asistanlar	Engelli Bireylerin Erişimi	Siber Güvenlik	Sürdürülebilirlik	Çevre Duyarlılığı	Finansal okuryazarlık
Faizsiz Bankacılık	1,0	0,7	0,5	0,4	0,3	0,5	0,3	0,2	0,2
Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri	0,7	1,0	0,6	0,4	0,4	0,6	0,4	0,3	0,2
Teknolojik Altyapı	0,5	0,6	1,0	0,8	0,5	0,7	0,5	0,4	0,3
Yapay Zeka ve Sanal Asistanlar	0,4	0,4	0,8	1,0	0,6	0,7	0,5	0,4	0,4
Engelli Bireylerin Erişimi	0,3	0,4	0,5	0,6	1,0	0,5	0,4	0,3	0,3
Siber Güvenlik	0,5	0,6	0,7	0,7	0,5	1,0	0,6	0,5	0,4
Sürdürülebilirlik	0,3	0,4	0,5	0,5	0,4	0,6	1,0	0,6	0,5
Çevre Duyarlılığı	0,2	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,6	1,0	0,7
Finansal Okuryazarlık	0,2	0,2	0,3	0,4	0,3	0,4	0,5	0,7	1,0

Matrisin analizine dayanarak, "Sürdürülebilirlik" ve "Çevre" gibi özellikler arasındaki ilişki, çevresel duyarlılık ile sürdürülebilirlik uygulamalarının uyum içinde geliştirilebileceğini göstermiştir. Korelasyon analizleri, teknik karakteristiklerin stratejik entegrasyonu ve önceliklendirilmesinde önemli bir rehberdir. Güçlü ilişkilere sahip teknik özelliklerin birlikte ele alınması, müşterilere daha entegre ve etkili çözümler sunulmasını sağlamaktadır. Ayrıca, bu tür analizler, bankacılık sektöründeki teknik yatırımların odak noktalarını belirlemek ve iyileştirme süreçlerini daha verimli kılmak için temel bir araç olarak kullanılmaktadır.

Korelasyon matrisi, KFG sürecinde teknik karakteristiklerin etkisini sistematik bir şekilde değerlendirerek, müşteri beklentilerini karşılayacak stratejik kararların alınmasına olanak tanır. Bu yapı, kalite iyileştirme süreçlerinin

planlanması ve uygulanmasında bilimsel bir yaklaşımın benimsenmesine katkı sağlamaktadır.

Altıncı aşamada, müşteri istekleri ve teknik karakteristikler doğrultusunda, genel hedefler ve performans kriterleri belirlenmiştir. Bu süreçte amaç, müşteri odaklı tasarım yaklaşımını benimseyerek katılım bankacılığı hizmetlerinin kalitesini artırmaktır. Belirlenen hedefler hem müşteri memnuniyetini yükseltmeyi hem de teknik çözümlerin etkinliğini artırmayı hedefler. Performans kriterleri ise bu hedeflerin uygulanabilirliğini değerlendirmek ve bankanın sürekli iyileştirme süreçlerini desteklemek için geliştirilmiştir.

Bu aşamada öne çıkan hedeflerden biri, katılım bankacılığının temel ilkeleri olan etik değerler ve İslamî esaslara uygunluğu güçlendirmek olmuştur (Karakahraman & Özsaatci, 2021). Bankanın sunduğu hizmetlerde şeffaflık ve etik değerlerin öncelikli hale getirilmesi, müşteri güvenini artıracak önemli bir adımdır. Bunun yanı sıra dijitalleşme süreçlerinin hızlandırılması, teknolojik altyapının güçlendirilmesi ve müşteri deneyiminin iyileştirilmesi, modern bankacılık hizmetlerinin gereklilikleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, engelli bireyler için erişilebilir hizmetlerin yaygınlaştırılması ve çevresel sürdürülebilirlik odaklı projelerin artırılması gibi sosyal sorumluluk alanları da önemli bir hedef olarak belirlenmiştir.

Performans kriterleri ise bu hedeflerin uygulanabilirliğini değerlendirmek üzere tasarlanmıştır. Örneğin, müşterilerin etik değerler ve şeffaflık konusundaki algıları, bankanın bu alandaki başarısını değerlendirmek için temel bir ölçüt olarak ele alınmıştır. Benzer şekilde, dijital hizmetlerin kullanılabilirliğini artırmak için mobil ve çevrimiçi bankacılık platformlarının kullanıcı dostu hale getirilmesi, güvenlik önlemlerinin güçlendirilmesi ve çevresel katkıların artırılması gibi kriterler tanımlanmıştır. Bu kriterler, bankanın müşteri odaklı yaklaşımını güçlendirmek ve uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemek için stratejik bir yol haritası sunmaktadır. Böylece hem müşteri memnuniyeti hem de operasyonel verimlilik paralel şekilde artırılabilir.

Yedinci aşamada, KFG sonuçlarına dayanarak katılım bankası hizmetinin tasarımı yapılır ve bu doğrultuda geliştirilir. Bu aşamada, önceki adımlarda belirlenen müşteri beklentileri ve teknik karakteristikler arasındaki ilişki analizleri, performans kriterleri ve hedefler dikkate alınarak hizmet tasarım süreci başlatılır. KFG'nin temel amacı, müşteri isteklerini doğrudan hizmet tasarımına entegre etmek ve böylece müşteri memnuniyetini maksimize edecek bir hizmet modeli oluşturmaktır.

Bu süreçte, bankanın sunduğu hizmetlerin her bir bileşeni müşteri taleplerine göre yeniden şekillendirilir. Örneğin, dijital bankacılık hizmetlerinin kullanım kolaylığını artırmak için daha gelişmiş ve kullanıcı dostu bir mobil uygulama tasarımı yapılabilir. Aynı şekilde, müşteri güvenliğini sağlamak amacıyla siber güvenlik altyapısı güçlendirilir ve müşteri bilgilerini koruma konusunda ileri

teknolojiler uygulanır. Etik ve İslamî esaslara uygunluk gibi katılım bankacılığının temel prensipleri de tasarım sürecinin merkezinde yer alır; bu, faizsiz finansman modelleri ve şeffaf iletişim stratejilerinin daha etkili bir şekilde entegre edilmesiyle sağlanır.

Tasarım sürecinin temel amacı, belirlenen hedeflere ulaşmak ve performans kriterlerine uygun sonuçlar elde etmektir. Bu süreç, sadece mevcut hizmetlerin iyileştirilmesini değil, aynı zamanda yeni hizmet modellerinin geliştirilmesini de kapsar. KFG ile sağlanan bu bütüncül yaklaşım, katılım bankacılığı hizmetlerinin hem operasyonel verimliliğini artırır hem de müşteri beklentilerini karşılama kapasitesini maksimize eder. Böylece, bankanın müşteri odaklı, sürdürülebilir ve rekabetçi bir hizmet yapısı oluşturulmuş olur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, bir katılım bankasında müşteri beklentilerinin ve teknik karakteristiklerin KFG yöntemiyle analiz edilmesini ve bu analizlerin hizmet tasarım süreçlerine entegre edilmesini ele almıştır. Araştırmada, müşteri beklentilerinin anlaşılması ve bu beklentilerin bankacılık hizmetlerine yansıtılmasının, müşteri memnuniyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında, etik değerler ve İslami esasların, müşteriler arasında yüksek öncelikli beklentiler arasında yer aldığı görülmüştür. Bu durum, hizmet tasarım süreçlerinde bu değerlerin dikkate alınması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada kullanılan AHP yöntemi ile müşteri beklentilerinin göreceli ağırlıkları hesaplanmış ve öncelikli kriterlerin "İslam Dinine Uygun Olması", "Şeffaf Olmak" ve "Dijital Uygulamalar" olduğu belirlenmiştir. Korelasyon matrisi kullanılarak teknik karakteristikler arasındaki ilişkiler analiz edilmiş ve "Teknolojik Altyapı" ile "Yapay Zeka ve Sanal Asistanlar" gibi dijitalleşme odaklı özelliklerin birbiriyle güçlü bir ilişki içinde olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, dijitalleşme yatırımlarının artırılmasının bankanın hizmet süreçlerini destekleyebileceğini göstermektedir.

Çalışmanın çıktıları, hizmet tasarım süreçlerinde müşteri odaklı bir yaklaşım benimsenmesi gerektiğini işaret etmektedir. Etik değerler ve İslami finans prensiplerinin daha güçlü bir şekilde vurgulanması, müşteri güvenini artıracaktır. Ayrıca, dijital bankacılık hizmetlerinin kullanıcı dostu hale getirilmesi ve siber güvenlik önlemlerinin güçlendirilmesi, dijitalleşen bankacılık ortamında müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından önemlidir.

Sosyal sorumluluk alanında, engelli bireylerin bankacılık hizmetlerine erişiminin artırılması ve çevre dostu uygulamaların benimsenmesi gibi adımlar, bankanın toplumsal değerlerini güçlendirebilir. Ayrıca engelli bireylerin bankacılık hizmetlerine erişiminin artırılması, kurumsal sosyal sorumluluk literatüründe yer alan kapsayıcılık ilkesiyle örtüşmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik projeleri ve

finansal okuryazarlık eğitimleri gibi girişimler, müşterilerin banka algısını olumlu yönde etkileyecektir.

Sonuç olarak, bu çalışma, KFG yöntemiyle belirlenen müşteri beklentilerinin hizmet tasarım süreçlerine entegrasyonunun önemini göstermektedir. Analiz edilen bulgular, bankanın müşteri memnuniyetini artırmaya yönelik stratejik kararlar almasına katkı sağlayacaktır.

Yazar Katkı oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Katılım Bankacılığı Hizmetlerinde Kalite Fonksiyon Göçerimi: Müşteri Odaklı Tasarımın Rolü isimli bu çalışmanın her aşamasında yazarlar eşit oranda katkı sağlamıştır. 1. yazarın katkı oranı: %50, 2. yazarın katkı oranı %50'dir. Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Teşekkür: Yayın sürecinde sundukları yapıcı değerlendirme ve geri bildirimler için değerli hakemlere, süreç boyunca sağladığı destek için editöre içten teşekkürlerimizi sunarız. Ayrıca çalışmanın hazırlanmasına yön verici önerileri ve katkılarıyla önemli destek sağlayan Prof. Dr. Aysun Kapuçugil İkiz'e teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

Anaç, T., & Kaya, F. (2017). Bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmesini etkileyen faktörler. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 145.

Akyurt, H. (2021). Otel işletmelerinde personel seçim kriterlerinin AHP yöntemi ile belirlenmesi: ordu ili üzerine bir araştırma. Journal of Global Tourism and Technology Research, *2* (2), 59-71.

Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, *9* (1), 23-28.

Bilir, A., & Özgen, H. (2010). Katılım bankalarında müşteri memnuniyetinin belirlenmesi üzerine Hatay ilinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *19* (3), 39-62.

Çakar, R., Güngör, S., & Karakaş, G. (2018). Türkiye'de geleneksel ve katılım bankalarının toplam kredi hacimleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkisi. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (İEFD)*, *4* (1), 69-95.

Çanakçı, M. (2014). Çok kutuplu dünyada İslami finans piyasalarının gelişimi ve sukuk ihraçları. *Turkish Journal of Islamic Economics*, *1* (2), 43-58.

Chan, L. K., & Wu, M. L. (2002). Quality function deployment: A literature review. *European Journal of Operational Research*, *143* (3), 463-497.

Eken, M. H., & Öztürk, N. (2018). Finans teorisi kapsamında katılım bankacılığı ve yeniden yapılandırma önerisi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *4* (1), 46-62.

Erdem, S., Kavrukkoca, G., & Özdağoğlu, A. (2003, November). Kalite kültüründe "kalite fonksiyon göçerimi"nin rolü. *Ulusal Kalite Sempozyumu*, DEÜ Bimer, İzmir.

Gedikli, E. Y., & Gökırmak, H. (2021). Katılım bankacılığı ve sürdürülebilirlik. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, *16* (1), 75-93.

Govers, C. P. (1996). What and how about quality function deployment (QFD). *International Journal of Production Economics*, *46*, 515-585.

Heizer, J. H., & Render, B. (2004). *Principles of operations management*. Pearson Education.

Ikiz, A. K., & Masoudi, A. (2008). A QFD and SERVQUAL approach to hotel service design. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, *9* (1), 17-31.

Ishak, A., Ginting, R., Suwandira, B., & Malik, A. F. (2020, December). Integration of Kano model and quality function deployment (QFD) to improve product quality: A literature review. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1003, No. 1, p. 012025). IOP Publishing.

Kapucugil, A., Yaşaroğlu, B. A., Özdağoğlu, A., & Tüzemen, A. (2006). Development of ideal campus settings and activities at Dokuz Eylül University Kaynaklar Campus. In *12th International Symposium on QFD* (pp. 224-233).

Karakahraman, Y., & Özsaatçı, F. G. B. (2021). Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, müşteri tatmini ve müşteri sadakatine etkileri: Katılım bankası örneği. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *14* (2), 432-452.

Kısacık, H. (2021). Katılım finans ürünleri ve muhasebe süreçleri: Katılım bankaları ve işletmeler açısından TMS/TFRS'ye göre karşılaştırmalı bir analiz. TKBB Yayınları.

Korucuk, S. (2021). Ordu ve Giresun illerinde kentsel lojistik performans unsurlarına yönelik karşılaştırmalı bir analiz. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, *13* (26), 141-155.

Lin, G., Jing, G., & Fang-fang, D. (2011, April). Evaluation method of enterprise information quality based on QFD. In 2011 International Conference on Consumer Electronics, Communications and Networks (CECNet) (pp. 325-328). IEEE.

Özdağoğlu, A., & Özdağoğlu, G. (2007). Comparison of AHP and fuzzy AHP for the multi-criteria decision making processes with linguistic evaluations. İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, *6* (11), 65-85.

Özgen, Ö., Duman, S., & Atrek Demirel, B. (2009). Müşteri gereksinimlerinin müşteri ilişkileri yönetimine aktarılması: Modern kalite fonksiyon göçerimi uygulaması. İktisat İşletme *ve Finans*, *24* (283), 89-117.

Purba, H. H., Parid, M., Prasetyo, R. D., & Jinan, R. (2018). Service development strategy with quality function deployment (QFD) approach: A case study in banking service in Indonesia. *Journal Impact Factor*, *3*, 39.

Sireli, Y., Kauffmann, P., & Ozan, E. (2007). Integration of Kano's model into QFD for multiple product design. *IEEE Transactions on Engineering Management*, *54* (2), 380-390.

Tan, K. C., Xie, M., & Goh, T. N. (2003). *Advanced QFD applications*. Quality Press.

Uluyol, O. (2022). Katılım bankacılığında sosyal boyut. In M. Çelik & M. Kaygustızoğlu (Eds.), *İslami finans ve muhasebede güncel araştırmalar* (pp. 99-130). İstanbul.