

Katılım Bankalarının Batı Akdeniz Bölgesindeki Farkındalık Düzeyinin Tespiti

Prof. Dr. Mehmet Gençtürk*
Fatma Tuba Çobankaya**

Öz

Bu çalışmada, Batı Akdeniz bölgesinde katılım bankası ile çalışan ve çalışmayan kişilerin katılım bankalarına yönelik algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Antalya, Burdur ve Isparta illerinde anket çalışması yapılmış ve değerlendirme sonuçları açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmada, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların çoğunluğunun büyük bir kısmının katılım bankalarını diğer bankalardan farklı buldukları, katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların çoğunluğunun ise katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca, katılım bankası genel algı düzeyini değerlendirmeye yönelik yapılan analizler sonucunda, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların katılım bankası müşterisi olmayan katılımcılara göre, katılım bankalarıyla ilgili daha olumlu değerlendirmeler yaptıkları görülmüştür. Çalışmada katılım bankalarının tercih edilme nedenleri içerisinde yer alan dini hassasiyetlerin birincil neden olmadığı, sonucuna da ulaşılmıştır.

Bu çalışma Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi 3579-YL1-13 nolu proje tarafından desteklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Faizsiz bankacılık, Özel Finans Kurumları, Katılım Bankacılığı.

JEL Sınıflaması: G21.

Determination of Level of Awareness In The Region West Mediterranean of Participation Banks

Abstract

In this study, the measurement of individuals' perceptions about islamic (participation) bank was investigated in terms of whether they working with islamic bank or not in West Mediterranean Region. The data was collected in Antalya, Burdur and Isparta provinces by the means of questionnaire and assessment results were tried to explain. In this study, the majority of participators who are customers of islamic bank have perceived the islamic banks differently from other banks while the majority of participators who are not customer of any islamic bank have not perceived differently from the other banks. Besides, in the consequence of analysis toward to evaluating on islamic bank general perception level, participators who are customer of islamic bank have preferred the more positive assessments about islamic banks than participators who are not customer of islamic bank. The result of this study has revealed that religious sensitivity, which it is perceived as the one of reason on preferring the islamic bank, has not seen as primary reason.

Keywords: Interest-Free Banking, Private Financial Institution, Islamic (Participation) Banking .

JEL Classification: G21.

1. Giriş

Mevduat toplayan ve finansal destek veren kurumlar olarak ortaya çıktıkları dönemden itibaren gelişme gösteren ve artık ekonominin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş bankaların işleyiş tarzı ile İslâmi prensipler arasında uyumsuzluklar söz konusudur. Bu nedenle "İslâm"

* Süleyman Demirel Ün.v., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi.

** Süleyman Demirel Ün.v., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Yüksek Lisans Mezunlu.

ve “Banka” kelimelerini bir araya getirmek zor olmuş, Müslüman toplumlarda günümüzdeki anlamıyla ortaya çıkmayan bankalar, batı toplumlarında ortaya çıktıktan sonra Müslüman toplumlar içinde de yer almaya başlamışlardır (Özsoy, 1987, s.65). Bu bağlamda deneme niteliğindeki ilk faizsiz bankanın, Ahmed en-Neccar tarafından 1963 yılında Mısır’da kurulan İslâm Tasarruf Bankası olduğu bilinmektedir (Akgüç, 1992, s.160).

Dünya’da, Müslüman halkın biriken tasarruflarının değerlendirilmesi amacıyla ortaya çıkan “faizsiz bankacılık” ülkemizde de aynı amaçla 1983 yılında Özel Finans Kurumu (ÖFK) adı altında faaliyete başlamıştır. İlerleyen yıllarda ÖFK’lar ulusal ve uluslararası piyasalarda tanınabilirlik konusunda çeşitli sorunlar yaşamış (Uyan, 2005, s.2) ve bu sorunlara çözüm bulunması amacıyla faizsiz finans kurumlarının isimleri, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nda yapılan düzenlemeyle, 2006 yılından itibaren “Katılım Bankaları” olarak değiştirilmiştir. Tasarruf sahiplerinden topladıkları fonları, faizsiz finansman prensipleri çerçevesinde ticaret ve sanayide değerlendiren ve oluşan kâr ya da zararı tasarruf sahipleri ile paylaşarak bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren bu kurumların isimlerinde, kâr ve zarara katılma ilkesinden yola çıkılarak “katılım” ibaresine yer verilmiştir (Aras ve Öztürk, 2011, s.170).

Uluslararası literatürde çoğunlukla İslâmi Bankacılık olarak adlandırılan “faizsiz bankacılığın” en belirgin özelliği, faizin haram kılınması sebebiyle ekonomik sistem içinde faizsiz bir sistem geliştirmeye çalışılmasıdır. Faizsiz bankacılığın temeli paranın bir mal değil, bir finansman ölçüsü olmasına ve emeğini ortaya koyanla sermayesini ortaya koyanın kâr veya zarara birlikte katlanmasına dayanmaktadır (Akgüç, 1992, s.160).

İslâm dininin faizi kesin olarak yasaklamasından hareketle, kâr ve zarara katılma esasına göre çalışan kuruluşlar olarak katılım bankaları, hem ekonomik hem de sosyal bir işlevi yerine getirme amacı gütmektedirler. Katılım bankaları bir yandan faiz kaygısıyla tasarruflarını ekonominin hizmetine sunmayan kesimlerin bu tasarruflarını aktif hale getirirken, diğer yandan da yatırımcıların fon temin edebilecekleri kurum işlevini görerek, yatırımcılar ve tasarruf sahipleri arasında aracılık görevini yerine getirmektedirler. Katılım bankalarının, tasarrufların reel olarak ekonomiye girmesini sağladığı, ayrıca birikimlerin üretim, ticaret ve sanayide değerlendirilmesi konusunda önemli bir rol oynadığı bilinmektedir.

Katılım bankalarının Türkiye’deki finansal gelişimini ve katılım bankası algısını analiz ettiğimiz çalışmada, katılım bankacılığı kavramına değinilmiş ve katılım bankalarının 2005-2013 dönemi finansal gelişimi incelenmeye çalışılmıştır. Buna bağlı olarak, bireylerin katılım bankası algılarını ölçmeye yönelik bir anket uygulanmış, Antalya, Burdur ve Isparta illerinde yapılan anket çalışması sonucu elde edilen veriler analiz edilerek, sonuçlar açıklanmaya çalışılmıştır.

2. Literatür İncelemesi

Aktaş ve Avcı (2013) çalışmalarında, katılım bankalarının faize dayalı bankacılığa göre nasıl bir etkinliğe sahip olduğunu araştırmayı amaçlamışlardır. 2009-2011 yıllarına ait katılım bankacılığının yıllık verileri ile faize dayalı bankacılık sektörünün yıllık verileri kullanılarak etkinlik karşılaştırması yapılmıştır. Analiz döneminde kamu bankacılığının etkinliğinin en yüksek olduğu, faize dayalı özel bankacılığın 2. sırada ve katılım bankacılığının etkinliğinin son sırada yer aldığı gözlenmiştir. Ayrıca toplam faktör verimlilik değerlerine göre katılım bankacılığının etkinlik artışının en yüksek olduğu gözlenmiştir.

Doğan (2013) yaptığı çalışmada, 2005-2011 yılları arasında Türkiye’de bankacılık sektöründe faaliyette bulunan katılım ve geleneksel bankaların finansal performanslarını karşılaştırmıştır. Araştırmada kârlılık, likidite, borç ödeme gücü ve sermaye yeterlilik oranları yardımıyla 4 adet katılım bankası ve 4 adet geleneksel bankanın performansları karşılaştırılmış, geleneksel bankaların likiditesi, borç ödeme gücü ve sermaye yeterliliklerinin

daha yüksek ve riskliliklerinin daha düşük olduğu gözlenmiştir. Ayrıca iki banka türü arasında kârlılık açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı gözlenmiştir.

Kaytancı vd. (2013) araştırmalarında, katılım bankası müşterilerinin memnuniyetlerini değerlendirmek amacıyla, Eskişehir ilindeki katılım bankası müşterilerine, katılım bankası ürün ve hizmetlerine yönelik farkındalık, kullanım ve memnuniyet alanlarında değerlendirme yapmak için anket uygulamışlardır. Sonuç olarak ankete katılan müşterilerde katılım bankası ürün ve hizmetlerine yönelik genel anlamda yüksek bir farkındalık ve kullanım düzeyi tespit edilmiştir. Ayrıca ankete katılan müşterilerin katılım bankalarından memnun olup olmadıklarına ilişkin soruya olumlu cevaplar verdikleri gözlenmiştir.

Naser vd. (2013) çalışmalarında, İslâmi finans kuruluşları tarafından sunulan ürün ve hizmete karşı müşteri memnuniyeti ve farkındalık düzeyini araştırmışlardır. Uygulanan anket çalışması sonucunda, Kuwait Finance House (KFH) müşterilerinin önemli bölümünün sunulan birçok üründen haberdar olmadıkları tespit edilmiştir. Katılımcılar bankanın görünümü, mimarisi, iç tasarımı gibi konularda iyileştirme yapılması gerektiğini düşünmelerine rağmen, KFH'den nispeten memnun olduklarını belirtmişlerdir.

Özsoy vd. (2013) araştırmalarında, Türkiye'deki katılım bankalarının ürün ve hizmetlerine olan talebin arkasında yatan sebepleri araştırmayı amaçlamışlardır. Bu amaca yönelik olarak Bolu ilinde uygulanan anket neticesinde katılımcıların, katılım bankası tercihlerini etkileyen sebepler en önemliden en önemsiz doğru "hizmet kalitesi", "şube personeli ile yakın ilişkiler", "dini hassasiyetler", "akraba ve arkadaş çevresinin etkisi", "servis çeşitliliği", "bankacılık prestij ve kâr payı", "cazip ödeme imkanları gibi finansal sebepler" şeklinde sıralanmıştır.

Addawe (2012) tarafından küresel ekonomik krizin İslâmi bankalar üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılan çalışmada, finansal krizlere karşı İslâmi bankaların geleneksel bankalara göre daha esnek oldukları sonucuna varılmıştır. İslâmi bankaların kurumsal yönetim sistemlerinin ve finansman metotlarının geleneksel bankalardan farklı olması sebebiyle finansal krizlere karşı daha esnek oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Baykara (2012) çalışmasında, ülkemizdeki katılım bankalarının 2005-2011 yılları arasındaki faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliklerini TOPSIS tekniği kullanarak ölçmeye çalışmıştır. Yapılan analiz neticesinde, verimlilik ve etkinliğin farklı kavramlar olduğu görülmüş, aynı zaman diliminde verimli olan bir katılım bankasının etkin olmadığı ve bir katılım bankasının sunduğu yatırım araçlarının çeşitlendirilmesi ile etkinlik ve verimliliğinde artış olduğu gözlenmiştir. Er ve Uysal (2012) çalışmalarında, 2005-2010 dönemi için Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları ve ticari bankaların etkinlik düzeylerini karşılaştırmalı olarak analiz etmişlerdir. Etkinlik ölçümünde, ölçeğe göre sabit getiri ve ölçeğe göre değişken getiri varsayımları altında girdi odaklı Veri Zarflama Analizini kullanmışlar, toplam etkinlik skorlarına göre incelenen dönemlerde katılım bankalarının ticari bankalara göre daha etkin oldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Aras ve Öztürk (2011) yaptıkları araştırmada, katılım bankalarının bankacılık sektöründe kullandığı fonların ağırlığının yıllar itibarıyla giderek artış gösterdiği, ancak reel ekonomiye doğrudan katkı sağlamada öncelikli öneme sahip olan kâr/zarar esasına göre fon kullandırma oranının çok düşük olması, katılım bankalarının İslâmi referanslara uygun olarak geliştirilen fon kullandırma enstrümanlarının tümünü kullanamadıkları dolayısıyla ülke ekonomisinin reel kesimine beklenen gerçek katkıyı henüz sağlayamadıkları sonucuna ulaşmışlardır. Dağ (2011) yaptığı araştırmada, Türkiye'deki katılım bankaları ve mevduat bankaları hakkında bilgi vermek ve bu iki banka türünün etkinliklerinin ölçülmesini amaçlamıştır. Bu amaca yönelik olarak 2006-2009 yıllarında faaliyet gösteren katılım bankalarının ve mevduat bankalarının etkinlikleri, ölçeğe göre değişken getiri varsayımı altında girdi odaklı Veri Zarflama Analizi ve Malmquist faktör verimlilik endeksi ile

ölçülmüştür. Analiz sonuçları, yaşanan süreçte bankaların kârlılıklarını artırmalarına karşın ölçeğe göre sabit getiri ve değişken getiri yaklaşımları altında etkinlik düzeylerini koruyamadıklarını ve etkinlik seviyesinden giderek uzaklaştıklarını, ancak katılım bankalarının etkinlik skorlarının özel sermayeli bankalara göre daha iyi seviyelerde olduğunu göstermiştir.

Ece (2011) yaptığı araştırmada, katılım bankalarının finansal gelişimini izlemiştir. 2001 mali krizinin bankacılık sektörünü olduğu gibi katılım bankalarını da etkilediği, ancak katılım bankalarında 2005 yılından sonra göz ardı edilemeyecek bir gelişme görüldüğü ve küresel ekonomik krizin etkisinin azalması ile birlikte ilerleyen dönemlerde katılım bankalarının öz kaynak kârlılığının da artacağı sonucuna varılmıştır. Lee ve Ullah (2011) çalışmalarında, Pakistan'daki İslâmi banka müşterilerinin bu kurumları tercih etme nedenlerini araştırmış ve şeriat ilkelerine uygunluğun bu kurumların tercih edilmesinde önemli bir etken olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca müşteriler şeriata uyum ilkesinin yanında bu bankalardan teknolojik gelişmişlik ve sermaye garantisi de beklemektedirler.

Parlakkaya ve Çürük (2011) çalışmalarında, Türkiye'de faaliyet gösteren geleneksel bankaların ve katılım bankalarının finansal rasyolar aracılığı ile birbirinden ayırt edilemeyeceğini araştırmışlardır. Sonuç olarak kârlılık ve likidite oranlarının her iki banka türü arasında ayırt edici unsur olarak kullanılabileceği görülmüş, kullanılan analiz yöntemleri ile de her iki tür bankanın operasyonel faaliyetlerinin birbirinden farklı olduğu ortaya koyulmuştur.

Polat (2011) çalışmasında, katılım bankalarının fonksiyonlarını, bu kurumların klasik bankalarla farklılıklarını incelemeyi ve katılım bankalarının kârını etkileyen faktörleri irdelemeyi amaçlamıştır. Katılım bankalarının 2005-2010 dönemi bilanço ve gelir tablosu bilgileri çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulmuş, Veri Zarflama Analizi yöntemiyle etkinlik ölçümü yapılmıştır. Katılım bankalarının sermaye yeterlilik oranlarının sektörden düşük olduğu görülürken, likidite yeterlilik oranları, dağıtılan kâr payı oranları ve etkinlik derecelerinin sektörden yüksek olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır. Akhan (2010) yaptığı araştırmada katılım bankaları ile mevduat bankalarının müşteri odaklılıklarının karşılaştırılması için 2 katılım bankası ve 2 mevduat bankasının 2010 yılına ait Genel Kredi Sözleşmesi hükümlerini müşteri odaklılık açısından içerik analizi yöntemiyle analiz etmiş, iki banka türü arasında 18 adet farkın olduğunu tespit etmiştir. Çalışmada farklılıkların 17'sinde katılım bankalarının mevduat bankalarına göre daha müşteri odaklı oldukları sonucuna varılırken, 1 tanesinde ise mevduat bankalarının katılım bankalarına göre daha müşteri odaklı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Bilir (2010) yaptığı araştırmada katılım bankalarında müşteri memnuniyetini ölçmek ve katılım bankalarının müşteri memnuniyetini sağlayabilmeleri için gereken öneri ve fikirleri sunmak amacıyla Hatay ilindeki katılım bankaları müşterilerine anket uygulamıştır. Elde edilen sonuçlar SPSS For Windows Programı ile analiz edilmiş ve örneklem şubelerde sunulan hizmetlerin müşterilerin beklentilerini tam olarak karşılayamadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çetin ve Bıtırak (2010) çalışmalarında, Türkiye'de faaliyette bulunan ve aktif büyüklük sıralamasında ilk 4 sırada yer alan özel kesim ticari bankalar ile katılım bankalarının 2005-2007 dönemi mali tablolarından elde edilen finansal oranları kullanarak, finansal performanslarının değerlendirilmesine yönelik bir kârlılık analizi yapmışlardır. Gülşen (2010) katılım bankalarının 5 yıllık mali performanslarını mali tablo analizi yöntemiyle değerlendirdiği çalışmasında, katılım bankalarının 2005-2009 dönemi 5 yıllık mali tablo verilerini karşılaştırmalı tablolar analizi, eğilim yüzdeleri analizi, yüzde yöntemi ve oran analizi ile incelemeye çalışmıştır. Bankacılık sektöründe 2002 yılından sonra faiz oranlarının düşmesi sebebiyle, kâr marjının düşmesine rağmen katılım bankalarının kredi piyasasında etkin olmamaları nedeniyle kârlılıklarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya (2010) çalışmasında, Türkiye'deki katılım bankacılığının genel durumunu ve katılım bankacılığındaki büyümenin bankacılık sistemine göre etkinlik yönünden durumunu araştırmıştır. 2003-2008 dönemi verileri Veri Zarflama Analizi yöntemi ile incelenmiş, incelenen dönemlerde katılım bankalarının ortalama etkinlik değerlerinde dikkat çekici bir sapma görülmemiş, bankacılık faaliyetlerini etkin şekilde yürütme açısından katılım bankalarının mevduat bankalarına göre daha etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Khattak ve Rehman (2010) çalışmalarında, İslâmi bankacılık sektöründeki müşteri memnuniyetini ve farkındalık düzeyini analiz etmek amacıyla Pakistan'ın farklı şehirlerinden 156 katılımcıya anket uygulamışlardır. Sonuç olarak, katılımcıların İslâmi bankaların bazı hizmetlerinden memnun oldukları görülürken, bazı hizmetlerinden memnun olmadıkları görülmüştür. Ayrıca müşterilerin farklı hizmetlerin farkında olmalarına rağmen bu hizmetleri benimsemedikleri sonucuna da ulaşılmıştır.

Marimuthu vd. (2010) çalışmalarında, İslâmi bankacılığın tercih edilme sebeplerini öğrenmek amacıyla 450 katılımcıya anket uygulamışlar ve çalışmanın sonucunda maliyet-fayda, hizmet sunumu, kolaylık, arkadaş/akraba etkisi gibi faktörlerin İslâmi bankacılığın tercih edilmesini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Özkara (2010) katılım bankalarının finansal performansının değerlendirilmesine yönelik yapılan araştırmada, 2005-2008 dönemi mali verileri analiz edilmiş ve 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile katılım bankalarının faaliyetlerinde büyük bir atak yaparak, sürekli büyüme halinde oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Yılmaz (2010) katılım bankaları müşteri memnuniyetine yönelik yaptığı çalışmada, 12 ildeki Türkiye Finans Katılım Bankası müşterilerine anket uygulamış, elde edilen verileri ANOVA ve logit analizi yöntemleriyle değerlendirmiştir. Yapılan değerlendirmelerde bazı memnuniyet değişkenleri ile bazı demografik- sosyo ekonomik değişkenler arasında ilişki olduğuna ulaşılrken, bazı demografik- sosyo ekonomik değişkenler arasında ise hiçbir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Özulucan ve Deran (2009) araştırmalarında, katılım bankacılığı ile geleneksel bankacılığı karşılaştırmışlar, katılım bankalarına çeşitli önerilerde bulunarak, katılım bankalarının farklı bankacılık yönlerini ve uygulamalarının daha çok ortaya konulması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır.

Coşkun (2008) yaptığı araştırmada, ülkemizdeki katılım bankalarının bankacılık sektöründeki büyüklüğü ile kuruldukları dönemden itibaren hizmet çeşitliliği, rakamsal oranlar ve dağıtılan kâr payları açısından performanslarının ticari bankalar ile karşılaştırmasını yapmıştır. Sonuç olarak, katılım bankalarında fon toplanan hesapların ve toplanan fonların işletilmesinin ticari bankalara göre farklılık gösterdiği görülmüş, kârlılık açısından ticari bankalara göre daha iyi olan katılım bankalarının müşterilere sunulan hizmet ve ürün çeşitliliği ile likidite açısından daha kötü durumda olduklarını ortaya koymuştur.

Karaayhan (2008) çalışmasında, katılım bankalarının mali tablolarını oran analizine dayalı performans analizine tabi tutmuştur. Katılım bankalarının özellikle edinilen varlık ve gelir sağlayan faaliyetler konusunda geleneksel bankalardan farklı olduğunu belirlemiş, ancak katılım bankalarının özellikle bankalar kanununa tabi olmalarından sonra bankacılık sektöründe sürekliliklerinin sağlanmasının ve sektördeki paylarının artmasının mümkün olabileceğini belirtmiştir. Arabacı (2007) çalışmasında, katılım bankalarının 2001-2005 dönemi finansal yapılarını incelemiştir. Katılım bankalarının her biri için ayrı ayrı ve ticari bankalar ile de karşılaştırmalı olarak performans değerlemesini yapmış, yapılan değerlendirmeler sonucunda ise katılım bankalarının ortaya çıkan en büyük sorunlarının likidite ve öz kaynak eksikliği olduğunu gözlemlemiştir.

Darçın (2007) çalışmasında, ÖFK'ların katılım bankalarına dönüşmesini sağlayan yasal düzenlemenin doğurduğu hukuki sonuçlar ve kamuoyunun bu kurumları algılayış şeklini ne yönde etkilediğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla Ankara ilinde uygulanan anket ile halkın katılım bankalarını yeterince tanımadığı, halkın katılım bankacılığına geçiş sürecinin

isim değişikliği dışında önemli bir değişikliğe neden olmadığı görüşünde oldukları, katılım bankası isminin beğenildiği ve faizsiz bankaların bu şekilde adlandırılmasının tercih edildiği sonuçlarına ulaşmıştır.

Eskici (2007) çalışmasında, katılım bankacılığı hakkında bilgi vermiş ve katılım bankalarının müşteri özelliklerini tespit etmek amacıyla anket uygulamıştır. Müşterilerin katılım bankalarını tercih etmesinde faizsiz bankacılık hassasiyetinin ön planda olduğu ancak güvenilirlik, çalışma kalitesi, çalışma hızı gibi faktörlerin de önemli etkenlerden olduğu gözlenmiştir. Özgür (2007) çalışmasında, 2001-2005 dönemi için katılım bankalarının etkinliğini Veri Zarflama Analizi yöntemi ile ölçmeye çalışmış, ölçek büyüklüğünün etkinlik üzerinde etkili olduğu, ekonomik istikrar dönemlerinde bankaların etkin olma yönünde olumlu gelişme gösterdikleri ve toplam faktör verimliliğinin etkinlik ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Katılım bankalarıyla ilgili yapılmış çalışmalar temel araştırma sorularına göre sınıflandırılmış ve Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Katılım Bankaları Üzerine Yapılmış Çalışmaların Bulguları

Temel Araştırma Sorusu	Çalışma	Örneklem	Analiz Yöntemi	Bulgular
Katılım bankalarının tercih edilme sebepleri açısından değerlendirilmesi	Özsoy vd. (2013)	Bolu ilindeki katılım bankası müşterileri	Açıklayıcı faktör analizi	"Hizmet kalitesi", "şube personeli ile yakın ilişkiler" ve "dini hassasiyetler" gibi faktörlerin etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
	Lee ve Ullah (2011)	Pakistan'daki İslâmi banka müşterileri	Tanımlayıcı istatistikler ve çapraz tablolama	Şeriat ilkelerine uygunluğun tercihte etkin olduğu belirlenmiştir.
	Marimuthu vd. (2010)	Malezya'daki İslâmi banka müşterileri	Ki-Kare testi ve tanımlayıcı istatistikler	"Maliyet-fayda", "hizmet sunumu", "kolaylık", "arkadaş/akraba etkisi" gibi faktörlerin etkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Katılım bankaları farkındalık düzeyinin değerlendirilmesi	Naser vd. (2013)	Kuwait Finance House (KFH) müşterileri	Tanımlayıcı istatistikler ve kruskal wallis testi	Katılımcıların çoğunluğu sunulan birçok üründen haberdar olmadıklarını belirtmelerine rağmen, KFH' den nispeten memnun olduklarını belirtmişlerdir.
	Kaytancı vd. (2013)	Eskişehir ilindeki katılım bankası müşterileri	Ki-Kare anlamlılık testi, küme analizi ve faktör analizi	Katılım bankası ürün ve hizmetlerine yönelik genel anlamda yüksek bir farkındalık ve kullanım düzeyi tespit edilmiştir.
	Khattak ve Rehman (2010)	Pakistan'daki İslâmi banka müşterileri	Kruskall wallis testi ve tek yönlü anova	Müşterilerin farklı hizmetlerin farkında olmalarına rağmen bu hizmetleri benimsemedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1 (Devamı)

Temel Araştırma Sorusu	Çalışma	Örneklem	Analiz Yöntemi	Bulgular
Katılım bankaları müşteri memnuniyetinin ölçülmesi	Bilir (2010)	Hatay ilindeki katılım bankaları müşterileri	Servqual	Sunulan hizmetlerin müşterilerin beklentilerini tam olarak karşılayamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.
	Yılmaz (2010)	12 ildeki Türkiye Finans Katılım Bankası müşterileri	ANOVA ve logit analizi	Bazı memnuniyet değişkenleri ile bazı demografik- sosyo ekonomik değişkenler arasında ilişki olduğuna ulaşılrken, bazı değişkenler arasında ise hiçbir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Katılım ve geleneksel bankaların finansal performanslarının karşılaştırılması	Doğan (2013)	2005-2011 dönemi katılım bankaları ve geleneksel banka verileri	Kârlılık, likidite, borç ödeme gücü ve sermaye yeterlilik oranları, t-testi	Geleneksel bankaların likiditesi, borç ödeme gücü ve sermaye yeterliliklerinin daha yüksek ve riskliliklerinin daha düşük olduğu gözlenmiştir.
	Polat (2011)	2005-2010 dönemi katılım bankaları verileri	Veri zarflama analizi	Katılım bankalarının sermaye yeterlilik oranlarının sektörden düşük olduğu görülürken, likidite yeterlilik oranları, dağıtılan kâr payı oranları ve etkinlik derecelerinin sektörden yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Genel Kredi Sözleşmesi hükümlerinin müşteri odaklılık açısından incelenmesi	Akhan (2010)	Katılım bankaları ve mevduat bankalarının 2010 yılına ait Genel Kredi Sözleşmesi hükümleri	İçerik analizi	İki banka türü arasında 18 adet farkın olduğunu tespit edilmiş, farklılıkların 17'sinde katılım bankalarının mevduat bankalarına göre daha müşteri odaklı oldukları sonucuna varılmıştır.

3. Katılım Bankalarının Finansal Gelişimi ve Bankacılık Sistemindeki Yeri

Katılım bankaları, Türk bankacılık sektöründe ticari bankalar, kalkınma ve yatırım bankalarının yanında üçüncü bir tür olarak faaliyetlerini sürdürmektedirler. Katılım bankaları faaliyetlerinde klasik bankacılık sisteminin kullandığı tekniklerden de yararlanarak, farklı bir bakış açısıyla, atıl kalmış fonları mali sistemimize kazandırmaktadırlar. Ülkemizde yaşanan ekonomik krizler, özellikle bankacılık sektöründe önemli sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur. Ancak katılım bankaları, bu krizlerden olumsuz anlamda daha az oranda etkilendikleri için dikkat çekmişlerdir (Dünyada ve Türkiye’de Faizsiz Bankacılık, 2005, s.39).

Ülkemizde mevcut katılım bankalarının 2005 yılından 2013 yılına kadar olan döneme ilişkin özet mali verileri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: 2005-2013 Katılım Bankaları Özet Finansal Verileri (Milyon TL)

Yıllar	Aktif Toplamı	Toplanan Fonlar	Kullandırılan Fonlar	Öz Kaynaklar	Net Kâr	Personel Sayısı	Şube Sayısı
2005	9.945,43	8.369,16	6.473,63	951,09	250,14	5.741	291
2006	13.751,58	11.151,82	9.322,66	1.559,71	391,04	7.107	355
2007	19.445,32	14.834,17	14.071,91	2.363,81	527,38	9.183	421
2008	25.770,13	19.045,29	17.641,18	3.728,93	647,49	11.028	535
2009	33.628,04	26.711,41	23.640,59	4.419,56	705,08	11.796	568
2010	43.338,70	33.089,46	30.823,14	5.457,08	759,18	12.666	605
2011	56.148,34	39.220,35	38.537,93	6.193,63	802,00	13.838	682
2012	70.279,38	47.921,10	47.961,19	7.376,81	915,96	15.324	825
2013	96.086,46	61.313,32	62.041,61	8.851,56	1.070,54	16.712	961

Kaynak: BDDK

Tablo 2'deki veriler değerlendirildiğinde, katılım bankalarının geçtiğimiz sekiz yıllık dönemde aktif toplamı, toplanan fonlar, kullandırılan fonlar, öz kaynaklar, personel sayısı, şube sayısı ve net kâr kalemlerinde önemli miktarda artış olduğu sonucuna varılmıştır. 2005 yılında 291 olan katılım bankası şube sayısı 2013 yılı sonunda 961'e ulaşmıştır. Şube sayısındaki artışa bağlı olarak 2005 yılında 5741 olan personel sayısı 2013 yılında 16712'ye ulaşmıştır.

Batı Akdeniz bölgesindeki katılım bankalarının özet mali verileri aşağıda Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Batı Akdeniz Bölgesi Katılım Bankaları Özet Mali Verileri (Bin TL)

Yıllar	Toplam Nakdi Finansal Destek	Toplam Mevduat	Şube Sayısı
2007	330.675	275.466	12
2008	460.020	394.557	15
2009	676.652	532.164	17
2010	808.510	790.599	20
2011	1.034.518	1.075.560	22
2012	1.292.816	1.046.472	27
2013	1.684.294	1.291.499	30

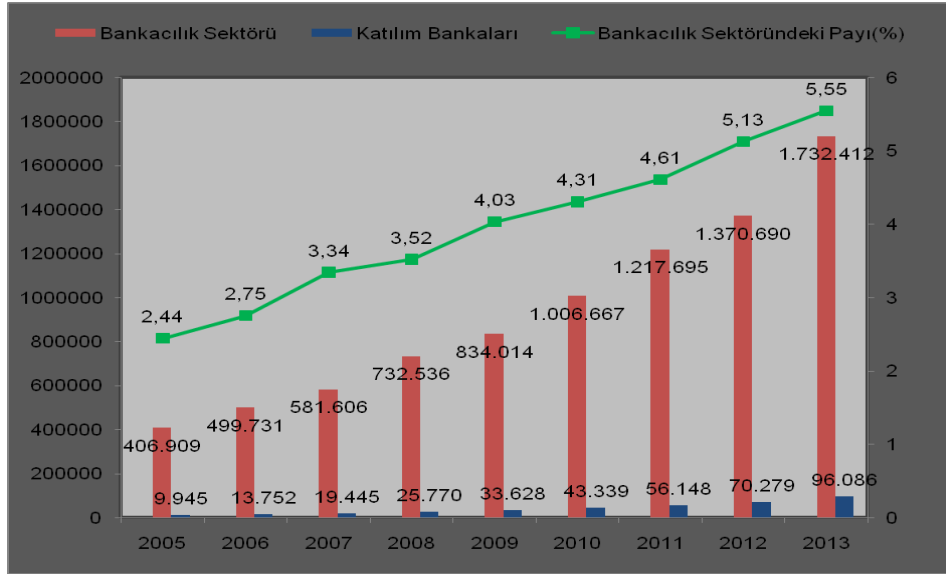
Kaynak: BDDK

Batı Akdeniz bölgesindeki katılım bankalarının çeşitli mali verilerinin gösterildiği Tablo 3'e göre, toplam nakdi finansal destek 2007 yılında 330,7 milyon TL dolaylarındayken, 2013 yılsonu itibarıyla 1684,3 milyon TL'ye ulaşmıştır. Yine 2007 yılında Batı Akdeniz bölgesindeki katılım bankalarının toplam mevduatı 275,5 milyon TL iken, 2013 yılı sonunda 1291,5 milyon TL'ye yaklaşmıştır. Antalya ve Isparta illerindeki katılım bankalarının şube sayısı 2007 yılında 12 iken, 2008 yılında 15'e ulaşmıştır. 2009 yılında katılım bankalarının Burdur ilinde de şube açmalarıyla bu bölgedeki katılım bankası şube sayısı 17'ye ulaşmış, 2013 yılında ise 30 olarak belirlenmiştir.

3.1. Katılım Bankalarının Aktif Toplamı Açısından Bankacılık Sektöründeki Yeri

Katılım bankalarının aktif toplamı açısından bankacılık sektöründeki yeri Grafik 1' de gösterilmiştir.

Grafik 1:Yıllar İtibariyle Bankacılık Sektörü ve Katılım Bankaları Aktif Miktarı (Milyon TL)



Kaynak: BDDK

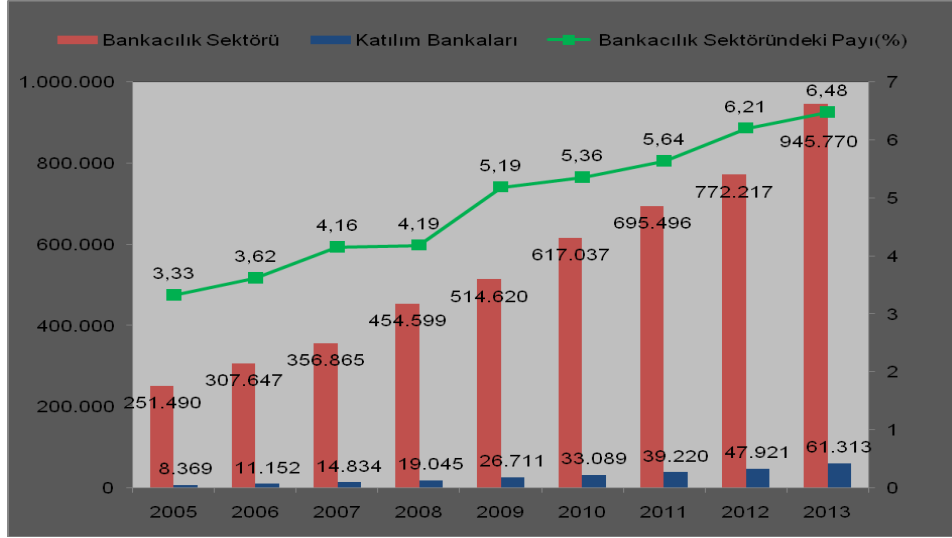
Katılım bankaları ve bankacılık sektörü aktif miktarının verildiği yukarıdaki Grafik 1'e bakıldığında, incelenen dönemde katılım bankaları ve bankacılık sektörü aktif kalemlerinde düzenli bir artış olduğu görülmektedir. 2005 yılında 9,9 milyar TL olan katılım bankaları aktiflerinin, 2013 yılında 96 milyar TL seviyelerine ulaşmış olması geçtiğimiz 8 yılda katılım bankaları aktiflerin önemli oranda arttığının göstergesidir.

Katılım bankalarının aktif büyüklüğünün bankacılık sektöründeki payını incelediğimizde, 2005 yılında yüzde 2,44 olan aktif payı katılım bankalarının aktiflerindeki büyümeye bağlı olarak sürekli artma eğilimi göstermiş ve 2013 yılı sonunda yüzde 5,55 seviyesine ulaşmıştır.

3.2. Katılım Bankalarının Toplanan Fon Miktarı Açısından Bankacılık Sektöründeki Yeri

Katılım bankalarının toplanan fon miktarı açısından bankacılık sektöründeki yeri Grafik 2' de gösterilmiştir. Katılım bankaları ve bankacılık sektörü toplanan fon miktarının verildiği Grafik 2' de görüldüğü üzere, 2005-2013 yılları arasında katılım bankalarının sürekli artış gösteren bir toplanan fon yapısına sahip olduğu görülmektedir. 2005 yılı itibariyle 8,3 milyar TL olan toplanan fonlar, dönemler itibariyle sürekli artış göstermiş ve incelenen dönemde yaklaşık 7 kat artmıştır. 2007 yılında ortaya çıkan global krize rağmen toplanan fonlar 2009 yılında bir önceki yıla göre yüzde 40'lık bir artışla 26,7 milyar TL'ye ulaşmıştır. 2013 yılına gelindiğinde ise toplanan fonlar yüzde 27,95'lik bir artışla 61,3 milyar TL'ye ulaşmıştır. Toplanan fonlar açısından bankacılık sektöründeki büyüme oranları ile katılım bankalarının büyüme oranları incelendiğinde, genel anlamda katılım bankalarının büyüme oranı, bankacılık sektörü büyüme oranından daha fazla olmuştur.

Grafik 2: Yıllar İtibariyle Bankacılık Sektörü ve Katılım Bankaları Toplanan Fon Miktarı (Milyon TL)



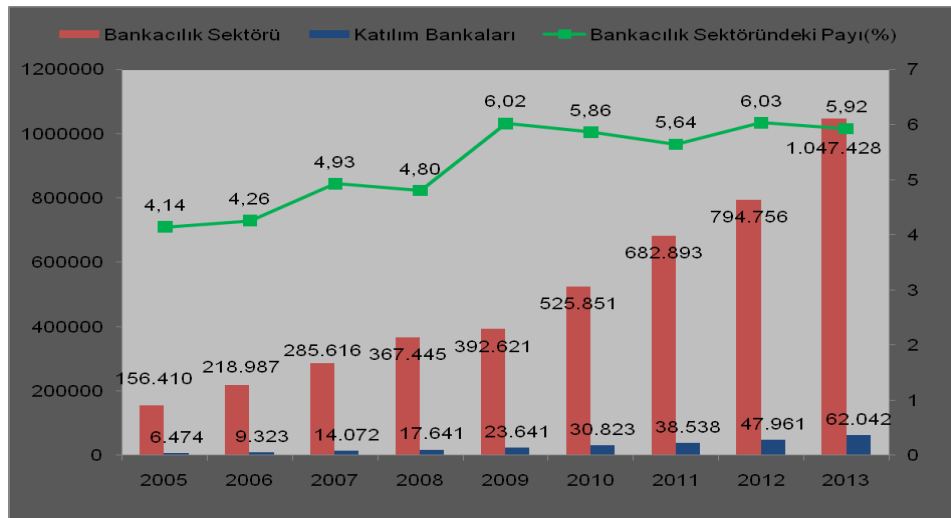
Kaynak: BDDK

Katılım bankalarının bankacılık sektöründeki payı değerlendirildiğinde, incelenen dönemde katılım bankalarının toplanan fonlarının bankacılık sektöründeki payının sürekli olarak arttığı gözlenmiştir. 2005 yılında yüzde 3,33 olan toplanan fon miktarı açısından katılım bankalarının bankacılık sektöründeki payı, 2013 yılında yüzde 6,48'e ulaşmıştır.

3.3. Katılım Bankalarının Kullandırılan Fon Miktarı Açısından Bankacılık Sektöründeki Yeri

Katılım bankalarının kullandırılan fon miktarı açısından bankacılık sektöründeki yeri Grafik 3' de gösterilmiştir.

Grafik 3: Yıllar İtibariyle Bankacılık Sektörü ve Katılım Bankaları Kullandırılan Fon Miktarı (Milyon TL)



Kaynak: BDDK

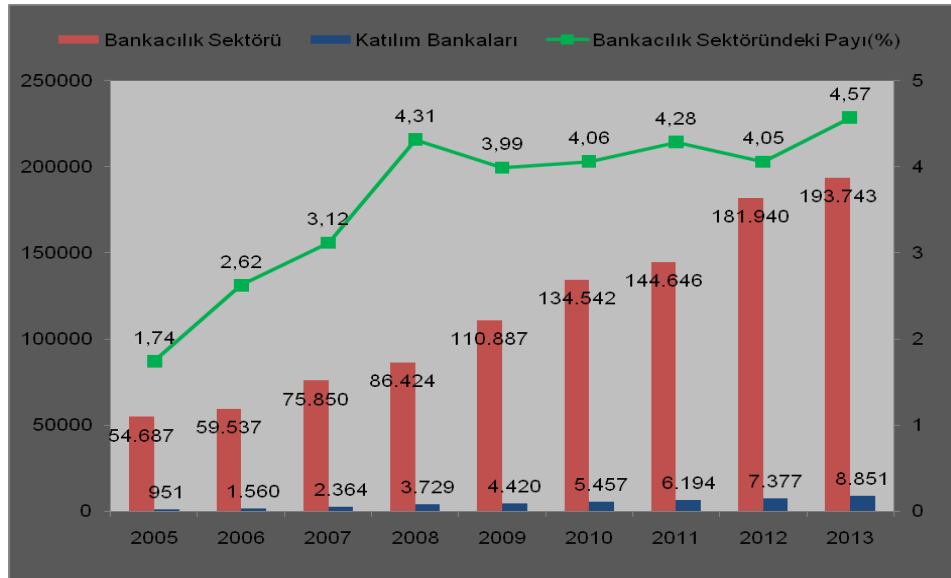
Katılım bankaları ve bankacılık sektörü kullandırılan fon miktarının verildiği Grafik 3' de görüldüğü üzere, katılım bankalarının kullandırdıkları fonların 2005 yılında 6,4 milyar TL iken,

2013 yılında 62 milyar TL'ye ulaştığı görülmektedir. Kullandırılan fonlar açısından katılım bankalarının bankacılık sektöründeki payı 2005 yılında yüzde 4,14 iken, zaman içinde dalgalanmalar göstermiş ve 2013 yılında yüzde 5,92'ye ulaşmıştır. Toplanan fonların kullandırılma oranına bakıldığında 2005-2011 yıllarında katılım bankalarında toplanan fonların kullandırılan fonlardan fazla olduğu gözlenirken, 2012 ve 2013 yıllarında katılım bankaları kullandırılan fon miktarının toplanan fon miktarından fazla olduğu göze çarpmaktadır.

3.4. Katılım Bankalarının Özkaynak Miktarı Açısından Bankacılık Sektöründeki Yeri

Katılım bankalarının öz kaynak miktarı açısından bankacılık sektöründeki yeri Grafik 4'de gösterilmiştir.

Grafik 4: Yıllar İtibariyle Bankacılık Sektörü ve Katılım Bankaları Öz Kaynak Miktarı (Milyon TL)



Kaynak: BDDK

Katılım bankaları ve bankacılık sektöründeki öz kaynak miktarı gelişiminin verildiği Grafik 4'e bakıldığında, 2005 yılında 951 milyon TL olan katılım bankaları öz kaynak miktarı, 2006 yılında yüzde64'lük önemli bir artışla 1,5 milyar TL'ye ulaşmıştır. 2009 yılına kadar yüzde 50 büyümeye oranının altına düşmeyen öz kaynaklar sonraki yıllarda daha az oranlarla artmaya devam etmiş ve 2013 yılında 8,8 milyar TL'ye ulaşmıştır. Grafik 4'e göre, özkaynaklar açısından katılım bankalarının bankacılık sektöründeki payı, 2005 yılında yüzde 1,74 iken 2009 ve 2012 yılları hariç incelenen dönemde sürekli olarak artış göstermiş ve 2013 yılı sonunda yüzde 4,57 seviyelerine ulaşmıştır.

4. Batı Akdeniz Bölgesindeki Bireylerin Katılım Bankası Algısı Üzerine Bir Uygulama

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, bireylerin katılım bankaları ile ilgili algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Katılımcıların katılım bankalarıyla çalışma durumu öğrenilmiş, katılım bankalarıyla çalışmayan ve gelecekte de bu kurumlarla çalışmak istemeyen katılımcıların bu kurumları tercih etmeme sebepleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların katılım bankalarının şu an ki

durumunu geçmişe göre nasıl değerlendirildikleri öğrenilmeye çalışılmış ve katılım bankası hizmetlerinin yeterli bulunma durumu ile katılım bankalarının tercih edilme sebepleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

4.2. Araştırmanın Yöntem ve Kapsamı

Araştırmada veri toplama aracı olarak, hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Katılım bankalarının daha önce farklı isimlerle anılmış olmaları sebebiyle ve gerçekleştirilen anket çalışmasının anlaşılır olması amacıyla, anket formunda “Katılım Bankası” ibaresi yerine “Faizsiz Banka” ismine yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm katılım bankalarının değerlendirilmesine yönelik soruları, ikinci bölüm ise demografik soruları içermektedir.

Bireylerin katılım bankaları algılarını ölçmek amacıyla gerçekleştirilen araştırmanın evrenini Antalya, Burdur ve Isparta illerindeki 15 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. Araştırma evreni TÜİK 2012 yılı nüfus verilerinden hareketle 2.117.439 kişiden oluşmaktadır. 2.117.439 kişilik bir evrende hata toleransı yüzde5, güvenilirlik düzeyi yüzde 95 alındığında örneklem büyüklüğü 385 kişi olarak belirlenmiştir. Buna göre Antalya ilinden 308, Burdur ilinden 56 ve Isparta ilinden 106 anket olmak üzere, toplamda 470 adet anket uygulanmıştır. Araştırmanın örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Anket formları aracılığıyla elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak, bilgisayar ortamına aktarılmış ve bu program yardımıyla analiz edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

Bu bölümde, katılım bankası algısının ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. Katılım bankası müşterisi olma durumuna göre bireylerin katılım bankası algısının değişiklik gösterip göstermediği analiz edilmeye çalışılmıştır. Katılım bankası müşterisi olan katılımcıların, katılım bankası hizmetlerine verdikleri puanlar değerlendirilmiş ve bu kurumları tercih sebepleri sıralanmıştır. Katılım bankalarının diğer bankalardan farklı bulunma durumu, katılım bankalarının çalışma prensipleri hakkında bilgi sahibi olma durumu, katılım bankalarındaki mevduata devlet garantisi olduğundan haberdar olma durumu, katılım bankalarının diğer bankalarla rekabet edebilmesi gibi konular hakkında katılımcı görüşlerine yer verilmiştir. Ayrıca katılım bankalarının bankacılık sistemine getirdiği yenilikler katılım bankalarının müşterisi olanlar ve olmayanlar açısından değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

4.3.1. Demografik Bulgulara İlişkin Sonuçlar

Katılımcıların demografik değişkenlerine ilişkin bilgileri aşağıda Tablo 4’de gösterilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 41,3’ü 30 yaş ve daha küçük, yüzde 26,4’ü 31-40 yaş arası, yüzde 17,4’ü 41-50 yaş arası, yüzde 14,3’ü 51 yaş ve daha büyüktür. Katılımcıların yüzde 62,8’i erkek, yüzde 37,2’si kadındır. Katılımcıların yüzde 34,5’i bekâr, yüzde 58,5’i evli, yüzde 4,5’i duldur. Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 14,7’si ilköğretim, yüzde 36,4’ü lise, yüzde 22,8’i ön lisans, yüzde 19,4’ü lisans, yüzde 6’sı lisansüstü düzeyde eğitim görmüştür. Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 14,3’ü kamu çalışanı, yüzde 36’sı özel sektör çalışanı, yüzde 12,6’sı serbest meslek, yüzde 14,9’u esnaf, yüzde 8,3’ü emekli, yüzde 13,8’i diğer meslek gruplarındandır. Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 44,7’si 1500 TL ve daha az gelirli, yüzde 35,1’i 1501-3000 TL gelirli, yüzde 11,1’i 3000 TL’den fazla gelire sahiptir. Araştırmaya katılan bireylerin yüzde 65,5’i Antalya ilinden, yüzde 11,9’u Burdur ilinden, yüzde 22,6’sı da Isparta ilinden çalışmaya katılmıştır.

Tablo 4: Katılımcıların Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı

Değişkenler		Frekans	yüzde
Yaş	30 yaş ve daha küçük	194	41,3
	31-40 yaş	124	26,4
	41-50 yaş	82	17,4
	51 yaş ve daha büyük	67	14,3
	Kayıp veri	3	0,6
	Toplam	470	100
Cinsiyet	Erkek	295	62,8
	Kadın	175	37,2
	Toplam	470	100
Medeni Durum	Bekâr	162	34,5
	Evli	275	58,5
	Dul	21	4,5
	Kayıp veri	12	2,5
	Toplam	470	100
Eğitim Durumu	İlköğretim	69	14,7
	Lise	171	36,4
	Ön lisans	107	22,8
	Lisans	91	19,4
	Lisansüstü	28	6,0
	Kayıp veri	4	0,7
	Toplam	470	100
Meslek	Kamu çalışanı	67	14,3
	Özel sektör çalışanı	169	36,0
	Serbest meslek	59	12,6
	Esnaf	70	14,9
	Emekli	39	8,2
	Diğer (ev hanımı, öğrenci)	65	13,8
	Kayıp veri	1	0,2
	Toplam	470	100
Gelir Durumu	1500 TL ve daha az	210	44,7
	1501 TL -3000 TL arası	165	35,1
	3000 TL'den fazla	52	11,1
	Kayıp veri	439	9,1
	Toplam	470	100
Şehir	Antalya	308	65,5
	Burdur	56	11,9
	Isparta	106	22,6
	Toplam	470	100

4.3.2. Katılım Bankalarıyla Çalışma Durumuna İlişkin Frekans Dağılımları

Katılımcılara “Katılım bankalarıyla çalışıyor musunuz?” ve çalışmıyor iseniz “Katılım bankalarıyla çalışmayı düşünür müsünüz?” şeklinde sorular yöneltilmiş ve cevaplar aşağıda Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5: Bugün ve Gelecekte Katılım Bankalarıyla Çalışma Durumuna İlişkin Frekans Dağılımları

Değişkenler		Frekans	yüzde
Çalışma Durumu	Katılım Bankası Müşterisi Olanlar	140	29,8
	Katılım Bankası Müşterisi Olmayanlar	330	70,2
	Toplam	470	100
Gelecekte Çalışma Durumu	Evet	134	40,6
	Hayır	196	59,4
	Toplam	330	100

Tablo 5’deki bilgilere göre araştırmaya katılan bireylerin yüzde 29,8’inin katılım bankalarının müşterisi olduğu, yüzde 70,2’sinin katılım bankası müşterisi olmadığı görülmektedir. Katılım bankalarının müşterisi olmayan bireylerin yüzde 40,6’sı katılım bankalarıyla gelecekte çalışmayı düşündüklerini, yüzde 59,4’ü ise gelecekte çalışmayı düşünmediklerini belirtmiştir.

4.3.3. Katılım Bankalarıyla Çalışanların Algı Düzeyine İlişkin Sonuçlar

Bu bölümde, katılım bankası müşterilerinin, katılım bankası algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara verdikleri cevaplara ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

1) Bankaların Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

Bu bölümde, katılım bankası müşterilerinin, katılım bankası algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara verdikleri cevaplara ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

1) Bankaların Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

Katılım bankası müşterisi olan katılımcıların “Aklınıza gelen ilk banka ismi hangisidir?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin frekans dağılımları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Bankaların Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

	Frekans	%
Katılım Bankaları	13	9
Diğer Bankalar	127	91
Toplam	140	100

Tablo 6’ya göre, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların yüzde 91’inin banka denilince ilk olarak ticari banka ismini verdikleri, yüzde 9’unun ise, akla ilk gelen banka ismi olarak katılım bankalarından birinin ismini verdikleri gözlenmiştir.

2) Katılım Bankalarının Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

Katılım bankası müşterisi olan katılımcıların “Aklınıza gelen ilk katılım bankası hangisidir?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin frekans dağılımları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Katılım Bankalarının Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

	Frekans	%
Katılım Bankası 2	55	39
Katılım Bankası 3	33	24
Katılım Bankası 4	28	20
Katılım Bankası 1	20	14
Kayıp Veri	4	3
Toplam	140	100

Tablo 7’deki bilgiler değerlendirildiğinde, katılımcıların en çok tekrarladıkları katılım bankası isminin, araştırma yapılan bölgedeki en fazla şube sayısına sahip olan katılım bankası olduğu sonucuna varılmıştır.

3) Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebeplerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılım bankası müşterilerinin bu kurumları tercih etme sebeplerinin öğrenilmesi amacıyla “Katılım bankalarını tercih etme sebebiniz nedir?” sorusu katılım bankası müşterilerine yöneltilmiştir. Bu soruya ilişkin verilen cevaplar 5’li likert ölçeği ile değerlendirilerek (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Orta düzeyde katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum), standart sapma ve ortalamaları alınmış ve Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8: Katılım Bankalarını Tercih Etme Sebeplerinin Değerlendirilmesi

	N	Ortalama	Standart Sapma
Bankanın güvenilir olması	140	3,72	1,00
Çalışanların saygılı ve nazik olması	139	3,62	1,11
İşlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması	140	3,54	1,06
Hizmetlerin kaliteli ve ucuz olması	140	3,54	0,96
Dini hükümlere uygun olması	140	3,53	1,13
Bankada bekleme süresinin kısa olması	140	3,45	1,17
Müşterilere özel ilgi gösterilmesi	140	3,44	1,11
Yenilikçi olması	139	3,38	1,03
İşyerime yakın şubesinin bulunması	138	3,37	1,15
Esnek çalışma sistemi	140	3,28	1,08
Daha ucuz maliyetli finansal destek sağlanması	139	3,26	1,13
Kurumda çalışan tanıdığının olması	139	3,18	1,21
Daha kolay finansal destek sağlanması	139	3,1	1,11
Çalıştığım kurumun hesap açtırması	139	3,09	1,12
Reklamlarla daha çok gündemde olması	139	3,07	1,20
Kâr payının faiz oranlarına yakın olması	139	3,06	1,18
Akraba ya da arkadaş tavsiyesi	139	3,04	1,12

Tablo 8'e göre, katılım bankası müşterilerinin, katılım bankalarını en önemli tercih etme nedenlerinin sırasıyla "bankanın güvenilir olması" ($3,72 \pm 1,00$), "çalışanların saygılı ve nazik olması" ($3,62 \pm 1,11$), "işlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması" ($3,54 \pm 1,06$), "hizmetlerin kaliteli ve ucuz olması" ($3,54 \pm 0,96$), "dini hükümlere uygun olması" ($3,53 \pm 1,13$) olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Özsoy, Görmez ve Mekik (2013) Bolu ilinde gerçekleştirdikleri araştırmada, katılımcıların katılım bankası tercihlerini etkileyen en önemli ilk üç sebebin "hizmet kalitesi", "şube personeli ile yakın ilişkiler" ve "dini hassasiyetler" olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

4) Katılım Bankalarının Hizmet Yeterliliğine İlişkin Değerlendirmeler

Katılım bankası müşterilerinin katılım bankası hizmetlerini yeterli bulma derecelerinin öğrenilmesi amacıyla "Katılım bankalarının hizmetlerini yeterli buluyor musunuz?" sorusu katılım bankası müşterilerine yöneltilmiştir. Bu soruya ilişkin verilen cevaplar 5'li likert ölçeği ile değerlendirilerek (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Orta düzeyde katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum), standart sapma ve ortalamaları alınmış ve Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Katılım Bankalarının Hizmetlerini Yeterli Bulma Durumunun Değerlendirilmesi

	N	Ortalama	Standart Sapma
İnternet bankacılığı	130	3,71	1
Otomatik ödeme hizmeti	136	3,51	0,9
Ürün çeşitliliği	118	3,4	0,97
Altın hesabı hizmeti	134	3,34	1,09
Kredi kartı hizmeti	136	3,32	1,05
Leasing hizmeti(kiralama)	117	3,32	1,03
Peşin alıp vadeli satış (maliyet+kâr)	129	3,29	0,99
Fiziki altın teslim hizmeti	119	3,28	1,16
Kredi kartına taksit uygulama hizmeti	133	3,25	1,03
Katılım mevduat hesabı hizmeti	133	3,23	1,01
Konut finansmanı hizmeti	132	3,23	1,04
Finansmanda nakit teslimi olmaması	135	3,21	1,11
Günlük haftalık kâr payı olmaması	135	3,09	0,97
Kredi kartı aidat uygulaması	137	2,91	1,2
İşlem ücreti uygulaması	139	2,76	1,18

Katılım bankalarının müşterisi olan katılımcıların, katılım bankalarının verdiği hizmetleri yeterli bulma durumlarının verildiği Tablo 9 incelendiğinde, yeterli bulunma düzeyi en yüksek olan hizmetlerin sırasıyla "internet bankacılığı" ($3,71 \pm 1,00$), "otomatik ödeme hizmeti" ($3,51 \pm 0,90$) ve "ürün çeşitliliği" ($3,40 \pm 0,97$) olduğu bulgusu elde edilmiştir. Yeterliliği en az bulunan hizmetler ise "işlem ücreti uygulaması" ($2,76 \pm 1,18$), "kredi kartı aidat uygulaması" ($2,91 \pm 1,20$) ve "günlük/haftalık kâr payı olmaması" ($3,09 \pm 0,97$) olduğu bulgusu elde edilmiştir.

5) Genel Algı Düzeyine İlişkin Bulgular

Katılım bankası müşterisi olan katılımcıların, katılım bankaları hakkında ne derece bilgi sahibi olduklarının öğrenilmesi amacıyla katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Katılım Bankası Algı Düzeyine İlişkin Değerlendirmeler

	Evet		Hayır	
	Frekans	%	Frekans	%
Faizsiz bankalar ile diğer bankalar arasında fark görüyor musunuz?	106	76	34	24
Faizsiz bankaların çalışma prensipleri konusunda bilgi sahibi misiniz?	116	83	24	17
Faizsiz bankalara yatırılan paranın devlet garantisinde olduğunu biliyor musunuz?	109	78	31	22
Faizsiz bankalar, faizli bankalarla rekabet edebilir mi?	103	74	37	26
Son dönemlerde faizsiz bankaların tercih edildiğini düşünüyor musunuz?	106	76	32	23

Tablo 10'daki veriler değerlendirildiğinde, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların çoğunluğunun katılım bankalarıyla ilgili bilgi sahibi oldukları, katılım bankacılığını diğer bankalardan farklı buldukları ve katılım bankalarının diğer bankalarla rekabet edebileceği yönünde görüş bildirdikleri gözlenmektedir.

6) Katılım Bankalarının Gelişiminin Değerlendirilmesi

Katılım bankası müşterilerinin “Katılım bankalarının şu an ki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin frekans dağılımları Tablo 11’de gösterilmektedir.

Tablo 11: Katılım Bankalarının Değerlendirilmesine İlişkin Frekans Dağılımları

Değişkenler	Frekans	%
Faizsiz bankalar büyüdü	43	31
Faizsiz bankalar daha fazla tanındı	41	29
Faizsiz bankalara olan güven sorunu aşıldı	35	25
Müşteri odaklı hizmetler arttı	16	11
Kayıp veri	5	4
Toplam	140	100

Tablo 11’e göre, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların yüzde 1’i faizsiz bankaların büyüdüğünü düşündüğü, yüzde 29’unun faizsiz bankaların daha fazla tanındığını düşündüğü, yüzde 25’inin faizsiz bankalara olan güven sorunun aşıldığı yönünde görüş belirttiği, yüzde 11’inin de katılım bankalarındaki müşteri odaklı hizmetlerin arttığı yönünde görüş bildirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.3.4. Katılım Bankalarıyla Çalışmayanların Algı Düzeyine İlişkin Sonuçlar

Bu bölümde, katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların, katılım bankası algısını ölçmeye yönelik sorulan sorulara verdikleri cevaplara ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

1) Bankaların Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların “Aklınıza gelen ilk banka ismi hangisidir?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin frekans dağılımları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12: Bankaların Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

	Frekans	%
Katılım Bankaları	6	1,8
Diğer Bankalar	324	98,2
Toplam	330	100

Tablo 12’ye göre, katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların %98,2’sinin banka denilince ilk olarak ticari banka ismini verdikleri, %1,8’inin ise, akla ilk gelen banka ismi olarak katılım bankalarından birinin ismini verdikleri gözlenmiştir.

2) Katılım Bankalarının Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların “Aklınıza gelen ilk katılım bankası hangisidir?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin frekans dağılımları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13: Katılım Bankalarının Akla Gelme Sıklığına İlişkin Frekans Dağılımları

	Frekans	%
Katılım Bankası 2	129	39
Katılım Bankası 1	67	20
Katılım Bankası 3	61	19
Katılım Bankası 4	56	17
Kayıp Veri	17	5
Toplam	330	100

Tablo 13’deki bilgiler değerlendirildiğinde, katılımcıların en çok tekrarladıkları katılım bankası isminin, araştırma yapılan bölgedeki en fazla şube sayısına sahip olan katılım bankası olduğu sonucuna varılmıştır.

3) Katılım Bankalarını Tercih Etmeme Sebeplerine İlişkin Değerlendirmeler

Katılım bankası müşterisi olmayan ve gelecekte de katılım bankalarıyla çalışmak istemeyen katılımcılara, katılım bankalarıyla çalışmak istememe sebepleri sorulmuş ve verilen cevaplar Tablo 14’de gösterilmiştir.

Tablo 14: Katılım Bankalarının Müşterisi Olmayan Katılımcıların Çalışmayı İstememe Nedenlerine İlişkin Frekans Dağılımları

Değişkenler		Frekans	%
Gelecekte Çalışmayı İstememe Nedeni	Diğer bankalardan farklı bulmadığı için	68	34,7
	Güvenilir bulmadığı için	62	31,7
	Hizmetlerini yeterli bulmadığı için	30	15,3
	Faiz geliri olmadığı için	23	11,7
	Kayıp veri	13	6,6
	Toplam	196	100

Katılım bankalarının müşterisi olmayan ve gelecekte de katılım bankalarıyla çalışmak istemeyen katılımcıların 183'ü katılım bankalarıyla çalışmak istememe nedenini belirtmiştir. Buna göre katılım bankalarıyla çalışmak istemeyenlerin yüzde 34,7'si katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıkları için, yüzde 31,7'si güvenilir bulmadığı için, yüzde 15,3'ü hizmetlerini yeterli bulmadığı için ve yüzde 11,7'si faiz geliri olmadığı için katılım bankalarıyla gelecekte çalışmayı düşünmediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğunluğunun çalışmayı istememe nedeni olarak katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmama cevabını vermiş olmaları ise katılım bankalarının değerlendirilmesi açısından dikkat çekicidir.

3) Genel Algı Düzeyine İlişkin Bulgular

Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların, katılım bankaları hakkında ne derece bilgi sahibi olduklarının öğrenilmesi amacıyla katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar Tablo 15'de gösterilmiştir.

Tablo 15: Katılım Bankası Algı Düzeyine İlişkin Değerlendirmeler

	Evet		Hayır	
	Frekans	%	Frekans	%
Faizsiz Bankalar ile diğer bankalar arasında fark görüyor musunuz?	157	48	172	52
Faizsiz Bankaların çalışma prensipleri konusunda bilgi sahibi misiniz?	99	30	231	70
Faizsiz Bankalara yatırılan paranın devlet garantisinde olduğunu biliyor musunuz?	97	29	233	70
Faizsiz bankalar, faizli bankalarla rekabet edebilir mi?	139	42	191	58
Son dönemlerde faizsiz bankaların tercih edildiğini düşünüyor musunuz?	120	36	210	64

Tablo 15'deki bilgilere göre, katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların yüzde 52'sinin katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıklarını belirttikleri görülmektedir. Katılımcıların yüzde 70'inin, katılım bankalarının çalışma prensipleri hakkında bilgi sahibi olmadıklarını ve katılım bankalarına yatırılan paraya devlet garantisi olduğundan haberdar olmadıkları sonucuna varılmıştır. Katılım bankalarının tanıtım faaliyetlerini artırması ile katılım bankaları hakkında bilgi sahibi olunma durumunun artırılabilceği düşünülmektedir.

Ayrıca katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların yüzde 58'i katılım bankalarının diğer bankalarla rekabet edemeyeceğini belirttikleri görülmüşken, katılım bankalarıyla çalışmayan katılımcıların yüzde 64'ü de katılım bankalarının son dönemlerde tercih edilmediği yönünde görüş bildirdikleri görülmüştür.

4) Katılım Bankalarının Gelişiminin Değerlendirilmesi

Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların “Katılım bankalarının şu an ki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplara ilişkin frekans dağılımları Tablo 16’da gösterilmektedir.

Tablo 16: Katılım Bankalarının Değerlendirilmesine İlişkin Frekans Dağılımları

Değişkenler	Frekans	%
Faizsiz bankalar daha fazla tanındı	93	28
Faizsiz bankalara olan güven sorunu aşıldı	91	28
Müşteri odaklı hizmetler arttı	62	19
Faizsiz bankalar büyüdü	61	18
Kayıp veri	23	7
Toplam	330	100

Tablo 16’deki bilgilere göre, katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların yüzde 28’i faizsiz bankaların daha fazla tanındığını düşündüğünü ve faizsiz bankalara olan güven sorunun aşıldığını belirttikleri görülmektedir. Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların yüzde 19’u müşteri odaklı hizmetlerin arttığı yönünde görüş bildirmişken, yüzde 18’i katılım bankalarının büyüdüğü yönünde görüş bildirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.3.5. Katılım Bankacılığının Bankacılık Sistemine Getirdiği Yeniliklere İlişkin Değerlendirmeler

Katılım bankacılığının, bankacılık sistemine getirdiği değişikliklere ilişkin görüşlerin, katılım bankası müşterisi olma durumuna göre değişiklik gösterip, göstermediğini incelemek amacıyla “Katılım bankacılığı neleri değiştirdi?” sorusu ile “Katılım bankaları ile çalışıyor musunuz?” sorularına verilen cevaplar analize tabi tutulmuştur. Bu amaçla uygulanan Mann Whitney U Testi sonuçları Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17’deki bilgilere göre, katılım bankası müşterisi olanlar ve olmayanlar arasında “faizi sevmeyenler bankacılık sistemi ile tanıştı”, “yastık altı paralar ekonomiye girdi”, “faizi sevmeyenlerin banka sistemine para yatırması sağlandı”, “bankacılıkta kalite arttı”, “faizi sevmeyenler finansal destek imkanı elde etti”, “piyasada hareketlilik arttı ve istihdama katkı sağlandı” gibi değerlendirmeler açısından anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Tablo 17’de katılım bankası müşterisi olan katılımcıların sıra ortalaması değerlerinin katılım bankası müşterisi olmayanlara göre, daha yüksek olduğu görülmüş ve katılım bankası müşterisi olan katılımcıların katılım bankalarının bankacılık sektörüne getirdiği değişikliklere ilişkin görüşlere daha yüksek ortalamalar verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Yani katılım bankası müşterisi olanlar ve olmayanlar arasında katılım bankalarının bankacılık sistemine getirdiği değişikliklerin değerlendirilmesi açısından anlamlı fark vardır.

Tablo 17: Katılım Bankacılığının, Bankacılık Sistemine Getirdiği Değişikliklere İlişkin Görüşlerin Değerlendirilmesi

	Katılım bankalarının müşterisi olanlar		Katılım bankalarının müşterisi olmayanlar		Test Değerleri	
	N	Sıra Ortalaması	N	Sıra Ortalaması	Z	P
Faizi sevmeyenler bankacılık sistemi ile tanıştı.	139	278,7	330	216,59	-4,733	0,000
Yastık altı paralar ekonomiye girdi.	139	270,36	329	219,35	-3,905	0,000
Faizi sevmeyenlerin banka sistemine para yatırması sağlandı.	139	265,63	330	222,10	-3,295	0,001
Bankacılıkta kalite arttı.	139	272,44	330	219,23	-4,035	0,000
Faizi sevmeyenler finansal destek imkanı elde etti.	139	277,24	330	217,21	-4,566	0,000
Piyasada hareketlilik arttı ve istihdama katkı sağlandı.	139	267,06	329	220,74	-3,546	0,000
Herhangi bir değişim olmadı.	138	202,97	330	247,68	-3,359	0,001

5. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma ile bireylerin katılım bankaları ile ilgili algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Buna bağlı olarak, katılım bankası müşterisi olma durumuna göre bireylerin katılım bankası algısının değişiklik gösterip göstermediği analiz edilmiş, katılım bankalarının bankacılık sistemine getirdiği yenilikler katılım bankalarının müşterisi olanlar ve olmayanlar açısından değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

Araştırma sonucunda, katılımcıların yüzde 70,2'sinin katılım bankalarıyla çalışmadıkları görülmüş ve çalışmayanların da yüzde 59,4'ünün gelecekte de katılım bankalarıyla çalışmak istemedikleri görülmüştür. Katılım bankalarıyla çalışmak istemeyen katılımcılara çalışmak istememe nedenleri sorulduğunda, katılımcıların yüzde 34,7'sinin katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıkları için, yüzde 31,7'sinin katılım bankalarını güvenilir bulmadıkları için, yüzde 15,3'ünün hizmetlerini yeterli bulmadıkları için, yüzde 11,7'sinin ise faiz geliri olmadığı için bu kurumlarla çalışmayı istemedikleri yönünde görüş bildirdikleri görülmüştür. Katılımcıların yüzde 34,7'sinin katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıklarını belirtmeleri katılım bankalarının değerlendirilmesi açısından dikkat çekicidir. Ayrıca 2001 yılındaki İhlas Finans A.Ş.'nin iflası katılım bankalarına güven problemini gündeme getirmiş, bu kurumlardaki mevduata devlet garantisi getirilmesi de bu güven sorununun aşılmasını sağlamada yetersiz kalmıştır.

Araştırmada, bireylerin aklına gelen ilk üç katılım bankası öğrenilmeye çalışılmış ve hem katılım bankası müşterisi olanlarda, hem de katılım bankası müşterisi olmayanlarda en çok akla gelen katılım bankasının en fazla şubeye sahip olan katılım bankası olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılım bankalarının şu anki durumunun değerlendirilmesine ilişkin cevaplar incelendiğinde, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların çoğunluğunun katılım bankalarının büyüdüğü yönünde görüş bildirdiği görülürken, katılım bankası müşterisi

olmayan katılımcıların çoğunluğunun katılım bankalarının son dönemde daha fazla tanındığına ilişkin cevaplar verdikleri gözlenmiştir.

Kaytancı vd. (2013) tarafından yapılan araştırmada, katılım bankası müşterilerinin katılım bankalarıyla ilgili yüksek bir farkındalık düzeyine sahip olduğu belirtilmiştir. Yapmış olduğumuz çalışmada katılım bankası müşterilerinin farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılım bankası müşterisi olan katılımcıların çoğunluğu katılım bankalarını diğer bankalardan farklı görürken, katılım bankasının müşterisi olmayan katılımcıların çoğunluğu katılım bankalarıyla diğer bankalar arasında fark görmemektedir. Katılım bankası müşterilerinin çoğunluğu bu kurumların çalışma prensipleri hakkında bilgi sahibi olduklarını ve bu kurumlara yatırılan paraya devlet garantisi olduğundan haberdar olduklarını belirtirken, katılım bankası müşterisi olmayanların çoğunluğu katılım bankaları hakkında bilgi sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Katılım bankalarıyla çalışmayan katılımcıların yüzde 70'inin katılım bankalarındaki mevduata devlet garantisi olduğundan haberdar olmadığı görülmüştür. Bu durum katılımcıların bu kurumları güvenilir bulmadıkları için onlarla çalışmayı istememe sebebini açıklamaktadır. Katılım bankası genel algı düzeyini değerlendirmeye yönelik yapılan analizler sonucunda, katılım bankalarıyla çalışan katılımcıların, çalışmayan katılımcılara göre katılım bankalarıyla ilgili daha olumlu değerlendirmeler yaptıkları gözlenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların katılım bankaları hizmetlerinden "internet bankacılığı hizmeti", "otomatik ödeme hizmeti" ve "ürün çeşitliliğini" yeterli buldukları görülmüştür. "İşlem ücreti uygulaması", "kredi kartı aidat uygulaması" ve "günlük/haftalık kâr payı olmamasını" ise yetersiz buldukları görülmüştür. Eskici (2007) tarafından yapılan araştırmada, katılım bankalarını tercih etmede "faizsiz bankacılık hassasiyetinin" ön planda olduğu, Özsoy vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada ise "hizmet kalitesi" ve "şube personeli ile yakın ilişkilerin" önemli olduğu sonucuna ulaşılmışken, çalışmamızda "dini hassasiyetlerin" katılım bankalarını tercih etmede birincil sebep olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, katılım bankası müşterisi olan katılımcıların katılım bankalarını tercih etme sebepleri sıralandığında en önemli sebeplerin, "bankanın güvenilir olması", "çalışanların saygılı ve nazik olması", "işlemlerin hatasız ve kısa sürede yapılması", "hizmetlerin kaliteli ve ucuz olması" ve "dini hükümlere uygun olması" tercih sebebi olduğu görülmektedir. Katılım bankalarıyla çalışmayan katılımcıların çoğunluğunun katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıkları için bu kurumlarla çalışmak istemediklerini belirtmiş olmaları sebebiyle, katılım bankalarının bu alana önem vermeleri gerekmektedir. Katılım bankalarının yetersiz bulunan "günlük/haftalık kâr payı olmaması", "kredi kartı aidat uygulaması" ve "işlem ücreti uygulaması" gibi hizmetlerde iyileştirmeler yapması gerekmektedir.

Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların önemli bir kısmı, katılım bankalarını güvenilir bulmadıkları için bu kurumları tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Söz konusu güven sorunun aşılması için gereken önlemlerin, katılım bankalarınca alınması önemlidir, buradaki güven sorunlarından birisi de katılım bankalarındaki mevduatlara devlet garantisi olduğu hususunun yeterince bilinmemesinden kaynaklanmaktadır. Katılım bankası müşterisi olmayan katılımcıların çoğunluğunun, katılım bankalarının çalışma prensipleri hakkında bilgi sahibi olmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bu sebeple katılım bankacılığında, hizmet çeşitliliği vb. hususlarda tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin artırılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Addawe, S. (2012). What are the Impacts of the Global Financial Crisis on Islamic Banking System and How Islamic Bank Spared from the Crisis?, Accounting Master's Thesis, Aalto Universty.
- Akgüç, Ö. (1992). *100 Soruda Türkiye’de Bankacılık*, İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Akhan, A. (2010). Katılım Bankaları İle Mevduat Bankalarının Müşteri Odaklılıklarının Karşılaştırılması, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyonkarahisar.
- Aktaş, M. ve Avcı, T. (2013). Türkiye’de Katılım Bankacılığı ile Faize Dayalı Bankacılığın Etkinlik Açısından Karşılaştırılması, *Finans Politik& Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 50(576), 85.
- Arabacı, N. (2007). Katılım Bankalarının Türkiye’de Bankacılık Sektöründeki Yeri, İşleyişi ve Performans Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Aras O. N. ve Öztürk, M. (2011). Reel Ekonomiye Katkıları Bakımından Katılım Bankalarının Kullandığı Fonların Analizi, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(2), 167-179.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu “İnteraktif Bültenler” (20.10.2014) tarihinde <http://ebulten.bddk.org.tr/ABMVC/> adresinden erişildi.
- Baykara, H. V. (2012). Katılım Bankalarında Etkinlik ve Verimlilik Analizi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Tokat.
- Bilir, A. (2010). Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Adana.
- Coskun, A. (2008). Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yeri ve Önemi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Çetin, A. C. ve Bitirak, İ. A. (2010). Banka Karlılık Performansının Analitik Hiyerarşi Süreci İle Değerlendirilmesi: Ticari Bankalar İle Katılım Bankalarında Bir Uygulama, *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 75-92.
- Dağ, S. (2011). Türkiye’deki Katılım Ve Mevduat Bankalarının Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Karşılaştırılması, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya.
- Darçın, A. C. (2007). Özel Finans Kurumlarının Katılım Bankalarına Dönüşümünün Sebepleri ve Sonuçları, Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Doğan, M. (2013). Katılım ve Geleneksel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması: Türkiye Örneği, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 58, 175-188.
- Ece, N., (2011). Dünya’da ve Türk Bankacılık Sektöründe İslâm Bankalarının Gelişimi, *Akademik Bakış Dergisi*, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 25.
- Er, B. ve Uysal, M. (2012). Türkiye’deki Ticari Bankalar Ve Katılım Bankalarının Karşılaştırmalı Etkinlik Analizi: 2005-2010 Dönemi Değerlendirmesi, *Atatürk Üniversitesi iktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(3-4), 365-387.
- Eskici, M. M. (2007). Türkiye’de Katılım Bankacılığı Uygulaması ve Katılım Bankalarının Müşteri Özellikleri, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi), Isparta.
- Gülşen, M. (2010). Katılım Bankalarının Mali Tablo Analizi ve Performanslarının Değerlendirilmesi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Karaayhan, İ. (2008). Bankalarda Performans Değerlendirme ve Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları Üzerinde Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kaya, Ö. (2010). Katılım Bankacılığının Gelişimi Ve Türk Bankacılık Sistemi İçerisindeki Etkinliğinin Araştırılması, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

- Kaytancı, B. G., Ergeç E. H. ve Toprak, M. (2013). Katılım Bankası Müşterilerinde Bankacılık Ürün ve Hizmetlerine Yönelik Memnuniyet: Türkiye Örneği, 2013 Avrasya Ekonomileri Uluslararası Konferansı, *Sektörel Sorunlar*, 801-811.
- Khattak, N. A. ve Rehman, K. U. (2010). Customer Satisfaction and Awareness of Islamic Banking System in Pakistan, *African Journal of Business Management*, 4(5), 662-671.
- Lee, K. ve Ullah, S. (2011). Customers' Attitude Toward Islamic Banking in Pakistan, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 4(2), 131-145.
- Marimuthu, M., Jing, C. W., Gie, L. P., Mun, L. P. ve Ping T. Y. (2010). Islamic Banking: Selection Criteria and Implications, *Global Journal of Human Social Science*, 10(4), 52-62.
- Naser, K., Salem, A. ve Nuseibeh, R. (2013). Customers Awareness and Satisfaction of Islamic Banking Products and Services: Evidence from the Kuwait Finance House (Note 1), *International Journal of Marketing Studies*, 5(6), 185-199.
- Özgür, E. (2007). Katılım Bankalarının Finansal Etkinliği ve Mevduat Bankaları ile Rekabet Edebilirliği, Doktora Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Özkara, B. (2010). Katılım Bankalarının Fon Toplama ile Fon Kullandırım İşlemleri ve Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bursa.
- Özsoy, İ. (1987). *Türkiye'de Özel Finans Kurumları ve İslâm Bankacılığı*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Özsoy, İ., Görmez, B. ve Mekik, S. (2013). Türkiye'de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik, *Yönetim ve Ekonomi*, 20(1), 188-206.
- Özulucan, A. ve 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.
- Parlakkaya, R. ve Çürük, S. A. (2011). Finansal Rasyoların Katılım Bankaları ve Geleneksel Bankalar Arasında Bir Tasnif Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye Örneği, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 3(3), 397-405.
- Polat, A. (2011). Katılım Bankalarının Kârını Etkileyen Faktörlerin Karşılaştırmalı Analizi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (2005). *Dünyada ve Türkiye'de Faizsiz Bankacılık*, İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Uyan, U. (2005). Özel Finans Kurumları Katılım Bankası Olurken, Dünyada ve Türkiye'de Faizsiz Bankacılık, İstanbul: Türkiye Katılım Bankalar Birliği.
- Yılmaz, H. N. (2010). Türkiye'de Katılım Bankaları Alanında Yaşanan Gelişmeler Ve Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyeti: Türkiye Finans Katılım Bankası Örneği, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya.