

# KATILIM BANKACILIĞI TERCİHİNİN, MÜŞTERİLERİN BAZI DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ<sup>1</sup>



Kafkas Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi  
KAÜİİBFD  
Cilt. 9, Sayı 18, 2018  
ISSN: 1309 – 4289  
E – ISSN: 2149-9136

*Makale Gönderim Tarihi: 25.10.2017 Yayına Kabul Tarihi: 13.03.2018*

Murat TÖRENEK  
Kuveyt Türk Bankası Çalışanı  
mtorenek.mtr7224@gmail.com  
**ORCID ID:** 0000-0002-9330-1165

Selahattin YAVUZ  
Doç. Dr.  
Erzincan Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi  
selahyavuz@hotmail.com  
**ORCID ID:** 0000-0003-3153-2774

<sup>1</sup>Bu makale çalışması Murat TÖRENEK yazarlığında ve Doç.Dr. Selahattin YAVUZ danışmanlığında yapılmış olan “Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: Türkiye Örneği” konulu yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

**ÖZ** Katılım bankacılığı, mal ve hizmetlerin para ile sıkı sıkıya bağlı olduğu, para ile ilgili işlemlerin kesinlikle bir mal veya hizmete dayandırıldığı, elde edilen gelirin ise kâra ve zarara ortaklık şeklinde paylaşıldığı bir mali sistemdir. Bu çalışmada Türkiye’de katılım bankalarının gelişimi ile katılım bankacılığı tercihinin, müşterilerin bazı demografik özellikleri bakımından incelenmiştir. Bu amaç için 23 ilde 5 farklı katılım bankasının 516 müşterisine anket uygulanmıştır. Anket, müşterilerin bazı demografik özellikleri ile müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenlerine dayalı 23 maddeden oluşan 5’li likertli sorulardan oluşmuştur. Verilerin analizi için çeşitli betimsel istatistikler, t Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi ve Çoklu Karşılaştırma İstatistikleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının cinsiyete, yaşa, medeni duruma, aylık gelir düzeyine göre %5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, eğitim durumuna göre ise %5 önem seviyesinde farklılık göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Katılım Bankacılığı, Faizsiz Finans, Demografik Özellikler

**JEL Kodları:** G20, G21, G23

**Alanı:** İşletme

**Türü:** Araştırma

**DOI:**10.9775/kauibfd.2018.019

**Atıfta bulunmak için:** Törenek, M. & Yavuz, S. (2018). Katılım bankacılığı tercihinin, müşterilerin bazı demografik özellikleri açısından incelenmesi. *KAÜİİBFD*, 9(18), 453-472.

# STUDY OF THE PREFERENCE OF PARTICIPATION BANKING IN TERMS OF CUSTOMERS' SOME DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS



Kafkas University  
Economics and Administrative  
Sciences Faculty  
KAUJEASF  
Vol. 9, Issue 18, 2018  
ISSN: 1309 – 4289  
E – ISSN: 2149-9136

Article Submission Date: 25.10.2017

Accepted Date: 13.03.2018

Murat TÖRENEK  
Kuveyt Turk Bank  
Employee  
mtorenek.mtr7224@gmail  
.com  
**ORCID ID:** 0000-0002-  
9330-1165

Selahattin YAVUZ  
Associate Professor  
Erzincan University  
Faculty of Economics  
and Administrative  
Sciences  
selahyavuz@hotmail.com  
**ORCID ID:** 0000-0003-  
3153-2774

**ABSTRACT** Participation banking is a financial system in which goods and services are tightly linked with money, money-related transactions are strictly based on goods or services, and income is shared in profit and loss partnership. In this study, development of participation banking and preference for participation banking in Turkey were examined in terms of the clients' demographic characteristics. For this reason, a survey was conducted on 516 customers of 5 different participation banks in 23 different cities. The survey consisted of 23 questions with 5 likert-type items with, based on the demographic characteristics of the customers and the reasons why the customers preferred participation banks. In order to analyze the data, various descriptive statistics, t test, one way ANOVA and multiple comparison statistics were used. As a result of the study, perception of customers related to the reason for preference for participation banks does not show a significant difference with only 5% of significance level considering sex, age, marital status, monthly income level. Perceptions of customers' preference for participation banks differ according to the level of education, at a 5% significance level.

**Keywords:** Participation Banking, Interest-free finance, Demographic characteristics.

**JEL Codes:** G20, G21, G23

**Scope:** Business Administration

**Type:** Research

Cite this Paper: Törenek, M. & Yavuz, S. (2018). Study of the preference of participation banking in terms of customers' some demographic characteristics. *KAUJEASF*, 9(18), 453-472.

## 1.GİRİŞ

Katılım bankacılığı ile ilgili çalışmaların temeli 1960'lı yıllara dayanmaktadır. Dünya'da yaklaşık 60, Türkiye'de ise 40 yıllık bir geçmişe sahip olan katılım bankacılığının gelişmesi, pazar payının her geçen gün artıyor olması Müslüman toplumlar için önem arz etmektedir. Zira faiz hassasiyeti olan Müslüman toplumların tasarruflarının atıl kalmaması ve reel ekonomiye kazandırılması gerekmektedir.

1973 yılında petrol krizinin yaşanması ile birlikte körfez ülkelerinin sermayelerinde artış meydana gelmiştir. Körfez ülkelerinin artan sermayelerini faizsiz fonlarda değerlendirmesi dünya çapında faizsiz bankacılık sisteminin gelişmesinin önünü açmıştır.

1975 yılında İslam Kalkınma Bankası'nın kurucu üyesi olan Türkiye, 1984 yılında banka içindeki sermayesini arttırarak bankanın en büyük ortaklarından biri haline gelmiştir. Bu gelişmeler ile birlikte 1985 yılında "Özel Finans Kurumları" ismiyle faizsiz bankacılık faaliyetleri ülkemizde başlamıştır. 2001 krizine kadar ÖFK olarak yollarına devam eden faizsiz kuruluşlar, krizin ardından TMSF güvence fonu kapsamına alınmıştır. 2006 yılına gelindiğinde 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda yapılan değişiklik ile "Katılım Bankaları" unvanına kavuşmuşlardır.

Katılım bankaları gerek kuruluş gerek çalışma esasları bakımından her ne kadar dini hususlara bağlı olsa da, günümüzde katılım bankalarının pek çok müşterisi bu hususlardan bağımsız olarak katılım bankaları ile çalışmaktadırlar. Müşterilerin katılım bankalarını tercih nedenleri üzerine yerli ve yabancı birçok araştırma mevcuttur. Bu çalışmada katılım bankacılığı tercihinin, müşterilerin bazı demografik özellikleri bakımından incelenmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Katılım bankalarının Dünya'da ve Türkiye'de sektör için payları oldukça düşüktür. Ülkemizde ilk kuruldukları yıllara göre katılım bankaları iyi denebilecek konumdadır. Dünya'da ve Türkiye'de bu konuyla ilgili yapılmış araştırmalar mevcuttur.

Fas'ta 146 katılımcısı olan bir çalışmanın sonucuna göre, belirsizlik olgusunun katılımcıların katılım bankalarını tercihinde negatif bir etkisi vardır. Araştırmayı yapana göre bu bölgede geleneksel banka ile katılım bankalarının farkının anlaşılabilmesi için daha fazla bilgilendirmeye ihtiyaç vardır. Araştırmanın bulgularına göre katılım bankalarını tercih nedenlerinde birincil derecedeki faktörler şunlardır: Kârlılık/maliyet, banka çalışanlarının bilgi ve deneyimi, hizmette etkinlik ve hız, banka saygınlığı, mahremiyet, güven ve personel yakınlığıdır. İkincil derece önemli faktörler ise; sosyal ve dini değerler,

finansal ihtiyaç, yaşam stili, sunulan hizmetlerin müşteriler açısından uygunluğudur (Echchabi ve Aziz, 2012, s.6).

Malezya/KlangValley’de 450 katılımcı ile yapılan çalışmada katılımcıların %55’i Müslüman, %45’i gayrimüslimdir. Çalışmaya göre katılımcılar katılım bankalarının kavram, ürün ve farklılıkları konusunda %57,6’sı az, %13,3’ü tam bilgiye sahiptir. Banka tercihlerini etkileyen faktörlerin en önemlilerinden en az önemlilerine göre sıralaması ise şöyledir: Kârlılık/Maliyet, uygunluk, servis hızı ve etkinliği, aile ve arkadaş etkisi, dini motif, bankanın şube ağı, çalışanların ilgisi ve bankaya ait reklamlardır (Marimuthu et al,2010, s.55).

Pakistan/İslamabad’da 200 İslami banka müşterilerine yapılan anket sonucunda İslami bankaları tercih nedenleri üzerine elde edilen bulgular şöyledir: Katılımcıların %61,5’i dini sebepleri en önemli sebep olarak göstermişlerdir. %38,5’i de önem derecesi aynı olmamakla birlikte bu sebebi göstermişlerdir. Yine bu araştırmaya göre katılımcıların %48,5’i müşteri hizmetlerindeki kaliteden dolayı İslami bankaları tercih etmektedir. Müşteri memnuniyeti açısından katılımcıların %95’i banka personelinden, %97’si sunulan hizmetlerden, %93,5’i banka konumundan, %99’u çalışma saatlerinden memnundur (Mumu ve Guozho, 2012, s.1207).

Bangladeş’te 100 adet İslami banka müşterisi ile yapılan araştırmada müşterilerin bu bankaları tercih nedenleri en önemlide başlayarak şöyledir: Dini motif, banka konumu, aile ve arkadaş tavsiyesi, yüksek kârlılık oranları (Khan et al, 2007, s.177).

A.B.D.’de İslami bankaların müşteri profilini araştıran bir çalışmanın bulgularına göre; Müslümanlar en az gayrimüslimler kadar konvansiyonel bankalarda işlem yapmaktadır. Araştırmaya göre İslami finans ürünleri yeteri kadar tanınır değildir (Gait ve Worthington, 2009, s.12)

Pakistan Karachi’de 300 anket ile gerçekleştirilen çalışmada İslami bankaların tercih nedenleri önem sırasına göre şöyle sıralanmıştır. Yüksek kârlılık, işlem masraflarının düşük olması, dini perspektif, hizmet kalitesi, uygunluk, aile ve arkadaş tavsiyesi, hizmet çeşitliliği, bankanın sahip olduğu ün ve imaj, mahremiyet ve güvenilirlik, banka personelinin ilgi ve alakası ve son olarak ATM hizmetinin olmasıdır (Subhani et al, 2012, s.118).

Türkiye’de 341 katılımcı ile gerçekleştirilen araştırmada katılım bankalarının en öncelikli tercih nedeni faiz hassasiyetidir. Bunun yanında bankacılık hizmetleri, faizsiz bankacılık hizmetleri ve işlemleri hızı ile ilgilide önemli bir duyarlılık ortaya çıkmıştır (Okumuş, 2005, s.68).

Türkiye’de 161 kişinin katılımıyla yapılan başka bir araştırmaya göre;

katılımcıların %46'sı katılım bankalarıyla, %54'ü hem geleneksel hem de katılım bankalarıyla çalışmaktadır. Bu araştırmada katılımcıların %77'si katılım bankası tercihlerinin tek nedeninin dini motivasyon olduğunu söylemişlerdir. Katılımcıların %64'ü katılım bankası tercih nedenine personel yakınlığını işaretlemiştir (Kaya, 2013, s.150).

Türkiye/Bolu'da yapılan 217 kişinin katıldığı bir başka araştırmaya göre; katılımcıların katılım bankası tercihlerini etkileyen önem sırasına göre faktörler hizmet/ürün kalitesi, banka imajı ve güven, personel kalitesi, dini/çevresel motivasyon gelmektedir (Özsoy vd., 2013, s.200).

Türkiye Isparta'da yapılan 122 kişinin katıldığı ankette tercih nedenleri önem sırasına göre şu şekilde olmuştur: dini hassasiyetler, hizmet kalitesi, personel ile olan ilişkiler, kâr payı/cazip ödeme imkânları, arkadaş ve çevre etkisi, servis çeşitliliği, bankacılık saygınlığıdır (Kılıç, 2014, s.124).

### 3. KATILIM BANKACILIĞI

İslam dininin ortaya koyduğu faizle ilgili prensipler sonucu faiz müessesesi yerine kâr/zarar ortaklığına dayalı olarak kâr elde etmeye çalışan, dolayısıyla ekonomik ve sosyal kalkınmaya aynı anda ivme kazandıran söz konusu aktörlerin yapmış olduğu işletmeciliğe "Faizsiz Bankacılık" veya "İslami Bankacılık" adı verilmektedir (Hazıroğlu ve Özcan, 2006, s.4).

Özel Finans Kurumlarının kurulmasına ilişkin 16/12/1998 ve 83/7506 sayılı Kararnameye göre katılım bankacılığı; sermayesine ilaveten yurt dışında ve yurt içinde özel cari hesaplar ve kâra-zarara katılma hakkı veren hesaplar yoluyla fon toplayıp ekonomiye fon tahsis etmek amacıyla faaliyet gösteren ve toplanan fonları mevzuatına belirtilen usullerle, her türlü zirai, ticari faaliyetlerin ve hizmetlerin finansmanında, ortak yatırımlarda, yurt dışı teminat mektubu verilmesinde, ihracat ve ithalatın finansmanında, yatırımlara ilişkin ekipmanlarının temin edilip, firmalara taksitle satılması veya kiraya verilmesi gibi hususlarda kullanılabilen mali kuruluşlardır.

Katılım bankacılığının temel amacı ekonomik sistem içinde bulunmayan atıl fonların milli ekonomiye kazandırılmasıdır. Bu atıl fonların milli ekonomik sisteme dâhil olmamasının en önemli nedeni faizin İslam dininde yasak olması ile faizli bankacılık sistemine dâhil edilmemesidir.

#### 3.1. Türkiye'de Katılım Bankacılığı

1975 yılında İslam Kalkınma Bankası'nın kurucu üyesi olan Türkiye, 1984 yılına gelindiğinde banka içerisindeki sermayesini arttırarak bankanın en büyük ortaklarından biri olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte ellerindeki fonları faizsiz değerlendirmek isteyen halka ve işletmelere destek için 1975'de Devlet

Sanayi İşçi Yatırım Bankası kurulmuştur.1978'e kadar faaliyetlerini sürdüren DESTİYAB kâr-zarar ortaklığına dayanan faizsiz finansman sağlamak için kurulmuştur.

1978'de alınan kararlara DESTİYAB faizli sisteme geçerek 1988'e kadar faizli sistemle çalışıp 1988'den sonra katılım bankası olarak ismi değişmiştir.

1980 ihtilalinden sonra yeni ekonomik yapılanma ihtiyacının artmış olması ile 16.12.1983 tarihli 83/7506 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameye dayanarak Özel Finans Kurumları'nın temelleri atılmıştır.

1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe giren 5411 sayılı bankacılık kanununa göre özel finans kurumları "Katılım Bankası" ismini almıştır.

Katılım bankalarının 2015 yılındaki bankacılık sektörü içindeki pazar payı %5'i aşkındır. Aktif büyüklüklerine göre Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları Tablo-1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Aktif Büyüklüklerine Göre Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları

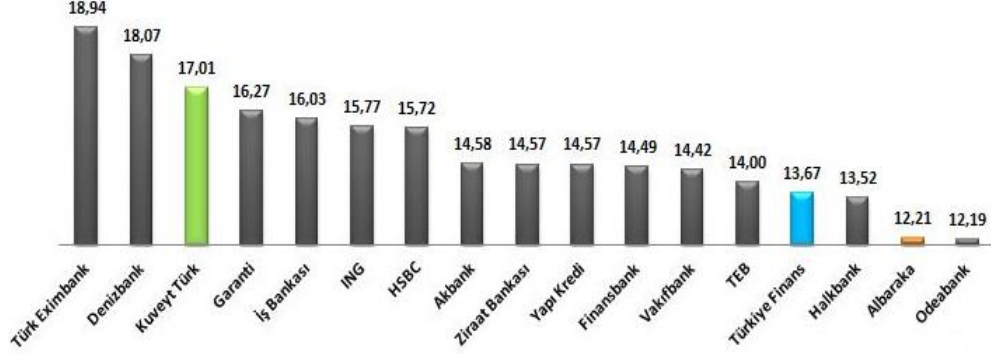
|                               | <b>AlbarakaTürk Katılım Bankası A.Ş.</b> | <b>KuveytTürk Katılım Bankası A.Ş.</b> | <b>Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.</b> | <b>Vakıf Katılım Bankası A.Ş.</b> | <b>Ziraat Katılım Bankası A.Ş.</b> |
|-------------------------------|--|--|--|-----------------------------------|------------------------------------|
| <b>Kuruluş Tarihi</b>         | 01.01.1984                               | 01.01.1989                             | 28.12.2005                                 | 17.02.2016                        | 12.05.2015                         |
| <b>Toplam Aktifler</b>        | 29.363.727                               | 44.108.563                             | 40.355.160                                 | 1.554.402                         | 4.850.847                          |
| <b>Ödenmiş Sermaye</b>        | 900.000                                  | 2.787.322                              | 2.600.000                                  | 805.000                           | 747.000                            |
| <b>Şube Sayısı (Adet)</b>     | 213                                      | 384                                    | 286  | 14                                | 42                                 |
| <b>Personel Sayısı (Adet)</b> | 3830                                     | 5367                                   | 4091                                       | 225                               | 605                                |

**Kaynak:**www.tkbb.com.tr (Erişim Tarihi: 05.09.2016)

2016 yılı Temmuz ayı itibariyle katılım bankalarının 923 adet şubesi ve 14094 adet personeli bulunmaktadır. Tablo-1'de görüldüğü gibi aktif büyüklüğü ve ödenmiş sermayesi en büyük olan Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. iken, aktif büyüklüğü en düşük olan banka, Vakıf Katılım Bankası A.Ş., ödenmiş sermayesi en düşük olan Katılım Bankası ise Ziraat Katılım Bankası A.Ş.dir (<http://www.tkbb.org.tr/veri-seti>).

Bankaların ileride olabilecek muhtemel risklerle baş edebilmesi için bir miktar sermaye bulundurmaları gerekmektedir. Bu tutar, "sermaye yeterlilik oranı" olarak adlandırılır. 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe giren "Bankaların Sermaye Yeterliliğinin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesine İlişkin

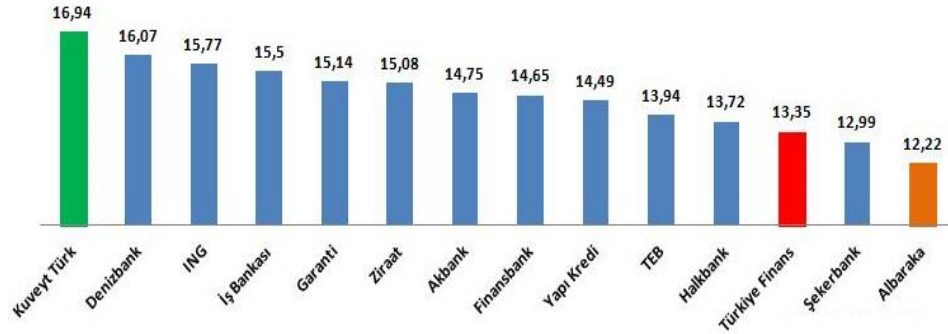
Yönetmelik” uyarınca sermaye yeterlilik oranının Basel II’ye göre en az %12’nin üzerinde olması gerekmektedir. Otoriteler gerekli inceleme ve hesaplamaları yaparak bankaları bu oran doğrultusunda yönlendirirler. Şekil-1’de 30.06.2016 tarihli 17 bankaya ait sermaye yeterlilik oranları verilmiştir.



**Şekil 1:** 30.06.2016 Tarihli 17 Bankaya Ait Sermaye Yeterlilik Oranları  
**Kaynak:** www.katilimdunyasi.com.tr (Erişim tarihi:15.07.2016)

Şekil-1’de görüldüğü gibi 30.06.2016 tarihinde sermaye yeterlilik oranı en yüksek olan katılım bankası Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. iken, sermaye yeterlilik oranı en düşük olan katılım bankası Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.’dir.

Şekil-2’de 30.09.2016 tarihli 14 bankaya ait sermaye yeterlilik oranları verilmiştir.



**Şekil2:** 30.09.2016 Tarihli 14 Bankaya Ait Sermaye Yeterlilik Oranları  
**Kaynak:**www.katilimdunyasi.com.tr (Erişim tarihi:15.07.2016)

Şekil-2’de görüldüğü gibi 30.09.2016 tarihinde bir önceki döneme göre Kuveyt

Türk Katılım Bankası A.Ş.'nin sermaye yeterlilik oranı %17,01'den %16,94'e düşmüştür. Ancak 3. sıradan 1. sıraya yükselmiştir. Listenin sonunda da Albaraka Türk Katılım Bankası bulunmaktadır. 30.09.2016 tarihinde sermaye yeterlilik oranı %12,22 olarak gerçekleşmiştir.

Katılım bankalarının bankacılık sektöründeki yüzde payları Tablo-2'de verilmiştir.

**Tablo 2:** Katılım Bankalarının Bankacılık Sektöründeki Yüzde Payları

|                            | Aralık-2014 (%) | Aralık-2015 (%) | Haziran-2016 (%) |
|----------------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| <b>Toplanan Fonda</b>      | 6,2             | 5,9             | 5,7              |
| <b>Kullandırılan Fonda</b> | 5,4             | 5,2             | 5,1              |
| <b>Toplam Aktiflerde</b>   | 5,2             | 5,1             | 5,1              |
| <b>Öz Varlıklarda</b>      | 4,1             | 4,1             | 4,1              |
| <b>Net Kâr</b>             | 2,5             | 3               | 1,4              |

**Kaynak:** <http://tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar>(Erişim tarihi:15.07.2016)

2014 yılında toplanan fonlarda, katılım bankalarının payları %6,2 iken, 2015 yılında 5,9'a, 2016 yılı 6. ayında 5,7'ye düşmüştür. Toplanan fonlarda olduğu gibi kullandırılan fonlarda azalma eğilimi görülmektedir. Net kâr kalemine bakıldığında 2014 Aralık döneminde sektördeki kârlılıktan %2,5 pay alan katılım bankalarının payları 2015 yılında %3'e çıkmış gözükmemektedir. 2016 yılı 6. ayında sektörün toplam kârlılığında sadece %1,4 pay alan katılım bankalarının, bu kaleme de geriye gittiği gözlenmektedir. Kamu sermayeli katılım bankalarının yeni kurulmuş olması, Bank Asya'nın TMSF'ye devri ve kapatılmasının, bu rakamlar üzerindeki etkisi önemli derecededir. Kamu katılım bankalarının hızla şubeleşmesi, katılım bankalarının sektördeki büyüklüğüne pozitif yönde katkı sağlayacaktır.

Yıllara göre katılım bankaları kârlılık rakamları Tablo-3'de verilmiştir.

**Tablo 3:** Yıllara Göre Katılım Bankaları Kârlılık Rakamları ( Milyon TL)

|  | Aralık-2014 (%) | Aralık-2015 (%) | Haziran-2016 (%) |
|--|-----------------|-----------------|------------------|
| <b>Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.</b>  | 257,631         | 302,863         | 128,550          |
| <b>Bank Asya Katılım Bankası A.Ş.</b>      | -813,470        | 0               | 0                |
| <b>Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.</b>    | 370,480         | 444,681         | 256,409          |
| <b>Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.</b> | 334,228         | 261,076         | 175,920          |
| <b>Vakıf Katılım Bankası A.Ş.</b>          | 0               | 0               | 2,701            |
| <b>Ziraat Katılım Bankası A.Ş.</b>         | 0               | -11,982         | 2,469            |

**Kaynak:** <http://tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar>(Erişim tarihi:15.07.2016)



Tablo-3’de görüldüğü gibi 2016 yılı 2.döneminde en yüksek kâr üreten banka; 256,409 milyon TL ile Kuveyt Türk Katılım Bankası olmuştur. Aynı tablonun geneline bakıldığında kârlılık alanında sektörün liderliğini Kuveyt Türk Katılım Bankasının yaptığı görülmektedir. Kamu katılım bankaları yeni kurulmuş olduklarından 2016 yılı 2. döneminde ilk defa kâr etmeye başlamışlardır.

2016 yılı 6.ay sonunda katılım bankalarının 31 günlük katılım hesaplarına dağıttıkları kâr payları Tablo-4’de verilmiştir.

**Tablo 4:** 2016 yılı 6.ay sonunda katılım bankalarının 31 günlük katılım hesaplarına dağıttıkları kâr payları(%)

|  | <b>Haziran-2016</b> |            |             |
|--|---------------------|------------|-------------|
|  | <b>TL</b>           | <b>USD</b> | <b>EURO</b> |
| <b>Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.</b>  | 8,01                | 1,33       | 1,30        |
| <b>Bank Asya Katılım Bankası A.Ş.</b>      | 6,28                | 0,22       | 0,16        |
| <b>Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.</b>    | 7,91                | 1,29       | 1,33        |
| <b>Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.</b> | 6,73                | 1,53       | 1,51        |
| <b>Vakıf Katılım Bankası A.Ş.</b>          | 8,17                | 1,39       | 1,38        |
| <b>Ziraat Katılım Bankası A.Ş.</b>         | 7,28                | 1,31       | 1,29        |

**Kaynak:**<http://www.tkbb.org.tr/kar-paylari>(Erişim tarihi:15.07.2016)

Tablo-4’de görüldüğü gibi TL para cinsinde 31 gün vadede en yüksek kâr payını dağıtan katılım bankası Vakıf Katılım Bankası A.Ş. iken en düşük kâr payını dağıtan katılım bankası ise Bank Asya Katılım Bankası A.Ş. olmuştur. USD ve EURO cinsinden en yüksek kâr payını dağıtan katılım bankası Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. olmuştur. Yine bu para cinslerinden en düşük kâr payının dağıtan banka, Bank Asya Katılım Bankası A.Ş. olmuştur. Bu durum bu tarihlerde Bank Asya Katılım Bankası’nın TMSF’ye devredilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bank Asya Katılım Bankası değerlendirme dışında tutulursa, TL cinsinden en düşük kâr payını dağıtan katılım bankası Türkiye Finans Katılım Bankası olmuştur. USD cinsinden en düşük kâr payını dağıtan Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. iken EURO cinsinden en düşük kâr payını dağıtan banka ise, Ziraat Katılım Bankası A.Ş. olmuştur.

#### **4.MATERYAL VE YÖNTEM**

##### **4.1.Araştırmanın Amacı**

Katılım bankaları kuruluş amaçları bakımından reel ekonomiyi direkt olarak finanse eden kurumlardır. Bu noktada katılım bankalarının bankacılık sektörü içindeki pazar paylarının artması gerekliliği kaçınılmaz bir gerçektir. Katılım bankalarının mevcut müşteri portföyünü koruyarak yeni müşteriler

kazanabilmesi için, müşterilerin katılım bankalarını tercih nedenleri araştırılmalıdır. Bu çalışmada Türkiye’de katılım bankalarının gelişimi ile katılım bankacılığı tercihinin, müşterilerin bazı demografik özellikleri bakımından incelenmesi amaçlanmıştır.

#### **4.2.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini Türkiye’deki katılım bankalarının ürün ve hizmetlerini kullanan tüm müşteriler oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmanın hem zaman alıcı hem de çok zor olacağı göz önüne alınarak Türkiye’nin 23 farklı ilinde de faaliyet gösteren 5 ayrı katılım bankası müşterilerinden tesadüfî olarak 516 kişi seçilerek katılım bankalarını tercih nedenleri anketi uygulanmıştır. Bankalar müşteri sayılarını yayınlamadıkları ve bir müşteri birden fazla banka müşterisi olabileceğinden dolayı örneklem sayısı için anakütle eleman sayısının bilinmemesi durumunda örneklem seçimi formülü kullanılmıştır. Söz konusu formüle göre %5 hata payı ile minimum örnek sayısı 384 bulunur. Bundan dolayı bu araştırma için 516 kişi örneklem sayısı için yeterli bulunmuştur.

#### **4.3.Verilerin Toplanması ve Analizi**

Türkiye’nin 23 farklı ilinde faaliyet gösteren 5 ayrı katılım bankası müşterilerinden tesadüfî olarak 516 kişiye uygulanan anket verilerinin analizi için SPSS istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizi için çeşitli betimsel istatistikler, t testi, F testi (tek yönlü varyans analizi) ve çoklu karşılaştırma istatistikleri kullanılmıştır.

Anketin güvenilirliği için hesaplanan Cronbach’s Alpha değeri 0,907 olarak bulunmuştur. Bu değer anketin güvenilirliğinin çok yüksek seviyede olduğunu göstermektedir. Ayrıca yapılan güvenilirlik analizi sonucu herhangi bir madde ölçekten çıkarıldığında güvenilirlik katsayısında herhangi bir artış olmamaktadır. Bunun için herhangi bir madde ölçekten çıkarılmamıştır.

Verilerin normal dağılıp dağılmadığını belirleyebilmek için birçok yöntem geliştirilmiştir. İdeal bir normal dağılımda ortalama, mod ve medyan değerleri çakışıktır. Bu değerlerin birbirlerine yakınlıkları derecesinde verinin dağılımı da normale yaklaşmaktadır ([www.istatistikselverianalizi.com](http://www.istatistikselverianalizi.com)). Bu çalışma için ortalama, mod ve medyan değerleri sırasıyla 3.9, 4.0 ve 4.0 bulunmuştur. Bu değerlerin birbirlerine çok yakın değer olmasından dolayı verilerin yaklaşık normal dağıldığı söylenebilir. Normal dağılım için kullanılan yöntemlerden biri de çarpıklık ve basıklık değerleridir. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile +1 aralığında bulunması normal dağılım için güçlü bir ipucudur. Bu çalışma için yapılan hesaplama sonucu çarpıklık değeri -0,751 ve basıklık değeri 1,118 olarak bulunmuştur. Görüldüğü gibi çarpıklık değeri aralık

içindedir. Basıklık değeri ise az da olsa aralık dışındadır. Fakat veri sayısının (516) normal dağılım için oldukça yeterli olmasından dolayı verilerin yaklaşık normal dağıldığı söylenebilir Bundan dolayı verilerin analizi için güçlü istatistiklerden olan parametrik testler kullanılmıştır.

#### 4.4. Araştırmanın Bulguları

##### 4.4.1. Cinsiyet Durumu

Örneklem grubunun cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5:** Örneklem Grubunun Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

|               | Frekans | Yüzde (%) |
|---------------|---------|-----------|
| <b>Kadın</b>  | 112     | 21,7      |
| <b>Erkek</b>  | 404     | 78,3      |
| <b>Toplam</b> | 516     | 100,0     |

Tablo-5'e bakıldığında araştırmaya katılan banka müşterilerinin 112'si (% 21,7) kadın, 404'ü (% 78,3) erkektir. Örneklem grubunun cinsiyetlere göre dağılımı incelendiğinde araştırmaya katılan kadın katılımcıların oranı %21,7 olarak gerçekleşmiştir. Katılım bankaları altın toplama günleri gibi daha çok kadınlara hitap eden ürün ve hizmetler ile kadın müşteri sayısını arttırabilirler.

##### 4.4.2. Yaş Durumu

Örneklem grubunun yaşlarına göre dağılımı Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6:** Örneklem Grubunun Yaşlarına Göre Dağılımı

|                        | Frekans | Yüzde (%) |
|------------------------|---------|-----------|
| <b>18-25 yaş</b>       | 59      | 11,4      |
| <b>26-35 yaş</b>       | 206     | 39,9      |
| <b>36-45 yaş</b>       | 145     | 28,1      |
| <b>46-55 yaş</b>       | 69      | 13,4      |
| <b>56 yaş ve üzeri</b> | 37      | 7,2       |
| <b>Toplam</b>          | 516     | 100,0     |

Tablo-6'ya bakıldığında araştırmaya katılan banka müşterilerinin 59'u (% 11,4) 18-25 yaş, 206'sı (% 39,9) 26-35 yaş, 145'i (% 28,1) 36-45 yaş, 37'si (% 7,2) 56 ve üzeri yaş aralığındadır. Örneklem grubunun yaşlara göre dağılımı incelendiğinde araştırmaya katılan orta yaş grubunun (26-35 yaş - 46-55 yaş) %68 ortalama ile en yüksek katılımı gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. 18-25 yaş arası genç katılımcıların oranı ise %11,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuca göre genç nüfusun katılım bankacılığı hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmadığı görülmektedir.

#### 4.4.3. Medeni Durum

Örneklem grubunun medeni durumlarına göre dağılımı Tablo-7'de verilmiştir.

**Tablo 7:** Örneklem Grubunun Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

|                 | Frekans | Yüzde (%) |
|-----------------|---------|-----------|
| <b>Evli</b>     | 361     | 70,0      |
| <b>Bekar</b>    | 136     | 26,4      |
| <b>Boşanmış</b> | 19      | 3,7       |
| <b>Toplam</b>   | 516     | 100,0     |

Tablo-7'ye bakıldığında araştırmaya katılan banka müşterilerinin 361'i (% 70,0) evli, 136'sı (% 26,4) bekar, 19'u (%3,7) boşanmıştır. Örneklem grubunun medeni durumlarına göre dağılımına bakıldığında katılımcıların %70'i gibi yüksek oranda evli olduğu görülmektedir.

#### 4.4.4. Eğitim Durumu

Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre dağılımı Tablo-8'de verilmiştir.

**Tablo 8:** Örneklem Grubunun Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

|                      | Frekans | Yüzde (%) |
|----------------------|---------|-----------|
| <b>İlkokul</b>       | 43      | 8,3       |
| <b>Ortaokul</b>      | 63      | 12,2      |
| <b>Lise</b>          | 140     | 27,1      |
| <b>Ön Lisans</b>     | 41      | 7,9       |
| <b>Lisans</b>        | 181     | 35,1      |
| <b>Yüksek Lisans</b> | 43      | 8,3       |
| <b>Doktora</b>       | 5       | 1         |
| <b>Toplam</b>        | 516     | 100,0     |

Tablo-8'e bakıldığında araştırmaya katılan banka müşterilerinin 43'ü (% 8,3) ilkokul, 63'ü (% 12,2) ortaokul, 140'ı (% 27,1) lise, 41'i (% 7,9) ön lisans, 181'i (%35,1) lisans, 43'ü (%8,3) yüksek lisans, 5'i (%1) doktora eğitim düzeyine sahiptir. Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre dağılıma bakıldığında; araştırmaya katılan müşterilerin %47,6'sı ilkokul, ortaokul ve lise, %52,3'ü ise lisans ve üzeri eğitim durumuna sahiptir. Doktora düzeyinde eğitim alan müşterilerin katılımı %1 gibi çok düşük düzeyde kalmıştır.

#### 4.4.5. Aylık Gelir Düzeyi Dağılımı

Örneklem grubunun gelir seviyelerine göre dağılımı Tablo-9'de verilmiştir.

**Tablo 9:** Örneklem Grubunu Gelir Seviyesine Göre Dağılımı

|                | Frekans | Yüzde (%) |
|----------------|---------|-----------|
| 1300-1800 TL   | 95      | 18,4      |
| 1801-2500 TL   | 109     | 21,1      |
| 2501-3500 TL   | 88      | 17,1      |
| 3501-4500 TL   | 62      | 12,0      |
| 4501-5500 TL   | 57      | 11,0      |
| 5501-6500 TL   | 31      | 6,0       |
| 6501-7500 TL   | 19      | 3,7       |
| 7500 den fazla | 55      | 10,7      |
| <b>Toplam</b>  | 516     | 100,0     |

Tablo-9'a bakıldığında araştırmaya katılan banka müşterilerinin 95'i (% 18,4) 1300-1800 TL, 109'u (%21,1) 1801-2500 TL, 88'i (%17,1) 2501-3500 TL, 62'si (%12,0) 3501-4500 TL, 57'si (%11,0) 4501-5500 TL; 31'i (%6,0) 5501-6500 TL, 19'u (%3,7) 6501-7500 TL, 55'i (%10,7) 7500 TL'den fazla aylık gelir düzeyine sahiptir. Örneklem grubunun gelir seviyesine göre dağılımı incelendiğinde orta gelir düzeyine (2501-5501 TL) sahip müşteriler araştırmaya katılanların %40,1'ini oluşturmaktadır. Asgari ücret ve üstü (1300-2500 TL) ücret düzeyine sahip müşteriler ise araştırmaya katılanların %39,5'ini oluşturmaktadır. Bu iki sonuca bakılarak katılım bankalarının bireysel bankacılık alanında daha fazla faaliyet alanına sahip olduğu görülmektedir.

#### 4.5.t Testi ve ANOVA Testi Sonuçları

Katılım bankalarını tercih etme nedenialgı düzeylerinin cinsiyetegöre farklılaşma durumuna ait bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo-10'da verilmiştir.

**Tablo 10:** Katılım Bankalarını Tercih Etme NedeniAlgı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumuna Ait Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

|  | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | SS   | t     | Sig.  |
|--|----------|-----|-----------|------|-------|-------|
| <b>Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni</b> | Erkek    | 112 | 3,92      | 0,62 | 0,180 | 0,857 |
|  | Kadın    | 404 | 3,91      | 0,64 |       |       |

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t-testi sonucuna göre sig = 0.857 > 0,05 olduğundan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının cinsiyetlerine göre %5 önem seviyesinde anlamlı

bir farklılık göstermez.

Katılım bankalarını tercih etme nedeni algı düzeylerinin yaşa göre farklılaşma durumuna ait tek yönlü Anova testi sonuçları Tablo-11'de verilmiştir.

**Tablo 11:** Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

|  | Yaş             | N   | $\bar{X}$ | SS   | F     | Sig.  |
|--|-----------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| <b>Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni</b> | 18-25 yaş       | 59  | 3,82      | 0,72 | 0,763 | 0,550 |
|  | 26-35 yaş       | 206 | 3,90      | 0,64 |       |       |
|  | 36-45 yaş       | 145 | 3,97      | 0,50 |       |       |
|  | 46-55 yaş       | 69  | 3,93      | 0,69 |       |       |
|  | 56 yaş ve üzeri | 37  | 3,83      | 0,77 |       |       |

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü Anova testi sonucunda Sig. = 0,550 > 0,05 olduğundan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının yaş değişkenine göre %5 önem seviyesinde farklılık göstermez.

Katılım bankalarını tercih etme nedeni algı düzeylerinin medeni duruma göre farklılaşma durumuna ait tek yönlü Anova testi sonuçları Tablo-12'de verilmiştir.

**Tablo 12:** Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

|  | Medeni Durum | N   | $\bar{X}$ | SS   | F     | Sig.  |
|--|--------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| <b>Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni</b> | Evli         | 361 | 3,91      | 1,64 | 0,011 | 0,989 |
|  | Bekâr        | 136 | 3,91      | 1,64 |       |       |
|  | Boşanmış     | 19  | 3,89      | 0,50 |       |       |

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü Anova testi sonucunda Sig. = 0,989 > 0,05 olduğundan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının medeni duruma göre %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık göstermez.

Katılım bankalarını tercih etme nedeni algı düzeylerinin eğitim durumuna göre farklılaşma durumuna ait tek yönlü Anova testi sonuçları Tablo-13'te verilmiştir.

**Tablo 13:** Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

|  | Eğitim Durumu | N   | $\bar{X}$ | SS   | F     | Sig.  |
|--|---------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| <b>Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni</b> | İlkokul       | 43  | 3,72      | 0,80 | 2,429 | 0,025 |
|  | Ortaokul      | 63  | 3,96      | 0,64 |       |       |
|  | Lise          | 140 | 3,95      | 0,61 |       |       |
|  | Ön Lisans     | 41  | 4,11      | 0,52 |       |       |
|  | Lisans        | 181 | 3,92      | 0,62 |       |       |
|  | Yüksek Lisans | 43  | 3,70      | 0,58 |       |       |
|  | Doktora       | 5   | 3,67      | 0,84 |       |       |

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü Anova testi sonucuna göre Sig. = 0,025 < 0,05 olduğundan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, eğitim durumuna göre %5 önem seviyesinde farklılık gösterir. Bu farklılıklar grupların ortalamalarına bakılarak da görülebilmektedir. Fakat gerçek farklılık ancak çoklu karşılaştırma testleri yapılarak belirlenebilir. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğu belirlemek için Post Hoc Çoklu Karşılaştırma Testleri'nden faydalanılır (Karagöz, 2014, s.235). Çoklu karşılaştırma testlerinden hangisinin tercih edilmesine karar vermek amacı ile homojenlik testi yapılır. Varyansların homojenliği testi sonuçları Tablo-14'de verilmiştir.

**Tablo 14:** Varyansların Homojenliği Testi Sonuçları

| Levene İstatistiği | Serbestlik Der.1 | Serbestlik Der.2 | Sig.  |
|--------------------|------------------|------------------|-------|
| 1,502              | 6                | 509              | 0,175 |

Tablo-14'de Levene İstatistiği için Sig = 0,175 > 0,05 olduğundan anakütle varyanslarının aynı olduğuna karar verilir. Bu durumda çoklu karşılaştırma için eşit varyans yaklaşımını kullanan Tukey veya Scheffe testlerinden biri kullanılır. Tablo-15'te Scheffe testi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 15:** Çoklu Karşılaştırma İçin Scheffe Testi Sonuçları

| (I) Eğitim Durumu | (J) Eğitim Durumu | Ortalama Fark (I-J) | Standart Hata | Sig.         |
|-------------------|-------------------|---------------------|---------------|--------------|
| İlkokul           | Ortaokul          | -0,23808            | 0,12496       | 0,057        |
|                   | Lise              | -0,23069*           | 0,11014       | <b>0,037</b> |
|                   | Ön Lisans         | -0,39269*           | 0,13789       | <b>0,005</b> |
|                   | Lisans            | -0,20181            | 0,10717       | 0,060        |
|                   | Yüksek Lisans     | 0,02022             | 0,13624       | 0,882        |
|                   | Doktora           | 0,04570             | 0,29849       | 0,878        |
| Ortaokul          | İlkokul           | 0,23808             | 0,12496       | 0,057        |
|                   | Lise              | 0,00738             | 0,09584       | 0,939        |
|                   | Ön Lisans         | -0,15461            | 0,12676       | 0,223        |

|               |               |           |         |              |
|---------------|---------------|-----------|---------|--------------|
|               | Lisans        | 0,03627   | 0,09241 | 0,695        |
|               | Yüksek Lisans | 0,25830*  | 0,12496 | <b>0,039</b> |
|               | Doktora       | 0,28378   | 0,29351 | 0,334        |
| Lise          | İlkokul       | 0,23069*  | 0,11014 | <b>0,037</b> |
|               | Ortaokul      | -0,00738  | 0,09584 | 0,939        |
|               | Ön Lisans     | -0,16199  | 0,11218 | 0,149        |
|               | Lisans        | 0,02888   | 0,07110 | 0,685        |
|               | Yüksek Lisans | 0,25092*  | 0,11014 | <b>0,023</b> |
|               | Doktora       | 0,27640   | 0,28752 | 0,337        |
| Ön Lisan      | İlkokul       | 0,39269*  | 0,13789 | <b>0,005</b> |
|               | Ortaokul      | 0,15461   | 0,12676 | 0,223        |
|               | Lise          | 0,16199   | 0,11218 | 0,149        |
|               | Lisans        | 0,19087   | 0,10926 | 0,081        |
|               | Yüksek Lisans | 0,41291*  | 0,13789 | <b>0,003</b> |
|               | Doktora       | 0,43839   | 0,29925 | 0,144        |
| Lisans        | İlkokul       | 0,20181   | 0,10717 | 0,060        |
|               | Ortaokul      | -0,03627  | 0,09241 | 0,695        |
|               | Lise          | -0,02888  | 0,07110 | 0,685        |
|               | Ön Lisans     | -0,19087  | 0,10926 | 0,081        |
|               | Yüksek Lisans | 0,22203*  | 0,10717 | <b>0,039</b> |
|               | Doktora       | 0,24751   | 0,28639 | 0,388        |
| Yüksek Lisans | İlkokul       | -0,02022  | 0,13624 | 0,882        |
|               | Ortaokul      | -0,25830* | 0,12496 | <b>0,039</b> |
|               | Lise          | -0,25092* | 0,11014 | <b>0,023</b> |
|               | Ön Lisans     | -0,41291* | 0,13789 | <b>0,003</b> |
|               | Lisans        | -0,22203* | 0,10717 | <b>0,039</b> |
|               | Doktora       | 0,02548   | 0,29849 | 0,932        |
| Doktora       | İlkokul       | -0,04570  | 0,29849 | 0,878        |
|               | Ortaokul      | -0,28378  | 0,29351 | 0,334        |
|               | Lise          | -0,27640  | 0,28752 | 0,337        |
|               | Ön Lisans     | -0,43839  | 0,29925 | 0,144        |
|               | Lisans        | -0,24751  | 0,28639 | 0,388        |
|               | Yüksek Lisans | -0,02548  | 0,29849 | 0,932        |

Tablo-15'te hangi gruplar arasında farklılık olduğu görülmektedir. Burada İlkokul ile Lise, İlkokul ile Ön Lisans, Ortaokul ile Yüksek Lisans, Lise ile Yüksek Lisans, Ön Lisans ile Yüksek Lisans grupları arasında %5 önem seviyesine göre anlamlı farklılık görülmektedir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenialgıdüzeylerininaylık gelir düzeyigöre farklılaşma durumuna Tek Yönlü Anova Testi sonuçları Tablo-16'da verilmiştir.



**Tablo 16:** Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni Algı Düzeylerinin Aylık Gelir Düzeyi Göre Farklılaşma Durumuna Ait Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

|  | Aylık Gelir Düzeyi | N   | $\bar{X}$ | SS   | F     | Sig.  |
|--|--------------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| <b>Müşterilerin Katılım Bankalarını Tercih Etme Nedeni</b> | 1300-1800 TL       | 95  | 3,82      | 0,76 | 0,771 | 0,611 |
|  | 1801-2500 TL       | 109 | 3,96      | 0,64 |       |       |
|  | 2501-3500 TL       | 88  | 3,87      | 0,68 |       |       |
|  | 3501-4500 TL       | 62  | 3,97      | 0,50 |       |       |
|  | 4501-5500 TL       | 57  | 3,92      | 0,55 |       |       |
|  | 5501-6500 TL       | 31  | 3,88      | 0,58 |       |       |
|  | 6501-7500 TL       | 19  | 3,85      | 0,45 |       |       |
|  | 7500 den fazla     | 55  | 4,02      | 0,60 |       |       |

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Tek Yönlü Anova Testi sonucuna göre Sig. = 0,611 > 0,05 olduğundan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, aylık gelir düzeyine göre %5 önem seviyesinde farklılık göstermez.

### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Katılım bankacılığı tercihinin, müşterilerin bazı demografik özellikleri açısından incelenmesi başlıklı bu çalışmada aşağıdaki sonuç ve önerilere ulaşılmıştır:

Araştırmaya katılan banka müşterilerinin % 21,7'si kadın, % 78,3'ü erkektir. Banka müşterilerinin kadın müşteri sayısı erkek müşteri sayısına oranla düşük olduğu görülmektedir. Katılım bankaları altın toplama günleri gibi daha çok kadınlara hitap eden ürün ve hizmetler ile kadın müşterilere ulaşarak kadın müşteri sayısını arttırabilirler.

Örneklem grubunun yaşlara göre dağılımı incelendiğinde araştırmaya katılan orta yaş grubunun (26-35 yaş - 46-55 yaş) %68 ortalama ile en yüksek katılımı gerçekleştirdiği anlaşılmaktadır. 18-25 yaş arası genç katılımcıların oranı ise %11,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuca göre genç nüfusun katılım bankacılığı hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmadığı sonucuna varılır. Ülkemizdeki geçmişi 40 yıla ulaşan katılım bankalarının, mevcut pazar paylarını arttırmak için genç nüfus üzerinde yoğunlaşması gerekmektedir.

Örneklem grubunun medeni durumlarına göre dağılımına bakıldığında

katılımcıların %70'i gibi yüksek oranda evli olduğu görülmektedir.

Örneklem grubunun eğitim durumlarına göre dağılıma bakıldığında; araştırmaya katılan müşterilerin %47,6'sı ilkokul, ortaokul ve lise, %52,3'ü ise lisans ve üzeri eğitim durumuna sahiptir. Doktora düzeyinde eğitim alan müşterilerin katılımı %1 gibi çok düşük düzeyde kalmıştır.

Örneklem grubunun gelir seviyesine göre dağılımı incelendiğinde orta gelir düzeyine (2501-5501 TL) sahip müşteriler araştırmaya katılanların %40,1'ini oluşturmaktadır. Asgari ücret ve üstü (1300-2500 TL) ücret düzeyine sahip müşteriler ise araştırmaya katılanların %39,5'ini oluşturmaktadır. Bu iki sonuca bakılarak katılım bankalarının bireysel bankacılık alanında daha fazla faaliyet alanına sahip olduğu görülmektedir.

Örneklem grubunun katılım bankaları ilişkilerinde toplam süreler göre dağılımına bakıldığında 2-5 yıl arası çalışma geçmişine sahip katılımcıların oranı %71,1 olarak gerçekleşmiştir. Müşteri portföyünün çalışma geçmişinin kısa olmasının nedeni olarak, yapılanmanın çok yeni olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucu müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının cinsiyetlerine göre %5 önem seviyesinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucu müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının yaş değişkenine göre %5 önem seviyesinde farklılık göstermemektedir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucu müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısının medeni duruma göre %5 önem seviyesinde anlamlı farklılık göstermemektedir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucu müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, eğitim durumuna göre %5 önem seviyesinde farklılık gösterir. Bu farklılıkların; %5 önem seviyesine göre ilkokul ile lise, ilkokul ile önlisans, ortaokul ile yüksek lisans, lise ile yüksek lisans, önlisans ile yüksek lisans grupları arasında olduğu görülmektedir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı aylık gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz

sonucu müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, aylık gelir düzeyine göre %5 önem seviyesinde farklılık göstermemektedir.

Katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı katılım bankaları ile çalışma yılı durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucu müşterilerin katılım bankalarını tercih etme nedenleri algısı, katılım bankaları ile çalışma yılına göre %5 önem seviyesinde farklılık gösterir. Bu farklılıkların; %5 önem seviyesine göre çalışma yılı bakımından 2 yıldan az olanlar ile 5-10 yıl arası, 2 yıldan az olanlar ile 10 yıldan fazla olanlar, 2-5 yıl arası olanlar ile 5-10 yıl arası olan gruplar arasında olduğu görülmektedir.

## 6.KAYNAKÇA

- Echchabi, A. & Aziz, H. A. (2012). Empirical investigation of customers perception and adoption towards islamic banking services in Morocco. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 849-858.
- Gait, A. H. & Worthington, A. C.(2009). *Attitudes, perceptions and motivations of Libyan retail consumers toward islamic methods of finance*, Asian finance. Association International Conference, University of Queensland, St Lucia, Australia.
- Haziroğlu, T. & Özcan, M. E. (2006).Katılım bankacılığı tarihçesi. *Bereket Dergisi, Albaraka Türk Kültür Yayınları*, 20, 4-7.
- Kaya, R. (2013). Türk bankacılık sisteminde katılım bankalarının tercih nedenleri ve bir araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü*, İstanbul.
- Kılınç, Ö. F. (2014). Türkiye’de katılım ve müşteri tercih kriterleri üzerine bir araştırma: Isparta ili örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Isparta.
- Khan, M. S.N., Hassan, M. K. & Shadid, A. I. (2007). Banking behavior of islamic bank customers in Bangladesh.*Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, July-December, 3, 159-194.
- Marimuthu, M., Jink, C.V., Gie, L.P., Mun, L.P. & Pink, T.Y. (2010). Islamic banking selection criteriaand implications. *Global Journals of Human Social Science*, September, 10(4), 55-58.
- Mumu, F. & Guozho, J. (2012).Why do Pakistani customers patronize islamic banks; An empricial analysis. *World Academy of Science, Engineering and technology*, 6, 1207-1208.
- Okumuş, H. Ş. (2005). Interest-free banking in Turkey: A Study of customer satisfaction and bank selection criteria. *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51-86.
- Özsoy, İ., Görmez, B. & Mekik S. (2013). Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: Amprik bir tetkik, *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1), 187-206.
- Sıddıki, M. N. (1984). *İslam ekonomi düşüncesi*, İstanbul: Bir Yayıncılık.

Subhani, M. I. (2012). Consumer criteria fort the selection of an islamic bank: Evidence from Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*, 94.10.11.2018 tarihinde [https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/40384/1/MPRA\\_paper\\_40384.pdf](https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/40384/1/MPRA_paper_40384.pdf) adresinden erişildi.

Özel Finans Kurumlarının kurulmasına ilişkin 16/12/1998 ve 83/7506 sayılı Kararname.

[www.tkbb.com.tr](http://www.tkbb.com.tr) (Erişim Tarihi: 05.09.2016)

<http://www.tkbb.org.tr/veri-seti> ( Erişim Tarihi 18.12.2016)

[www.katilimdünyasi.com.tr](http://www.katilimdünyasi.com.tr) (Erişim tarihi:15.07.2016)

<http://tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar>(Erişim tarihi:15.07.2016)

<http://www.tkbb.org.tr/kar-paylari>(Erişim tarihi:15.07.2016)

[www.istatistikselverianalizi.com](http://www.istatistikselverianalizi.com)(Erişim tarihi:01.02.2018)