

Araştırma Makalesi

KOBİ'lerin Katılım Bankalarına Bakışı: Isparta İlinde Bir Uygulama¹

SMEs' View On Participation Banks: A Research in Isparta

Turan KOCABIYIK Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü, Isparta turankocabiyik@sdu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-3651-206X	Türker TEKER Arş. Gör. Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü, Isparta turkerteker@sdu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-4692-3439
--	---

Makale Gönderme Tarihi 20.11.2019	Revizyon Tarihi 14.12.2019	Kabul Tarihi 16.12.2019
---	--------------------------------------	-----------------------------------

Öz

Bu araştırmanın amacı KOBİ'lerin katılım bankalarına bakışını ortaya koymaktır. Araştırma Isparta'da 2019 yılının Mart ve Mayıs ayları arasında, çalışan sayısı 250'nin altında 315 işletme ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar ışığında en yüksek puan verilen görüşe göre; KOBİ'ler, katılım bankaları düşük faizli kredi sundukları takdirde bu bankalarla çalışabileceklerini belirtmişlerdir. İkinci sıradaki cevaba göre ise KOBİ'ler cazip kar payı oranları ve ödeme imkânları olduğu takdirde katılım bankaları ile çalışabileceklerini belirtmişlerdir. Üçüncü en yüksek cevaba sahip soruya göre ise KOBİ'ler ticari olarak karlı olduklarını düşündüklerinde katılım bankaları ile çalışabileceklerini belirtmişlerdir. Diğer taraftan KOBİ'lerin, katılım bankalarının iddia edildiği gibi faizsiz işlem yürüttüklerine olan inancı 2,76/5 puan ile en düşük puanı almıştır. İşletmeler, işletme çıkarları söz konusu olduğunda katılım bankası veya geleneksel banka ayrımını çok fazla önemsememektedir. Dini olgulara dayalı tercihler katılım bankaları ile çalışılıp çalışılmayacağı konusunda esas belirleyici faktör olarak görülmemektedir. Analizin diğer aşamasında demografik faktörlere göre KOBİ'lerin katılım bankacılığı ile ilgili görüşlerinde istatistiki olarak anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'lerin Katılım Bankalarına Bakışı, Katılım Bankacılığı, Kruskal-Wallis

Abstract

The aim of this research is to reveal the SMEs' view of participation banks. The research was carried out in Isparta between March and May 2019, with 315 enterprises under 250 employees. According to the results, the highest scoring evaluation; SMEs have stated that they can work with participation banks if they offer low interest loans. According to the second answer, SMEs stated that they can work with participation banks if they have attractive dividend rates and payment opportunities. According to the third highest answer, SMEs stated that they can work with participation banks when they think they are commercially profitable. The belief that participation banks carry out interest-free transactions as claimed is the lowest score with 2.76 / 5 points. Businesses do not pay much attention to the separation of participation bank or traditional bank when it comes to business interests. Choices based on religious phenomena are not seen as the main determinant of whether or not to work with participation banks. At the other stage of the analysis, it was examined whether there is a statistically significant difference in the

¹ Bu çalışma, 26-28 Eylül 2019 tarihlerinde Kiev/Ukrayna'da gerçekleştirilen XXIII. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi'nde özet metin bildirisi olarak sunulmuştur.

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Kocabiyik, T. – Teker, T. 2019, KOBİ'lerin Katılım Bankalarına Bakışı: Isparta İlinde Bir Uygulama, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 54(4), 2010-2024

opinions of SMEs about participation banking according to demographic factors.

Key Words: *SME's View on Participation Banks, Participation Banking, Kruskal-Wallis*

1. Giriş

Türkiye’de 2015 yılına kadar sadece özel sektör bankalarının faaliyet gösterdiği katılım bankacılığı sektörü, bu tarihten sonra kamu katılım bankalarının da sektöre girmesiyle bankacılık sektörü pastasından aldığı payı yükseltmeye başlamıştır. Haziran 2019 itibarıyla üç özel, üç de kamu bankası olmak üzere toplam altı katılım bankası faaliyetlerine devam etmektedir. Türkiye Katılım Bankaları Birliği verilerine göre katılım bankaları Nisan 2019 itibarıyla bankacılık sektörü içinde fonların %7,1’ini toplar duruma gelmiştir. Ayrıca bankacılık sektöründe kullandırılan fonların %5,1’i, toplam aktiflerin %5,6’sı, özvarlıkların %4,3’ü ve net karında %4,4’ü katılım bankaları tarafından karşılanmaktadır (Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2019). Sektörde katılım bankalarının sayısı, işlem hacmi ve büyüklüğü arttıkça toplumun ve işletmelerin bu bankalara bakışı daha da merak edilir hale gelmiştir. Bu araştırma ile hedeflenen; Isparta’da faaliyet gösteren KOBİ’lerin katılım bankaları ve katılım bankacılığı ile ilgili görüşlerini ortaya koymaktır. Elde edilen sonuçlar katılım bankaları tarafından değerlendirildiğinde sektördeki paylarını artırma noktasında katkı sağlanabileceği düşünülmektedir. Ayrıca katılım bankacılığı ile ilgili işletmelerin herhangi bir önyargısı varsa, bu önyargıları tespit edip aşmaya çalışma noktasında katkı sağlanacağı da düşünülmektedir. Katılım bankalarının müşterilerini artırmak için öncelik vermesi gereken konular yine çalışma ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu konu ile daha önce çalışmalar yapılmış olsa da kamu katılım bankaları sisteme dahil olduktan sonra yapılan çalışma sayısının kısıtlı olduğu tespit edilmiştir. Tablo 1 ile katılım bankalarının bankacılık sektörü içindeki durumu ortaya konmuştur.

Tablo 1. Katılım Bankaları ve Bankacılık Sektörü Başlıca Finansal Büyüklükleri
(Milyon TL - Nisan 2019)

Finansal Başlıklar	Katılım Bankaları	Bankacılık Sektörü	Katılım Bankalarının Sektördeki Payı
Toplanan Fonlar	163.506	2.287.562	7%
Kullandırılan Fonlar	136.515	2.653.760	5%
Takipteki Alacaklar	6.195	108.585	6%
Toplam Aktifler	240.492	4.286.940	6%
Net Kar	713	16.166	4%
Personel Sayısı	15.738	206.331	8%
Şube Sayısı	1.131	11.523	10%

<http://www.tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar>, 10.07.2019

Tablo 2’de katılım bankaları ile ilgili genel bilgilere yer verilmiştir. Katılım bankaları arasında şube sayısı, toplam aktifler, toplam krediler ve toplanan fonlar açısından en büyük olanı Kuveyt Türk Katılım Bankası’dır. İkinci sırada Türkiye Finans Katılım Bankası AŞ ve üçüncü sırada Albaraka Türk Katılım Bankası AŞ gelmektedir. Kamu katılım bankaları arasında şube sayısı ve toplanan fonlar açısından en büyük olan Vakıf Katılım Bankası AŞ’dir. Bu bankayı Ziraat Katılım ve Türkiye Emlak katılım takip etmektedir. Toplanan aktifler ve toplam krediler açısından ise Ziraat Katılım ilk sırada gelmektedir. Türkiye Emlak Katılım Bankası AŞ en küçük katılım bankasıdır.

Tablo 2. Katılım Bankaları ile İlgili Genel Bilgiler

Sıra No	Türkiye’de Katılım Bankaları	Şube Sayıları	2019 Yılı 1. Altı Ay (Bin TL)*			
			Çalışan Sayıları	Toplam Aktifler*	Toplam Krediler*	Toplam Toplanan Fonlar*
1	Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.	232	3.930	44.593.923	27.778.116	30.627.739
2	Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.	419	5.867	83.569.920	50.921.172	63.511.618
3	Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş.	2	173	1.412.915	805.743	163.259
4	Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.	310	3.540	51.218.267	32.136.103	32.117.232
5	Vakıf Katılım Bankası A.Ş.	94	1.096	23.416.142	14.597.797	17.381.888
6	Ziraat Katılım Bankası A.Ş.	88	1.090	24.957.680	20.211.588	16.046.711
Toplam			15.696	229.168.847	146.450.519	159.848.447

<http://www.tkbb.org.tr/banka-genel-bilgileri>, 16.09.2019

2. Literatür Taraması

Bu bölümde müşterilerin veya potansiyel müşterilerin katılım bankaları ile ilgili görüşlerine yer veren çalışmalar incelenmiştir. Literatür özeti eski tarihli çalışmadan yeni tarihli çalışmaya doğru sıralanmıştır.

Thambiah ve Diğ., (2011) yapmış oldukları çalışmada müşterilerin İslami bankalara bakışını araştırmışlardır. Çalışmada Malezya’da farklı bölgelerde yaşayan müşterilerin karşılaştırmasını yapmışlardır. 537 katılımcıyla gerçekleştirilen çalışmaya göre; gelişmiş ve gelişmekte olan bölge müşterileri arasında farkındalık, algılanan karmaşıklık, belirsizlik ve gözlemlenebilirlik konularında çok belirgin farklılıklara rastlanmıştır. Müşteriler arasında kar payı ödemelerinde, kredi geri ödeme sürelerinde ve bankacılık hizmeti ücretlerinde farklılıklar tespit edilmiştir.

Abdullah ve Diğ., (2012) yılında yaptıkları çalışmada, gayrimüslim müşterilerin İslami Bankalar’a bakışını ortaya koymayı amaçlamışlardır. Kuala Lumpur’da yaşayan 152 İslami banka müşterisi ile anket yapılmıştır. Katılımcılar hem İslami banka hesaplarına hem de geleneksel banka hesaplarına sahiptir. Çalışmanın sonucuna göre İslami bankacılık hizmetlerinin Kuala Lumpur'daki gayrimüslimler arasında ilerleme kaydettiği görülmüştür. Bu olumlu eğilime rağmen, Müslüman olmayan müşterilerin İslami bankacılık kavramları konusundaki anlayış düzeyini artırmak için daha fazla çaba harcanması gerekmektedir. Eğitim seviyesi yüksek müşterilerin İslami bankacılık hakkındaki bilgilerinin daha kapsamlı olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların çoğu, İslami bankacılığın yakın bir gelecekte Malezya'da geleneksel bankacılığa egemen olacağı düşüncesindedir.

Özsoy, Görmez ve Mekik 2013 yılında gerçekleştirdikleri çalışmalarında katılım bankalarının tercih edilme nedenlerini araştırmışlardır. Bolu’da gerçekleştirilen çalışmada anket tekniği uygulanmış ve 3 farklı katılım bankasından 217 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, katılımcıların katılım bankalarını tercih etmelerinde en başta gelen faktör; hizmet/ürün kalitesidir. Hizmet ürün kalitesini sırasıyla, imaj ve güven, personel kalitesi ve dini/çevresel motivasyon faktörleri takip etmektedir.

Ergeç, Kaytancı, ve Toprak (2014) katılım bankası müşterilerine yönelik bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre katılımcılar geleneksel bankaların, yasal düzenlemelerin yapılması durumunda, İslami bankacılık pencereleri açmalarına sıcak bakmaktadır. Geleneksel bankaların İslami bankacılık ürünleri sunmaları halinde bu bankalarla çalışabileceklerini belirtmişlerdir.

Sohail ve Diğ., (2014) Pakistan'ı konu alan çalışmalarında İslami bankacılığın 1980 yılında Pakistan'a girmesine rağmen tüm ürünlerin müşteriler tarafından pazarlama eksiklikleri nedeniyle benimsenemediğini belirtmektedirler. Anket yoluyla gerçekleştirilen çalışmaya 115 kişi katılmıştır. Katılımcılar geleneksel bankalarda veya katılım bankalarında hesabı bulunan kişilerdir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre İslami bankacılık ürün ve hizmet sağlayıcıları müşterilere ürün ve hizmetlerini anlatmak için yeterince çaba harcamamaktadırlar. Müşteriler ürünler hakkında yeteri kadar bilgiye sahip değildir. Elde edilen diğer bir sonuç; araştırmaya katılanlar İslami bankalarla geleneksel bankalar arasındaki farkı tam olarak anlayamamışlardır. Her iki tarafın da benzer ürünler sunduklarına inanmaktadırlar. Son olarak çalışma, katılımcıların bankalarını seçmede algıladıkları en önemli faktörlerin, ürün ve hizmetlerin maliyeti veya faydası ve bankaların müşterilerle sağladığı sıcak iletişime dayandığı sonucuna varmıştır.

Adeyemi ve Zare (2015) Fildişi Sahili Cumhuriyeti'nde gerçekleştirdikleri çalışmalarında, Fildişi Sahili'ndeki banka müşterilerinin ülkedeki İslami bankacılığın uygulanabilirliği konusundaki algılarını ampirik olarak incelemişlerdir. 274 anket uygulanmıştır. Sonuçlar, Fildişi bankası müşterilerinin çoğunun İslami bankacılığın farkında olduğunu, ancak operasyonları hakkında bilgi sahibi olmadıklarını göstermektedir. Dahası, müşteriler Fildişi Sahili'nde kurulduğunda, işlem maliyetleri yüksek olmadığı takdirde, İslami bankaları himaye etmeye istekli olduklarını belirtmektedirler. Banka seçimini etkileyen muhtemel faktörler arasında din, bankacılık ve müşteri ile ilgili faktörler ve toplumsal normların sayılabileceği belirtilmiştir.

Toraman, Ata, ve Buğan (2015) yapmış oldukları çalışmada tüketicilerin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik tutum ve davranışlarını ölçmeye çalışmışlardır. Araştırmaya katılanlar İslami bankacılık ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmadıklarını ortaya koymuşlardır. Ayrıca geleneksel banka müşterileri ile yalnızca İslami bankalarla çalışanlar arasında istatistiki olarak anlamlı görüş farklılıkları tespit edilmiştir.

Gökçen ve Gönen (2017) İzmir'de Ege Bölgesi Sanayi Odası'na bağlı olarak faaliyet gösteren, "EBSO İlk 100 Büyük Sanayi Kuruluşu" listesinde yer alan firmalar üzerine bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmaya ana kütleinin üçte biri katılmıştır. Araştırmaya katılan işletmeler geleneksel bankalarla katılım bankaları arasında, gerçekleştirdikleri faaliyetler açısından, çok belirgin farklılıklar görmemişlerdir. Çalışılacak bankalar ve satın alınacak hizmetler açısından, sosyal faktörlerden daha çok maliyetlerin ön planda olduğu araştırmanın temel sonuçlarındandır. Ayrıca katılım bankacılığı faaliyetleri ile ilgili yeterince tanıtım yapılmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Öğünç (2017) çalışmasında katılım bankalarının faaliyete geçmesinin özellikle dini hassasiyeti nedeniyle faizli işlem gerçekleştiren mevduat bankalarından uzak duran kesim için büyük bir ferahlık sebebi olduğunu belirtmektedir. Katılım bankaları yardımıyla dini gerekçelerle yastık altında tutulan önemli bir fonun sisteme katıldığı belirtilmiştir. Ayrıca faizden uzak durarak işletmelerini büyütmek isteyenler için de bir fon kaynağı oluşturduğu vurgulanmıştır. Öğünç ayrıca katılım bankalarının her ne kadar faizsiz işlemleriyle ön plana çıksa da, sunulan hizmetlerin bazı açılardan faizli bankaların hizmetleriyle benzer niteliğe sahip olmasının, çeşitli kaynaklar tarafından eleştirildiğini belirtmektedir.

Razimi ve Romle'nin (2017) çalışmalarında, Malezya'da Müslüman olmayanların katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerine bakışını konu alan çalışmaların genel değerlendirmesini yapmışlardır. Müslüman olmayan eğitimli müşteriler İslami bankaların ürün ve hizmetleri ile ilgili bilgilere kolay ulaşma imkânı ile yakın gelecekte İslami bankaların geleneksel bankalara oranla sektörü domine edeceği düşüncesindedirler. Çalışmaya göre İslami bankalarda yüksek standartlarda hizmet kalitesi sunumu, Müslüman olmayanların İslami bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik algısı ile ilgili müşterilerin memnuniyetini arttıracaktır. Ayrıca küçük yaşta

çocuklara İslami bankalarla ilgili verilecek bilgiler gelecekte katılım bankalarına uzun vadeli ilgiyi artıracaktır.

Riaz, Khan ve Khan, 2017 yılında gerçekleştirdiği çalışmalarında, Pakistan’da tüketicilerin gözüyle İslami banka perspektifi konusunu incelemişlerdir. Araştırmada birçok üniversiteden 150 öğrenci ve İslami banka çalışanlarına anket uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre İslami bankacılık ve finans alanıyla ilgili katılımcıların genel görüşü olumludur. Analiz sonuçlarına göre farkındalık, bilgi ve dindarlık seviyesinin, tüketicilerin Pakistan'daki İslami finansman ürünleri ve hizmetleri konusundaki algılarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Çalışmaya göre farkındalığı ve anlayışı geliştirmek için, İslami bankalar daha iyi pazarlama stratejileri yapabilir ve cami ziyaretleri ve konferansları ile varlıklarını arttırabilirler. Sanayi ve bilim adamları arasındaki işbirliği, tüketicilere daha yenilikçi ürünler sağlamada yardımcı olabilir.

Belwal ve Al Maqbalı, 2019 yılında yayınlanan çalışmalarında, Umman’da müşterilerin İslami bankalara bakışını araştırmışlardır. Çalışmada, Umman’da iki şehirden 60 katılımcıya mülakat şeklinde ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre Umman’da müşterilerin İslami bankalar ile ilgili kafa karışıklığı söz konusudur. Araştırmaya katılanların bazıları, bankaların İslami ilkeleri takip edip etmediğinden emin değildir. Ayrıca katılımcıların çoğunluğu, İslami bankalarla veya İslami pencerelerle bir hesap açmamıştır. Katılımcıların bir kısmı geleneksel bankalarla İslami bankalar arasında bir fark görmemiştir. İslami bankalara bakış cinsiyete göre değişmemektedir. Katılımcılar genel olarak İslami bankacılık ve geleneksel bankacılığın birbirinin yerini alacağını değil, beraber var olacaklarını düşünmektedirler.

3. Araştırma

Araştırma bölümünde veri seti, yöntem ve bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Veri Seti

Bu çalışmanın amacı KOBİ’lerin katılım bankalarına bakışını ortaya koyabilmektir. Bu amaçla Gökçen ve Gönen’in (2017) “Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı” isimli çalışmada kullandıkları ölçek kullanılmıştır. Araştırma Isparta’da 2019 yılının Mart ve Mayıs ayları arasında, çalışan sayısı 250’nin altında 315 işletme ile gerçekleştirilmiştir. Hem yurt içinde hem de yurt dışında yapılan çalışmalarda katılım bankaları ile ilgili işletmelerin görüşüne başvuran çalışmalar azınlıktadır. Bu yönüyle literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Katılımcılara demografik özelliklere ilişkin 5 soru, görüş almak için ise 13 soru sorulmuştur.

3.2. Yöntem

Araştırmaya dahil edilen anketler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Ankete katılan işletmeler rastgele örneklem seçim yöntemiyle belirlenmiştir. Ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmış ardından işletmelerin ankete verdikleri cevapların yüzde ve frekans dağılımları bulunmuştur. Ardından demografik özelliklere göre cevapları analiz edebilmek için alt gruplar arasında fark olup olmadığı incelenmiştir. Bu aşamada ilk olarak verilerin normal dağılım gösterip göstermedikleri test edilmiş, normal dağılım göstermedikleri için de parametrik olmayan testlerden Kruskal-Wallis Test testi ile alt gruplar arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olup olmadığı incelenmiştir.

3.3. Bulgular

Anketin öncelikle güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 3’te görüldüğü üzere ölçeğin Cronbach Alpha değeri %81’dir. Elde edilen Cronbach Alfa değeri, anketin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2006).

Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonucu

Güvenilirlik Analizi	
Cronbach's Alpha	Değişken Sayısı
,810	13

Araştırmaya katılan işletmelerle ilgili demografik bulgular Tablo 4 ile sunulmuştur. Araştırmaya katılan işletmelerin %43'ü on yaşına kadar olan işletmelerdir. Limited ve anonim şirketler dışında kalanlar, toplamın %57'sini oluşturmaktadır. Firmaların faaliyet gösterdiği sektörler bakınca %45'inin ticaretle uğraştığı %36'sının hizmet işletmesi olduğu ve %19 ile 59 işletmenin üretim işletmesi olduğu görülmektedir. İşletmelerin %68'i geleneksel bankalarla çalışırken %25'i katılım bankalarıyla çalıştığını belirtmiştir. Ankete katılanların %47'si ileride katılım bankalarıyla çalışabileceğini belirtirken %24'ü ise çalışmayacağını belirtmiştir.

Tablo 4. Araştırma Katılımcılarının Demografik Bulguları

		Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Firma Yaşı (Yıl)	0-9	134	42,5	100,0
	10-19	103	32,7	
	20-29	48	15,2	
	30 ve üzeri	30	9,5	
Şirket Türü	Limited	108	34,3	99,7
	Anonim	27	8,6	
	Diğer	179	56,8	
Firmanın Faaliyet Gösterdiği Sektör	Üretim	59	18,7	100,0
	Ticaret	142	45,1	
	Hizmet	114	36,2	
Çalıştığınız Banka Türü	Ticaret Bankası	213	67,6	100,0
	Katılım Bankası	78	24,8	
	Yatırım ve Kalkınma Bankası	24	7,6	
Gelecekte Bir Katılım Bankası ile Çalışmayı Düşünür Müsünüz?	Evet	149	47,3	100,0
	Hayır	77	24,4	
	Kararsızım	89	28,3	

Katılımcılara sorulan soruların aritmetik ortalamaları incelendiğinde bankacılık faaliyetlerinde düşük kredi maliyeti en çok önemsenen konu olmuştur. Bunu cazip kar payı oranları ve ödeme imkânları takip etmiştir. Bankaların ticari olarak karlı olduklarını düşündükleri durumlarda katılım bankaları ile çalışabilecekleri seçeneği üçüncü en çok önemsenen başlıktır. Çalışmada en düşük ortalamayı katılım bankalarının faizsiz işlem yürüttüklerine ilişkin görüş almıştır. Araştırmaya katılanlar katılım bankalarının ürün ve hizmet çeşitliliğini arttırabileceklerini düşünmektedirler ayrıca ürün ve hizmet tanıtımlarının artırılması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Tablo 5. İşletmelerin Katılım Bankaları ile İlgili Görüşlerinin Ortalama Değerleri

	Değişken	Ortalama 5 üzerinden
1	Düşük maliyetli kredi imkânı sundukları takdirde katılım bankaları ile çalışırım.	3,67
2	Cazip kar payı oranları ve ödeme imkânları olduğu takdirde katılım bankaları ile çalışırım.	3,65
3	Ticari olarak karlı olduklarını düşündüğüm takdirde katılım bankaları ile çalışırım.	3,58
4	Katılım bankalarının finans sektörü içerisinde gerekli kuruluşlar olduğunu düşünüyorum.	3,57
5	Faizsiz işlem yaptıkları için katılım bankaları ile çalışırım.	3,30
6	Katılım bankaları uygulamaları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	3,27
7	Faizsiz finansman araçları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	3,23
8	Katılım bankası faaliyetlerinin geleneksel bankacılık faaliyetlerinden farklı olduğuna inanıyorum.	3,06
9	Katılım bankalarının dini hassasiyetleri gözettiklerini düşünüyorum.	2,99
10	Katılım bankalarının iyi bir imaj ve popülariteye sahip olduklarını düşünüyorum.	2,98
11	Katılım bankaları ürün ve hizmet tanıtımı yeterince yapıyor.	2,97
12	Katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	2,94
13	Katılım bankalarının iddia ettikleri gibi faizsiz işlem yürüttüklerine inanıyorum.	2,76

Bu aşamadan sonra alt gruplar arasında yani demografik özelliklere göre farklı görüşler olup olmadığı incelenmiştir. Burada incelemenin parametrik testlerle mi yoksa parametrik olmayan testlerle mi yapılması gerektiğini belirlemek amacıyla normallik testleri gerçekleştirilmiştir. Tablo 6’da verilen normal dağılım gösterip göstermediğine ilişkin test sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 6. Verilerin Normal Dağılım Testi Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statisti c	df	Sig.	Statisti c	df	Sig.
Katılım bankaları uygulamaları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	,232	302	,000	,896	302	,000
Faizsiz finansman araçları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	,179	302	,000	,911	302	,000
Katılım bankaları ürün ve hizmet tanıtımı yeterince yapılıyor.	,186	302	,000	,912	302	,000
Katılım bankalarının iyi bir imaj ve popülariteye sahip olduklarını düşünüyorum.	,171	302	,000	,908	302	,000
Katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	,185	302	,000	,913	302	,000
Katılım bankalarının finans sektörü içerisinde gerekli kuruluşlar olduğunu düşünüyorum.	,263	302	,000	,867	302	,000
Katılım bankalarının iddia ettikleri gibi faizsiz işlem yürüttüklerine inanıyorum.	,178	302	,000	,908	302	,000
Katılım bankalarının dini hassasiyetleri gözettiklerini düşünüyorum.	,159	302	,000	,915	302	,000
Ticari olarak karlı olduklarını düşündüğüm takdirde katılım bankaları ile çalışırım.	,272	302	,000	,856	302	,000
Cazip kar payı oranları ve ödeme imkanları olduğu takdirde katılım bankaları ile çalışırım.	,276	302	,000	,856	302	,000
Düşük maliyetli kredi imkanı sundukları takdirde katılım bankaları ile çalışırım.	,299	302	,000	,832	302	,000
Faizsiz işlem yaptıkları için katılım bankaları ile çalışırım.	,199	302	,000	,893	302	,000
Katılım bankası faaliyetlerinin geleneksel bankacılık faaliyetlerinden farklı olduğuna inanıyorum.	,162	302	,000	,905	302	,000

a. Lilliefors Significance Correction

H₀: Veriler normal dağılmaktadır.**H₁:** Veriler normal dağılmamaktadır.

Veri setinin significant değerleri incelendiğinde hem Kolmogorov-Smirnov hem de Shapiro-Wilk testine göre hiçbir değer 0,05'in (%5 anlamlılık düzeyinde) üzerinde olmadığı görülmektedir. Bu da bize verilerin normal dağılmadığını göstermektedir. H₀ hipotezi reddedilmiş alternatif hipotez (H₁) reddedilememiştir. Bu bulgular bizi parametrik olmayan testlere yönlendirmektedir. Alt grupların görüş farklılıklarını ortaya koymaya çalıştığımız aşağıdaki tablolarda yalnızca istatistiki olarak anlamlı fark tespit edilenlere yer verilmiştir. Hipotezler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

H₀: Anket sorusuna verilen cevaplar firma yaşına göre farklılık göstermemektedir.**H₁:** Anket sorusuna verilen cevaplar firma yaşına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 7. Firma Yaşına Göre Katılımcılar Arasında İstatistiki Olarak Anlamli Fark Bulunan Değişkenler

	H ₀ Hipotezi	Test	Sig.	Karar
1	Katılım bankaları uygulamaları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,005	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
2	Faizsiz finansman araçları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,019	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
3	Katılım bankaları ürün ve hizmet tanıtımı yeterince yapılıyor.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,025	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.

Firma yaşına göre işletmelerin sorulara verdikleri cevaplar incelendiğinde yalnızca üç soruda farklı görüş ortaya çıkmıştır. Bu sorular Tablo 7’de verilmiştir. 30 ve üzeri yaştaki işletmeler katılım bankaları uygulamaları ve faizsiz finansman araçları hakkında diğer işletmelere göre daha fazla bilgiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Ayrıca bu işletmeler diğer işletmelere oranla katılım bankacılığı ürün ve hizmet tanıtımının yeterince yapıldığını düşünmektedirler.

Tablo 8. Şirket Türüne Göre Katılımcılar Arasında İstatistiki Olarak Anlamli Fark Bulunan Değişkenler

	H ₀ Hipotezi	Test	Sig.	Karar
1	Katılım bankaları uygulamaları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
2	Faizsiz finansman araçları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
6	Katılım bankalarının finans sektörü içerisinde gerekli kuruluşlar olduğunu düşünüyorum.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,039	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
7	Katılım bankalarının iddia ettikleri gibi faizsiz işlem yürüttüklerine inanıyorum.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,015	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
12	Faizsiz işlem yaptıkları için katılım bankaları ile çalışırım.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	0,002	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.

Şirket türüne göre işletmelerin anket sorularına verdiği cevaplar incelendiğinde beş soruda istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Katılım bankaları ile çalışan limited ve anonim şirketler, katılım bankaları ile ilgili yeterince bilgi sahibi olduklarını düşünürken, diğer şirketlerde bu oran daha düşük kalmıştır. Yine faizsiz finans araçları hakkında limited ve anonim şirketlerin bilgi düzeyi diğer şirketlere göre daha yüksektir. Katılım bankalarının sistem içerisinde gerekli olduğunu en çok anonim şirketler ardından da limited şirketler düşünmektedir. Şirketler arasında katılım bankalarının faizsiz işlem yürüttüğüne en çok, anonim şirketler inanmaktadır. En az ise limited şirketler inanmaktadır. Faizsiz işlem yaptıkları için katılım bankalarını en çok tercih edenler anonim ve limited şirketler dışındaki şirketlerdir. Sırasıyla anonim şirketler ve limited şirketler takip etmektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde üretim, ticaret ve hizmet işletmelerinin cevapları arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 9. Çalışılan Banka Türüne Göre Katılımcılar Arasında İstatistiki Olarak Anlamlı Fark Bulunan Değişkenler

	H₀ Hipotezi	Test	Sig.	Karar
1	Katılım bankaları uygulamaları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
2	Faizsiz finansman araçları hakkında yeterince bilgiye sahibim.	Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
4	Katılım bankalarının iyi bir imaj ve popüleriteye sahip olduklarını düşünüyorum.	Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
5	Katılım bankalarının sundukları ürün ve hizmet çeşitliliğinin yeterli olduğunu düşünüyorum.	Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
6	Katılım bankalarının finans sektörü içerisinde gerekli kuruluşlar olduğunu düşünüyorum.	Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
7	Katılım bankalarının iddia ettikleri gibi faizsiz işlem yürüttüklerine inanıyorum.	Kruskal-Wallis Test	0,002	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
8	Katılım bankalarının dini hassasiyetleri gözettiklerini düşünüyorum.	Kruskal-Wallis Test	0,001	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
12	Faizsiz işlem yaptıkları için katılım bankaları ile çalışırım.	Kruskal-Wallis Test	0,000	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.
13	Katılım bankası faaliyetlerinin geleneksel bankacılık faaliyetlerinden farklı olduğuna inanıyorum.	Kruskal-Wallis Test	0,001	H ₀ hipotezi reddedilmiştir.

Çalışılan banka türüne göre işletmelerin anket sorularına verdikleri cevaplar incelendiğinde 13 sorudan 9'unda istatistiki olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Bu sorular Tablo 9 ile gösterilmiştir. Katılım bankaları ile çalışanların büyük bir bölümü katılım bankacılığı hizmetlerinden ve ürünlerinden haberdar olduklarını belirtmişlerdir. Ticaret bankaları ile çalışanlar ise konu ile ilgili daha az bilgi sahibidir. Katılım bankalarının bir tanıtım eksikliği bu durumun nedeni olabilir. Ticaret bankaları ile çalışan önemli bir kitle katılım bankalarının iyi bir imaj ve popüleriteye sahip olmadıklarını düşünmektedir. Katılım bankası müşterilerinin büyük oranda böyle bir düşüncesi yoktur. Hem katılım bankaları ile çalışanların hem de diğer bankalarla çalışanların çok önemli bir bölümü katılım bankalarına, bankacılık sistemi içinde ihtiyaç olduğunu düşünmektedir. Aslında buradan geleneksel banka müşterilerinin genel olarak katılım bankaları ile ilgili bir önyargıları olmadığı sonucu çıkartılabilir. Katılım bankaları ile çalışan KOBİ'lerin üçte biri, katılım bankalarının faizsiz işlem yaptığı düşüncesinde değildir, ancak yarısı buna inanmaktadır. Katılım bankaları dışında bankalarla çalışanların yarıya yakını faizsiz işlem yürütüldüğüne inanmaz iken, beşte biri katılım bankalarının faizsiz işlem yürüttüğüne inanmaktadır. Araştırmaya katılan her üç kişiden biri katılım bankalarının dini hassasiyetleri gözetip gözetmediğine ilişkin soruya “fıkrim yok” cevabını vermiştir. Dolayısıyla bu konu ile ilgili bir kafa karışıklığı olduğu ortadadır. Katılım bankaları ile çalışan her yüz kişiden 23'ü katılım bankası faaliyetlerinin geleneksel bankacılık faaliyetlerinden farklı olduğuna inanmamaktadır. Ayrıca gelecekte katılım bankaları ile çalışmayı düşünenlerle düşünmeyenlerin anket sorularına verdikleri cevapların tamamı, istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermektedir yani konuya yaklaşımları istatistiki olarak anlamlı bir farklılığa sahiptir.

4. Sonuç ve Tartışma

Kamu katılım bankalarının da sisteme dahil olmasıyla tasarruf sahiplerinin katılım bankalarına bakışı daha da merak edilir hale gelmiştir. Pazar payını artırmayı hedefleyen katılım bankaları

için fon sahiplerinin bu kurumlara bakışı oldukça önemlidir. Araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında en yüksek puan verilen görüşe göre; KOBİ'ler, katılım bankaları düşük faizli kredi sundukları takdirde bu bankalarla çalışabileceklerini belirtmişlerdir. İkinci sıradaki cevaba göre ise KOBİ'ler cazip kar payı oranları ve ödeme imkânları olduğu takdirde katılım bankaları ile çalışabileceklerini belirtmişlerdir. Üçüncü en yüksek cevaba sahip soruya göre ise KOBİ'ler ticari olarak karlı olduklarını düşündüklerinde katılım bankaları ile çalışabileceklerini belirtmişlerdir. Diğer taraftan KOBİ'lerin, katılım bankalarının iddia edildiği gibi faizsiz işlem yürüttüklerine olan inancı 2,76/5 puan ile en düşük puanı almıştır. Katılım bankaları işletme çıkarları söz konusu olduğunda katılım bankası veya geleneksel banka ayrımını çok fazla önemsememektedir. Dini olgulara dayalı tercihler katılım bankaları ile çalışılıp çalışılmayacağı konusunda esas belirleyici faktör olarak görülmemektedir. Bu sonuçlar literatürde Thambiah vd. (2011), Sohail vd. (2014), Adeyemi ve Zare (2015) ve Gökçen ve Gönen'in (2017) çalışmalarıyla benzerlik gösterirken, Özsoy vd. (2013) ile farklılık göstermektedir. Araştırmaya katılanların görüşleri demografik özelliklere göre incelendiğinde katılım bankaları ile çalışmayı düşünenlerle düşünmeyenler arasında anket sorularına verilen cevapların tamamında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmıştır. Yani ilgili tarafların olaylara bakışı tamamen farklıdır. Firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre bakıldığında ise herhangi bir soruda istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur. Sektörlerin katılım bankacılığına bakışı benzerlik göstermektedir.

Katılım bankaları pastadan daha fazla pay almak istiyorsa fon sahiplerini ürünleri konusunda daha çok bilgilendirmeli ve küçük işletmelerin gözünde sistemin faizsiz çalıştığını ortaya koyacak iş modelleriyle ürün portföylerini geliştirmelidirler. Katılım bankaları tüketimin finansmanı modelinden, bölgesel olarak reel üretime dayalı projeleri destekleyen ya da bizzat banka girişimleriyle bu tip projeleri hayata geçiren bir modele geçiş yapmalıdır. Bu tutum hem daha düşük maliyetli fona ulaşmayı sağlayacaktır, hem de "faizsiz bankacılığa" olan güveni artıracaktır. Araştırmacılara önerimiz; çalışma çok sayıda ili kapsayacak şekilde tekrarlanabilirse daha genele ilişkin sonuçlara ulaşılabilir.

Kaynakça

- (2019, 09 16). Türkiye Katılım Bankaları Birliği: <http://www.tkbb.org.tr/banka-genel-bilgileri> adresinden alındı
- (2019, 07 10). Türkiye Katılım Bankaları Birliği: <http://www.tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar> adresinden alındı
- Abdullah, A. A., Sidek, R., & Adnan, A. A. (2012). Perception of Non-Muslims Customers towards Islamic Banks in Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 151-163.
- Adeyemi, A. A., & Zare, I. (2015). An empirical investigation of banking customers' perception of the viability of Islamic banking in Côte d'Ivoire. *Intellectual Discourse*, 425-451.
- Belwal, R., & Al Maqbali, A. (2019). A study of customers' perception of Islamic banking in Oman. *Journal of Islamic Marketing*, 150-167.
- Ergeç, E. H., Kaytancı, B., & Toprak, M. (2014). Katılım Bankası Müşterilerinin Bankacılık Sistemi Kullanım Tercihleri: Mevduat Bankaları İçin İslami Bankacılık Penceresi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 53-90.
- Gökçen, G., & Gönen, İ. (2017). Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri Ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 61-77.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Öğünç, H. (2017). Katılım Bankaları Üzerine Bir Değerlendirme: Literatür Ve Finansal Durum İncelemesi. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 169-186.
- Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. *Yönetim ve Ekonomi*, 187-206.
- Razimi, M., & Romle, A. (2017). Non-Muslim Perception on Islamic Banking Products and Services in Malaysia. *World Journal of Islamic History and Civilization*, 7-11.
- Riaz, U., Khan, M., & Khan, N. (2017). An Islamic banking perspective on consumers’ perception in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 337-358.
- Sohail, A., Hamza, M., Ijaz, F., & Azeem, M. (2014). Perception of Individual Consumers toward Islamic Banking Products and Services in Pakistan. *Journal of Poverty, Investment and Development*, 179-185.
- Thambiah, S., Eze, U., Santhapparaj, A., & Kesavan, A. (2011). Customers’ Perception on Islamic Retail Banking: A Comparative Analysis: A Comparative Analysis between the Urban and Rural Regions of Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 187-198.
- Toraman, C., Ata, H., & Buğan, M. F. (2015). A Study on Customer Perception towards the Islamic Banking Operations. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 761-779.

Research Article**KOBİ'lerin Katılım Bankalarına Bakışı: Isparta İlinde Bir Uygulama²***SMEs' View On Participation Banks: A Research in Isparta*

Turan KOCABIYIK Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü ISPARTA turankocabiyik@sdu.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-3651-206X	Türker TEKER Arş. Gör. Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü ISPARTA turkerteke@sdu.edu.tr https://orcid.org/0000-0002-4692-3439
---	--

Extensive Summary**Introduction**

In Turkey until 2015, only the private banks were operating in the participation banking sector, after this date, public participation banks have entered to the sector and the sector has started to upgrade its share in the banking sector pie. As of June 2019, a total of six participation banks, three private and three public banks, continue to operate. According to the data of Banking Regulation and Supervision Agency, participation banks have collected 7.1% of the funds within the banking sector as of April 2019. Furthermore, 5.1% of the funds extended in the banking sector, 5.6% of total assets, 4.3% of equity and 4.4% in net profit are covered by participation banks. As the number, transaction volume and size of participation banks in the sector increased, the view of the society and enterprises towards these banks became more and more curious.

Table 1. Major Financial Aggregates of Participation Banks and Banking Sector**(Mio. TL - April 2019)**

Financial Titles	Participation Banks	Banking Industry	Market Share of Participation Banks
Funds Collected	163.506	2.287.562	7%
Funds Provided	136.515	2.653.760	5%
Non-Performing Loans	6.195	108.585	6%
Total Assets	240.492	4.286.940	6%
Net Profit	713	16.166	4%
Number of Employees	15.738	206.331	8%
Number of Branches	1.131	11.523	10%

<http://www.tkbb.org.tr/mukayeseli-tablolar>, 10.07.2019

² Bu çalışma, 26-28 Eylül 2019 tarihlerinde Kiev/Ukrayna'da gerçekleştirilen XXIII. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi'nde özet metin bildiri olarak sunulmuştur.

The aim of this study is to present the views of SMEs operating in Isparta on participation banks and participation banking. When the results obtained with this research are evaluated by participation banks, it is thought that they can contribute to increase their shares in the sector. In addition, if there is any prejudice of the enterprises related to participation banking, it is considered that it will contribute to the point of detecting and trying to overcome these prejudices. The subjects that should be given priority by the participation banks in order to increase their customers have been tried to be put forward by the study.

Methodology

With this study it is aimed to reveal SMEs' view of participation banks. For this purpose, the scale which was created by Gökçen and Gönen (2017) in the study titled “Place of Participation Banks in Finance Sector and Customer Perception of Participation Banks” was used.

The questionnaires included in the research were conducted face to face. The companies that participated in the survey were determined by random sample selection method. The reliability analysis of the scale was made and then the percentage and frequency distributions of the responses of the enterprises to the survey were found. Then, in order to analyze the answers according to demographic characteristics, it was examined whether there was a difference between the subgroups. At this stage, it was first tested whether the data showed normal distribution. Also, Kruskal-Wallis Test, which is one of the nonparametric tests, was examined to determine whether there was a statistically significant difference between the subgroups. The research was carried out in Isparta between March and May 2019, with 315 enterprises under 250 employees. In the study, the participants were asked 13 questions except demographic questions. Participants were asked to answer these questions on a 5-point Likert scale.

Findings

According to the results, the highest scoring evaluation; SMEs have stated that they can work with participation banks if they offer low-cost loans. According to the second answer, SMEs stated that they can work with participation banks if they have attractive dividend rates and payment opportunities. According to the third highest answer, SMEs stated that they can work with participation banks when they think they are commercially profitable. The belief that participation banks carry out interest-free transactions as claimed is the lowest score with 2.76 / 5 points. SMEs do not pay much attention to the separation of participation banks or traditional banks when it comes to business interests. Choices based on religious phenomena are not seen as the main determinant of whether or not to work with participation banks.

Table 2. Average Scores of Companies' Views on Participation Banks

	Variable	Mean (Over 5)
1	I work with participation banks if they offer low-cost loans.	3,67
2	I work with participation banks if there are attractive dividend rates and payment opportunities.	3,65
3	If I think they are commercially profitable, I work with participation banks.	3,58
4	I think that participation banks are necessary institutions within the financial sector.	3,57
5	I work with participation banks for interest-free transactions.	3,30
6	I have enough knowledge about participation banks.	3,27
7	I have enough knowledge of interest-free financing instruments.	3,23

8	I believe that participation bank activities are different from traditional banking activities.	3,06
9	I think that participation banks take religious sensitivities into account.	2,99
10	I think that participation banks have a good image and popularity.	2,98
11	Participation banks are promoting products and services sufficiently.	2,97
12	I think that the variety of products and services offered by participation banks is sufficient.	2,94
13	I believe that participation banks carry out interest-free transactions as they claim.	2,76

At the other stage of the analysis, it was examined whether there is a statistically significant difference in the opinions of SMEs about participation banking according to demographic factors. It is seen that SMEs have different perspectives according to characteristics such as company age, company type and the type of bank currently being worked. No relationship was found between the sector in which the firm operates and the perspective of participation banking. Those who think of working with a participation bank in the future and those who do not think about participation banking are completely different.

Conclusion

After the public participation banks were included in the participation banking system, the view of the savings owners towards participation banks became even more curious. For participation banks aiming to increase their market share, fund owners' view of these institutions is very important.

According to the opinion given in the light of the results obtained from the research; SMEs have stated that they can work with participation banks if they offer low interest loans. The belief that participation banks carry out interest-free transactions as claimed is the lowest score with 2.76 / 5 points. SMEs do not pay much attention to the separation of participation banks or traditional banks when it comes to business interests. Choices based on religious phenomena are not seen as the main determinant of whether or not to work with participation banks. These results are reported similarly in the literature by Thambiah et al. (2011), Sohail et al. (2014), Adeyemi and Zare (2015) and Gökçen and Gönen (2017) but they differ with Özsoy et al. (2013). When the opinions of the participants were analyzed according to demographic characteristics, a statistically significant difference was found between the participation banks and those who thought to work and those who did not think in all answers given to the survey questions. In other words, the views of the parties to the events are completely different. In terms of the sector in which the company operates, there is no statistically significant difference in any question. Sectors' attitudes towards participation banking are similar.

If the participation banks want to get more shares from the market; they should inform the fund holders more about their products and develop their product portfolios with business models that will show that the system works without interest in the perception of small enterprises. Participation banks should move from the consumption financing model to a model that supports regionally real-based production projects or realizes such projects through bank initiatives. This approach will both provide access to a lower cost fund and increase confidence in interest-free banking. Our recommendation to researchers; if the study can be repeated to cover a large number of provinces, more general results can be achieved.