

İş Modelindeki Değer Önerileri Mukayesesi Yoluyla Katılım Bankalarının Mevcut Durumunun Analizi

Analysis of Participation Banks Through Business Model Value Propositions

Zeyneb Hafsa ORHAN

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi
İstanbul, Türkiye

orcid.org/0000-0002-7515-910X
hafsa.orhan@izu.edu.tr

Evren Yaşar

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
İşletme Yönetimi Doktora Öğrencisi
İstanbul, Türkiye

orcid.org/0000-0002-1019-7148
evrenyasar1979@hotmail.com

Hasan Hüseyin Deniz

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi
İşletme Yönetimi Doktora Öğrencisi
İstanbul, Türkiye

orcid.org/0000-0002-8031-256X
hhdeniz@gmail.com

Özet

Bu makalenin amacı, Türkiye’deki katılım bankalarının, konvansiyonel bankalar ile iş modelindeki değer önerileri kalemleri açısından mukayese edilmesidir. Söz konusu mukayesenin neticesinde, katılım bankalarının başarılı ve başarısız oldukları noktalar tespit edilmekte, ardından bunların olası sebepleri ortaya konulup bunlara dair çözüm önerileri sunulmaktadır. Bahsi geçen amacı gerçekleştirirken, literatürdeki genel temayülün aksine, finansal oran analizi yerine, iş modeli kanvasında yer alan değer önerileri kısmına dâhil edilebilecek kalemlerin miktar ve oran analizi yapılmaktadır. Türkiye’deki tüm katılım bankalarını ve konvansiyonel bankaları içeren çalışma, BDDK’dan edinilen Temmuz 2017 verilerine dayanmaktadır. Bu bağlamda makalenin öne çıkan bulguları şunlardır; aktif toplamı ve krediler açısından büyüklüğü %5 civarı olan katılım bankalarının; işletme, nakdi KOBİ, konut ve özellikle taşıt kredilerindeki payı %5’in üzerindedir. Katılım bankalarını bu iki ana kalemde aşağıya çeken unsur, ihtiyaç kredileridir. Kredilerden daha iyi bir durumda olmak üzere mevduatların/fonların %5,9’unu toplayan katılım bankaları, mudi sayılarına göre de yaklaşık olarak %5 paya sahiptir. Katılım bankaları, TL ve döviz tevdiat hesabı açısından mevduat payına yakın oranlara sahip iken kıymetli maden hesabında %20 civarı bir paya sahiptir. Bu durum da ürün çeşitliliğinin, katılım bankalarını öne taşımak hususunda ne derece önemli olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Katılım bankacılığı, konvansiyonel bankacılık, Türkiye, iş modeli, değer önerileri, mukayeseli analiz.

Abstract

The aim of this work is to compare participation and conventional banks in terms of value propositions taking place in business model canvas. By this way, we identify successful and unsuccessful points of participation banks. Then, we present possible reasons behind these points. Astly, we offer solution proposals. While conducting this research, in contrast to general tendency in current literature, we make quantity and ratio analysis of the items taking place under value propositions of business model canvas instead of running financial ratio analysis by statistical methods. The work includes all participation and conventional banks as of July 2017. The necessary data is gathered from Banking Regulation and Supervision Agency of Turkey. In result of our analysis, the main findings are as follows; the share of participation banks is around %5 in terms of credits and assets whereas the ratio is higher regarding business, cash SME, housing and especially vehicle credits. The item which brings participation banks down is consumer credit/loan. In terms of deposits, they are slightly better than their position for credits with around %6 share. Regarding amount of depositors, the share is again around %5. Deposits in TL and foreign exchange, the share is closer to general deposit share, however, participation banks are having almost %20 share in precious metal accounts. The results show that product range is very important for them to have better position in the market.

Keywords: Participation banking, conventional banking, Turkey, business model, value propositions, comparative analysis.