

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE ULUSLARARASI FİNANS
ANABİLİM DALI
İSLÂM EKONOMİSİ VE FİNANSI BİLİM DALI

FİNANSAL KRİZ DÖNEMLERİNDE KATILIM
BANKALARININ KOBİ VE TİCARİ MÜŞTERİLERİNİN
MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Cuma ÇELİK

İstanbul

Ocak-2023

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE ULUSLARARASI FİNANS
ANABİLİM DALI
İSLÂM EKONOMİSİ VE FİNANSI BİLİM DALI

**FİNANSAL KRİZ DÖNEMLERİNDE KATILIM BANKALARININ KOBİ VE
TİCARİ MÜŞTERİLERİNİN MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİ: TÜRKİYE
ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

Cuma ÇELİK

Danışman
Prof. Dr. Mehmet BULUT

İstanbul
Ocak-2023

TEZ ONAYI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İslâm Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı, İslâm Ekonomisi ve Uluslararası Finans Bilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Prof. Dr. Mehmet BULUT

Üye Prof. Dr. Metin TOPRAK

Üye Prof. Dr. İbrahim Güran YUMUŞAK

Üye Prof. Dr. Ramazan YANIK

Üye Doç. Dr. Cem KORKUT

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç. Dr. Erhan İÇENER

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Doktora tezi olarak hazırladığım “**Finansal Kriz Dönemlerinde Katılım Bankalarının Kobi ve Ticari Müşterilerinin Memnuniyetinin Ölçülmesi: Türkiye Örneği**” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Cuma ÇELİK

ÖN SÖZ

Öncelikle bu tezi hazırlamamda emeği büyük olan, her vazgeçtiğimde beni yüreklendirip düştüğüm yerden kalkmamı sağlayan ve akademik çalışmamın tamamlanmasında rehberlik yapıp tavsiyeleriyle desteği veren kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Mehmet BULUT'a teşekkür ederim. Ayrıca tüm aşamalarda fikirlerinden yararlandığım ve yoğun çalışma temposu içinde zaman mefhumu olmaksızın her daim desteklerini aldığım Prof. Dr. Metin TOPRAK'a, Prof. Dr. İbrahim Güran YUMUŞAK çalışmamda bana destek olan Prof. Dr. Ramazan YANIK'a teşekkür etmeyi borç bilirim.

Keza üzerimizde çok emekleri olan, doktora ders döneminde değerli fikirleri ve fikirlerini yaşam felsefesi haline getiren, müzakere ettiği ilimlerin vücut bulmuş hali olan; züht ve takvası, engin tecrübeleri ile bizlere rehberlik eden "*insan-ı kâmil*" manasına sık sık vurgu yapan, "*hal dili ve kal dilinin dengesini*" hatırlatan, ilmi çalışmanın "*Sadaka-i Cariye*" vasfına haiz olduğunu zihinlerimize nakşeden ziyadesiyle istifade ettiğimiz Prof. Dr. Arif ERSOY hocamızı minnet ve rahmetle yâd ediyorum.

Tezin tüm aşamalarında görüş ve önerileri ile katkı sağlayan değerli arkadaşlarıma, meslektaşlarıma ve ismini burada zikretmediğim tüm dostlarıma teşekkür ederim.

Teşekkürün en büyüğünü hiç kuşkusuz; her türlü imkânsızlık içinde ilim tahsili için destek olan, gerektiğinde borçlanarak beni okutmaya çalışan cefakâr ve fedakâr ebeveynlerime; ilim yolculuğunda beni sürekli destekleyen, anlayış ve hoşgörüsüyle yanımda olan eşime müteşekkirim.

Cuma ÇELİK
İstanbul-2023

ÖZET

FİNANSAL KRİZ DÖNEMLERİNDE KATILIM BANKALARININ KOBİ VE TİCARİ MÜŞTERİLERİNİN MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Cuma ÇELİK

Doktora, İslâm Ekonomisi ve Uluslararası Finans

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mehmet BULUT

Ocak, 2023, 217 +XX Sayfa

Küresel ve ulusal finansal krizlerin tanımlama parametrelerinin içerisinde, bankacılık sektörü önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Para krizi, sistematik kriz ve dış borç krizi ile birlikte bankacılık krizi, işletmelerin faaliyetlerini sürdürme noktasında darboğazlarla karşılaşmaları gibi şoklarla karşı karşıya kalması sonucunu doğurmaktadır.

Bu çalışma, konvansiyonel bankacılık sisteminin alternatifi olarak varlığını konumlandırmaya çalışan ve finansal sistem içinde faaliyet gösteren katılım bankalarının finansal kriz dönemlerinde KOBİ ve ticari müşterilerinin memnuniyet düzeylerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Finansal kriz etkilerini gidermeye yönelik olarak katılım bankalarının Türkiye'deki işletmelere katkısını ortaya koyan ilk çalışmalardan olması, çalışmanın önem kazanmasını sağlamaktadır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda, Türkiye'de 1994 ile 2020 yılları arasında yaşanan finansal krizler dönemine yönelik bu finansal kriz dönemlerinde ve sonrasında faaliyette bulunan; halen faaliyetlerini sürdürme koşulunu dikkate alarak üç katılım bankasının “Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. ve Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş” müşterilerine Türkiye genelini yansıtabilecek şekilde 428 katılımcıdan oluşan bir örnekleme anket uygulanmıştır.

Çoğunluğunu Marmara bölgesindeki işletmelerin cevapladığı anketlerden elde edilen veriler, standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri kullanılarak anlamlandırılmış; “*Kruskal Wallis-H ve Mann-Whitney U*” testleri uygulanarak bağımsız değişkenler açısından farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bulguları, ankette yöneltilen soruların neredeyse tamamında işletmelerin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak ürün ve hizmetlerin; ücret ve komisyonları ile kredi limit ve teminatlarındaki memnuniyet düzeyi katılım bankalarına duyulan güven ve bağlılığa nispetten düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Farklılık analizleri sonucunda anketi cevaplayan firma yetkilisinin, firmanın ortağı olup olmadığı ve finansman sorumlu olma durumu, firmanın cirosu, katılım bankaları ile çalışma süresi, firmanın ithalat-ihracat yapma durumu, firmaların faaliyet süresi, firma türü ve diğer bağımsız değişkenler açısından farklılıklar bulunduğu görülmektedir.

Bu araştırmada varılan diğer bir sonuç ise; bireysel ve ticari müşterilerin katılım bankalarına yönelik minnettarlığını ve takdirini en çok artıran davranışın, sıkıntı yaşadıkları zamanlarda kendilerine verilen destek olduğu ve bunun da müşteri memnuniyetini ve katılım bankasına olan bağlılığı artırdığıdır.

Anahtar Kelimeler: Katılım Bankacılığı, Finansal Kriz, Müşteri Memnuniyeti, İslami Bankacılık

ABSTRACT

THE MEASUREMENT OF SME AND COMMERCIAL CUSTOMERS SATISFACTION OF PARTICIPATION BANKS IN FINANCIAL CRISIS TIMES: THE CASE OF TÜRKİYE

Cuma ÇELİK

PhD Islamic Economy and International Finance

Supervisor: Prof. Dr. Mehmet BULUT

January -2023, 217 +XX Pages

Within the definition parameters of global and national financial crises, the banking sector is an important element. The banking crisis, together with the monetary crisis, the systematic crisis and the external debt crisis, result in businesses facing shocks such as encountering bottlenecks in terms of continuing their activities.

This study aims to evaluate the satisfaction levels of SMEs and commercial customers in times of financial crisis by participation banks operating within the financial system, which are trying to position their existence as an alternative to the conventional banking system. The fact that it is one of the first studies that reveal the contribution of participation banks to the enterprises in Türkiye in order to eliminate the effects of the financial crisis makes the study gain importance.

In line with the aim of the study, a sampling survey consisting of 428 participants was applied to the customers of three participation banks; (Türkiye Finans Participation Bank A.S., Kuveyt Türk Participation Bank A.S. and Albaraka Türk Participation Bank A.S.) Which were active during and after these financial crisis periods and which were still operating during and after these financial crisis periods, reflecting the whole of Türkiye.

The data obtained from the surveys, the majority of which were replied by the enterprises in Marmara region, were interpreted by using standard deviation and arithmetic mean values; Kruskal Wallis-H and Mann-Whitney U tests were applied

and differential analyses were performed in terms of independent variables. The findings of the study illustrate that the satisfaction levels of the enterprises are high in almost all of the questions asked in the survey.

Nevertheless, it was concluded that the level of satisfaction in the fees and commissions of products and services, as well as in credit limits and guarantees, was lower than the trust and loyalty to participation banks. As a result of the difference analyzes, it is seen that there are differences in terms of whether the company official answering the survey is a partner of the company and whether he is responsible for finance, the company's turnover, the working time with participation banks, the import-export status of the company, the duration of activity of the firms, the type of firm and other independent variables.

One of the conclusions reached in this study is; the behavior that most increases the gratitude and appreciation of individuals and legal entities towards participation banks is the support given to them when they are experiencing difficulties, which increases customer satisfaction and loyalty to the participation bank.

Keywords: Participation Banking, Financial Crisis, Customer Satisfaction, Islamic Banking

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ	ii
ÖN SÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xiv
GRAFİKLER LİSTESİ	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
KISALTMALAR	xviii
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
1.1. Tezin Konusu ve Soruları	4
1.2. Tezin Araştırma Yöntemi.....	6
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	7
1.4. Tezin Düzeni	7
İKİNCİ BÖLÜM	9
FİNANSAL KRİZLER TEORİK ÇERÇEVE VE TANIMLAR	9
2.1. Finansal Kriz Kavramının Tanımı ve Kapsamı	9
2.2. Finansal Krizlerin Altyapısı ve Ortaya Çıkış Nedenleri	15
2.2.1. Finansal Serbestlik ve Sermaye Hareketleri.....	16
2.2.2. Makro Ekonomik Nedenler	18
2.2.3. Kur Sistemlerinin Etkisi	19
2.2.4. Belirsizliğin Artması	20

2.2.5.	Ahlaki Çöküntü	20
2.2.6.	Balon Etkisi	21
2.2.7.	Aşırı Risk İştahı, Hırs ve Açgözlülük	24
2.2.8.	Sürü Etkisi, İyi Hesaplanmamış Risk, Panik ve Çöküş.....	24
2.3.	Finansal Kriz Modelleri	25
2.3.1.	Birinci Nesil Krizler	26
2.3.2.	İkinci Nesil Krizler.....	27
2.3.3.	Üçüncü Nesil Krizler.....	28
2.4.	Finansal Kriz Türleri	29
2.4.1.	Parasal/Döviz Krizleri	30
2.4.2.	Bankacılık Krizleri	31
2.4.3.	Dış Borç Krizleri	32
2.4.4.	Sistemik Krizler.....	33
2.5.	Dünyada ve Ülkemizde Meydana Gelen Başlıca Finansal Krizler	34
2.5.1.	Dünyada Yaşanan Krizlerden Örnekler	35
2.5.1.1.	1929 Büyük Buhranı (Dünya) Krizi.....	36
2.5.1.2.	Meksika Krizi.....	38
2.5.1.3.	Asya Krizi	40
2.5.1.4.	Rusya Krizi	41
2.5.1.5.	2008 Küresel Finans Krizi	42
2.5.2.	Türkiye'nin Yaşadığı Ekonomik Krizler.....	44
2.5.2.1.	1994 Krizi	45
2.5.2.2.	Kasım 2000 ve Şubat 2001 Krizleri.....	46
2.5.2.3.	2008 Krizi	51
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM		53

**KATILIM BANKACILIĞI, FİNANSAL KRİZLERİN KATILIM
BANKACILIĞINA ETKİLERİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ..... 53**

3.1.	Katılım Bankacılığının Tanımı ve Özellikleri.....	53
3.1.1.	Riba Yasağı ve Faizsizlik Prensibi.....	54
3.1.2.	Faize Tarihsel ve Sosyolojik Bakış	56
3.1.3.	Semavi Dinlerin Faize Bakışı.....	57
3.1.4.	Âlimlere Göre Faiz ve Para.....	59
3.1.5.	Âlimlere Göre Faiz ve Kâr	61
3.1.6.	Âlimlere Göre İcra ve Ücret	63
3.2.	Dünyada Katılım Bankacılığı Süreci	64
3.3.	Türkiye’de Katılım Bankacılığı Süreci	66
3.4.	Katılım Bankalarının Fon Kullanırma ve Fon Toplama Yöntemleri.....	71
3.4.1.	Katılım Bankalarının Fon Toplam Yöntemleri	71
3.4.1.1.	Özel Cari Hesaplar	72
3.4.1.2.	Kâr Zarara Katılma Hesapları	73
3.4.1.3.	Kıymetli Maden (Altın, Gümüş) Hesapları.....	74
3.4.2.	Katılım Bankalarının Fon Kullanırma Yöntemleri	75
3.4.2.1.	Murâbaha	76
3.4.2.2.	Selem veya Selef.....	79
3.4.2.3.	İstisna (Eser) Sözleşmesi	80
3.4.2.4.	İcâre-Kiralama	81
3.4.2.5.	Mudârebe	81
3.4.2.6.	Müşâreke	83
3.4.2.7.	Müşâreke-i Mütenâkısaa.....	84
3.4.2.8.	Müzâraa, Müsâkat ve Muğarase	85
3.4.2.9.	Karz-ı Hasen (Borç Verme)	85

3.4.2.10.	Sukuk	86
3.5.	Türkiye’de Faaliyet Gösteren Banka Çeşitleri.....	87
3.6.	Katılım ve Konvansiyonel Bankacılığın Kriz Dönemlerinde Mukayeseli Genel Görünümü	91
3.6.1.	Toplanan Fonların Mukayese Edilmesi.....	92
3.6.2.	Aktiflerin Mukayese Edilmesi	94
3.6.3.	Kullandırılan Fonların Mukayesesi	96
3.6.4.	Takipteki Kredilerin/Kullandırılan Fonların Mukayesesi	97
3.6.5.	Personel ve Şube Sayılarının Mukayesesi.....	100
3.6.6.	Öz kaynaklar Gelişiminin Mukayesesi	103
3.6.7.	Kârlılık Gelişiminin Mukayesesi	105
3.7.	Müşteri Kavramı	106
3.7.1.	Müşteri Tanımı.....	106
3.7.2.	Müşteri Sınıflandırması.....	107
3.7.2.1.	İç müşteri.....	107
3.7.2.2.	Dış Müşteri.....	108
3.7.2.3.	Müşteri Beklentileri	109
3.8.	Müşteri Memnuniyeti Kavramı.....	109
3.8.1.	Müşteri Memnuniyeti Tanımı	110
3.8.2.	Memnuniyeti Etkileyen Etkenler	111
3.8.3.	Müşteri Memnuniyeti Teorileri.....	111
3.8.3.1.	Zıtlık Teorisi	112
3.8.3.2.	Benzeşim-Zıtlık Teorisi	112
3.8.3.3.	Çelişki Teorisi.....	112
3.8.3.4.	Olumsuzluk Teorisi.....	113
3.8.3.5.	Hipotezin Testi Teorisi.....	113

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM 114

KRİZ DÖNEMLERİNDE KATILIM BANKACILIĞININ KOBİ VE TİCARİ MÜŞTERİLERİNİN MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA..... 114

4.1.	Araştırma Amacı ve Önemi	114
4.1.1.	Literatür Taraması veya Teorik Çerçeve.....	115
4.1.2.	Araştırmanın Kapsamı.....	129
4.1.3.	Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama.....	130
4.2.	Araştırmanın Demografik Bilgileri	132
4.2.1.	Yaş Bilgileri	132
4.2.2.	Cinsiyet Bilgileri	134
4.2.3.	Eğitim Bilgileri.....	134
4.2.4.	Faaliyet Süresi	135
4.2.5.	Katılımcıların Firma Ortağı Olması, Finanstan Sorumlu Olması ve Profesyonel Finansman Personelinin Olması.....	136
4.2.6.	Katılımcıların Çalıştığı Katılım Bankaları, Katılım Bankaları İle Çalışma Süresi ve Çalıştığı Banka Türü Bilgileri	138
4.2.7.	Katılımcıların Çalıştığı Banka Türü Bilgileri	140
4.2.8.	Katılımcıların Faaliyet Gösterdikleri Bölge(ler).....	141
4.2.9.	Katılımcıların Şirket Türü Bilgileri.....	142
4.2.10.	Katılımcıların Personel Sayısı.....	143
4.2.11.	Katılımcıların Ciro Büyüklüğü Bilgileri	144
4.2.12.	Katılımcıların Faaliyet Gösterdiği Sektör Bilgileri.....	145
4.2.13.	Katılımcıların Dış Ticaretleri ve Yıllık Miktar Bilgisi.....	146
4.3.	Araştırmanın Bulguları.....	148
4.3.1.	Frekans ve Yüzde Bilgileri.....	148
4.3.2.	Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri	148

4.3.3.	Verilerin Normal Dağılıma Uygunluk Testi	155
4.4.	Farklılık Analizleri	157
4.4.1.	Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Farklılık Analizi	157
4.4.2.	Katılımcıların Firma Ortağı Olmasına Göre Farklılık Analizi..	159
4.4.3.	Firma Sahibinin Finanstan Sorumlu Olmasına Göre Farklılık Analizi	161
4.4.4.	Profesyonel Finansman Personelinin Olmasına Göre Farklılık Analizi	164
4.4.5.	Firmaların Faaliyet Süresine Göre Farklılık Analizi.....	167
4.4.6.	Katılım Bankaları ile Çalışma Süresine Göre Farklılık Analizi	169
4.4.7.	Faaliyet Gösterdikleri Bölgelere Göre Farklılık Analizi.....	170
4.4.8.	Şirket Türü Bilgilerine Göre Farklılık Analizi	172
4.4.9.	Personel Sayısına Göre Farklılık Analizi	174
4.4.10.	Firmanın Ciro Büyüklüğü Bilgilerine Göre Farklılık Analizi...	176
4.4.11.	Faaliyet Gösterdiği Sektöre Göre Farklılık Analizi	178
4.4.12.	İhracat Yapma Durumlarına Göre Farklılık Analizi	180
4.4.13.	Aktif Büyüklüğüne Göre Farklılık Analizi	182
SONUÇ VE ÖNERİLER.....		185
KAYNAKÇA		192
EKLER.....		207
ÖZGEÇMİŞ.....		217

TABLolar LİSTESİ

Tablo 4.1 :Likert Ölçeği Kullanım Tablosu.....	131
Tablo 4.2: Güvenilirlik Analizi.....	132
Tablo 4.3 Likert Ölçeği Tablosu.....	149
Tablo 4.4 :Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Tablosu.....	149
Tablo 4.5 :Ürün ve Hizmetin Memnuniyet Düzeyi.....	150
Tablo 4.6 :Aritmetik Ortalama İfade Sayısı.....	153
Tablo 4.7 :Normal Dağılıma Uygunluk Test Sonuçları.....	155
Tablo 4.8 :Eğitim Düzeyi Bilgileri Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analiz Sonuçları.....	158
Tablo 4.9 :Ortak Olmasına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları.....	159
Tablo 4.10 :Firma Sahibinin Finansmandan Sorumlu Olmasına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları.....	162
Tablo 4.11 :Profesyonel Finansman Personelinin Olmasına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları.....	164
Tablo 4.12 Firmaların Faaliyet Süresine Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	167
Tablo 4.13 Katılım Bankaları ile Çalışma Süresine Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	169
Tablo 4.14 Faaliyet Gösterilen Bölgeler Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	171
Tablo 4.15 Şirket Türü Bilgileri Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	173
Tablo 4.16 Personel Sayıları Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	175
Tablo 4.17 Firmaların Ciro Büyüklüğü Bilgileri Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	176
Tablo 4.18 Faaliyet Gösterdiği Sektör Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	179
Tablo 4.19 Firmaların İhracat Yapma Durumlarına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları.....	180
Tablo 4.20 Firmaların Aktif Büyüklüğü Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi.....	183

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1: 2021 Yılı Banka ve Şube Sayıları.....	90
Grafik 3.2: 2021 Yılı Bankaların Personel Sayıları	91
Grafik 3.3 : Konvansiyonel ve Katılım Bankalarının Fon Toplama Verileri	94
Grafik 3.4: Konvansiyonel ve Katılım Bankalarının Aktiflerinin Seyri	95
Grafik 3.5 : Konvansiyonel ve Katılım Bankaları Kullandırılan Fonlar.....	96
Grafik 3.6 :Türk Bankacılık Sektörünün Takipteki Kredileri ve Yıllık Artış.....	98
Grafik 3.7:KB'larının Takipteki Kredileri ve Yıllık Artış.....	99
Grafik 3.8 : Katılım ve Konvansiyonel Bankaların Personel Sayısı.....	101
Grafik 3.9 : Katılım ve Konvansiyonel Bankaların Şube Sayısı.....	102
Grafik 3.10 : Konvansiyonel ve Katılım Bankalarının Öz Kaynak Değişimi.....	104
Grafik 3.11 : Konvansiyonel ve Katılım Bankaları Net Kâr Değişimi	105
Grafik 4.1 : Katılımcıların Yaşlarının Dağılımı	133
Grafik 4.2 :Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	134
Grafik 4.3 :Katılımcıların Eğitim Düzeyi Dağılımı	135
Grafik 4.4 : Katılımcıların Faaliyet Süreleri Dağılımı	136
Grafik 4.5 Katılımcıların Firma Ortağı Olması.....	137
Grafik 4.6 Katılımcıların Firma Ortağı Olması.....	137
Grafik 4.7 Profesyonel Finansman Personelinin Olması	138
Grafik 4.8 Katılımcıların Katılım Bankaları ile Çalışma Süresi	139
Grafik 4.9 Katılımcıların Çalıştığı Katılım Bankaları Dağılımı	139
Grafik 4.10 Katılımcıların Çalıştığı Banka Türü Durumu	140
Grafik 4.11 : Katılımcıların Faaliyet Gösterdikleri Bölgelere Göre Dağılımı	142
Grafik 4.12 : Katılımcıların Şirket Türü/Hukuki Yapısına Göre Dağılımı	142
Grafik 4.13 Katılımcıların Personel Sayılarına Göre Dağılımı.....	143

Grafik 4.14 Katılımcıların Ciro Büyüklüğüne Göre Dağılımı	144
Grafik 4.15 Katılımcıların Faaliyet Gösterdiği Sektöre Göre Dağılımı.....	145
Grafik 4.16 Katılımcıların İhracat Durumu Ve Yıllık İhracat Miktarı	146
Grafik 4.17 Katılımcıların İthalat Durumu ve Yıllık İthalat Miktarı Durumu.....	147



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1:Ekonomik Krizler Şeması.....	10
Şekil 2.2: Çevrimler ve Krizler Örüntüsü	12
Şekil 2.3 :Finansal Krizlerde Olayların Sıralanması.....	14
Şekil 2.4:Finansal Krizlerin Sınıflandırılması.....	29
Şekil 2.5 :Krizle Giden Yolda Hatalar ve Sonuçları	44
Şekil 2.6: Şubat 2001 Krizinin Oluşması.....	48
Şekil 3.1: İslam’da Faizin Sınıflandırılması.....	56
Şekil 3.2: Türkiye’de Katılım Bankacılığının Tarihi Süreçleri.....	70
Şekil 3.3: İslami Finansta Uygulanan Temel Finansman Modelleri.....	76
Şekil 3.4: Mudârebe Finansmanında Katılım Bankası ile Yatırımcı İlişkisi	83
Şekil 3.5: Muşaraka Finansmanın Modeli	84
Şekil 3.6 :Bankacılık Kanunu Göre Bankaların Sınıflandırılması.....	88

KISALTMALAR

AB	:Avrupa Birliği
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
Akt	:Aktaran
ATM	:Bankamatik, Automatic Teller Machine (İng.)
BAE	:Birleşik Arap Emirlikleri
BDDK	:Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BKK	:Bakanlar Kurulu Kararı
BT	:Bilişim Teknolojileri
Çev.	:Çeviren
DOLAR	:Amerika Bileşik Devletleri Para Birimi
EBSO	:Ege Bölgesi Sanayi Odası
Ed.	:Editör
EFT	:Elektronik Fon Transferi
ERM	:Kurumsal Risk Yönetimi
EURO	:Avrupa Para Birimi
GSMH	:Gayri Safi Milli Hâsıla
GSYİH	:Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
İDB	:İslâm Kalkınma Bankası, Islamic Development Bank (İng.)
İDMK	:İpoteğe Dayalı Menkul Kıymet
KHK	:Kanun Hükmünde Kararname
KOBİ	:Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
MEB	:Milli Eğitim Bakanlığı
NAFTA	:Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması
NCB	:National Commercial Bank

ÖFK	:Özel Finans Kurumu
S.	:Sayfa
SAV	:Allah'ın selamı onun üzerine olsun (Sallallâhu Aleyhi ve Sellem)
SPSS	:Sosyal Araştırmalar İçin İstatistiksel Program Paketi, (Statistic Packets For Social Sciencences)
TBB	:Türkiye Bankalar Birliği
TCMB	:Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TDK	:Türk Dil Kurumu Sözlük
TDV	:Türkiye Diyanet Vakfı
TKBB	:Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TÜİK	:Türkiye İstatistik Kurumu
vd	:Ve Diğerleri
VDMK	:Varlığa Dayalı Menkul Kıymet

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Katılım bankalarının, ülke düzeyindeki tüm sosyo-ekonomik dengeleri bozan finansal krizler karşısında bağlı olduğu değerleri ve faizsiz yapısı ile birlikte bu dönemlerde uyguladıkları politikaları neticesinde, KOBİ¹ ve ticari müşterileri üzerinde oluşturduğu etkiyi ve bu etkiden kaynaklı müşteri memnuniyetlerinin ölçülmesini amaçladık.

Son yıllarda Türkiye’de dikkate değer bir Katılım Finansı gelişimi söz konusudur. Katılım finansın bir alt bölümünü oluşturan katılım bankacılığı hem küresel çapta hem de ülke düzeyinde giderek artmakta ve yaygınlaşmaktadır. Tüm bu gelişmelere rağmen katılım bankalarının, özellikle kriz dönemlerindeki önemi ve müşteri memnuniyeti üzerinde yapılmış fazla çalışma bulunmamaktadır. Mevcut çalışmalarda genellikle finansal krizler tarihi, finansal krizlerin çeşitli ekonomik birimler üzerindeki etkileri vs. incelenmiştir. Diğer taraftan bazı araştırmalar katılım bankacılığının tarihsel gelişimini, katılım bankacılığı ürünlerini, bazı çalışmalar ise sadece kriz dönemlerinde seçilmiş belli başlı rasyoların nasıl etkilendiği, bazı çalışmalar ise katılım bankalarının genel anlamda müşteri memnuniyeti ya da katılım

¹ “Çalışmaya başladığımızda; ‘Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ): İki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı ya da mali bilançosu yirmi beş milyon Türk Lirasını aşmayan işletmelerdir. Mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca KOBİ olarak adlandırılan ekonomik birimlerdir’ (25997 Resmi Gazete, 2005).

17 Mart 2022 tarih ve 5315 sayılı Cumhurbaşkanlığı kararnamesi ile 250 kişiden az çalışan istihdam eden, yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 250 milyon lirayı aşmayan işletmeler KOBİ olarak tanımlandı. Ayrıca, 10 kişiden az çalışanı olan ‘mikro işletmelerin’ yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosu 3 milyon liradan 5 milyon liraya çıkarıldı. 50 kişiden az personeli olan ‘küçük işletmeler’ için limit 25 milyon liradan 50 milyon liraya yükseltildi. (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik Cumhurbaşkanlığı Karar Sayısı: 5315-17 Mart 2022)”

bankalarının ürün bazında müşteri memnuniyeti konuları üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Tez çalışmamızın diğer çalışmalardan, farklı kılan en önemli niteliklerinden biri; kriz dönemlerinde katılım bankalarının uyguladıkları politikalar neticesinde KOBİ ve ticari müşterilerinin memnuniyetini ölçüyor ve analiz ediyor olmasıdır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde çalışmamızın bu alanda önemli bir boşluğu dolduracağı söylenebilir.

Katılım finansın en önemli müesseselerinden olan katılım bankacılığı sistemi, son dönemdeki gelişimiyle değerleri ve kuralları ile konvansiyonel finansal sistemden uzak kalan fonları sisteme kazandırması, faiz ile işleyen konvansiyonel sistemin tersine sosyal ve ekonomik hayatta gelir dağılımına olumlu katkıda bulunmuştur. Ekonomik sisteme yaptığı katkıların yanı sıra toplum nezdindeki algısı, anılan sistemin geniş kesimler tarafından benimsenmesini ve gelişerek yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Bilindiği gibi konvansiyonel bankaların kullandığı bazı enstrümanları kullanamayan, ancak sahip olduğu finansal araçlarla farklı yöntemleri bünyesinde barındıran katılım bankalarında risk unsuru, kendine özgü bazı kaidelerle riski azaltma ve risk yönetimi sistemlerini gerektirmektedir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle, finansal krizler ve ekonomik sorunlar karşısında katılım bankalarının sunacağı stratejiler ve öneri geliştirme imkânları, katılım bankalarının kriz dönemlerinde yapabileceklerine ilişkin tespitler ve bunlar karşısında müşterisinde oluşturacağı memnuniyet algısı-düzeyi çalışmamızda önemli bir yer tutmuştur.

Çalışmanın Türkiye örneğinden hareketle sağladığı veriler ve yapılan veri analizlerinin katılım bankacılığının finansal krizlerde müşteri memnuniyeti düzeyini ölçme bağlamında literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte çeşitli kısıtlar altında yaptığımız çalışmamız yeni araştırmacılara yol göstermekle birlikte özellikle son otuz yılda fiili olarak katılım bankaları ile çalışan ve bu süreç zarfında aynı zamanda finansal konularda karar verici olan işletme ortakları ve/veya firmada finanstan sorumlu kişiler ile yeni çalışmalar yapılması halinde daha kapsayıcı sonuçlar elde edilebilecektir. Hatta katılım bankalarının kriz dönemleri itibariyle müşteri memnuniyet algı düzeylerinin global olarak ölçülmesi

katılım bankalarına olan bakış açısını olumlu yönde etkileyeceği ve bu kurumların daha fazla büyümesine katkı sağlayacağı kanaatindeyim.



1.1. Tezin Konusu ve Soruları

Yakın tarihin her döneminde para ve finans konuları son derece önemli olmuştur. Özellikle anonim şirketlerin ihdas edilmesi, bankaların ve borsaların kurulmaya başlanmasıyla birlikte finans ve finansal enstrümanlar daha büyük önem taşımaya başlamıştır. Geçen zaman zarfında finansal ürünlerin karmaşıklaşması, hibrit ürünlerin ve türev ürünlerin oluşmasıyla birlikte devamlı köpük olduğundan çok sayıda finansal kriz yaşanmaya başlanmıştır. Tarihte bilinen ilk finansal krizden son yaşanan 2008 küresel finans krizine ülkeler veya bölgeler bazında yaşanan ekonomik ve finansal krizler; başta ekonomi olmak üzere birçok farklı alanda yol açtığı etkileri ve sonuçları ile insanlığı derinden etkilemektedir. Türkiye’de, bu zaman zarfında bir kısmı kendi iç dinamiklerinden kaynaklı, bir kısmı ise küresel etmenler kaynaklı olmak üzere birçok ekonomik dalgalanma ve finansal kriz ile karşı karşıya kalmıştır. Bu krizlerin bir kısmı münhasıran bankacılık ve finans sistemi ile ilgili iken, bazıları ise tüm ekonomik sistemi ve ekonomik birimleri etkilemiştir.

Türkiye’de 1980’lerin başından beri finansal sistemin içinde yer alan Katılım Bankaları da bahse konu finansal krizleri yaşamıştır. Katılım Bankalarının finansal kriz süreçlerinde ekonomik aktivitede takındıkları tavırları finansal kriz dönemlerinde önemli bir yer tutmuştur. Bu tutum sayesinde katılım bankalarının müşterileri konvansiyonel bankaların müşterilerine nazaran ekonomik krizleri daha rahat bir şekilde atlatmayı başarmıştır.

Diğer taraftan katılım bankalarının finansal kriz dönemlerinde müşterilerine karşı sergiledikleri tavır ve benimsedikleri politikaları dolayısı ile genelde tüm müşterilerinin özelde ise KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerinin memnuniyet düzeyine ek olarak katılım bankalarının sundukları hizmetlerden ve ürünlerden ne derece memnun oldukları önemli bir tartışma konusudur.

Tezimizin ana sorusu “*Finansal kriz dönemlerinde Türkiye’de faaliyette bulunan katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerinin memnuniyeti hangi düzeyde gerçekleşmektedir?*” Bununla birlikte çalışmada genel temasıyla beş sorunun cevabı aranacaktır. Bu soruları şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Katılım bankaları finansal kriz dönemlerinde nasıl politikalar uygulamaktadır? Finansal ürünlerinin kullanımını hangi düzeyde değiştirmektedir?

2. Katılım bankalarının kriz dönemlerindeki tutumları; KOBİ ve ticari müşterilerinin fon ihtiyacını karşılaması ve katılım bankalarına fon yatırması üzerinde ne tür etkileri olmaktadır?
3. Finansal kriz dönemlerinin, katılım bankaları ve müşterileri arasındaki ilişkiye etkileri nelerdir?
4. Katılım bankaları ile konvansiyonel bankalarının kriz dönemlerindeki temel farkları nelerdir?
5. Finansal krizlerde KOBİ ve ticari müşterileri ile katılım bankaları arasındaki ilişki yönetimi müşteri memnuniyetini hangi düzeyde etkilemektedir?

Yukarıdaki sorulara ayrı ayrı genel hatlarıyla izahta bulunacağız. Bu bağlamda birinci soruyu analiz etmede esas itibariyle katılım bankalarının kriz dönemlerinde kendi bünyelerinde tuttukları tavırlar, izlediği politikalar ve bankalar için öncelikli olan mevzular esas alınacaktır. Herkesin malumu olduğu üzere önce can sonra canan denir. Katılım bankaları da kriz dönemlerini en az hasarla atlattıkları ve kendilerine fon yatıran müşterilerine karşı sorumluluklarını yerine getirebilmek adına bazı politika değişikliklerine gidebilmektedirler. Buradan hareketle katılım bankalarının krizleri nasıl algıladıkları, müşterilerine nasıl yaklaştıkları, bu konuda nasıl politikalar geliştirdikleri ve finansal ürünlerinin normal dönemlere nazaran ne kadar esnetip katılaştırdıkları tartışılmıştır.

Çalışmanın birinci sorusuyla bağlantılı olarak katılım bankalarının uyguladıkları politikalar karşısında daralan piyasa şartlarında; KOBİ ve ticari müşterilerine kullandırdıkları fonlarda kısıntıya gidip gitmedikleri, müşterilerinin banka kaynaklarına ulaşmalarında etkilenme durumları, fon yatıran müşterilerin fon yatırma alışkanlıklarında yaşanan değişiklikler irdelenmiştir. Diğer taraftan, konvansiyonel bankaların mevduat faizlerini artırmalarına karşın katılım bankalarının çalışma prensipleri gereği dağıttıkları karların piyasa getirilerinin altında kalmasından ötürü fon yatıran müşterilerin fon yatırıp yatırmadıkları ve fon yatırma-çekme oranları, mevcut toplanan fonların faizli bankalara geçiş yapıp yapmadığı ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci ve üçüncü sorusuyla bağlantılı olarak katılım bankaları ile KOBİ ve ticari müşterileri arasındaki ilişki yönetimi, anket çıktıları ile analiz edildi. Kriz dönemlerindeki karşılıklı ilişki yönetiminin neticesinde bir manada iş ortaklarının birbirine karşı nasıl bir tutum sergiledikleri ve iş yapış tarzları bu kapsamda ele alınarak incelendi.

Dördüncü soruya cevap ararken katılım bankaları ile konvansiyonel bankalar çeşitli konularda karşılaştırılarak kriz dönemlerindeki farklılıkları üzerinde duruldu.

Son soruya cevap aramak üzere finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının tutum, davranış, politika ve müşteri üzerindeki etkileri kapsamında KOBİ ve ticari müşterilerinin memnuniyet derecesi, kriz sonrası katılım bankaları ile çalışıp çalışmayacakları ve nelerin nasıl yapılması durumunda memnuniyet derecelerinin artırılacağı konuları analiz edildi.

1.2. Tezin Araştırma Yöntemi

Tezimizin araştırma yöntemi olarak araştırmamıza hizmet edecek şekilde karma bir araştırma yöntemi seçilmiştir. Bunun için nitel araştırma tekniklerinden olan literatür taraması, (kitap, dergi, makale, internet siteleri vs.) ve nicel araştırma tekniklerinden olan anketlerden olmak üzere araştırma iki temel üzerine inşa edilmiştir.

Öncelikle konuyla ilgili geniş bir literatür taraması ve analizi yapılmıştır. Bu bağlamda amacımıza hizmet edecek tarzda ilk olarak finansal krizler ile ilgili ve akabinde katılım bankalarının finansal ve sosyal sistem üzerine ulusal ve uluslararası yayınlar taranmış ve bu konudaki tartışmalar ve çalışmalardan yararlanılarak tezimizin teorik bölümleri oluşturulmuştur.

Finansal krizlerde katılım bankalarının “fon toplama”, “fon tahsisi”, “teminatlandırma politikaları”, “fon kullandırma”, “finansal sıkıntı yaşayan ve ödeme güçlüğü çeken müşterileri ile ilişki yönetimi” ve “donuk kredilerin yönetilmesi” ile katılım bankalarının bu tutumlarının KOBİ ve ticari müşterileri nezdindeki memnuniyetlerini incelemek maksadıyla anket formları oluşturularak dijital ortamda anket yapılmıştır. Seçilmiş müşteriler ile yapılan anket araştırma yöntemi ile katılım bankalarının söz konusu süreçlerdeki uyguladıkları politikalar karşısında KOBİ ve ticari müşterilerinin memnuniyeti analiz edilerek değerlendirmeler yapılmıştır.

Anket, finansal kriz dönemlerinde ve sonrasında faaliyette bulunan ve halen faaliyetlerini sürdürme koşulu dikkate alınarak üç katılım bankasından en az biri ile çalışan müşteriler ile yapılmıştır. Bu katılım bankaları; “Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. ve Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.’dir”. Anket ilgili bankaların KOBİ ve ticari müşterilerine uygulanmıştır.

Sonuçların Türkiye genelini yansıtabilmesi için 5 (beş) ayrı bölge teşkil edilmiş olup, katılım bankalarının şube sayısı ve toplam kredi/aktif yüzdeleri esas alınarak örneklem oluşturulmuştur. Çalışmamızda 400 ile 500 KOBİ ve ticari müşteriden veri toplanması planlanmış ve 2000'nin üzerinde müşteriye elektronik ortamda anket yollanmıştır. Toplam beş bölgede; Akdeniz Bölgesi, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri, Ege Bölgesi, Karadeniz ve İç Anadolu Bölgeleri ve Marmara Bölgesinde faaliyet gösteren üç katılım bankasının müşterileri kapsayacak şekilde ve teknik analiz yapmamızı sağlayacak yeterli düzeyde, 428 anket cevaplanmıştır.

Yapılan çalışmada anketlere verilen cevaplar; ilk olarak demografik açıdan ele alınmıştır. Demografik bilgiler frekans ve yüzdeler olarak değerlendirilmiştir. Daha sonra likert ölçekle sorulan soruların aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri eşliğinde cevaplayanların ifadeleri anlam düzeylerine göre çalışmaya aktarılmıştır. Son olarak bağımsız değişkenler açısından ankete cevap verenlerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunup bulunmadığı ortaya konulmuş ve bu sonuçlar araştırmanın bulguları olarak ifade edilmiştir.

1.3.Araştırmanın Sınırlılıkları

Tezin üçüncü bölümünde; Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Elektronik Veri Dağıtım Sistemi, Türkiye Bankalar Birliği (TBB) ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği'nin (TKBB) internet sitelerinden elde edilebilen raporlarının derlemesi neticesinde oluşturulan verilerden müteşekkildir. Çalışmanın bazı veri setlerinin 2000 veya 2005 öncesine ait olması ve ilgili dönemde katılım bankalarının Özel Finans Kurumu (ÖFK) olmalarından kaynaklı veri temininde sınırlılık olmuştur. İlgili bölümde kullanılan verilerin bir kısmına 2000 veya 2005 yılından sonra ulaşılabilir olması araştırmanın sınırlılığdır.

1.4.Tezin Düzeni

Tez çalışmamız dört bölümden oluşmaktadır. Tezimizin ilk bölümünü teşkil eden giriş bölümünden sonra gelen ikinci bölümde, finansal krizlerin teorik çerçevesi ve tanımları üzerinde durulmakta; finansal krizlerin altyapısı ve ortaya çıkış nedenleri,

finansal kriz modelleri, finansal kriz türleri, dünyada ve Türkiye’de yaşanan krizlerden bazı örnekler verilerek nedenleri ve sonuçları incelenmektedir.

Üçüncü bölümde, katılım bankacılığının tanımı ve özellikleri, faiz yasağı, faize tarihsel ve sosyolojik bakış açısı, dünyada islami bankacılık süreçleri, katılım bankalarının gelişimi, fon kullandırma ve fon toplama usulleri, Türkiye’de faaliyette bulunan banka çeşitleri, katılım bankacılığının özellikleri, ürünleri, faizsizlik prensibi ve katılım bankacılığının tercih edilmesinin nedenleri tartışılmıştır. Akabinde Türkiye’de yaşanan finansal krizlerin katılım bankacılığı üzerine etkileri, katılım bankacılığının seçilmiş kalemlerinin kriz dönemlerinde değişimi, katılım bankacılığının finansal krizler ile ilişkisi, katılım bankaları ve konvansiyonel bankaların seçilmiş verilerinin kriz yıllarında ve sonrasında gösterdikleri değişim ve gelişimin mukayesesi yapılmıştır.

Aynı zamanda müşteri memnuniyeti, kavramsal ve teorik çerçevesi anlatılarak nihayetinde kriz dönemlerinde katılım bankacılığının müşteri memnuniyeti ile ilişkileri ele alınmıştır.

Dördüncü bölümde, finansal kriz dönemlerinde katılım bankacılığının KOBİ ve ticari müşterilerinin memnuniyeti üzerine yapılan uygulamadan elde edilen veriler analiz edilerek değerlendirilmiştir. Bu bölümde ayrıca anketlere verilen cevapların genel değerlendirmeleri yapılmış ve çıkan sonuçların tartışmalarına yer verilmiştir. Nihayetinde araştırmada baz alınan teorik çerçeveye araştırmada çıkan bulguların bir araya getirilerek değerlendirmesi yapılmıştır.

Sonuç ve öneriler kısmında çalışmanın devamı niteliğinde yapılması gereken araştırmalara değinilmiştir. Yapılan bu çalışmanın daha sonra gerçekleştirilecek çalışmalara katkısı vurgulanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANSAL KRİZLER TEORİK ÇERÇEVE VE TANIMLAR

Bu bölüm beş başlıktan oluşmaktadır. Öncelikle finansal kriz kavramının tanımı yapılmaya çalışılacak ve finansal krizlerin kapsamına değinilecektir. İzleyen başlıkta finansal krizlerin nedenleri ve ortaya çıkış sebepleri incelenecektir. Burada, finansal serbestlik ve sermaye hareketleri, kur sistemlerinin etkileri, makroekonomik nedenler, belirsizliğin artması, ahlaki çöküntü ve balon etkisinin finansal krizlere nasıl sebep oluğu izah edilecektir. Sonra, finansal kriz modelleri ile dünya da yaşanan finansal krizlerden seçtiğimiz, 1929 büyük buhran, Meksika krizi, Asya ve Rusya Krizi ile 2008 küresel finans krizlerinin oluş şekli ve nedenleri, etkileri, sonuçları ve alınan politika önlemleri tartışılacaktır. Son olarak Türkiye'nin yakın dönemde yaşadığı 1994 krizi, 2000-2001 yılında yaşana sistematik finansal krizi ve 2008 küresel finans krizlerinin finans sektörü başta olmak üzere, reel sektörü, tüm ekonomik birimleri ve toplumsal hayatı derinden etkileyen ve Türkiye'nin büyümesine ket vuran, varlıklarında kayıplara neden olan, gelişmiş ekonomiler arasına girmesine sekte vuran belli başlı bazı kriz örnekleri neden ve sonuçları ile birlikte incelenmiştir. Bu meyanda Türkiye'de yaşanan; 1994 Nisan krizi, 2000-2001 yılında yaşana sistematik finansal krizi ve 2008 küresel finans krizleri seçilerek finansal kriz örnekleri kapsamında değerlendirilmiştir.

2.1.Finansal Kriz Kavramının Tanımı ve Kapsamı

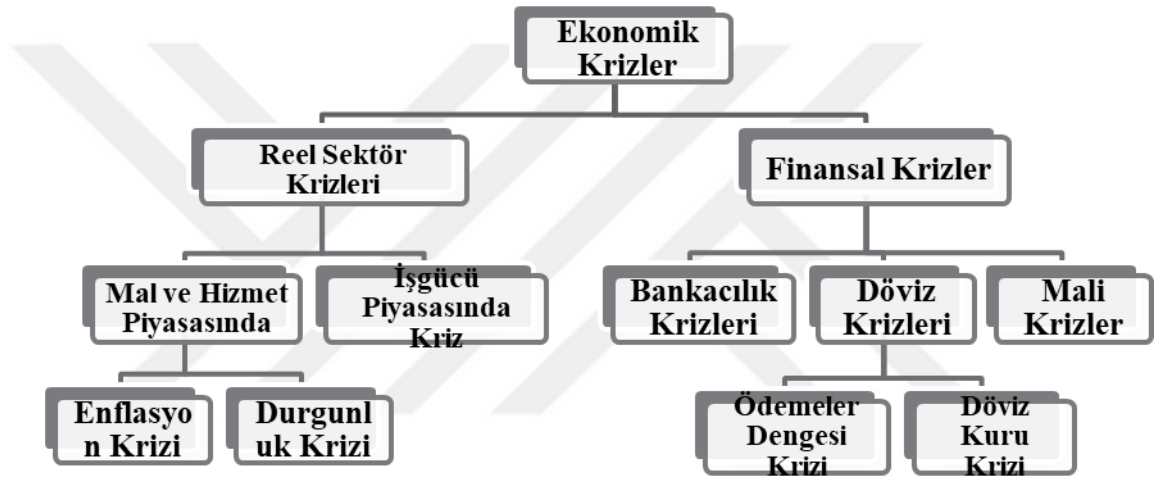
Kökeni Etimolojik olarak Yunanca (Latince) olan “*krisis*” lügatına dayandırılan kriz sözcüğü; Türk Dil Kurumu Sözlükte (TDK) “*bir organda birdenbire ortaya çıkan fizyolojik bozukluk, akse, bir kimsenin yaşamında görülen ruhsal bunalım, bir şeyin çok kıt bulunması durumu, bir şeye duyulan ani ve aşırı istek, ekonomik çöküntü ve bir ülkede veya ülkeler arasında, toplumun veya bir kuruluşun yaşamında görülen güç dönem, bunalım, buhran*” manasında kullanılmıştır (TDK, 2022).

Sosyal bilimlerde; mali veya finansal kriz, hükümet ya da siyasi krizleri, iktisadi krizler tanımlamaları yanı sıra sosyolojik anlamda ahlaki kriz gibi isimler ile kullanımı mevcuttur (Aktan & Şen, 2001, s. 1).

İktisat yazınında bankacılık, para, sermaye hesabı, ödemeler dengesi, kur, döviz, petrol ve mortgage gibi nitelermelerle kullanılan birçok kriz tanımları ile karşılaşılıyor.

Ekonomik krizler; döviz piyasalarındaki miktar bakımından ya da fiyat hareketlerinde, reel piyasada üretim faktörleri, çeşitli mal ve hizmetlerin veya iş gücü piyasasında normalin çok üstünde oluşan ani ve şiddetli dalgalanmalardır (Kibritçioğlu, 2001, s. 2).

Bu tanımdan hareketle ekonomik krizlerin aşağıdaki şekilde sınıflandırılması mümkündür.



Şekil 2.1:Ekonomik Krizler Şeması

Kaynak: Kibritçioğlu (2001)

Her kriz aynı tarzda meydana gelmez. İktisat literatüründe konjonktüre bağlı fiyat hareketleri ve iktisadi dalgalanmalar kriz olarak tanımlanmamaktadır. Ekonomik krizleri; reel piyasa krizleri ve finansal krizler sınıflandırması kapsamında iki ana kategoriye ayırmak mümkündür. Fiyatlar genel seviyesinde ani yükselme, üretimde daralma, döviz kurundaki sert ve olağan dışı yükselme, ödemeler dengesinin bozulması ve cari açığın finanse edilememesi, banka veya firma iflasları, işsizlik oranında ani artış, ücretlerde ciddi gerileme, hisse senedi fiyatların şok bir şekilde düşmesi ve borsanın çökmesi, spekülative sermaye hareketleri vb. faktörler ekonomik krizlere verilebilecek örneklerdir (Aktan & Şen, 2001, s. 4).

Her ne şekilde tanımlarsak tanımlayalım ekonomik krizler; reel piyasada talepte daralmaya, yatırımlarda ve istihdamda düşüş yaşanmasına ve reel ücretlerin azalmasına neden olur. Finansal piyasalarda; döviz kurlarında yaşanan yüksek artış, faizlerin artması, hisse senetlerinin değer kaybetmesi buna bağlı olarak hane halkının yaşam ölçülerinin düşmesine sebep olur. Bununla birlikte krizi fırsata çeviren bazı firmalar krizden büyüyerek çıkarlar. Büyüyen ve güçlenen bu firmalar, kriz nedeniyle rakiplerinin zayıflaması veya piyasadan çekilmesi neticesinde kriz süreci bu firmaların tekelleşmesiyle de sonuçlanabilmektedir (Kırcı, 2017).

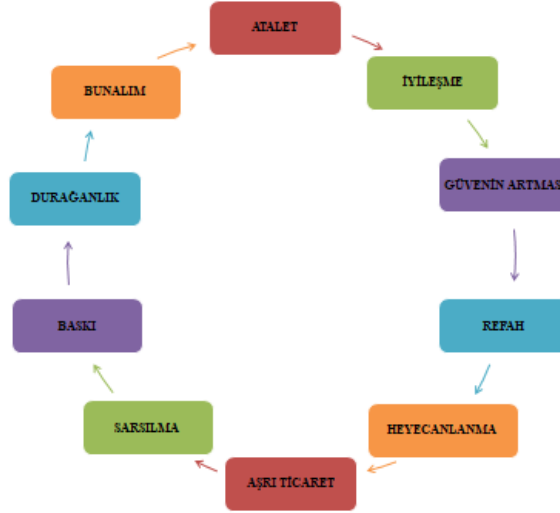
Herhangi bir hal, durum veya vakıanın kriz olup olmadığı krizin bazı temel özelliklerine bakmak lazımdır.

- a) Makro düzeyde devlet veya devletleri, mikro düzeyde ekonomi aktörlerini etkileyen ve ciddi sonuçlar meydana getiren; önceden bilinmeyen ya da öngörülemeyen birden bire ve şok şeklinde ortaya çıkan olumsuz durumları etkilediği piyasaya bağlı olarak her hangi bir kriz türü tanımlaması yapılabilir. Aksi halde normal işleyişte meydana gelen ve münferit etkileri olan sorunları kriz olarak tanımlamak doğru değildir. Rutin ve kısa süre oluşan sorunlar kriz olmayıp beklenmedik biçimde ortaya çıkan ve birçok kesimi etkileyen ciddi sorunlar sarmalı olarak krizi algılamak gerekir.
- b) Önceden bilinmeyen ve tahmin edilemeyen bir anda meydana gelmelidir.
- c) Kriz ekonomik aktörlerin bazıları için tehdit oluştururken bir kısmı için de fırsat oluşturmaktadır. Krizin makro ve mikro anlamda algısı negatif olmakla birlikte pozitif yönleri de vardır.
- d) Krizler, kısa ya da uzun süreli olabilirler. Ekonomik aktörlerin önlemlerini zamanında alıp almamasına ve kriz tedbirlerini devreye sokup sokmamasına bağlı olarak uzayabilir veya kısa sürebilir.
- e) Krizler bulaşıcıdır. Bir ekonomik aktörde oluşan kriz onunla etkileşim içinde olan birçok paydaşına da sirayet etmektedir. Bu ülke içinde olduğu gibi küreselleşmenin olduğu bu dönemde uluslararası bulaşıcılıkla başka ülkelere de bulaşabilmekte ve olumsuz etkileyebilmektedir. Ya da bir başka ülke için fırsat olabilmektedir.

Kriz incelemeleri yapan Lord Overstone 19.yüzyılda çevrimler ve krizlerin örüntüsünü "*atalet, iyileşme, güvenin artması, refah, heyecanlanma, aşırı ticaret*

(varlık alımı, çılgınlık), sarsılma (panik), baskı, durağanlık ve bunalım; sonra yine atalet” diye özetlemiştir. (Overstone, 1837) (Desai, 2017, s. 22).

Bu bağlamda krizler tanımlandığında aşağıdaki şekilde gösterilebilir.



Şekil 2.2: Çevrimler ve Krizler Örüntüsü

Kaynak: Desai, (2017)

Finansal kriz; para piyasalarının yeterince verimli çalışmaması ve ekonomik aktivitenin düşmesi olarak tanımlanabilir. Belirsizlik, faizlerde artış, işsizlikte artış, finans kesimi bilançolarındaki bozulmalar ve reel sektör firma bilançolarında görünen olumsuzluklar finansal krizlere neden olan ana etkenlerdir. Bankacılık sektörünün hükümetler tarafından desteklenmesi, etkin olmayan sektör düzenlemeleri, rüşvet ve kayırmacılık, kredi hacmindeki kontrolsüz artışlar da finansal krizin nedenleri arasında sayılabilir (Oruç, 2002, s. 3-4).

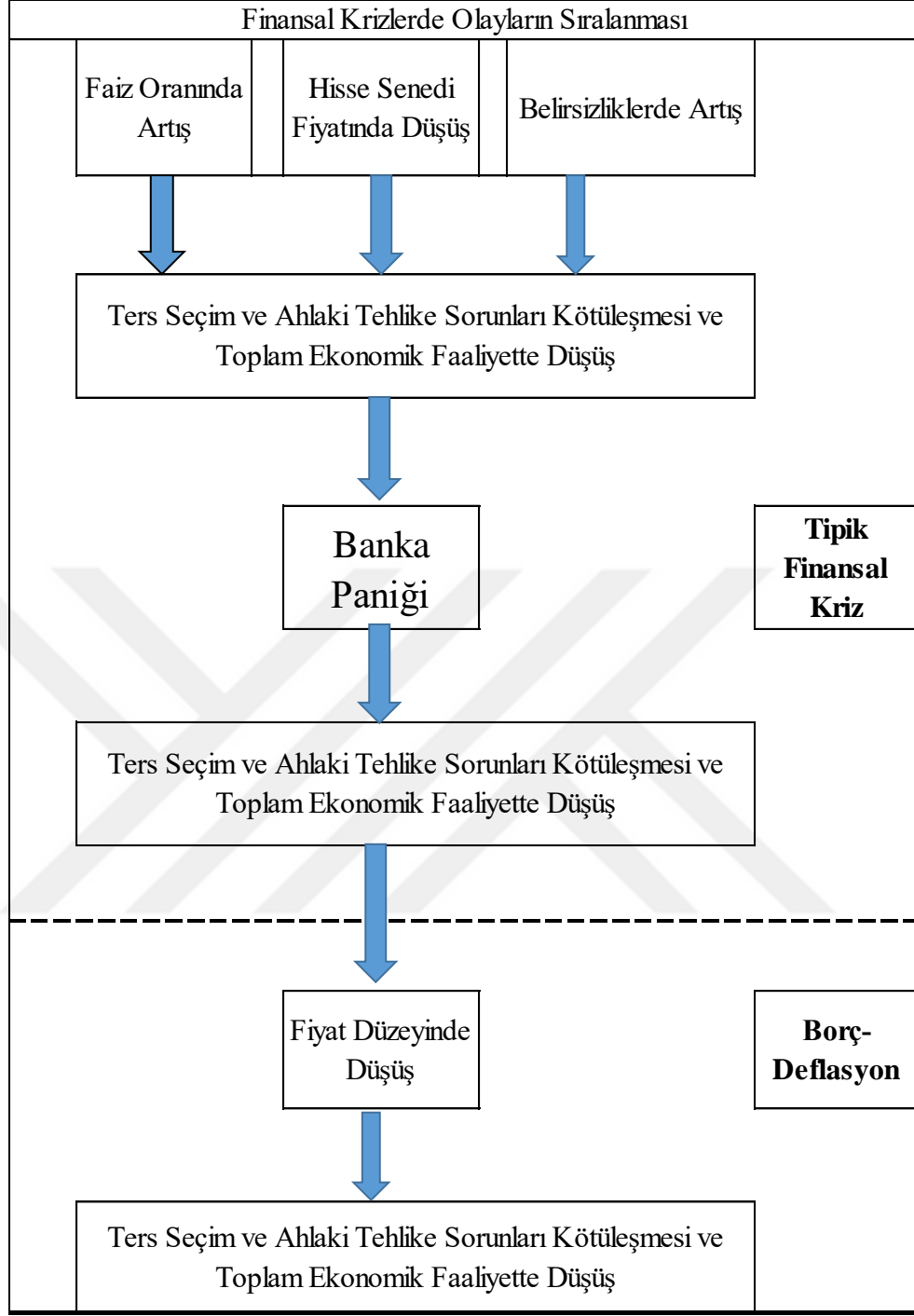
Kısa vadeli faiz oranları, gayrimenkul, hisse senedi, gayrimenkul, arsa gibi varlıkların fiyatları, ticari işletmelerin ve finansal kurumların durumlarının, yani finansal göstergelerin bir kısmının ya da tamamının keskin ve aşırı bir şekilde bozulması ve dengesizliklerin oluşması durumuna finansal kriz tanımlaması yapmaktadır (Goldsmith, 1969).

Para ve bankacılık krizleri ayrı ayrı incelenebileceği gibi ikisi birlikte ele alındığında ise “finansal kriz” tanımlanması kullanılmaktadır. Finansal kriz, kaynakların etkin

dağılımına engel olan nedenlerden kaynaklanmaktadır. Piyasalarda ters seçim sorunu ve ahlâkî tehlike sorunları oluşmasıyla birlikte adım adım krize gidilmektedir. Finansal krizler; belirsizliklerin artması, faiz oranlarında ciddi artması, sermaye piyasalarındaki hisse senetleri fiyatlarında düşmesi, ahlâkî tehlike riskini artması ve ters seçimin gerçekleşmesi olmak üzere beş aşamanın neticesinde oluşmaktadır. (Mishkin, 1991, s. 11)

Mishkin finansal krizlerin oluş sıralamasını aşağıdaki şekilde nazarımıza sunmaktadır.





Şekil 2.3 :Finansal Krizlerde Olayların Sıralanması

Kaynak: Frederic S. Mishkin; s.10

Mishkin, bu çerçevede “ters seçim” ve “ahlaki tehlike” sorunlarının artması neticesinde finans piyasalarında bozulmalar ortaya çıkacağını ve nihayetinde finansal kriz olacağını söylemektedir. Şöyle ki genellikle asimetrik bilgidan kaynaklanan ters seçim, finansal işlem yapılmadan önce ortaya çıkmaktadır. En yüksek faizi vermeye

istekli kişi ve kurumlar; finansmana erişimi en az olan ve ihtiyaçı en yüksek olan kesimdir. Ancak bunların aynı zamanda geri ödeme yeteneği en düşük grup olduğu söylenebilir. Aslında en yüksek faizi vermeye razı ve ödeme niyeti en düşük olan bu kişi ve kurumlara fon transferi beraberinde “*ahlaki tehlikeyi*” de doğurmaktadır. Ahlaki tehlike, kredi alan tarafın ahlaki olmayan girişimlerde bulunarak kreditörlerin zararına hareket etmesidir. Yüksek faiz ile borçlananlar, yüksek getiri elde etmek için aşırı risk deruhte eden yatırımlara yönelmektedirler. Risk oluştuğunda ise maruz kaldığı sermaye kaybının önemli bir kısmını borç verenler üzerinde bırakmaktadırlar. Mishkin göre kriz bu ereve içinde faiz hadlerinin yükselmesine, bankaların mali dengesinin bozulmasına, borsaların çökmesine, belirsizliğin artmasına neden olduğunu ve bu bozulmanın da; finansal piyasaların temel fonksiyonu icra edemez olduğunu ifade etmektedir.

Aslında politik tercihlerin neticesinde bankacılık sistemlerinin yapısal olarak zayıf ve kırılgan hale gelmesiyle finansal krizler patlak verir (Calomiris & Heber, 2018, s. 16).

2.2.Finansal Krizlerin Altyapısı ve Ortaya ıkış Nedenleri

Finansal krizlerin altyapısını oluşturan sebepler ve nedenleri literatürde farklı şekillerde tanımlanmış ve çeşitli sınıflamalar şeklinde yer almıştır. En çok rastladığımız sınıflandırmalar arasında finansal serbestlik ve sermaye hareketleri, kur sistemlerinin etkisi, makroekonomik verilerin bozulması, belirsizliklerin artması ve ahlaki çöküntü olarak ifade edilebilir.

Finansal krizlerin oluşması genellikle bir dizi olayların arka arkaya cereyan etmesiyle olur. Parasal genişleme, düşük faiz, ülkeye akan sermaye sonucunda bir oşku havası yaşanır. Varlık fiyatları GSYİH’den ve diğer gelir ölçütlerinden çok daha hızlı yükselir. Akabinde faizler artar, beklenen enflasyon oranı yükselir, belirsizlikler yükselir, varlık fiyatlarında yavaşlama, duraklama ve düşüş olur. Bazı akıllı ya da şanslı yatırımcı spekulatif kazançlarını almak için varlıklarının bir kısmını satar. Varlık fiyatlarının artışı yavaşlar, durur ve düşmeye başlar. Varlık fiyatlarının düşmesi gerginlik ve paniğe neden olur ve nihayetinde balonun patlaması ile çöküş yaşanır ve bu durum finansal krize neden olur (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 131).

Keynes'e göre teknolojik gelişme ve faiz oranı ile birlikte yatırımcıların içgüdüleri yatırım kararı vermelerinde etkilidir. Buna bağlı olarak olası güven düzeyindeki değişiklikler yatırım kararını doğrudan etkilediğinden gelir ve istihdam oranını etkiler. Mishkin ise finansmanların spekülasyon ve ponzi şeklinde yapılmasıyla birlikte ekonomide kırılganlıklar başladığını, ekonominin faize bağımlı hale geldiğini, faiz baskılarının oluşması ve kamunun açıklarını azaltma arzusunun ve kararlarının faiz hadlerinin artmasına ve kâr beklentilerinin azalmasına neden olduğundan krizlerin yaşanmasına yol açar (Coşkun, 2009, s. 11).

Cari açık/GSMH, döviz kurundaki reel artış, bütçe açığı/ GSMH, para arzının artması ve MB'sı döviz rezervlerinin azalması gibi göstergeler krizlerin varlığına işaret eden genel bulgular olarak sıralanabilir (Toprak, 2001, s. 863-864).

Finansal kriz nedenleri olarak; belirsizliklerde artışın olması, faiz oranlarının çok artması, hisse senedi fiyatlarının ciddi düşmesiyle birlikte menkul kıymet borsalarında yaşanan çöküş, buna eşlik eden başta bankacılık sektörü olmak üzere finans sektöründeki bilanço sorunlar olarak sayılabilir. Bununla birlikte enflasyon oranlarında artış, para arzının genişlenmesi finansal istikrarsızlığın bulaşıcılık etkisiyle diğer piyasalara yayılmasına neden olmaktadır. Çoğu zaman süreç sistematik krizlere dönüşebilmektedir (Demirgüç-Kunt & Detragiache, 1998, s. 81-84).

İzleyen başlıklarda bahse konu sebepler izah edilecek ve nazariyeleri sunulacaktır.

2.2.1. Finansal Serbestlik ve Sermaye Hareketleri

Küreselleşme ve finansal liberalizasyon neticesinde uluslararası fonlar, yüksek getiri sağlamak için zengin ülkelere ya da gelişmekte olan piyasalardan gelişmiş piyasalara kolay bir şekilde girip çıkmaktadır. Bu durum uluslararası sermayenin yön değiştirmesi hacminde büyük artışlara sebep olmuştur. Fonların girip çıktığı ülkelerde bıraktığı etkiler ve giriş çıkış süreçleri göz önünde bulundurulduğunda finansal kriz sürecinin başlangıcındaki belirtileri görmemize yardımcı olacaktır (Mishkin, 2001, s. 3).

Mali liberalleşme ile birlikte bir ülkeden diğer ülkeye akan sermayeler neticesinde bankalar, gayrimenkul inşa etmek ve satın almak isteyen müşterilerine kredi

musluklarını açmak suretiyle gayrimenkul fiyatlarının yükselmesine neden olmuştur. Banka kredilerinin yavaşlaması, gayrimenkul alanların bir kısmının geri ödeme problemi yaşamasına ve buna eşlik eden kira gelirlerinin mortgage faizlerinden düşük olması bankalara vadesinde ödeme problemini ortaya çıkarmıştır. Kredisini ödeyemeyenler kredi sıkışıklığından yeni borç alamaması nedeniyle ellerindeki gayrimenkulleri satmaya başlamışlardır. Bu da gayrimenkul fiyatlarının düşmesine yol açmıştır.

Finansal krizler çıktığı ülkelerle ya da bölgelerle sınırlı kalmamakta benzer ekonomik yapılara sahip diğer ülkeleri de etkilemektedir. 1929 ekonomik buhranı veya 2008 global finans krizlerinde bir ülkede başlayan finansal kriz finansal bulaşıcılık yoluyla birden çok ülkeyi etkileyerek global hal almıştır. Finansal bulaşıcılığı aşağıdaki şekilde tanımlamaktadır (Eğilmez, 2008).

Finansal bulaşıcılık; bir ya da birkaç ekonomide ortaya çıkan ekonomik ve finansal sorunlar sonucunda uluslararası yatırımcıların tedirgin olmaları ve bu nedenle sorunun çıktığı ekonomilere benzer özellikler taşıyan ekonomilerdeki yatırımlarını hızla çekmeleri ve bu şekilde olumsuz yatırım koşullarının diğer ülkelerin finansal sistemlerine de yayılması halini tanımlar. Latin Amerika ülkeleri, Uzakdoğu ülkeleri, Körfez ülkeleri gibi ülkeler yatırımcılar tarafından benzer konumda ülkeler olarak ele alınırlar. Herhangi bir Latin Amerika ülkesinde bir ekonomik sorun çıktığında bu sorunun diğer Latin Amerika ülkelerinde de bulaşacağını düşünen yatırımcılar hızla bu ülkelerin tümündeki çekilebilecek fonlarını çekip gitmeyi tercih ederler. Bu durumda söz konusu finansal sorun bölgedeki bütün ülkelere, hatta bölge dışı ülkelere de yayılabilir.

Kriz göstergelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte sermaye akışı tersine döner. Bu durum hisse senetlerinin düşmesine ve borsaların çökmesine neden olur. Nitekim Japonya'da hisse senedi fiyatları 1990'ların başında %30, 1991 yılında %30 oranında geriledi. 2010'da Japon hisse senedi fiyatları 30 yıl önceki seviyesine gerilemiştir. Keza Rusya, Meksika, Asya ülkeleri ve Türkiye'de benzer durumlar yaşanmıştır.

Bir ülkenin ekonomisinde sıkıntıların başlaması ve beklentilerin değişmesi başka bir deyişle balonun patlaması yabancı sermaye hareketlerinin akışını değiştirir. 1980'lerin başında Meksika ve diğer gelişmekte olan ülkelere kredi balonu

patlamasıyla gelişmiş ülkelerin paraları değerlenmiştir. Japonya'da 1990'larda para çıkışı yeni gelişen diğer ülkelerde gayrimenkul ve hisse fiyatlarının varlık fiyatlarını artırmıştır. Japonların Yen'in güçlenmesini frenleme arzusu, para arzını ve gayrimenkul alımına yönelik kredileri çoğaltmıştır. Balonun patlaması Japonya Yen'inin artmasına, Tayland ve Malezya'da imalat sektöründe beklenen kâr oranlarının artmasına neden olmuştur (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 292).

2.2.2. Makro Ekonomik Nedenler

Minsky kredi arzının artma ve azalmasının birbirini takip eden döngüsel bir niteliğe sahip olduğu iddiasındadır. Ekonomik aktivitelerin arttığı dönemlerde kredi arzının yükselişe geçtiğini, ekonomik aktivitenin düştüğü dönemlerde ise kredi arzının düştüğünü savunuyor. Ekonominin genişlediği dönemlerde yatırımcılar iyimserdir. Hemen hemen her alanda daha yüksek kârlar beklerler ve bundan dolayı çok fazla borçlanırlar. Döngünün diğer tarafında olan kredi verenlerde de durum böyledir. Kredi vermeye daha hevesli ve isteklidirler. Kredi vermeye kaçındıkları bireysel ve tüzel yatırımcılara hatta daha önce riskli gördükleri alanlara bile kredi verirler. Böylece kredi arzı genişler.

Ancak ekonomi yavaşlamaya başladığı zaman yatırımcılar karamsar olur ve temkinli hareket ederler. Kredi arz edenler de ekonomik aktivitenin bozulması ve batık borçların artması ile birlikte ihtiyatlı davranırlar ve kredi musluklarını sıkmaya başlarlar. Minsky, ekonomi yükselirken kredi arzının artmasını ve ekonomi zayıflarken kredi arzının yavaşlamasını, ekonomilerin kırılganlıklarını artırdığı ve kriz ihtimallerini tetiklediği görüşündedir.

ABD'nin pahalı para politikası ve Avrupa ve Japonya'nın başvurduğu genişlemeci para politikaları 1970'lerde küresel enflasyon oluşturmuştur. Ödemeler dengesi fazlası veren ülkeler ile ABD gibi ödemeler dengesi açığı verenler ve MB'larının ellerindeki rezerv varlıkların hızla çoğaltılmasıyla dış ticaret dengesinde bozulmalara yol açmakta ve yeni balonları üretmektedir. MB'larının genişlemeci para politikaları ve dış ticaret açıkları nedeniyle 1993 yılında Fransız iktisatçı Pascal Blanque ve yine diğer iki iktisatçı Graciela Kaminsky ve Cermen Reinhart ABD'nin kriz balonu oluşturduğunu söylemişlerdir (Kaminsky , Reinhart, & L, 1999, s. 433-500).

Suyun akış yönü nasıl fiziksel bir kanuna tabi ise ve yukarıdan aşağıya doğru akıyorsa, para da; getiri oranı beklentisi yüksek olan ülkelere doğru akar. Hisse senedi fiyatları, ulusal paranın değer kazanması ülkeye yabancı sermaye girişini sağlar. Küresel para havuzunda meydana gelen artma neticesinde 1960'lerde başlayıp 1970'lerden sonraki on yıllar boyunca devam eden ödemeler dengesinde yüksek bozulmalar olmuştur.

- a) Kamu ve Reel Kesimin Aşırı Borçlanması
- b) Finansal ve Finans Dışı Bilançoların Bozulması
- c) Enflasyon

Parasal genişleme politikaları ve hızlı parasal büyümeler enflasyona neden olur. Hızlı kredi artışları spekülasyonlara, bu da fiyatların artmasına ve nihayetinde enflasyona neden olur. Sürü halinde varlıklara hücum genellikle kredi arzındaki artışlardan gerçekleşir. Kredi arzındaki artışlar ya bankalar ya da yeni yüzyılda ortaya çıkan türev ürünlerle ilintili olan yeni finansal enstrümanlar ile olur.

2.2.3. Kur Sistemlerinin Etkisi

Ülkelerde uygulanan kur politikaları finansal krizlerin oluşmasının etken nedenleri arasında yer almaktadır. Gelişmekte olan ülkeler finansal krizlerde ani sermaye çıkışlarıyla ulusal paranın değer kaybını önlemek amacıyla uyguladıkları kur politikalarıdır. Bu kapsamda sabit kur, çıpa kur gibi kur sistemleri uygulanır. Finansal kriz anında yabancı yatırımcılar ülkeden çıkarken, ulusal parayı satar ve döviz satın alır. Bu durum kriz yaşayan ülkenin ulusal parasının daha da değer kaybetmesine ve döviz kurlarının yükselmesine neden olur. Ekonomi otoriteleri daha fazla kur hareketinin yaşamaması için merkez bankaları kanalıyla döviz satarak piyasaya müdahale eder.

Bir ülke döviz krizi riskini beş şekilde azaltabilir:

Para biriminin değerinin dalgalanmasına izin vererek aşırı değerli bir para biriminden kaçınarak,

- a) Döviz rezervlerinin miktarını artırarak,
- b) Kısa vadeli döviz yükümlülüklerini rezervlerine oranla düşük tutarak,
- c) Sağlam ve sürdürülebilir etkin bir bankacılık sistemine sahip olarak,

- d) Başta özel sektör borcu olmak üzere büyük miktarda döviz cinsinden borçlardan uzak durmak suretiyle döviz krizi riskini azaltabilir.

Bu politikalar ilke olarak 1980'lerin ve 1990'ların krizlerine neden olan temel etkenlerden kaçınılabilir ve tamamen spekülasyon "bulaşma" saldırılarını caydırarak da krizler şüphesiz gelecekte de olmaya devam edecektir. 1990'ların krizlerinin 1980'lerin krizlerine neden olanlardan farklı koşullardan kaynaklanmış olması, başlı başına, şu anda öngörmediğimiz koşulların gelecekte krizlere yol açabileceği konusunda bir uyarı olmalıdır. Ülkelerin kendilerini korumak için yapabilecekleri tek şey, geçmişte krizlere neden olan politikalardan kaçınmaktır.

2.2.4. Belirsizliğin Artması

Savaşlar, ani siyasal değişiklikler ve salgın hastalıklar ani şoklara neden olmanın yanı sıra belirsizliğin artmasına krizlere ortam sağlar. Terör olayları, ihtilaller ve salgın hastalıklarda beklentilerde hızlı değişikliğe neden olur. Krizler tarihine baktığımızda birçok kriz ya savaş öncesinde ya da savaş sonrasında ortaya çıkmıştır. 1914 Ağustos'taki kriz savaş öncesi, 1713, 1763, 1783, 1816, 1857, 1864, 1873 ve 1920 krizleri ise savaş sonrası krizlere örnektir. ABD'deki 1720, 1772, 1792, 1825, 1873 ve 1929 krizleri ise beklentilerin boşa çıkması ve gerçekleşmemesinden kaynaklanmıştır. 1929 Buhranı bunlar arasındadır. Kapsamlı siyasal değişiklikler de beklentilerin değişmesine neden olur (Kindleberger & Z. Aliber, 2013, s. 85).

2.2.5. Ahlaki Çöküntü

Minsky, riskli yatırımları finanse etmek borç kalitesini bozacağını, borç alanların vadesi geldiğinde bir mucize gerçekleşmezse borçlarını vadesinde ödemekten imtina edeceklerini bu durumun istikrarsızlık doğuracağına işaret etmektedir (Mishkin, 2001).

Hâlbuki İslâm iktisadı insan eyleminin yalnız ve yalnız kişisel çıkarını maksimize etme motivasyonu ile çalışmaz. Tam tersine her eyleminde ahlak, manevi değerler, toplum ve doğanın hakları göz önünde bulundurularak motivasyonu sağlar ve harekete geçirir (Rudnycky, 2021).

2.2.6. Balon Etkisi

Balon etkisi, ponzi finans sistemi, mektup zincirleri, piramit şemaları ve çılgınlık terimlerinin tamamında bugünkü varlık fiyatlarının yakın gelecekteki varlık fiyatları ile tutarlı olmaması ve sürdürülmesi mümkün olmayan finansal davranış kalıpları için kullanılan eşanlamlı/yakın anlamlı terimlerdir (Kindleberger & Z.Aliber, 2013).

Spekülatif bir balonu, fiyat artışlarına ve bir yatırımın gerçek değerine dair şüphelere rağmen gündeme gelen fiyat artışı haberlerinin -kısmen başkalarının başarısını kıskanarak ve kısmen de bir kumarbaz heyecanı ile hareket ederek balonu şekillendiren büyük yatırımcıların daha da büyümesini meşrulaştıracak şişirilmiş bir hikâyenin hazırlanmasının- kişiden kişiye psikolojik olarak tesir eden yatırımcı heyecanını daha da artırdığı bir durum olarak tanımlar (Shiller, 2019, s. 273).

İktisatçılara göre balon; sermaye piyasalarındaki finansal varlıkların ya da gayrimenkul piyasasındaki varlık fiyatlarının gelecekteki toplam iratlarından fazla olması haline denmektedir. Balon etkilerinin artarak yaygınlaştığı dönemlerde finansal krizlerin oluşacağı kanısı hâkimdir (Eğilmez, 2008, s. 52).

J.K. Galbraith finansal balonları aşırı risk iştahı ile ortaya çıkan ve finansal coşku anlamına gelen “*financial euphoria*” olarak adlandırmaktadır. Galbraith’e göre finansal krizlerle sonlanan tüm balonlar pozitif algı yaratan bir gelişme ve bazen de bir hikâye ile başlamaktadır. Bu gelişmenin etkilediği düşünülen varlıkların fiyatları artış beklentisi ile daha fazla yatırımcının ilgisini çekmektedir. Daha fazla yatırımcı piyasaya girdikçe fiyatlar yükselmekte, fiyatlar yükseldikçe daha fazla yatırımcı gelmektedir. Nihayetinde varlık fiyatları makul değerlerinden uzaklaşmaktadır. Başta fiyatlar hep yukarı gittiği için herkes mutludur ve böyle devam edeceği algısı oluşur. Bu senaryolardaki varlıklar için klasik örnekler hisse senedi, gayrimenkul veya sanat eserleridir. Fakat bazen “*Tulipomania*” örneğinde olduğu gibi bu aşırı değerlendirilen varlık “*lale*” bile olabilmektedir.

Bir ülkede ekonomide sıkıntının başlaması ve beklentilerin değişmesi başka bir deyişle balonun patlaması yabancı sermaye hareketlerinin akışını değiştirir. 1980’lerin başında Meksika ve diğer gelişmekte olan ülkelerde kredi balonu patlamasıyla gelişmiş ülkelerin paraları değerlenmiştir. Japonya’da 1990’larda para çıkışı, yeni gelişen diğer ülkelerde gayrimenkul ve hisse fiyatlarının varlık fiyatlarını

artırmıştır. Japonların Yen'in güçlenmesini frenleme arzusu para arzını ve gayrimenkul alımına yönelik kredileri çoğaltmıştır. Balonun patlaması Japonya Yen'inin artmasına, Tayland ve Malezya'da imalat sektöründe beklenen kar oranlarının artmasına neden olmuştur (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 292).

1970'lerden günümüze kadar farklı kıta ve farklı ülkelerde birçok kriz yaşanmış ve bu krizlerin birçoğu bir balonun patlaması şeklinde ortaya çıkmıştır. Bahse konu krizlerin bir biri ardınca döngüsel bir şekilde yaşanması rastlantıdan çok sistematik bir bulaşıcılıktan kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Son kırk yıl içinde yaşanan krizler incelendiğinde, kredi arzındaki aşırı genişlemenin hisse senedi ve gayrimenkul fiyatlarında hızlı bir artışa ve bir balon oluşmasına sebep olduğu dikkat çekmektedir.

Çoğu kredi balonu varlık fiyatları balonu doğurmuştur; her gayrimenkul balonu kredi arzındaki hızlı artıştan kaynaklanmıştır. 1970'lerdeki kredi balonu Meksika ile diğer gelişmekte olan ülkelerde, emtia fiyatlarındaki sert yükseliş nedeniyle gayrisafi yurtiçi hâsıla büyüme hızı artınca hükümetlerin ve devlet şirketlerinin ortaya çıkan açıklarını finanse etmiştir (Karaçor & Gökmenoğlu, 2011, s. 58)

1980'lerin ikinci yarısında Japonya'daki hisse senedi ve varlık balonu nedeni, gayrimenkul alımına sağlanan kredilerdeki artıştan kaynaklanmıştır. 1990'lar ortalarında Taylan ve güneydoğu Asya'da ki komşularını saran aynı zamanda Meksika, Rusya, Brezilya ve Arjantin de kapsayan ve 1990'ların başında Tokyo da varlık fiyatları tırmanmasına neden olan başka bir balondur.

Son olarak 2002 ile 2007 arasında ABD'de başlayıp İskandinav ülkeleri ve Avrupa'da oluşan gayrimenkul balonları ve akabinde bahse konu ülkelerde oluşan kriz ile Yunanistan, Portekiz ve İspanya'daki 2008-2009 yıllarını kapsayan periyotta devlet borçlarının ödenememesinin birbirini etkileyen ve bulaşıcılık sonucu oluşan sistematik krizler olduğu ileri sürülebilir.

1929 yılında yaşanan Büyük Buhran öncesinde borsada yaşanan aşırı fiyatlama, tarihte bilinen en büyük balondur. Japonya'da 1980'ler ve Amerika'da başlayıp tüm dünyayı etkisi altına alan 2008 finansal krizleri konut fiyatlarının şişmesi nedeniyle ortaya çıkan diğer küresel finansal balonlardır.

Balona dayalı ekonomik ve finansal krizlere aşağıdaki örnekler verilebilir; (Reinhart & Kenneth, 2008).

Tahvil spekülasyonu: 1557 yılında Avusturya, Fransa ve İspanya,

Lale spekülasyonu: 1636 Hollanda,

Deniz balonu: 1720

Gayrimenkul Balonları: 1773 İngiltere, 2008 ABD,

Yün spekülasyonu: 1836 İngiltere,

Buğday spekülasyonu: 1847

Hisse senedi spekülasyonu: 1882 Fransa, 1921 ve 1929, 1987 ve 1990

Gümüş ve altın spekülasyonu: 1893, 1980

Kahve spekülasyonu: 1907

Yukarıda sayılan tarihte yaşanan balon örneklerinden bazılarıdır.

Tarihte yaşanan on büyük finans balonunu Kindleberger şöyle sıralamaktadır (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 17).

- a) *Hollanda lale soğanı balonu 1636*
- b) *South Sea balonu 1720*
- c) *Mississippi balonu 1720*
- d) *1920'lerin sonunda hisse senedi fiyatları balonu 1927-1929*
- e) *Meksika ve diğer gelişmekte olan ülkelerin banka borçlarındaki tırmanma 1970'ler*
- f) *Japonya gayrimenkul ve hisse senedi balonu 1985-89*
- g) *Finlandiya, Norveç ve İsveç'teki 1985-89 emlak ve hisse senedi balonu*
- h) *Tayland, Malezya, Endonezya ve birkaç Asya ülkelerinde 1992-97 gayrimenkul ve hisse senedi balonu; 1990-99 arasında Meksika'ya yapılan yabancı yatırımlardaki tırmanma*
- i) *ABD'deki tezgâh üstü (borsa dışı) hisse senetleri balonu 1995-2000*
- j) *ABD, İngiltere, İspanya, İrlanda ve İzlanda 2002-2007 arasındaki emlak balonu ve Yunanistan'ın devlet borçlarıdır.*

Bütün balonlar doğası gereği patlamakla mahkûmdur. Aynen bunun gibi her ne nam ile olursa olsun tüm finansal balonlar günün sonunda patlamaktadır. Çünkü rasyonel

ve sürdürülebilir olmayan, trenin son vagonunu kaçırma sloganı ve saikiyle kısa zamanda çok para kazanma arzu ve iştihasıyla, aşırı hırs ve çılgınlıkla başlayıp panikle birlikte çöküşle devam eden ve nihayetinde ulusal, bölgesel ve hatta küresel krizleri netice veren habis finansal davranışlardır.

2.2.7. Aşırı Risk İştahı, Hırs ve Açgözlülük

Finansal piyasaların küreselleşmesiyle birlikte kısa zamanda yüksek getiri elde etme isteği baskın hale gelmiştir. Bu hırs ve iştah; tahvil finansmanı, banka finansmanı ve hisse senedi işlemleri ve buna benzer çeşitli türev ürünlerin oluşturulmasına ve bu türev ürünlerin finansmana aracılık yapması neticesinde de özellikle son küresel finansal krizi başta olmak üzere finansal krizlerin oluşmasına neden olmuştur (Atıcı & Gürsoy , 2010, s. 266).

Para kazanmadaki hırs nedeniyle sürü güdüsü ile hareket eden yatırımcılar, eksik ve yetersiz inceleme ve değerlendirmeler yaparak aceleci bir şekilde girdikleri piyasalardan para kaybederek çıkmışlardır (Eğilmez, 2008, s. 65).

2008 krizi sonrasında çıkan kitapların tüm başlık ve alt başlıklarının ortak yönü; “açgözlülük”, piyasalardaki bozuk işleyiş, Wall Street yolsuzlukları, bankacıların elinde oyuncak haline gelen yasal yetkililer ve yine açgözlülük olarak özetlenmiş (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 16).

2.2.8. Sürü Etkisi, İyi Hesaplanmamış Risk, Panik ve Çöküş

Kendi kendini doğrulayan bekleyişler ve bu bekleyişler neticesinde para ya da döviz piyasalarında spekülörlerin alacağı bir pozisyon beraberinde panik şeklinde hareketlere yol açmaktadır. Oluşan iktisadi zayıflıkları öngören spekülörler harekete geçer ve beklenmeyen ani hareketler yapmalarına neden olur. Bunun neticesinde piyasada oluşan panik ve var olan balonun patlamasıyla yeni bir kriz oluşur (Özatay, 2009, s. 39).

Girişteki sürü etkisi daha yavaşken çıkıştaki sürü etkisinin çok daha hızlı ve panik şeklinde oluşması, kriz yaşayan ülkelerdeki krizi artırıcı ve daha sarsıcı hale gelmesine neden olmaktadır (Eğilmez, 2008).

Netice olarak krizlerin temel ekonomik nedenlerinin; siyasi istikrarın bozulması, sermaye hareketleri dolayısıyla paranın ani çıkışı ve faizlerin artmaya başlaması, kredilerin yanlış yatırımlara yönlendirilmesiyle sürdürülemez hale gelen iç borçlanma, yüksek enflasyon, başta finansal piyasalar olmak üzere ekonomideki yapısal sorunlar, sıkı para ve döviz piyasası, geleceğe dair beklentilerin makroekonomik istikrarsızlık sebebiyle negatif olması krizlere zemin hazırlamaktadır.

2.3.Finansal Kriz Modelleri

Finansal krizleri açıklamaya çalışan modellemeler finansal krizlere neden olan sebeplerin her kriz sonrasında farklılaşmasında ötürü farklı nedenlere bağlanarak açıklanmıştır. Her krizi doğuran sebepler, yayılışı, etki alanı, çözüm yöntemleri ve sonuçları bir önceki krizden/krizlerden farklı olduğundan teorilerde değişime uğramış ve yeni modellerle açıklanmaya çalışılmıştır.

Birinci nesil krizler; tutarsız ekonomi politikaları, zayıf makroekonomik politikalar ve sabit kur sisteminden, ikinci nesil krizler; finansal piyasalardaki kötümser beklentilerden, üçün nesil krizler; ise sıkı ve kırılgan finansal piyasalardan kaynaklanmaktadır (Tarı, Erarslan, & Bayraktar, 2011, s. 9).

Birinci nesil krizlerin 1960-70'li yıllarda izlenen makroekonomik politikalar ile sabit kur rejimi mabeynindeki uyumsuzluktan kaynaklandığı düşünülmüş izah edilmiş. 1970'li yıllarda yaşanan krizleri izah etmeye çalışan ilk çalışma (Salant & Henderson, 1978)'de yapılmıştır. Diğer çalışma Krugman, Flood ve Garber tarafından geliştirilen birinci nesil kriz nazariyelerini oluşturmuşlardır.

İkinci nesil krizler; 1990'larda yaşanan finansal krizleri birinci nesil nazariyeler karşılamayınca ortaya atılmıştır. Makroekonomik politikalar ile sabit kur rejimi mabeynindeki uyum olsa bile yoğun bir spekülasyon saldırısının hemen akabinde "*kendi kendini besleyen bir kriz*" olabilir demişlerdir (Obstfeld, 1988).

Üçüncü nesil krizler; 1997 Asya krizini birinci ve ikinci nesil teoriler izah edemeyince krizlerin bulaşıcılığı devreye girmiştir. Herhangi bir ülkede ortaya çıkan istikrarsızlık, finansal serbesti koşulları altında başka bir ülkeyi de etkileyebilmekte ve bunu makroekonomik göstergeler ile izah etmenin mümkün olmadığını söylemektedirler (Krugman, 1999).

Alan yazına baktığımızda finansal kriz modelleri, genel olarak üç başlık altında toplanmıştır. Aşağıda izah edeceğimiz üzere; birinci, ikinci ve üçüncü nesil kriz modelleri ya da teorileri olarak adlandırılmıştır.

2.3.1. Birinci Nesil Krizler

Birinci Nesil krizler² 1960 ile 1970'li yıllar arasında uygulanan tutarsız makroekonomik politikalar ve sabit kur rejimi arasındaki uyumsuzluktan ortaya çıkmıştır. Burada krizin nedeni aşırı parasal ve mali genişlemelerdir. Arjantin başta olmak üzere Latin Amerika ülkelerinin 1970'li yıllarda yaşadığı krizlerden ders çıkarılarak geliştirilen modeldir. Salant ve Henderson'nun oluşturduğu Krugman, R. Flood ve P. Garber'in geliştirilmesine katkı sağladığı birinci nesil modeller ulusal paralara yapılan spekülasyon saldırıları ile merkez bankalarının yabancı para rezervleri ilişkisinde direkt bağlantı olduğunu göstermektedir (Tarı, Erarslan, & Bayraktar, 2011, s. 10).

Durgunluktan çıkmak toplam talebi artırmak için genişletici maliye politikaları izlenir ve bu da bütçe açıklarına neden olur. Bütçe açıklarını kapatmak için merkez bankası para basarak ulusal paranın değerini düşürür ve kur üzerinde baskıya neden olur (Atay, 2010, s. 363).

Merkez bankaları kuru sabit tutmak için piyasaya döviz aktarır ve rezerv stokları azalır. Sınırsız olmayan ve özellikle gelişmekte olan ülkelerin yetersiz merkez bankaları stoklarının azaldığını ve yetersiz kaldığını gören spekülasyoncular atağa geçer ve milli olan ulusal para yerine dövizde akın başlar. MB'lerin kullanacağı sınırlı politikalar ile bu süreç engellenemez ve nihayetinde devalüasyon olur. Ulusal para

² Birinci nesil kriz teorileri; 1978 yılında altı fiyatlarında başlayan spekülasyon hareketleri araştırmak için ekonomist olan Salant ve Henderson'nun oluşturduğu teorilerdir. Krugman ise sabit döviz kurlarını ölçümleyebileceğini düşündüğü bu modeli 1979 yılında "A Model of Balance-of-Payments Crises" adlı çalışmayı yapmıştır. Daha sonra Flood ve Garber, Krugman'ın oluşturduğu modeli daha da basitleştirerek "Collapsing Exchange Rate Regimes: Some Linear Examples" namıyla bir çalışma yapmışlardır. Akabinde 1986 yılında Garber ve A. Blanco "Recurrent Devaluation and Speculative Attacks on the Mexican Peso" namlı çalışmalarıyla birinci nesil kriz modellerinin tekâmülüne çalışmışlardır.

değer kaybeder varlık fiyatları düşer ve ekonomik krizle neticelenir (Alptekin & Güvenek, 2011, s. 295).

2.3.2. İkinci Nesil Krizler

İkinci nesil krizler, birinci nesil krizlerden sonra geliştirilen ve uygulanan politikalara rağmen ortaya çıkmıştır. Burada takip edilen makroekonomik politikalar ile sabit kur rejimleri arasında tamı tamına bir uyum olmasına rağmen finansal piyasalardaki kötümserlikten ötürü yoğun spekülasyon hareketleri sonrasında ortaya çıkmıştır. Birinci nesil modeller bu krizleri tanımlamakta yetersiz kalmıştır ve ekonomi otoriteleri yeni bir modelleme geliştirmiştir. 1992-1993 yılları arasında yaşanan Avrupa Döviz Kuru Mekanizması Krizi ve 1994 yılında Meksika krizi başta olmak üzere 1990'lı yıllarda meydana gelen finansal krizleri açıklamakta yetersiz kalan birinci nesil kriz teorilerine karşın Obstfeld "*kendi kendini besleyen kriz*" adlandırmasıyla ikinci nesil kriz teorilerini geliştirmiştir (Tarı, Erarslan, & Bayraktar, 2011, s. 10).

İkinci nesil kriz teorilerinin temel özelliği, birinci nesil kriz teorilerinde öngörülen doğrusal davranış nazariyesine dayanmamasıdır. Burada ekonomik aktivitenin içinde olan birden çok iktisadi ünitenin doğrusal bir şekilde davranış eyleminde bulunmaması durumunda teorinin daha fazla çözüm yolu olduğu görülecektir. İkinci nesil kriz teorileri; "*çoklu dengeler*" (*multiple equilibria*) olarak ifade edilen durum üzerinde durmaktadır. Devletin doğrusal davranışlar sergilememesi neticesinde ortaya çıkan bu hali irdelemektedir

Bu modellere göre makroekonomik göstergeler dengeli olsa bile gerçekte olmayan ancak beklenen politika değişiklikleriyle birlikte oluşan spekülasyon ortamı, krize neden olmaktadır. (Alptekin & Güvenek, 2011, s. 296).

Spekülasyon saldırıları karşısında hükümet kuru sabit tutmak ya da faizleri artırmak arasındaki finansal sisteme olan fayda ve maliyetleri mukayese ederek nihai karar verecektir. Devalüasyon yapılması durumunda talep yetersizliğine ve dolayısıyla eksik istihdama neden olacaktır. Yani hükümetin politikaları ile piyasanın beklentileri arasında bir çatışma olması halinde döviz rezervleri ne kadar yüksek olursa olsun ya da merkez bankası faiz artırırsa bile ekonominin finansal kriz sürecine gireceği görüşü hâkimdir (Atay, 2010, s. 264).

Krizlerin tasnifinde “*birinci nesil*” ve “*ikinci nesil*” kriz teorileri şeklinde sınıflandırılması ve akabinde yaşanan diğer krizlerin öncekilerle benzeşmemesi her yeni farklı krizin yeni bir model ile izahı gerekliliğini iktiza etmektedir (Krugman, 2001, s. 3)

Gerçekten de 1997 Asya krizi daha önceki krizlerden farklı unsurlar barındırdığı için burada yeni bir sınıflama yapılarak üçüncü nesil kriz tanımlaması oluşmuştur.

2.3.3. Üçüncü Nesil Krizler

Her krizden sonra iktisatçılar, uluslararası kuruluşlar ve politika yapıcılar krizin olduğu ülkelerdeki zayıflıklar üzerinde durmuş ve krize götüren nedenler belirlenerek çözüm yöntemlerine yoğunlaşmışlardır.

Krugman, (1979), R. Flood & P. Garber(1984), geliştirdikleri birinci nesil kriz teorileri sabit kur rejiminin devam ettirilebilme ile bütçe açıklarının kapatması için para basma arasında kalmaları diğer taraftan spekülörlerin ulusal para üzerinde oluşturdukları baskı neticesinde MB’sının müdahale için kullanacak rezervlerinin sıkıntı hale gelmesi ve kuru dalgalanmaya bırakması olarak görmektedir.

Obstfeld, (1988), geliştirdiği ikinci nesil kriz teorilerinde; krizin ana sebebinin hükümetlerin yapacağı politika tercihi olduğunu ve bu politika tercihinin yatırımcı üzerinde oluşturacağı endişeden kaynaklandığını ifade etmektedir. Politika yapıcılarının kuru sabit tutmak, faizleri artırmak ya da döviz talebi karşısında müdahale için yeteri politika aracının olmaması neticesinde döviz kurunu dalgalanmaya bırakmak arasında yapacakları tercihlerin hangi yönde olacağı yatırımcılarda endişeye neden olmaktadır.

1997’de yaşanan Asya krizini açıklamakta noksan kalan önceki modeller neticesinde üçüncü nesil teorilerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Makroekonomik tüm göstergeler normalken oluşan krizlerin gerekçelerini farklı açıklamışlardır (Alptekin & Güvenek, 2011, s. 298).

Bütçe açığının olmadığı, enflasyonun normal seviyede olduğu, büyümenin düşük olmadığı, dış ticaret açığının yüksek olmadığı ve genişletici para politikalarının olmadığı yani mali disiplin ve parasal istikrarın olduğu ekonomilerde ortaya çıkması neticesinde P. Krugman “*ahlaki tehlike*” ve J.Sachs “*finansal saldırı*” tanımlamasıyla

Asya Krizini tanımlayıp üçüncü kriz modellerini geliştirmişlerdir (Tarı, Erarslan, & Bayraktar, 2011, s. 12).

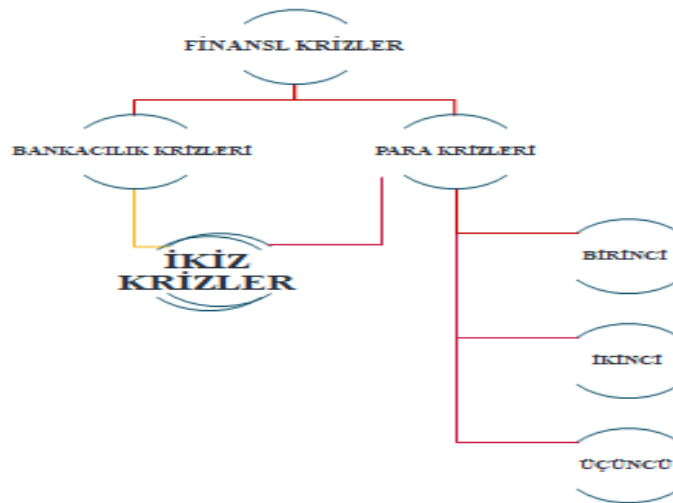
Yapılan çalışmalar banka krizleri ile para krizlerinin birbirini besleyen krizler olduğu ve çift yönlü etkileşim oluşturduklarını söylemişlerdir. Diğer taraftan banka ve para krizlerinin bir arada oluşmasına finansal kriz tanımlaması da yapılmaktadır. Aynı zamanda banka ve para krizlerinin bir arada yaşanması halinde reel sektör aktörlerine de bulaşmakta ve finansal krizlerin bulaşıcılığı ve yıkıcılığı söz konusu olmaktadır.

2.4.Finansal Kriz Türleri

Küreselleşme ve finansal entegrasyon ile birlikte fonlar denizaşırı ülkelerde yüksek getiri sağlamak; düşük getirili ülkeden yüksek getirili ülkeye doğru akmıştır. Bu da yer değiştiren uluslararası sermayenin miktarında önemli artışlarla sonuçlanmıştır. Ülkeler arası artan sermaye hareketleri ile birlikte 1990 yıllardan itibaren birçok ülkede kriz yaşanmış ve bu krizler finansal kriz olarak adlandırılmıştır.

Finansal krizlerin tasnifini dört ana grup altında yapmak mümkündür; para krizleri, dış borç krizleri, bankacılık krizleri ve sistemik finansal krizleridir. (Sachs, 1998, s. 243).

Son yıllarda yapılan araştırmalar bankacılık ve para krizlerinin birlikte meydana geldiğini, bu tür krizlerin de ikiz krizler (*twin crises*) olarak adlandırıldığı görülmektedir (Kaminsky , Reinhart, & L, 1999, s. 491).



Şekil 2.4:Finansal Krizlerin Sınıflandırılması

Kaynak: Karaçor ve Gökmenoğlu 2011:35

Bahse konu krizlerin bulaşıcı özeliği ya da döngüsel olmaları ve genellikle birbirini takip ettiklerinden dolayı aralarında net bir ayırım yapmak çoğu zaman mümkün değildir. Bu krizlere aşağıda değinilecektir.

2.4.1. Parasal/Döviz Krizleri

Döviz krizi, ulusal paranın ciddi bir şekilde şiddetli fiyat dalgalanmaları neticesinde değerinde yaşanan kayıpla ortaya çıkar. Ülkenin döviz rezervlerinde azalış tüm para krizlerinin ortak özelliği olup, ulusal parasının değer kaybetmesi ülkeden hızlı para çıkışıdır (Sebastian & Jeffrey, 2009).

Döviz krizlerinin belirleyicilerini aşağıdaki beş sınıfta toplamak mümkündür (Kibritçioğlu, 2001).

- a) *Zayıf makroekonomik göstergeler ve hatalı iktisat politikaları,*
- b) *Finansal altyapının yetersizliği,*
- c) *Ahlaki risk (moral hazard) ve asimetrik bilgi,*
- d) *Piyasadaki kreditorlerin ve uluslararası finans kuruluşlarının hatalı his ve önsezileri,*
- e) *Siyasal suikast ve terör saldırılarıdır.*

Para krizi “*currency crisis*”, literatürde döviz krizi kavramıyla da tanımlanmaktadır. Döviz kurunda yaşanan ani hareket ve buna bağlı olarak sermaye hareketlerinde hızlı ve sert değişimlerin yaşanması sonucu meydana gelen krizlerdir (Yay, Yay, & Ensar , 2001, s. 20).

Para krizleri ya da döviz kuru krizleri herhangi bir devletin ulusal parasına olan güvenin zedelenmesi sonrasında sıcak para denilen spekülâtif amaçlı fonların ülkeden çıkması ile ulusal paranın hızlı bir şekilde değer kaybetmesidir. Merkez bankasının para politikalarını devreye sokmasına rağmen cari döviz kurunun sürdürülebilme imkanının olmaması ya ülke parasının dalgalanmaya bırakılması ya da devalüe edilerek yönetilmeye çalışılmasıdır. (Seyidoğlu, 1999. s.583).

Sabit kur uygulayan ülkelerdeki para krizi, MB’sı kura müdahale etmek için uyguladığı politikalar döviz rezervlerinin azalmasını ve ödemeler dengesini sıkıntıya soktuğundan ödemeler dengesi krizleri olarak tanımlanır. Esnek döviz kuru sistemini

benimseyen ülkelerdeki krizleri ise döviz kuru krizleri şeklinde tanımlanarak yüksek kur değişimlerine vurgu yapılmaktadır (Kibritçioğlu, 2001, s. 175).

2.4.2. Bankacılık Krizleri

Banka, bir toplumun köklü bir tarihi geçmişin ürünü olan politik ve iktisadi sistemlerinin tecessüm etmiş; ilgili toplumun tarih, politika ve iktisadi yapısının aynasıdır (Calomiris & Heber, 2018, s. 9).

Bankacılık krizi; bankaların ana sermayelerini bütünüyle veya büyük ölçüde kaybetmesi olarak tanımlanmıştır. Bankacılık krizleri, mudilerin birden toplu şekilde mevduatlarını çekmek amacıyla bankaya başvurması, verilen kredilerin vade gününde geri ödenmemesinde yaşanan artış ve buna eşlik eden banka ve firma iflasları sistematik banka krizlerine neden olmaktadır.

Bir ya da birden çok bankaya olan güvenin sarsılması neticesinde mevduat sahiplerinin toplu şekilde bankadan parasını çekmek istemesi ve bankanın likidite nedeniyle bu talebi karşılayamamasıdır (Parasız, 1999, s. 53).

Bankacılık krizlerinin tanımlanması ve doğru teşhisin konulabilmesi için; bir tek bankanın krize girmiş olması ya da birden çok bankanın krize girmiş olması önemlidir. Diğer taraftan tüm bankaları etkileyen ve sistematik hale gelmiş bütün piyasayı ilgilendiren bir krizin olup olmadığının tespit edilmesi ve ona göre teşhis konularak aksiyon alınması, krizi tanımlamak açısından son derece önemli bir husustur (Ateş, 2004, s. s:204).

Bir bankanın sıkıntılı olması her zaman bankacılık krizine neden olmayabilir. Bununla birlikte bankacılık sisteminde yüksek paya sahip piyasa yapıcı konumunda olan bir bankanın sıkıntı yaşaması veya batması domino etkisi oluşturarak sistemik finansal krize neden olabilir. (Yay, Yay, & Ensar , 2001)

Bankacılık krizleri aşağıdaki durumlarda ortaya çıkmaktadır: (İşeri, 2004, s. 33).

- i. Banka sermayenin çok azalması,
- ii. Donuk kredilerin toplam kredilere oranının yüzde 20'nin üstüne çıkması,
- iii. Bankacılık sektörünün yeniden yapılandırılmasının maliyetinin GSMH'ye olan oranın %5'leri aşması,

- iv. Bankaların iflas etmesi, el konulması, bir başka banka ile birleşmesi ya da devletin el koyması veya devlet yardımlarının yapılması durumlarında ortaya çıkar

Bununla birlikte 2008 küresel finans krizinde ABD’de büyük bankalar sıkıntı yaşamasına rağmen devletleştirme politikası ile sistematik bir banka krizine dönüşmesi engellenmiştir.

2.4.3. Dış Borç Krizleri

Bu krizin tanımını şu minvalde yapabilmek mümkündür. Bir ülkenin başka ülkelerden aldığı kredilerin anapara ve faizlerini zamanında ödeyememesi neticesinde borç yükümlülüklerini ya ertelemesi ya da yeniden taksitle bağlamasıdır. Yani borçlarını yeniden yapılandırması durumudur (Sachs, 1998).

Diğer bir ifade ile bir devletin özel ve kamu kesiminin vadesi gelmiş dış borçlarının vadesinde ödeme imkânına sahip olmadığından kısmen veya tamamen ödeyememe durumuna denir.

Daha çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin büyümelerini devam ettirmek ve kalkınmalarını sürdürmek üzere yatırımlar için finansmana ihtiyaç duymaktadırlar. Keza, ithalatı ihracatından fazla olan ülkelerin dış ticaret açıkları meydana gelmektedir. Diğer taraftan teknoloji yoğun yatırım ve hizmet ürünlerinin transfer edilmesi ve ülke para biriminin değerinin yüksek tutulmaya çalışılması da dış borçlanmaya neden olmaktadır. Özellikle muazzam büyüklükte projelerin yapımında ihtiyaç duyulan finansman miktarı hem yüksek hem de vadeler uzun olduğundan ülke içi kaynaklardan sağlanamayan yüksek tutarlı finansman için yurtdışı kaynaklara başvurulmaktadır. Bu finansman ihtiyaçlarını yurtiçi tasarruf sahiplerinin kaynaklarından karşılanamaması durumunda kalkınmanın sürdürülebilmesi için yurt dışı kaynaklara başvurulmaktadır (Seyidoğlu, Uluslararası İktisat:Teori, Politika ve Uygulama, 1999).

Diğer bir politika ise ülkelerin ihracatlarını artırmak istemeleri neticesinde kurun artırılması nedeniyle ülkenin dış borcu ulusal para birimi karşılığı artmaktadır.

İşte tüm bu saiklerle yapılan dış borçlanma verimli yatırım alanlarına aktarılmadığında ve doğrudan harcamalar ya da transfer harcamalarında

kullanıldığında veya verimsiz yatırımlara yönlendirilmesine karar verildiğinde; ülke vadesi gelen borçlarını ödeme güçlüğü çekmekte ve yeni dış borçlanmalara gidilmektedir. Bu durum belli bir süre sonra bir kısır döngüye dönüşmekte ve bir borç sarmalı oluşmaktadır. Bu şekilde ülke gelirinin bir kısmının borçlanılan ülkelerin dış borç anapara ve faizlerine ödenmesi için alacaklı ülkelere transfer edilmekte ve sonuç olarak ülkenin refah düzeyinin düşmesine neden olmaktadır. Bunun önlenmesi için, düşük faizli uzun vadeli ve verimli yatırım alanlarında kullanılmak üzere dış borçlanma yapılmalıdır.

2.4.4. Sistemik Krizler

Finansal krizlerin tümü ekonomik dengesizliklerin sürdürülememesi ve finansal varlık fiyatlarında meydana gelen şiddetli dalgalanmalar akabinde oluşur. Makroekonomik indikatörlerdeki zayıflıklar, hükümetlerin uyguladığı yanlış politikalar, finans sisteminin ve altyapısının yeterli düzeyde olmaması, ahlâkî tehlike (*moral hazard*), asimetrik bilgi (*ters seçim*), finansal kurumların ve bireylerin yanlış beklentileri, ani şoklar, siyasal suikastlar, terör saldırıları ve salgın hastalıklar gibi beklenmedik olaylar dalgalanmalara sebebiyet vermektedir (Kibritçioğlu, 2001).

İyi organize edilmiş bir finansal sistem, kaynakların doğru ve etki kullanımını sağlar. Finansal kaynakların üretimi ve istihdamı dolayısıyla büyümeyi sağlayan doğru yatırımlara kanalize edilmesi neticesinde kamu sektöründe ve reel kesimde üretim, dış ticaret hacminde istikrar, istihdam ve büyümeyi netice verir. Para krizleri ile banka krizlerinin birlikte yaşandığı piyasalarda piyasalar birbirini sistemik etkiler bunun neticesinde finansal sistem temel fonksiyonlarını etkin bir şekilde yerine getiremez.

Başta bankalar olmak üzere finansal kurumların ödeme güçlükleri yaşaması, belirsizliklerin artması, öncelikli olarak hisse senetleri olmak üzere menkul kıymetler piyasasındaki fiyatların şiddetli bir şekilde düşmesi ve bu olaylar serisinin dizgesel bir şekilde gerçekleşmesi, sistemik finansal krizleri oluşturur.

Sistemik krizler; banka krizlerini ve para krizlerini içeren ve akabinde reel piyasa ile çift taraflı olumsuz etkilenen neticesinde ekonomide fiyatların artması, üretimin azalması, işsizliğin artması ve büyümenin düşmesine sebep olmaktadır.

2.5.Dünyada ve Ülkemizde Meydana Gelen Başlıca Finansal Krizler

Finansal piyasaların var olduğu süreç boyunca finansal krizler ve para krizleri meydana gelmiştir. Akla gelen ilk finansal ve küresel kriz 1929 buhranıdır. 1970'lerdeki krizlerde; varlık, gayrimenkul, kur, hammadde/emtia ve hisse senetleri fiyatlarında benzeri olmayan dalgalanmalar olmuştur (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 1).

Latin Amerika hükümetlerini vuran krizler; çok düşük reel faiz oranları ve emtia ihracatları için yüksek fiyatlar tarafından teşvik edilen yabancı ticari bankalardan ağır borç almaları sıkıntı olmuştur. Yaklaşık on yılın sonunda reel faiz oranları keskin bir şekilde yükseldiğinde ve Amerika durgunluğu Latin Amerika ülkelerinin ihracatına olan talebi azalttığına, borç alan ülkeler borçlarını ödeyemediler ve neticesinde süreç krize çevrilmiş oldu. 1990'larda yaşanan ekonomik krizler 1980'lerde Latin Amerika ülkelerini vuran krizlerden çok daha farklı bir seyir izlemiştir.

1990'ların sonundan itibaren gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde yaşanan krizler, geçmişteki krizlerden daha küresel bir karaktere sahip olmasından dolayı ekonomik ve politik istikrara potansiyel olarak daha fazla zarar vermiştir.

1997'de Tayland'da başlayan ekonomik olaylar, sonunda Doğu Asya'daki birkaç ülkenin yanı sıra Rusya, Türkiye ve önemli Latin Amerika ekonomilerine de bulaşmıştır.

2008 yılında ABD'de başlayıp İtalya, İspanya, Yunanistan başta olmak üzere Euro bölgesini ve neredeyse tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerini etkileyen küresel finans krizi yine 1980 ve 1990'lardaki krizlerden farklı gelişmiştir.

Teknoloji, iletişim ve ulaşım araçlarının hızla değiştiği ve geliştiği bir ortamda; dünyanın da hızla değiştiği ve dönüştüğü ve birbirine benzeştiği yadsınamaz bir gerçekliktir. Küreselliğin yerleştiği başka bir deyişle dünyanın bir köy haline dönüştüğü bu çağda bir yerde başlayan bir kriz, krizin doğasında olan bulaşıcılığı ile tüm dünyayı sarmaktadır. Gelecekte gerçekleşmesi olası krizlerin riskini azaltmak, ortaya çıktıklarında krizlerin yönetimini iyileştirmenin yollarını bulmak ve bertaraf etmek için bu günden iyileştirici ve önleyici politikalar geliştirmek büyük öneme sahiptir.

2.5.1. Dünyada Yaşanan Krizlerden Örnekler

Dünyada tarihten günümüze kadar çok sayıda finansal kriz yaşanmıştır. Finansal krizler tarihini ele alan yazımlara baktığımızda ilk finansal kriz 1618 yılı ile 1623 yıllarında kutsal Roma İmparatorluğu otuz yıl harpleri nedeniyle iyi para yerine kötü para sürülmesi ve madeni paranın ağırlık, ayar ve değerinin düşürülerek parasal genişlemeye gidilmesi neticesinde yaşanmıştır. Takip eden asırlarda ve yıllarda devam eden finansal krizler yaşanmıştır. 19. Yüzyılın ilk yarısında 1816, 1826, 1837, 1847, 1857 ve 1866 yıllarında krizler düzenli olarak her on yılda bir yaşanmaya başlanmıştır. Daha sonra 1873, 1907, 1921 ve 1929 olarak düzenliliğini kaybederek devam etmiştir (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 42).

1980'lerde Arjantin, Brezilya, Meksika ve diğer on gelişmekte olan ülkelerdeki aşırı borçlanma nedeniyle borçlarını geriye ödemekte sıkıntı yaşanmasıyla, 1990'larda Japonya, Finlandiya, Norveç ve İsveç'te, 1997'de ise Asya'da finans krizi patlak vermiştir. Tayland, Malezya ve Endonezya'da başlayan kriz akabinde Güney Kore, Arjantin, Brezilya, Rusya ve Türkiye'ye yayılmıştır. 2007-2008 küresel finans krizi ise başta ABD'de başlamış, akabinde İngiltere, İspanya, İrlanda, İtalya ve İzlanda'daki gayrimenkul ve bono fiyatlarındaki düşüş neticesinde meydana gelmiştir.

1990'lı yıllarda başta gelişmekte olan ekonomiler olmak üzere etki alanları küresel denenebilecek birden çok kriz yaşanmıştır. Bu krizlerin bir kısmı örneğin 1997 Asya Krizi, 1998 yılında ortaya çıkan Rusya Krizi, 1994 Meksika krizi gibi ekonomik ve finansal sebeplerle yaşanmışken, 1991 Körfez Krizi ise ani şok yani jeopolitik savaş kaynaklı bir krizdir.

İzleyen bölümlerde belli başlı bazı kriz örneklerini neden ve sonuçları ile birlikte incelemeye çalışacağız. 1929 dünya buhranı, Meksika krizi (1994-1995), Asya ve Rusya krizleri (1997-98) son olarıktan 2008 küresel finans krizlerini incelenecektir.

2.5.1.1. 1929 Büyük Buhranı (Dünya) Krizi

Ekonomik buhranın oluşmasında birçok etken vardır. Başta fiyatların düşmesi ve durgunluk olmak üzere aşırı üretim ve satın alma gücünün düşmesi önemli etkenlerdir (Bulut, 2021, s. 84).

Birinci harbi umumi öncesinde devletlerin ekserini altın standardı sistemini kullanıyor; döviz kuru altın kuruna ayarlı ve kâğıt paralarda, altın mukabilinde basılıyordu. Birinci Harbi Umumi akabinde Avrupa devletleri altın standardını bırakarak karşılıksız bir şekilde kâğıt para basmaya başladılar (A.g.e.: 85).

Kâğıt paranın altına bağlı değil de karşılıksız basılması enflasyonun oluşmasına zemin oluşturdu. Avrupa devletleri paralarının karşılıksız basılması ve enflasyonun hızla artması; yatırımcıların altınlarını ve paralarını alarak altın mukabilinde para basmaya devam eden ABD'nin bankalarına gönderdiler. Bunun akabinde dünya finans merkezi unvanını sahip olan Londra, bu unvanını New York'a kaptırmasıyla sonuçlanmıştır. ABD'de müthiş bir servet birikimi oluşmuş ve tüm ekonomik varlıkların fiyatlarında aşırı artış olmuştur (Eğilmez, 2008, s. 58).

1920'li yıllarda ABD'de uygulanan vergi indirimleri servetlerin artmasına ve yoğunlaşmasına, üretim ve istihdamın azalmasına ve bankacılık sisteminin zayıflamasına sebep olmuştur. Coşkunun yaşandığı dönemde daha önce riskli görülen alanlara verilmeyen krediler verilmeye başlanmış ve 1929 yılında ABD'de servet yoğunlaşmasının en yüksek olduğu zaman bankacılık sistemindeki riskli krediler de doruğa ulaşmıştır. Riskli kredilerdeki artış ve spekülasyon amaçlı servet yoğunlaşması, ekonomide yaşanan durgunluğun 1929 yılında bunalıma dönüşmesine destek olmuştur.

ABD'de biriken sermaye kredilerin düşmesi spekülasyon amaçlı gayrimenkul ve toprak alımları olmuştur. Varlık fiyatlarındaki spekülasyonların bitmesi gayrimenkul ve toprak fiyatlarında düşüşle sonuçlanmıştır. Sermaye bu defa New York borsasına yönelmiştir.

Gerçekliklerden uzaklaşan ve aşırı derecede artan hisse senedi fiyatlarının önüne geçmek ve spekülasyon fiyat artışını durdurmak için 1929 yılının yaz aylarında Federal Rezerv Bankası (FED) faiz oranlarını yükseltmiştir. Artan faizlerle birlikte fiyatları zirvede olan hisse senetlerini elinde bulunduran hisse sahipleri satışa yönelmiş ve borsa ani bir şekilde düşüşe geçmiştir. Yaşanan olaylar silsilesi, New York

Borsasının çökmesine ve borsanın çökmesini de onu izleyen diğer bir finansal aracı olan bankaların çöküşü takip etmiştir (Kazgan, 2005 , s. 44).

Bankaların ekonomik aktivitenin yüksek olduğu dönemde ahbap çavuş ilişkisi veya ters seçim ilkesi ile verdikleri kredilerin piyasalar sıkışmaya başladığında vadesinde geri ödenmemesi ve buna eşlik eden güvensizlik ortamı bankadan fonların çekilmesine bu da likidite sıkıntısına sebep olmuştur Likiditeyi sağlayamayan bankalar krize girmiştir. Bunalım, kriz ve güvensizlik denizaşırı ticaretin azalmasına ve neredeyse yok olma eşiğine getirmiştir. (Acar, 2008, s. 28)

1929 ekonomik krizi dünya ülkelerini derinden etkilemiş ve arkasında sarsıcı sonuçlar bırakmıştır. Anılan buhranı, kapitalist sistemin yaşadığı ve etkilerini en çok hissettiği en büyük krizdir. Krizde işini kaybeden insanların sayısı milyonları aşmış, istihdam azalmış ve işsizlik artmıştır. Ekonomiler küçülmüş ve ülkelerin gayrisafi milli hasılları düşmüştür. Dış ticaret hacimleri azalmış, ülkeler döviz ve altın rezervlerini muhafaza etmek için ithalat kısıtlamalarına gitmiştir (Arnaud, 1995, s. 22).

1929 yılında New York borsasındaki çöküş ve panik; emtia ve emlak piyasasında da olumsuz sonuçlara neden olmuştur. Federal rezerv piyasaya likidite sağlasa da faizler artmamıştır. Ancak kredi piyasasındaki hacizler; gelir, istihdam ve üretim alanında sert düşüşlerle sonuçlanmıştır.

New York borsasındaki yaşanan ani ve hızlı düşüşlerle birlikte ABD ekonomisi tarihinde görmediği çok kapsamlı ve derin bir kriz yaşamıştır. Kriz sadece ABD’de kalmamış, bulaşıcılık etkisiyle çevre devletleri de etkilemeye ve kriz yaşamalarına neden olmuştur. Bahse konu buhran dolayısıyla zengin ülkelerin ve diğer çevre ülkelere ek olarak neredeyse tüm dünya borsaları düşmüş, değer kaybetmiş, banka iflasları yaşanmıştır. Tüm bu yaşananlar yatırımlara yön veren ve üretimi artıran talebin daralmasıyla, fabrikaların kapanmasıyla ve işsizliğin artmasıyla neticelenmiştir (Aktan & Şen, 2001, s. 5)

1929 büyük dünya iktisadi bunalımının nedenleri şunlardır: (Ersoy, İktisadi Düşünce Tarihi, 2012, s. 428-429).

- a) *Milli gelirin azalması*; Almanya ve savaşa katılan bütün ülkelerin I. Dünya harbinde fabrikaları tahrip edilmiş, deniz ticaret filoları zarar görmüş, çiftlik

ve konutların büyük kısmı işletilemez hale gelmiş, sivil yatırımlarında kayıplar yaşanmış ve sermaye stokunun yok olmasına neden olmuştur.

- b) *Toplam talep ve toplam arzın dengesizliği*; gelir dağılımındaki dengesizlik neticesinde talebin azalması arzı olumsuz etkilemiştir.
- c) *Para ve sermaye piyasalarındaki sarsıntı*; para, banka sisteminin 1929 bunalıma cevap verecek düzeyde olmaması ve sanayileşmiş ülkelerin sermaye piyasalarındaki hisse senetleri fiyatlarının %30'dan fazla düşmesine yol açmıştır.
- d) *Devletin iktisadi işlevlerindeki belirsizlik*; savaş sonrasında karşılaşılan iktisadi problemlerin devletin düzenleyici, denetleyici ve müdahale edici görevlerini belirleyen politikaları oluşturan kural ve kurumların var olmamasıdır.
- e) *İşsizliğin hızlı artışı*; ABD başta olmak üzere İngiltere ve diğer sanayileşmiş ülkelerde işsizlik artmıştır. ABD'de 12 milyon kişi, İngiltere'de ise çalışanların %25'i işsiz kalmıştır. Sefalet artmış, sosyal huzursuzluklar baş göstermiş ve siyasal istikrarsızlıklar yaşanmıştır.

Netice olarak 1929 buhranının deflasyonist nitelikli ekonomik gelişmelerin mahsulü olduğu ileri sürülebilir. Bununla birlikte 1929 buhranında devlet; yeterli, zamanında ve gerekli müdahaleleri yapmamış, tedbirler ortaya koymamıştır. Hükümetler doğru politikalar izlememişlerdir. Bahse konu yıllarda uluslararası otoriteler ve devletler krizden çıkış için koordineli hareket edememiş ve kriz, hızlı bir şekilde tüm ülkelere bulaşarak yerküreyi etkisi altına almıştır.

2.5.1.2.Meksika Krizi

Meksika'nın uyguladığı sıkı maliye politikalarıyla beraber 1993 yılında dış borçları GSYH'ye oranı %63'ten %22'lere, iç borç stoku ise takriben %12'ye düşmüş, borçlarını hızlı ödeyerek finansman açığını kapatmış ve bütçe faiz fazlası vermeye başlamıştı.

Hammadde ve petrol ihracatçısı olan Meksika; petrol ve bakır başta olmak üzere emtia fiyatlarının sert bir şekilde düşmesi, dış ticaret dengesinde bozulmaya yol açmış ve dış ticaret açığı vermeye başlamasıyla ülke ekonomisi bundan olumsuz etkilenmiştir. Keza, Meksika para birimi olan pezonun aşırı değer kazanması,

Meksika mallarının dış ticaretteki rekabet avantajının yitirmesine ve dolayısıyla ihracatının azalmasıyla sonuçlanmıştır.

Dünya Bankası raporları, Meksika'nın çok büyük bir başarıyı yakaladığını, reformların olgunlaştığını ve ekonomik bütünleşmeye hazır olduğunu, NAFTA'nın imzalanmasıyla birlikte ülke ekonomisinin sıçrama yapacağını ve 1995 seçim sonrası ülkenin hızlı bir büyüme sürecine gireceğini vurguluyordu.

ABD'de faizlerin düşmesi sonrası Latin Amerika ülkelerine sermaye akımları oldu. Bu sermayenin yaklaşık 91 milyar Doları Meksika'ya akmıştı. NAFTA'ya girmesiyle birlikte yabancı yatırımlar artı. Varlık fiyatları ve borsada patlama yaşandı. Parlayan yıldızın sorunu aşırı değerlenmiş kur ve cari açığı.

Salinas hükümeti özelleştirme yaptı, %100'lerin üzerine çıkan enflasyon oranını düşürmek için sert daraltıcı para politikasına geçti ve rekabeti sınırlayıcı birçok uygulamayı gevşetti veya kaldırdı. Bunun, ABD ve Kanada pazarları için düşük maliyetli tedarik kaynağı olacağı öngörülüyordu. Yüksek reel faiz politikası ve özelleştirme kaynaklı olarak Meksika'ya para girişi oldu (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 276).

Amerika'da faiz oranlarının düşmesiyle birlikte 1990 ile 1993 yılları arasında Meksika'ya giren para, Latin Amerika'ya akan paranın yarısına tekabül etmekte olup, yaklaşık 91 milyar Dolardı. Ülkeye akan sermayenin çoğunluğu özel portföy yatırımı olduğu için, birçok analist ve Meksikalı yönetici, bunu uzun vadede ülkeye duyulan güvenin bir delili olarak gösteriyordu ve endişe edilecek bir şey olmadığı görüşü hâkimdi. Yoğun para akışı ve içerdeki aşırı kredi genişlemesi; Meksika ve Latin Amerika ülkeleri ile Tayland, Malezya ve diğer Asya ülkelerinde aynı anda gayrimenkul ve hisse senedi fiyatlarında balonun oluşmasına neden oldu (A.g.e.: 267)

NAFTA'ya giriş sonrası Amerika mısırının çok ucuz ülkeye gireceğine inanmış köylüler ayaklandı, çetin çatışmalar ve ölümler yaşandı. Hükümet kısa sürede olayları bastırmayı başardı. Ancak, 1995 Ağustos seçimlerine hazırlanan reform yanlısı politikacı Luis Do-naldo Colosio 1994 Mart ayında suikast sonucu öldürüldü.

Dünya'daki faiz oranlarında artış ve zengin ülkelerin faiz oranlarında artış, terör olayları, siyasi sorunlar/ cinayetler Meksika ekonomisine olan güvenin azalmasına

yol açmış ve beklentilerin değişmesiyle birlikte ülkeye daha önce hızlı bir şekilde akın eden sermaye hareketi tersine dönmeye başlamış ve döviz kurunu olumsuz etkilemiştir. Alınan önlemler ve politikalar güven kazanmaya yetmemiş. Rezervlerin azalması, önlenemez döviz kuru nedeniyle, serbest döviz kuruna geçilmiş ve Pezo'nun devalüe edilmesine neden olmuştur. Balon patlamış ve panik başlamıştır. Yatırımcılar hızlı bir şekilde başta hisse senetleri olmak üzere varlık satışına yönelmiştir. Emlak ve hisse senetleri fiyatları dip yapmaya başlamış. Pezo değer kaybetmiş ve dövize olan talep artığından ve kurlar aşırı yükselmiştir. Kur serbest bırakılmış ve kurlar serbest dalgalanmaya bırakıldıktan sonra %80'den fazla bir devalüasyon olmuştur (Seyidoğlu & Yıldız, 2006, s. 217).

Devalüasyon sonrası ihracat artmaya başladı ve 1995'te artan ihracatla birlikte ülke dış ticaret fazlası vermeye başladı.

Enflasyon %6'lardan yeniden %35 seviyelerine sert bir şekilde yükseldi. Artan enflasyonla birlikte faizler de artmaya başladı. Faizlerin hızlı bir şekilde artması bütçeye ek bir yük getirdi. %10 seviyesinde olan faizler Ocak 1995'te %40 düzeyine çıktı. Dövizde endeksli teso bonolarının yıllık faizleri %25 bandına çıktı. Talepte daralma, tüketim ve yatırım harcamalarında düşüş yaşandı. Büyüme oranı 1995 yılının ilk çeyreğinde eksi %9 olarak gerçekleşti. Böylece kriz öncesinde müthiş olan Meksika krizle birlikte küçüldü, işsizlik artı, büyüme düştü, enflasyon yükseldi. Krizden önce ülkeye giren sermaye çıktı. Nihayetinde yeni faiz oranları, yeni bir kur sistemi ve yeniden kriz döngüsünün ilk safhasına dönülmüş oldu.

2.5.1.3.Asya Krizi

Bu krizin ana nedeni, banka ve özel sektör bilançolarındaki bozuklukların finansal ve reel sektörde oluşturduğu dengesizlikten kaynaklanmıştır. Gelişen ekonomilerin yeterince büyümemesi Asya ülkelerinin dış ticaretini olumsuz etkilemiş ve bu ekonomiler cari açık vermiştir. Yapısal bozukluklar ve dış ticaret açıkları uluslararası sermaye akımını olumsuz etkilemiştir. 1997 yılında Tayland Baht'ının spekülatif hareketlerle devalüe olması krizin patlamasına sebep olmuştur. Akabinde kriz sermaye hareketleri yoluyla Güney Kore, Japonya ve diğer Asya ülkelerine bulaşarak küresel bir hal almıştır (Eğilmez, 2008, s. 64).

Güneydoğu Asya ülkeleri insan kaynaklarına önemli ölçüde yatırım yapmıştır. Tarım sektörü çok dinamik bir yapıdadır. Nüfus artışları ve değişimleri ile ihracatları hızlı bir şekilde artmaktadır. Bahse konu ülkelerde yatırım yapılma oranları, tasarruflar ve sermaye akışları ile ciddi bir şekilde artmıştır. Tüm bu dinamikler, anılan ülkelerin büyümelerini sağlayan en önemli faktörlerdir. Söz konusu dinamikler, mütakabil bir şekilde birbirleriyle etkileşim içindedir. Asya'da yaşanan krizden; Rusya, Latin Amerika Devletleri ve Türkiye'de etkilenmiş ve krizler yaşanmıştır (Muharrem, 2004, s. 114).

Asya ekonomilerini vuran krizde birinci nesil kriz nazariyelerini içeren temel unsurların hiçbiri mevcut değildi. Krizin arifesinde tüm hükümetler aşağı yukarı mali dengede idi. Kredi genişlemesi ve parasal genişleme yoktu. Enflasyon oranları oldukça düşüktü. 1996'da büyüme kısmen yavaşlamış ama kriz başladığında Asya ülkelerinde önemli sayılabilecek bir işsizlik durumu yoktu. Genel olarak Avrupa'daki 1992 ERM krizlerinin sebebi olarak nitelenen daha genişleyici para politikası yürütmek için sabit kuru bırakacak türden teşvik edici bir unsur olmamıştı. Krizden etkilenen ülkelerin tümünde, döviz krizi evvelinde varlık fiyatlarında patlama-çöküş sarmalı vardır. Hisse senedi ve toprak fiyatları önce yükselir. Daha sonra düşer krizin ardından dip yapar. Son olarak, bütün devletlerde finansal araçların ana aktörler olduğu görülmektedir. Tayland'da, sözde "*finans şirketleri*" genellikle Dolar cinsinden kısa vadeli borç alan banka dışı araçlar çok önemli bir rol oynadı ve daha sonra bu parayı spekülatif yatırımcılara, yalnız gayrimenkule değil, büyük ölçüde kredi verdiler (Krugman, 1999, s. 3-4).

2.5.1.4. Rusya Krizi

1998 yılında Rusya'da yaşanan kriz ülkenin liberal ekonomi politikalarına geçiş sonrası olmuştur. Rusya'da fiyatların serbest bırakılması, dış ticaretin serbestleşmesi, serbest döviz kuru ile birlikte devlete ait olan işletmeler özelleştirilmiştir. Fakat tüm bu yapılanlar enflasyonu iyileştirse de yüksek kayıt dışı ekonomi, vergi gelirlerinin az olması ve bütçe gelirlerin düşüklüğü, finansal yapının bozuk olması gibi problemler mevcudiyetini devam ettirmiştir. Rusya'nın, düşen petrol ve emtia fiyatları sebebiyle döviz açığı artmış daha önce yaptığı borçlanmaları ise belirsizliklerin artmasıyla birlikte çevirme imkânı sınırlı kalmıştır. 1998'e

gelindiğinde önce kısa süreli borç erteleme ile birlikte Ruble devalüe edilmiş, sonrasında ise tamamen serbest dalgalanmaya bırakılmıştır.

Yaşanan Rusya krizinde birinci nesil krizlerin özelliklerini görmek mümkündür. Yüksek bütçe açıkları, devletin iç ve dış borçlanma yüksekliği, Ruble'nin değer kaybı beklentisi anılan krizin oluşmasında önemli etkenler olarak sıralanabilir (Altıntaş & Öz, 2007).

Rusya ekonomisinde olan olumsuzluklar diğer Asya ülkelerinin olumsuzlukları ile aynı olduğundan, krizin geleceği aslında belliydi. Bununla birlikte sermayenin gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere kaçması ve IMF'in kaynak yetersizliği nedeniyle Rusya'ya istenen desteği veremeyeceğini açıklamasının akabinde Rusya ekonomisi kriz yaşamaya başladı.

Spekülatif amaçlı Rusya'ya akan sermayenin günün birinde sıkıntı yaşanması halinde son kredi mercii olan IMF tarafından kurtarılacağına olan inançla girmişti. IMF, destek vermeyince yatırımcılar piyasadan kaçmaya başladılar. Aslında 1997 Asya ve 1998 Rusya krizi sonrasında gözler IMF'ye çevrildi ve IMF'e yönelik sert eleştiriler yapıldı (Eğilmez, 2008, s. 66).

2.5.1.5.2008 Küresel Finans Krizi

Bir kredi balonunun oluşmasında ki üç ana unsurdan biri, borçlanma olanağı sunan büyük bir para havuzunun varlığıdır. İkincisi, belirli bir borçlu gruba verilen kredilerin öngörülen geri dönüş oranında sert artışlara ya da riskin ciddi ölçüde azalmasına yol açan bir şoktur. Bu şok, yasal düzenlemelerde, borçlularını yabancı pazarlardan kredi temin etmelerini kolaylaştıran bir gevşemeyi değiştirebilir. Üçüncüsü ise bu borçlu kesime daha fazla kredi açmaya gönüllü bir yatırımcı grubunun varlığıdır (Eğilmez, 2008, s. 67).

2002 ile 2006 arasında yatırım bankaları mortgage, kredi kartı borcu ve öğrencilere verilen kredileri menkulleştirerek yani yeni hak sahipliği veren kâğıtlar çıkardılar. Menkul kıymetleştirme süreci eşik altı kredilerin oluşmasına ve ABD gayrimenkul balonunun oluşmasında rol oynadı. Menkul kıymete benzeyen ve teminat altına alınan, menkul kıymet faiz ve anaparası gibi görünen varlığa dayalı menkul kıymetler (VDMK) ürettiler. İpoteğe dayalı menkul kıymetler İDMK ve VDMK'lerin ikincil

piyasada türev ürünler olarak arzı endam ediyordu (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 267).

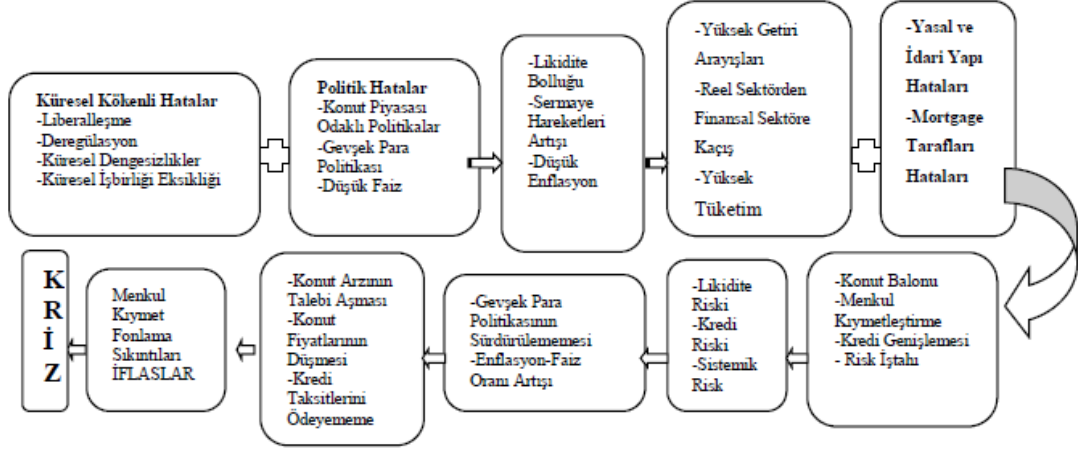
FED'in ardı ardına faizleri artırması ile birlikte konut fiyatlarının düşmeye başlaması nedeniyle kredi ile konut sahibi olanlar kredi taksitlerini geri ödeyememe problemiyle karşı karşıya kaldılar.

2006 sonundan başlayıp 2007'de devam eden emlak fiyatlarının düşüşü, eşik altı mortgage piyasasının sıkıntılar yaşamasına neden oldu. Konut alanların öz kaynakları toplam değerinin %10'dan daha az olması mortgage kredilerin en mütemyiz özelliği idi. Fiyatların düşmesiyle birlikte konut kredisi borçluların borçları ellerindeki konutların fiyatlarından daha fazla oldu. Akabinde her krizde olduğu gibi ülkeden fon çıkışı ve durumun daha vahim olmasına neden oldu.

2008 finansal krizi sadece finansal piyasaları değil aynı zamanda reel piyasaları da etkilemiştir. 2008 yılının başında iç pazar küçülme başlamış kasım ayı ile birlikte küresel kriz dinamikleri piyasayı etkilemeye başlamıştır. Böylelikle işletmelerin ekonomik ve mali yapılarında olumsuzluklar yaşanmış ve beklentiler kötümser olmaya başlamıştır (Yıldıztan & Bölükbaşı, 2010, s. 55).

Kriz öncesinde 74 trilyon Dolar olan Amerikalıların finansal serveti, başta gayrimenkul olmak üzere varlık fiyatlarındaki düşmeyle 2009 Haziran ayında 63 trilyon Dolara inmiştir (Kindleberger & Z.Aliber, 2013, s. 149).

Kırcı (2017: s.9), yenilik ve değişimlerin elbette olacağını, yenilik ve değişimlere ile ilgili politika yapıcılarının hatalarının krize yol açan nedenlere sebep olduğunu, krizin kökeninde yatan hataların ve krizin nedenlerinin birbirlerini etkilediğini ve bu çift yönlü etkileşim neticesinde krizlerin meydana geldiğini söylemektedir.



Şekil 2.5 :Krize Giden Yolda Hatalar ve Sonuçları

Kaynak: Kırıcı, H.;2017

2.5.2. Türkiye'nin Yaşadığı Ekonomik Krizler

Türkiye'de meydana gelen 1994 krizi, 2001 krizi ve 2008 krizlerinin, etkilerinin büyüklüğü ve sonuçlarının yıkıcılığı itibariyle bakıldığında yakın dönemde yaşadığımız önemli krizlerdir.

Türkiye'de yaşanan krizlerin temel nedeni uygulanan makroekonomi politikalarıdır (Atıcı & Gürsoy , 2010, s. 266).

Türkiye bankacılık sisteminde 1980'li yıllardaki liberalleşme hamlesi sonrasında günümüze değin geçen zaman zarfında, önemli sayılabilecek birden fazla krizler yaşanmıştır. Bahse konu krizlerden önemli olanlar arasında; 1990 yılında yaşanan Körfez Krizi, 5 Nisan karları sonrasında 1994 yılında yaşanan kriz, 1997 Asya krizi ve 1998 Rusya krizi sonrasında 2001 krizi en son olarak 2008 yılında yaşanan küresel finans krizleridir.

Aşağıdaki bölümlerde Türkiye'nin yakın dönemde yaşadığı ve finans sektörü başta olmak üzere, reel sektörü, tüm ekonomik birimleri ve toplumsal hayatı derinden etkileyen ve Türkiye'nin gelişmiş ekonomiler arasına girmesine sekte vuran belli başlı bazı kriz örneklerini neden ve sonuçları ile birlikte detaylı bir şekilde incelemeye çalışacağız. Bu kapsamda Türkiye'de yaşanan; 1994 Nisan Krizi, 2001 krizi en son yaşanan 2008 küresel finans krizlerini inceleyeceğiz.

2.5.2.1. 1994 Krizi

Türkiye 1980 yılına kadar korumacı dış ticaret rejimi, ithal ikameye dayalı sanayileşme, sabit ve sıkı denetimlere tabi döviz kuru sistemi, düşük faiz ve denetimli fiyat mekanizmaları ile ekonomisine yön vermiştir.

Türkiye'nin 1990'lı yıllarda yaşadığı krizlerin temel sebepleri arasında; evvelinde finansal piyasalar olmak üzere yapısal sorunlar, sermaye akışına bağlı istikrarsız büyüme, kamu maliyesinin dengesinin bozukluğu ve buna bağlı olarak yönetilemeyen iç borçlanma, yüksek ve dalgalı seyir izleyen enflasyon yer almaktadır. Siyasi ve ekonomik belirsizlikler, hükümetlere ve ekonomi yönetimine duyulan güven eksikliği, yabancı paraya akan tasarruflar, mevduat ve kredi vadelerinin kısalması kırılğanlıkların artmasına ve krizlerin oluşmasına neden olmuştur.

1980'lerde başlayan liberalleşme ve serbestleşme politikaları akabinde Türkiye'ye yüksek dış sermaye girişleri, Meksika ve Doğu Asya ülkelerinin serbestleşme akabinde yaşadıkları reel döviz kurlarının değer kazandığı döneme çok benzeşmektedir. Artan döviz kuru benzer ülkelerde olduğu gibi ihracatta azaltıcı ithalatta artırıcı bir rol oynadı ve ithalat genişleme süreçlerine müşevvik oldu. Artan yabancı sermaye girişleri 1989-1994 yılları arasında cari açığın kapatılması için kullanıldı. İç borçlanma ve dış borçlanma ile bütçe açıkları finanse edildi ve kamu harcamaları için yapılan borçlanmalar faizlerin artışına sebep oldu (Onis & Aysan, 2000).

Sermaye girişleri genellikle spekülâtif amaçlı ve kısa vadeli olduğundan kamu açıklarının finansmanı yurtiçi ve yurtdışından finanse edilerek kapatılmıştır.

1994 krizinin esas nedeni kontrolsüz iç borç stokunun büyümesidir. Devlet tahvili ve Hazine bonosuna yatırım yapan bankalar açık pozisyona maruz kalmış böylelikle oluşan bu pozisyon nedeniyle döviz riski taşımak zorunda kalmışlardır (Atıcı & Gürsoy , 2010, s. 263).

Hükümet, yüksek faizli iç borçlanma kısır döngüsünü kırmak için düşük faiz hedefini benimsemiş ve 1993 yılı sonunda ağırlıklı olarak Merkez Bankası kaynaklarına güvenerek bunu uygulamıştır. Merkez Bankası tarafından kamuya banka kredisi kanalize edilmiştir. Bu politikalar, iki büyük kredi derecelendirme kuruluşunun

Türkiye'nin yatırım notunu düşürmesiyle birleştiğinde 1994 krizini hızlandırmış ve bu da kısa vadeli sermayede büyük bir çıkışa yol açmıştır. Mali kriz, 1994'ün ilk aylarında döviz kurlarının büyük ölçüde değer kaybetmesine yol açan büyük bir ödemeler dengesi krizi olarak kendini göstermiştir (Onis & Aysan, 2000).

Bu sıkıntıları aşmak üzere hükümet istikrar paketi uygulamaya başlamış ve IMF ile stand-by anlaşması yapmıştır.

5 Nisan 1994'te ekonomik istikrar programı açıklanmış olup, bu kararların başlıca hedefleri şunlardır: (Eğilmez, 2008, s. 71).

- a) Kamu gelirlerini ek vergilerle artırmak,
- b) Kamu giderlerini azaltmak, (bütçe kısıntıları ve kamu harcamalarının azaltılması yoluyla, ücret artışlarının enflasyon oranı altında artırmak),
- c) Bütçe açığını kapatmak,
- d) TL'nin Dolar karşısında değer kazanmasını önlemek,
- e) Hazine borçlanmasının cazip duruma getirilebilmesi gayesiyle ilk etapta enflasyonun çok üzerinde bir faiz oranı ile daha sonra zaman içinde faizi düşürerek borçlanmak.

Temel maksat tüm bu önlemler alındıktan sonra enflasyonun düşürülerek makul bir seviyeye getirilmesidir

Netice olarak bu kararlar kamuoyunda güven kaybı yaşamış bir hükümet tarafından uygulanmaya çalışılmış ve eksik alınmış kararlardır. Bundan dolayı da başarılı olmadıkları gibi bazı noktalarda kriz öncesinden daha kötü sonuçlar doğurmuştur.

2.5.2.2. Kasım 2000 ve Şubat 2001 Krizleri

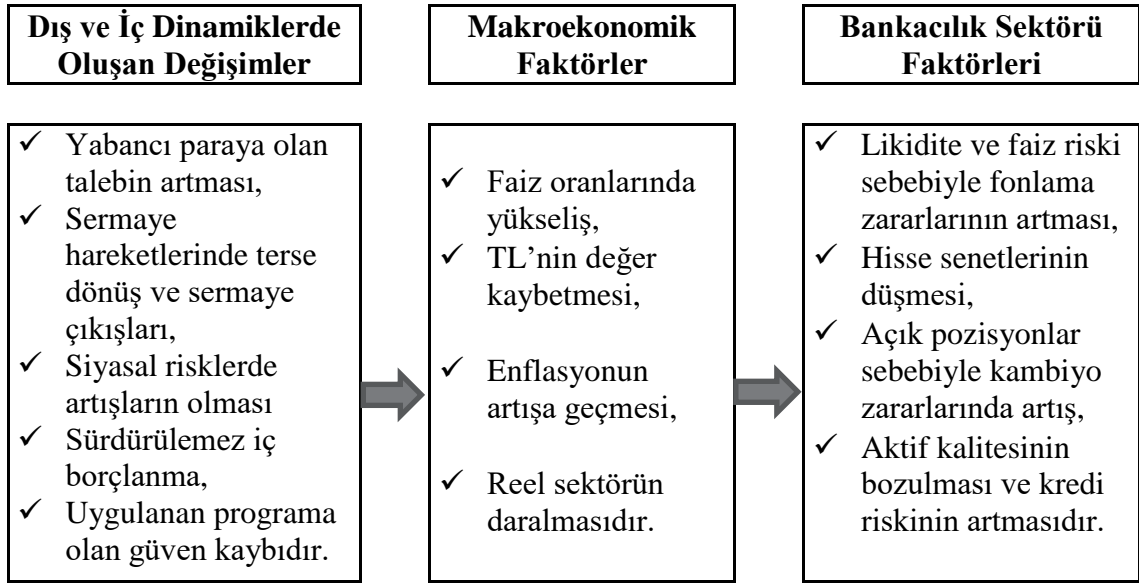
Türkiye 1990'lı yıllarda yaşadığı temel sıkıntılar nedeniyle çeşitli istikrar programları uygulamış ve 1999 yılında IMF ile yapılan anlaşma gereği istikrar programı uygulanmıştır. Bu programda parasal genişleme dış varlıkların artırılmasına bağlanmıştır. Fakat 2000 yılının sonlarında faiz oranlarında önemli miktarda artış olmasına rağmen yurtdışı sermaye girişi sağlanamamış aksine sermaye çıkışı olmuştur.

Bununla birlikte 1999 yılında Türkiye'nin en büyük ekonomik aktivitesinin olduğu Marmara bölgesindeki deprem, hem bölge hem de ülke ekonomisinde derin yaralara neden olmuştur.

Döviz kurlarında artış, Merkez Bankası rezervlerinde düşüş ve hisse senedi başta olmak üzere varlık fiyatlarında önemli düşüşler yaşanmıştır. Krizin etkilerini azaltmak ve daha fazla piyasayı olumsuz etkilememsi için alınan önlemler ve yapılan uygulamalar çok kısa süreli iyileşme sağlamış ancak siyasi istikrarsızlık ve güven kaybı, Türk Lirasını spekülâtif ataklara maruz bırakmıştır. 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizleri bahse konu gelişmeler ve nedenler neticesinde yaşanmıştır.

Koalisyon hükümetlerinin Türkiye'yi yönettiği 90'lı yıllar kararların zor alındığı, istikrarsızlık ve güvensizliğin olduğu yıllardı. Bu dönemde üç ay arayla meydana gelen Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizi ekonomiyi oldukça derinden etkilemiş ve yıkıcı sonuçlar doğurmuştur (Atıcı & Gürsoy , 2010).

2000 yılının Kasım ayına geldiğimizde başta bankacılık sektörü olmak üzere sonuçları ağır ve sarsıcı önce finansal denebilecek fakat bulaşıcılığı ile birlikte ekonominin tüm aktörlerini etkileyen ekonomik bir kriz yaşandı. Krizin başlangıcında ve balonun patlamasını başlatan; 27-28 Kasım'da T.C. Merkez Bankasından 3 milyar Dolar para çıkışı oldu. TL'nin piyasalarda azalması bankalar arası para piyasasında gecelik repo faizleri %200'e hatta %7500'e kadar arttırmıştır. Banka bilanço yapılarının zayıf olması ve bankacılık sektörünün sıkıntılar yaşaması nedeniyle kriz uzamış ve Aralık ayının başına kadar devam etmiştir. IMF'nin beceriksiz davranması ve aksiyon planlarını devreye koymakta tereddütlü olması, zamanında aksiyon almaması nedeniyle; o günlerde Türk bankacılık sisteminin özel sermayeli bankalarından olan Demirbank başta olmak üzere birçok banka batmıştır. (Turan, 2005, s. 5-6).



Şekil 2.6:Şubat 2001 Krizinin Oluşması

Kaynak:BDDK, 2010

Başlayan kriz dağdan kopan kartopu gibi her gün büyüyerek devam etti. Yetersiz önlemlerle hükümetler, 2000 yılının sonlarında başlayan kötü gidişatı durduramadı. Şubat 2001 MGK toplantısında o zamanki Cumhurbaşkanı ile Başbakan mabeyninde meydana siyasi bir tartışma akabinde Cumhurbaşkanı'nın Başbakanı Anayasa kitapçığını fırlatması neticesinde güven bunalımı yaşandı. Akabinde her krizde olduğu gibi döviz alımına yönelik spekülasyon hareketleri yapıldı.

Türkiye'nin döviz rezervlerinin toplamı yaklaşık 25 milyar Dolar'dı. Bu yekûndan 5-10 milyar döviz çekilmesi para piyasalarının dengesini bozabilecek nitelikteydi. 21 Şubat günü İnterbank piyasasında gecelik faizler %7500'leri aşarak ortalama da %4000'ler şeklinde gerçekleşti. Nitekim 19 Şubat'ta MB rezervi 27,90 milyar Dolar iken Şubat 21'de döviz kurunun serbest dalgalanmaya bırakılmasının akabinde 22,59 Dolar'a kadar gerilemiştir. MB rezervinin 2 günlük kaybı yaklaşık %5,31'e civarındadır. Döviz kurunun serbest bırakılmasıyla Dolar kuru yaklaşık %40'luk bir artış göstermiş ve 1 mly TL'ye kadar yükselmiştir. Kasım ve Şubat krizlerinin döviz bazında mukayesesinde farklı olan şey; yalnız yabancı bankaların döviz talebiyle sınırlı kalmaması, talebe yerli banka ve ekonomik aktörlerin de eşlik etmesidir (Turan, 2005, s. 6-7).

Kriz sonrasında; TCMB, BDDK ve Hazine Müsteşarlığı arasında iyi bir koordinasyon sağlanarak finans ve bankacılık sektörünün gelişimi sağlanmıştır.

2001 krizi sonrasında kamu otoritesi yasal ve denetime yönelik bazı düzenleyici ve denetleyici kurumlar oluşturmuştur. Alınan önlemler; etkin denetim ve kontrol, etik ilkelere bağlılık ve şeffaflık, düzenleyici ve denetleyici kurumların ihdası edilmesi olmuştur (Atıcı & Gürsoy , 2010).

Türk Bankacılık sektörü 2001 krizinden sonra önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Yapılan düzenleme ve denetlemeler ile birlikte krizin akabinde bankacılık sektörü istikrarlı bir biçimde büyümüştür. Finansal riskler, kontrol edilebilir sistemler ile dönüşüm yaşanmış bu da bankaların sermayelerini güçlendirmiş, aktif kaliteleri artmış, likidite ve sermaye yeterlilik rasyoları (SYR) Basel kıstaslarının üstüne çıkmıştır.

Kriz faiz oranlarında artışa, borsanın düşmesine, Türk Lirasının değer kaybetmesine, artan faiz ve döviz nedeniyle yükümlülüklerine yerine getiremeyen reel sektör firmalarının batmasına ve ekonominin daralmasına, bankacılık sektörünün varlık ve yükümlülüklerinin kalitesinin ve konsantrasyonun aynı zamanda bozulmasına, donuk kredilerin artmasına, banka iflaslarına ve TMSF'ye devredilmelerine yol açmış ve bankacılık sektöründe küçülmeler ve daralmalar olmuştur.

Türkiye'nin II. Dünya savaşı sırasında yaşadığı daraldan sonra, 2001 krizi yaşadığı en büyük kriz olmuştur. Krizle birlikte GSMH, kişi başına düşen milli gelir azalmıştır. Devalüe edilen Türk lirası enflasyonun artmasına ve artan enflasyona paralel artan faizlerle birlikte iç ve dış borç stokunun artmasına ve faiz giderlerinin artmasına neden olmuştur. IMF'den sağlanan 16 milyar Dolar'lık kredi ve yapılan anlaşmalar ile kemer sıkma politikaları uygulanmıştır. Hane halkı fakirleşerek yoksullaşmış, firmalar batmış, insanlar işsiz kalmış ve birçok banka iflas etmiştir. Türkiye'nin toparlanması ve kriz öncesi seviyeyi yakalaması ancak 2004 yılında mümkün olmuştur.

2001 yılı boyunca Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) reel olarak %5,7 oranında düşüş göstermiş, tüketici fiyat enflasyonu %54,9'a yükselmiş ve Türk lirası yabancı paralar karşısında %51 oranında değer kaybı yaşamıştır. İşsizlik oranı istikrarlı bir şekilde %10 düzeyine yükseldiği ve reel ücretlerin aniden %20 oranında düşürüldüğü için uyum yükü orantısız bir şekilde emekçi sınıflar üzerinde düşmüştür (Yeldan, 2008, s. 1).

2001 yılında yatırımlar hacim bazında %30 oranında azalırken, sanayi üretimi ise yıllık %8,7 oranında düşüş yaşamıştır. İmalat sektöründeki faaliyetler daha bir sert etkilenmiş ve %9,4 oranında azalmıştır. Otomotiv sektörü ise %26'lık bir düşüş kaydetmiştir. Mal ve hizmet ihracatı 2000 yılına kıyasla yaklaşık %1 oranında azalırken, ithalat iç talebin düşmesi ve para biriminin keskin değer kaybetmesinin bir sonucu olarak, hacim bazında yaklaşık %8 oranında düşmüştür. Daralan ekonomik faaliyetle birlikte 2000 yılında %6,5 düzeyindeki işsizlik oranı 2001 yılında %8,4'e ve 2002 yılında %10,4'e yükselmiştir. Türk lirasının değer kaybetmesi ve bankaların yeniden sermayelendirmesi sonrasında kamu borcundaki şaşırtıcı bir artış görülmüştür. Bu kapsamda kamu borcu 2000 sonunda GSYİH'nın %38,2'sinden 2001 yılı sonunda GSYİH'nın %74,1'ine yükselerek yaklaşık iki kat artış kaydetmiştir. Yaşanan bankacılık krizi, Türkiye'deki 81 bankanın yaklaşık dörtte birini etkilemiş ve GSYİH'nın takriben %30'una tekabül eden kayba neden olmuştur. Türk lirası Şubat-Ekim ayları arasında Dolar (USD) karşısında yaklaşık %60 oranında değer kaybetmiştir (Macovei, 2009, s. 6)

2000/2001 krizi Türkiye'nin II. Dünya Savaşı'ndan bu yana en şiddetli durgunluğunu temsil etmekte olup reel GSYİH'da %5,7 oranında önemli bir çıktı kaybına neden olmuştur. Yıllık enflasyonu, ekonomik faaliyetteki keskin daralmaya rağmen lirada yaşanan değer kaybının enflasyonist baskıları körüklemesiyle %69'a ulaştı. Krize yanıt olarak, hükümet 2001 baharında başlatılan yeni Ekonomik Program kapsamında bir dizi yapısal reform ve sağlam makroekonomik politikalar başlatmıştır. Orta vadeli politika perspektifi toparlanmayı desteklemiş ve reel GSYİH 2002 yılının ikinci çeyreğinden itibaren yeniden güçlü bir şekilde büyümeye başlamıştır. Bu büyümeye asıl katkı iç talebin, özellikle de yatırımların toparlanmasından gelmiştir. Siyasi belirsizlikler, Kasım 2002 seçimleri sonrasında tek partinin hükümetin seçimleri kazanmasıyla büyük ölçüde azalmış ve bu da ekonominin gelecekteki istikrarı için iyi bir işaret olmuştur (Macovei, 2009, s. 9)

2001 krizi sadece ekonomiyi etkilememiş. Türkiye'nin tüm alt ve üst yapılarının yanı sıra kimliklerin değişmesine; siyasal, sosyal ve diğer birçok alanda yerinden oynattığı taşlar ile yaşadığı en ağır ve aynı zamanda önem derecesi en yüksek krizdir. Aslına bakılırsa kriz bir devri kapatmış yeni bir devrin açılmasına neden olmuştur (Karluk, 2005, s. 428).

2.5.2.3.2008 Krizi

Krizin etkileri ülkemizde makroekonomik veriler üzerinde de oldukça etkili olmuştur. Reel faiz oranları artmış, sermaye çıkışları hızlanmış ve ödemeler dengesinde açıklar artmıştır. Finansal piyasalar ve reel piyasalar birbirinin tamamlayıcıları olduğundan kriz iki piyasayı da olumsuz etkilemiştir (Yıldırtan & Bölükbaşı, 2010, s. 55).

Çiftçi ve Uğur'un (2010), Küresel finans krizi ve Türkiye ekonomisi üzerine etkileri çalışmasında; şu şekline ifade etmektedir (Çiftçi & M.Sedat Uğur, 2010, s. 143)

Kriz, Türkiye ekonomisini, iç kredi, dış kaynak, dış ticaret ve güven kanallarını da etkilemiş, sistematik bir bütüncül bakış sergilenememiş, iç talepte daralma meydana gelmiş, tüketici ve yatırımcının güvenini sarsmış, artan işsizlik sosyal problemleri beraberinde getirmiş, Türkiye'nin ihracat pazarları büyük bir hızla küçülmüş, yabancı para akımları azalmış. Şirketlerin ve bankaların yüksek yabancı para borçları riski artmış, finansal sistemde yapısal hasarlar oluşmuş, hedge fonları benzeri mekanizmalar son bulmuş, iç kredi kanalları eskisi gibi çalışamaz olmuş, şirketler kısmında nakit dengesi bozulmuş, şirketlerin stoklarındaki mamul ve yarı mamul maliyetleri tespit olunamamış ve işlemler nakit yapılı hale almıştır.

2001 krizi sonrasında alınan önlemler, etkin denetim ve kontrol, etik ilkelere bağlılık ve şeffaflık, düzenleyici ve denetleyici kurumların ihdası gibi faktörler ve önlemler, 2008 küresel krizinde Türk bankacılık sektörünün kendi benzer ülkelere göre daha az etkilenmesini ve krizden az yara alarak çıkmasını sağlamıştı. (Atıcı & Gürsoy , 2010, s. 267).

Bununla birlikte 2008 krizi her ne kadar bankacılık sistemini fazla etkilemese de faiz oranlarında yükseliş, reel sektörün krediye erişiminde zorluklara, borçlarını çeviremeyen bazı firmaların sıkıntılar yaşamasına neden olmuştur (Darıcı, Öcal, & Okyar, 2010, s. 189).

2008 yılının son çeyreğinden başlatarak iki üççeyrek ekonomik faaliyetlerde küçülme yaşanmıştır. Bunun nedeni Türkiye'nin ihracatının en fazla olduğu AB ülkelerinde kriz etkilerinin ciddi hissedilmesi sebebiyle ihracata dayalı üretim yapan sanayi kesiminin ihracatı düşmüş ve bu da üretimin azalmasına, sanayi endeksinin

düşmesine ve ekonomik büyümenin azalmasına neden olmuştur. Bununla birlikte tarım dışı işsizlik rakamları artmış, bir önceki döneme göre iş gücüne katılım azalmıştır (Darıcı, Öcal, & Okyar, 2010).

Küresel problemlerden ötürü talebin belirsizleşmesi firmaların üretim faaliyetlerinde daha ihtiyatlı bir tutum içinde olmalarını ve bundan dolayı da kapasite kullanım oranlarının düşük seyir etmesi, yeni yatırımların zayıf olması gibi bazı faktörler istihdamı belli bir dönem olumsuz etkilemiştir (Öztürk & Gövdere , 2010, s. 387).

2008 krizi Türkiye ekonomisini 2001 krizi kadar derinden etkilememiştir. İktidara olan güven ve uygulanan politikalar ile kriz en ez hasarla atlatılmış denilebilir. 2001 krizinden sonra yapılan yapısal reformlar ve öğrenen ekonomi sayesinde Türkiye ekonomisi dünyanın büyük ekonomilerine nazaran fazla zarar görmemiştir. Krizin Türkiye'yi teğet geçtiği (mukayeseli olarak) temasına oldukça sık vurgu yapılmış ve ekseriyetin fikri bu yönde olmuştur (Darıcı, Öcal, & Okyar, 2010, s. 206).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KATILIM BANKACILIĞI, FİNANSAL KRİZLERİN KATILIM BANKACILIĞINA ETKİLERİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Bu bölüm üç ana başlık altında irdelenecektir. Öncelikle katılım bankacılığının tanımı, özellikleri, prensipleri ve katılım bankacılığı ile konvansiyonel bankacılık arasındaki farklar üzerinde durulacaktır. Akabinde kriz dönemlerinde seçilmiş kalemler tahtında katılım bankacılığının genel görünümüne değinilecektir. İkinci olarak müşteri kavramı çerçevesinde kavramsal tanımlama, müşteri çeşitleri, müşteri teorileri ve nihayetinde müşteri memnuniyetine ilişkin bilgilere yer verilecektir. Son olarak katılım bankaları ile çalışan ticari nitelikli Kobi müşterilerinin kriz döneminde çalışmış oldukları bankalar ile yaşadıkları kriz sürecinin neticesinde memnuniyet derecelerinin hangi yönde değiştiğini ve hala kuruma bağlılıklarının olup olmadığını ölçümlenmek üzere teorik inceleme tamamlanacaktır.

3.1.Katılım Bankacılığının Tanımı ve Özellikleri

Katılım bankacılığının çalışma şeklinin esasları, İslâmi ekonominin ve finansının temel ilkelerine göre belirlenir (Armağan, 2005, s. 37). İslâm muamelat hukukunda belirlenmiş bu kurallar tahtında dizayn yapılır. Hukuki iş ve işlemlerin İslâm borçlar hukukuna göre asgari bazı şartlar taşıması gereklidir. Akitlerin temel sıhhat şartları; zarar, faiz (riba), fasit şart, cehalet, ikrah ve hezl (şaka) içermeme gerekir (ez-Zerka, 2006, s. 272-352). Bu kapsamda işlemi fesatta uğratacak bir veya birden fazla şartların bulunması, islâm borçlar hukuku kapsamında yapılan işlemin hukuki neticesi fesat veya butlandır. İslâm muamelat hukukunun temel ilkeleri aynı zamanda katılım bankacılığının da temel ilkelerini oluşturmaktadır (Bayındır S. , 2015, s. 19-38).

3.1.1. Riba Yasağı ve Faizsizlik Prensibi³

Faiz (Ribâ), lügatte, “fazlalık, nemâ, artma, çoğalma; yükseğe çıkma; (beden) serpilip gelişme” manalarında kullanılmaktadır. İktisatta belirli miktardaki bir anaparanın belirlenmiş bir getiri oranı ve vade ile vade bitiminde sahip olunan getiriye ya da belli bir paranın daha sonra geri verilmesi koşuluyla belirlenmiş bir zaman diliminde kullanılması mukabilinde parayı veren kişiye verilen fazlalığa faiz denmektedir.

Ribanın yasak olması İslam’ın sosyal ve iktisadi hayattaki adalet düşüncesiyle ilgilidir. Çünkü riba sömürünün en acımasız türüdür. Riba zenginlerin fakirleri köleleştirme yollarından biridir. İslam ribaya şiddetle saldırmış ve her türlü sistemin dışına itmiştir. Ribanın türevi olan ihtikârı da bu sebeple yasaklamıştır (Dûrî, 2014, s. 88). Allah faizi bir zulüm olarak gördüğü için yasaklamıştır. Faiz ve faizin her türlü zulme kapı açan muamelelerdir (Mannan, 1980, s. 309).

Modern batı ekonomisinin ve finansının kilit taşı nasıl ki faiz ise, İslâm iktisadı ve finansının da kilit taşı faizdir. Ancak yüklenen anlam bir birinin tam zıddıdır. Faiz, batı ekonomi ve finansının vazgeçilmez unsuru iken, İslâmi ekonomiye ve finansmana girdiği andan itibaren inşa edilen sistem tamamen çökmektedir (Yanpar, 2015, s. 59).

Allah faizi haram kılmıştır. Riba hakkında şiddetli emirler vardır. İster sarraf ister diğer maddelerin alış-verişini yapanların fadl ve nesie ribalarından kaçınılması gerekir. Nesie ribası: Gümüş veya altın olan herhangi bir şeyi ve yine gümüş veya altın olan başka bir şey ile satıldığında satışın al-verinin aynı mecliste olması şarttır. Mekân birliği olmaması halinde nesie çeşidi oluşur (Kallek, 2015, s. 41-43)

Fadl Ribasının üç çeşidi vardır (Gazali, 2014, s. 191).

- a) Kırılmış altın ve gümüş parçalarının sağlamları ile satmak
- b) Ayarı tam olanı, düşük ayarlı ile satmak böyle bir faizden içtinap etmek,

³ Detaylı inceleme için Bknz. (Yanpar, 2015; Bayındır,1987; Aktepe, 2010; Yazır, 1992, 2.cilt; Aktepe, 2015).

c) Gümüş ve altın karışımı olan şeylerde fadl ribasından kaçınmak lazımdır.

İslâmi kaynaklardaki sınıflandırmalara göre faiz ikiye ayrılmıştır: Alış-veriş ve Cahiliye faizidir.

a) Cahiliye faizi: Alım, satım, ödünç ya da başkaca herhangi bir nedenden dolayı zimmete geçen bir borç mukabilinde ödenmesi gereken mal veya parada, belli bir vade nedeniyle şarta bağlanan fazlalığa denir.

b) Alış-Veriş faizi: Bir malın ya da paranın ister vadeli ister peşin alım satımında fazlalık kaynaklı oluşan faizdir.

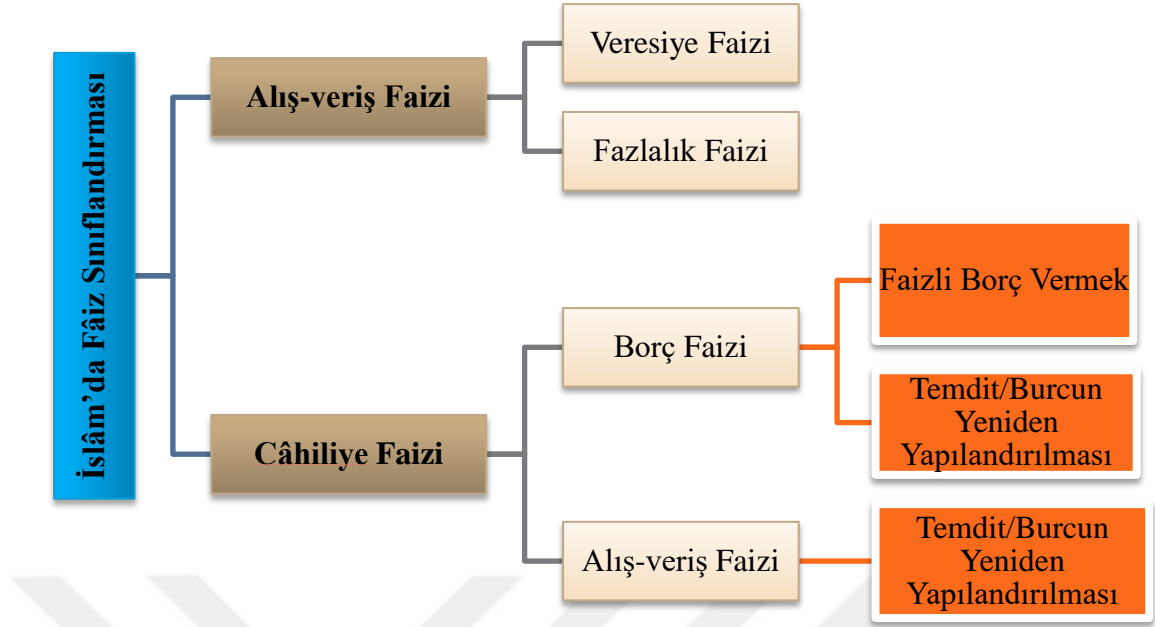
Hz. Muhammed (S.A.V) bir hadisi şeriflerinde; “*Altına karşılık altın, gümüşe karşılık gümüş, buğdaya karşılık buğday, arpaya karşılık arpa, hurmaya karşılık hurma, tuza karşılık tuz, misli misline, eşit ölçüde ve peşin mübadele edilmelidir. Mallar farklı cinslerden ise, istediğiniz gibi (peşin veya veresiye ve istediğiniz miktarlarda) mübadele edebilirsiniz*” demektedir.

Alış-veriş faizini de iki alt başlık şeklinde incelemek mümkündür.

a) Fazlalık faizi: Aynı cinsten para veya malların birbirleriyle peşin mübadelesinde bedellerden birinde bulunan nicel fazlalıktır.

b) Veresiye (vade) faizi: Araya paranın girdiği durumlar hariç, bedellerden birinin veya ikisinin birden vadeli olduğu her mübadelede faiz cereyan eder; cinsler ister aynı ister farklı ve miktarları da ister eşit ister farklı olsun, bu durumda vadeden kaynaklı bir faiz oluşmaktadır. Bu hususta kıyyemi mallar ile misli mallar arasında herhangi bir fark bulunmamaktadır. Bu faiz türüne de veresiye faizi denilmiştir. (Armağan, 2005, s. 195).

Ribaya tabi eşya cinsinden iki şeyi bir biriyle peşin ve farklı şekilde değiştirmek suretiyle elde edilen karşılıksız fazlalığa fazlalık ribası denir. Mesela gümüş ve altın tartılan mallardan tahıl ürünleri olan buğday, pirinç ölçülen mallardan olup ribaya tabi olan mallar sınıfındadır. Bu malların değiş tokuşu sonrasında oluşan bir nicel fazlalık varsa burada fazlalık ribasından bahsedilir (Beki, 2005, s. 73-82).



Şekil 3.1:İslâm'da Faizin Sınıflandırılması

Kaynak: Aktepe, 2015: 22

3.1.2. Faize Tarihsel ve Sosyolojik Bakış

Faiz, M.Ö ilk çağlardan beşerin başına bela olmuş bir illettir. Nakde ihtiyacı olan kimse, bu hacetini giderebilmek maksadıyla bir başkasından ödünç paraya ihtiyaç duyar. Bu muamele ile birlikte ortaya çıkan ve beşeri baştan çıkararak, sermaye ile emeğin kapışmasına neden olan ve beşeri ihtilallerin kök nedeni olan, hürmet ile merhameti selb eden bir marazdır.

Zemin, zaman ve zihinlerde kötü olarak yer edinmiştir. Tarih boyunca farklı ülkelerde yani farklı yerlerde, farklı zeminlerde, farklı zamanlarda ve farklı zihinlerde faiz hep tartışma konusu olmuş, kerih görülmüş ve genel yasaklar içinde anılmıştır. O günden beri; din adamları, filozoflar, hukukçular, maliyeciler ve iktisatçıların dikkatini çekmiş ve inceleme konusu olmuştur (Çobanoğlu, 2013, s. 67-69).

Babil, Hindistan, Roma ve Çin'de her ne zaman kamu kuruluşlarına para lazım olsa; savaş, korsanlık, bina yapımı ve her türlü sözleşme için faizli kredi sağlanmıştır (Weber, 2015)

Hindularda faiz çirkin anıldığından üst sınıflara yasaklanmış ve alt sınıflara reva görülmüştür. İlkçağ filozofları Plato ve Aristo din ve ahlak açısından faizi ele almış ve şiddetle karşı çıkmışlardır (Armağan, 2005, s. 185). Bu düşünörlere göre faiz; servet sahipleri ile fukarayı birbirine düşürdüğünden beşeri hayatın devamı ve devletin selâmetini belalardan ve arızalardan kurtarmak için faizin yasaklanması gereken bir muamele olduğunu ileri sürmüşlerdir (Aktepe, İslam Hukuku Çerçevesinde Finansman ve Bankacılık, 2010, s. 48-49).

3.1.3. Semavi Dinlerin Faize Bakışı

Başta İslâm olmak üzere tüm semavi dinlerde faiz yasaklanmıştır. İslâm dininde men edilen faiz Musevilik ve İsevilikte de men edilmiştir (Çizakça, 1999, s. 3).

İslâm'da faiz dört aşamada yasaklanmıştır. Bu konuyla alakalı ilk emir olunan hüküm Rûm sûresi'nin 39. ayetidir. “*İnsanların malları içinde artsın diye verdiğiniz herhangi bir faiz, Allah katında artmaz, fakat Allah rızasını dileyerek verebildiğiniz herhangi bir sadaka böyle değildir. İşte onlar sevaplarını kat kat artıranlardır*” (el-Rum 30/39).

İlgili ayette faiz yasaklanmamıştır. Haramlığından bahsedilmemiş, ancak faizin Allah katında artmayacağı, kazanç elde ettiğinizi düşündüğünüz şeyde aslında kazanç olmadığı anlatılmıştır. İlk aşamada Müslüman zihni faizin yasaklılığına ve haram oluşuna hazırlanmıştır.

İkinci merhalede Nisa sûresinde Yahudilerin durumu ibret için sunulmuş ve ders alınması öğütlenmiştir.

Yahudilerin haksızlıklarından, birçok kimseyi Allah yolundan men etmelerinden, yasak edilmişken faiz almaları ve insanların mallarını haksızlıkla yemelerinden ötürü, (daha önce) kendilerine helal kılınan temiz şeyleri onlara haram kıldık. Onlardan inkâr edenlere, elem verici azap hazırladık (el-Nisa 4/160-161).

Üçüncü merhale, riba ile ilgili yasaklamanın yapıldığı aşamadır. Burada kısmi yasaklama fahiş faizcilikten men vardır. Bileşik faiz yasaklanmıştır (Bayındır A. , 1987, s. 119).

“Ey inananlar! Kat kat arttırılmış olarak faizi yemeyin. Allah’tan korkun ki, kurtuluşa eresiniz”. (Al-i İmran 3/130).

Son aşamada ise riba ile ilgili hükümlerin ortaya konulup tamamlandığı aşamadır.

“Riba (faiz) yiyen kimseler, şeytan çarpan kimse nasıl kalkarsa ancak öyle kalkarlar. Bu ceza onlara, ‘alışveriş de faiz gibidir’ demeleri yüzündendir. Oysa Allah, alışverişini helal, faizi de haram kılmıştır. Bundan böyle her kim, Rabbinden kendisine gelen bir öğüt üzerine faizciliğe son verirse, geçmişte olanlar kendisine ve hakkındaki hüküm de Allah’a kalmıştır. Her kim de yeniden faize dönerse işte onlar cehennem ehlidirler ve orada süresiz kalacaklardır”. (Bakara 2/275).

“Allah faizi (bereketsiz kılıp onun karıştığı malı) mahveder, oysa sadakaları bereketlendirir. Allah günahıta ve inkârda direnen hiç kimseyi sevmez”.(Bakara 2/276).

“İman edip iyi işler yapan, namazı dosdoğru kılıp zekâtı verenlerin Rabpleri katında elbette mükâfatları vardır. Onlara hiçbir korku olmadığı gibi, onlar mahzun da olmazlar”. (Bakara 2/277).

“Ey iman edenler! Allah’tan korkun ve artık faizin peşini bırakın, eğer gerçekten müminler iseniz”. (Bakara 2/278).

“Eğer böyle yapmazsanız, o zaman Allah ve Resulü tarafından size savaş açılmış olduğunu bilin. Eğer tevbe ederseniz, sermayeleriniz sizindir. Haksızlık etmezsiniz, haksızlığa da uğramazsınız”. (Bakara 2/279)

Bu ayet ihtar eder ve şöyle der: Şayet faize devam ederseniz ya zulmeder ya da zulme uğrarsınız.

“Eğer borçlu darlık içindeyse, ona ödeme kolaylığına kadar bir süre tanıyın. Ve bu gibi borçlulara alacağınızı bağışlayıp sadaka etmeniz eğer bilerseniz sizin için, daha hayırlıdır”. (Bakara 2/280).

“Öyle bir günden korkunuz ki, o gün Allah’a döndürüleceksiniz. Sonra da herkese kazancı tamamıyla ödenecek ve hiç kimse haksızlığa uğramayacaktır”. (Bakara 2/281)

Kur’an-ı Kerim’de sert ve kat’i bir şekilde aşamalar halinde faiz yasaklandığı gibi Peygamber Efendimizin (SAV) hadislerinde de kesin bir şekilde yasaklanmıştır.

Ribanın yasaklılığı hakkında hiçbir tereddüt yoktur. İçerik ve çeşitleri ile ilgili çeşitli nazariyeler mevcuttur (Yazır, 1992, s. 2.cilt 236).

İslâm dininde men edilen faiz, İsevilikte de men edilmiştir.

İncil’de ise “Eğer kendilerinden almayı ümit ettiğiniz kimselere ödünç verirsiniz, ne mükâfatınız olur? Günahkârlar bile, günahkârlara karşılığını almak üzere ödünç verirler. Fakat düşmanlarınızı sevin, onlara iyilik edin ve hiç ümitsiz olmayarak ödünç verin; karşılığınız büyük olacaktır”. (Luka İncili, Bab: 6, âyet: 34-35) denilmektedir.

Diğer taraftan Tevrat ayetlerinde de faiz yasağını görmek mümkündür.

Tevrat’ta: “Eğer kavmine, yanında olan bir fakire ödünç para verersen, ona faizci olmayacaksın. Onun üzerine faiz koymayacaksın”. (Tevrat, Çıkış Bölümü, Bab: 22, âyet: 25).

“Ve eğer kardeşin fakir düşer ve senin yanında zayıf olursa, ona yardım edeceksin; senin yanında garip ve misafir gibi yaşayacak. Ondan faiz ve kâr alma. Allah'tan kork, tâ ki kardeşin senin yanında yaşasın”. (Tevrat, Levililer Bölümü, Bab 25, âyet: 35-36).

“Para faizi olsun, zahire faizi olsun yahut ödünç verilen bir şey ‘in faizi olsun, faizle kardeşine ödünç vermeyeceksin. Yabancıya ise faizle ödünç verebilirsin; fakat kardeşine faizle ödünç vermeyeceksin”. (Tevrat, Tesniye Bölümü, Bab: 23, âyet: 19-20).

Burada faiz yasağı olmakla birlikte tahrif olmuş Tevrat’ta, Yahudilerin kendi aralarında faiz alıp vermeleri yasaklanmakla birlikte Yahudiler haricinde faizle iş yapmanın mümkün olduğu ifade edilmektedir. Bu husus açık bir şekilde tenakuzluk içermektedir. (Aktepe, 2010, s.49-52; Armağan, 2005, s.187-197)7

3.1.4. Âlimlere Göre Faiz ve Para

Faiz kanser gibidir. Önce iktisadi ekosistemi şişirir, kazandığı ve büyüdüğü zannedilir ancak içten içe ekonomiyi kemirterek çöküşe götürür (Beki, 2005, s. 72).

Faiz, belli bir oranla para alan yani kredi kullanan müteşebbisin yapacağı ticaretinin kârla sonuçlanıp sonuçlanmayacağını bilmemesine rağmen veya kârla

sonuçlanacaksa bile elde edilecek kârın ne miktarda olacağı evvelinde bilinemez (Durmuş, 2009, s. 23).

Neticesi belli olmayan bir ticaret için karz verilen bir paradan bugünden faiz oranının belli olması alan ve veren arasında âdil ve dengeli bir paylaşımından söz edilemez. Taraflardan biri mutlaka zarara uğrar. Bunun önlenmesi mümkün değildir. Tek çaresi faizden uzaklaşmaktır (Beki, 2005, s. 72).

“Eğer böyle yapmazsanız, o zaman Allah ve Resulü tarafından size savaş açılmış olduğunu bilin. Eğer tevbe ederseniz, sermayeleriniz sizindir. Haksızlık etmezsiniz, haksızlığa da uğramazsınız”. (Bakara 2/279).

Para, İslâmi kaynaklara göre kıymet ölçüsü ve mübadele ölçüsü olarak kabul edilir.

Paraya mal olarak bakılmaz. Gazzâlî’ ye göre paramın üç fonksiyonu vardır.

- a) **Vasıta:** İhtiyacından fazla malı bulunanın ihtiyaç duyduğunda başka mal ile mübadelesinde kullanılan bir vasıta. Mübadele aracıdır.
- b) **Ölçü:** Malın değerinin tespiti için kullanılan ölçüdür. Para değerleri ölçer, emeğin ürettiği değerleri ölçen bir senettir.
- c) **Hâkim:** Eşyalar arasında adil hüküm kılan bir hâkimdir.

Keza çoğu âlimler de Gazzâlî gibi paraya mânâ-yı 1 harfî ile değil mânâ-yı ismî ile bakmışlardır. Paranın bir ticaret meta-ı olmadığını ifade etmişlerdir. Para durduğu yerde kendi kendine artan, üreyen ve doğurup çoğalan bir şey değildir. Diğer değer ölçüleri gibi (metre, kg vs.) korunması gereken, ticari itibarı ve emniyeti sağlayan bir kıymet ve mübadele ölçüsüdür (Armağan, 2005, s. 246-282).

Madeni ya da kâğıt bir nesnenin para olabilmesi için şu özelliklere haiz olması gerekir (Orman, 1992, s. 9-10);

- a) Maddesi itibariyle dayanıklı olmalıdır.
- b) Hafif olmalı ve rahat taşınabilmelidir.
- c) Cins olarak standart olmalıdır.
- d) Benzerinin yapılması taklide karşı korunaklı olmalıdır.
- e) İktisadi açıdan nadir olmamak ve toplumsal ihtiyaçlara cevap verebilmelidir.
- f) Değer istikrarına sahip olmalı; fazla tağşişe uğramamalıdır.

3.1.5. Âlimlere Göre Faiz ve Kâr

Allah ve resulü başta ticaret ve ziraat olmak üzere helal olan her türlü çalışmayı ve kazancı teşvik etmiştir. Kur'an genel itibariyle ticari faaliyetleri destekleyen bir tutum içindedir. Mal ve ticaret ve bunlardan elde edilen hâsıla insanın dünya hayatının imarı içindir. Ancak asıl gaye ahirete yönelik infak üzerinedir. Meşru olmayan yollarla elde edilen servet kınanmış ve önüne set çekilmiştir. İktisadi hayatın düzgün işlemesi, servet dağılımının eşit olması, sınıflar arası uçurumun olmaması için faiz yasaklanmış ve faizden kaçınmak için başvurulan şer'i hileleri de haram kılmıştır (El-Omer, 2017, s. 163).

Her türlü ticaretin yapılması elbette hoş görülmecektir. Toplum hayatını, devlet düzenini, aile yaşamını, insan hayatını, iman ve akideye zarar veren halleri ve çevreye zararlı olacak hileli ve ifsat edici haller ile bazı dini bayramlarda (imtihan için) yasaklar konmuştur (Çizakça & Akyol, 2012, s. 14)

“Gündüzü ise, geçim vakti kıldık”. (Nebe' 78/11).

“Orada sizin için ve (beslediğini, sandığınız fakat aslında) sizin için beslediğimiz kimseler için geçimlikler meydana getirdik”. (Hicr 15/20).

(Hac mevsiminde)“Rabbimizin lütuf ve keremini aramanızda (alış-veriş yapmanızda) size bir günah yoktur”. (Bakara 2/198).

“Bir kısmı Allah'ın fazlından rızık aramak için (ticaret maksadıyla) yeryüzünde yol teperler”. (Müzzemmil 73/20).

“Sonra namaz kılınca yeryüzüne dağılın da, Allah'ın fazlından rızık arayın”. (Cum'a 62/10)

Muhammed El Gazali İhya-i Ulumid-Din eserinde şu hadislere yer vermiştir: (Gazali, 2014, s. 167).

“Ticaret yapın. Çünkü rızık onda dokuzu ticarettedir”.

“Kişinin yediği en helal rızık-(Allah rızası için) nasihatte bulunduğu takdirde-sanatkârın kazandığıdır”.

Tirmizî ve Hâkimde geçen bir hadiste; *“Dürüst tüccar kıyamet gününde siddik ve şehitlerle beraber hasrolunur”*.

Beşeri hayatın idamesi için her insan ihtiyacı zaruriyesi için bir başkasına muhtaçtır. Bir elbiseyi giymesi için binlerce el öpmesi lazım gelir. Bu da zanaat ve sanatta iş bölümünü yapılmasını zaruri kılmış, iş bölümü ise zamanla alışverişi gerekli hale getirmiştir. Beşeri ihtiyaçların karşılanması niyetiyle ticaret yapıldığından kar edilmese bile sevabını alacaktır. Toplumun bazı kesimlerinin alış-veriş yapması yani ticaret ile iştilal etmesi bir vecibe (farz-ı kifaye) mesâbesinde ifade edilmiştir. (A.g.e.: 217)

Gazali'ye göre ticaretin adil ve meşru olması için gerekli hususlar şunlardır (Gazali, 2014, s. 77-80).

- a) Satıcı malı olduğu gibi göstermeli abartmamalı, zayıf ve kusurlarını örtmemelidir.
- b) Malın varsa kusurlarını alıcıya anlatmalıdır.
- c) Hileye bulaşmamalı; ölçü ve tartıya sadık kalmalıdır.
- d) Malın cari piyasa değerini alıcıdan saklamamalıdır.

Kâr, ya malın satın alınmasından sonra herhangi bir işleme tabi tutmadan alım satım işlemleri neticesinde ya da hammadde ve yarı mamulü sınaî işleme tabi tutarak yeni haliyle satılması ile hâsıl olur. Kâr, riski üzerine alan müteşebbis adına tahakkuk eden bedeldir (Ersoy, 2012)

“İktisadi kaynakları tarım ve sanayi yoluyla işleyerek, ticaret vasıtasıyla ihtiyacı olana ulaştırarak, fayda ve kullanım değerlerini azâmileştiren emek ve nakdi sermayeye tahsis edilen faktör gelirine verilen addır”.

Kâr mal ve eşya üzerinden sağlanan bir menfaattir. Para evvelinde üretime yönlendirilerek mal ve hizmete dönüşmesi sağlanır. Üretilen bu mal ve hizmetlerin üretim faktörleri arasında irade ve rızaya dayalı adil bir şekilde dağıtılmalıdır. Kar döner sermayenin payına düşen meblağdır (Ersoy, 2015, s. 44-45).

Kâr, belli bir süreç neticesinde nakdi sermayenin emek ile işlenerek maldan paraya, maldan başka bir mala, paradan mala çevrilmesi ile mübadele süreci neticesinde elde edilen artı değerdir. Müteşebbis bu mübadele sürecinin sonunda negatif getiri olan zarar ile de sonuçlanması mümkündür. Kâr riskin bir faktörüdür ve direk müteşebbisi, dolaylı olarak toplumu etkiler. Emek, sermaye, riske katlanma veya taahhüt neticesinde kâra ulaşılır (Bayındır S. , 2015, s. 20).

Batı ekonomik düşünce sistemi ben merkezli ve diğergâm olmayan “*homoeconomicus*” insan tipi her ne kadar belli büyüme ve zenginleşme sağlamış olsa bile beşeri, hukuki ve ahlaki olarak bu başarı düzeyini sürdürmesi mümkün değildir. Gelir adaletsizliğinin yol açtığı açlık, sefalet, asgari yaşam koşullarından mahrum insan kütleleri; terör, göç ve mülteci krizlerine neden olmaktadır. Bugüne kadar fakirleri yakan bu krizler yakın gelecekte rahatı yerinde olan “*homoeconomicus*” insanın (!) rahatını bozacak, uykularını kaçıracak ve yanmakta olan bu ateş kendi sonu olacaktır (Bulut, 2015, s. 121)

3.1.6. Âlimlere Göre İcara ve Ücret

İnsan emeği bedava değildir. O kendisinin kazancı olup rızkını ondan temin eder. Çünkü insan ömrü boyunca kendi emeği haricinde başka bir şey kendisine fayda temin etmemektedir (İbn-i Haldun, 2015, s. 725).

Menfaatlerin belli bir bedel mukabilinde temlik edilmeye akd edilen akittir. İcarenin rüknü ikidir.

- a) Ücret
- b) Menfaat

Ücret alışverişte verilen sermaye gibidir. Eğer ücret sonradan verilecekse yani bugün borç ise ileride verilecek olan ücretin miktarı ve sıfatları tayin edilmiş olmalıdır. Diğer taraftan icareden kastedilen menfaattir. (Gazali, 2014, s. 194).

İki şekilde kira gelirinden bahsetmek mümkündür.

- a) Eşya ve mal üzerine gerçekleşen icara akdi, han, hamam, ev dükkân, arazi gibi akarların ve elbise, kap kacak gibi eşya ile hayvanların, nakil vasıtalarının kiraya verilmesi bu gruba girer.
- b) İş ve emek üzerine yapılan icara akdidir. Ücretle işçi ve hizmetçi tutmak, usta ve zanaatkâr kiralamak gibi emek üzerinden yapılan emek icarlarıdır.

Ücret İslam hukukunda kira akdinde; kiracının, (müstecirine) nefsinin kira veren kişiye (ecir) emeğine karşılık verdiği bedeldir (Armağan, 2005, s. 288).

Ücret bir icara akdi nev’i olup emeğin kira bedelidir. Bilgi ve tecrübenin faktörüdür. Önceden tespit edilmeli ve işçinin işi bittiği anda ödenmelidir. Asgari ücret, işçinin

yapabileceği iş karşılığında kendisinin ve ailesinin asgari temel ihtiyaçlarını karşılayacak miktarda olmalıdır. İşçi alacağı makul bir ücret neticesinde işverenin gelirinde gözü olmaz, emeğini adil kullanır.

Ücret, üretim ve gelirden emeğe düşen hissedir. Ücret gelirin oluşması, harcanması ve yeniden dağılması safhalarının bileşkesi olan bir bölüşüm meselesidir. Zekât, gelirin yeniden dağılmasıdır. İnfak, gelirin harcanmasıdır. Servet ve mülkiyetin tabana yayılması, fiyat istikrarı, sermayenin muattal kalmaması, israf ve faiz yasakları; üretim faaliyetine; emek, sermaye veya rizikodan herhangi ikisinin katılımıyla ise üretim oluşur (Tabakoğlu, 2006, s. 146).

İslâm âlimleri belli şartlar altında yapılan akitler neticesinde oluşan toprak gelirini kira olarak kabul eder. Buna karşın kapitalizm öğretisi, toprak faktörünün gelirini kira değil rant olarak kabul etmektedir. Toprak kiralamanın şartlarının birincisi, kira bedelinin başta kesin ve net şekilde belli olmalıdır. Elde edilecek ürünün hâsıla paylaşımı yüzdesel olarak ($\frac{1}{2}$, $\frac{1}{3}$, $\frac{1}{4}$) toprak sahibi ile kiralayan arasında yapılan akitle paylaşılmalıdır. Verimli-verimsiz toprak, kuru toprak, sulu toprak vs. şeklinde paylaşım yapılması uygun değildir. Kira akdi, maktu bir bedel üzerinden yapılmamalıdır.

İnsana esas itibariyle emeğinden başka bir şey yoktur. Biriktirilen mal ve servette emeğin kendisi olmasa da ondan hâsıl olan hâsıladır. Kısacası tüm mal, servet ve birikimin aslı emektir (İbn-i Haldun, 2015, s. 695).

3.2.Dünyada Katılım Bankacılığı Süreci

Dünyada bankacılık tarihi yaklaşık M.Ö 1000 yıllarına kadar uzanmaktadır ve tarihin hazin bir cilvesi ki; beşeri hayatta ekonomik ve toplumsal düzeni bozduğu ve adaletsizliğe sebep olduğundan dolayı yasaklanan faizli işlemler; iyi örgütlenmiş, muhasebe kayıtlarına hâkim tapınaklarda, dinine bağlı ve güvenilir olarak ad edilen din adamları (!) tarafından yapılmaya başlanmıştır. Yedinci yüzyılda kredi kuruluşları, 16. yy'de ise bankalar kurulmuştur. Faizli sistemler halkı müslüman olan İslam ülkelerinde de kopyalanmıştır (Özcan, 2000, s. 192).

Diğer taraftan katılım ekonomisinin tarihçesini milattan önceye kadar götürmek mümkündür. Modern katılım ekonomisine geçiş ve metotlarının kullanımı ise 1963-66 yıllarında Neccar'ın Mısır'da yerel bir bölgede kurduğu faizsiz bankacılık olarak

kabul edilir. Ancak bu deneme uzun sürmeyecek ve kapanmak zorunda kalacaktır. Cidde’de 1974 yılında kurulan ve 1975 yılında faaliyete başlayan ve halen faaliyetlerini sürdüren İslam Kalkınma Bankası (İKB) kurulup yaşayan ilk katılım bankası sayılabilir. İslam kalkınma bankası Türkiye’nin de aralarında bulunduğu Müslüman ülkeler tarafından kurulmuştur. Müslüman ülkelerde başlayan sanayileşme ile birlikte kamu yatırımlarının finansmanına yönelik olarak kurulan İKB faaliyete başladıktan sonra ne özel sektör projelerinin finansmanını ne de diğer ihtiyaçları karşılayamamış ve bir manada murad edilen neticeleri verememiştir. (Zerka & Neccâr, 2009, s. 26). Bundan dolayı Kuveyt, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri (B.A.E) bir araya gelerek bu kez 1981 yılında İsviçre’de “*Dar Al Maar Al Islâmi*” namında bir holding kurmuşlar.

Diğer taraftan Malezya başta olmak üzere birçok müslüman ülkede faizsiz bankacılık sistemi gelişerek yaygınlaşmış ve bu ülkelerin iktisadi dinamiklerinin çalışmasını böylelikle ülke ekonomilerinin büyümesini ve kalkınmasını sağlamıştır. Türkiye’de Anadolu Aslanları’nın büyüüp gelişmesinde katılım bankalarının katkısı yadsınamaz.

20. yüzyılın sonlarında Ahmmed en-Neccar, M.N.Siddiqi gibi bazı Müslüman iktisatçılar tarihte bilhassa İslamın erken dönemlerinde kullanılan “*mudârabe*” (sermaye-emek ortaklığı ya da comenda) (Çizakça, 1999, s. 9) akdine bağlı batıda risk sermayesi olarak tanımlanan bankacılık modellerini tasarlamaya başladılar (Özcan, 2000, s. 192).

Katılım bankacılığı veya dünyada yaygın olarak kullanılan İslâmi Finans Sistemi ya da karşı konumlandırma nitelikli faizsiz bankacılık; temelleri insanlık tarihi ile özdeş olmasına rağmen modern anlamda katılım ekonomisi 1970’lerde gelişmeye başlamıştır. Faizsiz finansman; faizsiz bankacılık, sukuk, tekafül ve faizsiz ortaklık fonlarından mürekkeptir. Katılım ekonomisi, istikrarlı ve sürdürülebilir bir şekilde sürekli büyümektedir. Bugün dünyada 100 ülkesinden fazla yerde faizsiz sistem ya doğrudan ya da faizli bir bankada pencere şeklinde uygulanmaktadır (Khan, 2018, s. 233-234).

Günümüze geldiğimizde 2021 sonu itibariyle; 5 kıtada 100’ün üzerinde ülkede 3.958 milyar Dolar İslâmi finansal varlık, 2.765 milyar Dolar İslâmi bankacılık varlıklarına ulaşılmıştır.

Yukarıdaki veriler ve fiili olarak faizsiz bankaların müşterilerine sundukları ürün ve hizmetler minvalinde katılım bankacılığının geliştiği ve ilerleme kaydettiği söylenebilir. Katılım bankacılığının bugün yaygınlık ve hacim bakımından en fazla uygulandığı coğrafya Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) ile birlikte Malezya gibi Uzakdoğu ülkeleridir.

Katılım ekosisteminin kısa süre zarfında hem coğrafya olarak hem de hacim olarak bu kadar gelişmesi ve müşteriler tarafından güçlü bir taleple karşılanmasının altında yatan ana nedenler; başta fitri, ahlaki ve insani olması yani yardımlaşma ve dayanışma temelli etkin bir paylaşım modeline dayanmış olmasıdır (Ersoy, 2012, s. 3).

Dünya nüfusunun neredeyse beşte biri müslümanlardan oluşmaktadır. Bu tüketicilerin İslâmi bazlı finans ürünleri talep etmeleri, müslüman olmayan iş yerlerinden ve yatırımcılardan etik ve korumacı olması, İslâmi finansman prensiplerinin ihtiyatlı ve riskin dağıtıldığı bir yapıda olması, yatırımcıların portföylerini çeşitlendirmek veya yeni sermaye kaynakları oluşturmak istemeleri katılım ekonomisine olan talebi hızlı bir şekilde artırmaktadır.

3.3.Türkiye’de Katılım Bankacılığı Süreci

Katılım ekonomisinin diğer ifade ile dünyada yaygın olan tanımıyla İslâmi Finans Sistemi temellerinin yerleşik insanlık tarihi ile özdeş olmasına rağmen modern anlamda katılım ekonomisi 1970’lerde gelişmeye başlamıştır. Faizsiz finansman; faizsiz bankacılık, sukuk, tekafül ve faizsiz ortaklık fonlarından mürekkeptir. Katılım ekonomisi, sürdürülebilir, istikrarlı ve devamlı büyümektedir. Dünya’da faizsiz ekosistemine olan talep her geçen gün artmaktadır ve bu sistem birçok ülkede yaygınlaşarak kullanıcılarına ulaşmaktadır.

Faizsiz bankacılığın istikrarlı bir şekilde gelişimi birkaç nedene bağlıdır. Öncelikle nüfusunun büyük kısmı müslüman olan Asya ve Orta Doğu ülkeleri petrol gelirleri sayesinde elde ettikleri gelirleri değerlendirmek amacıyla faizsiz finans sistemini tercih etmektedirler. İkinci olarak müslüman olmadıkları halde yeni yatırımlar ve ticaret için kaynaklarını nüfusu genç ve dinamik olan Müslüman ülkelerde değerlendirmek isteyen ülke fonlarının faizsiz finansman yoluyla sisteme giriş yapması sistemin büyümesini sağlamaktadır. Son olarak müslüman ülkelerde ki

fonları kendi merkezlerine çekmek için ya doğrudan ya da pencere şeklinde kendi ülkelerinde faizsiz bankalar ve kurumlar kurarak katılım ekonomisinin toplam dünya çapında ekonomik paydan aldığı pay oranını her geçen gün artırmaktadır (Nacar, 2021, s. 41-43).

Türkiye'nin kuruluşundan 1983 yılına kadar geçen sürede ekonomik sistemin içindeki tüm finansal araçlar faiz ile işlemekteydiler. Faizle çalışan bankalar yanına müslümanların hassasiyetlerini barındıran İslâmi prensiplere uygun çalışabilecek finansal kurumların ihdas edilmesi için 1980'li yıllarda çalışmalara başlanmıştır. 1983 yılında faizsiz finansman modelinin ülkemizde uygulamaya girmiştir. Körfez bölgelerinde biriken fonların ülkemize çekilmesi, yastık altındaki başta altın olmak üzere fonların ekonomiye kazandırılması, faiz hassasiyeti olan müslümanların (Nacar, 2021, s. 51) bireysel ve ticari işletmeleri hayatlarında faize bulaşmadan iş ve işlemlerini yapmak, bir yandan tasarruflarını emniyetli bir şekilde saklamak ve aynı zamanda yüksek enflasyona karşı korumak ya da belli bir gelir elde etmek, işletme kurmak, büyütme, yatırım aşamasında ihtiyaç duyulan yabancı kaynağa İslâmi usullere göre ulaşmak gibi taleplere cevap vermek üzere ÖFK'lar kurulmuştur (Pakdemirli, 2000, s. 12-21).

Aslında dünyada 1970'lerde faaliyete başlayan faizsiz bankacılık veya diğer bir isimle İslâmi bankacılık Türkiye'de laiklik ilkesi gereği var olan çekincelerden dolayı özel finans kurumu ismiyle kurulmuştur (Akyüz, 2021, s. 73-74).

Özel Finans Kurumları 16/12/1983 tarih ve 83-7506 sayılı Bakanlar Kurulu Kararnamesi (BKK) ile kuruluşlarını, faaliyetlerini, denetim ve tasfiyelerini düzenleyerek hukuki alt yapı oluşturulmuştur. İş bu KHK, 25.02.1984 gün ve 18323 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

Zikredilen KHK kapsamında ülkemizde 1985 yılında kurulan İlk ÖFK'lar; körfez sermayeli Faysal Finans Kurumu A.Ş. ve Al Baraka Türk ÖFK A.Ş. olmuştur. (Akyüz, 2021, s. 55) Akabinde Kuveyt Türk Evkaf ÖFK A.Ş. 1989 yılında, Anadolu Finans Kurumu A.Ş. 1991 yılında yerli sermaye ile kurulmuştur. İhlas Finans Kurumu A.Ş. 1995 yılında ve Asya Finans Kurumu A.Ş. 1996 yılında çok ortaklı yerli müteşebbisler tarafından kurulmuştur (Nacar, 2021, s. 72-86).

KHK ile faaliyetlerini sürdüren ÖFK'lar ölçek olarak çok büyümemiş ve şubeleşmemiştir. Bankacılık Kanununa tabi olmayan bu kurumlar faaliyetlerini

BKK'ları, MB kararları ve Hazine Müsteşarlığı'nın yayımladığı tebliğlerle sürdürmüştür. 28 Şubat sürecinde ciddi badireler atlamış ve nihayetinde Resmî Gazete'de yayımlanan 19/12/1999 tarih ve 4389 sayılı Bankalar Kanunu'nda Değişiklik Yapılmasına Dair 4491 sayılı Kanuna ÖFK'lar dâhil edilmiş ve geçici 3. madde ile iki yıl içinde 4389 sayılı Bankalar Kanunu'na intibak sağlamaları zorunlu kılınmıştır (Karaman, 2019, s. 30).

Bu kanun kapsamında bankalardan farklı olarak; “*mevduat yerine fon toplamaya, kâr zarar ortaklığı esasına göre çalışmaya ve bankalar için yasaklanmış bulunan, taşınmazlarla ilgili işlemleri yapmaya devam edeceklerdir hükmü*” konulmuştur (Pakdemirli, 2000, s. 19).

İktisadi bir bakışla; hak ve fırsat ilkesi gereği özel finans kurumlarının ülke hak ve menfaatleri yararına çalışabilmeleri için önlerindeki hukuki engellerin kaldırılarak ve daha hızlı ve sağlıklı bir şekilde gelişebilmeleri babında 2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu kapsamında bütün faaliyetleri denetimleri Bankacılık Kanununa tabi kılınmış ve ÖFK ismi “*Katılım Bankaları*” olarak değiştirilmiştir. Kanun kapsamında katılım bankaları TMSF'ye tabi kılınmıştır (Akyüz, 2021, s. 83).

ÖFK ismi değişikliği çok tartışılmış ve farklı isimler önerilmiştir. Mesela Albaraka Türk'te o dönemde genel müdür yardımcısı konumunda olan Sn. Büyükdeniz “*Katılım Bankacılığı*” ismini önermiştir (Büyükdeniz, 2000, s. 28).

Kuruluş merhalesi, faaliyet izni ve faaliyetleri, düzenleme ve denetim, tasfiye ve TMSF'ye devir gibi önemli kanuni alt yapının oluşması sonucunda konvansiyonel bankalar gibi kanuni statü eşitliği kazanmıştır. Böylece gerek ulusal gerekse uluslararası finansal piyasalarda muhabir ilişkileri, teminat mektuplarının, akreditiflerinin ve daha birçok ürününün kabul görmesini sağlamıştır (Gülsoy & Memiş, 2018).

Şubat 2001 krizinde İhlas Finans Kurumu batmış, İhlas Finansın batması diğer ÖFK'ları da zor durumda bırakmış güven kaybı nedeniyle hızlı ve ani fon çekme talepleri likidite problemi doğurmuştur (Akyüz, 2021, s. 78). Toplam toplanan fonların %50 gibi yüksek bir oranın çekilmiş olmasına rağmen bu kurumlar krizi büyük yara almadan başarılı bir şekilde aşmıştır (Ertürk, 2000, s. 11-13).

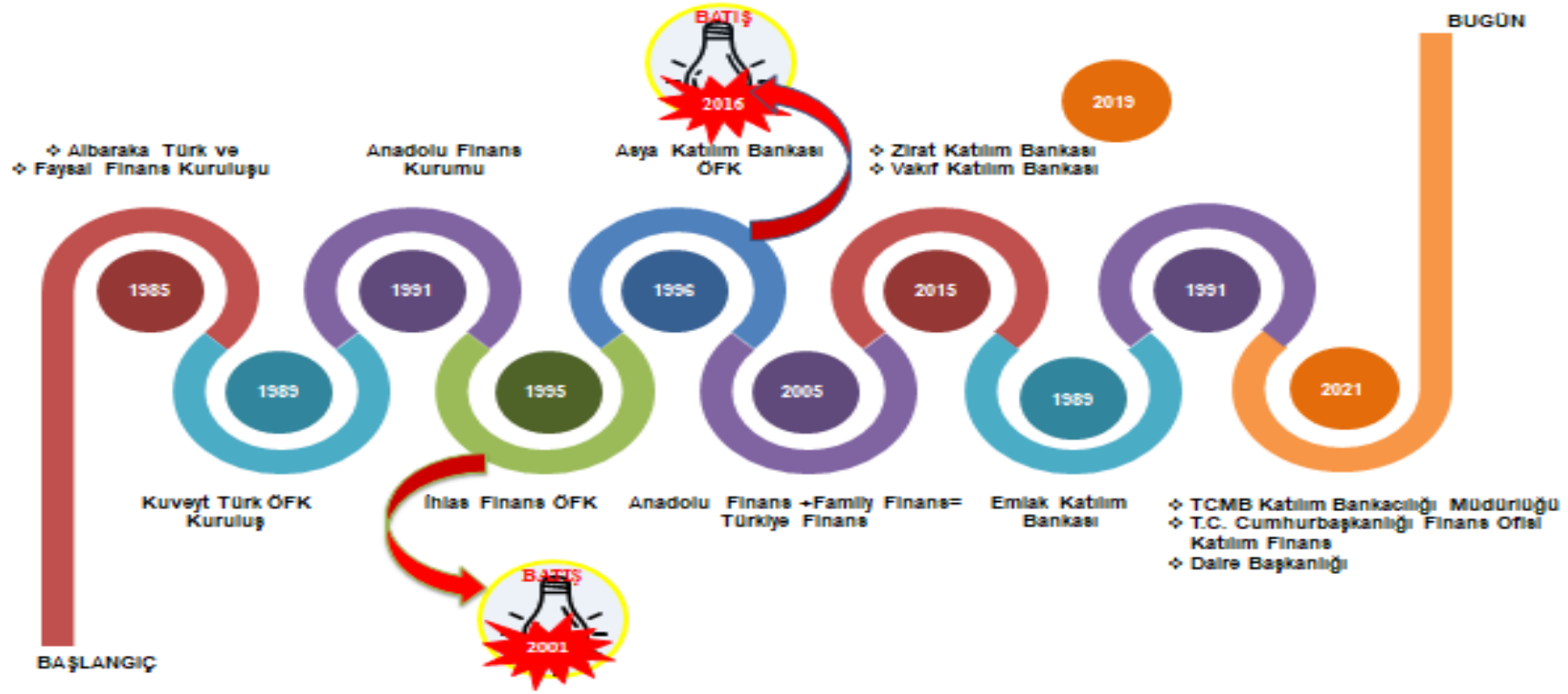
Faisal Finans Kurumu zor zamanlar yaşamış ve Ülker Grubuna devir edilmiştir. Ülker Grubu isim değişikliğine giderek 2005 yılında Family Finans İsmini almıştır.

BDKK'nın 28 Aralık 2005 tarihli kararıyla Anadolu Finans ile Family Finans birleşmesi resmi olarak tescil edilmiş, 30.12.2005 tarihinde bankanın ismi Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş. olarak değişmiştir. 2008 yılında Türkiye Finans Katılım Bankası'nın hisselerinin %60'ı The National Commercial Bank'a (NCB) devredilmiştir. Böylelikle yerli sermaye ile kurulan iki kuruluşun birleşmesi ve hisselerinin büyük kısmı yabancı sermayeye geçmesiyle neticelenmiştir (Nacar, 2021).

2016 yılında bu kez Asaya Katılım bankasının faaliyet kaldırılmış ve TMSF'ye devredilmiştir.

2014 yılında bu defa sektöre ilk defa kamu tarafı giriş yapmıştır. Ziraat Katılım Bankası A.Ş kamu sermayesi ile kurulan ilk katılım bankası olmuştur (T.C.Resmi Gazete, 2014).

2015 yılında Vakıf Katılım Bankası A.Ş, (T.C.Resmi Gazete, Vakıf Katılım Bankası A.Ş., 2015) en son olarak ta 2019 yılında Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş. (T.C.Resmi Gazete, 2019) kurularak sektöre dâhil oldu. Bugün üç özel sermayeli üç kamu sermayesi ile kurulmuş katılım finans sektöründe bankacılık yapan 6 adet katılım bankası mevcuttur.



Şekil 3.2:Türkiye’de Katılım Bankacılığının Tarihi Süreçleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2021 yılında küresel ekonomi pandemi koşulları nedeniyle zor ve dalgalı şartlar tahtında Türkiye’de faaliyete bulunan altı katılım bankası, reel sektörün devamlı ve sürdürülebilir olması için imkânlarını seferber etmiştir.

2021 Aralık ayı verilerine göre katılım bankacılığı sektöründe altı tane katılım bankası faal olarak faaliyetlerine devam etmektedir. Mezkûr katılım bankalarının toplam şube sayısı 1.311 olup bu şubelerin dört tanesi yurtdışıındadır. Toplam 17.147 personel istihdam edilmektedir. Toplam varlıkları 713,3 milyar TL’ye yükselmiştir. Keza bir önceki yıla göre toplanan fonlarda büyüme sağlayarak toplanan fonlar 556,4 milyar TL’ye çıkmıştır.

3.4.Katılım Bankalarının Fon Kullandırma ve Fon Toplama Yöntemleri

Katılım bankaları tasarruf sahiplerinin katılım hesabı (katılım bankalarında açılan özel cari hesaplar ile kar zarara katılma hesaplarında yer alan para) yoluyla fon toplar, diğer taraftan topladığı fonları ve kendi öz kaynaklarını İslâmi usul ve esaslar çerçevesinde ve meşru sayılan ticari işlemlerde işletir. Fon kullandırma yöntemleri Mudârebe (emek-sermaye ortaklığı), Murâbaha (maliyet+kâr marjlı satış, vadeli satış), Müşâreke (sermaye-sermaye ortaklığı), Müşâreke-i Mütenakısa (azalan ortaklık), İcâre-Kiralama (leasing), Selem veya Selef (geleceğe yönelik satın alma), Müzarra ve Muskat, İstisna (sipariş usulüyle satın alma), Karz-ı Hasen (borç verme), Sukuku İcâre (kira sertifikası) olarak tanımlanabilir. Fon kullandırma yöntemleri çok olmakla birlikte dünyada ve Türkiye’de en çok başvurulan yöntem çağdaş murâbaha sistemidir.

Katılım bankaları bu işlemleri bireysel finansman desteği ve kurumsal finansman desteği şeklinde uygularlar (Khan, 2018, s. 236).

Keza katılım bankaları diğer bankacılık ürün ve hizmetlerini müşterilerine sunarlar.

3.4.1. Katılım Bankalarının Fon Toplama Yöntemleri

Mer’i Bankacılık kanununa kapsamında Türkiye’de faaliyette bulunan katılım bankaları özel cari hesapları ve katılma hesapları yöntemiyle fon toplama faaliyetini yapabileceklerini izah etmiştir. Katılım bankaları “*Katılım bankaları nezdinde açtırılan gerçek ve tüzel kişilere ait özel cari hesap ve katılma hesaplarında yer alan*

parayı” katılım fonu olarak kabul ederler (Bankacılık Kanunu, 2005). İlk ismiyle ÖFK yeni adıyla katılım bankaları olan bu kurumlar fon toplam yöntemiyle Türkiye’de finans sistemine yeni bir tasarruf anlayışı kazandırmıştır. Kazandırılan bu anlayışta; anapara ve önceden netleştirilmiş sabit bir getiri yerine, kâr-zarar anlayışına müstenit yeni bir tasarruf modelidir. Kâr-zarar hesaplarında anapara ve önceden netleştirilmiş sabit bir getirisinin garantisi yoktur (Büyükdeniz, 2000, s. 25).

3.4.1.1.Özel Cari Hesaplar

Tasarrufları olan hane halkı ve şirketlerin bu tasarruflarını herhangi bir nema ödmeden TL ya da döviz cinsinden bir cüzdan karşılığında katılım bankalarında açılan hesaplardır. İstenildiği zaman kısmen ya da tamamen çekilebilen, havale /EFT yapılabilen serbest ve kişinin her türlü tasarrufuna açık olan hesaplardır. (Servet, 2005).

Bankacılık Kanununda “*Katılım bankalarında açılabilen ve istenildiğinde kısmen veya tamamen her an geri çekilebilme özelliği taşıyan ve karşılığında hesap sahibine herhangi bir getiri ödenmeyen fonların oluşturduğu hesapları*” özel cari hesap olarak tanımlamıştır (Bankacılık Kanunu, 2005).

Özel Cari Hesapların Özellikleri:

- a) Hesaptaki mevcut bakiyenin geri ödeme garantisi vardır.
- b) Bir getirisi-neması yoktur.
- c) Türkiye’de yerleşik olsun olmasın tüm gerçek veya tüzel kişiler adına açılabilir.
- d) Hesap açmak için herhangi bir limit sınırı aranmaz
- e) Hesap sahibi istediği anda kısmen veya tamamen her an geri çekilebilirler
- f) Her bir gerçek kişi için (hesap için değil) 200.000 Türk Lirasına kadar olan meblağı TMSF tarafından sigorta dâhilindedir.⁴ (Solak & Koyuncu, 2019, s. 120).

⁴ “Türkiye’de faaliyet gösteren bir kredi kuruluşunun yurt içi şubelerinde gerçek kişiler adına açılmış olan ve münhasıran çek keşide edilmesi dışında ticari işlemlere konu olmayan Türk Lirası, döviz ve kıymetli maden cinsinden;

3.4.1.2.Kâr Zarara Katılma Hesapları

Katılım bankalarının fon toplama yöntemlerinden bir diğeri olan kâr ve zarara katılma hesapları katılım bankalarının en önemli fon toplama yöntemi olup aynı zamanda sistemin temel dinamiğidir. Katılım hesapları; tasarruf sahiplerine anaparanın aynen geri ödenmesi garanti etmeyen ve karşılığında önceden taahhüt edilmiş herhangi bir getiri ödenmeyen hesaplardır. Toplanan fonların mudârebe akdi kapsamında katılım bankalarına yatırılması, katılım bankalarının bu fonları fon ihtiyacı olanlara aynı ihtiyaçlarını İslâmi fon kullandırma ürünleri ile karşılaması ve yapılan fon kullandırma işlemi neticesinde doğacak kâr ve zarara katılma sonucunu veren hesaplardır. Yani para yatıranlar, katılım bankası ile kâr zarar ortaklığı konumundadır. Katılım bankası kendisine yatırılan fonları bir havuzda toplayarak meşru alanlarda ve İslâmi ticari usuller kapsamında işletecek, elde edilen kar-zararı fonun yatırıldığı tarihte belirlenen kar-zar paylaşım oranına göre pay edilecektir. Dönem sonunda kar edebileceği gibi zarar etme ihtimali de vardır.

Bankacılık Kanununda; “*Katılım bankalarına yatırılan fonların bu kurumlarca kullandırılmasından doğacak kâr veya zarara katılma sonucunu veren, karşılığında hesap sahibine önceden belirlenmiş herhangi bir getiri ödenmeyen ve anaparanın aynen geri ödenmesi garanti edilmeyen fonların oluşturduğu hesapları*” katılma hesabı olarak tarif edilmiştir (Bankacılık Kanunu, 2005).

a) *Tasarruf mevduatı hesaplarının anaparaları ile bu hesaplara ilişkin faiz reeskontları toplamının;*

b) *Katılma hesapları birim hesap değerleri ve özel cari hesapların; 200 bin TL'ye (iki yüz bin TL'ye) kadar olan kısmı sigorta kapsamındadır.*

Mevduat sigortası limiti 01.01.2022'den itibaren geçerli olmak üzere; her yıl, bir önceki yıla ilişkin olarak 04.01.1961 tarihli ve 213 sayılı Vergi Usul Kanunu uyarınca tespit ve ilan edilen yeniden değerlendirme oranı dikkate alınarak, takvim yılı başından geçerli olmak üzere, Fon Kurulu tarafından artırılabacaktır. (16 Aralık 2021 tarih ve 31691 sayılı Resmî Gazete Yayımlanan Sigortaya Tabi Mevduat ve Katılım Fonları İle Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonunca Tahsil Olunacak Primlere Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına İlişkin Yönetmelik Md.4)”.

Kar zarara katılma hesapları, her bir gerçek ve tüzel kişiler için (hesap için değil) 200.000 Türk Lirasına⁵ kadar olan meblağ TMSF tarafından sigorta kapsamındadır.

Katılma Hesaplarının işleyiş süreçleri şu şekildedir:

- a) Tasarrufu olan müşteri katılma hesabı açmak üzere katılım bankasına müracaat eder.
- b) Müşteri ve banka arasında mudârebe akdi imzalanır.
- c) Bankanın müşteri namına açtığı kâr-zarar hesabına müşteri tarafından para yatırır.
- d) Yatırılan bu paradan banka zorunlu karşılık ayırır.
- e) Kalan diğer para ile katılım bankası bireysel ve ticari müşterilerinin ihtiyaç duydukları malların alımına yönelik fon olarak kullanırılır.
- f) Katılım bankasının kullandığı fonlardan elde ettiği kârın hesap açma aşamasında belirlenmiş ortaklık oranında paylaşılır. (genel olarak bu oran %80 %20 veya %30 %70'dir)
- g) Banka kâr dağıtım sistemini çalıştırarak yeni birim değeri hesaplar.
- h) Brüt kârdan hesaplanan gelir vergisi (stopaj) kesilir.
- i) Kalan net kâr müşterinin katılma hesabına yatırılır.
- j) Müşteri anapara veya kârı çekmezse, kâr ilave edilmiş olan bakiye ile yeniden müşterinin talimatı doğrultusunda istediği vade ile katılım hesabı açılır.

3.4.1.3.Kıymetli Maden (Altın, Gümüş) Hesapları

Altın ve gümüş gibi kıymetli madenleri Bankacılık Kanunu bir başka hesap yöntemi olarak ele almamıştır. Haddi zatında farklılık arz etmemektedir. Kıymetli maden hesapları katılma hesabı veya özel cari hesap olarak açılabilen hesaplardır.

Hangi hesap türünde açılırsa o hesabın yukarıda izah edilen vasıf ve hükümlerine tabidir.

⁵ Bu tutar 2022 yılı içindir. Daha detaylı bilgi için özel cari hesaplar için yazılan dipnota bkz.

3.4.2. Katılım Bankalarının Fon Kullandırma Yöntemleri

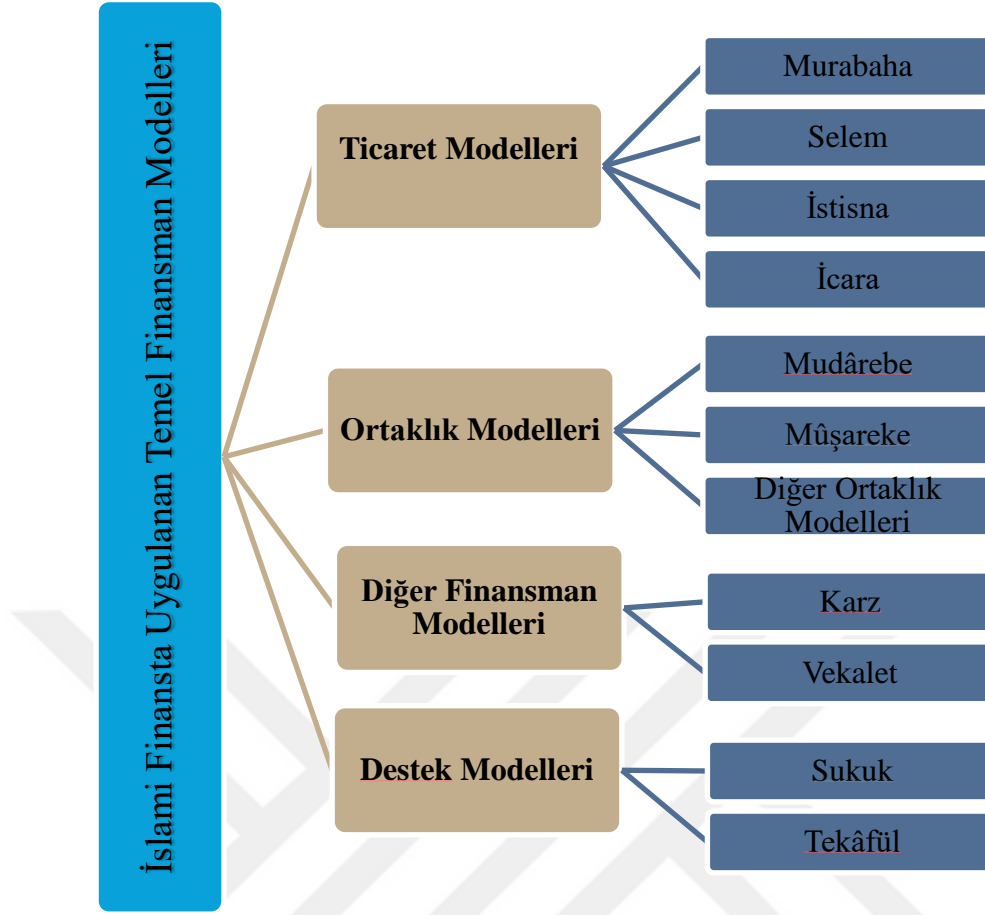
Bankacılık Kanunumuzda kredi niteliğine haiz birçok işlemde bahsedilmiştir. Bununla birlikte fon toplama yöntemlerinde olduğu gibi fon kullandırma tarafında detaylı tanımlama yapılmamıştır. Kanununun 48. maddesi kredileri saydıktan sonra katılım bankaları için özel bir bent ile “*katılım bankalarının taşınır ve taşınmaz mal ve hizmet bedellerinin ödenmesi suretiyle veya kâr ve zarar ortaklığı yatırımları, taşınmaz, ekipman veya emtia temini veya finansal kiralama, mal karşılığı vesaikin finansmanı, ortak yatırımlar veya Kurulca belirlenecek diğer yöntemlerle sağladıkları finansmanlar da bu Kanun uygulamasında kredi sayılır*” demekle birkaç işlemi ayrıca yapabileceğini belirtmiştir (Bankacılık Kanunu, 2005).

Bankalardaki kredi kullanma sistem ne tekabül eden katılım bankalarında fon kullandırmanın temel ayırt edici özelliği son derece önemlidir. Katılım bankalarında hiçbir şekilde nakdi kredi verilmez, bunun yerine aynı kredilendirme vardır. Başka bir ifade ile kişi ya da işletmeye doğrudan para/kredi verilmez. Bunun yerine ihtiyacı olanı almayı destekler. Tüm bu işlemlerde fatura gibi ispat edici belgeler olduğundan kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınmasında doğrudan katkı sağlar (Büyükdenez, 2000, s. 26).

Faizsiz işlemlerin konu edildiği ve ilk zamanlardan beri kullanılagelen, diğer taraftan modern faizsiz bankacılığın başlaması ile birlikte ilk kullanılan veya uygulanmaya çalışılan aşağıda tadat ettiğimiz ürünler nerdeyse tüm dünyadaki katılım ekonomilerinde aynı standartlarda ve şer’i kurallar çerçevesinde istimal edilmektedir. Böyle olmakla birlikte elde biriken fonların değerlendirilmesi için konvansiyonel bankalar ile rekabet halinde olduğunu zanneden bazı faizsiz finansal kurumlar, beyu’l-ine ye dayalı finansal ürünler de geliştirmişlerdir.

İslâmi finansta uygulanan modeller dört ana kategoride tasnif edilebilir:

- a) Ticaret modelleri; Murabaha, selem, istisna ve icara
- b) Ortaklık modelleri; mudârebe, müşareke
- c) Diğer finansman modelleri; teverruk, karz, vekâlet
- d) Destek uygulamalar; sukuk ve tekâfûl



Şekil 3.3:İslami Finansta Uygulanan Temel Finansman Modelleri

Kaynak: Çürük (2017: 39)

Fon kullandırma yöntemlerini dört ana sınıfa ayırmak mümkündür: destek modelleri; Sukuk ve Tekâfûl, diğer finansman modelleri; Karz-ı Hasen, Vekâlet, Ortaklık modelleri;, Mudârebe, Mûşareke, diğer ortaklıklar, ticaret modelleri; Murâbaha, Selem, İstisna, İcâre olarak sıralanabilir. Bununla birlikte hem dünyada hem de Türkiye’de katılım bankacılığında en çok Murâbaha kullanılmaktadır (Çürük, 2013, s. 39)

3.4.2.1.Murâbaha

Sözlükte “*kâr, ticarî kazanç ve artma*” manasındaki ribh kökünden gelen bir kavramdır. Anlamsal olarak “*kazandırma, kâr hakkı tanıma*” kullanılan murabahanın terim manası ise belli bir malın maliyeti veya alış fiyatı üzerine kabul edilebilir bir kâr ilave edilerek satılması işine denir.

Fikhi bir ticari terim anlamda kullanılan ve güven esasına dayalı olan murabahanın haksız kazanca neden olmaması, taraflar arasında nizâyâ yol açmaması babında ve piyasaya hâkim olmayan tüccarlara güvenilirlik esaslı yüksek meblağlı alış veriş yapmasını temin edici olması için fıkıhta hükümleri ve şartları detaylı olarak belirtilmiştir. İlk zamanlarda olan ve klasik ya da geleneksel murabaha iki kişi arasında gerçekleşirken faizsiz bankacılık sisteminin inşasıyla birlikte bu gün üç taraflı bir işlem olarak yürümekte ve katılım bankalarının yaptığı iş ve işlemlerde en yüksek paya sahip bir ürün olarak yerini almaktadır. Alıcı, katılım bankası ve satıcının taraf olduğu bir muameleyi deruhte etmektedir (Kallek, Murabaha, 2020, s. 148).

Satış sözleşmesinin meşru olduğunu gösteren deliller murâbaha akdi ile yapılacak alım-satımın da meşru olduğuna delildir. “Allah alışverişi helal kıldı”. (Bakara 2/275) âyeti zikredilen delillerden biridir.

Âlimlerin bir kısmı “*Hac mevsiminde ticaret yaparak) Rabbinizden size gelecek fazl ü ihsanı talep etmenizde size bir vebal yoktur*”. (Bakara 2/198) âyetinde geçen “fazl” lafzını “*kâr*” manasında yorumlayarak murâbahanın meşru bir ticari muamele olduğuna iş bu bu âyeti delil olarak ifade etmişlerdir.

Keza murâbaha satışının caiz olduğuna bir başka delil ise maliyetine satışa (tevliye satışı) kıyas edilerek yorumlanmasıdır. Burada kıyas yapılan ve delil olarak gösterilen Hz. Peygamber (S.A.V) hicret hazırlıkları yaparken gideceği yol için binek olarak Hz. Ebûbekir’den (R.A.) kârsız yani maliyetine bir deve satın almıştır. Hz. Ebûbekir (R.A) her ne kadar bu deveyi satmak niyetinde olmamış ve hediye etmek ismişse de Hz. Peygamber (S.A.V)) kabul etmemiş ve maliyetine alabileceğini: “*Hayır, alış fiyatına (alırım)*” demiştir (AAOIFI, 2012, s. 180).

Murâbaha; Maliyet ve ilave kâr marjlı satış veya vadeli satış olarak adlandırılabilir. Parası olan birinin belirli bir eşyayı peşin satın alıp maliyetin üzerine belli nispette bir kâr marjı ve belli bir vade ile satmasıdır.

İki şekli mevcuttur.

- a) **Klasik Murâbaha:** Satıcı ile alıcının bir anlaşma neticesinde satıcının malın maliyetine bir kâr ilave ederek peşin veya vadeli satma işlemidir.
- b) **Çağdaş Murâbaha:** Bir malı satın almak isteyen müşterinin malın miktarı ve evsafını belirterek bankaya başvurarak o malı belirli bir kârla kendisine

satması talebinde bulunması ve banka ile nihai fiyat üzerinde anlaşarak gerçekleşen ve tarafların da banka, müşteri ve satıcının bulunduğu vadeli satış işlemidir.

Murâbahanın şer-i usullere uygun olabilmesi için aşağıdaki şartları taşıması gerekmektedir (Ekren, 2000, s. 30).

- a) Katılım bankasının alıcıya önceden vekâlet vermek kaydıyla alıcı ve satıcı aralarında anlaşarak herhangi bir emtianın, hammaddenin ya da iktisadi bir faktörün alım satımını yapmaları, katılım bankasının ise alıcı ile belirlenen kâr miktarının veya belli orandaki kârın ilave edilmesi neticesinde katılım bankasının malın bedelini direkt satıcıya ödemelidir.
- b) Murâbaha finansman işleminde ticari niteliğe haiz ve alım-satımı caiz olan gerçek bir emtia olmalıdır. Asıl olan uzun süreli muhafaza edilebilen ve saklana bilinen dayanıklı malların finanse edilmesi olmakla birlikte diğer malların da finanse edilmesinde bir sakınca yoktur.
- c) İslam ahkâmının yasakladığı sarhoş edici niteliğe haiz alkol ya da mutlak zarar verici özelliği olan kumar mesken ve aletlerinin finansmanı caiz değildir.
- d) Altın, gümüş ve para gibi sarf akdine konu şeylerin murabahası caiz değildir.
- e) Alım-satıma konu olan malın nihai alıcısına ulaşana kadar anlaşmada başka hüküm yoksa tüm risk ve sorumluluğu murabaha akdi ile malı satan katılım bankası uhdesindedir.
- f) Murâbaha akdine konu edilen malların alıcı ve satıcı dışında üçüncü bir kişilerden satın alınması gereklidir. Alıcı ve satıcı arasında direk veya dolaylı bir ilişkinin olması kabul edilen bir durum değildir.
- g) Murabaha muamelesine istinaden yapılan satışta vade gününde ödemenin garanti alınabilmesi amacıyla satıcı müşterisinden senet, ipotek, bono veya ihracat vesaii ya da benzer bir teminatı isteyebilir ve alabilir.
- h) Malın fiyatı ne vadesinden önce ödenmesi halinde, ne de alıcının vadesinde anlaşılan bedeli ödememesi durumunda değişmez. Yani ne geç ödemedi dolaylı malın fiyatı artırılabilir, ne de alıcı erken ödemek istediğinde malın belirlenen fiyatı üzerinden indirim yapılamaz.

- i) Katılım bankalarının yaptığı tüm murabaha işlemlerinde kesinlikle ödemeyi direkt satıcıya yapmakla mükelleftir. Bu madde çağdaş murabahanın en önemli unsurlarından biridir. Bu madde kapsamında katılım bankaları konvansiyonel bankaların nakit kredi temininden ayrılmış olmaktadır.
- j) Murâbaha alacaklarının veya diğer alacakların ikincil piyasada arz edilecek şekilde sukuk ihraç etmek caiz değildir.
- k) Katılım bankası, müracaat bağlantı komisyonu/simsarlık ücreti alması caiz değildir.
- l) Katılım bankasının açtığı limit için limit tahsis komisyonu alması caiz değildir.
- m) Masraflar baştan kararlaştırılmalı eğer kararlaştırılmamışsa taraflar arasında eşit paylaşılmalıdır. Ancak bu masrafların adil olması yani işin miktarı göz önüne alınarak belirlenmesi gerekir.
- n) Murâbaha işlemi, sendikasyon finansmanı yoluyla gerçekleştirilmişse konsorsiyum lideri olan kurumun, işin organizasyonu karşılığında sendikasyon katılımcılarından ücret alması mümkündür.
- o) Fizibilite çalışmasının; müşterinin talebiyle ve kendi yararı için başlangıçta üzerinde anlaşılan bir ücret karşılığında yapılması şartıyla, faizsiz finans kurumu, yaptığı fizibilite çalışması karşılığında komisyon alabilir. Ancak müşterinin dilediğinde bu çalışmayı alabilmesi mümkün olmalıdır (AAOIFI, 2012, s. 161-190)

3.4.2.2. Selem veya Selef

Selem daha çok zirai ürünlere uygulanan satış modelidir. Çiftçi şu anki fiyattan ve malı hasattan sonra teslim etmeyi kabul eder. (Khan, 2018, s. 322)

İleriye dönük yapılan bir satın alma işlemidir. Faizli kredi işlemi ile ters mantık çalışır. Faizli işlemde önce mal satılır daha sonra bedel alınır, paranın zaman içinde alınmasından dolayı malın fiyatına faiz yansıtılır. Selemde akit kurulma aşamasında bedelin bir kısmı veya tamamı nakit olacak şekilde ödeme yapılır ve alışveriş biter. Bununla birlikte alıcının aldığı varlık sözleşme anında belirlenen gelecek bir tarihte teslim edilir.

Üreticinin gelecekte üreteceği ürüne faizsiz banka bu günden selem akti kapsamında peşin ödeme yaparak malı satın alır. Bu sözleşme kapsamında bankanın almış olduğu ürüne sahip olmadan ve piyasa fiyatının üstünde satması söz konusu değildir (Abdul-Rahman, 2015, s. 167).

Resulullah (Aleyhissalâtu Vesselâm) bir hadise üzerine “Şu kadar vade ile şu fiyata” olur. “falan ailenin bahçesinden (elde edilecek meyve) kaydı olmaz” demiştir.

Anılan hadisle selem sözleşmesi mevzubahis olmuştur. Peşin verilecek para karşılığında malın miktarı, nitelik ve nicelik bakımından vasıfları ve vadesi konusunda anlaşma yapılır. Hadise göre meyvenin belirli bir bahçeden olmasını ve bir bahçeye kayıt şartını kabul etmemektedir. Kayıtlı bahçeden mahsul olmayabilir, şartlara uygun olması kaydıyla başka bahçeden de olabilir (Canan, 1992, s. 266).

Selem işlemi ile faizli işlemler arasındaki farka gelince; selem üretimi teşvik eder. Tasarruflar üretime kanalize edilir. Ürün üretim maliyeti düşer. Yatırım ve üretimi teşvik eder. Veresiye işlemini tersine çevirir. Üreticiye parasını önden öder.

3.4.2.3.İstisna (Eser) Sözleşmesi

İstisna akdi sipariş üzerine özel üretim diyebileceğimiz yapı gerektiren ürünler için kullanılır. Siparişe dayalı satın alma işlemidir. Ürünün yapımında kullanılacak malzemeyi taahhüt eden alır. Siparişe konu ürün veya malın nicelik ve nitelikleri; miktarı, cinsi, işin vadesi ve işin bedeli baştan kararlaştırılmalıdır (Aktepe, 2015, s. 52).

Sözleşme kapsamında üretilecek olan malın, eserin; sözleşme bedeli, türü, miktarı, cinsi tarafların istediği tüm evsafının şümulü bir şekilde akitte yer alması ve buna ilave olarak bedelin vadeli ödenmesi durumunda vadenin belli olması istisna akdinin şartlarıdır. Üretici sözleşme hükümlerine ve özelliklerine uygun evsafıta eser üretilip müşterisine teslim etmezse alıcı bu malı alıp almamakta serbesttir (AAOIFI, 2012, s. 240).

İstisna akdi birkaç yönüyle selemden farklıdır. İstenilen eser, yapıt imal veya inşa ile olması, bedelin sözleşme esnasında peşin olarak verilmesinin zorunlu olmaması ve istenirse belli periyotlarla ödenebilmesi gibi hususlarda selemden ayrılmaktadır.

Bu finansman çeşidi katılım bankalarınca kolaylıkla kullanılabilir. Gemi inşası, inşaat yapımı, yarım kalmış büyük yatırım gerektiren taahhüt projeleri, araç, uçak gibi büyük sermaye gerektiren yapım işlerinde katılım bankaları istisna sözleşmesi kurabilir ve bir alt yükleniciye devir ederek işi yaptırabilir.

3.4.2.4. İcâre-Kiralama

İcâre bir menfaatin belli bir ücret mukabilinde bir başkasına temlik edilmesini konu alan İslâm borçlar hukukunda kullanılan bir kavramdır. Lugatta “*amelin ivazı veya iş karşılığı verilen şey*” manasına gelir. Dünyevi amel kazancına ücret, uhrevi amel kazancına ecir denmektedir. İcâre sözcüğü de buradan türetilmiştir. Günümüzde ise daha çok kiralamak manasında kullanılmaktadır. (Bardakoğlu, 2000, s. 380)

İcara, leasing, kiralama ya da finansal kiralama; faizsiz finans kuruluşu müşterisinin ihtiyaç duyduğu makine, teçhizat, gayrimenkul veya dayanıklı ve amortismanına tabi bir emtiayı müşterisi adına alarak ilave kârı ile birlikte müşterisine kira bedelinin taksitlere denk gelecek şekilde verilmesidir. Malın mülkiyeti bankanın uhdesinde kalır bununla birlikte müşteri malı kullanır ve kira öder. Müşteri anlaşılan taksitleri, kira bedellerini vadesinde ödeyerek bitirdiğinde ilgili varlık katılım bankası tarafından iz bir bedel ile kiracıya devir yapılır. (AAOIFI, 2012, s. 193-222)

Müşterinin varlığı geri verme ya da kiralama süresinin bitiminden önce varlı faizsiz finans kurumuna geri vermesi mümkün değildir. Dolayısıyla faizsiz finans kurumları kiralama modelini daha sağlıklı uygulayabilmeleri için kiralama işini yapan iştiraklerinin olması ve bu iştirakleri üzerinden gerçekten de menfaatin kiraya verilmesini sağlamaları gerekmektedir. (Khan, 2018, s. 323).

3.4.2.5. Mudârebe

Lugatta “*yol tepmek*” manasında darb fi'l-arz kavramında geçen darb sözcüğünden gelen mudârebe terimi; emek-sermaye ortaklığı olarak, (Mannan, 1980, s. 314) bir tarafın emek, bilgi ve tecrübesini ortaya koyarak işletmenin işletme yükünü üstlendiği (Mudârib), diğer tarafın ise sermaye koyduğu (Rab-El-Mal) bir ortaklık türüdür (Armağan, 2005, s. 40).

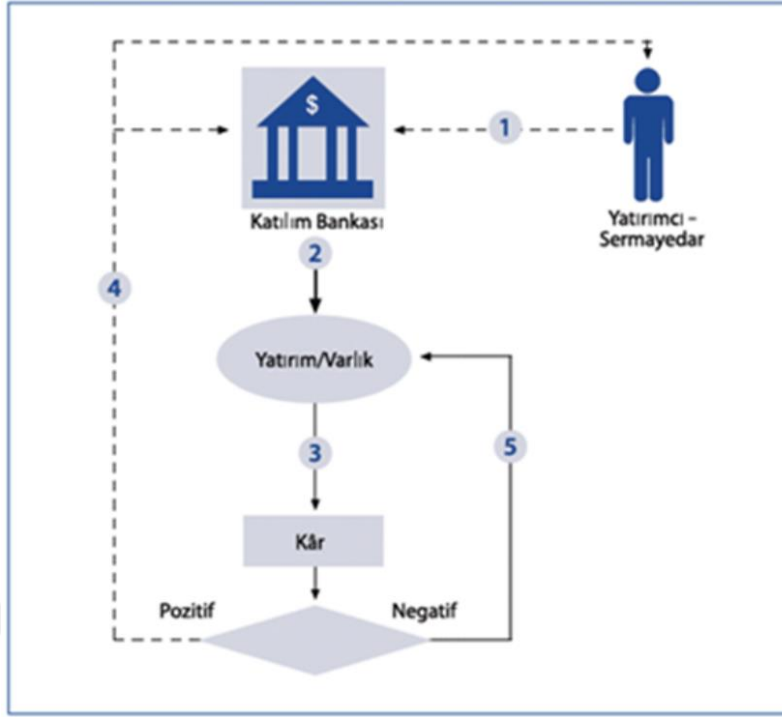
“Hicaz bölgesi fakihleri ise sermayedar parasının bir kısmını kesip işletmeciye verdiği için bu ortaklığı karz (kesip koparmak) kökünden türeyen kırâz (mukâraza) kelimesiyle ifade ederler. Hanefî ve Hanbelîler’in mudârebe, Mâlikî ve Şâfiîler’in kırâz dedikleri akidde işletmeci tarafa mudârib, dârib, âmil, mukâraz, sermaye sahibi yatırımcıya rabbü’l-mâl (mukâriz), çalışmaya ise amel adı verilir”. (Kallek, Murabaha, 2020, s. 358-362).

İş ortaklığı ticaret modellerinden olan mudârebe kâr zarar ortaklığı şeklinde tezahür eder. Mudarebede; tasarruflarını kendisinin işletme durumu, kabiliyet ve tecrübesi olamayan, diğer tarafta bu vasıflara haiz ancak yeteri sermayesi olmayan iki eksikliğin birbirini tamamlayarak yaptığı ortaklıktır (AAOIFI, 2012, s. 308).

Mudârebe akdinin kurulması için bazı şartları taşıması gerekmektedir:

- a) Ehliyet Şartı: Mudârebe ehliyeti hususunda vekâlet akdi temel alınarak tarafların vekâlet akdi kapsamında yapacaklarını; mudârib için vekilin, sermaye sahibi için müvekkilin ehliyet vasıflarına haiz olması gerekli şarttır
- b) İcap- Kabul: tarafların icap ve kabulde bulunması gerekmektedir.
- c) Kâr payının belli olması: Kime ne kadar hisse verileceği daha işe başlamadan evvel belirlenmesi ve dağıtılacak karın oransal olarak sarih olması gerekmektedir. Mudâribin payının kardan verilmesi şarttır.
- d) Sermaye: Kabul gören görüşe göre anapara; miktar, cins ve vasıfları itibariyle hazır nakit para, altın vs. gibi niteliklerde olmalıdır.

Yapılan mudarebe neticesinde elde edilen kâr; başlangıçta kararlaştırılan nispette mudarib ve sermayedar beyninde paylaşılır. Kâr ya da zararın olmaması durumunda sermayedar sermayesini geri alır. Mudarib bu süre zarfında kar gelir elde etmeden çalışmış olur. Ortaklık neticesinde zarar oluşursa, bu zararı sermaye veren yüklenir. Mudarib ise zaten bu süre boyunca kabiliyet, tecrübe, emek ve zamanını verdiği için fazlasıyla zarar etmiştir (Çizakça, 1999, s. 4-5)



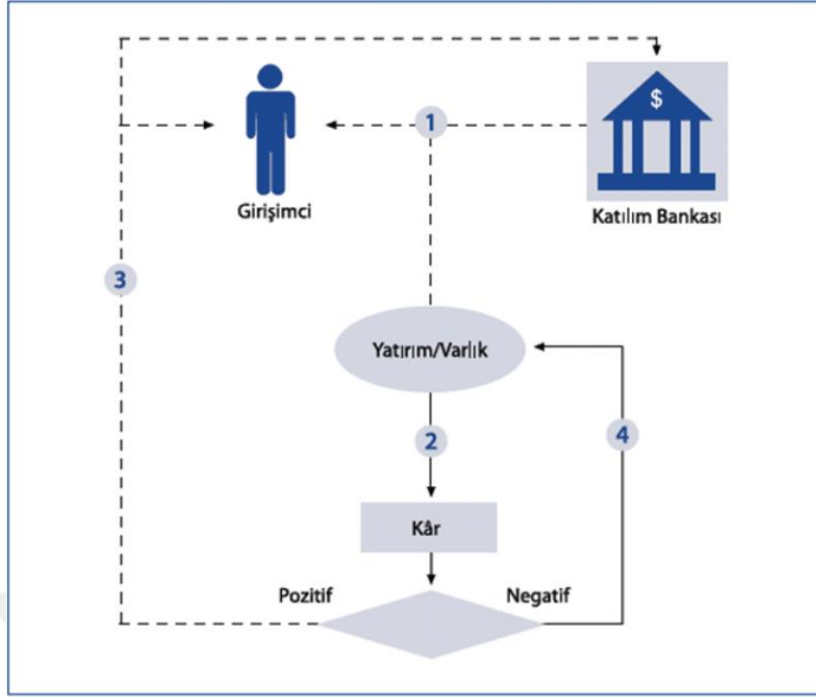
Şekil 3.4: Mudârebe Finansmanında Katılım Bankası ile Yatırımcı İlişkisi

Kaynak: Obaidullah, 2005

3.4.2.6. Müşâreke

Sermaye-sermaye ortaklığıdır. İştirak etme yani sermayeye katılma anlamındadır. Bir ya da daha çok kişinin sermaye veya sermayeye yanı sıra hem emek hem de sermaye ile ortak oldukları, nihai net kârın paylaşımının taraflar arasında serbest bir sözleşme ile belirlendiği, oluşan zararın ise sermaye tutarları ile orantılı olduğu ortaklıktır (Armağan, 2005, s. 41).

Mudarebeden farkı zararın tüm sermayedarlar arasında dağıtılmasıdır. Süreli veya süresiz her konuda kurulabilir. Müşareke, müslüman olmayan biri ile de yapılabilir. Konan sermayenin eşit olması gerekmez. Başlangıçta kâr nispeti tespit edilmelidir. İşten daha fazla anlayan hissedara daha fazla kâr payı verilebilir (Obaidullah, 2005, s. 58).



Kaynak:Obaidullah, 2005

Şekil 3.5: Muşaraka Finansmanın Modeli

3.4.2.7. Müşâreke-i Mütênâkisa

Azalan müşâreke ortaklığı olarak anılmaktadır. Günümüzde daha çok Ürdün katılım bankası tarafından uygulanan bir yöntemdir. Bu yöntemde başlangıçta müşâreke usulüyle yapılan ortaklık belli bir dönem süresince müşâreke akdinin hükümleri tahtında ortaklık taraflar arasında devam eder (Armağan, 2005, s. 42).

Akabinde isterse müşteri veya banka ortaklığın olduğu projedeki payına düşen miktarı diğer ortağa devir ederek ortaklıktaki payını düşürür ve nihayetinde projenin tamamı diğer ortak mahiyetine girer. Ortaklık payı düşün ortağın geliri de bu oranda düşmeye başlar. Uygulamada genellikle katılım bankası payını belli süreler zarfında müşterisine satar. Nihayetinde ortaklığa konu olan projede katılım bankasının payı kalmaz tamamen müşterisinin mülkiyetine geçer (Beroğlu, 2002, s. 36).

3.4.2.8.Müzâraa, Müsâkat ve Muğarase

Üç kavram da tarımsal ortaklık manasında kullanılan fıkıh terimleri olup, lugatta “*ekin ekmek ve toprağa tohum zerk etmek*” manasında zer‘ kökünden türeyen müzâraa sözcüğü, kavramsal olarak ise tohum zer’ etmek ve çıkan mahsulü sözleşme esnasında belirlenen oran dâhilinde arazi, tarla veya bahçe sahibi ile çiftçi mabeyninde gerçekleşen tarımsal ortaklık temelli akitleri ifade eder (Kayapınar, 2006, s. 234)

Müzâraa ortaklığı (zirâat ortaklığı), müsâkât ortaklığı (bağbahçe ortaklığı) ve muğarase ortaklığına dayanan faizsiz temelli ortaklık finansman modelleridir.

Bu üç ortaklık modeli zirai ürünlerin finansmanı sağlayarak ve zirai gelişmeyi desteklemek amacıyla kullanılan faizsiz ortaklık çeşitleridir.

Mudârebenin zirai ortaklığa uygulama biçimi olan bu üç modelde; faizsiz finans kurumu; müzârâa’da, ya kendi arazisini ya da kiraladığı araziye, müsâkât ve muğarase ortaklığında bağ-bahçeyi sermaye olarak koyar. Çiftçi ise emeğini ortaya koyarak akit yapılır. Akitte belirlenen kar paylaşım oranları dâhilinde elde edilen kâr veya ürün paylaşımı yapılır. Bununla birlikte faizsiz finans kurumu kendisine ait olan veya kiraladığı bahçe, bağ, araziye çiftçiye kiraya da verebilir. Ürün ortaklığı yapmaz. Arazisinde ürünü yetiştirmek üzere emek sahibine icare olarak verir.

Resulullah (Aleyhissalâtu Vesselâm) bir hadislerinde: “*Üç şey vardır ki onlarda bereket vardır; belli bir vade ile olan satış, mukaraza denilen ortaklık çeşidi ve satmak için değil, ev için, buğday-arpa karışımı*” (Canan, 1992, s. 267).

Bu hadiste hem mudârebeye hem de mukarazaya işaret olup aile nafakasına harcanan paranın da bereketleneceğini ifade etmektedir.

3.4.2.9.Karz-ı Hasen (Borç Verme)

İnsanoğlunun faiz olmadan borç bulmanın en güzel ve kısa yoludur. İhtiyaç duyulan para ya da standart bir malın hiçbir karşılık/fazlalık şartı aranmaksızın daha sonra aynısını iade etmek üzere verilen güzel borçtur (Aktepe, 2010, s. 54).

Herhangi bir nema veya fazlalık almadan verilen borç karz-ı hasen olarak adlandırılır. İhtiyacı olana verildiği için hasen bakılmıştır. Katılım bankalarının ihtiyacı olana karşılıksız olarak karz-ı hasen verebilmesi iki farklı yolla olabilir.

- a) Beşeri ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik verilen karz-1 hasen,
- b) Mal ve hizmet üretimi için verilebilecek olan karz-1 hasen.

Her türlü karz-1 hasen borçlanmasında borçlu zorlanmayacak şekilde geri ödeme yapar.

3.4.2.10. Sukuk

Lugatta “*finansal sertifika*” manasındaki sukûk; Arapça kökenindeki “*Sak*” kelimesi kökündendir. Sak, sözcük mahiyetinde kullanıldığında sertifika veya vesika manalarına deruhte etmektedir. Günümüz finans sisteminde sukûk terimi ticari niteliğine haiz varlıklar üzerindeki hisseli mülkiyeti ifade eden ve ihraç edilen eşit paylara sahip olan finansal sertifikaları ifade etmektedir (Cebeci, 2019, s. 523)

Sukûkun dayandırıldığı sözleşmeye ve kullanım gayesine göre farklı türleri vardır: (AAOIFI, 2012, s. 369).

- a) İcâre Sukûku: Kiradaki varlıkların aslına malik olmayı sağlayan sukûk türüdür.
- b) Mudârebe Sukûku: mudârebe akdinden kaynaklı sukûk,
- c) Müşâreke Sukûku: müşâreke temelinde yatırımın kanıtı olan ortaklığa dayalı sukûk olup sertifika sahibi sahip olduğu şirket varlıklarının payını temsil eder.
- d) Murâbaha Sukûku: murâbaha sözleşmesi kaynaklı
- e) Selem Sukûku: selem sözleşmesi kaynaklı
- f) İstisnâ Sukûku: istisnâ sözleşmesine dayalı
- g) Müzâraa Sukûku: müzâraa ortaklığı temelli, ,
- h) Müsâkat Sukûku: müsâkât ortaklığı sözleşmesi kaynaklı
- i) Muğarase Sukûk: muğarase sözleşmesi kaynaklı
- j) Vekâlet Yoluyla Yapılan Yatırım Sukûku: yatırım vekâletine dayalı,
- k) Mürekkep (Hibrit) Sukûk: Murabaha ve istisna akiddlerinin bir araya getirilerek oluşturulan bir çeşit icare sukûku gibidir. Çeşitli akitlerin bir araya getirilerek varlıkların menfaatlerine malik olmayı ifade eden sukûk şeklinde sıralanabilir.

3.5.Türkiye’de Faaliyet Gösteren Banka Çeşitleri

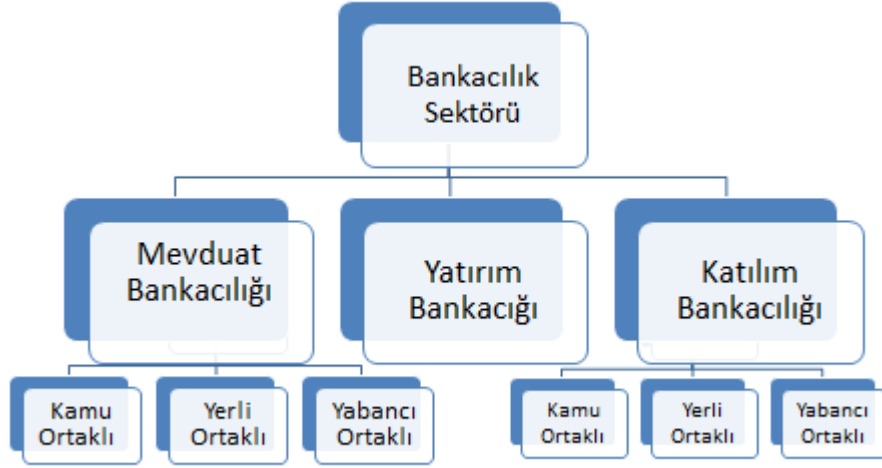
Banka kelimesi TDK’ye göre İtalyanca kökenli “banca” yani “sarraf tezgâhı” anlamındadır.

“Faizle para alıp veren, kredi, iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarında para, değerli belge, eşya saklayan ve ticaret, sanayi, ekonomi alanlarında çeşitli etkinliklerde bulunan kuruluşa ya da bankacılık işleminin yapıldığı yapı banka olarak tanımlanmıştır” (TDK, 2022).

Bankacılık Kanunu, (2005: 3) göre; mevduat bankalarını ve katılım bankalarını “kredi kuruluşu”,

Mevduat bankaları ve katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarını “Banka”, kendi nam ve hesabına mevduat kabul etmek ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye’deki şubelerini, “Mevduat bankası”,

Özel cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye’deki şubelerini “katılım bankası”, mevduat veya katılım fonu kabul etme dışında; kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren ve/veya özel kanunlarla kendilerine verilen görevleri yerine getiren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye’deki şubelerini, “kalkınma ve yatırım bankası” olarak tanımlamaktadır (Bankacılık Kanunu, 2005, s. 2).



Şekil 3.6 :Bankacılık Kanunu Göre Bankaların Sınıflandırılması

Kaynak: Bankacılık Kanununa göre yazar tarafından hazırlanmıştır.

Bununla birlikte bankalar mevduat ve kredi işlemlerinin haricinde birçok işlem yapmaktadır (Yıldırım, 2004, s. 12-13).

- Merkez bankası ve hükümetlerin para ve kredi politikalarının uygulanmasını ve tabana yayılmasını sağlamak,
- Birçok finansal işlemin gerçekleşebilmesi için aracılık faaliyetlerinde bulunmak,
- Menkul kıymet alım ve satımı işlemlerini gerçekleştirmek,
- Kıymetli evrakların emanete alınması ve saklanması ve müşterilerin değerli kıymetlerinin saklanmasına aracılık etmek,
- Kredi kartı, banka kartı ve pos gibi ödeme araçlarının hizmetini sunmak,
- Dış ticaret işlemlerinin gerçekleşmesini ve aracılık hizmetlerini üstlenmek,
- Ulusal ve uluslararası para transfer işlemlerini ve ödemeleri gerçekleştirmek,
- Takas sistemlerine aracılık yapmak gibi faaliyetleri vardır

Sağlıklı bir şekilde işleyen bir bankacılık sistemi ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla bankalar sadece parasal mevzularda işlem yapmazlar bununla birlikte ülkenin finansal yapısının güçlenmesine, uzun dönem makroekonomik istikrarın sağlanmasına destek olan kuruluşlardır. Bankacılık sektörü, hızlı ekonomik büyüme ve gelişmenin sağlanabilmesi için önemli ekonomik aktörlerdendir.

Bankacılık Kanunu bankaların faaliyet konularını 4. Madde de bu minvalde tespit etmiştir (Bankacılık Kanunu, 2005)

- a) *Mevduat kabulü,*
- b) *Katılım fonu kabulü,*
- c) *Nakdî, gayri nakdî her cins ve surette kredi verme işlemleri,*
- d) *Nakdî ve kaydî ödeme ve fon transferi işlemleri, muhabir bankacılık veya çek hesaplarının kullanılması dâhil her türlü ödeme ve tahsilat işlemleri.*
- e) *Çek ve diğer kambiyo senetlerinin iştirası işlemleri,*
- f) *Saklama hizmetleri,*
- g) *Kredi kartları, banka kartları ve seyahat çekleri gibi ödeme vasıtalarının ihracı ve bunlarla ilgili faaliyetlerin yürütülmesi işlemleri*
- h) *Efektif dâhil kambiyo işlemleri; para piyasası araçlarının alım ve satımı; kıymetli maden ve taşların alımı, satımı veya bunların emanete alınması işlemleri,*
- i) *Ekonomik ve finansal göstergelere, sermaye piyasası araçlarına, mala, kıymetli madenlere ve dövizde dayalı; vadeli işlem sözleşmelerinin, opsiyon sözleşmelerinin, birden fazla türev aracı içeren basit veya karmaşık yapıdaki finansal araçların alımı, satımı ve aracılık işlemleri.*
- j) *Sermaye piyasası araçlarının alım ve satımı ile geri alım veya tekrar satım taahhüdü işlemleri,*
- k) *Sermaye piyasası araçlarının ihraç veya halka arz yoluyla satışına aracılık işlemleri,*
- l) *Daha önce ihraç edilmiş olan sermaye piyasası araçlarının aracılık maksadıyla alım satımının yürütülmesi işlemleri,*
- m) *Başkaları lehine teminat, garanti ve sair yükümlülüklerin üstlenilmesi işlemleri gibi garanti işleri,*
- n) *Yatırım danışmanlığı işlemleri,*
- o) *Portföy işletmeciliği ve yönetimi,*
- p) *Hazine Müsteşarlığı ve/veya Merkez Bankası ve kuruluş birlikleri nezdinde oluşturulan bir sözleşme kapsamında üstlenilen yükümlülükler çerçevesinde alım satım işlemlerine ilişkin piyasa yapıcılığı,*
- q) *Faktöring ve forfaiting işlemleri,*
- r) *Bankalar arası piyasada para alım satımı işlemlerine aracılık,*
- s) *Finansal kiralama işlemleri,*
- t) *Sigorta acenteliği ve bireysel emeklilik aracılık hizmetleri,*

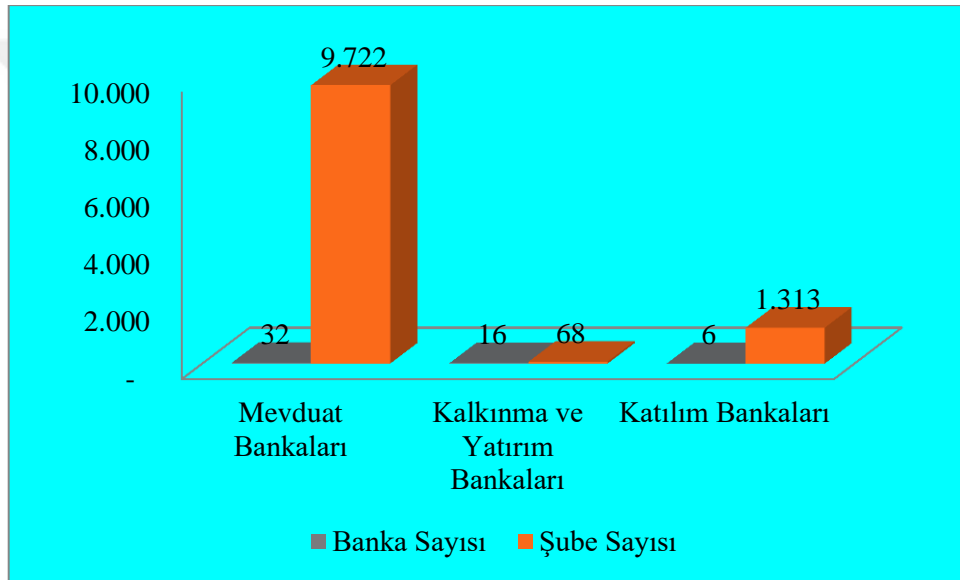
u) *Kurulca belirlenecek diğer faaliyetler.*

Türkiye’de faaliyet gösteren ve 5411 sayılı Bankacılık kanunda “*katılım bankası, mevduat bankası, ve kalkınma ve yatırım bankası*” olarak isimlendirilen bankaların 2021 yılı sonu itibariyle; banka sayıları, banka şube sayıları ve banka personel sayıları Grafik 3.1’de yer almaktadır. Bu veriler ışığında 6 adet katılım bankası, 32 adet mevduat bankası ve 16 adet kalkınma ve yatırım bankası hizmet vermektedir.

Konvansiyonel bankalarının toplam şube sayısı; 9.792,

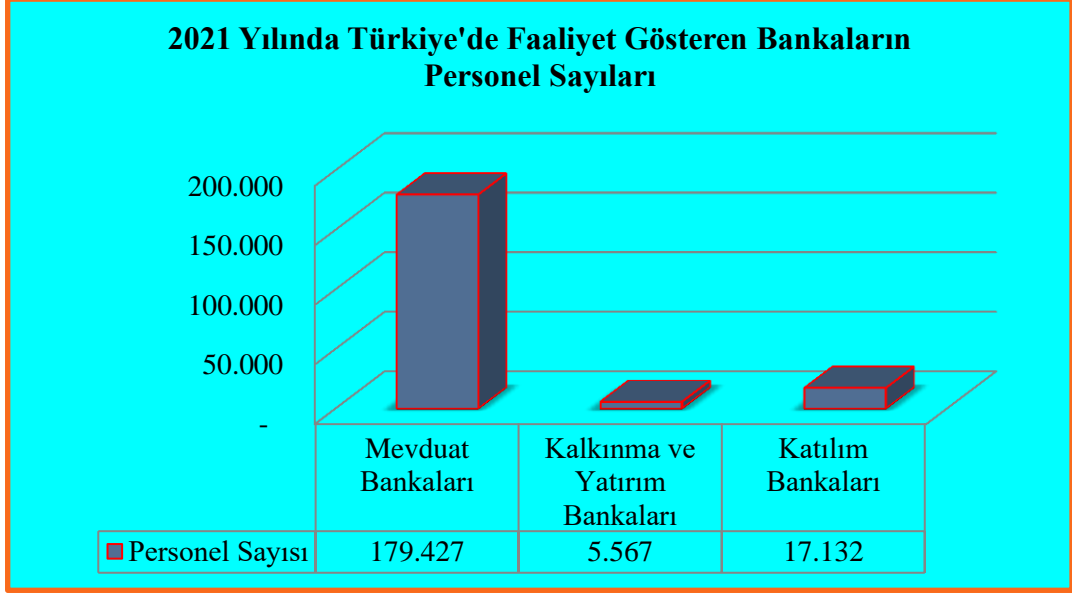
Katılım bankalarının toplam şube sayısı; 1.313,

Kalkınma ve Yatırım bankalarının toplam şube sayısı; 68 adettir.



Grafik 3.1:2021 Yılı Banka ve Şube Sayıları

Kaynak: TBB ve TKBB verilerinden yararlanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.



Grafik 3.2:2021 Yılı Bankaların Personel Sayıları

Kaynak: TBB ve TKBB verilerinden yararlanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Türkiye’de faaliyet gösteren katılım, mevduat ve yatırım ve kalkınma bankalarının 2021 yılı sonundaki verilerine personel dağılımı Grafik 3.2’de görüldüğü üzere;

Mevduat bankalarının toplam personel sayısı; 179.427 kişi

Katılım bankalarının toplam personel sayısı; 17.132 kişi

Kalkınma ve Yatırım bankalarının personel sayısı; 5.567 kişidir.

3.6.Katılım ve Konvansiyonel Bankacılığın Kriz Dönemlerinde Mukayeseli Genel Görünümü

Türk bankacılık sistemi 2001 finansal krizini atlattıktan sonra yapılan yasal düzenlemeler, ihdas edilen denetleyici kurumlar ve yapılandırmalar sonrasında 2001 öncesine göre istikrarlı bir büyüme sağlamıştır.

Katılım bankalarına baktığımızda 2001 İhlas Finans Özel Kurumunun batması ve daha sonra 17-25 Aralık 2015 yılında başlayan ve 15 Temmuz 2016 darbe yeltenmesi sonrasında TMSF’ ye devri gerçekleşen Bank Asya vakıaları analizin dışında bırakılırsa sektör devamlı ve istikrarlı bir şekilde büyümüştür. Özellikle son 5 yılda kamu sermayeli katılım bankalarının sektöre girmesi; katılım bankacılığı sektörünün

daha fazla gündeme gelmesini sağlamış, böylece katılım bankalarının bilinirliğinin artmasıyla sektör ivme kazanmış ve finansal göstergelerinin hızla büyümüşür. Altı tane Özel finans kurumunun 2000 yılında 110 şubesi ve 2.182 personeli varken, 2001 ve 2008 finansal krizlerine rağmen, 2021 yılsonu itibariyle sırasıyla katılım bankalarının şube sayısı 1.313 adet ve personel sayısı 17.132 adet olmuştur.⁶

Toplam toplanan fonlar; 1.047 mly TL'den 566.172 mly TL'ye, kullanılan fonlar; 812 mly TL'den 392.270 mly TL'ye, toplam aktifler; 219 mly TL'den 716.496 mly TL'ye, Öz kaynaklar; 161 mly TL'den 36.310 mly TL olarak gerçekleşmiştir. Net kâr ise, 2000 yılında 9 mly TL kâr, finansal krizin yaşandığı 2001 yılında 19 mly TL zarar ve 2021 yılında 5.468 mly TL toplam kâr yapılmış.

Bu veriler ışında finansal krizler dâhil katılım bankalarının Türkiye'de istikrarlı bir şekilde büyüdüğü söylenebilir. 2001 İhlas Finans ve 2006 Bank Asya vakıaları kanaatimizce salt finansal veriler ile gerçekleşmemiş; katılım bankacılığı prensiplerinden sapma, ahlaki bozukluk ve finansal kriz modelleri ile tanımlanamayacak ancak krizlerin münferit şoklar kategorisinde değerlendirilebilir. Bununla birlikte bu iki katılım bankasının sektör dışına çıkmasının temelinde yatan ana faktörlerin ayrıca bir çalışma ve araştırma konusu olduğunu düşünüyorum.

Ana kalemleri ile izah etmeye çalıştığımız katılım bankacılığı sektörünü izleyen başlıklarda konvansiyonel bankacılık ile mukayese edeceğiz.⁷

3.6.1. Toplanan Fonların Mukayese Edilmesi

Türkiye Katılım bankacılığı sektörü bankacılık kanunu kapsamına alındıktan sonraki süreçlerde konvansiyonel bankalara nazaran gösterdiği performans değerlendirildiğinde; 2000 yılında toplam topladığı fonlar 1.047 mly TL iken her yıl istikrarlı bir şekilde artarak 2021 yılsonu itibariyle 566.172 mly TL olmuştur. Bu

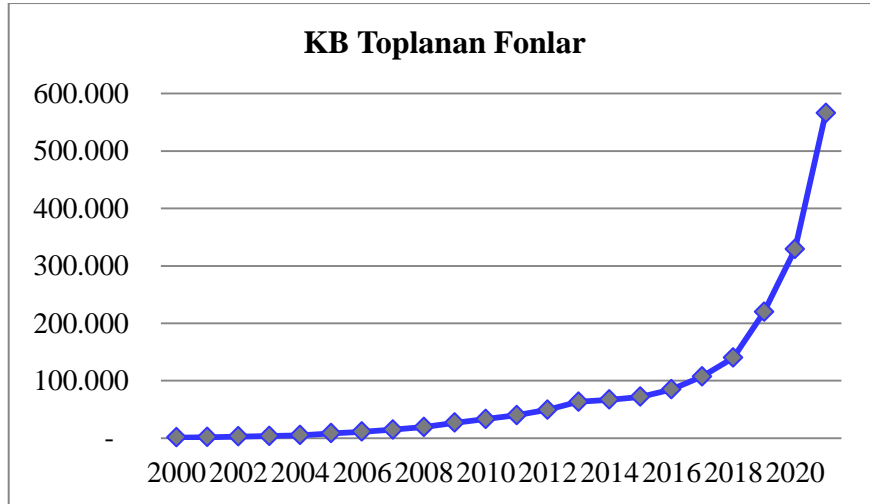
⁶ İhlas Finans Özel Finans Kurumunun ve Asya Katılım Bankası A.Ş.'nin sektörden çıkmasının etkisinin ağırlığı hesaplanmamıştır. Keza sektöre giren katılım bankalarının mevcut katılım bankalarına nazaran sektörün büyümesindeki katkıları hesaplanmamıştır. Değerlendirmeler toplulaştırılmış verilerle yapılmıştır.

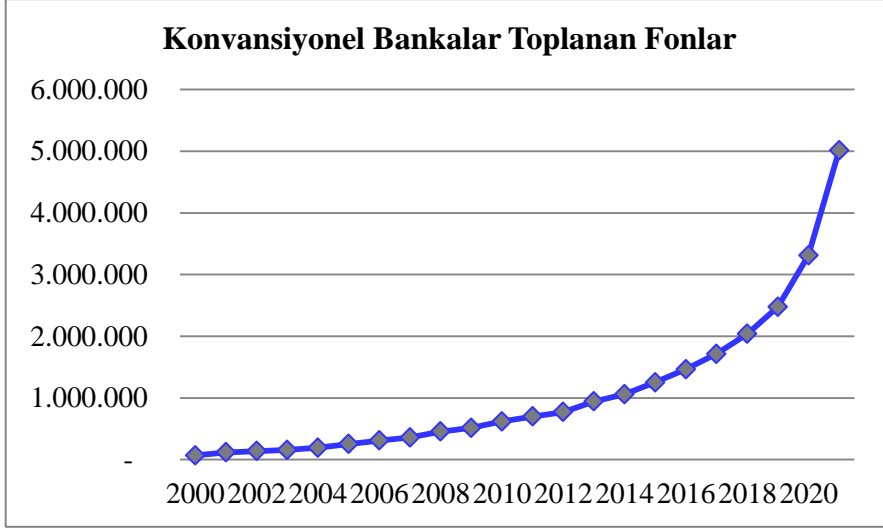
⁷ Bu bölümde sunulan değerlerin sayısal veriler tablosu EK 3'te verilmiştir.

süreç zarfında iki kriz ve ayrıca bir tasfiye edilmeden önce sektörün en büyük katılım bankasının batmasına rağmen toplanan fonlarda bir önceki yıla göre düşme yaşanmamıştır. Türkiye’de bireysel ve ticari tasarruf sahipleri tasarruflarını katılım bankalarında değerlendirmeyi tercih etmişlerdir. 2001 finansal krizi sonrasında 2002 yılında katılım bankaları topladığı fonların artışı %67 gerçekleşmiş olup, konvansiyonel bankaların topladığı fonların artışı %18 ile sınırlı kalmıştır. Takip eden yılda ise katılım bankalarının topladığı fonların artışı %23 iken konvansiyonel bankaların topladığı fonların artışı %13’e gerilemiştir.

2008 yılında yaşanan finansal krizde de katılım bankalarının toplanan fonlarının artışı %40 olurken konvansiyonel bankacılık fon toplama artışı %13 civarında olmuş ve katılım bankalarından daha az nisbi büyüme performansı göstermiştir. ,

Ancak 2018 yılında Bank Asya’nın batması, bir kamu bankasına yurtdışı siyasi-politik saldırılarla birleşince tasarruflar tepkisel olarak kamu konvansiyonel bankalarına gitmiştir. 2019 yılsonu verilerine göre katılım bankalarının toplanan fon artışları %8 de kalırken, konvansiyonel bankacılık siteminin büyüme hacmi %18 olmuştur. Bu oranın 2019 yılında terse dönmesi en büyük katılım bankasının o dönemde TMSF’ye devir olmasının etkisi büyüktür. Etki hesaplaması ise başka bir araştırmanın konusudur.



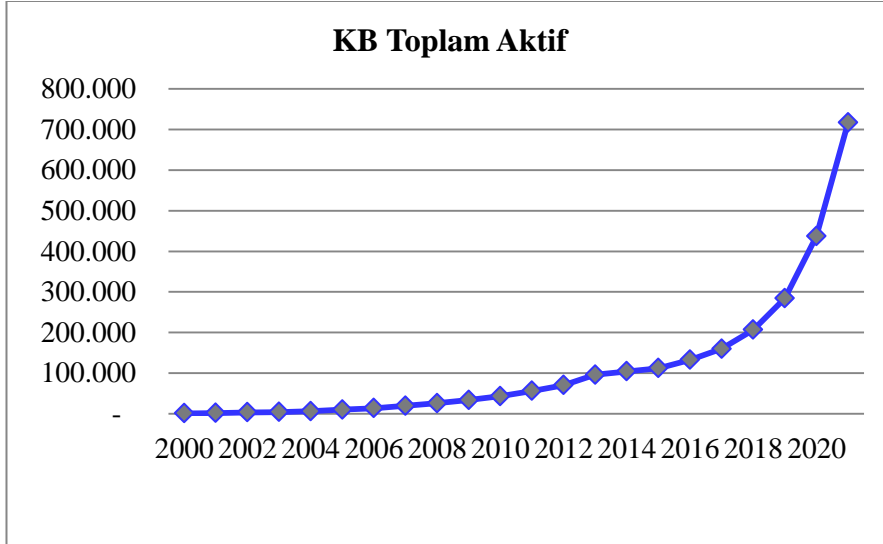


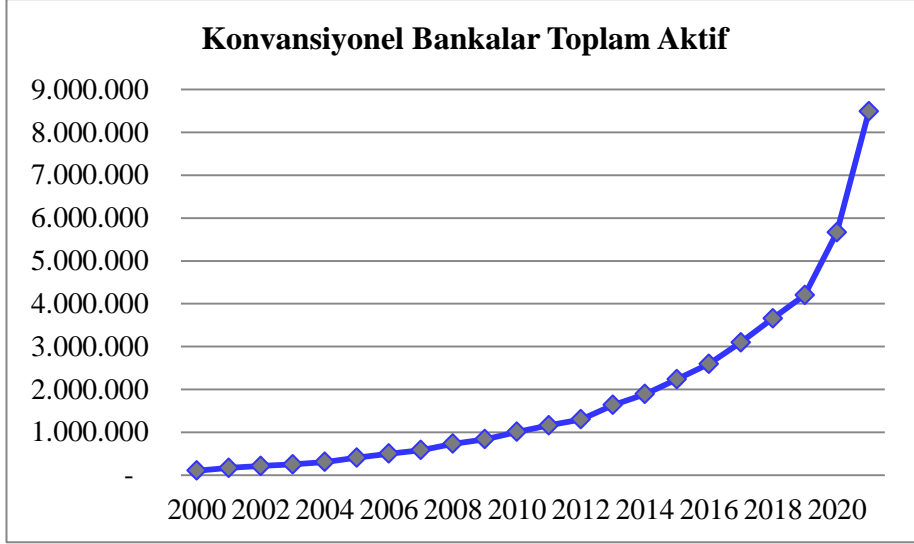
Grafik 3.3 :Konvansiyonel ve Katılım Bankalarının Fon Toplama Verileri

Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

3.6.2. Aktiflerin Mukayese Edilmesi

Türkiye’de 2000-2021 yılları itibariyle bankacılık sektöründe faaliyet gösteren Katılım ve Konvansiyonel bankaların aktiflerinin seyrini gösteren durum Grafik 3.4’te verilmiştir.





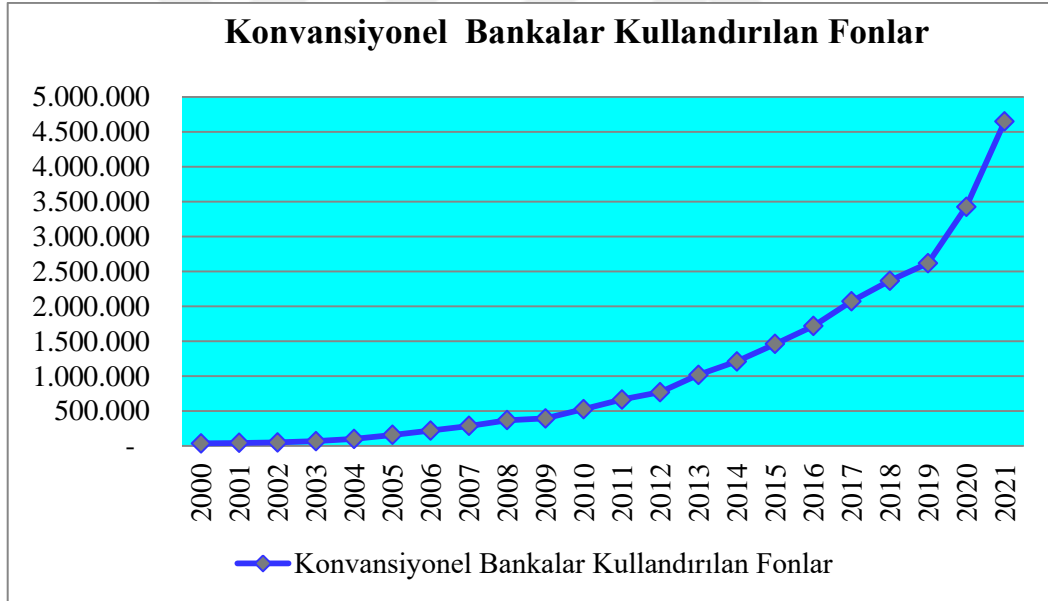
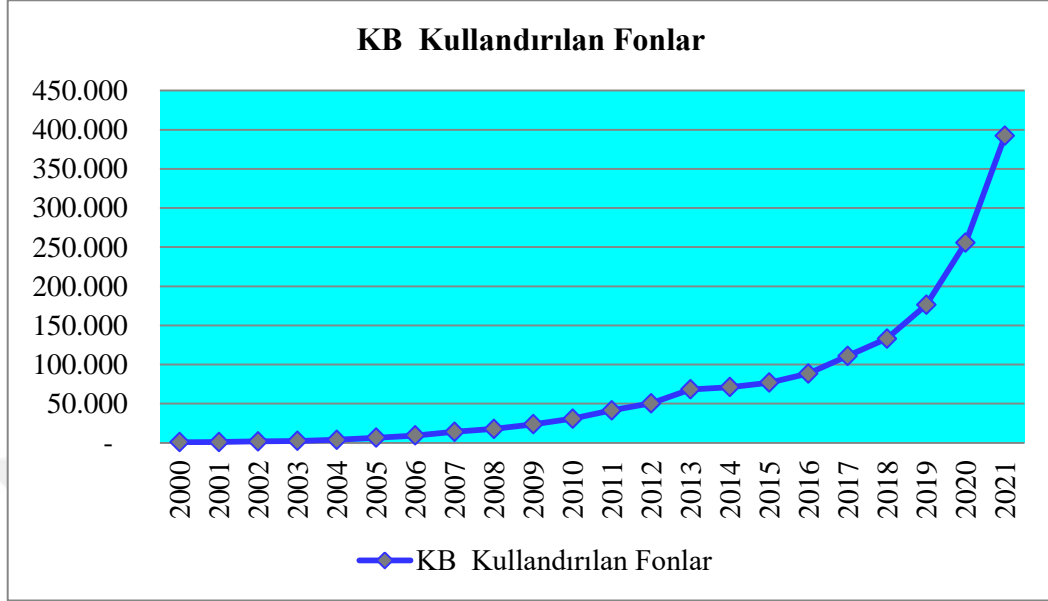
Grafik 3.4:Konvansiyonel ve Katılım Bankalarının Aktiflerinin Seyri

Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Grafik 3.4 incelendiğinde her iki banka türünde de aktifler hem yıllar itibariyle hem de hacimsel olarak devamlı olarak büyümüştür. Bu büyümeyi kriz yıllarında bile sürdürmeyi başarmışlardır. Katılım bankalarının 2000 yılında 1.219 milyon olan aktifleri 2021 yılı itibariyle 716.496 mly TL, konvansiyonel bankaların ise 2000 yılında 104.088 mly TL olan aktifleri 2021 dördüncü çeyrek verileri itibariyle 8.489.391 mly TL olmuştur.

3.6.3. Kullandırılan Fonların Mukayesesi

Kullandırılan fonların mukayesesi Grafik 3.5'te görünmektedir.



Grafik 3.5 : Konvansiyonel ve Katılım Bankaları Kullandırılan Fonlar

Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Son yirmi yılda bankacılık sektöründeki her iki banka türünde de kullandırılan fonlarda yıllar itibariyle ve hacim olarak istikrarlı bir artış sağlanmıştır. Katılım ve konvansiyonel bankaların sırasıyla; 2000 yılı sonuna kullandığı fonlar 812 mly TL, 34.206 mly TL iken, 2021 yılında 392.270 mly TL ve 4.647.764 mly TL'dir.

Ancak burada sektör için çok anlamlı ve fark oluşturuvcu bir detay göze çarpmaktadır.

Kullandırılan Fonlar/Toplanan Fonlar rasyoları mukayese edildiğinde:

Katılım bankalarının oranı: 2000 yılında %78 iken bazı yıllarda 1,1 katına çıkmış ancak katılım bankaları için sinyal niteliğinde olan bir husus 2018 yılından sonra bu oran hızla düşmüştür. 2021 yılı sonu verisi ise 2001 krizi istisna tutulursa dip seviyedir. Bu katılım bankalarının reel ekonomiyi fonlama ilkeleriyle örtüşmemektedir.

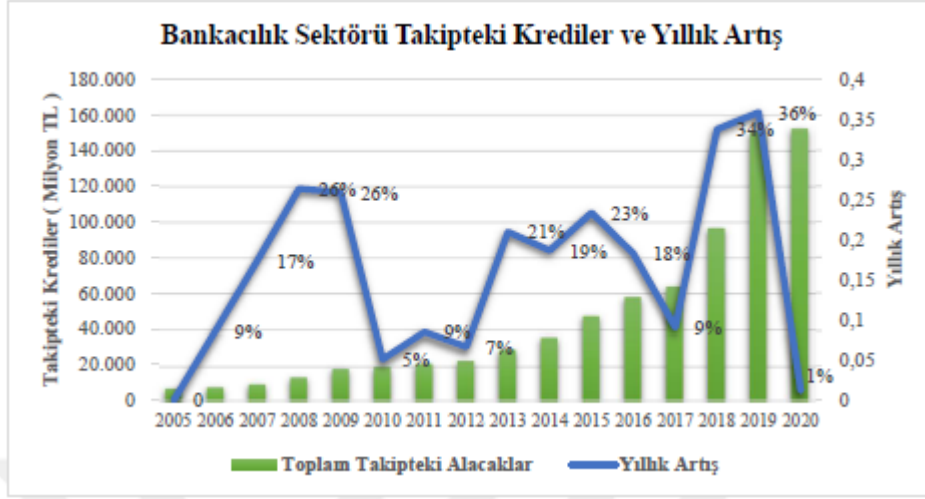
Konvansiyonel bankalarında, Kullandırılan Fonlar/Toplanan Fonlar oranı ise kriz ve şok yıllarında düşmekte diğer yıllarda yatay seyir izlemektedir.

Her iki banka türünün bu dönem zarfında fonların krediye dönme oranının basit aritmetik ortalaması; katılım bankalarında %92, konvansiyonel bankalarda %87'dir. Katılım Bankalarında %100 'ün üstünde olan bu oran son 3 yıl verileri ile birlikte düşüş sürecine girmiştir.

3.6.4. Takipteki Kredilerin/Kullandırılan Fonların Mukayesesi

Bankacılık sisteminde vadesi gelmiş ve vadesinde ödenmeyen 90 günün üstündeki gecikmiş krediler donuk krediler statüsünde olup kanuni takibe intikal etmektedir. Kanuni takipteki krediler bankaların alacak kalitesini bozduğu gibi reel sektör firmalarına ve bireysel müşterilere de başta kanuni takip masrafları olmak üzere ek ekonomik zararlar ve maliyetler oluşturmaktadır.

Türk bankacılık sektörünün 2005- 2020 yılları arasındaki takipteki krediler ve yıllık yüzdesel artış ve azalışları Grafik 3.6'da görülmektedir.



Grafik 3.6 :Türk Bankacılık Sektörünün Takipteki Kredileri ve Yıllık Artış

Kaynak: Öner, 2021

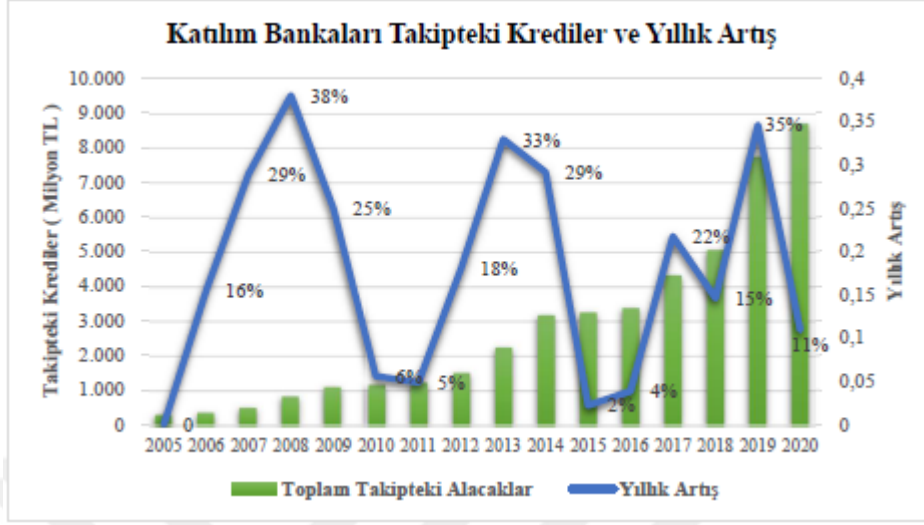
Grafik 3.6’da görüldüğü üzere 2005 yılından 2020 yılına kadar takipteki kredilerin toplam miktarı sürekli artmaktadır. (Öner, 2021, s. 95) Bununla birlikte yıllık artışlar incelendiğinde doğrusal bir artışın olmadığı, yıllar itibariyle artış ve azalışların olduğu, 2009, 2015-2016, 2019’da yüksek artışlar gösterdiği, 2010-2012, 2017 ve 2020 yıllarında önceki yıllarla mukayeseli olarak düştüğü görülmektedir.

2008 küresel finans krizinin Türkiye’ye yansımaları daha çok reel sektörde olduğu ve 2001 finansal krizi kadar derin olmasa da Türk Bankacılık sektörünü de etkilediğini, 2009 yılındaki kanuni takip oranının artışında görmek mümkündür. 2013 gezi olayları, 2015-2016 FETÖ hukuk darbe girişimi ve silahlı darbe girişimleri güven ortamını ve ekonomik beklentileri bozduğundan takipteki kredilerin yıllık bazda görünümü artmıştır.

2008 finansal krizinden küresel gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler arasında en az etkilen ekonomilerden biri olan Türkiye krizi hızlı atlattı, özellikle finansal piyasalar hızlı toparlanmıştır. (Atıcı & Gürsoy , 2010)

Takip eden yıllarda takipteki kredilerin yıllık artışları düşmüştür. 2020 yılında ise salgın hastalık olan Covid-19 vakıaları kapsamında yapılan düzenlemeler ile birlikte kanuni takibe intikal edecek kredilerin süresi 90 günden 180 güne çıkartılmış ve bir önceki yıla göre kanuni takip kredilerinin oranı yıllık bazda %1 olarak gerçekleşmesini sağlamıştır.

Katılım Bankalarının 2005- 2020 yılları itibariyle kanuni takipteki kredileri ve yıllık yüzdesel artış ve azalışları Grafik 3.7’de görülmektedir.



Grafik 3.7:KB'larının Takipteki Kredileri ve Yıllık Artış

Kaynak: Öner, 2021

Yukarıdaki grafik verileri ışığında 2005-2020 yıllarında katılım bankalarının toplam takipteki kredilerin bakiyesi devamlı artmıştır. Buna karşın yıllık artışlar incelendiğinde doğrusal bir artışın olmadığı, yıllar itibariyle artış ve azalışların olduğu, 2009, 2013, 2019’da yüksek artışlar görüldüğü, 2010-2012, 2017 ve 2020 yıllarında önceki yıllarla mukayeseli olarak düştüğü görülmektedir. Yaşanan şokların akabinde sektörün toparlanması ile birlikte artış hızı düşmüştür. 2020 yılında ise salgın hastalık olan Covid-19 vakıaları kapsamında yapılan düzenlemeler ile birlikte kanuni takibe intikal edecek kredilerin süresi 90 günden 180 güne çıkartılmış ve bir önceki yıla göre kanuni takip kredilerinin oranı yıllık olarak düştüğü görülmektedir.

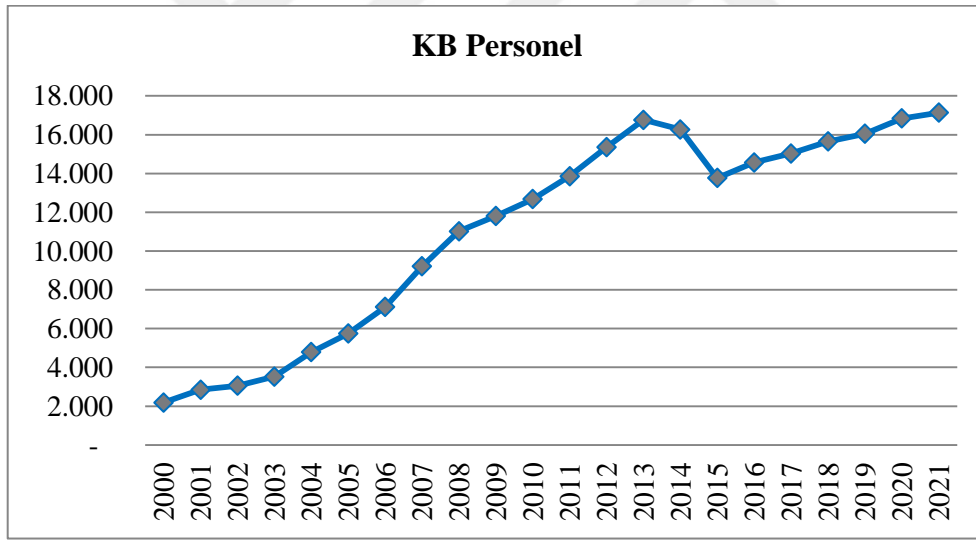
Takipteki kredilerin hem hacimsel olarak hem de yıllar itibariyle artış hızları incelendiği zaman katılım bankaları ile konvansiyonel bankaların aynı izdüşümü takip ettikleri görülmektedir. Kanuni takipteki kredilerin artış hızı ve hacimsel olarak artışlarını daha çok büyük kredi tanımı kapsamında olan işletmelerden kaynaklı kanuni takip alacaklarından kaynaklanmaktadır. Grafik 4.10’da Katılımcıların Çalıştığı Banka Türüne göre incelendiğinde katılımcıların sadece %20’si sadece katılım bankaları ile çalışmaktadır. Dolayısıyla araştırmamızın verilerine göre konvansiyonel ve katılım bankalarının KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerinin %80’i müşterektir. Yani herhangi KOBİ veya ticari nitelikli bir müşteri kanuni takibe

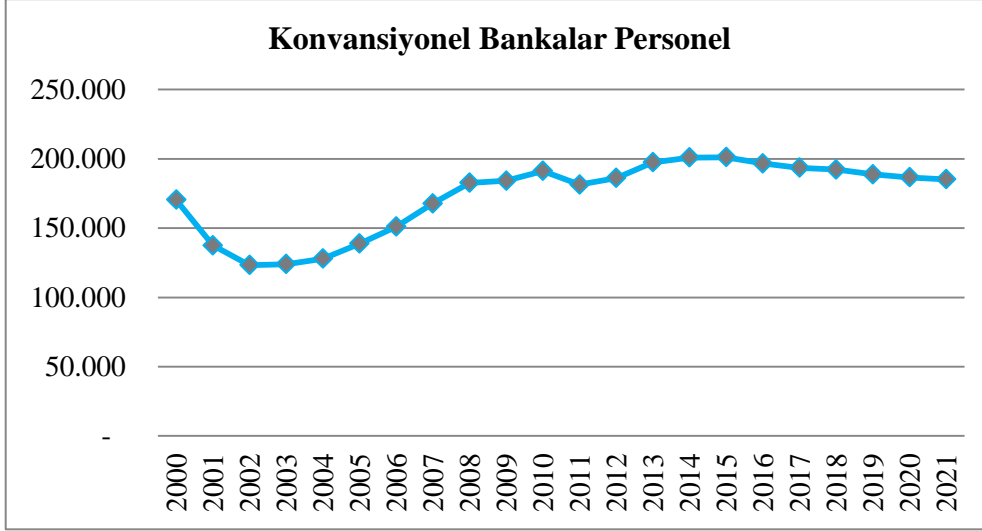
intikal etmesi halinde hem katılım bankalarının hem de konvansiyonel bankaların kanuni takipteki kredilerinin artmasına neden olmaktadır.

3.6.5. Personel ve Şube Sayılarının Mukayesesi

Finansal krizlerde özellikle bankacılık krizlerinde en çok etkilen bankacılık rasyosu personel sayısındaki değişimdir. Bir başka deyişle banka başına personel ayısı, şube başına personel sayısı gibi oranlardır. Bu veriye eşlik eden bir başka veride banka şube sayılarının azalmasıdır. Bankalar sabit giderlerini en aza indirmek amacıyla ilk etapta zarar eden, kârsız veya en az kârlı şubeleri kapatmayı ve personel azaltmayı seçmektedirler.

Türkiye’de 2000-2021 yılları itibariyle faaliyet gösteren katılım bankalarının ve konvansiyonel bankalarının personel ve şube sayıları kümülatif ve yıllara sâri olarak değişimleri Grafik 3.8’de verilmiştir.





Grafik 3.8 :Katılım ve Konvansiyonel Bankaların Personel Sayısı

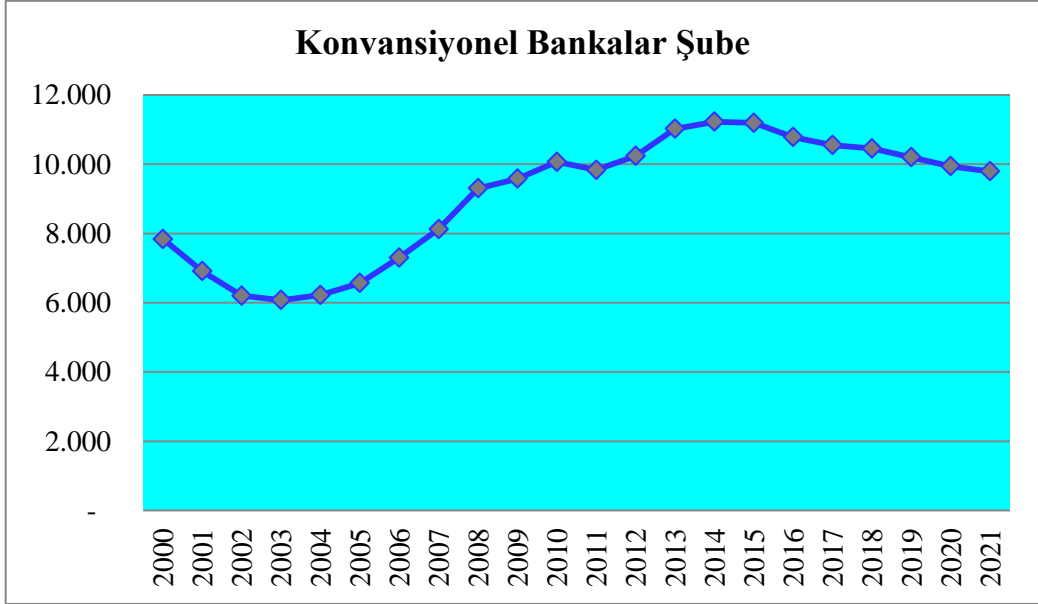
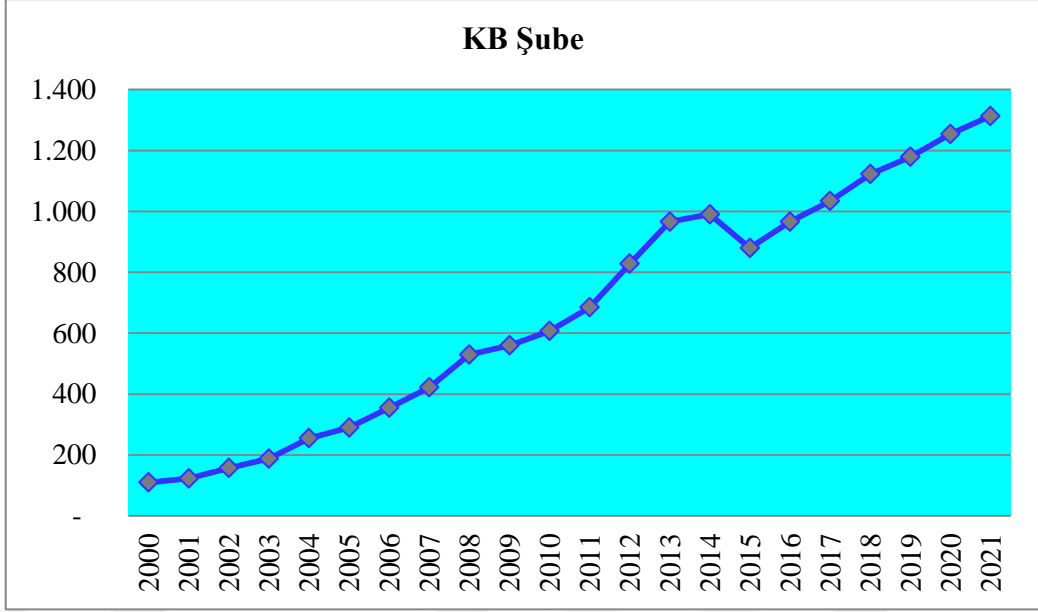
Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Grafik 3.8'deki veriler incelendiğinde; 2000 yılından 2021 yılına kadar katılım bankalarının toplam personel sayısının 2015 hariç⁸ devamlı arttığı görülecektir. Katılım Bankaları 2001 krizinde bile personel sayısını artırmıştır. 2000 yılında 2182 personeli olan katılım bankaları 2021 yılı sonu itibariyle 17.132 personele ulaşmıştır.

Buna mukabil konvansiyonel bankaların 2000 yılında 170.401 olan personel sayısı 2001 finansal krizi sonrası 2005 yılına kadar her yıl gerileyerek 2004 yılında 127.944 olmuştur ve 2005'ten itibaren personel sayıları tekrar artmıştır. Ancak 2008 küresel finans krizinin akabinde 2010 yılından başlayarak konvansiyonel bankacılık sektöründe yeniden personel sayılarında düşüş yaşanmıştır. 2015 yılında en yüksek istihdam düzeyi yakalayan konvansiyonel bankalar toplam 201.204 kişiyi istihdam etmiştir.

Fakat 2015 ten itibaren başta teknolojik gelişmeler olmak üzere giderek artan rekabet ve önemli bir hale gelmeye başlayan şube başına personel sayısı ölçütü neticesinde konvansiyonel bankacılık sektöründe personel sayıları hızla azalmaktadır. 2021 sonu verileri ile konvansiyonel bankalarda çalışan toplam personel sayısı 185.248 adette düşmüştür.

⁸ Asya Katılım Bankasının 2015-2016 yıllarında tasfiye edilmesi kaynaklıdır.



Grafik 3.9 :Katılım ve Konvansiyonel Bankaların Şube Sayısı

Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Grafik 3.9'daki veriler incelendiği zaman 2000 yılından 2021 yılına kadar katılım bankalarının toplam şube sayısı 2015 hariç⁹ devamlı artış göstermektedir. Katılım bankaları 2001 sistematik krizinde bir ÖFK'nın kapanması ve diğer ÖFK'nın başka

⁹ Asya Katılım Bankasınının 2015-2016 yıllarında tasfiye edilmesi kaynaklıdır

bir sermaye grubuna satılmasına rağmen şube sayısında azalma olmamış aksine artış olmuştur. Keza 2008, 2018 ve 2020 Covid-19 döneminde şube sayıları personel sayılarına paralel bir şekilde artmıştır. 2000 yılında 110 olan şube sayısı, 2021 yılsonunda 1.313'e ulaşmıştır.

Buna mukabil konvansiyonel bankaların 2000 yılında 2.182 olan personel sayısı 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizleri sonrasında şube sayıları azalmış 2000 seviyesine ancak 2007 yılında ulaşmıştır. 2014 yılında 11.223 şube ile en çok şube sayısına ulaşmıştır Fakat 2015'ten itibaren konvansiyonel bankacılık sektöründe, personel sayılarına paralel olacak şekilde her yıl bir önceki yıla nazaran şube sayısı azalmaktadır. 2021 sonu itibariyle 9.972 şubeye düşmüştür.¹⁰

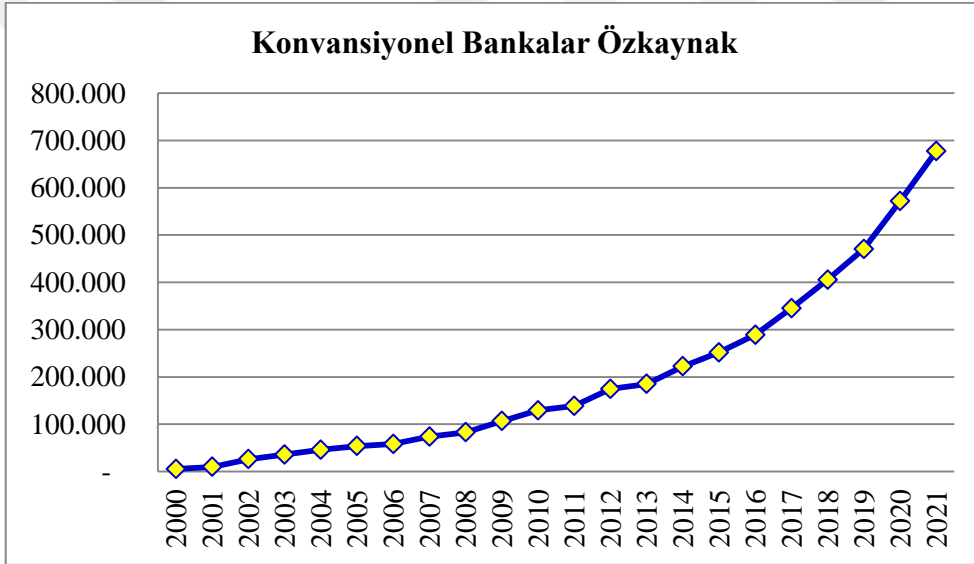
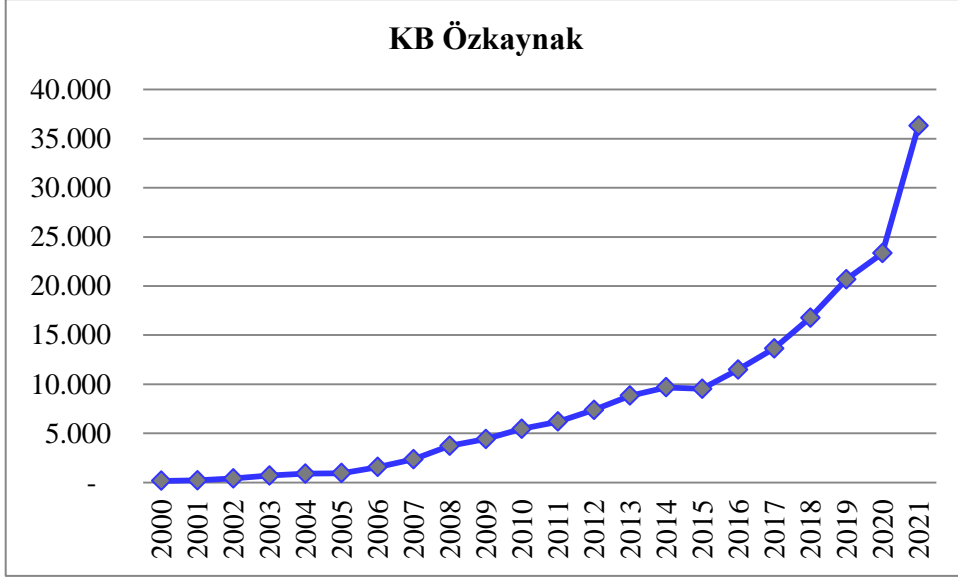
Sonuç olarak katılım bankalarının ve konvansiyonel bankaların son 20 yıllık dönemde (bu dönem zarfında iki finansal kriz ve birden çok şok yaşanmasına rağmen) personel ve şube sayıları mukayese edildiğinde şöyle bir sonuca varmak mümkündür.

Krizlerin, ekonomileri ve toplumun sosyal barışını en çok etkilediği noktalardan biri olan işsizlik ve istihdam sıkıntısına, katılım bankalarının olumlu katkı sağlayarak krizlerin daha kısa sürede aşılması ve etkilerinin azaltılmasında etkili müesseseler olduğu söylenebilir. Katılım bankalarının finansal sektör içindeki paylarının artması oranında ekonomilerin krizler karşısında daha dayanıklı olacağı öngörülebilir.

3.6.6. Öz kaynaklar Gelişiminin Mukayesesi

Türkiye bankacılık sektöründe 2000-2021 yıllarında faaliyet gösteren katılım ve konvansiyonel bankaların öz kaynak değişimi Grafik 3.10'da verilmiştir.

¹⁰ Bu zaman diliminde konvansiyonel banka sayısı (kamu, özel, yabancı mevduat bankaları, TMSF bünyesinde olan bankalar ve yatırım kalkınma bankaları dahildir.) 47 adet olarak sabit kalmıştır. 2021 yılında 4 adet dijital bankaya lisans verilmiştir.



Grafik 3.10 :Konvansiyonel ve Katılım Bankalarının Öz Kaynak Değişimi

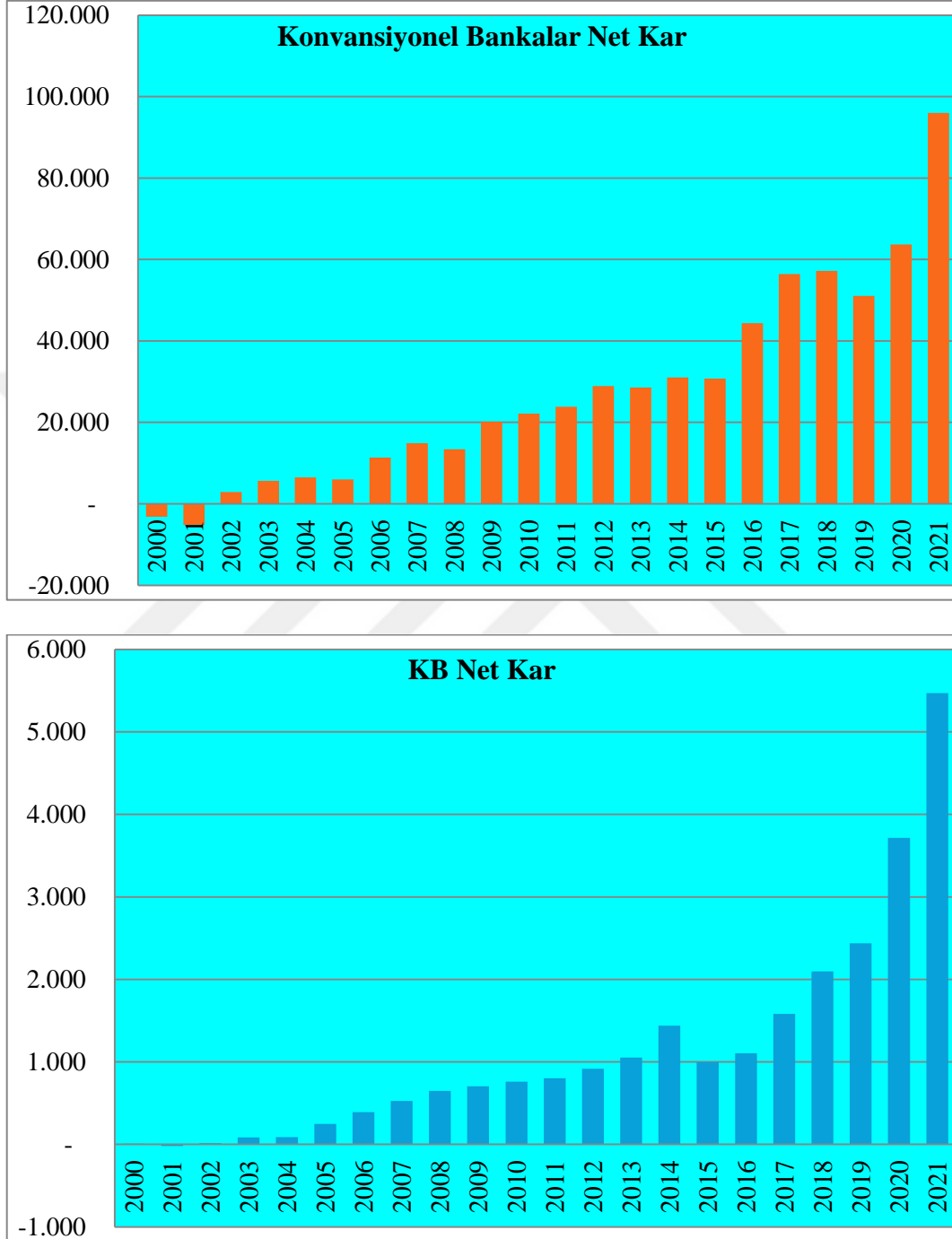
Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Grafik 3.10'daki veriler incelendiğinde 2000-2021 itibariyle Türkiye bankacılık sektöründe faaliyet gösteren hem katılım bankalarının hem de konvansiyonel bankaların öz kaynaklarının yıllar boyunca arttığını göstermektedir. Katılım bankalarında artan oranlı öz kaynak artışı devam etmektedir.

2001 yılı sonrasında alınan önlemler ve BDDK'nın bankalara uyguladığı kâr dağıtım politikası öz kaynakların sürekli bir şekilde artmasına olumlu etki yapmıştır.

3.6.7. Kârlılık Gelişiminin Mukayesesi

Türkiye’de 2000-2021 yılları itibariyle faaliyet gösteren katılım ve konvansiyonel bankaların kâr gelişim ve değişimleri grafik 3.11’de verilmiştir.



Grafik 3.11 :Konvansiyonel ve Katılım Bankaları Net Kâr Değişimi

Kaynak: TBB ve TKBB verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Türk bankacılık sektöründe katılım bankaları 2001 Şubat krizi sonrası bir ÖFK'nın batmasıyla güven sıkıntısı yaşamış ve ilgili yılda zarar etmiştir. 2015 yılında ise yıllara sâri kâr artışında düşüş yaşanmıştır. Diğer tüm yıllarda kârlılığını sürekli artırmışlardır.

Konvansiyonel bankalar ise her kriz ve şokta kârlılığında düşüş yaşanmıştır. Keza 2000 ve 2001 yıllarında zarar etmişlerdir. Bu zararın nedeni 2000 Kasım ve 2001 Şubat ekonomik krizi olmakla birlikte zararda en önemli paya sahip kamu sermayeli bankaların yazdığı görev zararlarından ve tasfiye olan bankalardan kaynaklıdır.

Bankacılık krizlerinin nedenleri olarak görülen ve ahlaki risk (Mishkin, 1991) içeren ahbab-çavuş ilişkisi, politikacı bürokrat menfaat kardeşliğinin (!) tipik bir tezahürü görülmektedir.

3.7.Müşteri Kavramı

Müşteri kavramı tahtında farklı müşteri tanımlamalarına yer verdikten sonra müşteri tasnifi yapılmıştır. Dış müşteri tanımı, iç müşteri tanımı izah edilmiştir. Akabinde müşteri memnuniyeti kavramı ve müşterinin memnuniyetini etkileyen faktörlerin izahı yapılmıştır. Son olarak memnuniyet teorileri ve müşteri memnuniyeti hakkında mücmel tanım ve bilgiler verilmiştir.

3.7.1. Müşteri Tanımı

Kavramsal olarak müşterinin bir ve kesin olarak tanımlamak mümkün değildir. Farklı anlamlarda ve şekillerde tanımlamalar yapılmıştır.

Müşteri bir kurum ya da kuruluştan mal veya hizmet satın alan, kabul eden gerçek veya tüzel kişilerdir. Bir işletme müşteri olmadan varlığını sürdürmesi düşünülemez. Bu açıdan bakıldığında işletmelerin varlık kalemleri içinde müşteri olmasa da en önemli varlığı aslında müşterileridir (Berry, 1991).

Müşteri kavramı aslında sadece işletmenin ürün ve hizmetlerini kullananlarla sınırlı olmayıp aynı zamanda işletmenin ürettiği mal ve hizmetlerden doğrudan ve dolaylı etkilenen organizasyonlar, sistemler, insanlar ve süreçler birer müşteridir (Sprague, Gopalakrishnan, & McItyre, 1992).

Mal ve hizmet alımını, alışverişini düzenli bir şekilde aynı işletme, şirket veya kurumdan yapan gerçek ya da tüzel kişileri müşteri olarak tanımlamak mümkündür (Odabaşı, 1997, s. 3).

Bireysel veya ticari amaçlarla bir şirketin, kuruluşun malını, markasını ve hizmetini satın alan gerçek ve tüzel kişilere müşteri denir. Yeni pazarlama stratejilerinde müşteri işletme fonksiyonlarının merkezindedir. Çünkü işletmenin ürettiği mal ve hizmetin nihai alıcısı ve işletmenin faaliyetlerini devam etmesine vesile olan müşteridir (Taşkın, 2000, s. 172).

3.7.2. Müşteri Sınıflandırması

Literatürde birçok müşteri sınıflandırması vardır. İşletmelerin müşterilerinin memnuniyetini oluşturmaları için önce iç müşteri yani çalışanlarını başka bir deyişle dış müşteriye tatmin edecek ve memnuniyetini sağlayacak iç müşteri ile başlar. Kendisi memnun olmayan başkasını memnun edemez. Bu çalışmada iç ve dış müşteri sınıflandırılmasına göre tanımlama yapacaktır.

3.7.2.1.İç müşteri

Herhangi bir işletmede çalışan herkes o işletmenin mal ve hizmetlerini kullandığında ya da işletmedeki diğer birimlerden işletmenin iş ve işlemleri için hizmet aldığı anda o işletmenin iç müşterisi konumundadır. Diğer bir ifade ile her birim, bölüm ve proses kendinden bir önceki veya bir başka iç sürecin iç müşterisi konumundadır (Öçer & Bayuk, 2001, s. 1).

Nihai müşterilerin beklentilerini karşılamak için tüm çalışanlar mal ya da hizmet üretirler. İşletmede en alt kademedeki çalışan düz bir personelden en üst düzeydeki yönetim kurulu başkanına kadar herkes nihai müşteri tatmini sağlamak amacıyla çalışmaktadır. Bu fonksiyonu icara ederken birbirleri ile alakalı olan görevleri ve işleri de paylaşmaktadırlar. Çalıştıkları müessesede iş bölümü yaparak yardımlaşma ve dayanışma içinde ve birbirleriyle ilintili görevleri ve işleri teşriki mesai içinde icra eden emek sahiplerine iç müşteri denilmektedir. Bu tanımdan hareketle müesseselerde emeği karşılığında görev icra eden her bir birey ve birim iç müşteridir (Taşkın, 2000, s. 23)

İç ve dış müşteri kavramını birbirinden bağımsız düşünülemez. Finans sektöründe iştiğal eden bir işletmesinin mezkûr tanımlar dâhilinde iç müşterilerinin her birisinin yekdiğlerine sundukları hizmet kalitesinin yekûnu dış müşterinin hizmet kalitesini oluşturur. Bu müessesede iç müşteri konumunda olan birey ve bölümlerin birbirine vermiş oldukları hizmetin ve sundukları ürünün kalitesi artması derecesine bağılı olarak dış müşterilerine verecekleri ürün ve hizmetlerin kalitelerinin o derecede olumlu ya da olumsuz artmasında son derece etkilidir. Bununla birlikte bir müessesede teşriki mesaide bulunan kişilerin bir birbirlerine karşı hal ve tavırları ile söz ve davranışlarının düzeyi dış müşteri memnuniyeti üzerinde etkilidir.

3.7.2.2.Dış Müşteri

Bir işletmeye mal ve hizmet üretip sattığı ve ticari faaliyetlerinin zembereğini teşkil eden küttedir. Diğeri bir deyişle işletme ticari faaliyetlerini hizmet vereceği veya mal satacağı bu kütle üzerine bina eder.

Bir işletmenin mal ve hizmetlerinin nihai kullanıcıları ve yararlanıcıları dış müşteri kavramı ile açıklanmaktadır. Dış müşteriler en iç halkadan en dış halkaya doğru kompleks bir şekilde ve aynı zamanda birbirinin müşterisi olacak şekilde sıralanmaktadır. Dış müşteri genellikle nihai müşteri manasında kullanılmakla birlikte her zaman nihai müşteri konumunda olmayıp bazen bir sonraki halkaya göre iç müşteri konumunda olma ihtimali bile vardır (Öçer & Bayuk, 2001, s. 23-26).

Bu tanımlamadan hareketle genellikle nihai müşteri olarak kabul edilen dış müşterinin her zaman ve koşulda nihai müşteri anlamına gelemeyeceği anlamı taşımaktadır. Dış müşteri kavramını mezkûr bilgiler kapsamında şöyle tanımlamak mümkündür. “*Dış müşteriler, işletmenin ürettiği mal veya hizmeti nihai müşterilere kadar ulaştırılan zincir içinde yer alan tüm müşteriler*” anlamında kullanılabilir (Orçunus, 1995, s. 73).

Aslında dış müşteri çemberi işletmeden işletmeye değışiklik göstermekle birlikte; kimi işletmelerde nihai tüketici aynı zamanda ilk tüketicidir, kimi işletmelerde ise toptancılar, ara toptancılar, pazarlama firmaları, marketler, nakliyeciler yani nihai müşteriye mal ve hizmeti ulaştırılan faaliyet döngüsü içinde yer alan tüm tarafları ifade etmektedir.

3.7.2.3.Müşteri Beklentileri

Müşteri bir mal ya da hizmeti; duygusal tatmin, ekonomik ihtiyaç ya da ikisinin bileşeni olarak satın alabilir. Bu işlemi yaparken ihtiyacı olduğuna kendini inandırır veya inanmış şekilde yapar. Bazen gerçek anlamda hiç ihtiyacı olmadığı halde duygusal motivasyon ya da tarafgirlik damarı veya sırf büyük bir indirim olduğunu ve bu indirimden dolayı ekonomik çıkarının olduğu varsayımı ile hissi ihtiyaç oluşur.

Müşterinin daha önceki deneyimlerinde yaşadığı yüksek memnuniyet geleceğe yönelik beklenti düzeyini artırmaktadır. Başka bir deyişle, deneyimler pozitif ise beklenti yüksek, deneyimler negatif ise beklentiler düşük olmaktadır. Beklentileri pazarlama, satış ve tutundurma faaliyetleri, arkadaş tavsiyeleri, iç müşteriler ve reklamlar olumlu ya da olumsuz değiştirebilmektedir (Karpaz, 1998, s. 15).

Mal ya da hizmetin niteliği, müşterinin şahsi nitelikleri, mal ya da hizmete ilişkin bugünkü ve gelecekteki inançları, attığı değer ve önceki deneyimler beklenti oluşturur. Beklentilerin karşılanma derecesi tatmini oluşturur.

Daha önceki satın alımlar, başkalarının tavsiyeleri, rakiplerin bilgi ve vaatleri ile firmanın sosyal iletişimi beklentileri belirlemektedir (Kotler, 2002, s. 40). Beklentiler anlık olmayıp zaman içinde değişebilmesinden dolayı süreç bazlı olarak artar ya da azalabilir. Oluşan performansın beklenen performanstan yüksek olması beklentileri olumlu yönde, aksi ise beklentileri olumsuz yönde etkilemektedir.

3.8.Müşteri Memnuniyeti Kavramı

Müşteri memnuniyeti kavramı iki kavramın bileşenlerinden meydana gelmektedir. Müşteri kavramını yukarıda farklı şekillerde tanımladık. Diğer taraftan memnuniyetin ne olduğu tanımlanırsa müşteri memnuniyetinden ne anlaşıldığı ortaya çıkacaktır.

Her müşterinin memnun olduğu ölçütler farklı olduğundan çok değişik müşteriler vardır ve hiçbir müşterinin memnuniyetsizliğini ifade etmemesi tüm müşterilerin memnun olduğu anlamı taşımamaktadır (Kondo, 2001, s. 871).

Müşteri memnuniyeti; ürünü ve hizmeti sunanların önceden belirledikleri standart ve kalitenin yakalanması olmayıp, müşterinin istediği kalite ve standartların kendisi tarafından deneyimlenmesidir. Müşterinin ihtiyaçlarını ve beklentilerini mal ve hizmet sunan müesseselerin sunmuş oldukları hizmetlerin ve ürünlerin kalitesi

belirler. Her kurum, kuruluş müşterilerinin memnuniyet düzeyini belirlemek, sunulan hizmet ve ürünlerin ölçümlerini yapmak üzere müşteri memnuniyet araştırmaları yapmaları son derece önemlidir. Ölçümlenmeyen bir ürün veya hizmetin kalite derecesinden bahsetmek mümkün olmayacaktır (Tak, 2002, s. 144).

3.8.1. Müşteri Memnuniyeti Tanımı

Müşteri memnuniyeti, işletmelerde ve kuruluşlarda kalite için modern bir yaklaşımı temsil eder ve gerçekten müşteri odaklı bir yönetim ve kültürün gelişimine hizmet eder. Müşteri memnuniyetini ölçmek, müşterilerin tercihleri ve beklentileri hakkında anında, anlamlı ve nesnel bir geri bildirim sunar. Bu şekilde, şirket performansı, bir ticari organizasyonun güçlü ve zayıf noktalarını gösteren bir dizi memnuniyet boyutuyla ilgili olarak değerlendirilebilir (Mihelis G. G., 2001, s. 2).

Konuyu araştıran araştırmacıların yaptıkları çalışmalar kaybedilmiş bir müşteriye yeniden kazanmanın maliyeti işletmelere çok yüksektir. Kaybedilmiş bir müşterinin mevcut bir müşterinin devamlılığının sağlanmasına nazaran oluşturacağı maliyet yaklaşık dört beş misli yüksektir (Berry, 1991, s. 9).

Müşteri memnuniyeti işletmeler için en önemli stratejilerin başında gelmektedir. Müesseselerin devamlılığı, büyüme trendleri, pazardan aldıkları pay, ürünlerinin tercih edilme oranı ve nihayetinde her işletmenin nihai hedefi olan marka değeri ile kârlılık kıstasların başında müşterinin sadakati, bağlılığı ve güveni gelmektedir. Bu bileşenler de müşteri memnuniyetini oluşturmaktadır.

Müşterinin deneyimlediği ürün veya hizmet müşterinin beklentilerini karşılayacak düzeyde yarar sağlamışsa müşteri memnuniyeti oluşur. Yüksek memnuniyete sahip müşteriler güven, bağlılık, marka tercihi gibi nedenlerle ihtiyaç duymaları halinde yine aynı ürün ve hizmeti daha önce deneyimledikleri işletmeden yana kullanırlar böylelikle müşteri sadakati oluştururlar (Rungtusanatham, 1998).

Müşteri memnuniyeti sağlayan işletmeler pazar payını genişletmiş olurlar. Bununla birlikte son zamanlarda yapılan araştırmalara göre müşteri memnuniyeti sadece fiyat ve kalite gibi maddi unsurlar değil bununla birlikte duygusal ve ruhsal tatmin sağlayan değerlere hitap eden işletme ve ürünler de müşterilerde memnuniyet oluşturmaktadır. Herhangi bir ürün veya hizmet satın alan bireysel ve ticari

müşterilerin aldığı bu ürün ve hizmet ile alakalı belli beklentileri mevcuttur (Forza, 1998). Bununla birlikte müşterinin memnun edilmesi bütünsel işletme performansına ve toplam kaliteye bağlıdır (Naumann, 1995, s. 7).

3.8.2. Memnuniyeti Etkileyen Etkenler

Memnuniyeti etkileyen birden fazla faktör vardır. Fiyat, ürünün kalitesi, hizmetin sürekliliği, işletmenin güvenilirliği, ürün çeşitliliği ve ihtiyaçların karşılanma oranı, geri besleme ve servis hizmetleri, işletmenin imajı vb. faktörlerin yekûnundan oluşur. Tüm bu bileşenlerin en sût düzeyde ve fazla çoklukta bir araya gelmesi müşteri memnuniyeti oluşturur. Diğer taraftan müşterinin beklenti ve arzularının mal ve hizmet ile karşılanması neticesinde yüksek müşteri memnuniyeti oluşmaktadır (Süklüm, 2006, s. 27).

Müşteriler, satın alınan bir hizmet için satın alma öncesi beklentilerini onayladıklarında veya satın alınan hizmetlerle ilgili beklentilerini olumlu bir şekilde reddettiklerinde (aşığında) memnuniyet oluşur (N.Torres, 2014, s. 658).

İşletmelerin sundukları ürün ve hizmetin kullanıcısı olan müşterilerin beklentileri müşteri memnuniyet düzeyleri üzerinde etkilidir. Kullanıcıların beklentilerini ise en çok müesseslerin reklam, pazarlama, marka, imaj ve mevcut müşteri referansları etkilemektedir. Diğer bir deyişle firmaların sundukları mal ve hizmetlerin müşterilerinin beklentilerini karşılama oranı aynı zamanda ilgili ürün ve hizmete olan memnuniyetin seviyesini belirlemektedir (Tek, 1999).

3.8.3. Müşteri Memnuniyeti Teorileri

Müşterinin memnuniyetinin kaynağı ve oluştuğı haller ile ilgili çok sayıda nazariye vardır. Bu modellerin bir kısmı yalnızca zihinsel düzlemede elle alınırken bazılarında ise ruhsal boyutta göz önünde bulundurularak inceleme konusu olmuştur (Oh & Parks, 1996, s. 39).

Müşteri memnuniyeti ile ilgili çeşitli teoriler bulunmakla birlikte sıklıkla başvuru alan teorileri: zıtlık, benzeşim-zıtlık, çelişki, hipotezin testi ve olumsuzluk nazariyesi olarak sıralanabilir (Vavra, 1999, s. 7).

Mezkûr beş teorinin açıklamalarına mücmel olarak aşağıda yer verilecektir.

3.8.3.1.Zıtlık Teorisi

Zıtlık teorisi tahtında evren siyah beyazdır. Beklentiler ve deneyimler arasında ciddi farklılıklar vardır. Kullanıcının ürün ve hizmetten beklentisi yüksekse ürün ve hizmet tecrübesi arasında ufak farklar olsa bile tercihini ürünün olumsuz olduğu yönünde kullanacaktır (Vavra, 1999, s. 62).

Başka bir ifade ile beklentilerle deneyim arasındaki her farklılık, farklılık yönünden olumsuz abartılacaktır. Kullanıcılar ürün performansının algılan seviyesini daha yüksek görecektir ve performans seviyesini daha yüksek bir düzeyde ortaya çıkmasına neden olacaktır (Altıntaş M. H., 2000, s. 42).

3.8.3.2.Benzeşim-Zıtlık Teorisi

Bu teori kapsamında her müşterinin daha önceki beklentileri doğrultusunda bir performans kabul eşiği vardır. Kişiler bu performansa bazen kayıtsız kalır bazen de reddetmez. Zıtlığın ortaya çıkması ve ürünün kabul edilmemesi performansın ret bölgesi içerisinde kalmasına, benzeşimin ortaya çıkması ve ürünün kabul edilmesi koşulu ise performansın kabul edilebilir bölge içinde kalmasına bağlıdır. Benzeşim-zıtlık teorisi müşterilerin ürün ya da hizmetin performansı yüksek olmasa bile rıza gösterilecek başlangıç seviyesi içerisinde ise kabul edilebilecek doğrultudadır (Vavra, 1999, s. 61).

3.8.3.3.Çelişki Teorisi

Çelişki teorisi zihinsel/psikolojik yatırım ile deneyimlenen ürünün performansı arasında oluşacak çelişkiyi minimize etmeyi ele almaktadır. Ya performansı yüksek görecektir ya da beklentisini düşürecektir.

Müşterinin ürün ve hizmetten deneyimlediği düşük performans ile zihnindeki psikolojik yatırımının düşürüldüğü beklenti düzeyinin azaltıldığı veya ürün performansı memnuniyetini artırdığı görüşüne dayanmaktadır (Vavra, 1999, s. 62).

Müşterinin bu durumdan kurtulmak için ya kendisini bu durumun çok önemli olmadığına ikna etmesi ya da müşterinin davranışlarına göre tutumlarını değiştirme şeklinde tezahür eder (Oh & Parks, 1996, s. 41).

3.8.3.4.Olumsuzluk Teorisi

Bu teori kapsamında beklentilerin tüketiciler tarafından güçlü bir şekilde tutulduğu bir durumda, herhangi bir onaylamamanın onlardan olumsuz tepkiler almasına neden olacağını ve bu nedenle, özellikle performans algısının beklentilerden çok daha düşük olduğu bir durumda memnuniyetsizliğin buna bağlı olarak gerçekleşeceğini varsayar. Beklenen yani algılanan beklenti ile gerçekleşme arasındaki mütenâkız hal ters orantılı seyir izler. “*Olumsuzluk Teorisi*”, performans algılarının beklentilerden daha yüksek olduğu bir durumda performansta yaşanan her düşük gerçekleşme müşteride olumsuzluklara sebebiyet verir. (Altıntaş M. H., 2000).

Performans ile beklentiler arasındaki tüm çelişkilerin müşteriye rahatsız etmesi, ürüne yönelik çelişkinin değeri ile ters yönlü ilişkiye sahip olduğu öne sürülmektedir. (Noyan, 2020).

3.8.3.5.Hipotezin Testi Teorisi

Bu teori müşteri memnuniyetinin ölçümünü iki aşamalı bir şekilde nazara vermektedir. Buna göre ilk olarak müşteri bir ürün veya hizmeti almadan önce satın alacağı mezkûr ürün ve hizmet ile ilgili önceki bilgiler müşterinin beklenti düzeyini belirler. Teorinin kurucusu ikinci aşamada ise müşterinin beklentilerinin doğrulanması için araştırma ve çalışmaların yapılması gerektiğini aksi takdirde salt müşteri beklenişinin istenilen düzeyde meydana gelmediğini söylemenin yeterli olmadığını vurgulamaktadır.

Mezkûr nazariye müşterilerin ürün ve hizmetlerle ilgili deneyimlerini pozitif yönde, ürün lehinde takdir etme temayüllüdedir.

Mezkûr teoriye göre müşteriler ürün ya da hizmet ile ilgili değerlendirmesini yaparken çoğunlukla olumlu bir yaklaşım sergilemektedir. Müşteriler ürün ve hizmetler ile ilgili deneyimlerini olumlu değerlendirme temayüllüdedir. Müşteriler hakkında iyimser bir görüş olduğu açıktır (Terry, 2006, s. 64).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KRİZ DÖNEMLERİNDE KATILIM BANKACILIĞININ KOBİ VE TİCARİ MÜŞTERİLERİNİN MEMNUNİYETİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

4.1.Araştırma Amacı ve Önemi

Eldeki çalışmanın amacı, faizsiz bankaların finansal kriz dönemlerinde reel sektörde faaliyet gösteren KOBİ ve ticari müşterilerinin ekonomik krizlerden çıkmasında firmaya yaptıkları katkının ve bu katkı neticesinde oluşan müşteri memnuniyetinin ölçülerek incelenmesidir. Finansal kriz dönemlerinde konvansiyonel bankaların kredi geri çağırımları ve kredi teminat yapısını değiştirmeleri müşterilerini zor durumda bırakmaktadır. Oysaki tasarrufun yeterli olmadığı ve firma sermayelerin güçlü olmadığı, gelişimini ve sürdürülebilirliğini yabancı kaynağa dayalı olarak devam ettiren firmaların tam da bu dönemlerde finansal yabancı kaynağa ihtiyacı varken daraltıcı ve yıkıcı banka kararları bu firmaların sonunu getirebilmektedir. Krizden çıkış için bankaların kriz öncesinden daha proaktif olarak firmaları desteklemesi önemlidir.

Bu maksatla katılım bankaları ile doğrudan çalışan firmaların finansal kriz dönemlerinde katılım bankaları ile olan çalışmalarına yönelik anketi cevaplamaları istenmiştir. Ankette demografik bilgi olarak sunulan yaş, eğitim durumu, cinsiyet, firma ortaklığı, firmada profesyonel finans çalışanın mevcudiyeti, firma sahibinin aynı zamanda finanstan sorumluluğu, firmanın hangi tür bankalarla çalıştığı gibi özellikler bağımsız değişken olarak belirlenmiştir.

Firmaların katılım bankaları ile çalışma süresi, faaliyet süresi, faaliyet gösterdiği bölge, çalışan toplam personel sayısı, hukuki yapısı/şirket türü, yıllık cirosu, toplam aktif büyüklüğü, öz kaynak karlılığı, faaliyet gösterdiği sektör, bağlı ortaklığı ya da iştirakinin durumu, firma bağlı ortaklık ya da iştirak olması, ihracat ve ithalatının olup olmaması açısından değerlendirmelerinde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek de çalışmanın amacı kapsamındadır.

4.1.1. Literatür Taraması veya Teorik Çerçeve

Bu bölümde çalışmamızla yakından ilişkili olan, literatürde yer alan finansal krizler ve katılım bankaları ilişkili çalışmalar ile katılım bankalarının müşteri memnuniyetine dair araştırmaların bulgularına yer verilecektir.

Tezimiz konusu itibarıyla iki temel unsuru barındırmaktadır. Birincisi, finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının uyguladıkları politikalar, ikincisi de bu politikalar karşısında KOBİ ve ticari müşterilerin memnuniyet düzeyini analiz etmeye yöneliktir. Genel bir literatür taraması yaptığımızda; finansal krizlerde katılım bankalarının seçilmiş rasyolarıyla krizden etkilenme durumları, katılım bankaları ve konvansiyonel bankalarının çeşitli veriler ışığında başta etkinlik olmak üzere kıyaslanması, öncü göstergeler ışığında katılım bankalarının krizden korunması vb. konularda yapılan çokça çalışma bulunmaktadır.

Diğer taraftan katılım bankaları müşteri memnuniyeti konularını kapsayan; katılım bankaları müşteri memnuniyeti, müşterilerin banka ürünlerini tercih etme sebepleri, müşterinin katılım bankaları ile çalışmalarında müşteri memnuniyetini etkileyen hususlar, seçilmiş ürün bazında katılım bankaları memnuniyeti, ticari veya bireysel müşterilerinin memnuniyeti ve müslüman olan ve müslüman olmayan müşterilerin katılım bankalarını tercih etme ve/veya memnuniyet düzeyleri, katılım bankaları ve konvansiyonel bankaların mukayeseli tercih edilme nedenleri ya da memnuniyet düzeyleri konuları ile ilgili çok sayıda çalışma bulunmaktadır.

Ancak konumuzu da özgün kılan, finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşteri memnuniyeti üzerine yapılmış bir çalışmaya tarafımızca rastlanılmamıştır. Çalışmamızın bu bağlamda literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı ve alan yazına önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmalarla birlikte çok sayıda finansal krizler, finansal krizler tarihi, finansal krizler öncü göstergeleri, finansal krizlere sebep olan makroekonomik göstergeler, finansal krizlerin; gelişmiş ülkeler, ABD, İngiltere, Japonya gibi ülkelere etkileri, gelişmekte olan ülkeler, ülke ekonomileri, seçilmiş Asya ülkelerinin ekonomileri üzerine etkileri, Latin Amerika Ülkeleri, bankalara etkileri, merkez bankaları üzerindeki etkileri, reel ekonomiye etkileri gibi birçok alanda çalışmalar yapılmıştır. Fakat araştırmamızın amaçları ve çalışma sınırları içinde kalmak ve bağlamdan

kopmamak için finansal kriz çalışmalarının katılım bankaları ile ilgili olmayan literatüre yer verilmeyecektir.

Çalışmanın hedefi ve kapsamı dikkate alınarak öncelikle katılım bankaları ve finansal krizler ilişkisi hakkında literatür bulguları dâhil edilmiştir.

Sonra katılım bankalarının tercih edilme nedenleri ve müşteri memnuniyeti hakkında araştırma bulgularında yer verilmiştir.

Özgür E. (2007) yaptığı çalışmada konvansiyonel bankalar ile katılım bankaları arasındaki farklı ve benzer yönlerini, zayıf ve güçlü oldukları alanları tespit etmeye yönelik çalışmıştır. Çalışmanın sonunda konvansiyonel bankalar ile katılım bankalarının ikisi de finansal piyasanın oyuncuları olup fon transferi yapan kurumlar olarak benzerlikleri olsa bile aralarında temel farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte kriz dönemleri başta olmak üzere ekonominin genel dinamiklerinden farklı etkilendiklerini, işlem yapış şekillerinin farklı olduğunu, katılım bankalarının müşteri memnuniyetinin artırılması için şube sayılarının artırılması, reklam faaliyetlerine daha fazla ağırlık verilmesi ve bankacılık bilgi teknolojilerini yakından takip ederek yatırım yapmalarını öngörmüştür. Çalışmanın bir diğer çıktısı ise yine çalışmamızla bağlantılı olan kriz yıllarında konvansiyonel ve katılım bankalarının etkilenme ve değişimlerini ortaya koymuştur. Çalışmada; Türkiye'deki konvansiyonel bankacılık sisteminin 2001 krizinde ve takip eden yıllarda ciddi bir şekilde küçüldüğü; banka sayısının 81'den 61'e düştüğü, 929 banka şubesinin kapanarak toplam şube sayısının 6.908'e ve banka çalışan sayısında da %19 küçülme yaşanarak toplam çalışan sayısının 137.495 kişiye düştüğünü ifade etmiştir.

Aynı dönemde katılım bankalarının toplam varlıkları ve toplam yükümlülükleri artmıştır. Ekonomiden aldıkları paylarda artış olmuştur. Toplam varlıklarda 2003 yılından 2005 yılı sonu itibariyle takribi %100'lük bir artış yaşanmıştır. Katılım bankalarının pasif kalemi olan toplanan fonlarda da artış devam etmiştir. 2000 yılında 1,86 milyar YTL olan toplanan fonlar, 2005 yılında 8,3 milyar YTL'ye ulaşmıştır. Sonuç olarak bu dönem zarfında tasarruf sahipleri tasarruflarını değerlendirmede katılım bankalarını nisbi olarak daha fazla tercih etmişlerdir. Diğer taraftan kullanılan fonlarda konvansiyonel bankalara nazaran daha fazla artmıştır. Fonlar konvansiyonel finans kesiminden katılım bankacılığına doğru yön

değiştirmektedir. Konvansiyonel bankaların kriz dönemlerinde fon toplama artış oranları katılım bankalarının fon toplama artış oranından daha düşük olduğu ortaya koymuştur (Özgür, 2007).

Diğer taraftan genelde konvansiyonel bankaların özelde katılım bankalarının sunmuş oldukları hizmetlerden müşterilerin memnuniyet düzeylerini ölçmek üzere dünyada ve Türkiye’de çok sayıda araştırma yapılmıştır. Hem konvansiyonel bankaların müşterilerine sundukları ürün ve hizmetlerin müşteriler nezdinde memnuniyet düzeyleri hem de katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmetlerin müşteri memnuniyeti üzerine literatürde çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür. Bununla birlikte hem konvansiyonel hem de katılım bankalarının tercih edilmeleri ve yapılan tercihlerden dolayı oluşan memnuniyet düzeyleri karşılaştırmalı olarak yazıma kazandıran araştırmalar da mevcuttur.

Katılım bankacılığı faaliyetlerinin müşteri memnuniyetine, tercihin ve algısına yönelik yapılan çalışmaları üç şekilde sınıflandırmak mümkündür.

Birinci nevi çalışmalar; katılım bankalarının (İslâmi bankaların) mevcut müşterilerine yönelik yapılan müşteri memnuniyetini ölçme çalışmalarıdır. İkinci nevi çalışmalar; katılım bankalarının tercih edilmesini ölçmek için yapılan çalışmalar ve üçüncü grup çalışmalar ise hem katılım bankalarının müşteri memnuniyetini hem de konvansiyonel müşterilerin banka tercih edilme nedenlerini bir arada ölçmek için yapılan çalışmalardır.

Dünyada ve Türkiye’de müşteri memnuniyeti ve müşterinin banka tercihini etkileyen faktörler üzerine yapılmış çalışmaların bir kısmına aşağıda yer verilecektir.

Birinci gurup müşteri memnuniyeti analiz eden çalışmalar arasında: (Bilir, (2010); Hamzah, Ishak ve Nor, (2015) ; Haque, vd. (2009; Karamustafa ve Karakaya (2002), Karakaya vd (2004); Khattak ve Rehman, (2010); Othman ve Owen, 2001; Şendoğdu, (2014); Amin ve Isa, 2008; tarafından katılım bankalarının mevcut müşterilerine yönelik yapılan müşteri memnuniyetini analiz etmeye yönelik çalışmalarıdır.

İkinci nevi çalışmalar; katılım bankalarının tercih edilmesini ölçmek için yapılan çalışmalar kapsamında: (Al-Ajmi, Hussain, ve Al-Saleh, (2009); Ahmad, ve Haron, (2002); Anderson, vd. (1976); Hanudin, Amin (2008); Amin ve Zaidi, (2008); Anaç

ve Kaya, (2017); Anderson, vd., (1976); Apil, (2009); Bhatti vd (2010); Dusuki, ve Abdullah, (2007); Gait, ve Andrew, (2009.); Gerrard, ve Cunningham, (1997); Gürbüz, Bekereci, ve Ayriçay (2020); Haron, ve Planisek, (1994); Hegazy, (1995); Kader, vd. (2014), Erol ve El-Bdour, (1989); Karakaya vd (2004); Karamustafa ve Karakaya, (2002); Kaytancı, Ergeç, ve Toprak, (2013); Khattak ve Rehman, (2010); Lee ve Ullah, (2011); Naser, ve Al-Khatib, (1999); Othman ve Owen (2003); Othman, ve Owen, (2012); Özsoy, Görmez, ve Mekik, (2013); Sarı, (2010); Wakhid vd (2007); Zainuddin, Jahya, ve Ramayah, (2004) ;) katılım bankalarının tercih edilmesini analiz etmeye yönelik gerçekleştirilen çalışmalardır.

Üçüncü gurup çalışmalar ise hem müşteri tercihlerini hem de müşteri memnuniyetini bir arada araştıran analizler olup bir kısmı; (Gürbüz, Bekereci, ve Ayriçay (2020); Hamzah, Ishak ve Nor, (2015); Haque, vd., (2009); Kader, vd., (2014); Karakaya vd (2004); Karamustafa ve Karakaya, (2002); Kaytancı, Ergeç, ve Toprak, (2013); Naser ve Al-Khatib, (1999); Okumuş, (2005); Okumuş ve Genç, (2013). Şendoğdu, (2014); Metawa ve Almosawi (1998) olarak literatürde yer alan çalışmalardır.

Katılım bankalarının tercih edilme kriterlerini ele alan çalışmalar da iki ana gruba ayrılabilir. Birincisi; salt olarak dini hassasiyetlerden dolayı tercih edilme, ikincisi ise banka seçiminde ürün, hizmet, imaj, hız, aile ve yakın çevrenin yönlendirmesi ve ekonomik nedenlerden dolayı tercih edilmedir.

Müşterilerin katılım bankalarını tercih edilme nedenini dini motivasyon, dini hassasiyet, faizsizlik prensibi ya da ilkesi, şeriat kuralları, İslâmi bankacılık olarak sunulan faktöre bağlayan çalışmalar: (Bhatti vd (2010); Al-Ajmi, Hussain, ve Al-Saleh, (2009); Zainuddin, Jahya, ve Ramayah (2004); Gait, ve Andrew, (2009); Gerrard, ve Cunningham, (1997); Hanudin, (2008); Haron, ve Planisek, (1994), Dusuki, ve Abdullah, (2007); Karakaya vd (2004); Okumuş, ve Genç, (2013); Othman, ve Owen, (2012), Ömer, (1992), Ser, Nursyafira, ve Sundram, (2014), Şendoğdu, (2014). Wakhid vd (2007) olarak tespit edilen örneklerden bazılarıdır.

Müşterinin katılım bankalarını tercih etmesini dini motivasyon haricinde; ürün, hizmet, imaj, hız, aile ve yakın çevrenin yönlendirmesi ve ekonomik nedenler olarak tespit eden çalışmalar: (Ahmad, ve Haron, (2002); Akhtar, Akbar, ve Niazi, (2011); Anaç ve Kaya, (2017), Apil, (2009), Erol ve El-Bdour, (1989); Gürbüz, Bekereci, ve

Ayrıçay (2020); Hamzah, Ishak, ve Nor, (2015), Haque, vd. (2009); Naser ve Al-Khatib, (1999); Othman ve Owen (2003);

Özsoy, Görmez ve Mekik, (2013) hizmet ürün kalitesini; Sarı, (2010) güvenilirlik faktörünü,

Gökçen ve Gönen, (2017); Karamustafa ve Karakaya (2002), kâr veya maliyeti,

Tayran, (2018) ciro ve kar paylaşım oranını,

Okumuş, (2005) bir işlemi tamamlamayı,

Anderson, vd., (1976), Haron ve Planisek, (1994); Hegazy, (1995); Kader, vd. (2014); Kaytancı, vd. (2013) arkadaş tavsiyesini birinci en etken faktör olarak çalışmalarında tespit etmişlerdir.

Amin ve Zaidi (2008); Haron ve Planisek, (1994); Kader, vd. (2014), müslüman ve müslüman olmayan sınıflandırmasına göre müşterilerin banka seçim kistasını neden olan en önemli sebebin, aldıkları hızlı hizmet olarak tespit edilmiştir

Yukarıda sınıflandırdığımız ve literatürden seçtiğimiz bazı çalışmaların özetleri aşağıda sunulmuştur.

Ahmad ve Haron, (2002). Bu çalışmada Malezyalı kurumsal müşterilerin İslâmi bankacılık ürün ve hizmetlerine ilişkin algılarını ölçmek üzere Lumpur Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem yapan Malezya'da halka açık şirketlerin mali işlerinden sorumlu kişiler ile görüşmeler yapılmıştır. Katılımcılara yönlendirilen sorularla; geleneksel ve İslâmi bankacılık kurumlarının kullanımı, İslâmi bankacılık sistemi anlayışı ve İslâmi bankacılık ürünlerinin çeşitli yönleri hakkındaki kişisel görüşlerine başvurulmuş. Elde edilen verilere dayalı yapılan çalışmada tüzel müşterilerin bankalarını seçerken en öncelikleri kriterin; hizmet ve ürünlerin ücret ve komisyonları yani maliyeti olduğu, buradan hareketle İslâmi banka ürünlerinin, maliyetleri geleneksel bankaların ürünlerinden daha düşük olması halinde daha ilgi görecektir. Katılımcılar; katılım bankacılık sisteminin geleneksel bankacılık sistemine alternatif olduğu inancına sahiptirler (Ahmad & Haron, 2002, s. 1-16).

Akhtar, Akbar ve Niazi, (2011) yaptıkları çalışmada katılımcıların katılım bankasının ürün ve hizmetleri hakkında bilgilerinin olduğunu fakat katılım bankaları kullanım oranlarının düşük olduğu sonucuna varmışlardır. Banka tercih etme kriterlerinin başında bankadan seri ve kaliteli hizmet almak, işlem ücret ve masraflarının düşük

olması ve bankanın ulaşılabilir olmasını tespit etmişlerdir. Dini nedenlerin banka seçiminde öncelikli kriter olmadığını bankaların daha fazla müşteriye ulaşmasının müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasıyla mümkün olduğunu vurgulamışlar (Akhtar, Hunjra, Imran, Akbar, Rehman, & Niazi, 2011).

Al-Ajmi, Hussain, ve Al-Saleh, (2009), Bahreyn’de 655 kişilik bir kütle ile yaptıkları anket çalışmasında katılım bankaların ve konvansiyonel bankaların tercih edilmesine etki eden nedenleri araştırmak maksadıyla bir araştırma yapmışlardır. Ankete cevap verenlerin cevaplarının analizi sonucunda dini inanç ve sosyal sorumluluk projeleri, kaliteli hizmet, etkinlik ve şeffaflık, iyi yetişmiş banka çalışanları ve kolay ulaşılabilir olmak banka seçiminin nedenleri olarak ortaya koymuşlar (Al-Ajmi, Hussain, & Saleh, 2009).

Amin ve Zaidi (2008), Katılım bankalarının hizmet kalitesini değerlendirmeye yönelik araştırmalarında müslüman ve gayrimüslim bireysel müşterilerin tercih sebeplerinin faizsiz bankacılık kriteri ve düşük fon kullanma oranları gibi faktörler oluşu sonucuna varmışlardır (Amin & Isa, 2008).

Anaç ve Kaya. (2017), İstanbul ilinde bireysel nitelikli müşterilerin katılım bankacılığını seçmesinin faktörlerini araştırmak üzere yaptıkları çalışmanın sonuçları kapsamında; dini hassasiyetler ile imajın ve bilinirliğin en önemli kriterler olduğunu tespit etmişlerdir (Anaç & Kaya, 2017).

Anderson vd., (1976), yaptıkları çalışmada müşterilerin banka tercih kriterlerini önem derecesine göre, arkadaş tavsiyesinin, kurumun imajının, düşük kredi oranlarının, bilgili ve ilgili olan banka personelinin ve masrafların olduğunu tespit etmiştir.

Apil, (2009), tarafından Türkiye faaliyet gösteren katılım bankaları üzerine yaptığı araştırmasında katılım bankacılığının algısı, şube personelinin ilgisi ve hizmet kalitesi müşterilerin katılım bankacılığını seçmesini etkileyen nedenler olarak ortaya koymuştur (Apil, 2009).

Dusuki, ve Abdullah, (2007), 1550 kişilik bir kütle ile (kredi müşterileri, fon toplama müşterileri, bankanın çalışanları, şube müdürleri, vs.) yaptıkları anket çalışması neticesinde; ankete cevap verenlerin %89,3’ü katılım bankalarını, faizin hassasiyeti nedeniyle tercih ettiklerini tespit etmiştir (Dusuki & Abdullah, 2007, s. 142).

Bhatti vd (2010), Pakistan’da, katılım bankaları ile çalışan 120 kişiye katılım bankalarını tercih etme nedenleri araştırılmıştır. Katılımcılar birinci sırada dini nedenler ve kârlılığın en önemli nedenler olduğunu belirtmiştir. Bu kıstaslarla birlikte; maliyetlerin uygun olması, banka çalışanlarının içtenliği başka önemli unsurlar olarak tespit edilmiştir.

Bilir, (2010), Hatay illinde faaliyet gösteren katılım bankalarının müşterilerine şube dışında uyguladıkları ankette katılım bankalarıyla çalışmalarında müşteri memnuniyeti ölçmeyi hedeflemiştir. Banka müşterileri için en önemli unsurun güven olduğunu ve bankaya olan güvenin müşteri memnuniyetini artırdığını ifade etmiştir (Aybegüm & Özgen, 2010, s. 58).

Chaouch (2017), Katılım Bankacılığının Tunus’taki algı düzeyini araştırmak için konvansiyonel ve katılım bankacılığının 100 adet müşterisine anket uygulamıştır. Elde ettiği veri kümesinin küçük olması kısıtlamasında altında müşterilerin; katılım bankalarının İslâmi prensipleri tam uygulayıp uygulamadıkları ile ilgili şüpheli yaklaşım, İslâmi bankacılık hakkında bilgi eksikliği ve maliyetlerin yüksekliğini ve kar payların düşüklüğünü vurgulamalarına rağmen İslâmi bankaların İslâmi prensiplere göre hareket ettikleri ile ilgili olumlu algılarının olduğunu tespit edilmiştir (Chaouch, 2017).

Dusuki ve Abdullah, (2007), Malezya’nın dört farklı eyaletinde, Katılım bankalarının tercih faktörlerini araştırmak üzere 750 kişiye uygulanan anket sonuçları muvacehesinde; katılımcılar en önemli banka seçim kıstasının bankaların İslâmi kurallara göre faaliyet göstermesi ve personellerin bilgisi ve becerikli olması ile samimi davranması gibi faktörleri tespit etmişler. İkinci derecede etkili olan faktörler ise bankaların sosyal sorumluluk projeleri, şube ağının genişliği ve yakınlığı ve verilen hizmetlerin maliyetleri olarak belirtmişlerdir (Dusuki & Abdullah, 2007)

Erol ve El-Bdour, (1989) araştırmalarında; banka müşterilerinin İslâmi bankalara yönelik tutumları, İslâmi bankaların algılanan benzersiz özellikleri ile geleneksel ve İslâmi bankaların seçiminde patrona etkenlerinin önemiyle ele almışlardır. Çalışmanın bulguları, İslâmi bankaların mevduat bankası olarak seçilmesinde etkili olan sebepler dikkate alındığında, sadece dini etkenlerin önemli unsur olarak öne çıkmadığını göstermektedir. Ayrıca bu çalışmada, banka müşterilerinin kâr elde etme amacıyla olduklarını vurgulamıştır. Mevduat bankası seçiminde emsal grup etkisi

önemli bir rol oynadığını ve müşterilerinin kâr-zarar paylaşımı yatırım biçimlerinin avantajına ve İslâmi bankacılık sisteminin ekonomik ve sosyal kalkınma üzerine etkilerine dair anket katılımcılarında yüksek düzeyde bir farkındalığa sahip olduklarını ifade etmiştir (Erol & Radi , 1989, s. 31-37).

Gait ve Andrew, (2009), Libya'daki ticari müşterilerin katılım bankalarıyla ilişkilerini araştırmak amacıyla yaptıkları araştırma sonuçları kapsamında; dini nedenlerin katılım bankalarını tercih etmede en önemli etken olduğunu, dini sebep ile birlikte kârlılık, işletmelere sağlanan desteklerin tercih sebepleri arasındaki önemli faktörler olduğunu ortaya koymuşlardır (Gait & Andrew, 2009).

Gerrard ve Cunningham, (1997), Singapur'da 190 kişilik Müslüman banka müşterileri ile yapılan araştırmaya göre katılımcıların verdiği cevaplar muvacehesinde Singapurlu Müslümanların % 62,1'i tatmin edici ve rakipleri ile mukayese edildiğinde rekabetçi olmayan getiriler elde edeceklerini bilseler bile tasarruflarını katılım bankalarına yatırmaya devam edeceklerini ifade etmişlerdir. Söz konusu tutumun Singapur'lu Müslümanların dini nedenlerle İslâmi bankaları tercih ettikleri varsayılmıştır. Seri ve dinamik bankacılık hizmetleri ile müşteri gizliliğinin banka tercihinde etkili olan ikincil unsurlar olarak saptanmıştır (Gerrard & Cunningham, 1997).

Gökçen ve Gönen, (2017), Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO) ilk 100 de olan en büyük üyeleri ve İzmir'de yer alan 33 adet mevcut ve potansiyel kurumsal banka müşterilerinin yöneticilerinden katılım bankalarının algısının ölçülmesine yönelik anket yöntemiyle veri toplanmıştır. Araştırma neticesinde katılım bankasının konvansiyonel bankalardan faaliyetleri itibariyle ciddi farklarının olmadığını katılım bankacılığının konvansiyonel bankacılığın farklı bir şekilde ortaya konması olarak ifade etmişlerdir. Keza, tüzel nitelikli olan müşteriler katılım bankacılığı ile çalışmayı tercih etmeleri sosyal nedenlerden ziyade ekonomik çıkarlar ve kar peşinde koşmanın etkili olduğunu ve yine katılım bankalarının faaliyetlerini ve misyonlarını çok fazla tanıtmadıkları düşüncesinde olduklarını tespit etmişler (Gökçen & Gönen , 2017, s. 66).

Gürbüz, Bekereci ve Ayriçay, (2020) Araştırmacılar Kahramanmaraş ilinde 58 tane büyük işletmenin katılım bankalarından aldıkları ürün ve hizmetlere yönelik algı

düzeyleri ve müşteri memnuniyeti ölçmek için anket kullanılarak bir araştırma yapmışlardır. Müşteri algı düzeyi ve memnuniyetinin ölçülmesi için araştırma verilerine ANOVA ve t-Testi kullanılmıştır. Anket katılımcılarının katılım bankalarını tercih etmelerine etki eden en önemli nedenlerin önem derecesine göre, hizmet ve finans ölçütleri olduğu, bu kıstasların hem ardından dini ilkeler ve bankanın tanınırlığının önemli olduğu sonucuna varmışlardır (Gürbüz, Bekereci, & Ayrıça, 2020, s. 59).

Hamzah, Ishak, ve Nor, (2015), araştırmacılar Malezya'da faaliyette bulunan islami bankaların müşteri memnuniyeti ile sunulan hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi araştırmak için anket çalışması yaparak veri toplamışlardır. Araştırma neticesinde katılım bankalara olan müşteri memnuniyeti ile banka imajı, banka personeli bankaların sunduğu hizmetler ve bankaların erişilebilirliği gibi hizmet kalitesi faktörlerin önemli olduğunu tespit etmişlerdir (Hamzah, Ishak, & Nor, 2015).

Haque, Jamil ve Zaki, (2009), Malezya'daki İslâmi bankaların müşterilerinin müşteri memnuniyeti belirlemek üzere yaptıkları araştırmada hizmet kalitesinin yüksek standartlarda olması müşteri memnuniyetini sağladığını tespit etmişlerdir. Ayrıca dini hassasiyet yani İslâmi prensipler ile müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi arasında olumlu bir ilişki olduğunu belirtmişler (Haque, Jamil, & Zaki, 2009, s. 922)

Haron ve Planisek, (1994), Malezya'da müslüman ve gayrimüslimlerin banka seçmelerini etkileyen faktörleri incelemeleri sonucunda dini etkenlerin birinci faktör olmadığı aynı zamanda müslüman ve müslüman olmayanların banka seçimlerine etki eden kıstaslarda anlamlı bir fark olmadığını, müşteriler için ilişkilerin ve zamanın birinci seçim kıstası için en önemli etkenler olduğunu tespit etmişlerdir. Ankete cevap veren müslümanların sadece %40'ı banka ile çalışmalarında dinin ana faktör olduğunu saptamışlardır (Haron, Ahmad, & Planisek, 1994).

Hegazy, (1995), 400 kişilik bir müşteri külesiyle anket çalışması ile yaptıkları araştırmaya göre İslâmi bankaları veya konvansiyonel bankaları tercih edilmesinin seçim kıstaslarını araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre İslâmi bankaları tercih etmede en etkin seçim kıstası arkadaş veya akraba tavsiyesi olarak saptanmıştır. Bunu takip eden seçim kıstası sırasıyla hizmetin hızlı ve dinamik olması, şubeye kolay ulaşım, bankada çalışan personelin yaklaşımı, tutumu ve toplumsal sorumluluk

projelerine verdiği destek İslâmi banka tercihinde müessir diğer seçim kriterleri olarak tespit edilmiştir (A.Hegazy, 1995).

Kader, vd., (2014), İslâmi bankaların tercih edilmesinin nedenlerini anlamaya yönelik, Malezya'nın Bank Rakyat müşterileri yapılan çalışmadan elde edilen veriler analiz edilmiştir. Müşterilerin Bank Rakyat'ı hizmet kalitesi, getirileri ve fiziksel imajı nedeniyle tercih ettikleri tespit edilmiştir. Müslüman ve gayrimüslim müşterilerin bu faktörlerden eşit derecede etkilendiğini ortaya koymaktadır. Nihai olarak İslâmi bankaların seminde öncelikli dini prensiplere bağlı olduklarını bildiklerini seçme nedeni olarak dini faktörlerden ziyade başka kriterler olduğunu ifade etmişlerdir. Müşteri hizmet memnuniyetinin iyileştirilmesi, cazip maliyetler ve iyi bir banka ortamının sağlanmasına bağlı olduğu varsayımına ulaşmışlardır (Kader, Zakaria, Razali, & Abdullah, 2014, s. 138).

Karakaya, vd., (2004), Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları müşterilerinin banka seçiminde etkili olan unsurları araştırmak, müşteri memnuniyeti araştırmak amacıyla yapılan çalışmada; anket cevaplayıcıların banka tercih nedenlerinin öncelikli olarak İslâmi nedenler, bankanın imajı, aile veya arkadaş tavsiyesi olarak tespit edilmiş olup banka seçme kriterlerinde kar payı oranının etkisini en son tercih olarak belirlemişlerdir.

Karamustafa ve Karakaya, (2002:82-96), o zamanki ismi Özel finans kurumu olan ÖFK'ların¹¹ müşterileri ile yüz yüze anket yapılarak müşterilerin banka tercihi ve müşteri memnuniyeti ölçülmüştür. Katılım bankaları konvansiyonel bankalardan ayıran ürünler hakkında fazla bilgiye sahip olmadıkları ve az kullandıkları, müşterilerin ürünlerden duyduğu memnuniyet düzeyinin genel ortalamanın üzerinde olduğu, maliyet, "*kurum imajı ve kalitesi*", üstlendikleri misyonların tercih nedeni olarak bulunmuştur. Müşterilerin yarısından fazlası kar/zarar hesaplarından en fazla ise havale işlemlerinden memnun olmadıkları görülmüştür (Karamustafa & Karakaya , 2002, s. 82-96).

Kaytancı, vd. (2013:809), katılım bankalarının müşterileri arasındaki farkındalık ve memnuniyet düzeylerini ölçmeye yönelik Eskişehir ilinde 500 adet katılım bankası

¹¹ Yazarların ÖFK kavramını kullandığı yerlerde, bu günkü adı olan Katılım Bankası kavramı kullanmayı tercih edeceğiz.

müşterisiyle anket yapılmıştır. Müşterilerin ekserisinin katılım bankalarının ürün ve hizmetlerinden memnun oldukları ve banka kredileri ile ilgili bilgi düzeylerinin yüksek olduğunu tespit etmişlerdir. Olumsuz kanaat belirtenlerin oranı %5,6 kadar düşük bir orandır. Diğer taraftan müşterilerin katılım bankasını tercih etmelerinde etkili nedenin ilk sırada akraba ve arkadaş tavsiyesi olduğu, ankete cevap veren müşterilerin akraba ilişkileri kuvvetli ve sosyal ilişki ağlarına bağlı olduğunu dolayısıyla katılım bankalarının mevcut müşterileri ile iyi ilişkiler kurmasının önemli olduğunu tespit etmişlerdir (Kaytancı, Etem , & Toprak, 2013, s. 809).

Khattak ve Rehman, (2010:663), Pakistan'ın farklı şehirlerinden 156 katılımcıyla anket yapılarak İslâmi bankaların müşterinin İslâmi bankalara yönelik müşteri memnuniyeti ve farkındalık düzeyini ölçmektedir. Ayrıca müşterilerin memnuniyeti ve farkındalığı arasındaki ilişkiyi araştırmışlar. Demografik değişkenler ile memnuniyet ve farkındalık arasındaki ilişkiyi Kruskal-Wallis-H tek yönlü ANOVA testleri ile yapan araştırmacılar ankete katılanlar bazı hizmetlerden memnun kaldıklarını ve çok azı ile memnuniyetsizliklerini ifade etiklerini tespit etmişlerdir (Khattak & Rehman, 2010, s. 663).

Khattak, vd., (2009), yılında Pakistan'da yaptıkları bir araştırmada faizsiz banka müşterilerinin İslâmi bankacılık sistemini bilmeleri ve İslâmi bankacılık sisteminin varlığından dolayı İslâmi bankacılık sistemine yönelik müşteri memnuniyeti seviyesini yüksekliğini dile getirmiştir (Khattak, Naqvi, Ur-Rehman, & Anwaar , 2009, s. 227-231).

Lee ve Ullah, (2011:131). Katılım Bankalarının müşterileri çalıştığı bankalarının şer'i kurallara riayet etmesini en önemli kriter olduğunu ve dini ilkelere uymamanın müşterilerin hoşnutsuzluğuna yol açtığını ortaya koymaktadır. Katılım bankaları ŞER'Î hükümleri ihlal ediyorsa, müşteriler bankalarını değiştirmeye eğilimlidir. Diğer bir müşteri memnuniyet faktörü ise banka sermayesinin güçlü ve güvenilir olması ile teknolojik yatırımlarının gelişmesidir (Lee & Ullah, 2011, s. 131-144).

Khattak ve Rehman, (2010:167), Müslüman müşterilerin katılım bankalarının tercih etmemelerinin katılım bankacılığı ilkelerini bilmediklerinden kaynaklanmadığı tespit etmişlerdir. Bu çalışmada hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkinin pozitif olduğunu, islami prensiplere riayet ve müşteri ihtiyaçlarını karşılama kriterleri önemli kriter olarak tespit edilmiştir. Çalışmada; çalışanların yetkin olması,

müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılaması ve oluşacak problemlerin çözümünün asan olması için bankanın eğitime ve personelin gelişimine yönelik yatırım yapılması gerektiğini vurgulamışlar (Khattak & Rehman, 2010).

Metawa ve Almoosawi (1998:300), Bahreyn’de, Bahreyn İslâmi Bankası ve Bahreyn Faisal İslam Bankasının 300 müşterisi ile anket yoluyla İslâmi bankaları tercihi etkileyen nedenlerini tespit etmek üzere yaptıkları araştırmada; müşterilerin birinci nedeninin dini hassasiyet yani İslâmi ilkelere uygunluk, ikinci olarak ise tasarruflarından elde ettikleri kazançları belirlemişlerdir ve en son tercih nedeni ise aile ve arkadaş çevresi olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte çalışmada eğitim düzeyi, gelir, yaş gibi demografik etkenlerin de banka tercihinde yüksek öneme haiz olduğu vurgulanmıştır. Keza katılımcıların İslâmi bankaların verdikleri hizmetten memnun oluklarını fakat ürün ve hizmet maliyet ve komisyonlarının yüksek olmasından şikâyetçi oldukları çıkan sonuçlardandır (Metawa & Almoosawi, 1198, s. 300).

Mohammad, Abu-salma ve Alzoubi, (2015:1) İslâmi bankacılık uygulamalarının ABD'deki Müslümanlar arasında kabul edilme düzeyini araştırmış. 102 Müslüman ile anket yapmış. Bankacılık müşterilerinin İslâmi Finans ve bankacılık hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaya büyük ilgi gösterdiğini ve birçoğunun İslâmi bankacılık kurumlarının müşterisi olma ihtimalinin yüksek olduğunu gösterdi. Şu sonuçlara varmıştır. Müşterileri yaşlarının yaklaşık 35-54 yaşları arasında ve yıllık geliri 50.000 ila 150.000 Dolar civarında olan Orta Doğu kökenli müşteriler olup eğitim programı yoluyla, Müslümanların İslâmi bankacılığı tercih etmeleri etkilenebilir ve yönlendirilebilir (Mohammad, Abu-salma, & Alzoubi, 2015, s. 1-16).

Naser, Ahmad ve Al-Khatib, (1999:135). Araştırmacılar Ürdün'de, faizsiz bankaların müşterisi olan 206 kişiye uyguladıkları anket çalışması ile “*müşteri farkındalığı ve müşteri memnuniyeti derecesi*” ni etkileyen faktörler araştırılmıştır. İslâmi bankanın tesis ve ürünlerinden belirli bir derecede memnuniyet duyduğunu ortaya çıkarmıştır. Müşteriler İslâmi bankaların ürün ve hizmetlerinden genel olarak memnun olduklarını, murâbaha, muşaraka ve mudârebe gibi bir dizi spesifik İslâmi finansal ürünlerle ilgilenmediklerini, en yüksek memnuniyetin “*kurum imajı ve tanınırlığı*”, “*dini sebepler*”, “*müşteri bilgileri gizliliği*”, şube çalışanlarının finansal okuryazarlık seviyesi ve hevesliliği ile konvansiyonel bankalardan aldıkları hizmetleri İslâmi

bankalardan da alabiliyor olmaları tespit edilen faktörlerdir (Naser, Ahmad , & Khalid , 1999, s. 135-150).

Okumuş, (2005:51) Türkiye'de faizsiz bankacılığın¹² nazariye ve tatbikî vecihlerinin incelenmesi, müşteri farkındalığı ve müşteri memnuniyeti derecesini değerlendirmek amacıyla 161 katılımcı ile anket yapılmıştır. Katılımcılar ürün ve hizmetlerden genel olarak memnun olduklarını tesislerin ise bazılarında memnun oluklarını ifade etmişlerdir. Ankete cevap verenlerin en yüksek memnuniyet düzeyi “*bir işlemi tamamlama*” “*çalışanların verdikleri finansal tavsiyelerin kalitesi*” ve “*personelin güler yüzlü olması*” olarak tespit edilmiştir (Okumuş, 2005, s. 51-86).

Okumuş ve Genç, (2013:144). Türkiye'de Katılım bankaları müşterilerinin banka seçim kriterleri ile finansal ürün ve hizmetlere yönelik müşteri memnuniyeti değerlendirmek amacıyla 281 katılımcı ile anket yapılmıştır. Katılımcıların kahir ekseri banka seçme tercihini etkileyen faktör olarak dini inancı göstermişlerdir. Ankete katılanların çoğu, faizsiz bankacılıkta kullanılan İslâmi terminoloji hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarından dolayı müşterilerin faizsiz bankacılık ilkeleri konusunda eğitilmesi ve pazarlama stratejilerinin gözden geçirilmesi gereklidir. Anket neticelerine göre; Şube sayısının sınırlı olması, uygun koşullar altındaki kredi ürünlerinin sınırlılığı, yüksek hizmet komisyon ve ücretleri müşteri memnuniyetinin düşük çıkmasına neden olduğu görülmüştür (Okumuş & Genç, 2013, s. 144-166).

Othman ve Owen (2003) Kuveyt'te yaptıkları bir araştırmaya göre müşterilerin banka seçimini etkileyen faktörler arasında en önemli kriterin, sunulan hizmet ve ürünlerin katılım bankacılığı prensiplerine uygun olması olarak ortaya koymuşlar.

Othman ve Owen, (2012), tarafından Kuveyt'te katılım bankacılığı üzerine yaptıkları araştırma kapsamında dini motivasyonun ve kültürel etkenlerin katılım bankacılığını seçmede en önemli etkenler olduğunu tespit etmişler. (Othman & Owen, 2012).

Ömer (1992), İngiltere'de yaptığı doktora çalışmasında İngiltere'de yerleşik 300 Müslümanla anket yapmıştır. Katılımcıların İslâmi bankaları neden tercih ettiklerini bulmaya çalışmıştır. Ankete verilen cevaplar ışığında Müslümanların çoğunlukla

¹² Yazarın makalede kullandığı “faizsiz bankacık” kavramını; katılım bankacılığı olarak kullanmayı tercih ettik.

İslâmi bankaları tercih kıstaslarının ilk sırasında dini hassasiyet geldiğini tespit etmiştir (Omer, 1992).

Özsoy, vd. (2013:187) Türkiye’de katılım bankalarının tercih sebeplerinin tespit edilerek literatüre katkı yapmak amacıyla Bolu İli kısıtlamasında, üç tane katılım bankasının mevcut müşterilerinden 217 kişilik örnek kütle ile yaptıkları anket çalışmasına verilen cevaplardan edinilen veriler açıklayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Ankete cevap verenlerin katılım bankalarını tercih etmelerine neden olan en önemli kıstasın “*Hizmet/ürün kalitesi*” olduğu bunun akabinde, sırasıyla “*imaj ve Güven*”, “*Personel Kalitesi*” ve “*Dini/Çevresel motivasyonlar*” faktörleri geldiğini bulmuşlardır (Özsoy, Görmez, & Mekik, 2013, s. 187-26).

Saiti, Ardo, ve Yumusak, (2019) Bu araştırmada Nijerya bağlamında müslüman olmayan müşteriler arasında islami bankacılık seçimini etkileyen faktörleri regresyon analizine dayanarak ölçümlemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre müslüman olmayan müşterilerin islami bankaları seçmelerinin birinci faktörü öznel norm olduğudur. Bunun arkasından algılanan davranışsal kontrol ve tutum olduğu tespit edilmiştir. İslami bankacılığın Nijerya’da artması, başarılarının teşvik edilmesi için islami bankacılık kurumlarının ve ilgili düzenleyici kurumların, önleyici tedbirler almalarının önemli olduğunu vurgulamışlardır (Saiti, Ardo, & Yumusak, 2019, s. 2)

Sarı, (2012), Banka tercihini etkileyen faktörlerin ilk sırada bankanın güvenilirliği, işlemleri tamamlanmadaki hız ve etkinliği, bankanın imajı olarak sıralamıştır. Bununla birlikte bankaların şube sayıları, buldukları yer, işlem masrafların uygun olması ve kredi maliyetlerinin düşüklüğü, şubelerin fiziki durumu, personelinin bilgi ve samimi ilgisi olarak ortaya koymuştur (Sarı, 2012).

Ser, vd. (2014) müşterilerin İslâmi bankaları tercih etmelerini sağlayan en önemli faktörün dini motivasyon olduğunu saptamışlar (Ser, Ghazali, & Sundram, 2014).

Şendoğdu, (2014:103) Konya’da her bir kesime ait (kamu, özel ve katılım banları) 107 müşteriden oluşan toplam 321 müşteri ile yaptıkları çalışmada “*Müşterinin banka tercih nedenleri, müşteri memnuniyeti dereceleri ve müşteri sadakat dereceleri*” araştırılmıştır. Bu çalışmada, kamu, özel ve katılım bankalarının müşterilerinin müşteri memnuniyeti ve sadakati arasında bir fark tespit edememişler. Araştırmaya göre katılım bankalarını tercih sebebi dini hassasiyetlerin öne çıktığı görülmüştür. Araştırmacı; müşteri memnuniyetini artırmak için müşteri

memnuniyetini artırıcı yenilikler yapılmalı ve müşteri istek ve şikâyetleri memnuniyet için bir fırsat olarak değerlendirilmelidir (Şendoğdu, 2014, s. 103).

Tayran, (2018:9) katılım bankalarının müşteri memnuniyeti ölçmeye yönelik İstanbul ilinde katılım bankasının 250 adet müşterisi ile yüz yüze anket yapılmıştır. Müşteri memnuniyetini en çok artıran unsurların sırasıyla ciro düzeyi, kâr paylaşım oranları, işlem maliyetleri ve ürün çeşitliliği olduğu tespit edilmiştir (Tayran, 2018, s. 9).

Toraman, Ata ve Buğan, (2015:761) Gaziantep ilinde anket yöntemiyle 539 mevcut müşteriler ve müşteri olma potansiyeli taşıyan müşterilerin katılım bankacılığına yönelik algılarının ve potansiyel müşteri niteliğindeki katılımcıların İslâmi bankalarla çalışma isteğine yönelik araştırma yapmışlardır. Yaptıkları araştırmada; katılımcıların katılım bankasını yeterince bilmedikleri ve potansiyel katılım bankası müşterilerinin İslâmi finans algılarının zayıf olduğunu ifade etmişlerdir (Toraman, Ata, & Buğan, 2015, s. 761).

Wakhid, vd., (2007:120) Endonezya'daki katılım bankalarının müşterilerine verdikleri hizmetin kalitesini ölçmek ve müşterilerin katılım bankalarını tercih etmelerinin nedenleri üzerine yaptıkları araştırmada dini nedenlerin katılım bankalarını tercih edilmesinde en önemli etken olduğunu tespit etmişler. (Wakhid & S. Efrita, 2007)

Zainuddin, Jahya, ve Ramayah, (2004:221) banka müşterileri ile yapılan araştırmaya göre ankete cevap veren katılımcıların bir bankayı seçmelerinin en önemli seçim kistasının dini motivasyon, akrabalar ve arkadaş tavsiyesi olduğunu çalışmalarında tespit etmişler (Zainuddin, Jahyd , & Ramayah, 2004).

4.1.2. Araştırmanın Kapsamı

Çalışmanın kapsamı finansal kriz dönemlerinde ve sonrasında faaliyette bulunan ve halen faaliyetlerini sürdürme koşulu dikkate alınarak üç katılım bankasının müşterilerine uygulanmıştır. Anket “*Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. ve Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.*” bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerine uygulanmıştır. Sonuçların Türkiye genelini yansıtabilmesi için Akdeniz, Marmara, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri, İç Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri ve Ege Bölgesi olmak üzere 5 (beş) ayrı bölge oluşturulmuştur. Seçilen katılım bankalarının ve yine katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari müşterileri ile düzenlenen anketler Şubat 2020-Mart 2021 tarihlerinde

hedef kütle tarafından cevaplandırılmış olup, bu zaman aralığında elde edilen cevaplar araştırmanın zaman açısından kapsamını oluşturmaktadır.

4.1.3. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama

Öncelikle araştırma konusu ile ilgili olan literatür taraması yapılmıştır. Akabinde araştırmaya hizmet edecek ifadelerle oluşturulan ve güvenilirlik testi yapılan anket kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada katılımcılara uygulanan anket üç alt bölümden müteşekkildir. Birinci bölümde; katılımcıların demografik bilgileri, ikinci bölüm; müşteri tipi ile ilgili bilgiler ve hangi tür bankalarla çalıştığı, katılım bankaları ile çalışma süreleri gibi müşterinin tercihleri hakkında bilgi alınmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde katılım bankaları ve çalışanlarının güvenilirlik ve yeterlilik soru seti katılım bankalarının hizmet kalitesini ölçmeye yönelik, katılımcılara 5 faktörlü SERVQUAL (Mihelis, Grigoroudis, Siskos, , & Politis,, 2001) ölçeğinden yararlanılarak araştırmacı tarafından özgünleştirilerek hazırlanmıştır.

Son bölümde ise katılım bankalarının kriz dönemleri politikaları memnuniyet formu çalışmanın müşteri memnuniyeti özelinde bankacılıkta müşteri memnuniyetini (Veysel Yılmaz, 2005) değerlendiren uygulama kısmı esas olmak üzere “*Customer satisfaction measurement*” ve “*Banking customer satisfaction measurement*” (Mihelis, Grigoroudis, Siskos, , & Politis,, 2001) amacını sağlayan anketler derinlemesine analize tabi tutulmuş ve araştırmacı tarafından çalışmanın amacına uygun olan sorulardan müteşekkil anket tüm bu çalışmalar sonucunda oluşturulmuş ve müşteri memnuniyeti çıktılarının değerlendirilmesine yönelik soruları içerecek şekilde hazırlanmıştır.

Ayrıca finansal krizler döneminde katılım bankalarını “*fon toplama*”, “*limit tahsisi*”, “*teminatlındırlar politikaları*”, “*fon kullandırma*”, “*finansal sıkıntı yaşayan ve ödeme güclüğü çeken müşterileri ile ilişki yönetimi*”, “*donuk kredilerin yönetilmesi*” ve katılım bankaları ile birlikte konvansiyonel bankalar ile de çalışan müşteriler yukardaki başlıklarda genel bir karşılaştırmaya yönelik soruları da içermektedir.

Her bir ifade kriz dönemlerinde katılım bankaları ile çalışan müşterilerin memnuniyet düzeyini belirlemeye yönelik olarak kullanılmıştır. Hazırlanan bu ifadeler 5’li likert ölçeğinde sorular olarak ankette yer almaktadır. Likert ölçeğin kullanımı aşağıdaki gibidir:

Tablo 4.1 :Likert Ölçeği Kullanım Tablosu

Ölçüm Değeri	Değerlendirme
1	Kesinlikle Katılmıyorum
2	Katılmıyorum
3	Bilgim Yok
4	Katılıyorum
5	Kesinlikle Katılıyorum

Anket uygulaması, finansal kriz dönemlerinde ve sonrasında faaliyette bulunan ve halen faaliyetlerini sürdüren katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerine ve çalışmanın yapıldığı beş bölgede anketin cevaplandırılmasına katkı sağlayacak finans yöneticileri veya patronları ile elektronik ortamda (Google Drive) vasıtasıyla yapılmıştır. Cevaplanan anketler elektronik ortamda tarafımıza ulaştırılmıştır. Tamamlanan anketler akabinde veriler SPSS 20.0 programına aktarılmıştır. Anketlerin ana kütlesi iradi örnekleme ile tespit edilmiş olan 1000 birim olup, %95 olasılık oranı, %5 kabul edilebilir hata payı, $z=1.96$ değerine göre ana kütle için belirlenen örneklem sayısı 87 olarak tespit edilmiştir. Çalışmada 428 anket cevaplanmış olup örneklemin ana kütleyle temsili sağlanmıştır. Eksik cevaplanan ve hatalı doldurulan anketler çalışma kapsamında değerlendirilmemiş; çalışmaya esas olan anketlerin sayısı 428 adet olarak tespit edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen sorulara verdikleri cevapların neticesinde oluşan anket sonuçlarının yüzde ve frekans dağılımları bulunmuş, bulunan veriler değerlendirilmiş ve incelemeye tabi tutularak yorumlanmıştır.

Anketlerin güvenilirlik testi neticesi olan “*Cronbach’s Alpha*” değeri 0,982 olarak tespit edilmiştir. Bulunan bu değer genel kabul görmüş olan 0.70’den büyük olması hesabıyla test ölçümleri güvenilir olarak saptanmıştır (Kılıç, 2016).

Yapılan analizin çıkan sonuçları aşağıda verilmiştir.

Tablo 4.2:Güvenilirlik Analizi

Güvenirlik Katsayısı (Cronbach's alpha)	İfade Adedi
0.982	60

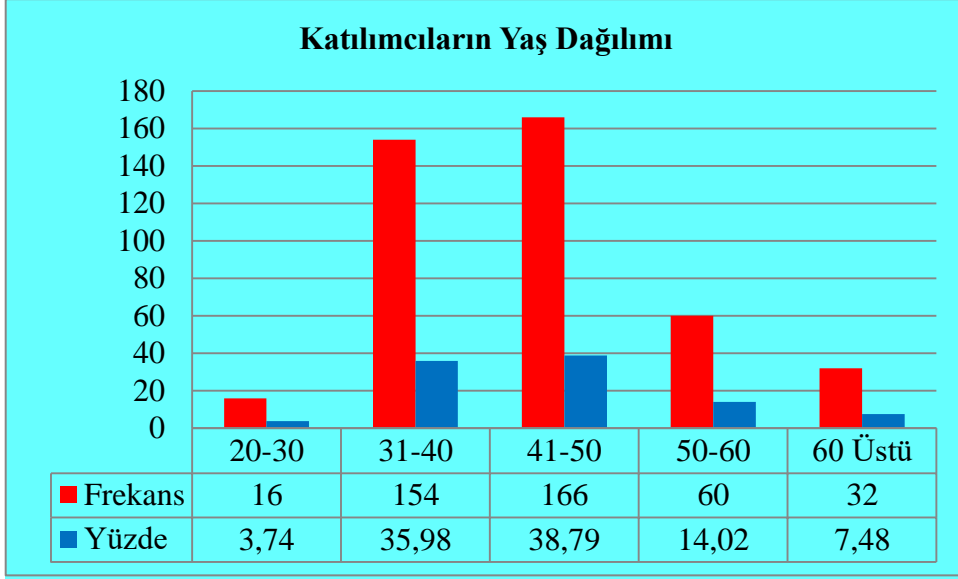
Anket sonuçlarının teste tabi tutulması amacıyla normallik testi yapılmıştır. Yapılan test doğrultusunda sorulan anket sorularına alınan cevaplardan edinilen verilerin normallik ön şartını taşımadığı ve normallik testine uygun olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla anket çalışmasında elde edilen bulgular parametrik olmayan (non-parametrik) testler uygulanmıştır. Anketin demografik bilgileri ve firma tanıtıcı bilgileri ile katılım bankacılığı faaliyetlerini kapsayan sorulara yönelik verilen cevaplar ilişkisinde farklılıkların olup olmadığının tespiti amacıyla ve bununla birlikte hangi yönde farklılık olduğuna yönelik olarak “*Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis H testi*” uygulanmıştır.

4.2.Araştırmanın Demografik Bilgileri

Bağımsız değişken olarak kabul ettiğimiz demografik parametreler; yaş, eğitim durumu, cinsiyet, firma ortaklığı, firmada profesyonel finans çalışanın mevcudiyeti, firma sahibinin aynı zamanda finanstan sorumluluğu, firmanın hangi tür bankalarla çalıştığı, firmanın katılım bankaları ile çalışma süresi, firmanın faaliyet süresi, firmanın faaliyet gösterdiği bölge, toplam çalışan personel sayısı, hukuki yapısı/şirket türü, yıllık cirosu, toplam aktif büyüklüğü, faaliyet gösterdiği sektör, bağlı ortaklığı ya da iştirakinin durumu, ihracat ve ithalatının olup olmaması bilgilerinden teşekkül etmektedir.

4.2.1. Yaş Bilgileri

Katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerin, araştırma anketini cevaplayan temsilcilerinin yaş bilgilerine ilişkin frekans ve yüzde bilgileri Grafik 4.1’de görülmektedir.



Grafik 4.1 :Katılımcıların Yaşlarının Dağılımı

Katılım bankaları ile çalışan müşterilerin ankete cevap veren temsilcilerinin yaş aralığı dağılımında en yüksek oran %38,78’lik pay ile 166 kişiden oluşan 41-50 yaş aralığıdır. 31-40 yaş aralığında olduğunu belirten 154 kişi %35,98’lik payı oluşturmaktadır. 60 kişi 50-60 yaş aralığında olduğunu belirtirken, en düşük pay olan %3,74 ile 16 kişi 20-30 aralığında olduğunu beyan etmişlerdir. Yaş dağılımında genç ve orta yaş grubunun ağırlıklı olması Türkiye’nin genç girişimci gücüne ve katılım bankaları ile çalışan KOBİ müşterilerinin dinamik yapısına işaret etmektedir. Aynı zamanda tez çalışmasına konu edindiğimiz zaman diliminde yaşanan finansal krizleri tecrübe ettikleri söylenebilir. Bu veri de kriz dönemlerinde memnuniyet düzeyinin doğru sonuçlar vermesi açısından önemlidir.

4.2.2. Cinsiyet Bilgileri

Araştırma anketini cevaplayan katılımcı cinsiyet bilgilerine ilişkin frekans bilgileri Grafik 4.2’de görülmektedir.

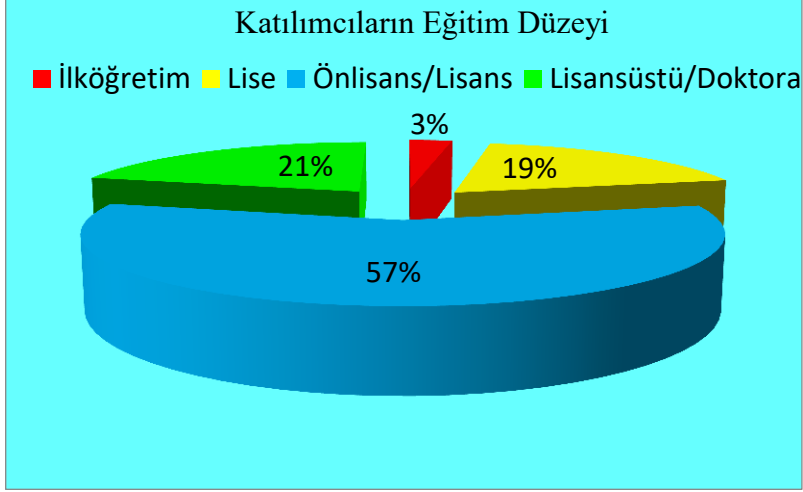


Grafik 4.2. :Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Anketimize katılım sağlayıp cevap verenlerin büyük çoğunluğunu teşkil eden %92,99’luk bir oranı oluşturan grup erkektir. Katılımcılardan %7,01’lik kısmı ise kadın olduklarını beyan etmiştir. Cinsiyet dağılımında erkek oranının çok yüksek çıkması Türkiye’nin istihdam yapısı ile de ilişkilidir.

4.2.3. Eğitim Bilgileri

Araştırmanın yürütüldüğü zaman sürecinde katılım bankaları ile çalışan müşterilerin araştırma anketini cevaplaması istenen kişilere dört kategoride eğitim durumu sorulmuştur. Eğitim düzeyine ilişkin bilgiler aşağıda yer alan Grafik 4.3’te frekans bilgileri ve yüzde eğilimi olarak yer almaktadır.

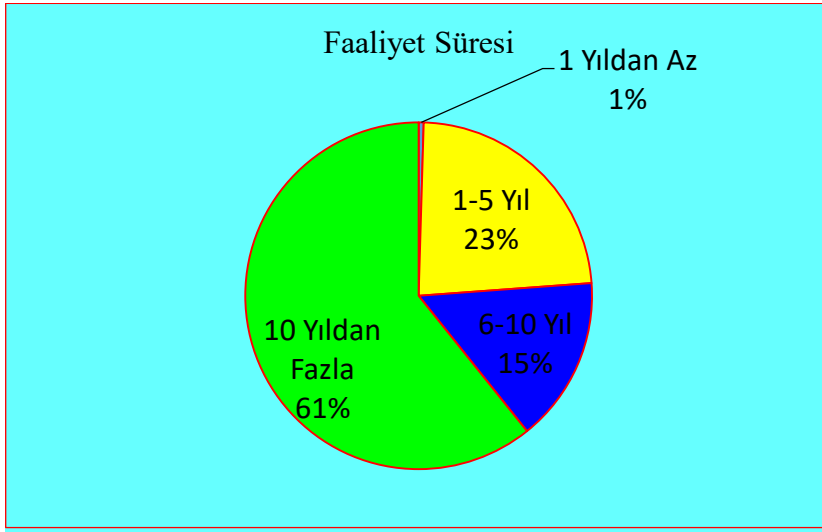


Grafik 4.3 :Katılımcıların Eğitim Düzeyi Dağılımı

Araştırmamıza cevap veren katılımcılardan %57'sini oluşturan ön lisans/lisans mezunları en yüksek paya sahiptir. Katılım bankaları ile çalışan müşterilerin %3'ne tekabül eden en düşük oran ile ilköğretim mezunlarıdır. Lise ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olduğunu beyan edenlerin oranları sırasıyla %19 ve %21 olduğu saptanmıştır. Ön lisans/lisans ve lisansüstü eğitime sahip olanların toplam %78'dir. Lisansüstü eğitim duruma sahip olan firma ortaklarının %16'sının aynı zamanda finansman sorumlu oldukları anlaşılmıştır. Muhtemelen bu araştırma on beş sene önce yapılmış olsaydı eğitim düzeyi daha düşük çıkardı.

4.2.4. Faaliyet Süresi

Firmaların faaliyet süreleri tecrübelerinin bir göstergesi niteliğinde olup daha önce yaşadıkları finansal krizleri hangi düzeyde etkilenerek geçirdikleri önemlidir. Kriz yaşamış ancak finansal yapılandırma, temerrüt, çek yazdırma ve senet protesto vb. olumsuzluklara düşmeyen firmaların baş gösteren yeni finansal krizlerde; hem finansman kaynaklarına erişimi kolay olacak hem de daha önceki tecrübeleri finansal krizi emsallerine göre daha kolay yönetmesini ve hatta fırsata çevirmesini sağlayacaktır. Araştırmanın yürütüldüğü zaman sürecinde katılım bankaları ile çalışan müşterilerin araştırma anketini cevaplaması istenen kişilere dört düzeyde faaliyet süresi sorulmuştur. Faaliyet sürelerini gösterir bilgiler aşağıda Grafik 4.4'te yer almaktadır.

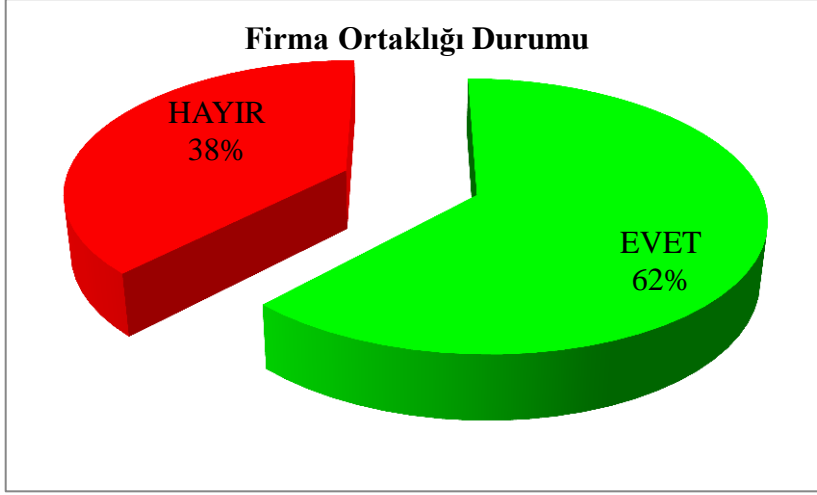


Grafik 4.4 :Katılımcıların Faaliyet Süreleri Dağılımı

Grafik 4.4'te görüldüğü üzere katılımcıların %61'i 10 yıldan fazla bir süredir faaliyetlerine devam ettiklerini ifade etmişlerdir. Bu da birden çok finansal kriz yaşadıklarını göstermek açısından önemli bir veridir. 6-10 yıl arasında faaliyet süresine sahip olanların oranı %15, 1-5 yıl arasında faaliyette olan katılımcıların oranı ise %23 ve 1 yıldan kısa süredir faaliyetlerini sürdürenlerin oranı ise %1'dir. Bu veriler ışığında en az bir finansal kriz görenlerin oranı %76'dır. Bir başka ifade ile araştırmamıza katılan her dört katılımcıdan üçü en az bir finansal kriz tecrübesi yaşamıştır.

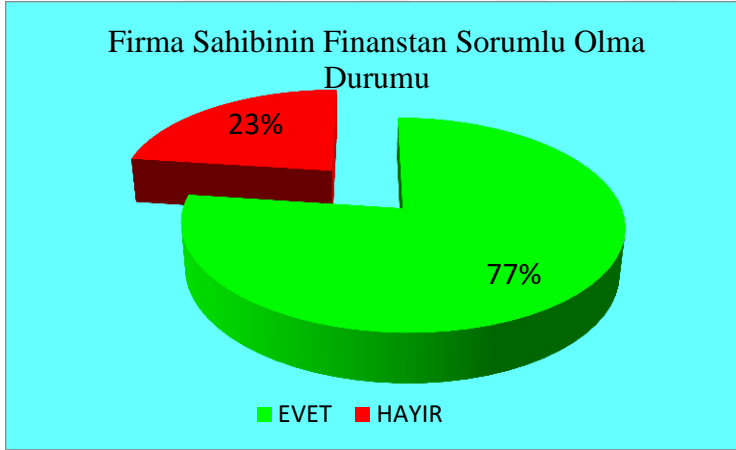
4.2.5. Katılımcıların Firma Ortağı Olması, Finanstan Sorumlu Olması ve Profesyonel Finansman Personelinin Olması

Firmaların hangi tür bankalar ile çalışması gerektiği ve yine bankalar ile çalışma yoğunluğu ve düzeyi, diğer taraftan yapılacak yatırımlarda yabancı kaynak ve öz kaynak arasınca seçim yapılmasında ve kararların alınmasında profesyonel finans sorumlusunun olup olmamasına göre değişkenlik göstermektedir.



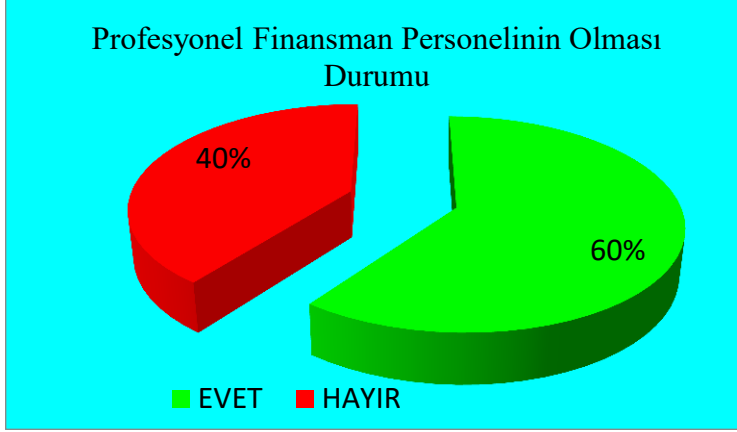
Grafik 4.5 :Katılımcıların Firma Ortağı Olması

Grafik 4.5'te görüleceği üzere anket katılımcılarının %62'si firma ortağı olduğunu %38'i ise olmadığını ifade etmiştir. Bu veri kapsamında memnuniyet anketi çalışmasının sonuçları daha çok firma ortaklarını yansıtmış olacaktır.



Grafik 4.6 :Katılımcıların Firma Ortağı Olması

Grafik 4.6 incelendiğinde firma sahiplerinin %77'lik kısmı aynı zamanda finanstan sorumlu oldukları ve finansal konulara karar verdikleri görülmektedir.



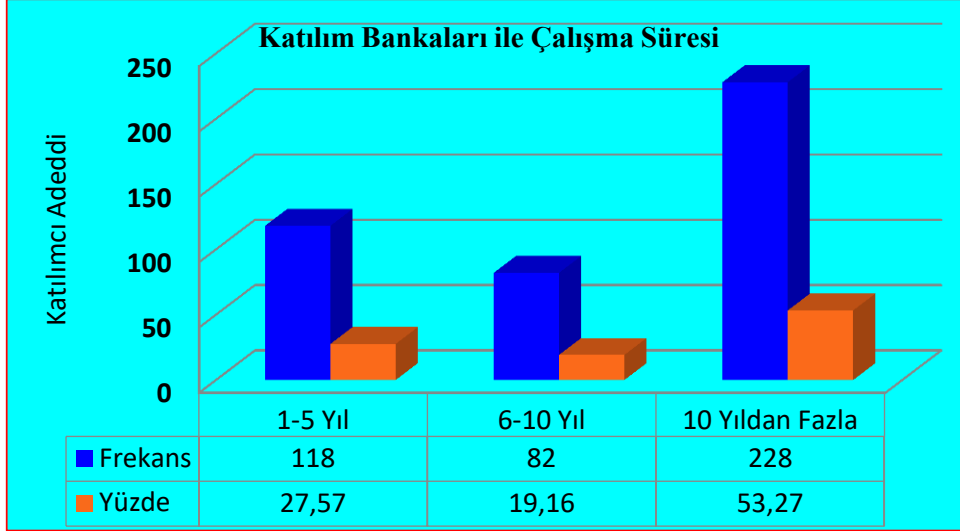
Grafik 4.7 :Profesyonel Finansman Personelinin Olması

Grafik 4.7’de görüldüğü üzere katılımcıların %60’ı firmalarında profesyonel finans sorumlusunun olduğunu ifade etmişlerdir.

Bu üç sonucu birlikte değerlendirdiğimizde Türkiye’deki firmaların büyük yüzde ile patron kontrolünde oluşu, %60’lık yüksek bir yüzde ile profesyonel finansman personeli çalıştırmalarına rağmen %77’lik oldukça yüksek bir oran ile finans konularında yine patronların karar verici oldukları görülmektedir.

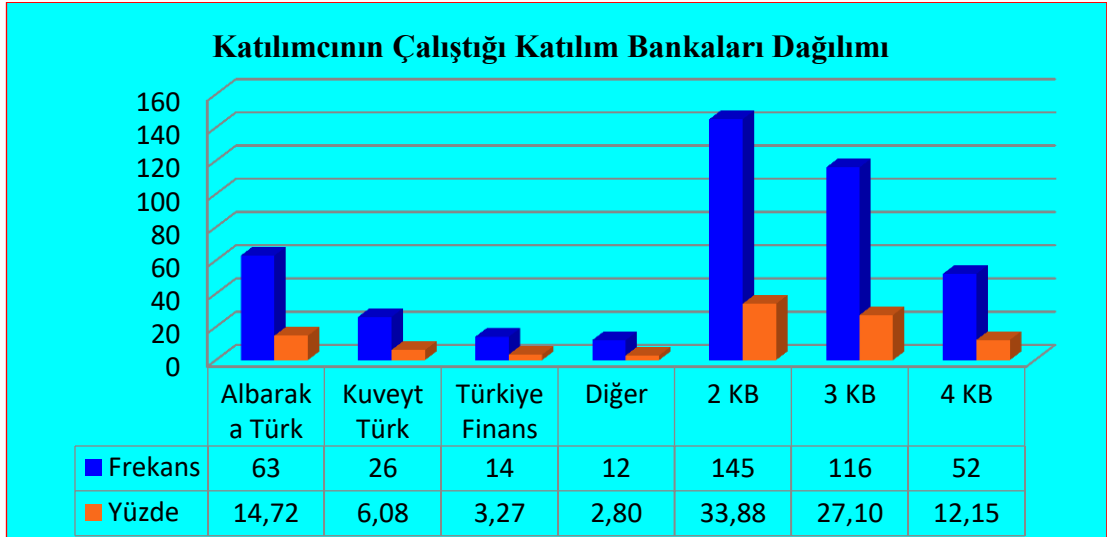
4.2.6. Katılımcıların Çalıştığı Katılım Bankaları, Katılım Bankaları İle Çalışma Süresi ve Çalıştığı Banka Türü Bilgileri

Anket araştırmasında katılım bankaları ile çalışan müşterilerin çalıştıkları katılım bankaları, hangi tür bankaları tercih ettikleri ve katılım bankaları ile çalışma sürelerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Grafik 4.8’de görülmektedir.



Grafik 4.8 :Katılımcıların Katılım Bankaları ile Çalışma Süresi

Araştırmaya katılan katılımcıların %53,27'si 10 yıldan fazla bir süre, %19,16'sı 6-10 yıl arası ile katılım bankaları ile çalıştıklarını, %27,57'sinin ise 5 yıldan az bir süredir katılım bankaları ile çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Anket çalışmamıza katılanların kahir ekseri 10 yıldan uzun bir süre katılım bankaları ile çalıştığını belirtmiştir. Dolayısıyla ana kütle sorguladığımız kriz dönemlerinde katılım bankaları ile çalıştığını göstermektedir.

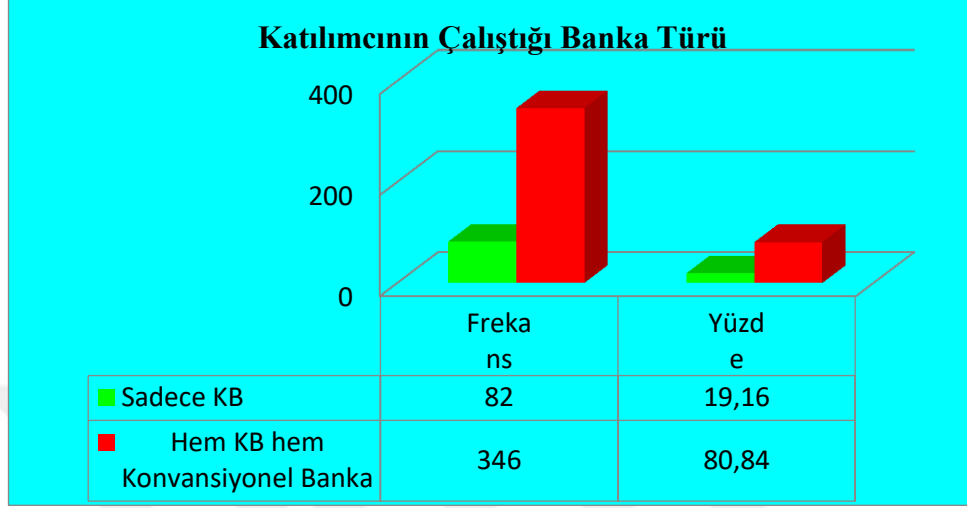


Grafik 4.9 :Katılımcıların Çalıştığı Katılım Bankaları Dağılımı

Grafik 4.9'daki verilere göre iki ya da üç katılım bankası ile çalışan katılımcıların oranı %60,98'dir. Dört ve daha fazla katılım bankası ile çalışanların oranı %12,15'tir. Sadece bir katılım bankasını tercih edenlerin toplam oranı ise %24,05'tir.

4.2.7. Katılımcıların Çalıştığı Banka Türü Bilgileri

Anket katılımcılarının hangi tür bankalar ile çalıştığı Grafik 4.10'da görülmektedir.



Grafik 4.10 :Katılımcıların Çalıştığı Banka Türü Durumu

Katılımcıların %19,16'sı sadece katılım bankaları ile çalıştıklarını belirtmişlerdir.¹³ Bu oran gerçekten de katılım bankacılığının desteklenmesi ve gelişim yönü ile sektörde ulaşabileceği ölçüğü göstermekte önemli ve öncü bir gösterge olduğu kanaatindeyiz.

Hem katılım bankaları hem de konvansiyonel bankalar ile çalıştıklarını ifade edenlerin oranı %80,84 gibi yüksek bir orandır.

Uzun süre katılım bankacılığının çeşitli kademelerinde ve müşteri ile yüz yüze çalışma deneyimine sahip olan biri olarak ve bu süre zarfında çok sayıda müşteriden aldığım geri bildirimler ve yaptığım gözlemler neticesinde bu oranın bu denli yüksek olmasının belli başlı nedenlerini başlıklar şeklinde şöyle sıralayabiliriz.

- ✓ Firmaların ölçek büyüklüğüne ulaştıklarında katılım bankalarının verdiği limitlerin yeterli olmaması,

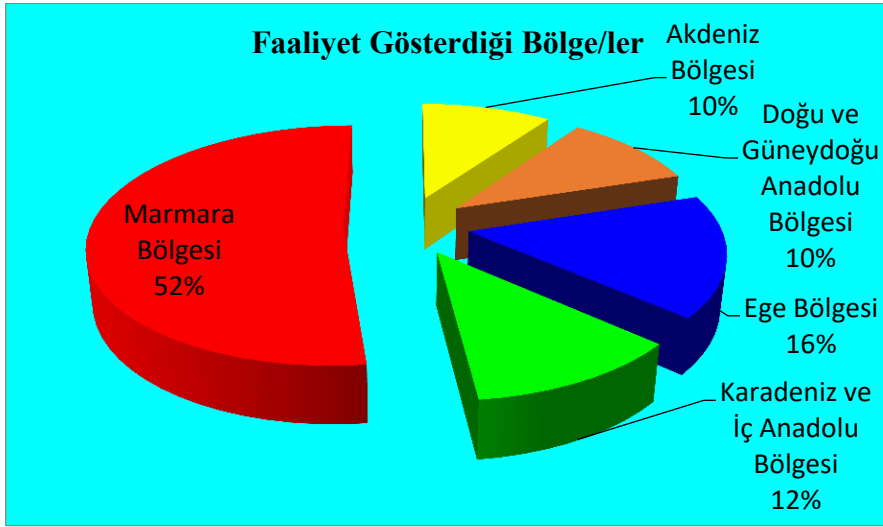
¹³ Bu oran Vilfredo Pareto'nun "Pareto İlkesi" ile uyumludur ve anlamlıdır. Önemli azın yasası burada da işlenmiş olduğunu göstermektedir.

- ✓ Tahsis edilen limitler için istenen teminatların yüksek olması nedeniyle firmaların yüksek teminat verecek finansal güce sahip olmamasından dolayı her bir bankadan küçük olsa dahi kefalet limitlerinin tahsisi noktasında banka çeşitlemesi yapması,
- ✓ Katılım bankalarının topladığı fonların vadesine bağlı olarak müşterilere faktör yatırımlarında iki-üç yıl ödemesiz dönem yapamaması,
- ✓ Devletin KOBİ'ler başta olmak üzere büyümek istediği stratejik sektörlerle yönelik sağladığı bazı avantajların sadece konvansiyonel kamu bankaları kanalıyla yapması,
- ✓ Vergi vb. ödemelerin devlet bankaları eliyle yapılmasının düzenleyici otorite tarafından zorunlu kılınması,
- ✓ Ülkenin her bir ilçesinde yaygın kamu konvansiyonel bankasının olması nedeniyle başta Anadolu olmak üzere müşteri ödemelerinin zorunlu bir şekilde konvansiyonel bankalardan yapılması,
- ✓ Kriz dönemlerinde yükselen maliyetler ve kredi politikalarının sıkılaşması nedeniyle zaman zaman kamu bankalarının ilgili dönemde firmalara kaynak sağlayabiliyor olması,
- ✓ Firmaların kullanmak istediği halde katılım bankalarının ürün gamında olmayan bazı ürünlerden dolayı,
- ✓ Müşterilerinin banka türünü çeşitlendirmek isteğinde olması,
- ✓ Devletçi ve milliyetçi duygular ile kamu konvansiyonel bankaları ile çalışma isteği gibi nedenler etkilidir.

Bununla birlikte katılım bankalarını tercih ettikleri ve katılım bankaları ile çalıştıkları halde kahir ekseriyetin aynı zamanda konvansiyonel bankalar ile neden çalışma isteğinde olduğu ve konvansiyonel bankalar ile çalışma saiklerinin neler olduğu ayrıca çalışılması gereken kapsamlı bir çalışma konusudur.

4.2.8. Katılımcıların Faaliyet Gösterdikleri Bölge(ler)

Araştırmanın yürütüldüğü zaman sürecinde katılım bankaları ile çalışan müşterilerin araştırma anketini cevaplaması istenen kişilere yönelttiği soruda beş bölge belirlenmiş ve hangi bölgede faaliyet gösterdiği sorusuna verilen cevaplar Grafik 4.11'de görülmektedir.



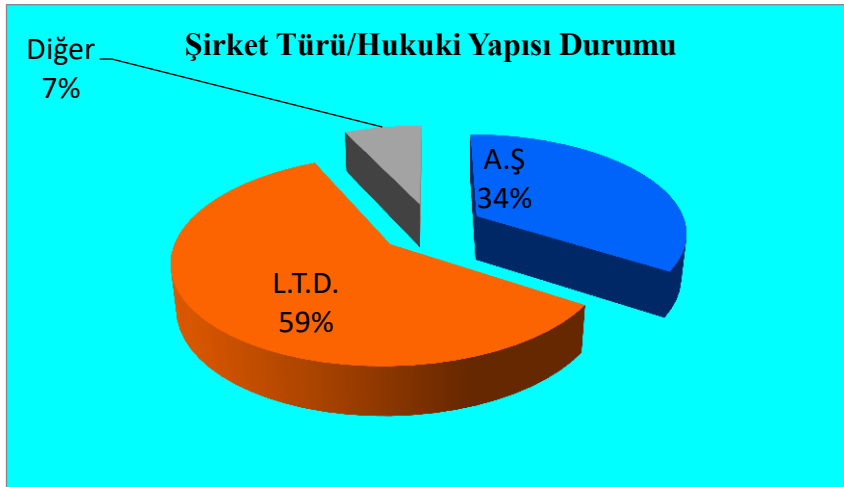
Grafik 4.11 :Katılımcıların Faaliyet Gösterdikleri Bölgelere Göre Dağılımı

Grafik 4.11’de görüldüğü üzere anket katılımcılarının firmalarının %52’si Marmara Bölgesinde faaliyet gösterdiğini ifade etmiştir. Ege Bölgesi %16, Karadeniz ve İç Anadolu Bölgesi %12 ve diğer iki bölge ise %10 oranındadır.

Araştırma verisi beklediğimiz bir sonuçtur. Hem katılım hem de konvansiyonel bankalarının şube sayılarının takribi yarısı Marmara Bölgesinde yoğunlaşmaktadır.

4.2.9. Katılımcıların Şirket Türü Bilgileri

Katılımcıların şirket türü bilgileri Grafik 4.12’de görülmektedir. Şirket türü daha çok ortaklık yapısını ve karar alma mekanizmaları hakkında bilgi vermektedir.

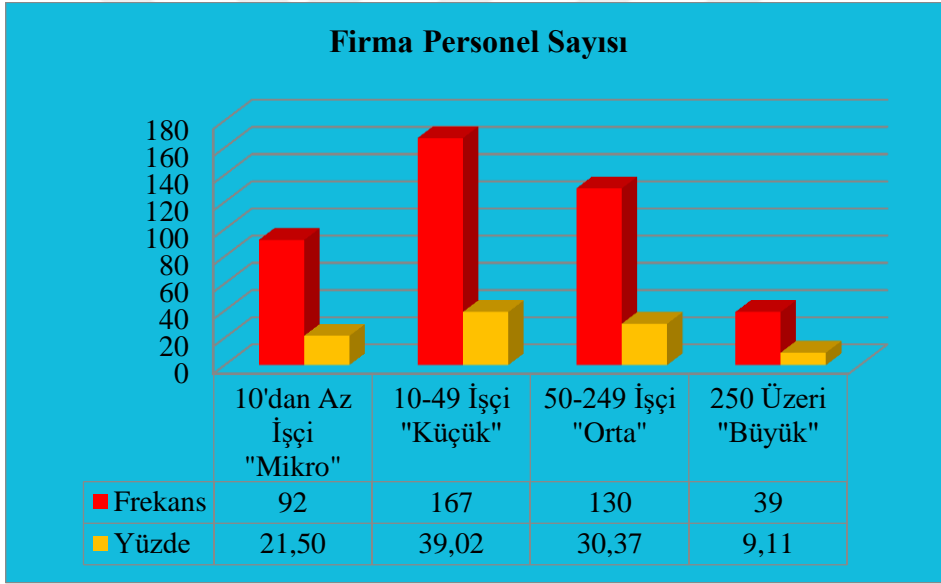


Grafik 4.12 :Katılımcıların Şirket Türü/Hukuki Yapısına Göre Dağılımı

Grafik 4.12 incelendiğinde ankete katılan katılımcıların %59'u LTD. ŞTİ. ve %34'ü ise A.Ş. şirket türüne sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Hukuki yapasını diğer diye ifade edenlerin sayısı %7'dir. Birinci sırada %59 ile LTD.ŞTİ. olması aynı zamanda firma patronlarının finansman ile ilgilenip ilgilenmediği sorusuna verilen cevaplar ile tutarlı olup ülkemizdeki şirketlerin çoğunun patron yani aile şirketleri olduklarına ve karar vericilerin kahir ekseriyetle ortak olduklarına işarettir.

4.2.10. Katılımcıların Personel Sayısı

Firmaların finansman başta olmak üzere aldıkları kararların birçoğunda en önemli faktörlerden biri işletme ölçeğidir. Araştırmamızda katılım bankaları ile çalışan müşterilerin personel sayılarına ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Grafik4.13'te görülmektedir.¹⁴



Grafik 4.13 :Katılımcıların Personel Sayılarına Göre Dağılımı

Grafik 4.13 verileri ışığında araştırma anketine cevap veren 167 firmanın, %39,02 oran ile 10- 49 arasında personel istihdam ettiğini, ikinci en yüksek personel istihdamının %30,37 ile 50 - 250 arasında personel çalıştırdığı görülmektedir. En

¹⁴ Yeni KOBİ tanımı istihdam sayısında değişikliğe gitmemiş ancak ciro değerinde KOBİ ve ticari ayırımında değişiklik yapılmıştır. Eski tanıma göre araştırmamıza cevap veren firmaların %90,89'luk yüzde ile KOBİ segmentinde kaldığı görülmektedir.

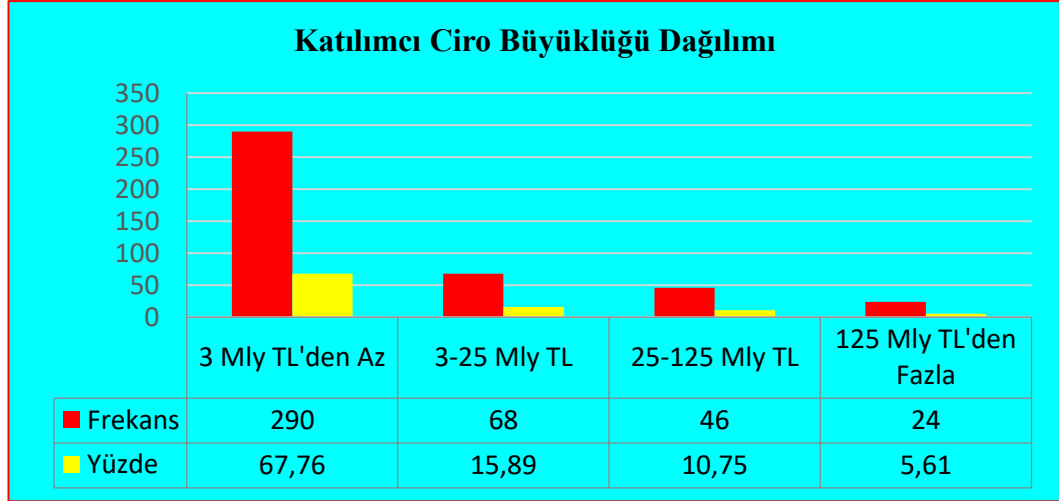
düşük oran %9,11 ile 250 üstü personel istihdam ettiğini belirten 39 müşteriyi göstermektedir. 92 firma %21,50 yüzde ile 10 kişiden az personel istihdam ettiğini belirtmişlerdir.

Personel sayısı ve KOBİ tanımı kıstası baz alındığında katılımcıların %60,52'si mikro veya küçük ölçekli yani 50 personelden az işçi çalıştırmaktadır. Firmaların sadece %9,11'i 250 personelden fazla işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerdir. %30,37'si ise orta ölçekli işletmelerdir.

4.2.11. Katılımcıların Ciro Büyüklüğü Bilgileri

Firmaların kamunun çeşitli kriterleri baz alarak desteklediği kesimde yer alıp almaması, finansman kaynaklarına uygun maliyet ve vadelerden yararlanması ve yatırım yapılması, işletme ölçeğinin büyütülmesi gibi kritik kararların alınmasını etkileyen bir diğer husus işletmenin ciro büyüklüğüdür.

Grafik 4.14'teki verilere göre; katılımcıların ciro büyüklükleri dağılımı yer almaktadır.

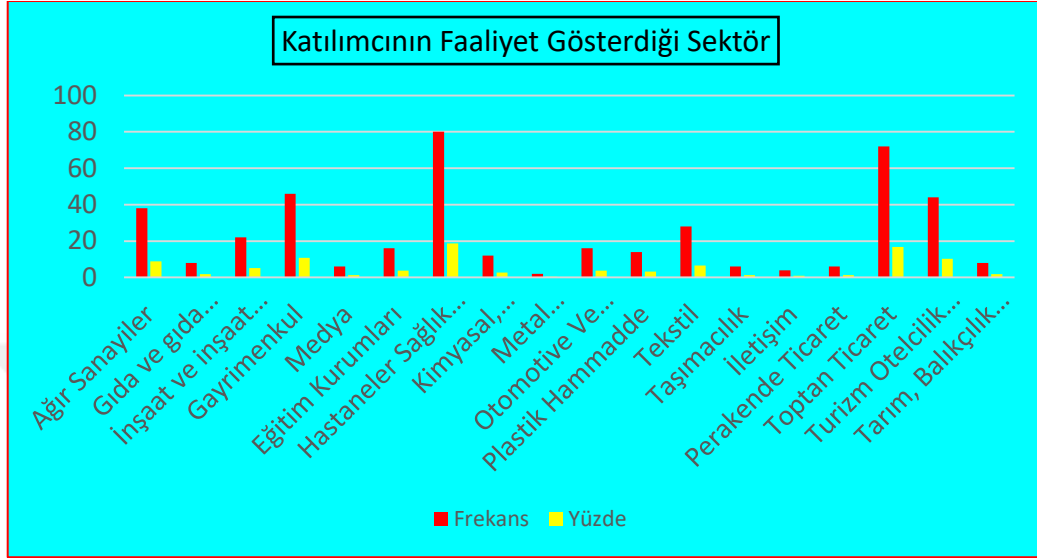


Grafik 4.14 :Katılımcıların Ciro Büyüklüğüne Göre Dağılımı

Buna göre katılımcıların %83,65'i mikro veya küçük ölçekli yani 25 milyon TL den az ciroya sahiptir. Firmaların sadece %5,61'i 125 milyon TL'den fazla ciroya sahip büyük işletmelerdir. Çalışmanın yapıldığı dönem diliminde ölçüt olarak kabul edilen KOBİ tanımına göre araştırmaya katılım sağlayan katılımcıların %94'ü KOBİ'dir.

4.2.12. Katılımcıların Faaliyet Gösterdiği Sektör Bilgileri

Katılımcıların faaliyet gösterdiği sektörler on sekiz seçenek olarak verilmiştir. Anket cevaplayıcılarından alınan cevapların dağılımı Grafik 4.15'te görülmektedir.



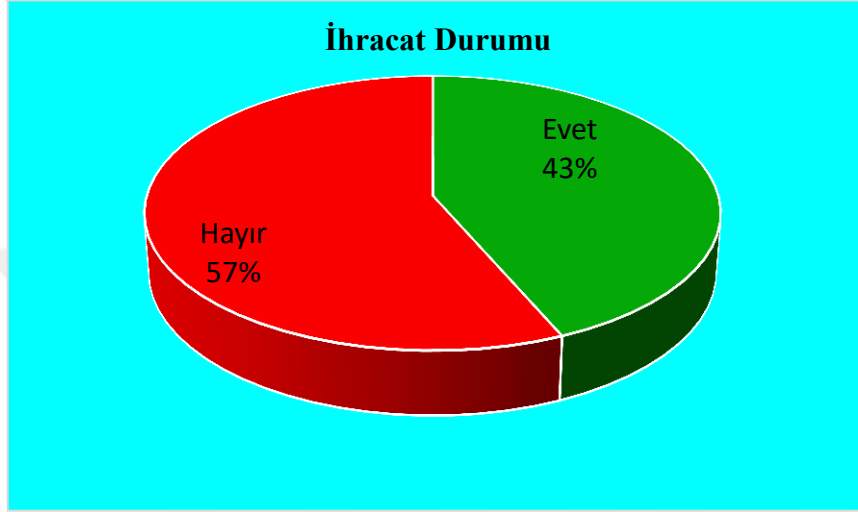
Grafik 4.15 :Katılımcıların Faaliyet Gösterdiği Sektöre Göre Dağılımı

Grafik 4.15'teki verilere göre en fazla katılımcı %18,69 ile hastaneleri ve sağlık hizmetleri¹⁵, ikinci en yüksek pay %16,82 ile toptan ticaret ve üçüncü ile dördüncü sırada, sırayla %10,75 gayrimenkul, %10, 28 ile turizm otelcilik yer almıştır. Çalışmamıza en az katılımcının olduğu sektör %0,47 ile maden ve taş ocağıdır.

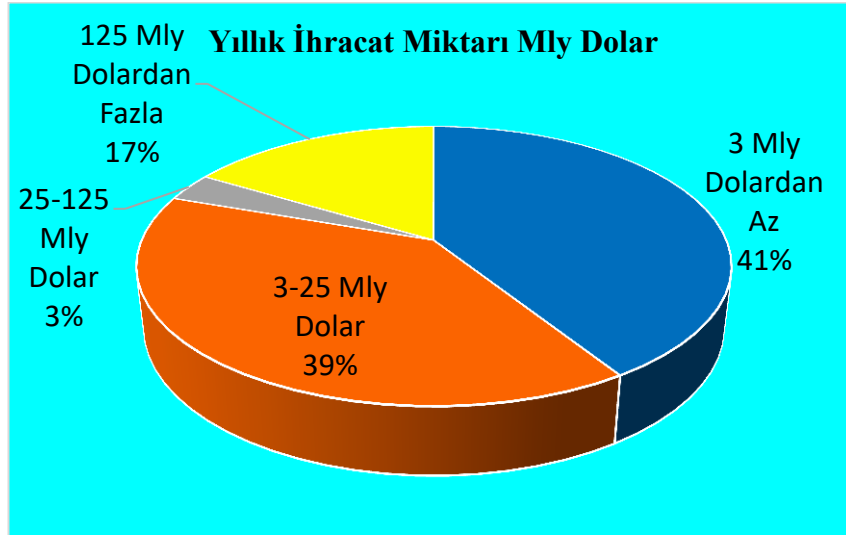
¹⁵ Türkiye'de sağlık sektörünün bankalardaki risk ağırlıkları birinci sırada olmamasına rağmen çalışmamızda en çok sağlık sektörü ve hastanelerin birinci çıkması kanaatimize çalışmanın pandemi dönemine denk gelmesi ve sağlık çalışanlarının pandemiye de bir kriz olarak algılamalarından dolayı hevesli davranarak çalışmaya yüksek katılım sağlamalarından kaynaklanmıştır. Keza pandemi sürecinde en çok etkilenen diğer sektörlerin de (turizm ve otelcilik, inşaat) çalışma da yüksek katılımcı olarak görünmeleri bu kanaatimizi pekiştirmektedir.

4.2.13. Katılımcıların Dış Ticaretleri ve Yıllık Miktar Bilgisi

Araştırmanın yürütüldüğü zaman sürecinde katılım bankaları ile çalışan müşterilerin araştırma anketini cevaplaması istenen kişilere dış ticaret yapıp yapmadıkları ve yapıyorlarsa son cari yıl dış ticaret cirosu milyon Dolar bazında sorulmuştur. Dış ticaret verilerine ilişkin bilgiler aşağıda yer alan Grafik 4.16 ve Grafik 4.17’de yüzde bilgileri olarak yer almaktadır.



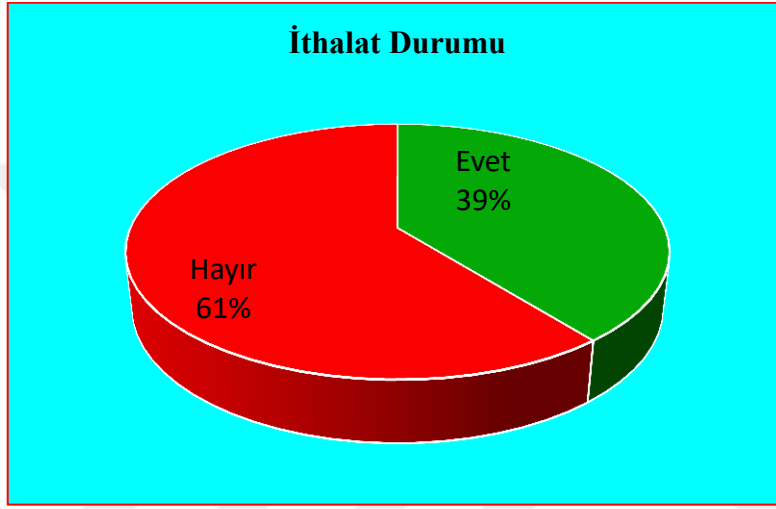
Grafik 4.16 :Katılımcıların İhracat Durumu ve Yıllık İhracat Miktarı



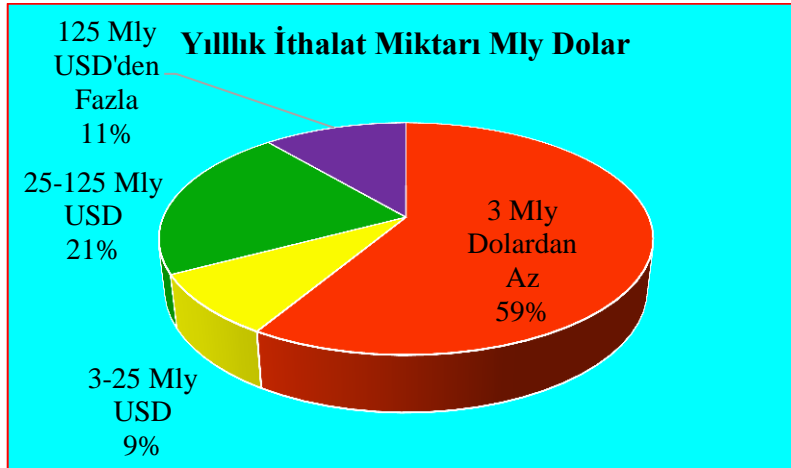
Katılımcıların %57’si ihracat yapmadığını, diğer taraftan %39’u ithalat yaptığını ifade etmiştir. Katılımcıların %41’i 3 milyon Dolardan daha az ihracat yaptığını (bu orana sıfır ihracat yapanlar yani hiç ihracatı olmayan firmalar da dâhildir), %39’u 3-

25 milyon Dolar ve %3'ü 25-125 milyon Dolar ihracat yaptığını ifade etmiştir. 125 milyon Dolardan fazla ihracatı olan katılımcı oranı %17'dir.

Katılımcıların %59'u 3 milyon Dolardan az ihracat yaptığını (bu orana sıfır ithalat yapanlar yani hiç ithalatı olmayan firmalar da dâhildir), %9'u 3-25 milyon Dolar ve %21'ü 25-125 milyon Dolar ihracat yaptığını ifade etmiştir. 125 milyon Dolardan fazla ihracatı olan katılımcı oranı %11'dir.



Grafik 4.17 :Katılımcıların İthalat Durumu ve Yıllık İthalat Miktarı Durumu



Grafik 4.17'deki verilere göre, katılımcıların %39'u ithalat yaptığını ifade etmiştir. Katılımcıların %59'u 3 milyon Dolardan daha az ithalat yaptığını (bu orana hiç ithalat yapan firmalar da dâhildir), %9'u 3-25 milyon Dolar ve %21'i 25-125 milyon

Dolar ithalat yaptığını ifade etmiştir. 125 milyon Dolardan fazla ithalatı olan katılımcı oranı %11'dir.

4.3.Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları ankette yöneltilen ifadelerin yüzde ve frekans bilgileri, standart sapma ve aritmetik ortalama değerlerini gösteren istatistikî sonuçlarla ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bununla birlikte araştırma bulgularının normal dağılıma uyup uymadığı test edilecek ve test sonuçları verilecektir. Test sonuçları normal dağılıma uymadığından parametrik olmayan analiz yöntemlerine ihtiyaç durumu tespit edilmiştir. Bahse konu çalışmada demografik bilgilerin bağımsız değişken olarak kullanılmasıyla, bağımsız değişkenler açısından katılım bankalarının kriz dönemlerinde müşteri memnuniyetlerinin farklılıklar içerip içermediği hususu analiz edilmiştir.

4.3.1. Frekans ve Yüzde Bilgileri

Araştırmada finansal kriz dönemlerinde katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli firmaların müşteri memnuniyetine yönelik 60 adet ifade kullanılmıştır. İfadelerin 16 adedi katılım bankalarının fiziki görünüm/maddi değerler, güvenilirlik, heveslik, duyarlılık/güven, kuruma bağlılık, yeterlilik güvence ile alakalıyken, 44 adedi; kredi limiti tahsisi, kredi verme, kredi fiyatları, kredi niteliği taşıyan ürünlerin teminatlandırılması, ATM/internet/gişe işlem limitleri ve bankacılık ürünlerinin komisyonları ile ilgili memnuniyet düzeyini ölçmeye yöneliktir.

Araştırmamıza katılım sağlayan katılım bankası müşterileri tarafından verilen cevapların frekans ve yüzde değerleri toplu bir şekilde verilecektir. Bazı seçilmiş ifadeler ayrı ayrı verilecektir. Tüm anket cevaplarına ait değerlendirmelerin yer aldığı frekans ve yüzde bilgileri EK-1'de yer verilmiştir.

4.3.2. Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Değerleri

Araştırmada finansal kriz önemlerinde katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli firmalara yöneltilen ifadelerin aritmetik ortalama değerleri müşteri

memnuniyetlerini ölçmelerini sağlayıcı niteliktedir. Araştırmada kullanılan ifadeler likert ölçekle kullanılmış olup, ölçek değerleri aşağıdaki değerlendirme düzeylerini ifade etmektedir.

1-Kesinlikle Katılmıyorum

2-Katılmıyorum

3-Kararsızım

4-Katılıyorum

5-Kesinlikle Katılıyorum

Bu değerlendirme düzeylerinin olumlu ifadeler için taşıdığı anlam ve değerlendirme sınırları aşağıdaki skalada görüldüğü gibidir:

Tablo 4.3 Likert Ölçeği Tablosu

Aralık Ölçütü	Aralık Değeri
1.00-1.80	Kesinlikle Katılmıyorum (Hiç memnun değilim)
1.81-2.60	Katılmıyorum (Memnun değilim)
2.61-3.40	Bilgim Yok (Kararsızım)
3.41-4.20	Katılıyorum (Memnunum)
4.21-5.00	Kesinlikle Katılıyorum (Çok memnunum)

Katılım bankası müşterilerinin finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarına olan memnuniyetlerinin değerlendirilmesine yönelik kendilerine yöneltilen sorulara verdikleri cevapların “*aritmetik ortalama ve standart sapma*” değerleri aşağıda ele alınmaktadır.

Tablo 4.4 :Standart Sapma ve Aritmetik Ortalama Tablosu

	Aritmetik Ort.	En Küçük	En Büyük	Aralık	En Küçük/En Büyük	Varyans
İfadelerin Genel Ort.	3.61	2.93	4.38	1.45	1.49	.13
İfadelerin Varyansı	1.27	.70	1.84	1.15	2.65	.06

Araştırmamıza katılan katılımcıların bütün ifadeler için yaptığı değerlendirmenin aritmetik ortalaması 3,61 olup yöneltilen ifadelere katıldıklarını ifade etmektedir. En küçük aritmetik ortalama değeri 2,93 ve en büyük aritmetik ortalama değeri 4,38'dir. Araştırmamızda kullandığımız ifadeler, “*aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları*” aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4.5 :Ürün ve Hizmetin Memnuniyet Düzeyi

	Yöneltilen sorular	Arit. Ort.	Std. Sapma
İfade 1	<i>“Katılım bankaları müşteri sorunlarının çözümünde samimi davranır”.</i>	4.19	0.98
İfade 2	<i>“Katılım bankaları çalışanlarının davranışı müşterilere güven vermektedir”.</i>	4.34	0.84
İfade 3	<i>“Katılım bankalarının çalışanları müşterilere karşı oldukça nazik ve hoşgörülüdürler”.</i>	4.09	1.08
İfade 4	<i>“Bir dahaki sefere yine katılım bankalarını tercih ederim”.</i>	4.02	1.14
İfade 5	<i>“Katılım bankalarının hizmet kalitesini arkadaşlarıma tavsiye ederim”.</i>	3.90	1.22
İfade 6	<i>“Her hangi biri hangi banka ile çalışmak gerektiğini sorarsa katılım bankalarını tavsiye ederim”.</i>	4.20	0.87
İfade 7	<i>“Katılım bankalarının binaları çalışma alanları ve donanımı modern görünüşe sahiptir”.</i>	4.07	0.96
İfade 8	<i>“Katılım bankaları verdiği sözü zamanında yerine getirir”.</i>	4.38	0.83
İfade 9	<i>“Katılım bankaları havale/EFT veya hesaptan fazla para çekme gibi konularda sık sık hata yapmaz”.</i>	4.23	0.94
İfade 10	<i>“Katılım bankaları müşterileri banka ile ilgili olan işlemlerinde kendilerini güvende hissederler”.</i>	4.19	0.95
İfade 11	<i>“Katılım bankası çalışanları her zaman müşteriye yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler”.</i>	3.55	1.20
İfade 12	<i>“Katılım bankaları müşterilerinin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar”.</i>	3.96	1.05
İfade 13	<i>“Katılım bankaları çalışanları müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye ve uzmanlığa sahiptirler”</i>	3.41	1.09
İfade 14	<i>“İlk defa kredi limitleri tahsisinden memnun musunuz?”</i>	3.29	1.14
İfade 15	<i>“Mevcut kredi limitlerinin revizesinden memnun musunuz?”</i>	3.30	1.14
İfade 16	<i>“Mevcut kredi limitlerinin artırılmasından memnun musunuz?”</i>	3.37	1.23

İfade 17	“Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin tahsisinden memnun musunuz?”	3.36	1.25
İfade 18	“Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin artırılmasından memnun musunuz?”	3.72	1.06
İfade 19	“İlk kez çek karnesi limiti talebinin değerlendirilmesinden memnun musunuz?”	3.80	1.07
İfade 20	“Mevcut çek karnesi limitinin artırılması talebinin değerlendirilmesinden memnun musunuz?”	3.82	1.05
İfade 21	“Mevcut çek karnesi limiti dâhilinde çek karnesi talebinin değerlendirilmesinden memnun musunuz?”	3.82	1.04
İfade 22	“ATM’den para çekme limitlerinin azaltılmamasından değiştirilmemesinden memnun musunuz?”	4.01	0.99
İfade 23	“İnternet ve mobil bankacılık kanallarındaki EFT ve havale saatlerinin değiştirilmemesinden memnun musunuz?”	4.00	1.02
İfade 24	“İnternet ve mobil bankacılık kanallarındaki EFT ve havale tutarlarının azaltılmamasından değiştirilmemesinden memnun musunuz?”	3.89	1.05
İfade 25	“İnternet ve mobil bankacılık kanallarında döviz alım-satım işlemleri limitlerinin değiştirilmemesinden memnun musunuz?”	3.73	1.16
İfade 26	“Şube kanalından döviz işlemlerine sınırlama getirilmemesinden memnun musunuz?”	3.64	1.12
İfade 27	“Kredi kullandırma iştahının devam etmesinden memnun musunuz?”	3.70	1.13
İfade 28	“Mevcut kredi limitinin kullandırılmasından memnun musunuz?”	3.65	1.13
İfade 29	“Proje ve sabit yatırımlarına yönelik kredi kullandırımından memnun musunuz?”	3.34	1.22
İfade 30	“Yüksek meblağlı kredi kullanma taleplerinin karşılanmasından memnun musunuz?”	3.44	1.13
İfade 31	“Çalıştığımız sektörün ortalama vadelerinden daha uzun vadeli kredi taleplerinin karşılanmasından memnun musunuz?”	3.52	1.20
İfade 32	“Kredi kullandırılmalarında ödemesiz dönem taleplerini karşılamasından memnun musunuz?”	3.35	1.22
İfade 33	“Müşâreke / kâr ve zarar ortaklığı projelerini yapmamasından memnun musunuz?”	3.26	1.20
İfade 34	“İcare/Leasing ürününü finanse etmemesinden memnun musunuz?”	3.05	1.36
İfade 35	“Murabaha ve ticari ürünlerin finansman maliyetlerinin artırılmasından memnun musunuz?”	3.09	1.31
İfade 36	“Komisyon oranları kriz öncesi ile mukayese edildiğinde uygulanan komisyon oranlarından memnun musunuz?”	3.01	1.26
İfade 37	“İlk defa kredi limitlerinin tahsisinde talep edilen	3.20	1.26

	<i>teminatlardan memnun musunuz?”</i>		
İfade 38	<i>“Mevcut kredi limitlerinin revizesi teminat politikasından memnun musunuz?”</i>	3.17	1.27
İfade 39	<i>“Mevcut kredi limitlerinin artırılması teminat politikasından memnun musunuz?”</i>	2.93	1.32
İfade 40	<i>“Gayrimenkul ipoteklerinin ekspertiz değerlerinden ve marjlarından memnun musunuz?”.</i>	3.35	1.14
İfade 41	<i>“Teminata alınan müşteri çeklerinin vadesinden ve marjından memnun musunuz?”</i>	3.30	1.21
İfade 42	<i>“Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin tahsisi teminat politikasından memnun musunuz?”</i>	3.34	1.15
İfade 43	<i>“Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin artırılması teminat politikasından memnun musunuz?”.</i>	3.58	1.04
İfade 44	<i>“Ödeme gücü çeken müşterilere karşı tutumundan memnun musunuz?”</i>	3.73	1.18
İfade 45	<i>“Ödeme gücüne düşen müşterilerin kredilerini geri çağırılmalarından memnun musunuz?”</i>	3.65	1.09
İfade 46	<i>“Yeniden yapılandırma taleplerini değerlendirmelerinden memnun musunuz?”</i>	3.44	1.10
İfade 47	<i>“Yeniden yapılandırma talepleri projelerine uyguladıkları maliyetlerden/kâr payından memnun musunuz?”</i>	3.55	1.09
İfade 48	<i>“Yeniden yapılandırma taleplerinde uyguladıkları vadelerden memnun musunuz?”</i>	3.46	1.09
İfade 49	<i>“Yeniden yapılandırma taleplerinde ödemesiz dönem taleplerinin karşılanmasından memnun musunuz?”</i>	3.48	1.07
İfade 50	<i>“Tahsili mümkün olmayan alacaklara karşı tutumundan memnun musunuz?”</i>	3.40	1.10
İfade 51	<i>“Tahsili mümkün olmayan alacakların hukuki süreçlerinden memnun musunuz?”</i>	3.20	1.23
İfade 52	<i>“Katılım hesapları getirilerinin konvansiyonel bankaların mevduat faizleri ile kıyasladığınızda aldığınız getiriden memnun musunuz?”</i>	3.29	1.21
İfade 53	<i>“Sukuk ve 4 fon toplama hesapları getirilerini Konvansiyonel bankaların mevduat faizleri ile kıyasladığınızda aldığınız getiriden memnun musunuz?”</i>	3.29	1.26
İfade 54	<i>“Fon kullandırma kâr paylarını konvansiyonel bankaların faiz oranları ile kıyasladığınızda memnun musunuz?”</i>	3.57	1.16
İfade 55	<i>“Bankacılık hizmetlerinden alınan komisyonları konvansiyonel bankalarında alınan komisyonlarla kıyasladığınızda memnuniyet düzeyiniz?”</i>	3.32	1.16
İfade 56	<i>“Kredilerin tahsisinde istenen teminatları konvansiyonel bankaların ki ile kıyasladığınızda memnuniyet düzeyiniz?”</i>	3.65	1.09
İfade 57	<i>“Ödeme gücü çeken müşterilere karşı tutumunu konvansiyonel bankalar ile kıyasladığınızda memnuniyet</i>	3.60	1.15

<i>düzeğiniz?”</i>			
İfade 58	<i>“Çalıştığınız katılım bankasının/bankalarının beklentilerinizi karşılama düzeyinden memnun musunuz?”</i>	3.83	1.03
İfade 59	<i>“Katılım bankalarının sunduğu hizmetlerden memnun musunuz?”</i>	3.81	1.08
İfade 60	<i>“Katılım bankalarının sunduğu ürünlerden memnun musunuz?”</i>	3.9857	1.04541

Araştırmamızda katılımcılara yönlendirdiğimiz toplam 60 farklı soru bulunmaktadır. Katılımcılara yönlendirdiğimiz bu ifadelerden 4 ifadenin standart sapması”4,21-5,00”aralığında olup bu ifadelere kesinlikle katıldıklarını göstermektedir.

Ana kütleliyi oluşturan cevaplayanların 35 tanesinin değerlendirmesine ait aritmetik ortalama değeri “3,41-4,20” aralığında olup bu ifadelere katıldıklarını göstermektedir.

Katılım bankaları müşterilerinin katılım bankalarının finansal kriz dönemlerindeki tutumlarının değerlendirmesine ait aritmetik ortalama değeri “2,93-3,40” arasında olan 21 adet ifadeye anket katılımcılarının kararsız bir görüş belirttiklerini göstermektedir.

Araştırmamızın en küçük aritmetik ortalama değeri 2,93 olup 2,60 değeri altında kalan bir ifade bulunmamaktadır. Anket katılımcılarının “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” yönünde görüşlerinin aritmetik ortalamasının altında kaldığını göstermektedir.

Tablo 4.6 :Aritmetik Ortalama İfade Sayısı

Aralık	Aralığın Değeri	İfade Sayısı
1.00-1.80	Kesinlikle Katılmıyorum/Hiç Memnun Değilim	0
1.81-2.60	Katılmıyorum/Memnun Değilim	0
2.61-3.40	Bilgim Yok/Kararsızım	21
3.41-4.20	Katılıyorum/Memnunum	35
4.21-5.00	Kesinlikle Katılıyorum/Çok Memnunum	4

En düşük aritmetik ortalamaya sahip dört ifadenin sırasıyla;

1. Kredilerin teminatlandırılması,
2. Komisyon oranlarının kriz öncesi ile mukayesesi,
3. Murâbaha, icara ve ticari ürünlerinin kriz öncesi ile mukayesesinde finanse edilmesi
4. Katılım bankacılığının fon kullandırma ürünlerin maliyetleri ile vade yapısı olduğu ifadelerinden oluşmaktadır.

En düşük aritmetik ortalamanın bu ifadelerde çıkması beklediğimiz bir sonuçtur. Çünkü kriz dönemlerinde katılım bankaları her ne kadar müşterilerinin ekonomik aktivitelerini bozulmaması ve kriz öncesi ile aynı ekonomik verimlilikte çalışmalarını istemesine rağmen çeşitli nedenlerle iş bu olgunun tam yaşanması söz konusu değildir. Krizin yapısına bağlı olarak bazı firmalarda önlem alınmaması halinde daha büyük çıkmazlara neden olacağından yukarıda zikredilen hususlarda yapılan politikalar ile krizin hafif atlatılması hedeflenmekte ve yönetilmektedir.

En yüksek aritmetik ortalamalı ilk 3 ifade aşağıdaki gibidir.

1. *“Katılım bankaları verdiği sözü zamanında yerine getirir”.*
2. *“Katılım bankaları çalışanlarının davranışı müşterilere güven vermektedir”*
3. *“Katılım bankaları havale/EFT veya hesaptan fazla para çekme gibi konularda sık sık hata yapmaz”.*

Yukarıdaki ifadeler anket katılımcılarının katılım bankalarının güvenilirliğine kesinlikle katıldıklarını göstermektedir. Katılım bankalarının güvenilirliğinin yüksek çıkması son derece önemlidir. Müşterilerinin güvenilirlik düzeyinin yüksek çıkması gelecekte de bu kurumlarla çalışacaklarını ifade etmektedir. Varlıklarının devamı ile sürdürülebilir büyüme, toplam bankacılık kesimi içinde aldıkları payın artırılması, yeni müşteri kitlelerine ulaşma, kendilerini yenileme ve büyüme planlamaları üzerinde ciddi etkiye sahip olan güvenilirlik ilkesinin yüksek çıkması bu kurumların potansiyellerinin hâlâ yüksek olduğunu göstermesi açısından önemlidir.

Takip eden en yüksek aritmetik ortalamalı diğer 3 cevap ise;

- 1 *“Her hangi biri hangi banka ile çalışmak gerektiğini sorarsa katılım bankalarını tavsiye ederim”.*
- 2 *“Katılım Bankaları müşteri sorunlarının çözümünde samimi davranır”.*

3 “Katılım bankaları müşterileri banka ile ilgili olan işlemlerinde kendilerini güvende hissederler”.

Şeklinde. Bu üç ifade, katılımcıların katılım bankalarının “Kuruma bağlılık”, “Heveslilik” ve “Güvenilirlik” lerine katıldıklarını ifade etmektedir.

4.3.3. Verilerin Normal Dağılıma Uygunluk Testi

Katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin finansal kriz dönemlerindeki müşteri memnuniyetlerinin değerlendirmesine yönelik normal dağılıma uygunluk testi test sonuçları Tablo 4,7’de görülmektedir.

Tablo 4.7 :Normal Dağılıma Uygunluk Test Sonuçları

	İstatistik	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)	İstatistik	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)
İfade 1	.271	428	.000	.772	428	.000
İfade 2	.310	428	.000	.743	428	.000
İfade 3	.277	428	.000	.793	428	.000
İfade 4	.244	428	.000	.796	428	.000
İfade 5	.254	428	.000	.815	428	.000
İfade 6	.258	428	.000	.797	428	.000
İfade 7	.229	428	.000	.817	428	.000
İfade 8	.324	428	.000	.724	428	.000
İfade 9	.280	428	.000	.769	428	.000
İfade 10	.272	428	.000	.787	428	.000
İfade 11	.179	428	.000	.886	428	.000
İfade 12	.226	428	.000	.835	428	.000
İfade 13	.196	428	.000	.896	428	.000
İfade 14	.190	428	.000	.901	428	.000
İfade 15	.191	428	.000	.903	428	.000
İfade 16	.210	428	.000	.892	428	.000
İfade 17	.191	428	.000	.896	428	.000
İfade 18	.193	428	.000	.878	428	.000
İfade 19	.192	428	.000	.862	428	.000
İfade 20	.206	428	.000	.856	428	.000
İfade 21	.200	428	.000	.852	428	.000

Ífade 22	.225	428	.000	.831	428	.000
Ífade 23	.240	428	.000	.816	428	.000
Ífade 24	.213	428	.000	.847	428	.000
Ífade 25	.231	428	.000	.856	428	.000
Ífade 26	.222	428	.000	.877	428	.000
Ífade 27	.226	428	.000	.868	428	.000
Ífade 28	.179	428	.000	.883	428	.000
Ífade 29	.191	428	.000	.901	428	.000
Ífade 30	.186	428	.000	.904	428	.000
Ífade 31	.208	428	.000	.885	428	.000
Ífade 32	.167	428	.000	.900	428	.000
Ífade 33	.201	428	.000	.899	428	.000
Ífade 34	.148	428	.000	.897	428	.000
Ífade 35	.152	428	.000	.904	428	.000
Ífade 36	.146	428	.000	.912	428	.000
Ífade 37	.166	428	.000	.904	428	.000
Ífade 38	.168	428	.000	.903	428	.000
Ífade 39	.152	428	.000	.902	428	.000
Ífade 40	.180	428	.000	.903	428	.000
Ífade 41	.175	428	.000	.903	428	.000
Ífade 42	.180	428	.000	.903	428	.000
Ífade 43	.193	428	.000	.885	428	.000
Ífade 44	.192	428	.000	.862	428	.000
Ífade 45	.198	428	.000	.885	428	.000
Ífade 46	.199	428	.000	.895	428	.000
Ífade 47	.206	428	.000	.884	428	.000
Ífade 48	.196	428	.000	.899	428	.000
Ífade 49	.211	428	.000	.883	428	.000
Ífade 50	.203	428	.000	.891	428	.000
Ífade 51	.199	428	.000	.898	428	.000
Ífade 52	.186	428	.000	.899	428	.000
Ífade 53	.167	428	.000	.903	428	.000
Ífade 54	.188	428	.000	.884	428	.000
Ífade 55	.183	428	.000	.904	428	.000
Ífade 56	.193	428	.000	.883	428	.000
Ífade 57	.229	428	.000	.883	428	.000

İfade 58	.245	428	.000	.851	428	.000
İfade 59	.232	428	.000	.863	428	.000
İfade 60	.229	428	.000	.830	428	.000

4.4.Farklılık Analizleri

Araştırma kapsamında her bir bağımsız değişken bağlamında katılım bankası KOBİ nitelikli müşterilerine yöneltilen ifadeler için farklılık analizi yapılması planlanmıştır. Bu amaçla öncelikle verilerin normal dağılıma uygunluk testleri yapılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığının belirlenmesinden sonra her bir bağımsız değişken göz önünde bulundurularak hipotezler oluşturulmuş ve analizler yapılmıştır.

4.4.1. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Farklılık Analizi

Eğitim düzeyine göre farklılık analizi Kruskal-Wallis-H testi ile yapılacaktır. Ankette eğitim düzeyleri lisansüstü/doktora, ön lisans/lisans, lise ve ilköğretim düzeyi olmak üzere dört ayrı seçenekte düzenlenmiştir.

Farklı eğitim düzeyleri için dört ayrı seçenekte tespit edilen bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir.

H0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde farklı eğitim düzeyinde olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde farklı eğitim düzeyinde olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.8 :Eğitim Düzeyi Bilgileri Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analiz Sonuçları

	Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)		Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)
İfade 1	6.567	3	.087	İfade 31	6.083	3	.108
İfade 2	8.844	3	.031¹⁶	İfade 32	28.604	3	.000
İfade 3	7.367	3	.061	İfade 33	12.502	3	.006
İfade 4	4.531	3	.210	İfade 34	9.544	3	.023
İfade 5	2.246	3	.523	İfade 35	4.683	3	.197
İfade 6	4.378	3	.223	İfade 36	6.662	3	.084
İfade 7	7.243	3	.065	İfade 37	10.309	3	.016
İfade 8	3.888	3	.274	İfade 38	7.292	3	.063
İfade 9	11.062	3	.011	İfade 39	8.657	3	.034
İfade 10	9.722	3	.021	İfade 40	13.202	3	.004
İfade 11	13.867	3	.003	İfade 41	9.186	3	.027
İfade 12	10.420	3	.015	İfade 42	8.381	3	.039
İfade 13	11.909	3	.008	İfade 43	8.333	3	.040
İfade 14	6.007	3	.111	İfade 44	5.582	3	.134
İfade 15	2.579	3	.461	İfade 45	6.703	3	.082
İfade 16	11.372	3	.010	İfade 46	7.368	3	.061
İfade 17	8.357	3	.039	İfade 47	6.839	3	.077
İfade 18	6.442	3	.092	İfade 48	13.045	3	.005
İfade 19	10.747	3	.013	İfade 49	9.792	3	.020
İfade 20	14.077	3	.003	İfade 50	4.867	3	.182
İfade 21	4.865	3	.182	İfade 51	10.822	3	.013
İfade 22	19.843	3	.000	İfade 52	9.900	3	.019
İfade 23	5.228	3	.156	İfade 53	5.622	3	.132
İfade 24	14.763	3	.002	İfade 54	1.584	3	.663
İfade 25	8.934	3	.030	İfade 55	10.757	3	.013
İfade 26	4.021	3	.259	İfade 56	15.068	3	.002
İfade 27	9.077	3	.028	İfade 57	8.806	3	.032
İfade 28	17.387	3	.001	İfade 58	1.246	3	.742

¹⁶ Farklılık analizi tablolarında $p < 0.05$ düzeyindeki ifadeler “**koyu (bold)**” olarak gösterilmiştir.

İfade 29	8.996	3	.029	İfade 59	9.337	3	.025
İfade 30	7.216	3	.065	İfade 60	8.824	3	.032

Katılım bankası ile çalışan KOBİ müşterilerinin eğitim düzeylerine göre katılım bankalarının finansal kriz dönemlerindeki memnuniyet değerlendirmelerinde farklılık analizi ($p < 0.05$ düzeyinde) Kruskal-Wallis testi sonuçları Tablo 4,8’de görülmektedir.

Tablo 4,8’deki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 2, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 19, 20, 22, 24, 25, 27, 28, 29, 32, 33, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 47, 48, 49, 51, 52, 55, 56, 57, 59 ve 60 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

4.4.2. Katılımcıların Firma Ortağı Olmasına Göre Farklılık Analizi

Mann-Whitney testi kullanılarak firma ortaklığı bilgileri ışığında farklılık analizi yapılacaktır. Ankette yer alan Hayır ve Evet iki seçenekli bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir.

H_0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firma ortağı olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H_1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firma ortağı olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Firma ortağı olmasına göre farklılık analizi Mann-Whitney testinin sonuçları ($p < 0.05$) koşulunun gerçekleşme durumu Tablo 4,9’da görülmektedir.

Tablo 4.9 :Ortak Olmasına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig (p)		Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig (p)
İfade 1	20720.0	33923.0	-.720	.471	İfade 31	21534.0	57045.0	-.010	.992
İfade 2	18868.0	32071.0	-2.389	.017	İfade 32	21406.0	34609.0	-.116	.907

İfade 3	19790.0	32993.0	-1.513	.130	İfade 33	21052.0	56563.0	-.413	.679
İfade 4	19164.0	32367.0	-2.042	.041	İfade 34	20038.0	55549.0	-1.243	.214
İfade 5	20398.0	33601.0	-.976	.329	İfade 35	19640.0	55151.0	-1.573	.116
İfade 6	20454.0	33657.0	-.948	.343	İfade 36	19288.0	54799.0	-1.865	.062
İfade 7	20448.0	33651.0	-.941	.347	İfade 37	21300.0	34503.0	-.204	.839
İfade 8	18530.0	31733.0	-2.718	.007	İfade 38	20876.0	56387.0	-.555	.579
İfade 9	18670.0	31873.0	-2.520	.012	İfade 39	19280.0	54791.0	-1.869	.062
İfade 10	19170.0	32373.0	-2.063	.039	İfade 40	21406.0	56917.0	-.117	.907
İfade 11	21416.0	56927.0	-.108	.914	İfade 41	20472.0	33675.0	-.893	.372
İfade 12	20040.0	33243.0	-1.279	.201	İfade 42	19972.0	33175.0	-1.314	.189
İfade 13	21362.0	34565.0	-.155	.877	İfade 43	21444.0	34647.0	-.086	.931
İfade 14	21422.0	34625.0	-.104	.917	İfade 44	21118.0	56629.0	-.358	.720
İfade 15	19214.0	54725.0	-1.951	.051	İfade 45	20328.0	33531.0	-1.020	.308
İfade 16	20192.0	55703.0	-1.127	.260	İfade 46	19784.0	32987.0	-1.483	.138
İfade 17	21182.0	56693.0	-.302	.763	İfade 47	19892.0	33095.0	-1.395	.163
İfade 18	21300.0	56811.0	-.207	.836	İfade 48	21338.0	56849.0	-.175	.861
İfade 19	20714.0	33917.0	-.700	.484	İfade 49	20528.0	33731.0	-.863	.388
İfade 20	20914.0	34117.0	-.533	.594	İfade 50	21400.0	56911.0	-.123	.902
İfade 21	21116.0	56627.0	-.363	.716	İfade 51	21516.0	57027.0	-.025	.980
İfade 22	17996.0	31199.0	-3.024	.002	İfade 52	21154.0	56665.0	-.327	.744
İfade 23	18880.0	32083.0	-2.275	.023	İfade 53	20850.0	56361.0	-.576	.565
İfade 24	19234.0	32437.0	-1.954	.051	İfade 54	17612.0	53123.0	-3.286	.001
İfade 25	20700.0	33903.0	-.711	.477	İfade 55	19424.0	54935.0	-1.771	.077
İfade 26	18594.0	53047.0	-2.026	.043	İfade 56	21072.0	34275.0	-.397	.691
İfade 27	19876.0	53806.0	-1.012	.311	İfade 57	21318.0	34521.0	-.191	.849
İfade 28	21376.0	56887.0	-.142	.887	İfade 58	20942.0	34145.0	-.513	.608
İfade 29	20122.0	55633.0	-1.183	.237	İfade 59	21312.0	34515.0	-.197	.844
İfade 30	18510.0	54021.0	-2.532	.011	İfade 60	21258.0	56769.0	-.245	.806

Tablo 4.9'deki Mann-Whitney testi analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 2, 4, 8, 9, 10, 22, 23, 26, 30 ve 54 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

Kabul edilen hipotezler kapsamında;

“Katılım bankaları çalışanlarının davranışı müşterilere güven vermektedir”.

“Bir dahaki sefere yine katılım bankalarını tercih ederim”.

“Katılım bankaları verdiği sözü zamanında yerine getirir” .

“Katılım bankaları havale/EFT veya hesaptan fazla para çekme gibi konularda sık sık hata yapmaz”

“Katılım bankaları müşterileri banka ile ilgili olan işlemlerinde kendilerini güvende hissederler”.

“ATM den para çekme limitlerinin azaltılmamasından değiştirilmemesinden memnun musunuz?”

“İnternet ve mobil bankacılık kanallarındaki EFTve havale saatlerinin değiştirilmemesinden memnun musunuz?”

“Kredi kullandırma iştahının devam etmesinden memnun musunuz?”

“Yüksek meblağlı kredi kullanma taleplerinin karşılanmasından memnun musunuz?”

“Fon kullandırma kâr paylarını konvansiyonel bankaların faiz oranları ile kıyasladığınızda memnun musunuz?”

İfadelerinin değerlendirilmesinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

4.4.3. Firma Sahibinin Finansman Sorumluluğuna Göre Farklılık Analizi

Firma sahibinin aynı zamanda finansmandan sorumlu olması durumu ankette Evet ve Hayır olmak üzere iki seçenek olarak verilmiş olup bu husus Mann-Whitney testi ile farklılık analizi yapılacaktır. Bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir:

H0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firma sahibinin aynı zamanda finansmandan sorumlu olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firma sahibinin aynı zamanda finansmandan sorumlu olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Firma ortağının aynı zamanda finansmandan sorumlu olmasına göre farklılık analizi Mann-Whitney testinin sonuçları ($p < 0.05$) koşulunun gerçekleşme durumu Tablo 4.10'da görülmektedir.

Tablo 4.10 :Firma Sahibinin Finansmandan Sorumlu Olmasına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig (p)	İfade	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig (p)
İfade 1	15022.00	19873.00	-1.156	.248	İfade 31	15138.00	69753.00	-.993	.321
İfade 2	13508.00	18359.00	-2.741	.006	İfade 32	14706.00	19557.00	-1.406	.160
İfade 3	13596.00	18447.00	-2.561	.010	İfade 33	15870.00	70485.00	-.290	.772
İfade 4	13188.00	18039.00	-2.951	.003	İfade 34	15952.00	70567.00	-.207	.836
İfade 5	13182.00	18033.00	-2.932	.003	İfade 35	15208.00	69823.00	-.916	.360
İfade 6	14500.00	19351.00	-1.674	.094	İfade 36	13302.00	67917.00	-2.734	.006
İfade 7	15420.00	20271.00	-.742	.458	İfade 37	15764.00	70379.00	-.388	.698
İfade 8	13252.00	18103.00	-3.035	.002	İfade 38	15702.00	70317.00	-.447	.655
İfade 9	12480.00	17331.00	-3.732	.000	İfade 39	14648.00	69263.00	-1.449	.147
İfade 10	14740.00	19591.00	-1.433	.152	İfade 40	15684.00	70299.00	-.469	.639
İfade 11	15350.00	20201.00	-.788	.431	İfade 41	15728.00	20579.00	-.424	.671
İfade 12	14090.00	18941.00	-2.038	.042	İfade 42	14402.00	19253.00	-1.704	.088
İfade 13	14472.00	19323.00	-1.647	.100	İfade 43	14872.00	19723.00	-1.264	.206
İfade 14	14314.00	19165.00	-1.794	.073	İfade 44	14728.00	19579.00	-1.394	.163
İfade 15	15774.00	70389.00	-.382	.702	İfade 45	15104.00	19955.00	-1.031	.303
İfade 16	14944.00	19795.00	-1.178	.239	İfade 46	15308.00	20159.00	-.838	.402
İfade	15102.00	19953.00	-1.022	.30	İfade	15136.00	19987.00	-1.006	.31

17	0			7	47	0		4	
İfade	15126.0	19977.00	-1.012	.31	İfade	15652.0	70267.00	-.502	.61
18	0			2	48	0		5	
İfade	14634.0	19485.00	-1.492	.13	İfade	15616.0	20467.00	-.542	.58
19	0			6	49	0		8	
İfade	15680.0	20531.00	-.477	.63	İfade	14562.0	69177.00	-1.570	.11
20	0			4	50	0		6	
İfade	15684.0	70299.00	-.474	.63	İfade	16084.0	70699.00	-.083	.93
21	0			6	51	0		4	
İfade	15234.0	20085.00	-.920	.35	İfade	15552.0	20403.00	-.595	.55
22	0			7	52	0		2	
İfade	15146.0	19997.00	-1.009	.31	İfade	15456.0	70071.00	-.682	.49
23	0			3	53	0		5	
İfade	16076.0	70691.00	-.092	.92	İfade	14592.0	69207.00	-1.521	.12
24	0			7	54	0		8	
İfade	15764.0	70379.00	-.394	.69	İfade	14182.0	68797.00	-1.915	.05
25	0			4	55	0		6	
İfade	15078.0	19734.00	-.565	.57	İfade	15378.0	20229.00	-.767	.44
26	0			2	56	0		3	
İfade	15612.0	20463.00	-.260	.79	İfade	15676.0	20527.00	-.477	.63
27	0			5	57	0		3	
İfade	16004.0	20855.00	-.160	.87	İfade	14642.0	19493.00	-1.498	.13
28	0			3	58	0		4	
İfade	15102.0	69717.00	-1.024	.30	İfade	15572.0	20423.00	-.582	.56
29	0			6	59	0		1	
İfade	15174.0	69789.00	-.959	.33	İfade	14858.0	19709.00	-1.289	.19
30	0			8	60	0		8	

Tablo 4.10'daki Mann-Whitney Testi analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 2, 3, 4, 5, 8, 9, 12 ve 36 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Bunun dışında kalan 52 ifade için hipotez reddedilmiştir.

Kabul edilen hipotezler

“Katılım bankaları çalışanlarının davranışı müşterilere güven vermektedir”.

“Katılım bankalarının çalışanları müşterilere karşı oldukça nazik ve hoşgörülüdürler”

“Bir dahaki sefere yine katılım bankalarını tercih ederim”

“Katılım Bankalarının hizmet kalitesini arkadaşlarıma tavsiye ederim”

“Katılım bankaları verdiği sözü zamanında yerine getirir”

“Katılım bankaları havale/EFT veya hesaptan fazla para çekme gibi konularda sık sık hata yapmaz”

“Katılım bankaları müşterilerinin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar”

“Komisyon oranları kriz öncesi ile mukayese edildiğinde uygulanan komisyon oranlarından memnun musunuz?”

İfadelerinin değerlendirilmesinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

4.4.4. Profesyonel Finansman Personelinin Olmasına Göre Farklılık Analizi

Profesyonel finansman personelinin olmasına göre farklılık analizi Mann-Whitney testi ile yapılacaktır. Ankette Evet ve Hayır olmak üzere iki şıkta verilen bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir:

H0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde profesyonel finansman personeli olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde profesyonel finansman personeli olan müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Profesyonel finansman personelinin olmasına göre farklılık analizi Mann-Whitney testinin sonuçları ($p < 0.05$) koşulunun gerçekleşme durumu olmak üzere Tablo 4.11’de görülmektedir.

Tablo 4.11 :Profesyonel Finansman Personelinin Olmasına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig. (p)	İfade	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig. (p)
İfade 1	20358.00	34893.00	-1.359	.174	İfade 31	20398.00	53809.00	-1.265	.206
İfade 2	21260.00	54671.00	-.592	.554	İfade 32	19638.00	53049.00	-1.890	.059
İfade 3	18782.00	52193.00	-2.689	.007	İfade 33	18714.00	52125.00	-2.667	.008
İfade 4	18088.00	51499.00	-3.265	.00	İfade	21048.00	54459.00	-.721	.47

	0			1	34	0			1
Ífade 5	17330.0 0	50741.00	-3.875	.00 0	Ífade 35	20508.0 0	53919.00	-1.163	.24 5
Ífade 6	20050.0 0	53461.00	-1.618	.10 6	Ífade 36	21006.0 0	54417.00	-.756	.44 9
Ífade 7	20928.0 0	54339.00	-.851	.39 5	Ífade 37	20538.0 0	53949.00	-1.143	.25 3
Ífade 8	21312.0 0	54723.00	-.552	.58 1	Ífade 38	20036.0 0	53447.00	-1.555	.12 0
Ífade 9	19780.0 0	53191.00	-1.867	.06 2	Ífade 39	21686.0 0	36221.00	-.199	.84 2
Ífade 10	21600.0 0	36135.00	-.284	.77 6	Ífade 40	19200.0 0	52611.00	-2.263	.02 4
Ífade 11	19228.0 0	52639.00	-2.230	.02 6	Ífade 41	20448.0 0	53859.00	-1.222	.22 2
Ífade 12	19644.0 0	53055.00	-1.924	.05 4	Ífade 42	19602.0 0	53013.00	-1.927	.05 4
Ífade 13	16974.0 0	50385.00	-4.128	.00 0	Ífade 43	20506.0 0	53917.00	-1.191	.23 4
Ífade 14	19344.0 0	52755.00	-2.146	.03 2	Ífade 44	21366.0 0	54777.00	-.468	.64 0
Ífade 15	21090.0 0	54501.00	-.697	.48 6	Ífade 45	18614.0 0	52025.00	-2.753	.00 6
Ífade 16	21362.0 0	54773.00	-.469	.63 9	Ífade 46	18444.0 0	51855.00	-2.908	.00 4
Ífade 17	21142.0 0	54553.00	-.647	.51 7	Ífade 47	20548.0 0	53959.00	-1.155	.24 8
Ífade 18	20884.0 0	54295.00	-.870	.38 4	Ífade 48	19704.0 0	53115.00	-1.853	.06 4
Ífade 19	19834.0 0	53245.00	-1.748	.08 0	Ífade 49	20114.0 0	53525.00	-1.525	.12 7
Ífade 20	19046.0 0	52457.00	-2.410	.01 6	Ífade 50	19900.0 0	53311.00	-1.702	.08 9
Ífade 21	21772.0 0	55183.00	-.132	.89 5	Ífade 51	20048.0 0	53459.00	-1.556	.12 0
Ífade 22	20616.0 0	54027.00	-1.109	.26 7	Ífade 52	21808.0 0	55219.00	-.101	.92 0
Ífade 23	21622.0 0	36157.00	-.260	.79 4	Ífade 53	21558.0 0	54969.00	-.305	.76 0
Ífade 24	21026.0 0	54437.00	-.757	.44 9	Ífade 54	21678.0 0	55089.00	-.209	.83 5
Ífade 25	21192.0 0	54603.00	-.615	.53 9	Ífade 55	21826.0 0	55237.00	-.086	.93 1

İfade 26	20036.0 0	33897.00	-1.031	.30 3	İfade 56	21434.0 0	54845.00	-.412	.68 0
İfade 27	19644.0 0	53055.00	-1.290	.19 7	İfade 57	19518.0 0	52929.00	-2.000	.04 5
İfade 28	21650.0 0	36185.00	-.232	.81 7	İfade 58	20420.0 0	53831.00	-1.271	.20 4
İfade 29	21372.0 0	54783.00	-.460	.64 6	İfade 59	19842.0 0	53253.00	-1.744	.08 1
İfade 30	20250.0 0	34785.00	-1.389	.16 5	İfade 60	21098.0 0	54509.00	-.702	.48 3

Tablo 4.11'deki Mann-Whitney Testi analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 3, 4, 5, 11, 13, 14, 20, 33, 40, 45, 46, ve 57 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Diğer ifadeler hipotez kapsamında reddedilmiştir.

Kabul edilen hipotezler aşağıda verilmiştir.

“Katılım bankalarının çalışanları müşterilere karşı oldukça nazik ve hoşgörülüdürler”

“Bir dahaki sefere yine katılım bankalarını tercih ederim”

“Katılım Bankalarının hizmet kalitesini arkadaşlarıma tavsiye ederim”

“Katılım bankası çalışanları her zaman müşteriye yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler”

“Katılım bankaları çalışanları müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye ve uzmanlığa sahiptirler”

“İlk defa kredi limitleri tahsisinden memnun musunuz?”

“Mevcut çek karnesi limitinin artırılması talebinin değerlendirilmesinden memnun musunuz?”

“Müşareke/karvezarar ortaklığı projelerini yapmamasından memnun musunuz?”

“Gayrimenkul ipoteklerinin ekspertiz değerlerinden ve marjlarından memnun musunuz?”

“Ödeme güçlüğüne düşen müşterilerin kredilerini geri çağırılmalarından memnun musunuz?”

“Yeniden yapılandırma taleplerini değerlendirmelerinden memnun musunuz?”

“Ödeme gücü çeken müşterilere karşı tutumunu konvansiyonel bankalar ile kıyasladığınızda memnuniyet düzeyiniz?”

Bu ifadelerinin değerlendirilmesinde anlamlı farklılık bulunmaktadır.

4.4.5. Firmaların Faaliyet Süresine Göre Farklılık Analizi

Faaliyet süreleri bağlamında katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerinin faaliyet süresine ilişkin değerlendirmelerinin farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır.

Ankette çalışma faaliyet süresi bilgisi olarak 4 ayrı seçenek kullanılmıştır. Ankette yer alan firmaların faaliyet süreleri aşağıdaki gibidir:

- a) 1 yıldan az
- b) 1-5 yıl
- c) 6-10 yıl
- d) 10 yıldan fazla

Firmaların çalışma faaliyet sürelerine göre müşterilerin değerlendirmelerinde bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir.

H₀ = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firmaların faaliyet süresine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H₁ = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firmaların faaliyet süresine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.12 :Firmaların Faaliyet Süresine Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)		Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)
İfade 1	9.357	3	.025	İfade 31	3.971	3	.265
İfade 2	4.813	3	.186	İfade 32	19.349	3	.000
İfade 3	6.367	3	.095	İfade 33	11.934	3	.008

İfade 4	6.420	3	.093	İfade 34	15.136	3	.002
İfade 5	11.177	3	.011	İfade 35	2.548	3	.467
İfade 6	8.076	3	.044	İfade 36	7.073	3	.070
İfade 7	2.071	3	.558	İfade 37	6.244	3	.100
İfade 8	28.407	3	.000	İfade 38	1.967	3	.579
İfade 9	11.814	3	.008	İfade 39	5.302	3	.151
İfade 10	13.394	3	.004	İfade 40	1.217	3	.749
İfade 11	4.479	3	.214	İfade 41	5.419	3	.144
İfade 12	9.276	3	.026	İfade 42	1.329	3	.722
İfade 13	10.290	3	.016	İfade 43	1.110	3	.775
İfade 14	8.847	3	.031	İfade 44	10.243	3	.017
İfade 15	5.470	3	.140	İfade 45	.955	3	.812
İfade 16	9.168	3	.027	İfade 46	3.515	3	.319
İfade 17	13.547	3	.004	İfade 47	3.715	3	.294
İfade 18	9.467	3	.024	İfade 48	6.991	3	.072
İfade 19	9.281	3	.026	İfade 49	4.424	3	.219
İfade 20	7.599	3	.055	İfade 50	2.982	3	.394
İfade 21	9.442	3	.024	İfade 51	5.213	3	.157
İfade 22	8.574	3	.036	İfade 52	3.764	3	.288
İfade 23	.942	3	.815	İfade 53	6.632	3	.085
İfade 24	.096	3	.992	İfade 54	5.317	3	.150
İfade 25	.655	3	.884	İfade 55	5.819	3	.121
İfade 26	9.470	3	.024	İfade 56	5.328	3	.149
İfade 27	22.787	3	.000	İfade 57	1.258	3	.739
İfade 28	9.409	3	.024	İfade 58	4.028	3	.258
İfade 29	11.372	3	.010	İfade 59	5.366	3	.147
İfade 30	16.573	3	.001	İfade 60	6.196	3	.102

Katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerinin faaliyet süresine göre katılım bankalarının finansal kriz dönemlerindeki memnuniyet düzeyi değerlendirmelerinde farklılık analizi ($p < 0.05$ düzeyinde) Kruskal-Wallis testinin sonuçları Tablo 4.12’de görülmektedir.

Tablo 4.12’deki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 1, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34 ve 44

ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

4.4.6. Katılım Bankaları ile Çalışma Süresine Göre Farklılık Analizi

Müşterilerin katılım bankaları ile çalışma süreleri başka bir deyişle katılım bankaları ile çalışma deneyimleri dikkate alınarak yapılan farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır. Ankette çalışma süresi bilgisi olarak üç ayrı seçenek kullanılmıştır. Ankette yer alan çalışma süreleri aşağıdaki gibidir:

- a) 5 seneden/yıldan az
- b) 6-10 sene/yıl arası
- c) 10 seneden/yıldan fazla

Katılım bankaları ile çalışma süreleri baz alınarak oluşturulan hedef kütle müşterilerin bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir:

H0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde katılım bankaları ile çalışma süresi düzeylerine kıyasen müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde katılım bankaları ile çalışma süresi düzeylerine kıyasen müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.13 :Katılım Bankaları ile Çalışma Süresine Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)		Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)
İfade 1	12.908		2 .002	İfade 31	5.733	2	.057
İfade 2	11.324		2 .003	İfade 32	2.886	2	.236
İfade 3	9.854		2 .007	İfade 33	1.568	2	.457
İfade 4	10.912		2 .004	İfade 34	2.151	2	.341
İfade 5	13.049		2 .001	İfade 35	12.703	2	.002
İfade 6	5.777		2 .056	İfade 36	3.294	2	.193
İfade 7	9.084		2 .011	İfade 37	2.540	2	.281

İfade 8	10.883	2	.004	İfade 38	3.324	2	.190
İfade 9	18.216	2	.000	İfade 39	7.686	2	.021
İfade 10	8.710	2	.013	İfade 40	10.657	2	.005
İfade 11	6.231	2	.044	İfade 41	7.189	2	.027
İfade 12	.671	2	.715	İfade 42	9.266	2	.010
İfade 13	6.361	2	.042	İfade 43	8.819	2	.012
İfade 14	4.412	2	.110	İfade 44	21.272	2	.000
İfade 15	2.525	2	.283	İfade 45	20.260	2	.000
İfade 16	2.845	2	.241	İfade 46	13.598	2	.001
İfade 17	5.844	2	.054	İfade 47	14.770	2	.001
İfade 18	5.242	2	.073	İfade 48	2.851	2	.240
İfade 19	14.175	2	.001	İfade 49	1.021	2	.600
İfade 20	7.402	2	.025	İfade 50	2.151	2	.341
İfade 21	4.171	2	.124	İfade 51	9.405	2	.009
İfade 22	9.311	2	.010	İfade 52	1.571	2	.456
İfade 23	7.678	2	.022	İfade 53	1.490	2	.475
İfade 24	.681	2	.711	İfade 54	1.870	2	.392
İfade 25	2.347	2	.309	İfade 55	5.529	2	.063
İfade 26	.720	2	.698	İfade 56	6.335	2	.042
İfade 27	2.318	2	.314	İfade 57	15.531	2	.000
İfade 28	7.726	2	.021	İfade 58	5.237	2	.073
İfade 29	9.707	2	.008	İfade 59	3.328	2	.189
İfade 30	7.582	2	.023	İfade 60	7.354	2	.025

Tablo 4.13'te Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 19, 20, 22, 23, 28, 29, 30, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 51, 56, 57 ve 60 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

4.4.7. Faaliyet Gösterdikleri Bölgelere Göre Farklılık Analizi

Katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerinin müşteri memnuniyeti faaliyet gösterdikleri bölgeler dikkate alınarak yapılan farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır.

Ankete Türkiye genelini yansıtabilmesi için 5 (beş) ayrı bölge teşkil edilmiş olup aşağıdaki şekildedir:

- a) Marmara Bölgesi
- b) Karadeniz ve İç Anadolu Bölgeleri,
- c) Ege Bölgesi,
- d) Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri,
- e) Akdeniz Bölgesi,

Farklı bölgelerde faaliyet gösteren müşterilerin bağımsız değişken hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firmaların faaliyet gösterdiği bölgelerin değişikliği müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firmaların faaliyet gösterdiği bölgelerin değişikliği müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.14 :Faaliyet Gösterilen Bölgeler Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)		Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)
		Derecesi				Derecesi	
İfade 1	12.212	4	.016	İfade 31	6.475	4	.166
İfade 2	8.858	4	.065	İfade 32	7.582	4	.108
İfade 3	4.377	4	.357	İfade 33	4.060	4	.398
İfade 4	8.935	4	.063	İfade 34	10.408	4	.034
İfade 5	7.698	4	.103	İfade 35	10.445	4	.034
İfade 6	7.450	4	.114	İfade 36	17.063	4	.002
İfade 7	13.241	4	.010	İfade 37	12.294	4	.015
İfade 8	2.839	4	.585	İfade 38	12.753	4	.013
İfade 9	5.842	4	.211	İfade 39	6.248	4	.181

İfade 10	7.325	4	.120	İfade 40	12.111	4	.017
İfade 11	2.378	4	.667	İfade 41	27.366	4	.000
İfade 12	12.220	4	.016	İfade 42	25.396	4	.000
İfade 13	17.081	4	.002	İfade 43	10.259	4	.036
İfade 14	17.252	4	.002	İfade 44	13.782	4	.008
İfade 15	26.919	4	.000	İfade 45	9.492	4	.050
İfade 16	29.243	4	.000	İfade 46	9.364	4	.053
İfade 17	29.069	4	.000	İfade 47	8.541	4	.074
İfade 18	14.092	4	.007	İfade 48	16.211	4	.003
İfade 19	14.665	4	.005	İfade 49	9.474	4	.050
İfade 20	10.500	4	.033	İfade 50	5.847	4	.211
İfade 21	4.593	4	.332	İfade 51	4.692	4	.320
İfade 22	6.449	4	.168	İfade 52	6.109	4	.191
İfade 23	3.939	4	.414	İfade 53	7.226	4	.124
İfade 24	7.647	4	.105	İfade 54	14.942	4	.005
İfade 25	11.080	4	.026	İfade 55	17.290	4	.002
İfade 26	14.579	4	.006	İfade 56	9.042	4	.060
İfade 27	2.338	4	.674	İfade 57	6.961	4	.138
İfade 28	2.637	4	.620	İfade 58	.615	4	.961
İfade 29	21.581	4	.000	İfade 59	2.580	4	.630
İfade 30	23.931	4	.000	İfade 60	4.412	4	.353

Tablo 4.14'teki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 1, 7, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 25, 26, 27, 29, 30, 34, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 48, 54 ve 55 nolu ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Kalan diğer ifadeler için ise hipotez reddedilmiştir.

4.4.8. Şirket Türü Bilgilerine Göre Farklılık Analizi

Şirket türü bilgileri kıstas alınarak Katılım Bankaları müşterilerine yönelttiğimiz sorularda müşteri memnuniyetinin ölçülmesinin farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır. Yaptığımız ankette şirket türü bilgisi olarak üç ayrı kategoriye ayrılarak sunulmuştur. Ankette yer alan şirket türü seçenekleri şu şekildedir:

- a) Anonim Şirket
- b) Limited Şirket
- c) Diğer

Bu veriler tahtında oluşturulan hedef kütle müşterilerin bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir.

H0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde şirket türlerine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firmaların şirket türlerine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.15 :Şirket Türü Bilgileri Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)		Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)
		Derecesi				Derecesi	
İfade 1	1.445	2	.485	İfade 31	4.756	2	.093
İfade 2	9.858	2	.007	İfade 32	3.702	2	.157
İfade 3	1.775	2	.412	İfade 33	4.102	2	.129
İfade 4	8.401	2	.015	İfade 34	18.632	2	.000
İfade 5	5.107	2	.078	İfade 35	8.552	2	.014
İfade 6	13.372	2	.001	İfade 36	2.224	2	.329
İfade 7	5.307	2	.070	İfade 37	10.624	2	.005
İfade 8	4.441	2	.109	İfade 38	6.163	2	.046
İfade 9	4.827	2	.090	İfade 39	1.115	2	.573
İfade 10	3.036	2	.219	İfade 40	9.834	2	.007
İfade 11	1.729	2	.421	İfade 41	12.330	2	.002
İfade 12	12.748	2	.002	İfade 42	23.933	2	.000
İfade 13	.914	2	.633	İfade 43	5.631	2	.060
İfade 14	3.228	2	.199	İfade 44	7.811	2	.020
İfade 15	2.231	2	.328	İfade 45	6.695	2	.035
İfade 16	19.696	2	.000	İfade 46	12.862	2	.002
İfade 17	17.608	2	.000	İfade 47	9.927	2	.007
İfade 18	14.174	2	.001	İfade 48	7.392	2	.025

İfade 19	14.413	2	.001	İfade 49	6.791	2	.034
İfade 20	9.522	2	.009	İfade 50	1.352	2	.509
İfade 21	7.633	2	.022	İfade 51	11.987	2	.002
İfade 22	8.491	2	.014	İfade 52	13.583	2	.001
İfade 23	6.841	2	.033	İfade 53	15.336	2	.000
İfade 24	3.733	2	.155	İfade 54	6.398	2	.041
İfade 25	1.510	2	.470	İfade 55	1.068	2	.586
İfade 26	4.238	2	.120	İfade 56	6.934	2	.031
İfade 27	5.123	2	.077	İfade 57	9.524	2	.009
İfade 28	2.076	2	.354	İfade 58	7.746	2	.021
İfade 29	2.983	2	.225	İfade 59	6.946	2	.031
İfade 30	5.982	2	.050	İfade 60	.739	2	.691

Tablo 4.15'teki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 2, 4, 6, 12, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 27, 34, 35, 37, 38, 40, 41, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 56, 57, 58 ve 59 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

4.4.9. Personel Sayısına Göre Farklılık Analizi

Personel sayılarına göre farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır. Ankette yer alan personel sayıları 4 farklı seçenekte verilmiştir.

- 10'dan Az İşçi çalıştıran".*Mikro*"
- "10-49" İşçi çalıştıran".*Küçük*"
- "50-249" İşçi çalıştıran".*Orta*"
- 250 üzeri işçi çalıştıran".*Büyük*"

Personel sayısına göre müşterilerin bağımsız değişken hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H_0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde personel sayılarının büyüklüğüne bağlı müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde personel sayılarının büyüklüğüne bağlı müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.16 :Personel Sayıları Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)		Ki- Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)
İfade 1	3.719	3	.293	İfade 31	13.867	3	.003
İfade 2	6.792	3	.079	İfade 32	16.456	3	.001
İfade 3	13.323	3	.004	İfade 33	8.251	3	.041
İfade 4	15.156	3	.002	İfade 34	13.042	3	.005
İfade 5	29.926	3	.000	İfade 35	5.173	3	.160
İfade 6	6.299	3	.098	İfade 36	6.126	3	.106
İfade 7	3.411	3	.332	İfade 37	10.965	3	.012
İfade 8	16.167	3	.001	İfade 38	8.037	3	.045
İfade 9	18.769	3	.000	İfade 39	4.443	3	.217
İfade 10	4.369	3	.224	İfade 40	15.201	3	.002
İfade 11	.211	3	.976	İfade 41	8.366	3	.039
İfade 12	2.914	3	.405	İfade 42	6.689	3	.082
İfade 13	3.149	3	.369	İfade 43	8.549	3	.036
İfade 14	6.570	3	.087	İfade 44	6.204	3	.102
İfade 15	2.918	3	.404	İfade 45	5.224	3	.156
İfade 16	13.616	3	.003	İfade 46	1.807	3	.613
İfade 17	18.104	3	.000	İfade 47	5.931	3	.115
İfade 18	.806	3	.848	İfade 48	3.306	3	.347
İfade 19	1.487	3	.685	İfade 49	3.957	3	.266
İfade 20	.647	3	.886	İfade 50	1.072	3	.784
İfade 21	.491	3	.921	İfade 51	6.648	3	.084
İfade 22	4.091	3	.252	İfade 52	7.169	3	.067
İfade 23	2.476	3	.480	İfade 53	8.765	3	.033
İfade 24	1.101	3	.777	İfade 54	6.381	3	.094
İfade 25	1.221	3	.748	İfade 55	2.270	3	.518
İfade 26	10.706	3	.013	İfade 56	5.393	3	.145
İfade 27	4.995	3	.172	İfade 57	15.825	3	.001
İfade 28	.381	3	.944	İfade 58	12.419	3	.006
İfade 29	6.752	3	.080	İfade 59	15.295	3	.002

İfade 30	4.164	3	.244	İfade 60	5.663	3	.129
----------	-------	---	------	----------	-------	---	------

Tablo 4.16'daki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 3, 4, 5, 8, 9, 16, 17, 26, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 43, 53, 57, 58 ve 59 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

4.4.10. Firmanın Ciro Büyüklüğü Bilgilerine Göre Farklılık Analizi

Ciro büyüklüğüne göre farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır. Ankette ciro bilgisi 4 farklı seçenek ile sunulmuş olup aşağıda yer almaktadır.

- a) 1-2.999.999,00 TL
- b) 3.000.000,00-24.999.999,00 TL
- c) 25.000.000,00-124.999.999,00 TL
- d) 125.000.000,00 TL'den fazla

Katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde ciro büyüklük düzeyine göre bağımsız değişken hipotezleri şu şekildedir:

H_0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde ciro büyüklük düzeyine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H_1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde ciro büyüklük düzeyine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.17 :Firmaların Ciro Büyüklüğü Bilgileri Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)		Ki-Kare	Serbestlik Derecesi	Sig.(p)
İfade 1	15.309	3	.002	İfade 31	7.811	3	.050
İfade 2	24.339	3	.000	İfade 32	3.703	3	.295
İfade 3	17.171	3	.001	İfade 33	3.360	3	.339

İfade 4	20.079	3	.000	İfade 34	4.490	3	.213
İfade 5	22.541	3	.000	İfade 35	2.310	3	.511
İfade 6	20.391	3	.000	İfade 36	.152	3	.985
İfade 7	8.322	3	.040	İfade 37	1.093	3	.779
İfade 8	33.766	3	.000	İfade 38	1.646	3	.649
İfade 9	13.335	3	.004	İfade 39	1.812	3	.612
İfade 10	19.557	3	.000	İfade 40	1.309	3	.727
İfade 11	11.448	3	.010	İfade 41	2.241	3	.524
İfade 12	25.149	3	.000	İfade 42	9.443	3	.024
İfade 13	14.629	3	.002	İfade 43	5.593	3	.133
İfade 14	8.035	3	.045	İfade 44	13.332	3	.004
İfade 15	7.695	3	.053	İfade 45	4.780	3	.189
İfade 16	3.448	3	.328	İfade 46	5.840	3	.120
İfade 17	2.515	3	.473	İfade 47	6.563	3	.087
İfade 18	4.586	3	.205	İfade 48	20.337	3	.000
İfade 19	5.156	3	.161	İfade 49	9.166	3	.027
İfade 20	7.033	3	.071	İfade 50	5.662	3	.129
İfade 21	3.507	3	.320	İfade 51	6.993	3	.072
İfade 22	8.909	3	.031	İfade 52	4.145	3	.246
İfade 23	12.144	3	.007	İfade 53	4.879	3	.181
İfade 24	6.390	3	.094	İfade 54	5.109	3	.164
İfade 25	.318	3	.957	İfade 55	4.652	3	.199
İfade 26	29.523	3	.000	İfade 56	11.452	3	.010
İfade 27	29.341	3	.000	İfade 57	7.231	3	.065
İfade 28	9.761	3	.021	İfade 58	8.228	3	.042
İfade 29	9.900	3	.019	İfade 59	10.756	3	.013
İfade 30	8.617	3	.035	İfade 60	6.484	3	.090

Tablo 4.17'deki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 42, 44, 48, 49, 56, 58 ve 59 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

4.4.11. Faaliyet Gösterdiği Sektöre Göre Farklılık Analizi

Kruskal-Wallis testi ile farklılık analizlerini yaptığımız firmaların faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık analizlerine veri teşkil eden ankette 18 adet sektör kullanılmıştır.

- a) Ağır Sanayiler
- b) Otomotive ve Otomotive Yan Sanayi
- c) Gıda ve Gıda Ürünleri
- d) Plastik Hammadde
- e) İnşaat ve İnşaat Yapı Malzemeleri
- f) Tekstil
- g) Gayrimenkul
- h) Taşımacılık
- i) Medya
- j) İletişim
- k) Eğitim Kurumları
- l) Perakende Ticaret
- m) Hastaneler Sağlık Hizmetleri
- n) Toptan Ticaret
- o) Kimyasal. Petrokimyasal ve Alaşımli Ürünler
- p) Turizm Otelcilik ve Bağlantılı Servisler
- q) Metal Madenciliği ve Taş Ocakçılığı
- r) Tarım. Balıkçılık ve Ormancılık

Farklı sektörlerde faaliyet gösteren katılım bankalarının müşterilerinin bağımsız değişkeni hipotezleri aşağıdadır.

H₀ = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H₁ = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.18 :Faaliyet Gösterdiği Sektör Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)		Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)
		Derecesi				Derecesi	
İfade 1	45.078	17	.000	İfade 31	25.614	17	.082
İfade 2	38.644	17	.002	İfade 32	70.969	17	.000
İfade 3	20.372	17	.256	İfade 33	60.451	17	.000
İfade 4	36.885	17	.003	İfade 34	55.936	17	.000
İfade 5	34.116	17	.008	İfade 35	54.674	17	.000
İfade 6	39.387	17	.002	İfade 36	46.763	17	.000
İfade 7	54.834	17	.000	İfade 37	56.715	17	.000
İfade 8	29.498	17	.030	İfade 38	53.539	17	.000
İfade 9	28.875	17	.036	İfade 39	50.324	17	.000
İfade 10	30.240	17	.025	İfade 40	42.611	17	.001
İfade 11	28.996	17	.035	İfade 41	81.791	17	.000
İfade 12	50.427	17	.000	İfade 42	63.403	17	.000
İfade 13	44.654	17	.000	İfade 43	46.039	17	.000
İfade 14	52.562	17	.000	İfade 44	56.215	17	.000
İfade 15	39.936	17	.001	İfade 45	49.669	17	.000
İfade 16	78.062	17	.000	İfade 46	41.228	17	.001
İfade 17	76.394	17	.000	İfade 47	58.282	17	.000
İfade 18	67.081	17	.000	İfade 48	42.797	17	.001
İfade 19	68.154	17	.000	İfade 49	53.242	17	.000
İfade 20	57.421	17	.000	İfade 50	48.279	17	.000
İfade 21	65.808	17	.000	İfade 51	33.348	17	.010
İfade 22	57.200	17	.000	İfade 52	29.338	17	.032
İfade 23	63.683	17	.000	İfade 53	39.266	17	.002
İfade 24	58.178	17	.000	İfade 54	34.359	17	.008
İfade 25	49.051	17	.000	İfade 55	33.234	17	.011
İfade 26	47.452	17	.000	İfade 56	41.657	17	.001
İfade 27	67.402	17	.000	İfade 57	29.086	17	.034
İfade 28	38.908	17	.002	İfade 58	42.027	17	.001
İfade 29	42.550	17	.001	İfade 59	39.137	17	.002
İfade 30	56.164	17	.000	İfade 60	33.585	17	.009

Tablo 4.18'deki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 3 ve 31 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez reddedilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez kabul edilmiştir.

4.4.12. İhracat Yapma Durumlarına Göre Farklılık Analizi

İhracat yapıp yapmadıklarına göre farklılık analizi Mann-Whitney testi ile yapılacaktır. Ankette evet ve hayır olmak üzere iki şıkta verilen bağımsız değişkenin hipotezleri aşağıdaki şekildedir.

H_0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde ihracat yapma durumlarına bağlı müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H_1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde ihracat yapma durumlarına bağlı müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

İhracat yapıp yapmadıklarına göre farklılık analizi Mann-Whitney testinin sonuçları ($p < 0.05$) Tablo 4.19'da görülmektedir.

Tablo 4.19 :Firmaların İhracat Yapma Durumlarına Göre Mann-Whitney Testi Farklılık Analiz Sonuçları

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig (p)	İfade	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Standart Test İstatistiği	Sig (p)
İfade 1	21442.0	38833.0	-.908	.364	İfade 31	22410.0	51813.0	-.078	.938
İfade 2	21450.0	38841.0	-.922	.357	İfade 32	19436.0	36827.0	-2.499	.012
İfade 3	19874.0	37265.0	-2.219	.026	İfade 33	19214.0	36605.0	-2.695	.007
İfade 4	20272.0	37663.0	-1.874	.061	İfade 34	22156.0	51559.0	-.282	.778
İfade 5	19852.0	37243.0	-2.207	.027	İfade 35	20458.0	37849.0	-1.653	.098
İfade 6	20522.0	37913.0	-1.685	.092	İfade 36	22012.0	39403.0	-.399	.690

Ífade 7	21856.0	39247.0	-.545	.58 6 37	Ífade	20522.0	37913.0	-1.608	.10 8
Ífade 8	21372.0	38763.0	-1.000	.31 7 38	Ífade	21030.0	38421.0	-1.196	.23 2
Ífade 9	20394.0	37785.0	-1.810	.07 0 39	Ífade	20182.0	37573.0	-1.875	.06 1
Ífade 10	21328.0	38719.0	-1.001	.31 7 40	Ífade	21382.0	38773.0	-.920	.35 8
Ífade 11	21328.0	38719.0	-.960	.33 7 41	Ífade	22108.0	39499.0	-.324	.74 6
Ífade 12	19704.0	37095.0	-2.328	.02 0 42	Ífade	22210.0	39601.0	-.242	.80 9
Ífade 13	19714.0	37105.0	-2.295	.02 2 43	Ífade	17902.0	35293.0	-3.801	.00 0
Ífade 14	22032.0	51435.0	-.388	.69 8 44	Ífade	18258.0	35649.0	-3.480	.00 1
Ífade 15	21964.0	51367.0	-.444	.65 7 45	Ífade	21038.0	38429.0	-1.203	.22 9
Ífade 16	22024.0	39415.0	-.393	.69 5 46	Ífade	20152.0	37543.0	-1.939	.05 3
Ífade 17	22348.0	51751.0	-.128	.89 8 47	Ífade	18848.0	36239.0	-3.018	.00 3
Ífade 18	20222.0	37613.0	-1.876	.06 1 48	Ífade	19230.0	36621.0	-2.692	.00 7
Ífade 19	19750.0	37141.0	-2.269	.02 3 49	Ífade	18794.0	36185.0	-3.078	.00 2
Ífade 20	19626.0	37017.0	-2.375	.01 8 50	Ífade	20068.0	37459.0	-2.018	.04 4
Ífade 21	17438.0	34829.0	-4.190	.00 0 51	Ífade	21714.0	39105.0	-.647	.51 8
Ífade 22	19020.0	36411.0	-2.905	.00 4 52	Ífade	22494.0	51897.0	-.010	.99 2
Ífade 23	20726.0	38117.0	-1.486	.13 7 53	Ífade	22008.0	51411.0	-.403	.68 7
Ífade 24	22176.0	39567.0	-.273	.78 5 54	Ífade	19700.0	37091.0	-2.293	.02 2
Ífade 25	21014.0	38405.0	-1.227	.22 0 55	Ífade	21956.0	39347.0	-.449	.65 3
Ífade 26	19050.0	47491.0	-2.385	.01 7 56	Ífade	19504.0	36895.0	-2.463	.01 4
Ífade 27	20758.0	37778.0	-.954	.34 0 57	Ífade	22344.0	51747.0	-.133	.89 5
Ífade 28	21678.0	39069.0	-.677	.49 9 58	Ífade	21710.0	39101.0	-.661	.50 8

İfade 29	19644.0	49047.0	-2.327	.02 0	İfade 59	22422.0	39813.0	-.069	.94 5
İfade 30	22454.0	39845.0	-.042	.96 6	İfade 60	21322.0	38713.0	-.986	.32 4

Tablo 4.19'daki Mann-Whitney Testi analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 3, 5, 12, 13, 19, 20, 21, 22, 26, 29, 32, 33, 43, 44, 47, 48, 49, 50, 54 ve 56 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Bu ifadelerinin değerlendirilmesinde anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Diğer ifadeler hipotez kapsamında reddedilmiştir.

4.4.13. Aktif Büyüklüğüne Göre Farklılık Analizi

Tez araştırmamızda anketimize cevap veren katılımcıların varlıklarının büyüklüğüne göre farklılık analizi Kruskal-Wallis testi ile yapılacaktır. Ankette aktif büyüklük bilgisi 4 farklı seçenek ile sunulmuş olup aşağıda yer almaktadır.

- 1-2.999.999,00 TL
- 3.000.000,00-24.999.999,00 TL
- 25.000.000,00-124.999.999,00 TL
- 125.000.000,00 TL'den fazla

Katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde aktif büyüklük düzeyine göre bağımsız değişken hipotezleri şu şekildedir:

H_0 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde aktif büyüklüğünün düzeyine bağlı olarak müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H_1 = Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde aktif büyüklüğünün düzeyine bağlı olarak müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 4.20 :Firmaların Aktif Büyüklüğü Kapsamında Kruskal-Wallis Testi Farklılık Analizi

	Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)		Ki-Kare	Serbestlik	Sig.(p)
		Derecesi				Derecesi	
İfade 1	12.704	3	.005	İfade 31	1.051	3	.789
İfade 2	15.451	3	.001	İfade 32	3.168	3	.366
İfade 3	13.121	3	.004	İfade 33	1.685	3	.640
İfade 4	25.183	3	.000	İfade 34	.659	3	.883
İfade 5	25.225	3	.000	İfade 35	1.364	3	.714
İfade 6	.020	3	.999	İfade 36	3.475	3	.324
İfade 7	11.135	3	.011	İfade 37	1.654	3	.647
İfade 8	30.844	3	.000	İfade 38	1.021	3	.796
İfade 9	18.627	3	.000	İfade 39	2.432	3	.488
İfade 10	21.741	3	.000	İfade 40	1.010	3	.799
İfade 11	6.895	3	.075	İfade 41	6.827	3	.078
İfade 12	18.475	3	.000	İfade 42	13.103	3	.004
İfade 13	5.264	3	.153	İfade 43	5.786	3	.123
İfade 14	2.030	3	.566	İfade 44	12.335	3	.006
İfade 15	3.684	3	.298	İfade 45	3.586	3	.310
İfade 16	.410	3	.938	İfade 46	10.384	3	.016
İfade 17	.485	3	.922	İfade 47	13.490	3	.004
İfade 18	6.942	3	.074	İfade 48	16.596	3	.001
İfade 19	6.747	3	.080	İfade 49	17.026	3	.001
İfade 20	4.835	3	.184	İfade 50	6.194	3	.103
İfade 21	1.339	3	.720	İfade 51	3.769	3	.288
İfade 22	2.282	3	.516	İfade 52	3.333	3	.343
İfade 23	2.731	3	.435	İfade 53	4.659	3	.199
İfade 24	3.551	3	.314	İfade 54	7.289	3	.063
İfade 25	.476	3	.924	İfade 55	6.667	3	.083
İfade 26	8.356	3	.039	İfade 56	5.477	3	.140
İfade 27	5.704	3	.127	İfade 57	3.591	3	.309
İfade 28	3.242	3	.356	İfade 58	3.235	3	.357
İfade 29	3.681	3	.298	İfade 59	2.200	3	.532
İfade 30	3.184	3	.364	İfade 60	1.909	3	.592

Tablo 4.20'deki Kruskal-Wallis analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ düzeyinde; 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 12,26, 42, 44, 46, 47, 48 ve 49 ifadelerinin değerlendirilmesinde hipotez kabul edilmiştir. Buna karşılık kalan diğer numaralı ifadeler için hipotez reddedilmiştir.

Farklılık analizleri beklentilerimiz doğrultusunda olup anlamlı düzeyde anlamlı farklılıklar göstermektedir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel ve ulusal finansal krizlerin oluşumu ve sonuçları itibariyle, bankacılık sektörü önemli bir unsur olarak yer almaktadır. Türkiye’de bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankalar içinden konvansiyonel bankalar ve katılım bankalarının finansal krizlerde müşterileri ile ilişkileri ve müşteri memnuniyeti son derece önemlidir. Para krizi, sistematik kriz ve dış borç krizi ile birlikte bankacılık krizi, işletmelerin faaliyetlerini sürdürme noktasında darboğazlarla karşılaşmaları gibi soklarla karşı karşıya kalması sonucunu doğurmaktadır.

Faizli sistem ile çalışan konvansiyonel bankalar; ilk var olduğu günden bugüne kadar geçen tarihi süreçte devamlı olarak ekonomik krizler üretmekte ve yol açtığı krizler ile ekonomik yapı ve işleyişin yanı sıra sosyal dengeleri de derinden etkilemektedir. Bu nedenle ekonomik krizlerin sorgulanması, mevcut kapitalist sistem ve sistemin aktörlerinin zihin dünyalarının ve ekonomik ahlaklarının gözden geçirilmesi zaruri hale gelmiş ve faizli sisteme karşı alternatif arayışları ve yeni müesseselerin inşasını zorunlu kılmıştır.

İslâm iktisadı ahlakı; hangi zaman ve zeminde olursa olsun ihtiyaç tatmini için; madde, zaman ve çevre ile olan ilişkisinde Hukukullah ve hukukuibâdı gözeterek içten ve varoluşsal bir duruş sergileyebilme halidir. (Ülgener, 2015, s. 31)

İşte bu noktada, İslam iktisadi ilkeleri tahtında faaliyet gösteren; dünyada daha çok “*islami bankacılık*” veya “*faizsiz bankacılık*” olarak tanımlanan, ülkemizde önce “*özel finans kurumu*” olarak faaliyete başlayan bugün ise “*katılım bankacılığı*” olarak adlandırılan müesseseler finansal sistem içinde yer edinmiştir.

2008 yılında yaşanan son küresel finans krizi sonrasında; çalışma ilkeleri, krizlerde konumlandıkları yer ve kriz sonrasında sağlam yapılar olmaları itibariyle dünyada ve Türkiye’de katılım bankalarının bankacılık sektörü içindeki payları istikrarlı bir şekilde sürekli artmaktadır.

Katılım bankalarının daha fazla tercih edilmeleri ve finansal sistem içindeki paylarını artırarak gelişimlerini yüksek bir hızla sürdürülebilmeleri ve bu müesseselerin devamlılığı için; ürün ve hizmet sağladıkları müşterilerinin memnuniyeti ve yine müşterilerin, yeniden bu kurumları tercih etmeleri ile mümkündür.

Bu gerçeklikten hareketle yapılan tez çalışması ile finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin memnuniyet düzeylerini ölçmeyi hedefledik. Çalışma esas itibarıyla katılım bankalarının kriz dönemlerinde uyguladığı politikalarla KOBİ ve ticari müşterilerinin krizlerden çıkmalarına yapacağı katkıyı ve bunun neticesinde müşterilerinin memnuniyet derecesini ortaya koymaya çalışmaktır.

Çalışmanın amacına uygun olacak şekilde 1994 ile 2020 yılları arasında Türkiye’de yaşanan finansal krizler dönemlerinde ve sonrasında faaliyette bulunan ve halen faaliyetlerini sürdürmeye devam eden üç katılım bankasının; “*Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.*, *Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.* ve *Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.’nin*” KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerine anket uygulanmıştır. Sonuçların Türkiye genelini yansıtabilmesi için katılım bankalarının şube sayıları esas alınarak beş ayrı bölge olmak üzere örneklem oluşturulmuştur. Akdeniz, Marmara, Doğu ve Güneydoğu Anadolu, Karadeniz ve İç Anadolu Bölgeleri ve Ege Bölgesinde faaliyet gösteren üç katılım bankasının müşterilerini kapsayacak şekilde ve teknik analiz yapmamızı sağlayacak yeterli düzeyde, 428 anket cevaplanmıştır

Çoğunluğunu Marmara Bölgesindeki işletmelerin cevapladığı anketlerden elde edilen veriler, standart sapma ve aritmetik ortalama değerleri kullanılarak anlamlandırılmış; “*Kruskal Wallis-H* ve *Mann-Whitney U*” testleri uygulanarak bağımsız değişkenler açısından farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir.

Aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri dikkate alındığında, KOBİ ve ticari müşteriler finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının hizmet ve ürünlerinin çoğundan memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, anket cevaplayıcıları kendilerine yöneltilen memnuniyet sorularının 4 tanesini çok olumlu, 35 tanesini olumlu değerlendirerek, memnuniyet ifadelerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

Yukarıda zikredilen ve ana kütleyi oluşturan 39 olumlu değerlendirmenin dışında kalan diğer 21 ifade ise kendilerine sunulan, ürün ve hizmetlerin ücret-komisyonları ile kredi limit-teminatlarındaki memnuniyet düzeyine kararsız oldukları vurgusuyla değerlendirme yapmışlardır. Bu durum dolaylı bir memnuniyetsizlik olarak değerlendirilmektedir.

Müşteriler, genel olarak finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının sundukları hizmet ve ürünlerden memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Ancak sunulan ürün ve hizmetlerin ücret ve komisyonları ile kredi limit ve teminatlarındaki memnuniyet

düzeşinin katılım bankalarına duyulan güven ve bağlılık düzeyinden nisbi olarak daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Dolayısıyla anket verileri kapsamında finansal kriz dönemlerinde katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari nitelikli müşteriler memnundurlar, ana hipotezi kabul edilmiştir.

Katılım bankalarının 2000 yılında toplam topladığı fonlar 1.047 mly TL iken her yıl istikrarlı bir şekilde artarak 2021 yılsonu itibariyle 566.172 mly TL olmuştur. Bu süreç zarfında iki kriz ve ayrıca sektörün en büyük katılım bankasının tasfiye edilmesine rağmen toplanan fonlarda önceki yıllara göre düşüş yaşanmamıştır. Kriz dönemlerinin hemen sonrasındaki yıllarda Türkiye’de bireysel ve ticari tasarruf sahipleri tasarruflarını katılım bankalarında değerlendirmeyi tercih etmişlerdir. 2001 finansal krizi sonrasında 2002 yılında katılım bankaları topladığı fonların artışı %67 gerçekleşmiş olup, konvansiyonel bankaların topladığı fonların artışı %18 ile sınırlı kalmıştır.

2008 yılında yaşanan finansal krizde de katılım bankalarının toplanan fonlarının artışı %40 olurken konvansiyonel bankacılık fon toplama artışı%13 civarında olmuş ve katılım bankalarından daha az nisbi büyüme performansı göstermiştir. Bu veri bireysel ve ticari müşterilerin katılım bankalarına olan güvenini ve dolayısıyla müşteri memnuniyetini ifade etmektedir.

Bu araştırmada varılan diğer bir sonuç ise; bireysel ve ticari müşterilerin katılım bankalarına yönelik minnettarlığını ve takdirini en çok artıran davranışın sıkıntı yaşadıkları zamanlarda kendilerine verilen destek olduğu ve bunun da müşteri memnuniyetini ve katılım bankasına olan bağlılığı artırdığı sonucuna varılmıştır.

Bu değerlendirmelerin akabinde bağımsız değişkenler bakımından memnuniyet değerlendirmelerinin farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik analizler için, “*Mann-Whitney U ve Kruskal-Wallis H*” testi testleri uygulanmıştır. Analizlerin sonuçları her bir memnuniyet parametresi için ayrı ayrı değerlendirilerek oluşturulan alt hipotezlerin kabul veya reddedildiğı bulgusu çalışmada paylaşılmıştır.

Farklılık analizleri sonucunda anketi cevaplayan firma yetkilisinin; firmanın ortağı olup olmadığı, firmanın cirosu, katılım bankaları ile çalışma süresi, firmanın ithalat-ihracat yapma durumu, firmaların faaliyet süresi, firma türü ve diğer bağımsız

değişkenler açısından anlamlı ve yüksek düzeyde anlamlı farklılıklar bulunduğu görülmektedir.

Anketi cevaplayanların “*eğitim düzeyi*” esasında yapılan farklılık analizine göre; fon kullandırma, getiri sağlama, sunulan hizmet durumu açısından konvansiyonel bankalara göre daha fazla memnuniyeti gösteren değerlendirmelerde, %95 güven aralığında, bağımsız değişkenler açısından farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın bu sonucu eğitim düzeyi arttıkça katılım bankalarından memnuniyet düzeyinin olumsuz yönde değişmediğini göstermektedir. Katılım bankalarının daha yüksek eğitim düzeyinde firma sahiplerinin ve profesyonel finans yöneticilerinin de olduğu müşterilerine memnuniyet sağlayıcı hizmetler sunduğu anlaşılmaktadır.

Eğitim düzeyine ilişkin bağımsız değişkenle hazırlanan bu konuya ilişkin alt hipotez kabul edilmiştir.

Anket araştırmasında “*firmaların faaliyet gösterdiği süre*” ölçütü kapsamında yapılan farklılık analizine göre: 1, 5, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 21, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34 ve 44 ifadelerinin değerlendirilmesinde; “*Finansal kriz dönemlerinde katılım bankalarının KOBİ ve ticari müşterilerinin müşteri memnuniyetlerinin değerlendirilmesinde firmaların faaliyet süresine göre müşterilerin değerlendirmeleri arasında farklılık bulunmaktadır*” alt hipotezi kabul edilmiştir. Limit tahsis, fiyat ve vade, ödeme güçlüğü yaşayan firmalara karşı tutum, genel güvenilirlik ve hizmet sunumunda memnuniyet düzeyini %95 güven aralığında bağımsız değişkene bağlı farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre firmaların %61’i 10 yıldan fazla bir süre, %15’i 6-10 yıl süre ile katılım bankaları ile çalışmaktadırlar. Dolayısıyla katılım bankaları ile çalışan KOBİ ve ticari müşterilerin %76’sı en az bir finansal kriz yaşamıştır. Bir başka ifade ile araştırmamıza katılan her dört katılımcıdan üçü en az bir finansal kriz tecrübesi yaşamıştır. Faaliyet süresi artan müşterilerde finansal kriz dönemlerinde katılım bankaları ile çalışmalarında kendilerine sunulan ürün ve hizmetlerden memnun olduğunu göstermesi açısından bu veri önemlidir.

Tez çalışmasında “*katılım bankaları ile çalışma süresi*” kriterine göre yapılan farklılık analizine göre 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 19, 20, 22, 23, 28, 29, 30, 35, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 51, 56, 57 ve 60 ifadelerinde anlamlı ve yüksek düzeyde anlamlı farklılıklar olduğu sonuçları çıkmıştır. Katılım bankaları ile çalışma

süresine bağımlı memnuniyet düzeyine ilişkin bağımsız değişkenle hazırlanan alt hipotez kabul edilmiştir.

Şöyle ki: limit tahsisi, fon kullanılması, yüksek meblağı kredi taleplerinin karşılanması, teminatların değiştirilmemesi politikası, ödeme güçlüğü yaşayan firmalar ile donuk kredileri olan firmaya karşı banka tutumu, konvansiyonel bankalara nazaran teminat politikası ve katılım bankalarının sunduğu ürünlerden genel memnuniyeti gösteren değerlendirmelerde; %95 güven aralığında bağımsız değişkenler açısından farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır.

Tez çalışmamızın bu bulgusu birkaç yönüyle son derece önemlidir. Çalışmanın bu çıktısı; öncelikle firmaların katılım bankaları ile çalışma süreleri artıca memnuniyet düzeyinin negatif yönde değişmediğini göstermektedir. Araştırmaya katılan katılımcıların %53,27'si 10 yıldan fazla bir süre ile katılım bankaları ile çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla ana kütle, sorgulanan kriz dönemlerinde katılım bankaları ile çalıştığını göstermektedir.

Uzun süre bir müesseseden hizmet almak genel itibarıyla memnuniyet düzeyini düşürücü etki yapmasına rağmen, katılım bankaları ile uzun süre çalışan müşterilerinin aldığı hizmet ve ürünlerden memnun olduğu anlaşılmaktadır.

Kriz dönemlerinde bankaların KOBİ ve ticari müşterileri için çok önemli olan bir diğer husus ise; kriz öncesinde kredili çalışma şartları kapsamında belirlenen kredi teminat yapısının krizle birlikte değişip değişmediği konusudur. Tez çalışmamızın farklılık analizine göre katılım bankaları konvansiyonel bankalara nazaran 57. ifade kapsamında memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Keza katılım bankalarının yeniden yapılandırma ve tahsili şüpheli alacakları olan müşterilerine karşı tutumundan dolayı müşteri memnuniyetinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmaya ilişkin detayları ortaya koyan diğer alt hipotezler ve değerlendirmeleri çalışmanın bulguları kısmında ifade edilmiştir.

Yapılan tüm bu çalışma kapsamında katılım bankaları müşterilerinin finansal kriz döneminde memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Katılım bankalarının başta finansal krizler olmak üzere müşteri memnuniyet düzeyinin sürdürülebilir olması ve artırılması için kanuni ve Şer'î ilkelere bağımlı kalmak

koşuluyla tavsiye edilen aşağıdaki politikaları hayata geçirmeleri halinde faydalı olacağı öngörülmektedir.

- a) Katılım bankalarının konvansiyonel bankalara nazaran kriz dönemlerinde daha güçlü oldukları ve müşterileri memnuniyetinin mukayeseli olarak daha fazla olduğu tüm platformlarda ifade edilebilir, reklamlarda vurgulanabilir.
- b) Uluslararası ve ulusal araştırmalar ve saha çalışmaları incelenerek müşteri memnuniyetini sağlayıcı faktörler tespit edilerek en iyi uygulamalar olarak katılım bankaları stratejileri arasına dâhil edilebilir.
- c) Firma ölçeğinin büyümesine orantılı olarak ihtiyacı olması ve kredi tahsis şartlarına uyması kaydıyla katılım bankalarının tahsis ettiği limitleri artırması ve bu müşterilerin konvansiyonel bankaların kredi işlemlerine bulaşmasına önlem alınabilir.
- d) Tahsis edilen limitler için istenen teminatların yüksek olması nedeniyle firmaların yüksek teminat verecek finansal güce sahip olmamasından dolayı konvansiyonel bankalarla çalışmaya başlamaktadırlar. Bunun önüne geçmek için sadece katılım bankaları ile çalışan ve konvansiyonel bankalarla çalışmayan sadık müşterilerine tahsis ettikleri kefalet limitleri için belli marjlar dâhilinde pozitif ayrımcılık uygulanabilir.
- e) Firmalar, faktör yatırımları yaptıkları zaman kullandıkları fonların geri ödemelerini sorunsuz ve kolay yapabilmeleri için iki-üç yıl ödemesiz dönem ihtiyaçları olmaktadır. Ancak katılım bankalarının geleneksel şekilde topladığı fonların ortalama vadesi iki-üç ay olduğundan bahse konu yatırımlar için farklı niteliklere haiz ve uzun vadeli fonlardan müteşekkil farklı fon toplama havuzları oluşturulabilir.
- f) Kriz dönemlerinde yükselen maliyetler ve kredi politikalarının sıkılaşması nedeniyle firmalar kredi erişiminde büyük zorluklar yaşamaktadır. Firmaların kriz gibi sıkıntılı zamanlarda büyük zararlar görmeden faaliyetlerine devam edebilmek için katılım bankaları ya kendi aralarında ya da TKBB bünyesinde oluşturacakları organizasyonla sadece katılım bankaları ile kredili çalışan müşterilerini uygulamaya alacakları yeni ürünlerle destekleyebilirler.

g) Faiz hassasiyeti olan ve katılım bankalarını bu saikle tercih eden, başta bireysel müşteriler olmak üzere, KOBİ ve ticari nitelikli müşterilerin geciken taksitlerinden kâr mahrumiyeti adı altında cezai uygulamalar yerine erken ve geç ödeme gün ve tutarları bazında mahsuplaşmanın yapılabilmesine yönelik sistemler kurulabilir. En son taksit gününde ise hala müşterinin geç ödemesinden dolayı kalan bir mahrumiyet varsa o zaman kâr mahrumiyeti cezası uygulanabilir. Cari kâr mahrumiyeti uygulaması katılım bankalarının müşterilerinin memnuniyet düzeyini olumsuz etkilemektedir.

Bu çalışma gelecek zaman dilimlerinde, katılım bankalarının finansal kriz dönemlerinde sağladığı firma memnuniyet düzeyini kriz sonrası dönemlerde de sürdürüp sürdürmediğini tespit etmeye yönelik araştırmalar yapılmasını diğer araştırmacılara önermektedir.

KAYNAKÇA

- A.Hegazy, I. (1995). An Empirical Comparative Study Between Islamic and Commercial Banks Selection Criteria in Egypt. *International Journal of Commerce and Management*, 5(3), : 46-61.
- AAOIFI. (2012). *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions Standards Faizsiz Bankacılık Standartları*. (M. Odabaşı, & İ. E. Aktepe, Çev.) İstanbul: TKBB.
- Abdul-Rahman, Y. (2015). *İslamda Bankacılık ve Finansman*. (S. Tuğ , & A. Tuğ, Çev.) İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Yayınları.
- Acar, M. (2008). Devletçiliğin İflası Piyasanın Değil. *Stratejik Boyut Dergisi*, 1(1), 28.
- Ahmad, N., & Haron, S. (2002). Perceptions of Malaysian Corporate Customers Towards Islamic Banking Products & Services . *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), 1-16.
- Akhtar, M., Hunjra, A., Imran, A., Akbar, S., Rehman, K.-U., & Niazi, G. (2011). Relationship Between Customer Satisfaction and Service Quality of Islamic Banks. *World Applied Sciences Journal*, 1(13), 453-459.
- Aktan, C. C., & Şen, H. (2001, Kasım-Aralık). Ekonomik Kriz: Nedenler ve Çözüm Önerileri. *Yeni Türkiye, Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, II(42), 1225-1230.
- Aktepe, İ. E. (2010). *İslam Hukuku Çerçevesinde Finansman ve Bankacılık*. İstanbul: Yedirenk Yayınları.
- Aktepe, İ. E. (2015). *Sorularla Katılım Bankacılığı*. İstanbul: TKBB Yayını.
- Akyüz, O. (2021). *Osman Akyüz Başarmaya Mecburdum*. İstanbul: Albaraka Yayınları.
- Al-Ajmi, J., Hussain, H., & Saleh, N. (2009). Clients of Conventional and Islamic Banks in Bahrain: How They Choose Which Bank to Patronize. *International Journal of Social Economics*, 36(11), 1086-1112.

- Alptekin, V., & Güvenek, B. (2011). İşsizlik Sorunsalının İktisadi Krizlere Olan Duyarlılığı:Türkiye Ekonomisi Üzerine Müdahale Analizi Yardımıyla Bir Değerlendirme. M. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Küresel Ekonomik ve Finansal Kriz Türkiye Ekseninde Sorunlar ve Çözüm Önerileri* (s. 293-320). Ankara: Nobel Akademik Yayın.
- Altıntaş, H., & Öz, B. (2007). Para Krizlerinin Sinyal Yaklaşımı ile Öngörülebilirliği: Türkiye Uygulaması. *Anadolu University Journal Of Social Sciences*.
- Altıntaş, M. H. (2000). *Tüketici Davranışları/ Müşteri Tatmininden Müşteri Değerine*. İstanbul: Afa Yayınları.
- Amin, M., & Isa, Z. (2008). An Examination Of The Relationship Between Service Quality Perception And Customer Satisfaction: A SEM Approach Towards Malaysian Islamic Banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 191-209.
- Anaç, T., & Kaya, F. (2017). Katılım Bankacılığı Sektöründe Bireysel Müşterilerin Banka Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 75-96.
- Apil, A. R. (2009). Customer Approach to Participatory Banking in the Case of Turkey. *TKBB'nin Katılım Bankacılığının Finans Sektörüne Getirdiği Yenilik ve Açılımlar Başlıklı Bilimsel Araştırma Yarışması*.
- Armağan, S. (2005). *İslam Ekonomisi*. İstanbul: Gündönümü Yayınları.
- Arnaud, P. (1995). *Üçüncü Dünyanın Borçlanması*. (F. Başkaya, Çev.) İstanbul, Türkiye: İletişim Yayınları.
- Atay, M. (2010). Küresel Krizde Kriz Erken Uyarı Sinyalleri Olarak Uluslararası Sermaye Hareketleri:Türkiye Örneği. İ. Kalaycı (Dü.) içinde, *Halil Seyidoğlu'na Armağan Finansal Kriz Yazıları* (s. 361-385). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Ateş, K. (2004). Finansal Krizlerden Bankacılık Krizlerine Bir Değerlendirme. *Piyasa Dergisi*(11), 195-215.

- Atıcı, G., & Gürsoy, G. (2010). Uluslararası Finansal Krizler ve Türk Bankacılık Sektörü. İ. Kalaycı (Dü.) içinde, *Halil Seyidoğlu'na Armağan Finansal Kriz Yazıları* (s. 255-271). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Aybegüm, B., & Özgen, H. (2010). Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Hatay İlinde Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 39-62.
- Bankacılık Kanunu. (2005, Kasım 1). T.C Resmi Gazete 5411. (25983).
- Bardakoğlu, A. (2000). İcâre. *TDV İslam Ansiklopedisi* (Cilt 21, s. 379-388). içinde Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Bayındır, A. (1987). *İslam'da Faiz Mevhumu ve Unsurları*. İstanbul: İSAV Yayınları.
- Bayındır, S. (2015). *Fıkhi ve İktisadi Açından İslami Finans (Para ve Sermaye Piyasaları)*. İstanbul: Süleymaniye Vakfı Yayınları.
- Beki, A. (2005). *İslam'da Güncel Ticari Meseleler*. Kayseri: Bekke Yayınları.
- Beroğlu, H. (2002). Nakit Yönetimi Özel Finans Kurumları Açısından Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım. *Doktora Tezi*, 36. İstanbul.
- Berry, T. H. (1991). *Managing the Total Quality Transformation*. USA: Mc Graw Hill Inc.
- Bulut, M. (2015). Ahlak ve İktisat. *Adam Academy Journal of Social Sciences*, 5(2), 105-123.
- Bulut, M. (2021). *Osmanlıdan Günümüze İktisadi Meselelerimiz*. İstanbul: Albaraka Kültür Sanat ve Yayıncılık A.Ş.
- Büyükdeniz, A. (2000). Faizsiz Finans Kurumlarının Mali Sistem İçindeki Yeri ve Çalışma Prensipleri. B. C. Rodoplu (Dü.), *Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama* içinde (s. 23-28). İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- Calomiris, C. W., & Heber, S. H. (2018). *Kırılgan Tasarım Bankacılık Krizleri ve Kredi Kıtılığının Siyasi Kökenleri*. (Y. E. Kaya, Çev.) İstanbul: Koç Üniversitesi.
- Canan, İ. (1992). *Hadis Ansiklopedisi Kütüb-i Sitte* (Cilt 17.). İstanbul: Akçağ yayınevi.

- Cebeci, İ. (2019). Sukûk. *TDV İslâm Ansiklopedisi* (Cilt Ek-2., s. 523-527). içinde Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Chaouch, N. (2017). An Exploratory Study of Tunisian Customers' Awareness and Perception of Islamic Banks. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 7-32.
- Coşkun, N. Ö. (2009). Finansal Kriz: Keynes ve Minsky. *Ekonomik Yaklaşım*, 20(73), 1-12.
- Çiftçi, H., & M.Sedat Uğur. (2010). Küresel Finans Krizi ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri. İ. Kalaycı (Dü.) içinde, *Halil Seyidoğlu'na Armağan Finansal Kriz Yazıları* (s. 117-147). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Çizakça, M. (1999). *İslam Dünyasında ve Batıda İş Ortaklıkları Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Çizakça, M., & Akyol, M. (2012). *İslamın Unutulan Ekonomik Modeli Ahlaki Kapitalizm*. İstanbul: Ufuk Yayınları.
- Çobanoğlu, Ş. (2013). *İslâm Ekonomisi*. İstanbul: Yediveren Yayınları.
- Çürük, S. A. (2013). İslami Finansın Türkiye'deki Gelişimi, Mevcut Sorunlar Ve Çözüm Önerileri, (Doktora Tezi). *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Darıcı, B., Öcal, F. M., & Okyar, M. C. (2010). Küresel Finans Krizi Çerçevesinde Üretim ve İstihdam Göstergeleri:Reel sektör Etkileşimi ve Reel Sektör Öncül Endekslerinin Analizi. İ. Kalaycı (Dü.) içinde, *Halil Seyidoğlu'na Armağan Finansal Kriz Yazıları* (s. 173-208). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Demirgüç-Kunt, A., & Detragiache, E. (1998). The Determinants of Banking Crises in Developing and Developed Countries. *IMF Staff Papers*(45), 81- 109.
- Desai, M. (2017). *Kibir Ekonomik Krizin Nedenleri ve Bir Sonraki Krizden Kaçınma Yolları*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Dûrî, A. (2014). *İslam İktisat Tarihine Giriş*. (S. Orman, Çev.) İstanbul: İnsan Yayınları.
- Durmuş, A. (2009). *Fikhî Açıdan Günümüz Para Mübadelesi İşlemleri*. İstanbul: İSAM.

- Dusuki, A., & Abdullah, N. (2007). Why do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks. *International Journal of Bank Marketing*, 142-160.
- Eğilmez, M. (2008). *Küresel Finans Krizi: Piyasa Sisteminin Eleştirisi*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Ekren, N. (2000). Değişen Çevre Koşulları ve Özel Finans Kurumları: Yeni Tercihler ve Stratejik Öncelikler; Türkiye’de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama. B. Rodoplu (Dü.), *Türkiye’de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama* içinde (s. 29-62). İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- El-Omer, F. A. (2017). *İslam İktisat Tarihine Giriş*. (A. Esen, Çev.) İstanbul: İSİFAM.
- Erol, C., & Radi, E.-B. (1989). Attitudes, Behaviour, And Patronage Factors Of Bank Customers Towards Islamic Banks. *International Journal of Bank Marketing*, 7(6), 31-37.
- Ersoy, A. (2012). *İktisadi Düşünce Tarihi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ersoy, A. (2015). İslam İktisadı ve İktisadi Yapısı: İnsan Merkezli Fitri İktisat ve İktisat Anlayışı. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 37-64.
- Ertürk, A. (2000). Türkiye’de Özel Finans Kurumlarının Dünü, Bugünü ve Yarını. B. Rodoplu (Dü.), *Türkiye’de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama* içinde (s. 11-13). İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- ez-Zerka, M. A. (2006). *İslam Hukuku-2* (Cilt 2). (S. Armağan, Çev.) İstanbul: Gündönümü Yayınları.
- Flood, R. P., & Peter, M. (1984). Collapsing Exchange-Rate Regimes: Some Linear Examples. *Journal of international Economics*, 17(1-2), 1-13.
- Forza, C. &. (1998). TQM impact on Quality Conformance and Customer Satisfaction: A Causal Model. *International Journal of Production Economics*, 1-20.
- Gait, A., & Andrew, C. (2009). Libyan Business Firm Attitudes towards İslâmic Methods of Finance. *Griffith University No. Çalışma Notları Serisi*.
- Gazali, M. E. (2014). *İhya-u Ulumi’-d-Din* (Cilt 2.). (A. Arslan, Çev.) İstanbul: Hikmet Neşriyat.

- Gerrard, P., & Cunningham, J. (1997). Islamic Banking: A Study in Singapore. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 204-216.
- Goldsmith, R. W. (1969). *Financial Structure and Development*. New Haven: Yale University Press.
- Gökçen, G., & Gönen , İ. (2017). Katılım Bankalarının Finans Sektörü İçindeki Yeri ve Katılım Bankalarına Yönelik Müşteri Algısı. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 61-67.
- Gülsoy, U., & Memiş, Ş. (2018). *80'lerden Yarınlar Albaraka*. İstanbul: Albaraka Yayınları.
- Gürbüz, A., Bekereci, N. E., & Ayrıca, Y. (2020). Kurumsal Banka Müşterilerin Katılım Bankalarına Yönelik Algıları Üzerine Bir Alan Araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 59-81.
- Hamzah, N., Ishak, N., & Nor, N. I. (2015). Customer Satisfactions on Islamic Banking System. *Journal of Economics, Business and Management*. 3(1), 140–144.
- Haque, A., Jamil, O., & Zaki, A. (2009). Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences. *American Journal of Applied Sciences*, 5, 922-928.
- Haron, S., Ahmad, N., & Planisek, S. (1994). Bank Patronage Factors of Muslim and non-Muslim Customers. *International Journal of Bank Marketing*, 32-40.
- <https://icd-ps.org/>. (tarih yok). 12 01, 2012 tarihinde <httpswww.refinitiv.com/en/resources/special-report/islamic-finance-development-report-2022> adresinden alındı
- İbn-i Haldun. (2015). *Mukaddeme II* (Cilt II). (S. Uludağ, Çev.) İstanbul: Dergah Yayınları.
- İşeri, M. (2004). *Son Finansal Krizler Ertesinde Türkiye'de Bankacılık*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

- Kader, R., Zakaria, R. H., Razali, N., & Abdullah, N. (2014). Why This Bank? Understanding Customers' Preference For An Islamic Bank In A Competitive Market. *10(2)*, 138-153.
- Kallek, C. (2015). *Sosyal Servet:İslam'da Yönetim-Piyasa İlişkisi*. İstanbul: Klasik Yayınları.
- Kallek, C. (2020). Murabaha. *TDV İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 30, s. 358-362). içinde Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Kaminsky , Reinhart, C., & L, G. (1999). The Twin Crises: The Causes of Banking and Balance-Of-Payments Problems. *The American Economic Review*, 89(3), 473-500.
- Karaçor , Z., & Gökmenoğlu, K. (2011). Finansal Kriz Modelleri. M. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Küresel Ekonoik ve Finansal Kriz Türkiye Ekseninde Sorunlar ve Çözüm Önerileri* (s. 27-64). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Karaman, H. (2019). *Türkiye'de İslam İktisadı Somut Sorunlara Çare Arama Ekseninde Doğmuştur*. İstanbul: İktisat Yayınları.
- Karamustafa , O., & Karakaya , A. (2002). Banka Tercihi, Finansal Araçların Kullanımı ve Memnuniyeti: Türkiye'deki Özel Finans Kurumu Müşterileri Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 16, 82-96.
- Karluk, S. (2005). *Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişim Yapısal ve Sosyal Değişim*. İstanbul: Beta Yayınları .
- Karpat, I. (1998). Müşteri Tatmininin Sağlanması. *12(71)*, 22-24.
- Kayapınar, H. (2006). Müzâraa. *TDV İslam Ansiklopedisi* (Cilt 32, s. 234-236). içinde Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Kaytancı, B., Etem , H., & Toprak, M. (2013). Katılım Bankası Müşterilerinde Bankacılık Ürün ve Hizmetlerine Yönelik Memnuniyet: Türkiye Örneği. *International Conference on Eurasian Economies*, 801-811.
- Kazgan, G. (2005). *Türkiye Ekonomisinde Krizler (1929-2001) Ekonomik Politik Açıdan Bir İrdeleme*. İstanbul: Bilgi Yayınları.
- Khan, M. A. (2018). *İslam İktisadınının Meseleleri: Güncel Durum ve Geleceğin Bir Analizi*. (S. Karadoğan, Çev.) İstanbul: İktisat Yayınları.

- Khattak, N. A., & Rehman, K.-U. (2010). Customer Satisfaction and Awareness of Islamic Banking System in Pakistan. *African Journal of Business Management*, 662-671.
- Khattak, N., Naqvi, I., Ur-Rehman, K., & Anwaar , H. (2009). Empirical study on the causal relationship between Islamic and conventional deposit rate. *International Conference on Computer Science and Information Technology*, 227-231.
- Kibritçiöglu, A. (2001). Türkiye'de Ekonomik Krizler ve Hükümetler, 1969-2001. *Yeni Türkiye Dergisi Ekonomik Kriz Özel Sayısı*(41), 174-182.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders Volume*, 47.
- Kindleberger, C. P., & Z.Aliber, R. (2013). *Finansl Krizler Tarihi: Çılgınlık, Panik, Çöküş* . (Ü. Şensoy, Çev.) İstanbul: Türkiye İşbankası Kültür Yayınları.
- Kırcı, H. (2017). *Küresel Finansal Krizden Çıkış Amacıyla Alınan Önlemler ve Sonuçları. (Yayınlanmış Doktora Tezi)*. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kondo, Y. (2001). *Customer Satisfaction: How Can I Measure It? Total Quality Management* (Cilt 12).
- Kotler, P. (2002). *Kotler ve Pazarlama: Pazar Yaratmak, Pazar Kazanmak ve Pazara Egemen Olmak*. (A. Özyağcılar, Çev.) Sistem Yayıncılık.
- Krugman, P. (1979). A model of Balance of Payments Crises. *Journal of Money, Credit and Banking*(11,3), 311-325.
- Krugman, P. (1999). What Happened to Asia. Global Competition and İntegration. *Springer*, 315-327.
- Krugman, P. (2001). Crises: The Next generation. *Conference Honoring Assaf Razin*. Tel Aviv.
- Lee, K.-h., & Ullah, S. (2011). Customers Attitude Toward Islamic Banking in Pakistan. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 131-144.

- Macovei, M. (2009). Growth and Economic Crises in Turkey: Leaving Behind a Turbulent Past. (386).
- Mannan, M. A. (1980). *İslâm Ekonomisi Teorik ve Pratik*. (B. Zengin, & T. Ömeroğlu, Çev.) İstanbul: Fikir Yayınları.
- Metawa, S., & Almosawi, M. (1198). Banking Behavior Of Islamic Bank Customers: Perspectives And İmplications . *International Journal Of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.
- Mihelis, G. G. (2001). Customer Satisfaction Measurement In The Private Bank Sector. *European Journal of Operational Research*(130), 347-360.
- Mihelis, G., Grigoroudis, E., Siskos, , Y., & Politis,. (2001). Customer Satisfaction Measurement in The Private Bank Sector. *European Journal of Operational Research*, 130(2), 347-360.
- Mishkin, F. S. (1991, December). Anatomy of A Financial Criris. *National Bureau Of Economic Research. Working Paper* (3934), 11.
- Mishkin, F. S. (2001, January). Financial Policies and the Prevention of Financial Crises in Emerging Market Countries. *NBER Working Paper Series*(8087), 3.
- Mohammad, S., Abu-salma, A., & Alzoubi, H. (2015). American Muslims' Perceptions Toward Transforming Islamic Banking System. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 5(1), 1-16.
- Muharrem, A. (2004). *Finansal Küreselleşme ve Türk Bankacılık Krizleri Üzerine Etkisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, İİBF Yayınları.
- N.Torres, E. (2014). Deconstructing Service Quality and Customer Satisfaction: Challenges and Directions for Future Research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*(23), 652-677.
- Nacar, Y. (2021). *Yunus Nacar Beş Kilometre*. İstanbul: Albaraka Yayınları.
- Naser, K., Ahmad , J., & Khalid , A.-K. (1999). Islamic Banking: A Study Of Customer Satisfaction And Preferences İn Jordan. *International Journal Of Bank Marketing*, 143.
- Naumann, E. G. (1995). Customer Satisfaction Measurement and Management: Using The Voice of The Customer. *Van Nostrand Reinhold*.

- Noyan, E. (2020). Dijital Bankacılıkta Müşteri Memnuniyetinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Değerlendirilmesi Muğla İli Örneği.
- Obaidullah, M. (2005). *Islamic Financial Services*. Islamic Economics Research Center.
- Obstfeld, M. (1988). The Logic Of Currency Crises. Monetary and Fiscal Policy in an İntegrated Europe. 62-90.
- Odabaşı, Y. (1997). *Odabaşı, Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Oh, H., & Parks, S. (1996). Customer Satisfaction And Service Quality: A Critical Review Of The Literature And Research İmplications For The Hospitality İndustry. (20.3), 35-64.
- Okumuş, H. (2005). Interest-Free Banking in Turkey: A study Of Customer Satisfaction and Bank Selection Criteria. *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51-86.
- Okumuş, H., & Genç, E. G. (2013). Interest free banking in Turkey: A Study Of Customer Satisfaction and Bank Selection. *European scientific journal*, 9(16), 144-166.
- Omer, H. (1992). The Implication of Islamic Beliefs and Practice on Islamic Financial İstitutions in The UK. (Doktora Tezi). Loughborough Üniversitesi,.
- Onis, Z., & Aysan, A. (2000). Neoliberal Küreselleşme, Ulus-Devlet ve Yarı Çevrede Mali Krizler: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Third World Quarterly*, 21(1), 119-139.
- Orçunus, A. R. (1995). Rekabetçi Yönetim ve Tüsiad-Kalder Toplam Kalite Modeli. 73.
- Orman, S. (1992). *Modern İktisat Literatüründe Para, Kredi ve Faiz*. İstanbul: İslâmi İlimler Araştırma Vakfı Yayınları.
- Oruç, B. (2002). Finansal Sistemlerin Ekonomik Kalkınma ve Krizler Üzerindeki Etkileri-Türk Sermaye Piyasaları. 3-4.

- Othman, A., & Owen, L. (2012). Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(1), 1-26.
- Overstone, L. (1837). *Reflections Suggested by a Perusal of Mr.J. Horsley Palmers Pamphlet on the Causes and Consequences of the Pressure on the Money Market*. P. Richardson.
- Öçer, A., & Bayuk, N. (2001). Müşteri Memnuniyeti. *Pazarlama Dünyası*(15.2), 26-29.
- Öner, M. H. (2021, Mart). Katılım Bankalarının Takipteki Kredi Oranını Etkileyen Faktörler Ve Mevduat Bankaları İle Karşılaştırmalı Analizi. İstanbul.
- Özatay, F. (2009). *Finansal Krizler ve Türkiye*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Özcan, M. E. (2000). Bankacılıkta Yeni Bir Boyut:Katılım Bankacılığı. B. Rodoplu (Dü.), *Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama* içinde (s. 193-195). Albaraka Türk.
- Özgür, E. (2007). Katılım Bankalarının Finansal Etkinliği ve Mevduat Bankaları ile Rekabet Edebilirliği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). *Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1), 187-206.
- Öztürk, S., & Gövdere , B. (2010). Küresel Finansal Kriz ve Türkiye Ekonomisine Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 377-397.
- Pakdemirli, E. (2000). Türkiye'de Faizsiz Finans Kurumlarının Kuruluş Serüveni. B. Rodoplu (Dü.), *Türkiye'de Özel Finans Kurumları Teori ve Uygulama* içinde (s. 15-18). İstanbul: Albaraka Türk Yayınları.
- Parasız, İ. (1999). *Modern Ansiklopedik Ekonomi Sözlüğü*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Reinhart , C., & Kenneth, S. (2008). This Time Is Different, A Panoramic View Of Eight Centuries Of Financial Crises. *National Bureau of Economic Research*(w13882.).

- Rudnycky, D. (2021). *Borcun Ötesinde Küresel Finansta İslami Deneyimler*. İstanbul: Alabaraka Yayınları.
- Rungtusanatham, M. F. (1998). A Replication Study of A Theory of Quality Management Underlying the Deming Management Method: Insights From an Italian Context. *Journal of Operations Management*(17 (1)), 77-95.
- Sachs, J. D. (1998). Alternative Approaches to Financial Crises in Emerging Markets. M. Kahler içinde, *Capital Flows And Financial Crises* (s. 247, 250.). Cornell University Press.
- Saiti, B., Ardo, A., & Yumusak, I. (2019). Why non-Muslims subscribe to Islamic banking?
- Salant , S., & Henderson, D. (1978). Market Anticipations of Government Policies and the Price of Gold. (86.4), 627-648.
- Sarı, B. (2012). Customer Satisfaction in Participatory Banking Sector in Turkey and an Application on Bank Preferences. (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Sebastian , E., & Jeffrey, A. (2009). *Preventing Currency Crises in Emerging Markets*. University of Chicago Press.
- Ser, N., Ghazali, F., & Sundram, V. (2014). Determinants of Attitude towards Islamic Financing among Halal-Certified Micro and SMEs. <http://ssrn.com/abstract=2540610>.
- Servet, B. (2005). *İslâm Hukuku Penceresinden Faizsiz Bankacılık*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Seyidoğlu , H., & Yıldız, H. (2006). *Ekonomik Kriz Öncesi Erken Uyarı Sistemleri*. İstanbul: Arıkan Kitabevi.
- Seyidoğlu, H. (1999). *Uluslararası İktisat:Teori, Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Shiller, R. J. (2019). *Finans ve İyi Toplum*. (E. Akkaş, Çev.) İstanbul: Albaraka Yayınları.

- Solak , M. Y., & Koyuncu, O. (2019). Katılım Bankacılığı İş Modeli. A. A. Şakir Görmüş (Dü.) içinde, *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı* (s. 168-185). İstanbul: TKBB Yayınları.
- Sprague, J., Gopalakrishnan, K., & McItyre, B. (1992). *Implementing Internal Quality Improvement With The House of Quality*. USA: Quality Progress.
- Süklüm, N. (2006). Türkiye'de Hizmet Sektöründeki Turizm İşletmelerinde Uygulanan" Herşey Dahil" Sisteminin Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisinin Ölçümlenmesi ve Bir Alan Araştırması. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.
- Şendoğdu, A. A. (2014). Özel Kamu Ve Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyeti Ve Müşteri Sadakatine Yönelik Bir Araştırma. *Suleyman Demirel University Journal Of Faculty Of Economics & Administrative Sciences*, 19(1), 91-106.
- T.C.Resmi Gazete. (2014, 10 14). Ziraat Katılım Bankası A.Ş. *Faaliyet İzni(29146)*.
- T.C.Resmi Gazete. (2015, 3 3). Vakıf Katılım Bankası A.Ş. *Faaliyet İzni(292084)*.
- T.C.Resmi Gazete. (2019, 2 27). Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş. *Faaliyet İzni(30699)*.
- Tabakoğlu, A. (2006). İslâm İktisadında İşçi-İşvern Münasebetleri. E. Erken içinde, *İktisat Tarih ve Zihniyet Dünyamız*. İstanbul: MÜSİAD.
- Tak, B. (2002). Kamu Kuruluşlarında Müşteri Odaklı Yönetim Anlayışına Geçiş Aracı Olarak Vatandaş Tatmin Araştırmaları ve Bursa Halkına Yönelik Görgül Bir Çalışma. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(2), 143-159.
- Tarı, R., Erarslan, C., & Bayraktar, Y. (2011). Küresel Ekonomik Kriz ve Belirleyicileri Üzerine Bir Değerlendirme. M. Çetinkaya (Dü.) içinde, *Küresel Ekonomik Ve Finansal Kriz Türkiye Ekseninde Sorunlar ve Çözüm Önerileri* (s. 7-26). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Taşkın, E. (2000). *Müşteri İlişkileri Eğitimi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Tayran, S. (2018). Customer Satisfaction in Participation Banks: Case in Istanbul. *Journal of Industrial Policy and Technology Management*, 1, 1-10.
- TDK. (2022). 6 2022 tarihinde alındı

- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Beta Basım.
- Terry, G. V. (2006). *Improving Your Measurement of Customer Satisfaction*. (G. Günay, Çev.) İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Toprak, M. (2001, Kasım-Aralık). Yükselen Piyasalarda Finansal Kriz . *Yeni Türkiye Dergisi*(42), 863-864.
- Toraman, C., Ata, A., & Buğan, M. (2015). İslami Bankacılık Faaliyetlerine Yönelik Müşteri Algısı Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4), 761-779.
- Turan, Z. (2005). *Türkiye Ekonomisinde Kasım 2000 - Şubat 2001 Krizleri*. Ankara: Tühis Yayınları.
- Ülgener, S. F. (2015). *Dünü ve Bugünü ile Zihniyet ve Din; İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*. İstanbul: Der'in Yayınları.
- Vavra, T. G. (1999). *Müşteri Tatmini Ölçümlerinizi Geliştirmenin Yolları*. (G. Günay, Çev.) İstanbul: Kalder Yayınları.
- Veysel Yılmaz, H. Ç. (2005). Bankacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti Ve Bankaya Bağlılık Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modelleriyle Araştırılması. *VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, (s. 26,27).
- Wakhid, S., & S. Efrita. (2007). Adapting Islamic Banks' CARTER Model: An Empirical Study in Riau's Syariah Banks. *Indonesia. Proc. PESAT*(2), 120-127.
- Weber, M. (2015). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (E. Aktan, Çev.) İstanbul: Alter Yayıncılık.
- Yanpar, A. (2015). *İslami Finans:İlkeler, Araçlar ve Kurumlar*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Yaran, R. (2011). *İslam Hukukuna Göre Hukukî İşlemler ve Hükümleri (Eşya Hukuku ve Borçlar Hukuku)*. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Yay, T., Yay, G., & Ensar , Y. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Finansal Krizler ve Finansal Düzenlemeler*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Yazır, M. H. (1992). *Hak Dini Kur'ân Dili* (Cilt 2). İstanbul: Azim Dağıtım.

- Yeldan, A. E. (2008). Turkey and the Long Decade with The IMF:1998-2008. *International development economic associates*, 1-5.
- Yıldırım, O. (2004). Türk Bankacılık Sektörünün Temel Sorunları ve Sektörde Yaşanan Mali Riskler. *Ticaret Müsteşarlığı*(30).
- Yıldırım, D. Ç., & Bölükbaşı, A. G. (2010). Finansal Kriz Sürecinde Elektrik Arzındaki Değişimin Panel Veri Analizi İle OECD Ülkeleri İçin Araştırılması. İ. Kalaycı (Dü.) içinde, *Halil Seyidoğlu'na Armağan Finansal Kriz Yazıları* (s. 55-72). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Zainuddin, Y., Jahyd , N., & Ramayah, T. (2004). Perception of Islamic Banking: Does It Differ among Users and Non-users. *Jurnal Manajemen and Bisnis*, 6(3), 221-232.
- Zerka, M., & Neccâr, M. A. (2009). *İslâm Düşüncesinde Ekonomi, Banka ve Sigorta*. (H. Karaman, Çev.) İstanbul: İz Yayıncılık.

EKLER

EK 1 Anket Katılımcılarının ve Firmaların Demografik Özellikleri

Sorular	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Katılımcı Yaşı	20-30	16	3.74
	31-40	154	35.98
	41-50	166	38.79
	50-60	60	14.02
	60 Üstü	32	7.48
Katılımcı Eğitim Durumu	İlköğretim	12	2.80
	Lise	80	18.69
	Ön lisans/Lisans	246	57.48
	Lisansüstü/Doktora	90	21.03
Katılımcı Cinsiyeti	Kadın	30	7.01
	Erkek	398	92.99
Katılımcı Firma Ortaklığı Durumu	EVET	266	62.15
	HAYIR	162	37.85
Ortağın Finanstan Sorumlu Olma Durumu	EVET	330	77.10
	HAYIR	98	22.90
Profesyonel Finansçının Varlığı	EVET	258	60.28
	HAYIR	170	39.72
Çalıştığı Banka Türü	Sadece KB	82	19.16
	Hem KB hem Konvansiyonel Banka	346	80.84
Katılım Bankaları ile Çalışma Süresi	1-5 Yıl	118	27.57
	6-10 Yıl	82	19.16
	10 Yılden Fazla	228	53.27
Çalışılan Katılım Bankalarına Göre	Albaraka Türk	60	14.29
	Kuveyt Türk	26	6.19
	Türkiye Finans	14	3.33
	Diğer	12	2.88
	2 KB	142	33.81
	3 KB	114	27.14
	4 KB	52	12.38
Firmanın Faaliyet Süresi	1 Yılden Az	2	0.47
	1-5 Yıl	100	23.36
	6-10 Yıl	66	15.42
	10 Yılden Fazla	260	60.75
Faaliyet Gösterdiği Bölge	Akdeniz Bölgesi	42	2.80
	Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi	44	3.27
	Ege Bölgesi	70	7.01

	Karadeniz ve İç Anadolu Bölgesi	50	11.68
	Marmara Bölgesi	222	51.87
Personel Sayısı	10'dan Az İşçi".Mikro"	92	21.50
	10-49 İşçi".Küçük"	167	39.02
	50-249 İşçi".Orta"	130	30.37
	250 Üzeri".Büyük"	39	9.11
Şirket Türü/Hukuki Yapısı	A.Ş	146	34.11
	L.T. D.	252	58.88
	Diğer	30	7.01
Yıllık Ciro	3 mly TL'den az	290	67.76
	3-25 mly TL arası	68	15.89
	25-125 mly TL arası	46	10.75
	125 mly TL'den fazla	24	5.61
Toplam Aktif Büyüklük	3 mly TL'den az	156	36.45
	3-25 mly TL arası	210	49.07
	25-125 mly TL arası	38	8.88
	125 mly TL'den fazla	24	5.61
Faaliyet Gösterdiği Sektör	Ağır sanayiler	38	8.88
	Gıda ve gıda ürünleri	8	1.87
	İnşaat ve inşaat yapı malzemeleri	22	5.14
	Gayrimenkul	46	10.75
	Medya	6	1.40
	Eğitim kurumları	16	3.74
	Hastaneler sağlık hizmetleri	80	18.69
	Kimyasal petrokimyasal ve alaşımlı ürünler	12	2.80
	Metal madenciliği ve taş ocaklığı	2	0.47
	Otomotive ve otomotive yan sanayi	16	3.74
	Plastik hammadde	14	3.27
	Tekstil	28	6.54
	Taşımacılık	6	1.40
	İletişim	4	0.93
	Perakende ticaret	6	1.40
	Toptan Ticaret	72	16.82
	Turizm otelcilik ve bağlantılı servisler	44	10.28
	Tarım balıkçılık ve ormancılık	8	1.87
	Bağlı Ortaklığı ya da İştiraki Olması	Evet	132
Hayır		296	69.16
İhracat Durumu	Evet	186	43.46
	Hayır	242	56.54
Yıllık İhracat Miktarı Milyon	3 mly TL'den az	100	23.36

USD	3-25 mly TL arası	96	22.43
	25-125 mly TL arası	8	1.87
	125 mly TL'den fazla	40	9.35
İthalat	Evet	168	39.25
	Hayır	260	60.75
Yıllık İthalat Miktarı Milyon USD	3 mly TL'den az	136	31.78
	3-25 mly TL arası	20	4.67
	25-125 mly TL arası	50	11.68
	125 mly TL'den fazla	26	6.07

n:428



EK 2 Anket Soru Seti

A FİRMA SAHİBİ/YÖNETİCİSİNE AİT BİLGİLER					
1	Yaşınız	20-30			
		31-40			
		41-50			
		50-60			
		60 Üstü			
2	Eğitim Durumunuz	İlköğretim			
		Lise			
		Önlisans/Lisans			
		Lisansüstü/Doktora			
		Lisansüstü/Doktora			
3	Cinsiyetiniz	Kadın			
		Erkek			
4	Firma ortağınızın	EVET	HAYIR		
5	Firma sahibi aynı zamanda finanstan sorumlu mu	EVET	HAYIR		
6	Firmanızda profesyonel finans çalışanı var mı	EVET	HAYIR		
7	Firmanız Hangi Tür Bankalarla Çalışıyor	Sadece KB	Sadece CB	Hem KB hem de CB	
8	Firmanızın Katılım bankaları ile çalışma süresi	1 yıldan az	1 ile 5	6 ile 10	10 yıldan fazla
9	Firmanız hangi katılım bankası/bankaları ile çalışmaktadır	Albaraka	Kuveyt	tfk	Diğer
B FİRMAYA AİT BİLGİLER					
10	Firmanızın faaliyet süresi kaç yıldır	1 yıldan az	1 ile 5	6 ile 10	10 yıldan fazla
11	Firmanız hangi bölge/bölgelerde faaliyet göstermektedir	akdeniz	doğu yada güneydoğu	ege	Karadeniz yada iç
12	Firmanızda toplam kaç personel çalışmaktadır	1 ile 9	10 ile 49	50 ile 250	250 den fazla
13	Firmanızın Hukuki yapısı/Şirket Türü nedir	A.Ş	LTD.	Diğer:.....	
14	Firmanızın Yıllık Cirosu kaç TL dir	1--2.999.999	3.000.000-24.999.999	25.000.000-124.999.999	125 mly fazla
15	Firmanızın Toplam Aktif Büyüklüğü Milyon TL dir	1--2.999.999	3.000.000-24.999.999	25.000.000-124.999.999	125 mly fazla
16	Firmanızın faaliyet gösterdiği sektör	Ağır Sanayiler	Otomotive Ve Otomotive Yan Sanayi		
		Gıda ve gıda Ürünleri	Plastik Hammadde		
		İnşaat ve inşaat yapı malzemeleri	Tekstil		
		Gayrimenkul	Taşımacılık		
		Medya	İletişim		
		Eğitim Kurumları	Perakende Ticaret		
		Hastaneler Sağlık Hizmetleri	Toptan Ticaret		
		Kimyasal, petrokimyasal ve alaşımlı ürünler	Turizm Otelcilik ve Bağılantılı Servisler		
		Metal Madencilik ve Taş Ocaklığı	Tarım, Balıkçılık ve Ormanlık		
		17	Firmanızın Bağlılığı ortaklığı yada iştiraki var mı	EVET	HAYIR
18	İhracat yapıyor mu	EVET	HAYIR		
19	Firmanızın Yıllık İhracat Miktarı Kaç Milyon USD'dir ?	0-999.999	1.000.000-4.999.999	5.000.000-9.999.999	10.000.000'dan fazla
20	Firmanız İthalat Yapıyor mu?	EVET	HAYIR		
21	Firmanızın Yıllık İthalat Miktarı Kaç Milyon USD'dir	0-999.999	1.000.000-4.999.999	5.000.000-9.999.999	10.000.000'dan fazla

C	AŞAĞIDAKİ SORULARI KATILIM BANKALARININ KRİZ DÖNEMLERİ VE SONRASINDA Kİ :FİZİKİ GÖRÜNÜM/MADDİ DEĞERLER, GÜVENİRLİK, HEVESLİLİK, DUYARLILIK/GÜVEN, KURUMA BAĞLILIK VE YETERLİLİK GÜVENCE İLE İLGİLİ ÖZELLİKLERİNİ DÜŞÜNEREK CEVAPLAYINIZ.									Kesinlikle Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
										Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Bilgi Yok	Katılmıyorum
1	Katılım Bankaları müşteri sorunlarının çözümünde samimi davranır.												
2	Katılım Bankaları çalışanlarının davranışı müşterilere güven vermektedir.												
3	Katılım Bankalarının çalışanları müşterilere karşı oldukça nazik ve hoşgörülüdürler.												
4	Bir dahaki sefere yine Katılım Bankalarını tercih ederim												
5	Katılım Bankalarının hizmet kalitesini arkadaşlarımıza tavsiye ederim.												
6	Her hangi biri hangi banka ile çalışmak gerektiğini sorarsa Katılım Bankalarını tavsiye ederim												
7	Katılım bankalarının binaları, çalışma alanları ve donanımı modern görünüme sahiptir.												
8	Katılım bankaları verdiği sözü zamanında yerine getirir.												
9	Katılım bankaları havale/eft veya hesaptan fazla para çekme gibi konularda sık sık hata yapmaz.												
10	Katılım bankaları müşterileri banka ile ilgili olan işlemlerinde kendilerini güvende hissederler												
11	Katılım bankası çalışanları her zaman müşteriye yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.												
12	Katılım bankaları müşterilerinin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.												
13	Katılım bankaları çalışanları müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye ve uzmanlığa sahiptirler												

D	AŞAĞIDAKİ SORULARI KATILIM BANKALARININ KRİZ DÖNEMLERİNDE VE SONRASINDA; KREDİ LİMİTİ TAHSİSİ, KREDİ VERME, KREDİ FİYATLARI, KREDİ NİTELİĞİ TAŞIYAN ÜRÜNLERİN TEMİNATLANDIRILMASI, ATM/İNTERNET/GİŞE İŞLEM LİMİTLERİ VE BANKACILIK ÜRÜNLERİNİN KOMİSYONLARI İLE İLGİLİ MEMNUNİYET DÜZEYİNİZİ ÇOK MEMNUNUM VE HİÇ MEMNUN DEĞİLİM (1 İLE 5) ARASINDA İFADE EDİNİZ.	MEMNUNİYET DÜZEYİ				
		Çok Memnunuz	Memnunuz	Kararsızım	Memnun Değilim	HİÇ Memnun Değilim
1	İlk defa kredi limitleri tahsisinden					
2	Mevcut kredi limitlerinin revizesinden					
3	Mevcut kredi limitlerinin artırılmasından					
4	Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin tahsisinden					
5	Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin artırılmasından					
6	İlk kez çek karnesi limiti talebinin değerlendirilmesinden/verilmesinden					
7	Mevcut çek karnesi limitinin artırılması talebinin değerlendirilmesinden					
8	Mevcut çek karnesi limiti dahilinde çek karnesi talebinin değerlendirilmesinden					
9	Atm den para çekme limitlerinin azaltılmasından/değiştirilmesinden					
10	İnternet ve mobil bankacılık kanallarındaki EFT/havale saatlerinin değiştirilmesinden					
11	İnternet ve mobil bankacılık kanallarındaki EFT/havale tutarlarının azaltılmasından/değiştirilmesinden					
12	İnternet ve mobil bankacılık kanallarında döviz alım-satım işlemleri limitlerinin düşürülmesinden					
13	Şube kanalıdan döviz işlemlerine sınırlama getirilmesinden					
14	Kredi kullandırma iştahının devam etmesinden					
15	Mevcut kredi limitinin kullanılmasından					
16	Proje ve sabit yatırımlarına yönelik kredi kullandırılmasından					
17	Yüksek meblağlı kredi kullanma taleplerinin karşılanmasından					
18	Çalıştığımız sektörün ortalama vadelerinden daha uzun vadeli kredisiz taleplerinin karşılanmasından					
19	Kredi kullandırılmadıkça ödemesiz dönem taleplerini karşılamasından					
20	Müşareke/kar&zarar ortaklığı projelerini yapmamasından					
21	İcra/Leasing ürününü finanse etmemesinden					
22	Murahabaha ve diğer ticari ürünlerin finansman maliyetlerinin artırılmasından					
23	Komisyon oranlarının kriz öncesi ile mukayese edildiğinde, uygulanan komisyon oranlarından memnuniyet					
24	İlk defa kredi limitlerinin tahsisinde talep edilen teminatlardan memnuniyet düzeyiniz					
25	Mevcut kredi limitlerinin revizesi teminat politikasından					
26	Mevcut kredi limitlerinin artırılması teminat politikasından					
27	Gayrimenkul ipoteklerinin ekspertiz değerlerinden ve marjlarından					
28	Teminata alınan müşteri çeklerinin vadesinden ve marjından					
29	Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin tahsisi teminat politikasından					
30	Şirket kartı ve kredi kartı limitlerinin artırılması teminat politikasından					
31	Ödeme güçlüğü çeken müşterilere karşı tutumundan					
32	Ödeme güçlüğüne düşen müşterilerin kredilerini geri çağırılmalarından					
33	Yeniden yapılandırma taleplerini değerlendirmelerinden					
34	Yeniden yapılandırma talepleri projelerine uyguladıkları maliyetlerden					
35	Yeniden yapılandırma taleplerinde uyguladıkları vadelerden					
36	Yeniden yapılandırma taleplerinde ödemesiz dönem taleplerinin karşılanmasından					
37	Tahsilî mümkün olmayan alacaklara karşı tutumundan memnun musunuz?					
38	Tahsilî mümkün olmayan alacakların hukuki süreçlerinden memnun musunuz?					
39	Katılım hesapları getirilerinin Konvansiyonel bankaların faiz getirileri ile kıyasladığınızda almanız getiriden					
40	Sukuk ve diğer fon toplama hesapları getirilerinin Konvansiyonel bankaların faiz getirileri ile kıyasladığınızda almanız getiriden					
41	Fon kullandırma kar paylarını konvansiyonel bankaların faiz oranları ile kıyasladığınızda memnuniyet					
42	Bankacılık hizmetlerinden alınan komisyonların konvansiyonel bankalar ile kıyasladığınızda memnuniyet					
43	Kredilerin tahsisinde istenen teminatların konvansiyonel bankalar ile kıyasladığınızda					
44	Ödeme güçlüğü çeken müşterilere karşı tutumunu konvansiyonel bankalar ile kıyasladığınızda					
45	Çalıştığımız katılım bankasının beklentilerinizi karşılama düzeyinden memnun musunuz?					
46	Katılım bankalarının sunduğu hizmetlerden memnun musunuz?					
47	Katılım bankalarının sunduğu ürünlerden memnun musunuz?					

EK 3 Katılım ve Konvansiyonel Bankaların Mukayeseli Verileri

Yıllar	ŞUBE		PERSONEL		TOPLANAN FONLAR		KULLANDIRILAN FONLAR		TOPLAM AKTİF		ÖZKAYNAK		NET KAR		TOPLANAN FONLAR		KULLAN. FON/TOPL. FON	
	KB Şube	Konvansiyonel Bankalar Şube	KB Personel	Konvansiyonel Bankalar Personel	KB Toplanan Fonlar	Konvansiyonel Bankalar Toplanan Fonlar	KB Kullandırılan Fonlar	Konvansiyonel Bankalar Kullandırılan Fonlar	KB Toplam Aktif	Konvansiyonel Bankalar Toplam Aktif	KB Özkaynak	Konvansiyonel Bankalar Özkaynak	KB Net Kar	Konvansiyonel Bankalar Net Kar	KB Yıllık Artış Oranı	Konvansiyonel Bankalar Yıllık Artış Oranı	KB Kullandırılan Fonlar/Toplanan Fonlar	Konvansiyonel Bankalar Kullandırılan Fonlar/Toplanan Fonlar
2000	110	7.837	2.182	170.401	1.047	68.442	812	34.206	1.219	104.088	161	5.047	9	3.349	62%	71%	0,78	0,30
2001	123	6.908	2.846	137.495	1.696	117.121	922	40.982	2.008	166.393	203	9.731	19	5.164	67%	18%	0,54	0,35
2002	157	6.203	3.054	123.271	2.829	137.973	1.721	48.981	3.321	212.681	400	25.698	15	2.905	23%	13%	0,61	0,36
2003	188	6.078	3.520	124.030	3.473	155.312	2.463	66.222	4.256	249.688	700	35.537	84	5.608	43%	23%	0,71	0,43
2004	255	6.219	4.789	127.944	4.965	191.065	3.734	99.342	6.080	306.439	892	45.962	87	6.452	69%	32%	0,76	0,52
2005	290	6.568	5.740	138.724	8.369	251.490	6.474	156.410	9.945	406.909	951	53.736	250	5.965	33%	22%	0,77	0,62
2006	355	7.302	7.114	150.966	11.152	307.647	9.323	218.987	13.752	499.731	1.560	57.977	391	11.364	33%	16%	0,84	0,71
2007	422	8.122	9.215	167.760	14.834	356.865	14.072	283.616	19.445	581.606	2.364	73.485	527	14.859	28%	27%	0,95	0,80
2008	530	9.384	11.022	182.665	19.045	454.599	17.641	367.445	25.770	732.536	3.729	82.695	647	13.421	40%	13%	0,93	0,83
2009	560	9.581	11.802	184.205	26.711	514.620	23.641	392.621	33.628	834.014	4.419	106.467	705	20.182	24%	20%	0,89	0,76
2010	607	10.066	12.677	191.180	33.089	617.037	30.823	525.851	43.339	1.006.667	5.457	129.086	759	22.116	20%	13%	0,93	0,85
2011	685	9.834	13.857	181.418	39.869	698.920	41.533	664.289	56.077	1.160.712	6.193	138.452	803	23.824	23%	10%	1,04	0,95
2012	828	10.234	15.356	186.098	49.151	770.016	50.357	768.939	70.245	1.298.143	7.377	174.563	916	28.953	29%	23%	1,02	1,00
2013	966	11.021	16.763	197.465	63.210	943.313	68.248	1.015.524	96.022	1.635.370	8.803	184.892	1.052	28.549	6%	12%	1,08	1,08
2014	990	11.223	16.270	200.886	66.788	1.057.638	71.168	1.209.686	104.229	1.888.308	9.673	222.331	1.438	31.010	8%	18%	1,07	1,14
2015	880	11.193	13.768	201.204	71.903	1.250.697	76.805	1.458.516	112.368	2.235.995	9.528	251.613	997	30.761	18%	17%	1,07	1,17
2016	966	10.781	14.570	195.699	84.792	1.462.844	88.481	1.716.623	132.777	2.595.348	11.496	288.788	1.106	44.366	27%	17%	1,04	1,17
2017	1.034	10.550	15.031	193.504	107.311	1.713.185	111.070	2.071.376	159.903	3.065.039	13.645	345.030	1.583	56.399	30%	19%	1,04	1,23
2018	1.122	10.454	15.654	192.313	139.806	2.036.665	133.103	2.364.801	206.653	3.656.359	16.769	405.257	2.097	57.188	57%	22%	0,95	1,16
2019	1.179	10.199	16.044	188.837	219.601	2.434.956	176.145	2.618.265	284.282	4.201.885	20.672	470.409	2.438	51.072	50%	34%	0,80	1,06
2020	1.254	9.939	16.838	186.612	328.807	3.308.203	255.592	3.423.667	436.712	5.663.536	23.329	571.983	3.717	63.683	72%	51%	0,78	1,04
2021	1.313	9.792	17.132	185.248	566.172	5.011.889	392.270	4.647.764	716.496	8.489.361	36.310	677.635	5.468	96.024	-100%	-100%	0,69	0,93

Personel ve Şube bilgileri dışındaki veriler Milyon TL cinsinden
2000 ve 2001 yıllarına İlişli Finans

26.02.2020 tarihli ve 2020/02 sayılı Etik Kurulu kararı ektir.

 İstanbul Zaim Üniversitesi	İSTANBUL SABAHATTİN ZAIM ÜNİVERSİTESİ ETİK KURULU																
ARAŞTIRMA ETİK KURUL ONAY FORMU																	
Tarih:	26.02.2020																
Sayı:	2020/02																
Ekler:	EK 1: Başvuru Dilekçesi EK 2: Etik Davranış Beyan Formu EK 3: Etik Kurul Başvuru Formu EK 4: Anketler (22 Sayfa)																
Yer:	İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Rektörlüğü																
İlgi:	Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'nün 25.02.2020 tarihli ve 1089 sayılı yazısı																
Katılımcılar:	<table><tr><td>1. Prof. Dr. Nasuh USLU</td><td>Kurul Başkanı/Rektör Yardımcısı</td></tr><tr><td>2. Prof. Dr. Mehmet Emin KÖKTAŞ</td><td>Üye/Dekan V.</td></tr><tr><td>3. Prof. Dr. Mustafa ATEŞ</td><td>Üye/Dekan V.</td></tr><tr><td>4. Prof. Dr. Kadir CANATAN</td><td>Üye/Öğretim Üyesi</td></tr><tr><td>5. Prof. Dr. Yahya Kemal YOGURTÇU</td><td>Üye/Öğretim Üyesi</td></tr><tr><td>6. Prof. Dr. Ömer ÇAHA</td><td>Üye/Müdür V.</td></tr><tr><td>7. Bilal ŞAMAT</td><td>Üye/Hukuk Müşaviri</td></tr><tr><td>8. Zeynep Funda TEZ</td><td>Raporör</td></tr></table>	1. Prof. Dr. Nasuh USLU	Kurul Başkanı/Rektör Yardımcısı	2. Prof. Dr. Mehmet Emin KÖKTAŞ	Üye/Dekan V.	3. Prof. Dr. Mustafa ATEŞ	Üye/Dekan V.	4. Prof. Dr. Kadir CANATAN	Üye/Öğretim Üyesi	5. Prof. Dr. Yahya Kemal YOGURTÇU	Üye/Öğretim Üyesi	6. Prof. Dr. Ömer ÇAHA	Üye/Müdür V.	7. Bilal ŞAMAT	Üye/Hukuk Müşaviri	8. Zeynep Funda TEZ	Raporör
1. Prof. Dr. Nasuh USLU	Kurul Başkanı/Rektör Yardımcısı																
2. Prof. Dr. Mehmet Emin KÖKTAŞ	Üye/Dekan V.																
3. Prof. Dr. Mustafa ATEŞ	Üye/Dekan V.																
4. Prof. Dr. Kadir CANATAN	Üye/Öğretim Üyesi																
5. Prof. Dr. Yahya Kemal YOGURTÇU	Üye/Öğretim Üyesi																
6. Prof. Dr. Ömer ÇAHA	Üye/Müdür V.																
7. Bilal ŞAMAT	Üye/Hukuk Müşaviri																
8. Zeynep Funda TEZ	Raporör																
Planlanan araştırma önerisi özeti aşağıdaki gibidir.																	
Araştırmanın Niteliği:	Doktora Tezi																
Araştırmanın Başlığı:	Finansal Kriz Dönemlerinde Katılım Bankalarının Kobi ve Ticari Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Türkiye Örneği																
Araştırmacılar ve adres bilgisi:	Öğrenci: Çınar ÇELİK, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İslam Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı, İslam Ekonomisi ve Uluslararası Finans Doktora Programı öğrencisi, [Redacted] Danışman: Prof. Dr. Mehmet BULUT, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İslam Ekonomisi ve Finans Öğretim Üyesi																
Araştırmanın Süresi (ay):	Üç (3)																
Araştırmanın Amacı:	Türkiye'de faaliyet gösteren Katılım Bankalarının Finansal Kriz Dönemlerinde Kobi ve Ticari segmentteki müşterilerinin memnuniyet derecesini ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla yapılacak olan araştırma reel ekonomiyi finanse eden katılım bankalarının finansal kriz dönemlerindeki davranış değişiklik derecelerini ve katılım bankaları ile çalışan kobi ve ticari nitelikli müşterilerin yaşadığı sorunlar ve çözümler, çözümlenemeyen ve memnuniyetsizlik oluşturan sorunlara çözüm önerileri hedeflemektedir.																
Araştırma Etiği:	Araştırmaya Etik Kurul onayı akabinde ilgili kurumların izni alındıktan sonra başlanacaktır. Araştırmada kişisel veri toplanacağından 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ve ilgili mevzuat uyarınca kişisel verileri korumak amacıyla gerekli tüm tedbirler alınacak, gerekli her türlü yükümlülük özende yerine getirilecektir. Çalışmanın bilimsel bir araştırma için veri toplamayı amaçladığı, çalışma sonuçlarının sadece bilimsel amaçlarla kullanılacağı, çalışmanın sonuçlarının katılımcıların aleyhine olacak şekilde kullanılmayacağı, çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayandığı, cevapların tamamen gizli tutulacağı, çalışmaya katılanların kimliklerini açık edici davranışlardan kaçınılacağı ve çalışmaya katılanların katılım sırasında herhangi bir nedenle rahatsızlık hissemeleri durumunda istedikleri zaman katılmalarını sona erdirebilecekleri bilgileri kullanılacak anketlerin başında verilmektedir.																

26.02.2020 tarihli ve 2020/02 sayılı Etik Kurulu kararı ektir.

Araştırmada Kullanılacak Ölçme Araçları (adları) ve Kaynakları:	<p>1-Demografik Bilgi Formu <i>Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.</i></p> <p>2-Firma Bilgi Formu <i>Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır</i></p> <p>3-Katılım Bankaları Ve Çalışanlarının Güvenilirlik Ve Yeterlilik Formu <i>Katılım Bankalarının hizmet kalitesini ölçmeye yönelik, katılımcıları 5 faktörlü SERVQUAL ölçeğinden yararlanılarak araştırmacı tarafından özgünleştirilerek hazırlanmıştır.</i></p> <p>4-Katılım Bankalarının Kriz Dönemleri Politikaları Memnuniyet Formu <i>Çalışmanın müşteri memnuniyeti özelinde bankacılığa müşteri memnuniyetini değerlendiren uygulama kısmı esas olmak üzere "customer satisfaction measurement" ve "banking customer satisfaction measurement" amacıyla sağlanan anketler derinlemesine analize tabi tutulmuş ve araştırmacı tarafından çalışmanın amacına uygun olan sorulardan öntelekkil anket tüm bu çalışmalar sonucunda oluşturulmuştur.</i></p>
Araştırmaya Katılacak Örneklem Sayısı, Örneklem Nereden ve Nasıl Seçileceği:	<p>Anket finansal kriz dönemlerinde ve sonrasında faaliyetle bulunan ve halen faaliyetlerini sürdürme koşulu dikkate alınarak üç katılım bankasında uygulanacaktır. Bu katılım bankaları Albaraka Türk, Kuveyt Türk ve Türkiye Finans şirketleridir. Anket ilgili bankaların kobi ve ticari müşterilerine uygulanacaktır. Sonuçların Türkiye genelini yansıtabilmesi için 5 (beş) ayrı bölge teşkil edilmiş olup, katılım bankalarının şube sayısı ve toplam kredi/aktif yüzdeleri esas alınarak örneklem oluşturulmuştur. Bu esas kapsamında Albaraka Türk %30, Kuveyt Türk %40 ve Türkiye Finans %30 olarak ağırlıklandırılmıştır. Çalışmamızda 400 ile 500 kobi ve ticari müşteriden veri toplanması planlanmıştır. Hangi bölgeden ne kadar veri toplanacağına kurum izinlerinden sonra karar verilecektir.</p> <p>Bu beş bölge aşağıdaki gibi tasarılanmıştır:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Akdeniz Bölgesi2. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri3. Ege Bölgesi4. Karadeniz ve İç Anadolu Bölgeleri5. Marmara Bölgesi
Uygulamanın veya Ölçeklerin Doldurma Süresi	11-15 dakikadır. Araştırma dijital platformda yapılacaktır. (Google drive)
KARAR	ARAŞTIRMA İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİNİN ETİK DURUŞUNA AYKIRI DEĞİLDİR.

Tarih: 26/02/2020

Sayı: 2020/02

İlgili: Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü'nün 25.02.2020 tarihli ve 1089 sayılı yazısı

Istanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Etik Kurulu tarafından hazırlanmıştır

26.02.2020 tarihli ve 2020/02 sayılı Etik Kurulu kararı ektir.

Başkan
Prof. Dr. Nasuh USLU

Prof. Dr. Mehmet Emin KÖKTAŞ

Üye
Prof. Dr. Mustafa ATEŞ

Üye
Prof. Dr. Kadir CANATAN

Prof. Dr. Yelken Kızılcı YOGURTÇU

Prof. Dr. Ömür ŞAH

Üye
Av. Bilal ŞAMAT

ÖZGEÇMİŞ

Cuma ÇELİK

A. EĞİTİM

Doktora : İZÜ İslâm Ekonomisi ve Uluslararası İktisat 2022 İstanbul

Yüksek Lisans :Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü
Bankacılık 2011 İstanbul

Lisans :İstanbul Üniversitesi SBF İktisat 2002 İstanbul

Anadolu Üniversitesi Sosyoloji 2021 Eskişehir