
Bankacılıkta Nakit Yönetimi Ürün ve Hizmetlerinde Müşteri Deneyimi Anket Çalışması, Katılım Bankacılığı Örneği

Cüneyt DİRİCAN*

Özet

Bankacılık güvenli köprü vazifesi ile mevduat, kredi ilişkisini yönetir. Türkiye’de Faizsiz Bankacılık uygulamasında, büyüme trendindeki Katılım Bankacılığı müşterilerin beklentilerini uygun çözümlerle gidermek için çalışmaktadır. Tüzel müşterilerin nakit yönetimi kapsamlı beklentilerine hızlı, uygun çözümler üretebilmek rekabette sürdürülebilir olumlu müşteri deneyimi için önemlidir. Nakit Yönetimi, işletmelerin ticari alacak ve kısa vadeli borçlar kalemlerinin yönetimine dayalı tahsilatlara ve ödemelere aracılık işlemlerini kapsamaktadır. Bu çalışmada, sektördeki katılım bankacılığı finansal oranları ışığında, örnek bir katılım bankası müşterilerinin Nakit Yönetimi ürün ve hizmetlerine yönelik deneyimlerinin ve beklentilerinin anket çalışması ile değerlendirilmesi yapılmış ve rekabetteki önemi incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Nakit Yönetimi, Katılım Bankacılığı, Müşteri Deneyimi, Banka

JEL Kodları: G20, G21, G29

*Yrd. Doç., Istanbul Arel University, cuneytdirican@arel.edu.tr
© IJISEF, 2016

A Survey Study on Customer Experience in Banking Cash Management Products and, Participation Banking Example

Abstract

Banking as a safe bridge of risk management balances relation between deposit and loan. In the growing trend of interest-free banking Turkey practice, Participation Banking is working to fix the expectations of customers with reasonable solutions. For corporate customers with comprehensive cash management expectations, producing appropriate and fast solutions are important for a positive and sustainable customer experience. Cash Management covers collection of trade receivables and short -term debt payments. In this study, in the light of the financial ratios of participation banking within the banking industry, a participation bank customers' experiences and expectations in cash management products and services were evaluated with the survey methodology and its importance were also examined.

Keywords: Cash Management, Participation Banking, Customer Experience, Bank

JEL Codes: G20, G21, G29

Giriş

İnsanlığın parayı keşfinden bu yana fon ihtiyacı olanlar ile fon fazlası bulunanlar arasındaki güvenli aracılık hizmetini bankalar ile diğer kreditor kurumlar sağlar. Bankacılık birikimlerin başta mevduat olmak üzere tasarrufa ve tasarrufların aracılık görevi sayesinde yatırımcılara kredi olarak ulaşması açısından önemli bir görev üstlenir. Bankalar bu finansal aracılık hizmetlerini çeşitli finansal ürünler ile karşılayarak faiz veya komisyon geliri elde ederler. Katılım bankacılığında ise, faiz veya faize dayalı unsurlar doğası gereği söz konusu olmadığı için, katılım bankaları faiz dışı gelir olarak kar payı ve kar payı dışı gelir elde ederler. Finansal olarak performansı güçlü olan bir bankacılık sisteminde, hizmete dair gelir kalemlerinin operasyonel giderleri karşılıyor olması gerekir. Keza, dünyadaki bütün işletmeler gibi karlılık ön planda olduğu için katılım bankalarının aktif ve sermaye karlılıklarının ve sermaye yeterlilik rasyolarının sektör ortalamaları seviyesinde ve üstünde olması beklenir.

Ödemeler Bilançosunda cari açık büyümesi, kamu ve finansal tüketicinin korunması nedenleri ile kamu yönetiminin aldığı kararlar kapsamında, bankaların karlılığında önemli etkisi olan kredi kartları ve kredili mevduat hesaplarının faiz getirilerinde büyük düşüş yaşandı. Katılım bankacılığının gelir kalemlerinde kredi kartı portföyü önemli bir yer tutmasa da, GYSİH'da (ekonomik büyümedeki) yavaşlama, enflasyonun satın alma gücü üzerindeki etkisi, ve piyasa algısının seçimler nedeni ile muhafazakar yaklaşımı katılım bankacılığının önemli performans oranlarına yansımıştır. Bankacılık açısından bu gelişmelere rağmen farklı gelir fırsatları yaratma imkânı bulunmaktadır. Banka sigortacılığı, leasing ve factoring gibi iştirak ürünlerinin satışından elde edilen komisyonlar, dış ticaretin finansmanı, yurtdışına açılarak yurtdışındaki kurumsal müşteri ve projelerin finansmanı ve yabancı banka satın alma ya da ortak olma, mikro finansman ile mikro krediler girişimcilerin finansmanı ve bu doğrultuda esnaf ve kobi bankacılığı bazının genişletilmesi, sukuk gibi islami bankacılık ürünleri ile yatırım bankacılığı bu fırsatlardan bazılarıdır. Tüm bunlarla beraber, vadesiz mevduat ve katılım bankacılığında cari hesap tabanının güçlü kalabilmesi, finansal hizmetler karşılığında komisyon gelirlerinin arttırılabilmesi ve faaliyet dışı/operasyonel giderlerin azaltılması için "Nakit Yönetimi" ürün ve hizmetleri bankacılıkta her geçen gün daha çok önem kazanmaktadır. İşletmelerin ve tüketicilerin alacak, borç yönetimi kapsamlı tahsilat ve

ödemelerinden pay alınarak, nakit akımlarının banka üzerinden geçirilerek içeride tutulması kısaca bankacılıktaki nakit yönetimi bölümlerinin temel varlık sebebi ve fonksiyonudur.

Bu çalışmada, katılım bankacılığı ile çalışan tüzel müşterilerin nakit yönetimi ürün ve hizmetlerine yönelik beklentileri ve deneyimleri anket ile incelenerek, sektördeki genel performans verileri ışığında reel sektör ile işleyişi gereği daha yakın çalışan katılım bankacılığına olası etkileri analiz edilmeye çalışılmıştır.

1. İslami / Faizsiz Bankacılık ve Katılım Bankacılığı

Finansal hizmetler sektörünü oluşturan bileşenler; Fon arz edenler ve fon talep edenler, finansal araçlar, finansal ürünler ve mevzuat olarak bilinmektedir. (Uludağ ve Arıcan, 1999) Katılım bankacılığının bu anlamda en önemli farkı ise faiz, garar (belirsizlik), riba gibi konularının yasaklanmış olması nedeni ile ticarete taraf olmasıdır. Yani, fon arz edenlerle kar zarar ortaklığına girerek, fon talep edenler adına mal veya hizmetin alınıp tekrar satılması ile ticarete taraf olmaktadır. Her ne kadar günümüzde vekaletname ile bu işlemler yapılıyor olsa da, aracılık fonksiyonun ötesinde bir taraf olma durumu da söz konusudur.

Bankacılık sektörünün, Eylül 2015 itibarı ile aktif büyüklüğü GSYİH'nın %114'üne denk gelmektedir. (BDDK, 2015) Bankalar fonksiyonel olarak farklı başlıklarda kategorize edilebilir.

(i) Emisyon yani Merkez Bankaları,

(ii) Özel amaç ve sektörel finansman işlemleri için kurulan İhtisas Bankaları,

(iii) Sermaye piyasaları, proje finansmanı ve krediler gibi alanlarda aracılık hizmetleri veren Yatırım ve Kalkınma Bankaları,

(iv) Bankacılık Kanunu'nda yer alan her türlü finansal aracılık ürün ve hizmetini sunan, Ticaret veya Mevduat Bankaları,

(v) Teolojik kurallara dayanan işleyiş modeli ile İslami Bankacılık, Katılım Bankacılığı.

İslami Bankacılık aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“İslam'ın koyduğu ve teyit ettiği prensipler çerçevesinde bankacılık ve yatırım faaliyetlerini yürütmek için kurulan kuruluşlardır”. (Özgür, 2007)

Bu tanımdan anlaşılacağı üzere, katılım bankaları finansal aracılık işlemlerini İslam'ın temel prensiplerine göre yürütmek zorundadır. Bunu sağlamak adına ise fetva / danışma kurulları bulunmaktadır. Alınan görüşe istinaden bir ürün veya hizmet müşterilere sunulabilmektedir. Faiz dışında diğer önemli başlıklar arasında, yasaklar boyutundan spekülasyon ve garar (aşırı belirsizlik), kumar, alkol, tütün, silaha dayalı ürün ve işlemler ile bunlara yapılacak yatırımların yasak olması bulunmaktadır.

Bir finansal ürünün veya işlemin faizsiz olması, literatürde çeşitli kaynaklarda belirtildiği üzere, İslami olarak uygun olduğu anlamında yorumlanamaz. Bu nedenle, her faizsiz banka İslami banka olarak tanımlanamaz. (Akın, 1986 ve Kalaycı, 2013). Faizsiz bankacılık dünyadaki bilinen adı ile İslami Bankacılıktan veya ticarete taraf olması nedeni ile İslami Finans'tan kavram ve işleyiş bazında ayrılmaktadır. Bir finansal sistemde İslami bankacılığın varlığından söz edilebilmesi için, bulunduğu ülkedeki ekonomik ve finansal mevzuat ve işleyişin İslami kamu düzenine uygun olması gerekir. (Wassey ve Pomeranz, 2000; Özgür, 2007) Bu nedenle, Türkiye'de İslami bankacılık adının kullanımı yerine 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda Katılım Bankacılığı adı yer almıştır. Faizsiz bankacılığın ticari hayatta uygulaması olarak ve finansal tüketicilerin, özellikle fon arz edenlerin kar zarar ortaklığı kapsamında oluşabilecek zarara da ortak olabileceğini fark etmesi açısından, Özel Finans Kurumları olarak çalıştıkları dönemde yaşanan İhlas Finans örneğinden hareketle, katılım bankası olarak adlandırılmışlardır.

2. Rakamlarla Türkiye'de Katılım Bankacılığı

İslami bankacılık prensiplerinden hareketle Türkiye'de 1983 yılında faaliyete geçen, eski adı ile "Özel Finans Kurumu" olan katılım bankaları, 5411 sayılı "Bankacılık Kanunu" (5411 s. Bankacılık K.) kapsamında, 2005 yılından itibaren banka olarak kabul edilmişlerdir. Konvansiyonel bankalardan farklı olarak, ticarete taraf olma mantığı gereği leasing işlemlerini de bizzat yapabilmekte ve gelir tablolarında bu isim altında irad kaydı yaratabilmektedirler. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu denetiminde olan Bank Asya Katılım Bankası A.Ş. dâhil, Kuveyt Türk, Al Baraka, Türkiye Finans, Ziraat Katılım ile beraber 5+1 (Vakıf Katılım) tane katılım bankası bulunmaktadır. 2015 yılında kamu sermayeli olarak kurularak faaliyete geçen Ziraat Katılım ve kuruluş izni alan ancak henüz faaliyete geçmeyen Vakıf Katılım sektördeki yeni oyuncularlardır. Sektörde

Arap sermayeli daha fazla banka olmasına rağmen, faizsiz bankacılık yapanlar sadece bu bankalardır.

2008 global finansal krizi sonrası, tüm dünyada bankaların karlılığında düşüşler görülmüştür. Türkiye’de de bankacılık sektörünün temel gelir kalemlerinde, sermaye ve aktif karlılıklarında düşüş devam etmektedir. 2008 sonrasında KOBİ’lerin kredi ulaşımında sorunlar yaşanmasına rağmen, 2001’deki yaşanan finansal krizler nedeni ile BDDK’nın aldığı önlemler ve düzenli yaptığı controller sonucu Türk bankalarının sermaye gücü ile krizin etkileri kolay atlatılmış ve GSYİH’nın büyümesine paralel olarak aktif kaynaklı bilanço büyümesi hızla devam etmiştir. (Demir ve Eken, 2015) Ekim 2015 itibarı ile katılım bankacılığı ile konvansiyonel bankacılık genel kıyaslaması Tablo 3.’de yer almaktadır. (TKBB, 2015)

Tablo 1: Türk Bankacılık Sistemi Özet Karşılaştırması, Ekim 2015

Bankalar	Kuruluş Sayısı	Aktif Payı (%)	Toplanan Fon Payı (%)	Kullanılan Fon Payı (%)
Mevduat Bankaları	32	90,4	93,7	89,9
Katılım Bankaları	5	5,1	6,3	5,2
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	13	4,5	0	4,9
Toplam	50	100	100	100

Tablo 1.’de görüleceği üzere, katılım bankacılığının payı çok düşüktür. Katılım bankacılığının tercih nedenleri olarak bulunan imaj ve güven algısı, personel kalitesi ve dini / çevresel motivasyonlar arasında (Özsoy, Görmez ve Mekik, 2013) ilk ikisinin diğer bankalarda var olması geriye farkı yaratan tek unsuru bırakmıştır, müşterilerin faize olan hassasiyeti. Bu nedenin dışında, katılım bankacılığının kendini yeterince anlatamamış olması ve ülkenin halen büyük bir kısmının finansal hizmetler ile tanışmamış olması bulunmaktadır.

Tablo 2: Katılım Bankaları Sermaye Yeterlilik Rasyoları

Yıllar	Sermaye Yeterlilik Rasyosu	AlbarakaTürk	KuveytTürk	Türkiye Finans	ZiraatKatılım
2015	Özkaynaklar / (Kredi + Piyasa + Operasyonel Riske Esas Tutar)	0,12%	13,61%	13,05%	105,72%
2014	Özkaynaklar / (Kredi + Piyasa + Operasyonel Riske Esas Tutar)	0,10%	15,10%	12,40%	0,00%
2013	Özkaynaklar / (Kredi + Piyasa + Operasyonel Riske Esas Tutar)	15,10%	14,70%	13,70%	0,00%

2015 yılı 3. Çeyrek verileri itibarı ile katılım bankalarının Basel 2’nin devreye girmesi ile beraber Sermaye Yeterlilik rasyolarında sektörün geneline paralel olarak düşüş trendine girdiği görülmektedir. (TKBB, 2015) Ancak, gerek sermayedar yapısı, gerekse cari hesap ve katılım hesabı tabanı sayesinde

likidite anlamında genelde sorunları bulunmadığından sistemik riski daha az taşıdıkları söylenebilir.

Tablo 3: Katılım Bankaları Sermaye ve Aktif Karlılık Oranları

Yıllar	Sermaye ve Aktif Karlılık Oranları	AlbarakaTürk	KuveytTürk	Türkiye Finans	ZiraatKatılım
2015	Net Dönem Karı (Zararı) / Özkaynaklar	10,76%	10,36%	5,43%	0,03%
2014	Net Dönem Karı (Zararı) / Özkaynaklar	11,00%	9,60%	9,10%	0,00%
2013	Net Dönem Karı (Zararı) / Özkaynaklar	36,50%	10,50%	9,60%	0,00%
2015	Net Dönem Karı (Zararı) / Toplam Aktifler	0,72%	0,79%	0,45%	0,01%
2014	Net Dönem Karı (Zararı) / Toplam Aktifler	0,80%	0,90%	0,80%	0,00%
2013	Net Dönem Karı (Zararı) / Toplam Aktifler	1,00%	1,00%	1,00%	0,00%

Ancak, yine Ekim 2015 itibarı ile katılım bankalarının sermaye ve aktif karlılıklarının görüldüğü Tablo 4.'e göre bankacılık sektöründeki karlılık ile ilgili sıkıntılar kendini net bir şekilde göstermektedir. Reel getiri anlamında enflasyon seviyelerinde gezinen bankacılık sektörü verilerinde, sektöre yeni giren Ziraat Katılım Bankası hariç, Kuveyt Türk Katılım bankası göreceli olarak nispeten daha iyi bir performans gösterdiği söylenebilir. (TKBB, 2015)

Tablo 4: Katılım Bankaları 3. Çeyrek Komisyon ve Gelir Rakamları

2015 Yılı 3. Çeyrek - Oranlar ve Seçilmiş Gelir Tablosu Kalemleri	AlbarakaTürk	KuveytTürk	Türkiye Finans	ZiraatKatılım
Karpanyı Dışı Gelirler (Net) / Toplam Aktifler	0,75%	0,88%	0,59%	0,06%
Diğer Faaliyet Giderleri / Toplam Aktifler	1,62%	1,72%	1,56%	2,46%
Personel Giderleri / Diğer Faaliyet Giderleri	55,64%	49,50%	50,88%	46,64%
Karpanyı Dışı Gelirler (Net) / Diğer Faaliyet Giderleri	46,30%	51,02%	38,36%	2,77%
Alınan Ücret Ve Komisyonlar - 2015 Yılı 3. Çeyrek	130.490.00	187.007.00	189.327.00	132.32
Alınan Ücret Ve Komisyonlar - 2014 Yılı 3. Çeyrek	116.394.00	165.408.00	170.297.00	-

5 Haziran 2014 tarihli “Finansal Erişim, Finansal Eğitim ve Finansal Tüketicinin Korunması Stratejisi ve Eylem Planları Konulu Başbakanlık Genelgesi” doğrultusunda, BDDK tarafından yapılan bireysel bankacılık ürün ve hizmet komisyonları düzenlemesi, ayrıca daha önceden cari açığın düşürülmesi çalışmaları nedeni ile devreye giren kredili mevduat ve kredi kartı faiz oranlarına getirilen üst limit ve kredi kartı taksitlerine getirilen taksit sınırlaması bankaların sürdürülebilir karlılığını daha da zor hale gelmiştir. Nitekim Tablo 4.'de görüleceği üzere, katılım bankalarının kar payı dışı gelir, ücret ve komisyon kalemlerinde sektörün geneline benzer şekilde artış oranları limitli olmuştur. (TKBB, 2015)

Gerek katılım bankaları gerekse ticaret / mevduat bankaları açısından, bireysel bankacılıktaki kamu müdahalesi dışında, farklı gelir fırsatları daha çok olması gerektiği tarafta yani dış ticaretin finansmanı gibi ticari işlemlerde ve sukuk başta olmak üzere sermaye piyasalarındaki yatırımlar tarafında bulunmaya devam etmektedir. Kamu otoritesi ve katılım bankaları tarafından bankacılık sektöründeki aktif payının %15'lere çıkartılması hedeflenen

katılım bankacılığı (TKBB, 2015) için bir önemli gelir başlığı da “Nakit Yönetimi” alanındadır. Genelde tahsilat ve ödeme ürünlerine odaklanması nedeni ile faiz barındırmayan finansal ürün ve hizmetleri kapsayan nakit yönetimi, bu anlamda literatürde geçen katılım bankacılığının İslami bankacılık prensipleri ile örtüşmediği görüşü (Terzi, 2013) dikkate alındığında “*Firmaların İslami değerler ve sosyal faydayı önceleyerek karlarını maksimize etmelerinde bir sakınca yoktur. Firmaların kar maksimizasyonu toplumsal çıkarlarla çatışmamalıdır*” diyen İslam iktisadının temel prensiplerine de daha yakındır. (Görmüş, 2015)

İşletmelerde nakit yönetimi; nakit akımlarının optimize edilerek elde biriken atıl likiditenin kısa vadeli yatırımlara aktarılması ya da eksik kalan nakit ihtiyacının doğru şekilde finanse edilmesi olarak tanımlanır. (Kabakçı, 2011) Nakit Yönetimi, bu doğrultuda çalışma ve işletme sermayesi yönetiminin bir parçası olarak, işletmelerin bilançosundaki ticari alacak ve kısa vadeli borçlar kalemleri ile alakalıdır. Tahsilatlara ve ödemelere dayalı işlemler ile nakit akışlarının öngörülmesi ve yönetilmesi başlıklarını içinde barındırmaktadır.

Bankacılıkta açısından Nakit Yönetimi, tahsilatlar, ödemeler, likidite yönetimi ve bilgi yönetimi ana başlıkları altında, finansal tüketicilerin ve işletmelerin yaptıkları piyasa ödemeleri ile tahsilatlarına yönelik çözümler sunulması olarak tanımlanabilir. İşletmelerin nakit yönetiminde iyi tahmin yapabilmesi ve güçlü bir finansal yönetim için doğru finansal ürünleri uygun takvimlerde, makul fiyatlardan kullanabilmesi karlılıklarını olumlu etkileyecektir. Finansal tüketiciler açısından ise nakit yönetimi faturalarını takip edebilme, ödeme ve transferlerini ucuza yapabilmesi, bundan hareketle kişisel finans ve bütçe yönetimlerini etkinleştirme amacı olarak tanımlanabilir.

Nakit yönetimi müdürlüklerinin amacı, vadesiz mevduat / cari hesap tabanı üzerinden düşük maliyetli kaynak yaratmak, ücret ve komisyon gelirlerinin artması ile faiz dışı gelirlere olumlu katkı yapmak, dağıtım kanalları ve işletmelerin sistemleri ile entegrasyonlar kurarak işlem hızını arttırmak ve operasyonel maliyetleri düşürmektir. Ödeme sistemleri aslında işletmeler açısından tahsilat, finansal tüketiciler ve ticari ilişkide olduğu taraflar açısından ödeme, dolayısı ile bir nakit yönetimi başlığı olmasına rağmen bankalarda farklı departmanlar altında yer almaktadırlar.

27 Haziran 2015'de yürürlüğe giren 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun (6493 s. Ödeme Sistemleri. K.) ve yine daha önceden kabul edilen mevzuat hükümleri çerçevesinde elektronik fatura uygulamaları, kredi kartları ve POS'lar ile internet ve mobil teknolojilerdeki ilerleme ile nakit yönetiminde bankalar arasındaki rekabeti farklı bir noktaya götürmekte ve finansal olmayan finans dışı finans kurumları da artık belli alanlarda bankalar ile rekabete girebilmektedirler.

Bankacılıkta nakit yönetimi ürün ve hizmetleri; Doğrudan borçlandırma veya tahsilat sistemi, fatura ödemeleri, çek ve senet tahsilatları, havale ve EFT, taşıt tanıma sistemleri, tedarikçi finansmanı, vergi ve SGK prim ödemeleri, okul tahsilatları, maaş ödemeleri, e-fatura, gibi ürün ve hizmetler başlıklar altında verilmektedir.

a. Tüzel Müşterilerdeki Nakit Yönetimi Tercih Üzerine Anket Çalışması

Katılım bankacılığına yönelik müşteri deneyimi, tercihi, tutumu üzerine yapılan literatür taramalarında farklı sonuçlara ve bulgulara rastlanılmıştır. (Bilir ve Özgen, 2010) Beklentinin ötesinde olduğu düşünülen başlıklardan bir tanesi, katılım bankacılığı müşterilerinin bu bankalarla çalışma tercihlerinde kazanç fırsatlarını ön planda tuttuğu sonucudur. (Hacıhasanoğlu ve Uslucan, 2013) Nitekim, bir başka çalışmada din nedeni ile tercih dördüncü sırada gelmiştir. (Kaytancı, Ergeç, ve Toprak, (2013) Bu doğrultuda, bu çalışmaya konu olan ankette nakit yönetimi ürün ve hizmetleri boyutundan öncelikli hedef kitlesi olan tüzel işletmelerdeki durum ve beklentilerin bulunması amaçlanmıştır.

Yapılan Anket Çalışması ile İlgili Genel Bilgiler

Bu çalışmada anket tekniğine dayalı 10 soru ile katılım bankacılığı tüzel müşterileri incelenmiştir. Tüzel müşterilerin genelde anketlere katılım oranları düşük olduğundan, soru sayısı 10 ile limitli tutulmuştur. Bu kapsamda yapılan anketi farklı tüzel işletmelerde farklı ünvan ve bölümlerde çalışan 55 firma yetkilisi doldürmüştür. Genelde finans yöneticisi veya sorumlusu olan anket katılımcıları katılım bankası veri tabanının güncelliği çerçevesinde tespit edilebilmiştir. İnternet ortamındaki anket 1 ay boyunca açık kalmış ve bu süre sonunda tüzel işletmelerin katılım oranları dikkate alınarak yeterli görülmüş ve sonuçlara ulaşılmıştır. Bankacılık Kanunu'nun ilgili maddeleri gereği, tüzel işletmelere özel diğer veriler istenmemiş ve bu

çalışmada paylaşılmamıştır. Anket sonucunda elde edilen veriler yüzde analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmada benzer makale ve eserlerin metodolojisi dikkate alınmıştır.

i. Anket Çalışmasının Amacı ve Önemi

Tüzel müşterilere verilen nakit yönetimi ürün ve hizmetleri ile ilgili hizmet seviyesinin tespitine ışık tutacak şekilde, işletmelerin genel durumu ve tutumları açısından güncel pazar analizi yapılmış ve anketle ölçümlenmeye çalışılmıştır. Katılım bankacılığı dışında genel olarak müşteri deneyimini arttırmak için inovasyona yönelik çalışmalara fikir vermesi açısından da faydalı olacağı düşünülmektedir.

ii. Analiz ve Bulgular

Anket çalışması online olarak Temmuz 2015 boyunca açık kalmıştır ve e-posta ile 1 kere hatırlatma yapılmıştır. Anket farklı müşteri segmentlerine hizmet veren şubelerin tüzel müşterilerinin finans yöneticilerine gönderilmiştir. İstanbul, Ankara ve İzmir özelinde seçilen müşterilerden 55 tanesi anket süresi içinde ankete katılım sağlamış ve katılım oranı seçilen müşteri sayısının %3,5 oranında gerçekleşmiştir. 1060 orta boy işletme İstanbul'da, 500 ticari ölçekli işletme 3 il genelinde olmak üzere, 1560 müşteriye ankete katılım daveti gönderilmiştir. Ancak, very tabanındaki e-postaların ve müşteri bilgilerinin güncelliği nedeni ile anket davetinin daha az sayıda tüzel müşteriye ulaştığı düşünülmektedir. Tüzel işletmelerle anket çalışması yapıldığı dikkate alınarak, anketin tutarlılığı ve anlamlılığı açısından katılım sayısı yeterli görülmektedir. Ankette katılımcıların nakit yönetimi kapsamlı ürün ve hizmetlere yönelik tutum, beklenti ve durumları ölçümlenmeye çalışıldığından, anket sonuçları bankaya dair gerçek verileri ve sonuçları içermemekte, işletme çalışanlarının düşünce ve deneyimlerinden hareketle verdiği bilgilere dair rakamsal sonuçları ortaya koymaktadır. Dolayısı ile anket sonuçları ile gerçek pazar ve firma durumları arasında farklar olabilecektir.

Tablo 5: Nakit Yönetimi Ürün ve Hizmetlerinde Çalışılan Bankalar?

Nakit Yönetimi Ürün ve Hizmetlerinde ağırlıklı olarak çalıştığınız bankalar hangileridir? (birden fazla seçebilirsiniz)		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
Çok Şubeli Bankalar	23	27
Diğer Bankalar	12	14
Diğer Katılım Bankaları	22	26
Hepsi	16	19
Kamu Bankaları	11	13
Toplam	84	100

Tablo 6: Nakit Yönetiminde Kaç Bankayla Çalışılıyor?

Nakit Yönetimi Ürün ve Hizmetlerinde ağırlıklı olarak kaç banka ile çalışıyorsunuz?		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
3-5 arası banka	21	38
5 ve üstü banka	15	27
İki banka	15	27
Tek banka	4	7
Toplam	55	100

İlk soruda müşterilerin nakit yönetiminde hangi bankalar ile çalıştığı sorulmuş ve şıklar arasında birden fazla tercih imkanı sorulmuştur. Müşterilerin nakit yönetiminin en önemli gereksinimlerinden biri olan şube ağına önem verdiği görülmüş, katılım bankacılığının şube olarak yetersiz kaldığı yerler nedeni ile %27 oranında tercihin bu sebeple oluştuğu düşünülmektedir.

Öte yandan, %26'lık kesim diğer katılım bankaları ile de çalıştığını beyan etmiştir. İkinci soru, nakit yönetimi ürün ve hizmetlerinde çalışılan banka sayısına yöneliktir. Sonuçlar göstermektedir ki, nakit yönetiminde fazla sayıda banka ile çalışılmaktadır. Bu yurtdışındaki havuz banka anlayışına ters bir bulgudur, keza bankaların Türkiye'de havuz banka olma amacı ile verdikleri nakit yönetimi hizmetlerinin amacına ulaşmadığına dair bir göstergedir. % 38'lik bir yoğunlaşma ise, nakit yönetiminin doğası gereği, genel olarak işletme ile banka arasındaki kredi ilişkisinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 7: Ödemelerde Nakit Yönetimi Ürünleri Hangileridir?

Kurumunuzun piyasa, tedarikçi ödemeleri ağırlıklı olarak hangi nakit yönetimi ürün ve hizmetleri ile karşılanmaktadır? (birden fazla seçebilebilir)		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
(Sürekli) Çek-Senet	27	18
(Şirket) Kredi ve Banka Kartları	25	17
Açık Hesap-Borçlu Cari Hesap	25	17
EFT-Havale-SWIFT, vb.	44	30
Fikrim Yok	1	1
Hepsi	6	4
Teminat Mektubu-Akreditif	14	9
Zırhlı – Nakit Ödeme Hizmetleri	6	4
Toplam	148	100

Tablo 8: Hangi taşıt tanıma sistemini kullanıyorsunuz?

Kurumunuzun piyasa, tedarikçi ödemeleri ağırlıklı olarak hangi nakit yönetimi ürün ve hizmetleri ile karşılanmaktadır? (birden fazla seçebilebilir)		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
BP taşıtmatik	3	5
Diğer	3	5
Fikrim yok	2	4
Kullanmıyoruz	19	35
OPET	12	22
Petrol Ofisi	8	15
Shell TTS	7	13
Total Oil	1	2
Toplam	55	100

Tablo 7. ve 14.'deki sonuçlar Türkiye'de hala işletmelerin açık hesap ile çalışmayı tercih ettiğinin bir göstergesi olarak yorumlanabilir. Yaklaşık olarak %47'lik sonuç dışında ödeme enstrümanı olarak çek, senet ve kredi kartı tercih edilmektedir. İşletmelerin araç filolarının giderlerini azaltmak amacı ile tercih ettiği otomatik akaryakıt kullanım ve ödeme sistemlerinde ise bankacılıktaki şube ağı yaygınlığı gibi akaryakıt istasyonu sayısı önem arz etmektedir. Ancak müşterilerin %35'lik önemli bir kısmı hala bu sistemleri kullanmamaktadır. Bankacılıkta kamu dâhil çok şubeli bankalar rekabette güçlü olarak algılanmaktadır.

Tablo 9: E-fatura gibi 3. parti hizmet kullanımı var mıdır?

Kurumunuzun E-fatura, E-imza, E-defter, E-arşiv gibi 3. Parti hizmet kullanımı var mıdır?		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
Evet	23	42
Fikrim yok	2	4
Hayır	21	38
Planlanmakta	6	11
Proje sürecinde	3	5
Toplam	55	100

Tablo 10: Hesap Hareketlerini Nasıl Almak İstersiniz?

Hesap hareketlerinizi ve ekstrelerinizi hangi kanallardan almak istersiniz?		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
E-posta/FTP (dosya transfer)	27	49
Hepsi	1	2
İnternet şube	22	40
Muhasebe (ERP) entegrasyonları	4	7
Şube-Faks	1	2
Toplam	55	100

Tablo 9.'daki sonuçlar anket katılımcılarının hedef kitlesi ile örtüşüğünü teyit etmektedir. Mevzuat gereği yıllık 10 milyon TL cirosu olan firmaların kullanması zorunlu olan e-faturada %42'lik kullanan kesime %11 planlama sürecinde olduğunu beyan eden müşteri kitlesi eklenmiştir. Bankalardaki işlemlerin ekstre ve dekontları ile hesap hareketlerinin muhasebeye düzgün işlenmesi işletmelerin en önemli konularından biri olarak beklenti ve talepleri arasında yer almaktadır. E-fatura gibi entegrasyon gerektiren çalışmalara bankaların da yatırım yapmasını gerektirecek teknolojik gelişmeler ışığında, işletmeler ekstre ve hesap hareketlerini sistemlerine otomatik aktarabilecek dosya transferlerini yarı yarıya tercih etmektedirler. Tüzel müşterilerde internet bankacılığının önemi de %40 ile kendini teyit etmiştir. Tablo 11. ve 12. bu iki sorunun çapraz kontrolü amacı ile sorulmuştur.

Tablo 11: Bankalarla muhasebe entegrasyonunuz var mı?

Çalıştığınız bankalar ile muhasebe (ERP) entegrasyonunuz var mı ?		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
Bazen / Kısmen	3	5%
Evet	10	18%
Fikrim Yok	10	18%
Hayır	32	58%
Toplam	55	100%

Tablo 12: Tedarikçilerinizin Finansman İhtiyacı Var Mıdır?

Tedarikçilerinizin genelde finansman / kredi ihtiyacı bulunmakta mıdır ?		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
Bazen / Kısmen	13	24%
Evet	17	31%
Fikrim Yok	18	33%
Hayır	7	13%
Toplam	55	100%

Türk bankacılık sisteminin ödeme sistemlerinde, kredi kartları ve POS'lar ile ATM'lerdeki teknoloji kullanımı ve internet şube dahil diğer dağıtım kanallarındaki son teknolojilere ve inovasyona dayalı çözüm ve hizmetleri yurtdışında örneklerinin çok ötesinde son teknolojileri içermektedir ve bu anlamda yurtdışındaki bir çok çeşitli sektör örgütü veya dergi tarafından (The Banker, Global Finance, vb.) ödüllendirilmektedir. Bankacılıkta internet şube ve diğer dağıtım kanallarının yaygın olarak kullanılması hizmet ağırlıklı olarak tamamlayıcı bir ürün olarak sunulmaktadır ve operasyonel giderlerin düşürülmesi adına nakit yönetimi ürünlerinin amacı ile ve firmalara bilgi yönetimi başlığında yer alan muhasebe entegrasyonları ve dosya transferler ile büyük oranda kesişmektedir. Müşteriler dosya transferi ile hesap hareketlerini alarak kendilerinin sistemlerine aktarmasını daha çok tercih etmektedirler. Müşterilerin iş yaptığı ve mal aldığı tedarikçilerinin finansman ihtiyacı değerlendirildiğinde her 3 müşteriden birinin tedarikçilerini tanımadığı gibi bir kanaate varılmaktadır. Bu vadeli mal alımı yapan ticaret dünyamızın Katılım Bankacılığı için aslında ne kadar çok fırsat sunduğunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 13: Hangi muhasebe kullanıyorsunuz?

Kurumunuzda kullandığınız muhasebe (paket) programı hangisidir ?		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
Diğer	20	36%
ETA	3	5%
Fikrim Yok	1	2%
Kendi İç Sistemlerimiz	6	11%
Link	1	2%
Logo	19	35%
LUCA	1	2%
Netsis	3	5%
SAP	1	2%
Toplam Cevap Sayısı	55	100%

Tablo 14: Tahsilatlarda Nakit Yönetimi Ürünleri Hangileridir?

Kurumunuzun tahsilat / alacak yönetimi ağırlıklı olarak hangi Nakit Yönetimi Ürün ve Hizmetleri ile karşılanmaktadır ? (Birden fazla seçilebilir)		
Cevaplar	Frekans	Yüzde (%)
Açık Hesap – Borçlu Cari Hesap	21	13%
Çek - Senet Tahsilatı	36	22%
Diğer	2	1%
Doğrudan Borçlandırma (DBS – DTS)	10	6%
EFT, Havale, SWIFT, vb.	48	29%
Factoring	3	2%
Hepsi	2	1%
POS – Üye İşyeri Hizmetleri - Kartlar	23	14%
Teminat Mektubu - Akreditif	16	10%
Zirhli – Nakit Tahsilat Hizmetleri	5	3%
Toplam Cevap Sayısı	166	100%

İşletmelerin yaygın bir şekilde Logo ERP/muhasebe programı kullandığı görülmekte, bir çok işletmede iç sistemlerin ve kendi çözümlerinin tercih edildiği görülmektedir. Bunun nedenleri arasında, her sektör ve firmanın kendi dinamikleri ve kayıtları, kayıt dışında takip etmek durumunda olduğu raporlamalar, mali müşavirle çalışma nedeni ile kayıt tutmama, ön muhasebenin yeterli olması, yatırım yapacak bütçe ve önceliğin / tercihin bulunmaması, işgücünün ucuzluğu ile sistemin insan gücü ile ikame edilmesi gibi sebeplerin olabileceği düşünülmektedir. Tablo 7.'de olduğu gibi tahsilatlarda da açık hesap, çek, senet ve kredi kartları ile POS'lar tercih edilmektedir.

Uluslararası müşteriler açısından havuz hesap uygulamaları, merkezi yönetim hedefleyen işletmeler açısından önemlidir. (Kabakçı, 2011) MT940 gibi SWIFT mesajları ile hesap hareketlerinin tek bir noktada birleştirilmesi, katılım bankalarının yabancı sermayeli ortaklarının yurtdışındaki bankaları ile sistemlerini konuşturabilmesi, özellikle ülkemizde artan Arap sermayesi ve kökenli müşteriler açısından ileride fark yaratacak bir başlık olarak durmaktadır.

Sonuç

Bankacılıkta müşteri deneyimi açısından ve bir çok bankacılık işleminin nakit yönetimi ile alakalı olduğu dikkate alındığında hizmet seviyesinin yüksekliği ve kalitesi çok önemlidir. Tüzel müşterilere özel butik hizmetler sunan ve nakit yönetimine uzun zaman önce yatırım yapmış bankalar müşteri tercihlerinde öne çıkmaktadır. Dünya genelinde nakit yönetimi ürün ve hizmetlerinin işlem bankacılığı adı ile daha geniş bir ürün yelpazesi altında takip edildiği düşünüldüğünde, katılım bankacılığının doğasında yer alan ticaret ve onun finansmanı açısından nakit yönetimi daha çok önem arz etmektedir. Bu anlamda, muhasebe ve kurumsal kaynak planlaması programları ile yapılan entegrasyonlar ile bankadaki işlemlerin banka ve müşteri arasında otomatik olarak aktarımı hedeflenmekte, aynı zamanda müşterinin elde tutulmasına yönelik olarak bankalar tarafından yaygın olarak sunulmaktadır. Öte yandan, 6493 sayılı Ödeme Sistemleri Kanunu sonrasında, banka olmayan ancak banka gibi hizmet veren finansal kurumların rekabetinin resmiyet kazanması ile nakit yönetimi ürün ve hizmetleri genelinde bankaların iş modelleri açısından önemli etkileri ve sonuçları olacaktır. Fatura ödeme merkezleri, mobil ödemeler bu çalışmalara bir örnektir. Bankacılığın operasyonel verimliliğinde ve maliyetlerin

düşürülmesinde muhasebe entegrasyonları ve internet bankacılığı üzerinden sunulan nakit yönetimi ürün ve hizmetleri önemli bir yer teşkil etmektedir.

Bankaların gelir çeşitliliği yaratabilmesi her geçen gün daha çok önem kazanmaktadır. Lehman Brothers'ın batışı ile 2008 sonrasında piyasalarda ve işletmelerde sürdürülebilir büyüme ve sermaye karlılığı aynen bankacılık sektörü için geçerli olduğu gibi kritik önem kazanmıştır. Sermaye karlılığı %10'lar seviyesine gerilemiş olan Türk bankaları açısından durum farklı değildir. Katılım Bankacılığı'nın Türkiye'de özel finans kurumu olarak yola çıktığı süreçte gelinen nokta itibarı ile ücret ve komisyonlar ile karlılık sektrün genelinden çok farklı değildir. İslami Bankacılık prensiplerini esas alan bir faizsiz bankacılık sistemi olarak katılım bankacılığında sektörün aktif büyüklük içindeki payının 2025 yılında %15 seviyesine çıkması hedeflenmektedir. Ancak, sürdürülebilir büyüme, rekabet, regülasyonlar katılım bankaları için de gerekli adımların atılmasını şart koşmaktadır. Bu doğrultuda, katılım bankacılığındaki müşteri odaklı gelişim açısından, inovasyonla yaratılan hizmet ve ürün çeşitliliği, müşteri deneyiminin ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi konvansiyonel bankalarda olduğu gibi yerine getirilmesi gerekli sektör standartları haline gelmiştir. Nakit yönetiminde atılacak adımlar ve bu alana yapılacak yatırımlar katılım bankacılığının rekabette geride kaldığı gerçeğinden hareketle daha hızlı atılmalıdır. Elektronik fatura sistemleri ile entegrasyon ticaretin tarafı olan katılım bankaları açısından ileride fırsat sunabilecek bir alan olarak örnek verilebilir.

İşletmeler açısından sürdürülebilir karlılığın en önemli esaslarından biri, çalışma ve işletme sermayesi yönetiminin finansal yönetim süreç ve dinamikleri içerisine yerleştirilmesi ile mümkün olabilmektedir. Nakit akışı planlama ve etkin nakit yönetimi ile işletmelerde volatil piyasalarda finansal yeterlilik sağlanabilecektir. Türkiye'de finansal tüketici olan bireyler açısından ise, bütçe ve nakit yönetimi kültürü ile finansal okuryazarlığa sahip olması gerekliliği mevcuttur. Bankacılıktaki nakit yönetimi ürün ve hizmetleri, işletmelerdeki ve bireylerdeki bu gereksinimlerin giderilmesi adına sunulmaktadır.

Katılım bankacılığında e-fatura, ödeme sistemleri mevzuatı gibi gelişmeler ve mobil / internet bankacılığı gibi teknolojik gelişmeler ile sosyal medya ağırlıklı tüketici davranışları kapsamında yapılması gereken bir çok çalışma bulunmaktadır. Faaliyet giderlerinin azaltılması, işlem maliyetlerinin

düşürölmesi noktasında bu zorunluluklar daha çok gündeme gelmekte, müşteri talepleri iile rekabet süreci daha çok ivmelenmektedir.

Yapılan bu anket çalışması ile katılım bankası müşterilerinin bu durumlar karşısındaki tutum, beklenti ve yaklaşımları ile algıları üzerinden durumları yüzde analizi yöntemi ile ölçümlenmeye çalışılmış ve anket soruları kapsamında, nakit yönetiminin işletmelerde yüksek önemle öne çıktığı görölmüştür.

Kaynaklar

- Abdul-Rahman, Y. (1999). Islamic instruments for managing liquidity. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1(1), 1-7. <http://kantakji.com/media/1945/art3.pdf>. (Erişim Tarihi: 24.01.2016)
- Akın, C. 1986. Faizsiz bankacılık ve kalkınma. İstanbul, Kayıhan Yayınları.
- Aytaman, S.O. ve Ersöz, Y. 2014. Türkiye Katılım Bankacılığı Büyüme yolundaki önemli adımlar. http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/financial-services/kat%C4%B1%C4%B1m_bankaciligi2014.pdf. (Erişim Tarihi: 24.01.2016)
- BDDK. 2015. Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergerler Raporu. Veri ve Sistem Yönetimi Daire Başkanlığı, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/TBSSGG/14650tb_s_temel_gostergeler_raporu_eylul_2015.pdf, (Erişim Tarihi: 24.01.2016).
- Demir M. ve Eken, M. 2015. 2008 Küresel krizinin Türk bankacılık sektörüne etkileri ve anket çalışması ile analizi. *Maliye ve Finans Yazıları Dergisi*. S.104:54-81.
- Görmüş, Ş. (2015). İslam İktisadı İnsanlık için Bir İhtiyaç mı? *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 2015, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:2
- Hacıhasanoğlu, B., & Uslucan, E. (2013). Katılım Bankalarında Bireysel Pazarlama Faaliyetleri ve Tüketicilerin Katılım Bankaları Tercihinde Etkili Olan Faktörler. *Yüksek Lisans Bitirme Tezi*. Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, s.75.
- HSBC Bank Malaysia. 2013. HSBC MALAYSIA's cash management business wins top award. News Release.
- Kabakçı, A. (2011). Çokuluslu işletmelerde merkezi nakit yönetimi ve havuzlama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 97-110.
- Kalaycı, İ. 2013. Katılım bankacılığı: Mali kesimde nasıl bir seçenek? *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, C.9, S.19. (www.ijmeb.org). <http://dx.doi.org/10.11122/ijmeb.2013.9.19.397>, ISSN: 2147-9208, E-ISSN: 2147-9194.
- Kaytancı, A. P. D. B. G., Ergeç, E. H., & Toprak, M. (2013). Katılım bankası müşterilerinde bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik memnuniyet: Türkiye örneği. *International Conference on Eurasian Economies*, 801-811.

- BİLİR, A., & ÖZGEN, H. (2010). Katılım Bankalarında Müşteri Memnuniyetinin Belirlenmesi Üzerine Hatay İlinde Bir Araştırma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(3).
- Özgür, E. 2007. Katılım bankalarının finansal etkinliği ve mevduat bankaları ile rekabet edebilirliği. 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: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1), 187-206.
- Uludağ İ. ve Erişah A. 1999. Finansal Hizmetler Ekonomisi, İstanbul, Beta Yayım.
- Terzi, A. (2013). Katılım Bankacılığı: Kitaba Uymak mı, Kitabına Uydurmak mı? Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 5(9).
- Toraman, C., Ata, H. A. ve Buğan, M. F. 2015. İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik müşteri algısı üzerine bir araştırma. Gaziantep Üniversitesi Journal of Social Sciences. (<http://jss.gantep.edu.tr>) 14(4):761-779. ISSN: 2149-5459
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. 2015. Türk finans sisteminde katılım bankaları sunumu. <http://tkbb.org.tr/arastirma-ve-yayinlar-sunumlar-genel-sunum>. (Erişim Tarihi: 24.01.2016)
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği. 2015. Türkiye Katılım Bankacılığı Strateji Belgesi. Yayın No: 5. <http://www.tkbb.org.tr/documents/TKBB-Strateji-Belgesi.pdf>. (Erişim Tarihi: 24.01.2016)
- Wassey, H.A. ve Pomeranz, F. 1987. Accounting needs of Islamic Banking, in: Advances in International Accounting, Vol. 1. 153-168