

Şeriatın Maksatları ve İslami Finans Ürünleri: Değerlendirme İçin Bir Çerçeve¹

Habib Ahmed*

Çeviri: Feyza Cevherli**

Received: 19.04.2019

Accepted: 10.07.2019

DOI: 10.25272/ijisef.555999

Type: Translation

Giriş

İslam hukukunun genel amacı, insanlığın refahını veya faydasını (maslahat) artırmak veya kötülükten (mefsedet) sakındırmaktır. Şâtıbî'ye göre maslahat; zaruri ihtiyaçlar (zaruriyyat), tamamlayıcı ihtiyaçlar (haciiyyat) ve güzelleştirici ihtiyaçlar (tahsiniyyat) düzenlenerek elde edilir (Hallaq, 2004). Zarurat, iyi bir hayatın temel unsurlarını içermektedir ve onları korumak şeriatın maksatlarını oluşturmaktadır (*makasidu's-şerîa*). Gazali *makasıdı*; dinin, nefsin, aklın, neslin ve malın korunması olarak tanımlar (Chapra, 2008). Dolayısıyla, İslam Ticaret Hukuku'nun amacı, *makasıdın* bir veya birkaçını korumak ve güçlendirmek olmalıdır. Bu, İslam'da sözleşme ve ticari işlemlerin mülkiyet ve nesli koruduğu, geliştirdiği ve desteklediği için kutsandığını ve teşvik edildiğini savunan Hallaq (2004) tarafından da teyit edilmektedir.

İslami finans, doğası gereği sosyal/toplumsal yönü olan bir İslam ekonomisi sisteminin parçası olarak görülmektedir. Bu sistemin genel hedefi; ekonomide büyüme ve adaleti sağlayarak tezahür edebilen şeriatın maksatlarını gerçekleştirmektir (Siddiqi, 2004). Bu, hukuki gereklilikleri yerine getirmenin ötesinde, bir İslami finansal sistemin aynı zamanda bir toplumun sosyal ihtiyaçlarını da karşılaması gerektiğini işaret etmektedir. Buna göre, *makasıdın* İslami finans kurumlarının faaliyetlerinde ve ürünlerinde içselleşmiş olması gerektiği şeklinde genel bir mutabakat vardır (Siddiqi, 2006). Dusuki ve Abdullah, *makasıdın* firmaların faaliyetleri üzerindeki etkisini ve maslahat piramidinin (zaruriyyat, haciiyyat, tahsiniyyat) kurumsal sosyal sorumluluk üzerine etkilerini incelemektedir. Bununla birlikte, finansal ürünler düzeyinde *makasıdın* uygulanabilme yollarını araştıran spesifik bir araştırma bulunmamaktadır. Bu çalışmada, ürünlerle ilişkili olarak *makasıdın* karakterizasyonu/tarifi ortaya konulmaktadır.

İslami finansın çağdaş uygulaması, *makasıdı* yerine getirmediği için eleştirilmektedir. İslami finansın uygulanması etrafındaki tartışma, şer'i uyumlu ve şer'i temelli İslami ürünler

¹ Çevirisi yapılan çalışma, 2011 yılında ISRA (International Journal of Islamic Finance) Dergisi 3. Cilt 1. Sayıda, 149-160 sayfaları arasında yayımlanmıştır.

* Profesör, Sharjah Chair in Islamic Law & Finance, Institute of Middle Eastern & Islamic Studies, School of Government & International Affairs, Durham University. İletişim: habib.ahmed@durham.ac.uk.

**Doktora Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, İslam Ekonomisi ve Finansı Uygulama ve Araştırma Merkezi, feyzacevherli@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4423-6539>

arasında bir ayrıma sebep olmuştur. Bununla birlikte, bu terimlerin neyi içerdiğine dair net tanımlar yoktur. Bazı akademisyenler şer'i uyumlu ve şer'i temelli ürünlerin aynı olduğunu ileri sürdüğünden hukuki ve toplumsal şer'i gereksinimler açısından İslami finansın farklı ayrıntıları arasında bir ayrıma ihtiyaç vardır. Bu araştırmada, İslami finansal ürün kategorilerini sınıflandırmanın nesnel bir yolu önerilmektedir. Özellikle, *makasid*da belirtilen hukuki ve sosyal şer'i gereklilikler, İslami finansal ürünlerin şer'i temelli, şer'i uyumlu ve sözde İslami şeklinde sınıflandırılması için kullanılmıştır. Bu çalışma aynı zamanda ürün çeşitlerini seçme hususunda farklı paydaşların rolünü de tespit etmektedir.

1. *Makasid* ve Şer'i Gereklilikler

İslami finans işlemlerinde şeriatın maksatlarının yerine getirilmesinin gereklilikleri olarak şu iki şart belirtilebilir. İlk şer'i gereklilik; işlemlerin hukuki yönleriyle ilgilidir. Kahf (2006) işlem aşamasındaki *makasid*ın, İslam hukukunda öngörülen mübadelenin temel hedefleri yerine getirerek gerçekleştirileceğini iddia etmektedir. Bunlar; mülkiyet haklarını korumak, kişilik haklarıyla oluşan sahipliğin sürekliliğine/sabitliliğine saygı göstermek, işlemi gerçek hayat faaliyetiyle ilişkilendirmek, mülkiyet haklarının satışlarda devri, borç satmayı yasaklamak vb. içermektedir. Ayrıca, hukuki kurallar (el-kavâidu'l-fıkhıyye) İslam hukukunun ruhunu yansıttığından, tüm amaçlar veya maksatlarla ilişkilendirilebilir (Kamali, 2006). Böylece, finansal ürünler ile alakalı kuralları geliştirmek için ilgili hukuki kurallara uyma, işlem aşamasındaki *makasid*ı gerçekleştirmekle bağdaştırılabilir. *Makasid*ın ikinci yönü; sosyal gereklilik ile ilgilidir. İslam ekonomisinin bir bileşeni olan İslami finans, şeriatın maksatlarını gerçekleştirmelidir. Grais and Pellegrini (2006)'nin de dikkat çektiği gibi, şeriatın maksatlarına (*makasid*) ve prensiplerine dayalı entegre bir İslami finans sistemi, toplumsal hedefleri besleyen faaliyetleri yerine getirerek sosyal yardımseverliği teşvik eden bir endüstriyi içermektedir. *Makasid*dan doğan ürünlerle alakalı hukuki ve sosyal şer'i gereklilikler aşağıda ana hatlarıyla belirtilmektedir.

1.1. Hukuki Gereklilikler

Hukuki şartların yerine getirilmesi, sözleşmeye dayalı hükümlerin sağlanması ve gerekli tüm belgelerin, süreçlerin ve işlemlerin İslam hukukunun prensipleri ile uyumluluğunu zorunlu kılar. Belirtildiği gibi, *makasid*ın hukuki gerekliliklerini yerine getirmek aynı zamanda mübadelenin amaçlarını gerçekleştirmek ve ilgili hukuki ilkelerle uyumlu olmak anlamına da gelir. 'Sözleşmelerde önemli olan şey, maksat ve anlamdır, lafızlar ve sözün yapısı değildir.' (Mecelle, 2001, Madde 3) şeklindeki hukuki ilke, finansal ürünleri tasarlamada kullanılan sözleşmeler için yol gösterici prensibi sunmaktadır. Buna göre, İslami bankalar tarafından kullanılan sözleşmeler, şeriatın şeklini ve özünü yerine getirmelidir. İslami sözleşmeye dayalı düzenlemelerdeki şekil ve özün bir olası sonucu, işlemin neticesiyle ilgilidir. Farklı hukuki İslami sözleşmeleri bir araya getiren ve öz olarak gayrimeşru sonuçlara yol açan yahut hukuki kuralları ihlal eden ürünler, şer'i ilkelerin ruhuna aykırı olacaktır. Birçok İslami bankacılık ürünü ihtilaflıdır çünkü bunlar, tek başına hukuki olan fakat birkaç sözleşme ile birlikte ele alındığında, öz olarak yasaklanmış işlemlere benzer şekilde sonuç üreten birçok işlem kullanılmaktadırlar. Bu nedenle, bazı şeriat alimleri/organları, form üzerinde odaklanıp özü

görmezden gelen ürünlere itiraz etmektedir. Örneğin, Delorenzo (2007), şekil olarak şer'i uyumlu olmasına rağmen, toplam getiri takasını (swap) kabul edilemez bulmaktadır. Benzer şekilde, İslam Fıkıh Akademisi riba unsurları içerdiği için İslami finans endüstrisinin uyguladığı organize teverruku kabul etmeyeceğine karar vermiştir.²

Esasen hukuka aykırı olan veya hukuki ilkeleri bozan sonuçlar üretmek amacıyla hileyi veya hukuki taktikleri (hile) kullanmak, şeriatın maksatlarına aykırı olacaktır (Habil, 2007). Bununla birlikte, 'Güçlükler, kolaylığı getirir.' (Mecelle, 2001, Madde 17) kuralı, zaruret kuralını ifade eden 'Zaruretlar yasaklanan şeyleri mubah kılar.' (Mecelle, 2001, Madde 21) kuralını beraberinde getirir. Bunun anlamı, yerleşik bir kuralın gücünü hafifletmek için meşakkat durumlarında istisnai şekilde ruhsat kullanılabilmesidir. Böylece, ancak şer'i uyumlu çözümlerin müsait araçlar içinde mevcut olmadığına hilenin kullanılmasına izin verilebilir.³ Bununla birlikte, bir meşakkat yüzünden yapılan istisnaların meşakkat durumu sona erdikten sonra geçersiz hale geldiği de kesinlikle unutulmamalıdır. Bu, 'Bir özür nedeniyle izin verilen şey, o özürün kalkmasıyla hükümsüz olur.' kuralından çıkarılmıştır (Mecelle, 2001, Madde 23). Böylece, ihtiyaçlar yoğunluklarına/şiddetlerine göre değerlendirilir ve buna göre izin verilir. Mazeret ortadan kalktıktan sonra, zorunlulukla ilgili ruhsat, gayrimeşru olur (Laldin, 2006, s. 144).

1.2. Sosyal Gereklilikler

Finansal kurumların sosyal boyutları/durumları, sosyal yönden sorumlu olan faaliyetlere katılımlarının incelenmesiyle değerlendirilebileceği için, bir ürün perspektifinden sosyal rol, piyasa segmenti ve karşılanan ihtiyaçlarla belirlenebilir. Tanımlamanın nesnel bir yolu ve sosyal hedeflerin değerlendirilmesi bir sonraki adımda sunulacak olan bu iki ürün özelliğine dayanmaktadır.

a. Piyasa Segmenti: İslami bir banka tarafından sunulan piyasa segmenti, onun sosyal yönünü belirleyecektir. Bölümler müşterinin türüne ve sınıfına göre sınıflandırılabilir. Müşteri türleri genel olarak hane halkı sektörü ve iş/ticaret sektörü şeklinde ayırt edilebilir. Her sektörde üç sınıf kategorisi belirlenebilir. Hane halkı sektöründe piyasa segmenti, gelir düzeylerine göre sınıflandırılabilir. Buna göre, varlıklı, orta gelirli grup ve yoksullar şeklinde belirlenebilir. İş sektöründe ise İslami bankacılık ürünleri, önce kumarhaneler, bira fabrikaları vb. yasaklanmış sanayilerin uygunluğunu denetleyecektir. İş sektöründeki piyasa segmentleri, büyük, orta ve küçük/mikro şeklinde büyüklüklerine göre gruplandırılabilir. Şeriatın sosyal hedeflerini yerine getirmek, genel olarak tüm piyasa segmentlerinin ve özel olarak da küçük/mikro işletmelerin ve yoksul/orta sınıf grupların finansal ihtiyaçlarını karşılamayı beraberinde getirecektir.

² Kural, Uluslararası Fıkıh Akademisi Kurulu tarafından, 26-30 Nisan 2009 tarihinde Birleşik Arap Emirlikleri, Şarika'da düzenlenen 19. oturumda yayınlanmıştır.

³ Ahmed (2011) potansiyel ürün alanı ve uygun ürün grubu arasında ayırım yapmaktadır. Birincisi, belirli bir ürün için kullanılacak tüm olası alternatif usulleri içeriyor olsa da, ikincisi, İslami bankaların kurumsal ve organizasyonel kısıtlamalar altında kullanabileceği usulleri temsil etmektedir.

b. İhtiyaçlar/Amaç: Piyasa segmentiyle yakından bağlantılı olarak bir ürünün, hedef nüfusun finansal gereksinimlerine uyması gerekmektedir. Finansal ihtiyaçlar hiyerarşisi, farklı ürünlerin kullanım amacını ifade etmektedir. Finansal ihtiyaçların kategorize edilebileceği farklı yollar vardır. Maslow (1954) alt düzey ve üst düzey ihtiyaçlar arasında ayırım yapar. Daha yüksek ihtiyaçları yerine getirmek isteyen insanlar ancak ilki yerine getirildikten sonra tatmin olur.⁴ Harrison (1994) ve Kamakura ve ark. (1991) finansal ihtiyaçların beş seviyeli bir hiyerarşisini sunmaktadırlar: Kuruluş ürünleri, acil nakit rezervleri, risk yönetimi, enflasyonu dengelemek için büyüme, risk ve vergi koruması. Benzer şekilde, Xiao ve Anderson (1997), ihtiyaçları üç seviyede tanımlamaktadır: Hayatta kalma, güvenlik ve gelişme. Gelir arttıkça, güvenlik ve gelişme ile ilgili ihtiyaçlara olan talep de artmaktadır.

İfade edildiği gibi İslami perspektiften ihtiyaçlar hiyerarşisi, maslahatın farklı aşamaları bağlamında tartışılabilmektedir. Refah, gereklilikler (zaruriyyat), tamamlayıcı ihtiyaçlar (haciyyat) ve güzelleştirici ihtiyaçlara (tahsiniyyat) teşvik edilerek artırılabilir. İhtiyaçların klasik tasnifi Xiao ve Anderson (1997) tarafından ortaya konulan tasnifle uyumlu olarak, finansal ürünler ve hizmetlerin üç tipine şöyle dönüştürülebilir. İlk olarak ihtiyaçlar, temel ihtiyaçları giderecek olan hayatta kalma ürünleri olacaktır. Bu kategorideki ürünler, temel faaliyetler/kalemler için gerekli olan çeşitli mevduat türleri (kontrol ve tasarruf), ipotek ve finansman vb. olacaktır. İkinci olarak ise güvenlik ya da tamamlayıcı ürünler, zorunlu seviyenin ötesindeki ek ihtiyaçları giderecektir. Bu ürünler nakit rezervi ve risk yönetimi ihtiyaçlarını karşılayacak ve sigorta, emeklilik planları, bağışlar ve vadeli mevduatlarını içerecektir. Son olarak gelişme veya daha üst düzey ihtiyaçlar, enflasyonu dengeleyebilen ve risk ve vergilere karşı koruyabilen iyileştirilebilir ürünlerle karşılanacaktır. Bu kategori altındaki ürünler ise hisse senedine yapılan yatırımları, yatırım fonlarını, vergi korumalı tahvilleri, spekülatif gayrimenkul alımlarını finanse etmeyi, eğlence amaçlı yurtdışı seyahatlerini, gösterişçi tüketim vb. içermektedir. Hizmet verilen piyasa segmentinin, yerine getirilmesi gereken ihtiyaçları da belirleyeceği unutulmamalıdır. Örneğin fakir bir aile için finanse edilen bir araç, taksi ve gelir getirici bir kaynak olarak kullanılabilirken ve hayatta kalma ya da temel kategoriye girerken, varlıklı bir birey için finanse edilen ikinci veya üçüncü bir araç, gelişme ya da lüks eşya olarak sınıflandırılacaktır.

Finansmanın sosyal yönleri Tablo 1'de özetlenmiştir. Tablo, ihtiyaçların ve piyasa segmentlerinin sosyal olarak kabul edilebilecek faaliyet alanlarını tanımlayabilen bir matris/temel oluşturmak için nasıl etkileşimde bulunduğunu göstermektedir. İhtiyaçların karşılanması, hayatta kalma ihtiyaçlarını karşılayan ürünler sağlanması (Tablo 1'de A1, B1 ve C1), güvenlik gereksinimlerine (Tablo 1'de A2, B2 ve C2), hizmet etmekten daha yüksek bir sosyallik düzeyine sahiptir ki buna karşılık tatmin edici büyüme ihtiyaçları (Tablo 1'de A3, B3 ve C3) daha yüksek düzeyde olacaktır. Benzer şekilde bir İslami bankanın sosyal rolü, yoksul ve mikro işletmelerin piyasa segmentleri, orta sınıf ve varlıklı müşterilerle birlikte sunulabilirse de artırılabilir. Bununla birlikte ihtiyaçların/bölüm matrisinin ışığında sosyal

⁴ Maslow'un insan ihtiyaçları hiyerarşisi fizyolojik, emniyet ve güvenlik, sevgi ve aidiyet, saygınlık ve kendini gerçekleştirme olarak sınıflandırılmaktadır (Olesan 2004).

rolü değerlendirmenin göreceli olacağına ve farklı toplumlar için farklılık gösterebileceğine dikkat edilmelidir. Örneğin yoksul, mikro ve küçük işletmelerin (Şekil 1'deki A1 ve A2) hayatta kalma ve güvenlikle ilgili finansal ihtiyaçlarını karşılamak, bazı ülkelerde sosyal hedeflerin yerine getirilmesi şeklinde düşünülebilirken, diğerlerinde orta-sınıf gelirli grup ve orta büyüklükte işletmeler (Şekil 1'deki B1 ve B2) de sosyal alana dahil edilebilmektedir.

Tablo 1: Sosyal Gereklilikler ve İhtiyaçlar / Bölümler Matrisi

İhtiyaçlar Segmenti(Bölümü)	Yoksul/Mikro/Küçük	Orta Sınıf/Orta	Zengin/Büyük
Hayatta Kalma (İhtiyaçlar)	A1	B1	C1
Güvenlik (Tamamlayıcı)	A2	B2	C2
Gelişme (Lüks)	A3	B3	C3

Kaynak: Yazar

2. Şer'i Gereklilikler ve Ürün Kategorileri

Yukarıda tartışılan hukuki ve sosyal şer'i gerekliliklere dayanarak, farklı İslami finansal ürün kategorileri tanımlanabilir. Tartışıldığı üzere, hukuki gereklilik, şekil ve madde açısından ele alınabilir ve ürünün sosyal yönleri, piyasa tarafından sunulan piyasa segmentinde oynadığı rolde fark edilebilir ve amaç/ihtiyaçlar karşılanır. Bu doğrultuda, aşağıdaki şu üç ürün tipi saptanabilir:

a. Sözde-İslami Ürün: Sözde İslami bir ürün sadece hukuki forma uygundur, şeriatın özünü yerine getirmez veya sosyal ihtiyaçlara hizmet etmez. Bu, sözleşmelerin hukuki şeklini yerine getiren ürünleri geliştirmek için (*hile*) kullanıldığında ortaya çıkacaktır, ancak bu maddi olarak yasa dışı bir işlemi ifade eder. Acil ihtiyaçları karşılayacak şer'i uyumlu alternatiflerin bulunmadığı belirli durumlarda gereklilik ilkesine başvurulabileceğini unutmayın. Bu gibi durumlarda yasaklar, acil ihtiyaçları karşılamak için esnetilebilir. Ancak, ihtiyaç ortadan kalktığı ve/veya alternatifler mevcut olduğunda, gereklilik nedeniyle hukuki karar geçersiz hale gelir. Acil ihtiyaçlar olmadığında yahut kullanılacak diğer alternatif şer'i uyumlu yöntemler bulunmadığında *hile* ye başvurmak, sözde-İslami ürünlere sebep olacaktır. Bu nedenle, diğer şer'i uyumlu alternatiflerin mevcut olmadığı durumlarda teverruk tabanlı bir ürün kullanmak yasal olabilir. Bununla birlikte, şer'i uyumlu alternatiflerin mevcut olması durumunda teverruk kullanmak, onu sözde-İslami ürün haline getirecektir.

Gereklilik ilkesine başvurulduğu durumlarda ortaya çıkan temel mesele, acil ihtiyaçların ne olduğunu tespit etmektir. Bu sorunu çözenin tek yolu, acil ihtiyaçları neyin oluşturacağına

karar vermek için Tablo 1'deki alternatifleri incelemektir. Örneğin, dar bir bakış açısı, tüm piyasa segmentlerinde hayati ihtiyaçları acil ihtiyaçlar olarak görebilir. Daha liberal bir yorum da Tablo 1'de belirlenen güvenlik ihtiyaçlarını acil ihtiyaçlar kapsamına alabilir. Şer'i uyumlu alternatifler uygun bir ürün grubuna dahil olduğunda veya acil ihtiyaçlar durumu hasıl olduğunda gereklilik ilkesinin uygulanmayacağını unutmamak gerekir. Bu gibi durumlarda, sözde-İslami alternatifleri üretmek için hile kullanmak, hukuki Şer'i gereklilikleri yerine getirmeyecektir.

b. Şer'i Uyumlu Ürün: Şer'i uyumlu ürünler, İslam hukuku yapısını ve özünü tamamlayacak, ancak sosyal hedeflere dikkat etmede başarısız olacaktır. Özellikle, Şer'i uyumlu bir ürün, dar gelirli ve küçük/mikro işletmelerin hayatta kalma ve güvenlik mali ihtiyaçlarını yeterli düzeyde karşılamayacaktır. Örneğin yalnızca çok yüksek asgari yatırım gereksinimlerini belirlemek suretiyle ortak fon sağlamak Şer'i uyumlu olurken, toplumun orta sınıfına ve yoksul kesimlerine hizmet etmediği için sosyal hedefleri karşılamamaktadır.

c. Şer'i Esaslı Ürünler: Şer'i esaslı bir ürün, tüm piyasa segmentlerinin meşru ihtiyaçlarını karşılayan Şer'i uyumlu bir üründür. Bilhassa, Şer'i esaslı bir ürün, sadece İslam hukukunun yapısını ve özünü tamamlamayacak, aynı zamanda dar gelirli ve küçük/mikro girişimciler de dahil olmak üzere nüfusun tüm kesimlerinin hayatta kalma ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılayacaktır. Bu nedenle, Şer'i esaslı bir ürün sosyal hedefleri gerçekleştiren Şer'i uyumlu bir üründür. Örneğin, yoksullar dahil olmak üzere nüfusun tüm kesimlerini hedef alan bir ev finansmanı ürünü Şer'i esaslı olacaktır.

Farklı ürün kategorilerinin özellikleri Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2: Şer'i Gereklilikler ve Ürün Kategorileri

Ürün Tipleri	Hukuki		Sosyal	
	Yapı	Öz	Piyasa Segmenti	İhtiyaçlar
Sözde-İslami	✓	?	?	?
Şer'i-Uyumlu	✓	✓	?	?
Şer'i-Temelli	✓	✓	✓	✓

Kaynak: Yazar

3. Şer'i Gereklilikler: Seçim ve Kararlar

Uygun bir ürün grubundan geliştirilen spesifik ürünler, birçok faktöre bağlı olacaktır. Sosyal ve hukuki gerekliliklerle ilgili karar vermenin iç dinamikleri en iyi şekilde, Şer'i gereklilikler ile ilgili farklı kontrol alanları ve karar verme konularını inceleyerek anlaşılabilir. Ürün geliştirme, bir bankanın çeşitli aktörlerini ve departmanlarını da içeren karmaşık bir süreç

olduğundan, hangi finansman yönteminin kullanılacağına belirlenmesinde uyumsuzluklar ortaya çıkabilir. Ekonomik faktörler ve şer'i gereklilikler arasında takaslar varsa gerilimler ortaya çıkabilir. İslami bir bankada hukuki ve sosyal şer'i gerekliliklerin belirlenebileceği yollar aşağıda tartışılmaktadır.

3.1. Hukuki Gereklilikler: Kim Karar Verir?

Bir ürün geliştirme süreci, bankanın gelişim döngüsünün farklı aşamalarında girdi sağlayan çeşitli bölümlerini içermektedir. Şer'i departman ve Şer'i Danışma Kurulu (ŞDK) yasal gerekliliklerin yerine getirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Şer'i Danışma Kurulu (ŞDK)'nun, ürünün piyasaya sürülmesinden önce, şeriatın ilkeleri ve değerleri ile uyumlu olduğunu doğrulamak için doğrudan sorumluluğu vardır. Uygun yöntemin seçimi, altında faaliyet gösterdiği finansal kurumların kurumsal ve teşkilatla ilgili kısıtlamalarına ve uygun ürün grubunda alternatiflerin elverişliliğine bağlı olacaktır.

İslami olanlar da dahil olmak üzere bankaların hedefleri, verimli ve yüksek getiri elde edebilecek ürünler ortaya koymaktır. Ürünlerin verimliliği, gelişme ve teslimat açısından daha düşük risk ve maliyet anlamına gelir. Bununla birlikte, bazı durumlarda ekonomik faktörlerin hesaplanma yöntemi şer'i ilkelerle çelişebilir. Bu durumlarda, banka, bir yandan beklenen getiri/kâr ve riskler arasındaki öncelikler hakkında, diğer yandan da şer'i ilkeler hususunda karar vermek zorundadır. Ekonomik faktörlere çok fazla vurgu yapılması, daha düşük finansman yöntemlerinin seçilmesine yol açabilir. Eğer Şer'i Danışma Kurulu gevşekse ve uygulanabilir grubun şer'i uyumlu ürünler içerdiği durumlarda bile sözde-İslami alternatiflere izin veriyorsa bu durum ortaya çıkabilir.

Şer'i Danışma Kurulları, sözde İslami ürünlerin kullanımını en aza indirmede önemli bir rol oynasa da, eğer şeriat ile ilgili meseleler hakkında kârlılık karşısında yönetim kademesinden gelen net direktifler varsa şer'i gerekler ve ekonomik çıkarlar arasındaki gerilim önemli ölçüde azaltılabilir. Tercihen, İslami bankalarda kural, şer'i ilkeler ve ekonomik faktörler arasında birinden vazgeçme durumunun meydana geldiği durumlarda ilkinin geçerli olması şeklinde olmalıdır. Bununla birlikte, yönetim kademesinin kârlılığa ve ekonomik faktörlere çok fazla vurgu yapması, yasal şer'i gerekliliklerin etkisini azaltmak için teşvikler yaratacaktır.

3.2. Sosyal Gereklilikler: Kim Karar Verir?

Belirtildiği üzere, bir bankanın sosyal performansı, piyasa segmentlerinin ve ürünlerinin sunulduğu ihtiyaçların belirlenmesiyle oluşturulabilir. Piyasa/ürün kararları stratejik seviyelerde yapıldığından, bankanın sosyal sorumluluğu ve ürün düzeyindeki etkileri, üst düzey kurumsal karar alma süreçlerinde oluşturulacaktır. Bankalar, ürünlerin şer'i esaslı veya şer'i uyumlu olup olmayacağı konusunda genel misyon ve vizyon düzeyinde karar vermek zorundadırlar. Şer'i esaslı ürünler üretmek daha maliyetli ve riskli olabileceğinden, ekonomik kaygılar bankaları şer'i uyumlu veya sözde-İslami ürünlere yöneltme eğiliminde olabilir. Yönetim kademesi ve yönetim kurulu, piyasa/ürün boyutlarını içerecek olan bankanın genel stratejisini belirler. Yönetim kurulu, genel stratejik hedeflerde piyasa/ürün hedeflerini tanımlayarak kuruluşun sosyal yönelimini belirledikten sonra, üst düzey yönetim, ürün

geliştirme stratejisini ve uygulama planlarını tasarlar. Her bir ürün tipi için mümkün olan grup, İslami bankaların bu planları gerçekleştirebilmesi için mevcut seçenekleri belirler.

Yönetim kurulunun alması gereken ilgili bir karar, şer'i hedefler ve kârlılık alanındaki tercihleri belirlemektir. Şer'i esaslı ürünler bir hayli maliyetle geliştirilip sunulabileceğinden, bazı durumlarda ekonomi ve şer'i hedefler arasında kalma söz konusu olabilir. Kârlılık tek endişe ise, bankalar bazı sosyal şer'i gereklilikleri feda edebilir. Örneğin, yoksullara finansman sağlamak sosyal olarak arzu edilebilir ancak kârlılık açısından bu mantıklı olmayabilir. Banka, finans piyasalarını göz önünde bulundurarak bu piyasa segmentini finanse etmeyi tercih edebilirken, şer'i esaslı yaklaşım, ilgili riskleri en aza indirecek ve bankayı tatmin edici bir getiri oranı sağlayacak uygun ürünler geliştirecektir. Yönetim kurulu, şer'i esaslı ürünleri tercih ettiğini, bu yaklaşımı kabul etmek ve onları geliştirecek kaynakları temin etmek suretiyle açıkça göstermek zorundadır.

Sonuç

Bu çalışma, ürünler düzeyinde İslam hukukunun (*makasid*) genel hedeflerinin uygulanmasını değerlendiren bir çerçeve sunmaktadır. *Makasid*, biri hukuki ve diğeri sosyal olan iki Şer'i gerekliliğe işaret etmektedir. İlki, sözleşme düzeyinde İslam hukukunun şekil ve özünün yerine getirilmesiyle tanımlanırken, ikincisi, bir ürün tarafından sunulan piyasa segmentleri ve amaç/ihtiyaçları yoluyla kabul edilmektedir. Bu şer'i gereklilikler göz önüne alındığında, üç tür İslami finans ürünü tespit edilmektedir. Şer'i esaslı bir ürün, hem yasal hem de sosyal gereksinimleri karşılayan bir üründür. Şer'i uyumlu bir ürün, yasal gereklilikleri yerine getiren, ancak sosyal gereksinimleri yerine getirmeyen bir ürün olacaktır. Son olarak, sözde İslami bir ürün, İslam hukukunun özünü değil, biçimi yerine getiren bir üründür.

Şer'i Danışma Kurulları'nın İslami bankalarda *makasid* uygulamasından sorumlu olması gerektiğine dair bir kanaat vardır.⁵ Bununla birlikte bu çalışma, *makasid* ürünlerle ilgili iki boyutunun olduğunu ifade etmektedir. Şer'i Danışma Kurulları'nın rolü, *makasid*in, sözleşme düzeyinde İslam hukukunun biçimini ve özünü yerine getirerek elde edilmesini sağlamaktır. Diğerleri arasında bu, şer'i uyumlu ürünlerin onaylanmasını, sözde-İslami ürünlerden sakınılmasını gerektirecektir. Bankacılık faaliyetlerinin ürün ve piyasa özellikleri açısından sosyal karakterinin daha kapsamlı bir kontrolü, Şer'i Danışma Kurulu'nun değil, yönetim kurulu ve üst düzey yönetimin elindedir. Diğer bir ifadeyle, ürünlerin şer'i esaslı veya şer'i uyumlu olup olmadığını belirleyen taraf yönetim kurulu olurken, ürünlerin sözde-İslami olmadığını garantilemek Şer'i Danışma Kurulu'nun sorumluluğundadır.

⁵ Örneğin Siddiği (2006), ŞDK'nun İslam hukuku ya da *makasid*in genel amaçlarının yerine getirilmesinin denetlemesi gerektiğini savunmaktadır.

Kaynakça

- Ahmed, Habib (2011), *Product Development in Islamic Banks*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Chapra, M. Umer (2008), *The Islamic Vision of Development in Light of Maqasid al Shari'ah*, Occasional Paper Series No. 15, International Institute of Islamic Thought, London.
- DeLorenzo, Yusuf Talal (2007), "The Total Returns Swap and the 'Shari'ah Conversion Technology' Stratagem", Mimeo.
- Dusuki, Asyraf Wajdi and Nurdianawati Irwani Abdullah (2007) "Maqasid al- Shari'ah, Maslahah and Corporate Social Responsibility", *The American Journal of Islamic Social Science*, 24(1), 25-45.
- Grais, Wafik and Matteo Pellegrini (2006a), "Corporate Governance in Institutions Offering Islamic Financial Services: Issues and Options", World Bank Policy Research Working Paper 4052.
- Grais, Wafik and Matteo Pellegrini (2006b), "Corporate Governance and Stakeholders' Financial Interests in in Institutions Offering Islamic Financial Services", World Bank Policy Research Working Paper 4053.
- Hallaq, Wael B. (2004), *A History of Islamic Legal Theories: An Introduction to Sunni Usul al-Fiqh*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Harrison, Tina S. (1994), "Mapping Customer Segments for Personal Financial Services", *International Journal of Bank Marketing*, 12(8), 17-25.
- Kahf, Monzer (2006), "Maqasid al Shariah in the Prohibition of Riba and their Implications for Modern Islamic Finance", Paper presented at IIUM International Conference on Maqasid al Shari'ah, Malaysia, August 8-10, 2006.
- Kamakura, Wagner A., Sridhar N. Ramaswami and Rajendra K. Srivastava (1991), "Applying latent trait analysis in the evaluation of prospects for cross-selling offinancial services", *International Journal of Research in Marketing*, 8, 329-49.
- Laldin, Mohammad Akram (2006), *Introduction to Shariah and Islamic Jurisprudence*, Cert Publications, Kuala Lumpur.
- Majallah (2001), *The Majelle: Being an English Translation of Majallah el-Ahkami- Adliya and a Complete Code of Islamic Civil Law*, The Other Press, Kuala Lumpur.
- Maslow, Abraham H. (1954), *Motivation and Personality*, Harper and Row Publishers Inc., New York.
- Oleson, Mark (2004), "Exploring the Relationship between Money Attitudes and Maslow's Hierarchy", *International Journal of Consumer Studies*, 28(1), 83- 92.

Siddiqi, M. Nejatullah (2004), *Riba, Bank Interest and the Rationale of its Prohibition*, Visiting Scholars' Research Series No.2, Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank, Jeddah.

Siddiqi, M. Nejatullah (2006), "Shari'ah, Economics, and the Progress of Islamic Finance: The Role of Shari'ah Experts", Concept Paper presented at Pre-Forum Workshop on Select Ethical and Methodological Issues in Shari'a-Compliant Finance., Cambridge, Massachusetts, USA, April 21, 2006.

Xiao, Jing J. and Joan Gray Anderson (1997), "Hierarchical Financial Needs Reflected by Household Financial Asset Shares", *Journal of Family and Economic Issues*, 18(4), 333-55.