

İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANSI DERGİSİ

Journal of Islamic Economics and Finance

İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANSI DERGİSİ

Journal of Islamic Economics and Finance

ISSN 2149-3820 / e-ISSN 2651-5342

Sahibi / Proprietor

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi

Istanbul Sabahattin Zaim University International Research Center for Islamic Economics and Finance

Editör / Editor in Chief

Mehmet BULUT - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Yönetim Editörü / Managing Editor

Metin TOPRAK - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Editör Yardımcıları / Vice Editors

Mustafa ÇAKIR- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Merve B.ALTUNDERE- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Zeyneb Hafsa ORHAN- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Buerhan SAITI- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Yusuf DİNÇ- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Mohamed Cherif EL AMRİ- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Abdelkader CHACHI - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Ensari YÜCEL- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Ruslan NAGAYEV- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

İbrahim G.YUMUŞAK- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Mustafa Omar MOHAMMED - International Islamic University Malaysia

Yayın Kurulu / Editorial Board

Mehmet BULUT - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Metin TOPRAK- İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Mustafa ÇAKIR - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Buerhan SAITI - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Abdelkader CACHI - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Ensari YÜCEL - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Hafsa Zeyneb ORHAN - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

İbrahim Güran YUMUŞAK - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Monzer KAHF - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Ruslan NAGAYEV - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Tariquillah KHAN - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Yusuf DİNÇ - İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Abdullah DURMUŞ, İstanbul Üniversitesi, Türkiye	Mehmet ASUTAY, Durham Üniversitesi, İngiltere
Abdulazcem ABOZAI, Hamad bin Khalifa Üniversitesi, Katar	Mohamad Akram LALDIN, International Shari'ah Research Academy ISRA, Malezya
Abdullah DURMUŞ, İstanbul Üniversitesi, Türkiye	Mohammad K. HASSAN, New Orleans Üniversitesi, ABD
Abdullah Qurban TURKISTANI, King Abdul Aziz Üniversitesi Islamic Economic Institute, Suudi Arabistan	Mohd Daud BAKAR, IUM, Malezya
Abdulguttalip ARPA, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye	Monzer KAHF, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye
Adem ESEN, İstanbul Üniversitesi, Türkiye	Munawwar IQBAL, King Abdulaziz Üniversitesi, Suudi Arabistan
Ahmad Khaled BABAKER, Islamic Fiqh Academy, OIC, Suudi Arabistan	Murat Ali YÜLEK, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye
Ahmad M. HASNAH, Hamad bin Khalifah Üniversitesi, Katar	Murat ÇİZAKÇA, Karatay Üniversitesi, Türkiye
Ahmet Faruk AYSAN, Hamad bin Khalifah Üniversitesi, Katar	Mustafa ATEŞ, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye
Ahmet TABAKOĞLU, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye	Mustafa ÇALIŞIR, Sakarya Üniversitesi ISEFAM, Türkiye
Ali KUTAN, Southern Illinois Üniversitesi (Edwardsville), ABD	Mustafa SİNANOĞLU, 29 Mayıs Üniversitesi, Türkiye
Azmi OMAR, INCEIF, Malezya	Mürteza BEDİR, İstanbul Üniversitesi, Türkiye
Azura OTHMAN, CIIF, Chartered Institute of Islamic Finance, Malezya	Nebil DABUR, SESRIC, OIC, Türkiye
Bayram SADE, KTO Karatay Üniversitesi, Türkiye	Necmettin KIZILKAYA, İstanbul Üniversitesi ISIFAM, Türkiye
Cengiz KALLEK, Marmara Üniversitesi, Türkiye	Nor Shamsiah MOHDYUNUS, IFSB, Malaysia,
Ekrem ERDEM, Erciyes Üniversitesi, Türkiye	Omar HAFIZ, IAIE, International Association for Islamic Economics, İngiltere
Engku Rabiah Adawiah Bt. ENSKU ALİ, IUM, Malezya	Osman AKYÜZ, Türkiye Katılım Bankaları Birliği, Türkiye
Erol ÖZVAR, Marmara Üniversitesi, Türkiye	Ömer DEMİR, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Ersin Nazif GÜRDOĞAN, Maltepe Üniversitesi, Türkiye	Recai AYDIN, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Türkiye
Ertuğrul BOYNUKALIN, Marmara Üniversitesi - ISIFAM, Türkiye	S. Nazim ALI, Katar Üniversitesi, Katar
Fahrettin YAŞI, Al Baraka Türk Katılım Bankası, Türkiye	Sabri TEKİR, OSTİM Teknik Üniversitesi, Türkiye
Ferhan NIZAMI, Oxford Centre for Islamic Studies, İngiltere	Saim KAYADIBI, Karabük Üniversitesi, Türkiye
Guillaume DUGIN, Paris Üniversitesi, Fransa	Salina Bt. KASSIM, Institute of Islamic Banking and Finance, IUM, Malezya
h. Ebrahim Bin Khalifa AL KHALIFA, AAOIFI, Bahreyn	Sami al SUWAILEM, Islamic Development Bank IRTI, Suudi Arabistan
Habib AHMED, Durham Üniversitesi, İngiltere	Seif Ibrahim TAG EL, Din Imam Saud Üniversitesi, Suudi Arabistan
Hakan SARIBAŞ, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Türkiye	Servet BAYINDIR, İstanbul Üniversitesi, Türkiye
HalisYunus ERSÖZ, İstanbul Üniversitesi, Türkiye	Taha EĞRİ, IKAM & Kırklareli Üniversitesi, Türkiye
Hamdi DÖNDÜREN, Konya Karatay Üniversitesi, Türkiye	Talat ULUSSEVER, Borsa İstanbul, Türkiye
Harun ŞENCAL, 29 Mayıs Vakıf Üniversitesi, Türkiye	Tariqullah KHAN, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye
Hayrettin KARAMAN, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Türkiye	Temel HAZIROĞLU, Türkiye Katılım Bankaları Birliği, Türkiye
Himmet TAŞKÖMÜR, Harvard Üniversitesi, ABD	Ufiuk UYAN, Kuveyt Türk Katılım Banka, Türkiye
Humayun DAR, Cambridge Üniversitesi, İngiltere	William O'REILLY, Cambridge Üniversitesi, İngiltere
James BALDWIN, New York Üniversitesi, ABD	Yusuf BALCI, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye
Jonathan A. BROWN, Georgetown Üniversitesi, ABD	Yusuf O. KAVUNCU, Federal Deposit Insurance Corporation, ABD
Joseph FALZON, Malta Üniversitesi, Malta	Zahid PARVEZ, Mihe Markfield Institute of Higher Education, İngiltere
Mabid Ali AL-JARHI, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Türkiye	Zamir IQBAL, World Bank, ABD
Mansor IBRAHIM, INCEIF, Malezya	Ziyaad MOHAMED, INCIEF, Malezya

Yayına Hazırlama Komitesi / Committee for Publishing

Metin Toprak
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Mustafa ÇAKIR
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Buerhan SAITI,
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Ruslan NAGAYEV
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Fatma YILMAZ
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Mahmut DEMİRKIRAN
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Rıfqr Buğra BAĞCI
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Safa YILDIRAN
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Ahmet GÜVEN
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi

Kitap Editörleri / Book Editors

Cem KORKUT - Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Grafik Uygulama / Graphic Design

İbrahim YILMAZ - İstanbul S. Zaim Üniversitesi

İletişim / Contact

İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi Editörlüğü / JIEF Editorial Office

İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Halkalı Cad. 34303,

Halkalı - Küçükçekmece / İSTANBUL

Telefon / Tel : +90 (212) 692 96 00; Faks / Fax : +90 (212) 693 82 29

Web Adresi / Website : <http://www.izu.edu.tr>; E-Posta / E-Mail : jief@izu.edu.tr

Abonelik / Subscription

Yıllık abone bedeli:

Kurumlar için / For Institutions:

- Yurt içi / Domestic: 50 TL
- Yurt Dışı / External: 20 ABD Doları
- Kişi / For Individuals: 40 TL
- Öğrenci / Students: 25TL
- Tek Sayı Fiyatı / Single Issue Price: 30 TL

Abonelik İrtibat Bilgileri: Ahmet GÜVEN- İSEFAM İdari Sekreteri;

E-posta: a.guven@izu.edu.tr ; Office Tel: +90 212 692 87 07

Hesap Bilgileri: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi;

Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş./Sefaköy Şubesi; IBAN:TR08 0020 5000 0083 3555 8000 04

Dergide yayımlanan yazılardaki görüşlerin sorumluluğu yazarlarına aittir.



Amaç

Türkiye'nin son 10 yılda dünya ekonomisinde ve finansında almış olduğu yol, kısa sürede İstanbul'u küresel finansın önemli merkezlerinden biri haline getirmiştir. Tarihsel mirası ve kültürü İstanbul'u İslami finans kuruluşlarının da gözdelelerinden biri yapmıştır. Yüzyıllık moladan sonra Türkiye'nin kendi gerçek kimliğine dönme çabasının bir sonucu olarak Ortadoğu, Balkanlar, Kafkasya, Kuzey Afrika ve Orta Asya toplumları Türkiye'nin geleceğine daha çok ilgi duymaya başlamıştır. Böyle önemli tarihsel bir süreçte İslam ekonomisi ve finansı gibi tarihsel ve kültürel olarak doğal mirasçısı olduğumuz alanda yapılan araştırmaları daha geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi (ISSN 2149-3820) Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi tarafından 2015'ten itibaren yayımlanmaktadır. İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi, İslam ekonomisi ve finansı alanında özgün fikir ve araştırmaların yer aldığı, asırların mirasının tekrar günümüze aktarıldığı, yeni düşünce ve araçlarla bu alana yön verebilecek araştırmaların yayınlanmasını temel alan bir dergidir.

Aim

Turkey has taken in the last 10 years the way in which the world economy and finance, İstanbul in a short time has become one of the important centers of global finance. Historical heritage and culture has made İstanbul one of the eyes of Islamic financial institutions. A hundred years after the break Turkey's Middle East as a result of efforts to return to his true identity, the Balkans, the Caucasus, North Africa and Central Asian societies began to hear much more interested in the future of Turkey. Journal of Islamic Economics and Finance (ISSN 2149-3820) has been established by the International Research Centre for Islamic Economics and Finance in order to reach research on the ground that we are historically and culturally natural inheritors of Islamic economics and finance in such an important historical process. it is published. Journal of Islamic Economics and Finance magazine based on the publishing of researches that can give direction to the field with new ideas.

Hakem Kurulu / Referee Board

Prof. Dr. Ahmet Faruk AYSAN, Prof. Dr. Ahmet TABAKOĞLU,
Prof. Dr. Arif ERSOY, Prof. Dr. Cengiz KALLEK, Prof. Dr. Hakan SARIBAŞ,
Prof. Dr. Humayon DAR, Prof. Dr. Hüseyin ÇINAR,
Prof. Dr. İbrahim G. YUMUŞAK, Prof. Dr. İshak Emin AKTEPE,
Prof. Dr. Masudul Alam CHOUDHURY, Prof. Dr. Mehmet ASUTAY,
Prof. Dr. Mehmet BULUT, Prof. Dr. Mohammad Kabir HASSAN,
Prof. Dr. Sabri ORMAN, Prof. Dr. Savaş ALPAY, Prof. Dr. Servet BAYINDIR,
Prof. Dr. Mahmut BİLEN, Prof. Dr. Monzer KAHF, Prof. Dr. Tariqullah KHAN,
Doç. Dr. Abdullah DURMUŞ, Doç. Dr. Abdulmuttalip ARPA, Doç. Dr. Ashraf DAWABA,
Doç. Dr. Buerhan SAITI, Doç. Dr. Dzuljastri Abdul Raza, Dr. Abdelkader CHACHI,
Dr. Aydın KUDAT, Dr. Ensari YÜCEL, Dr. Merve B. ALTUNDERE,
Dr. Mohamed Cherif EL AMRI, Dr. Mustafa ÇAKIR, Dr. Ruslan NAGAYEV,
Dr. Rümeyza BILGIN, Dr. Rüştü YAYAR, Dr. Zeyneb Hafsa ORHAN,
Dr. Ali Emrah BOZBAYINDIR, Dr. Turgay GEÇER, Dr. Yusuf DİNÇ,
Dr. Ahmet Şuayb GÜNDOĞDU, Dr. Bilgis İSMAİL, Dr. Valentino CATTELAN,
Dr. Zamir IQBAL, Dr. Süleyman AKDEMİR, Dr. Suhel HAWAMDEH,
Dr. Fatih KAZANCI, Dr. Cem KORKUT, Dr. Fatih KAPLANHAN

İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi

Journal of Islamic Economics and Finance

Cilt / Volume 6 • Sayı / Number 2 • Güz / Autumn 2020

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

- Mustafa Kemal YILMAZ, **Tüketicilerin Etik Konumlarının Helâl Turizme Bakış Açıları ile İlişkisi Samsun İli Örneği** / *The Relationship Of Consumers' Ethical Positions With Their Perspectives On Helal Tourism, Case Study Of Samsun* 147-185
- Ekrem ERDEM, **İslam İktisat Düşüncesinde ve Ahilik Geleneğinde Piyasa ve Devlet Odaklı Politikalar Üzerine Bir İnceleme** / *An Inquiry Concerning The Market-Oriented And State-Oriented Policies In The Islamic Economic Thinking And The Tradition Of Akhizmc* 187-212
- Yunus KELEŞ, **Haram Karışık Mal ve Kazançla İlgili Tasarruflar** / *The Transactions Of Haram Mixed Goods And Earnings* 213-237
- Süleyman Hilmi KARA, **Kur'an-ı Kerim Işığında İsrâf ve Cimriliğin İktisadi Sonuçları** / *The Economic Consequences Of Waste And Stinginess In The Light Of The Qur'an* ... 239-273
- Fatih KAZANCI, **Merkez Bankalarının İkili Finansal Sistemde Kullandıkları Parasal Aktarım Mekanizmasına Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Örneği Üzerinden Faizsiz Bir Yaklaşım** / *An Interest-Free Approach To The Monetary Transmission Mechanism Used By Central Banks In Dual Financial System On The Case Of The Central Bank Of The Republic Of Turkey* 275-311
- Serkan ÇELİK, **Türk Katılım Bankacılığı Sektöründe Performans Analizi: Bütünleşik Critic ve Mabac Uygulaması** / *Performance Analysis In Turkish Participation Banking Sector: Integrated Critic And Mabac Application* 313-335

TÜKETİCİLERİN ETİK KONUMLARININ HELÂL TURİZME BAKIŞ AÇILARI İLE İLİŞKİSİ SAMSUN İLİ ÖRNEĞİ¹

Mustafa Kemal YILMAZ^a
Samsun Üniversitesi, Türkiye

Hilal MEMİŞ KAMACI^b
Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru: 29 Ağustos 2020

Kabul: 17 Aralık 2020

JEL Sınıflandırma:

Z39

H31

D91

M31

Anahtar Kavramlar:

Etik konum teorisi,

İdealizm,

Rölativizm,

İslami pazarlama,

Helâl turizm,

ÖZ

Türkiye’de ve dünyada Müslümanların, tatil yerlerinde kendi inançlarına uygun bir tatil yapmayı arzulamaları ve bu kapsamda helâl ürünleri talep etmeleri helâl turizm sektörünün gelişmesini sağlamıştır. Bu çalışmada, alanyazında yeni yer alamaya başlayan İslami pazarlama anlayışı içerisinde etik, helâl ürün ve hizmetler, helâl konseptli otel işletmelerinin turizmdeki yeri ve tüketicilerin helâl turizm ile ilgili bakış açıları etik konumları ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Pek çok çalışmada farklı değişkenlerin analiz edilmesiyle ortaya konduğu üzere, kişisel etik konum, bireylerin sosyal-kültürel çevresi, milleti, dini ve kişisel özellikleri ile farklılık göstermektedir. Araştırma sonucunda, tüketicilerin idealizm ve rölativizm düzeyleri ile helâl otel anlayışı, tercih ve güven değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı ve pozitif yönde, rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

¹ Bu çalışma, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalında hazırlanan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

^a **Sorumlu Yazar:** Doç Dr., Samsun Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, E-posta: mustafa.yilmaz@samsun.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6906-5414>

^b Ondokuz Mayıs Üniversitesi, LEE, İşletme ABD, Doktora Öğrencisi, E-posta: memishilal@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0567-1404>

Kaynak göster: Yılmaz, M. K. ve Memiş Kamacı, H. (2020). Tüketicilerin Etik Konumlarının Helâl Turizme Bakış Açılı ile İlişkisi Samsun İli Örneği. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 6(2) 146-183

© IZU Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi. Tüm Hakları Saklıdır.

THE RELATIONSHIP OF CONSUMERS' ETHICAL POSITIONS WITH THEIR PERSPECTIVES ON HELAL TOURISM, CASE STUDY OF SAMSUN

Mustafa Kemal YILMAZ ^a

Samsun University, Turkey

Hilal MEMİŞ KAMACI ^b

Ondokuz Mayıs University, Turkey

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Aug 29, 2020

Accepted: Dec. 17, 2020

JEL Classification:

Z39

H31

D91

M31

Keywords:

Ethical position theory,

Idealism,

Relativism,

Islamic marketing,

Halal tourism

ABSTRACT

Desires of Muslims in Turkey and around the world to have a proper holiday according to their faith and their desire to demand halal products in this context have enabled the development of Halal tourism industry. In this study, Ethical, halal products and services, the place of halal concept hotel businesses in tourism, and consumers' perspectives on halal tourism within the Islamic marketing understanding which has just started to take place in the literature are discussed in relation to their ethical position. As revealed by analysing different variables in many studies; The personal ethical position differs with the social-cultural environment, nationality, religious and personal characteristics of the individuals. As a result of the research, it is concluded that there is a significant difference between the idealism and relativism levels of consumers and the understanding of halal hotels, preferences and trust variables. In addition, it has been determined that there is a significant and positive relationship between consumers' idealism levels and their perspective on halal tourism, and a significant and negative relationship between their level of relativism and their perspective on halal tourism.

¹ This study has been produced from the master's thesis prepared in the Business Management Department of Social Sciences Institute, Ondokuz Mayıs University

^a **Corresponding Author:** Assoc. Professor, Samsun University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, E-mail: mustafa.yilmaz@samsun.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6906-5414>

^d Ondokuz Mayıs University, Graduate Education Institute, Business Administration Department, PhD Candidate, E-mail: memishilal@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-0567-1404>

To cite this article: Yılmaz, M. K. and Memiş Kamacı, H. (2020). The Relationship of Consumers' Ethical Positions with Their Perspectives on Halal Tourism, Case Study of Samsun. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(2), 146-183.

© IZU International Research Center for Islamic Economics and Finance. All rights reserved.

GİRİŞ

Müslüman ülkelerdeki refah düzeyinin artması ve gelişen teknoloji sayesinde iletişim olanaklarındaki artış Müslümanların dünyevi beklentilerini arttırmıştır. Müslüman olan bir bireyin, bu gibi beklentilerini İslam dinine göre helâl olan yollarla karşılamak istemesi son derece olağan kabul edilmektedir. Tüm bu değişimler, işletmeler ve pazarlamacılar için geniş bir pazar olan helâl turizmin global bir pazara dönüşmesini desteklemektedir. The Culinary Institute of America (CIA)'ya göre, Müslüman turist pazarı 2020 yılında %4 büyüme sağlayacak ve 192 milyar dolarlık bir hacime ulaşacaktır (Batman, 2017, p. 30; Hacıoğlu, 2017, p. 29). World Tourism Organization (WTO) ve Dünya Bankasının açıklamalarına göre, turizm sektörü geçtiğimiz 10 yılda 3 kat büyümüştür ve önümüzdeki 20 yıl içerisinde dünyanın en büyük endüstrisi haline gelmesi beklenmektedir. Türkiye'nin 2023 turizm hedefleri kapsamında, ülkemizi 63 milyon turistin ziyaret etmesi, 86 milyar dolar dış turizm geliri elde edilmesi ve her bir turistin ortalama 1350 dolar harcama gerçekleştirmesi öngörülmektedir (Pamukçu & Sarışık, 2017, p. 86). WTO'nun açıkladığı rapora göre, tüm dünyada Müslüman turistlerin Hac ve Umre ziyaretleri dışında 2011 yılında gerçekleştirdikleri turizm harcaması 126,1 milyar dolar ile aynı yıl gerçekleşen tüm turizm harcamalarının %12,3'ünü oluşturmaktadır (Yazıcıoğlu & Özata, 2017, p. 110).

Pew araştırma şirketi tarafından yapılan bir araştırma göstermektedir ki, İslam dini en hızlı büyüyen dindir ve bu gün nüfusu 1,6 milyar ile Hristiyanlardan sonraki en kalabalık topluluk olan Müslümanların, aynı artış eğilimlerinin devam etmesi halinde 2050 yılında 2,76 milyar ile Hristiyan nüfusa çok yaklaşıcağı ve 2070 yılı itibari ile dünyada en kalabalık din topluluğunu olabileceği ileri sürülmüştür. Aynı araştırma, Müslüman toplulukların yaş ortalamalarının diğerlerinden daha genç olduğu ve doğurganlık oranının daha yüksek olduğu konularına da yer vermektedir (Büyüksalvarcı & Dinç, 2019, p.1035). Bu göstergeler aynı zamanda dünyada Müslüman turist sayılarının ve harcama düzeylerinin artacağını ifade etmektedir.

Diğer taraftan, helâl turizm ile ilgili dünyada ve Türkiye'de kabul edilmiş ortak bir standart ve belgelendirme faaliyeti oluşturulamamıştır. Ancak hem ülkemizde hem dünyada konu ile ilgili çalışmalar devam etmektedir. TSE (2011)'nin öncülüğünde, GİMDES, WHU ve CHS'nin katkılarıyla SMIIC ve OIC ile bir standart oluşturularak "Helâl Uygunluk Belgesi" çalışmaları tamamlanmıştır. Bu belge, helâl turizm kapsamında yer alan helâl gıdanın kalite ve güvenilirliği açısından önem teşkil etmektedir. Ayrıca dünyanın parlayan yıldızı olarak değerlendirilen helâl turizm konusunda Türkiye'nin arzu edilen seviyeye gelebilmesi ve büyüyen pazardan hak ettiği değeri alabilmesi için

akademik düzeyde kongreler düzenlenmekte ve helâl turizmin potansiyeli, helâl turizm standardizasyonu ve akredite çalışmaları başta olmak üzere önemli mevzular tartışılmaktadır.

2023 Helâl Turizm Stratejik Planı'nın alt bir basamağı olan Helâl Turizm Pazarlama ve Tanıtım Stratejisinde, helâl turizm alanında tecrübeli olan Türkiye'nin; bilgi, birikim, kurumsal nitelikte insan kaynakları, işletme alt yapısı, hizmet kültürü, sahip olunan İslami tarih kimliği ve kültürü, sosyo-ekonomik duruma yönelik alternatif turizm çeşitleri, farklı turistik destinasyonlar, helâl nitelikte seyahat, konaklama, yiyecek-içecek, rekreasyonel faaliyetler şeklindeki yetkinlikler ile ön plana çıkarılması öngörülmektedir (Büyüksalvarcı & Dinç, 2019, p.1038).

İslami bakış açısı ve Müslüman halkların yaşadığı toplumlarda tüketici davranışları, günümüz işletmeleri ve pazarlama ilgilileri tarafından en çok irdelenen konular haline gelmiştir. Bu doğal süreç, Müslüman toplumlarda sürdürülebilir pazarlama faaliyetlerinin gerçekleşmesi için İslami pazarlama ve İslami pazarlamada etik kavramlarına, akademik çalışmalarda ve pazarlama uygulamalarında yer verilmesine olanak sağlamıştır. Bu çalışmada, etik konum kavramı ele alınarak İslami pazarlama anlayışı ve helal turizm incelenmiş, tüketicilerin helâl turizme yönelik değerlendirmelerinin etik konum düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediği araştırmanın temel problemi olarak değerlendirilmiştir.

Yapılacak bu araştırma sonucunda elde edilecek bulgularla, literatüre önemli katkılar sağlanabileceği, aynı zamanda Samsun'da ve Türkiye'de turizm sektörü ilgilileri için helâl turizm alanında değerli bilgilere ulaşılabileceği, pazarlama alanında çalışan araştırmacılara ve uygulamacılara faydalı olabilecek tespitler ortaya konulabileceği değerlendirilmektedir.

TEORİK ÇERÇEVE

Etik Konum Teorisi: Etik konum teorisi, Forsyth'un "Etik İdeolojilerin Sınıflandırılması" adlı çalışmasında idealizm ve rölativizm boyutlarına göre kişilere atfedilebilecek özellikleri açıklamaktadır (1980, p. 176). Etik konum kuramının temeli, insanların ahlaki karar alma sürecini etkileyen farklılıkların araştırılmasıyla ortaya konmuştur. Neticede, karar alma sürecini etkileyen unsurun kişisel etik konum olduğu sonucuna varılmıştır (Bakır, 2013, p. 19). Etik konum teorisi, temelde idealizm ve rölativizm olmak üzere iki boyut ortaya koymaktadır. İdealizm, elde edilen sonuçların doğru eylemlerle gerçekleştirilmesi; rölativizm ise, evrensel kuralların reddedilmesi anlayışına dayanmaktadır (Barnett et al., 1996, p. 1163; Özbek & Özer, 2012, p. 173).

İdealizm, bireylerin başkalarının refahını önemsemeleri ile ilgilidir. İdealist insanlar her zaman ve koşulda başkalarına zarar vermekten kaçınan, bireysel

menfaatleri toplum menfaatlerine tercih etmeyen ve doğru sonuçlar elde etmek için doğru eylemlerde bulunmak gerektiğini kabul eden kişilerdir. İdealist bireyler, başkalarına zarar verecek tercihlerden herhangi birini seçmenin yanlış olacağını savunmaktadırlar (Özbek et al., 2013, p. 114; Schlenker & Forsyth, 1977, p. 371). Rölativizm ise, evrensel etik kuralların olduğunu kabul edip etmemekle ilgilidir. Etik karar verme sürecinde, evrensel kurallar olduğunu kabul etmeyi ve evrensel kurallara göre hareket etmeyi doğru bulma derecesi ile ilgili bir yaklaşımdır. Rölativizm, kişisel etik felsefenin evrensel etik kurallara dayanma derecesi olarak da tanımlanmaktadır (Forsyth, 1980, p. 175; Forsyth et al., 1988, p. 244).

İdealizm boyutunun ilke, rölativizm boyutunun ise sonuç odaklı olduğu belirtilmektedir. Etik konum teorisi, bireyleri sonuç ya da ilke odaklı olarak ayırmaya değil, bireylerin ne kadar sonuç ve ne kadar ilke odaklı olduğunu tespit etmeye çalışmaktadır. Bu anlamda aşağıda yer alan Tablo 1’de, bireylerin idealizm ve rölativizm derecelerine göre oluşmuş EPT (Ethic Position Theory) matrisi yer almaktadır (Forsyth, 1980, p. 176).

Tablo 1: EPT'de Sınıflandırma

		<u>Rölativizm</u>	
		Yüksek	
Düşük	Yüksek	Durumsallık	Mutlakçılık
		Etik ile ilgili evrensel kuralların varlığını kabul etmekle birlikte, herkes için mümkün olan en iyi sonucu elde etmek için hareket edilmelidir.	Evrensel etik kuralları takip ederek her zaman en iyi sonucun alınacağını kabul eder.
İdealizm	Düşük	Öznellik	İstisnacılık
		Bireylerin evrensel etik ilkeler yerine kişisel değerleri ve bakış açılarının ahlaki seçimlerde rehberlik etmesi gerektiği kabul edilir.	Evrensel kuralların varlığını ve onlara uygun hareket edilmesi gerektiğini kabul etmekle beraber, istisnai durumlarda kuralların tekrar gözden geçirilmesi gerektiğini ileri sürer.

Kaynak: Forsyth, D. R. (1980). "A taxonomy of ethical ideologies". *Journal of Personality and Social Psychology*. 39 (1), 175-185. (p.176).

İslami Pazarlama Anlayışı: İslam'da insanların görevi, dünyayı inşa etmektir. Arapça bir terim olan "*Emaaratu Alardh*"; toprağı inşa etmek, onu yaşam dolu yapmak ya da her anlamda toprağı daha iyi hale getirmek manası taşımaktadır. İslam dininde ticari amaç da diğer tüm insan faaliyetleri gibi dünyayı daha iyi hale getirmek üzerine düşünmeyi gerektirmektedir. İslam, neyin makul ve meşru olduğu ve neyin zararlı ve yasak olduğu konusunda geçmişten geleceğe uzanan değişmez bir bakış açısına sahiptir (Alserhan, 2011, p. 1).

İslam dini, Allah'ın meşru gördüğü yollardan ticari kazanç elde etmeyi ve yine O'nun meşru gördüğü şekilde harcamayı emretmektedir. Alım- satım

işleri, ticaret, iş hayatı, çalışanlar ve müşteriler için dinin uygun gördüğü her işlem, hem yasal hem de ahlaki kabul edilmektedir. İslami pazarlama anlayışında, işletmeler için ürün ve hizmetleri açısından yürüttükleri pazarlama çalışmalarının; tutum ve davranışlarının dini hassasiyetler konusunda özenli, inanç esaslarıyla örtüşen ve İslam'ın iki önemli kaynağını (Kur'an ve hadis) referans alan çalışmalar olmasına dikkat edilmektedir (Arham, 2010, p. 149).

Müslümanlar, etik sistemlerini Allah'ın 7. yüzyılda gönderdiği kutsal kitap Kur'an'ın öğretilerinden ve Hz. Muhammed (s.a.v)'in sözleriyle davranışlarından meydana gelen sünnetlerden oluşturmuşlardır. İslam düşüncesinde yaşam, tüm insanların hem maddi hem manevi gereksinimlerini dengeli bir biçimde karşılayarak memnuniyeti sağlayan refah kavramıyla tanımlanmaktadır (Rice, 1999, p. 346). Kur'an, sünnetler, sahabelerin hayatlarından örnekler ve Müslüman alimlerin yorumları İslam'da; alıcılar ve satıcılar, işverenler ve çalışanlar, borç verenler ve borç alanlar arasındaki ilişkileri düzenlemektedir. İnsanlarda olası aç gözlülük, servet arzusu ve bencillik gibi eğilimlerin önüne geçmek, yapılan işlerin sosyal bağlamda gerçekleştirilmesi zorunluluğu ile dizginlenerek kontrol altına alınmaktadır. İslam dininde bir işin başarılı olması maddi açıdan değil, Allah'ın kurallarına uygunluk derecesine göre değerlendirilmektedir (Alserhan, 2011, p. 9).

İslami pazarlama etiği, seküler yaklaşımlardan pek çok yönden ayrılmaktadır. İlk olarak, İslami pazarlama etiği, dayandığı temeller gerekçesiyle göreceli değildir ve mutlak sakıncalara sahiptir. Bu özelliği ile pazarlama çalışanlarının ya da ilgililerinin bireysel isteklerine ya da yorumlarına yer bırakmamaktadır. Diğer bir önemli farklılık, bencilce hedeflenen kâr maksimizasyonu yerine, toplumun refahı için değer maksimizasyonunu vurgulamasıdır. Bu özellikleri sayesinde İslami pazarlama etiği, pazarlama çalışanlarının vicdanını iş süreçlerine dahil etmeyi ve yapılan işleri içselleştirmeyi sağlamaktadır (Saeed et al., 2001, p. 130).

İslam'da Helâl Ürün ve Hizmetler: Yaratıcının, insanların dünyada ve ahirette hoşluk içerisinde olmaları için koyduğu bir takım kurallar vardır. Helâl, dinen yasak olmayan, serbest bırakılan anlamına gelmektedir. İslam dininde, bir şeyin helâl olup olmadığına dair başvurulana ana kaynak; Kur'an ve Kur'an içerisinde yer almayan hususlarda Hz. Peygamber (s.a.v)'in sözleridir (Diñçer & Bayram, 2017, p. 365; Gelir, 2017, p. 22). Helâl kelimesi manası itibariyle; meşru, mubah, caiz, ruhsat verilen ve yasal olan anlamları taşımaktadır. Bir şeyin helâl olduğuna dair şu dört kaideden yola çıkılarak karar verilmektedir (Ayengin, 2017, p. 841):

1. Ayet veya hadiste bir konuyla ilgili helâl kelimesinin geçmesi,

2. Bir şeyin yapılmasının günah ya da sakıncalı olmadığını bildiren hükümler yer alması,
3. Vaciplik değil de mubahlık ifade edildiğine dair delil bulunan emirler,
4. Bir şeyin haram kılındığına dair delil bulunmaması.

İnanlar için helâl kavramını yalnızca gıda ile sınırlanarak sınırlamak veya sadece gıdanın helâlinde bahsetmek eksik bir yaklaşımdır. Nitekim, yeme – içme, çalışma, ticaret yapma, gezme ve eğlenmenin bile helâli vardır. Bu sebeple, helâl gıda yerine helâl hayat ifadesini kullanmak daha doğru kabul edilmektedir (Şimşek, 2019, p. 41).

Helâl Turizm: Turizm sektöründe, yeni bir pazar segmenti oluşturmak, ürün ve hizmet çeşitlendirmesi yapmak işletme stratejilerinin temel odak noktasıdır. Müslüman turistler, son yıllarda turizm dünyasında talep ve ihtiyaçları tespit edilmeye çalışılarak bunlara uygun ürün ve hizmet oluşturulmasında turizm ilgililerinin dikkat çeken pazarıdır (Memiş, 2017, p. 173). Müslüman tüketicilerin pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de batılı medeniyetlerin etkisinde kalarak, İslam dini için meşru olmayan tatil hizmetleri satın alıyor olması, son yıllarda bir sorun olarak tartışılmaya başlanmıştır. Tatil yapmak için gidilen yerlerde tüketilen ürünlerin ya da satın alınan hizmetlerin helâl olup olmayışı, sorumluların bu gibi konularda tüketicilere gereken bilgiyi vermemesi, hizmet sektöründe İslami hassasiyet taşıyan tüketiciler için yaşanan pek çok sorunu gözler önüne sermektedir (Büyüközer, 2017, p. 25).

İlk başlarda “İslam Turizmi” olarak karşımıza çıkan bu yeni turizm anlayışı, daha sonra tanıdık gelen “Helâl Gıda” ile benzer şekilde “Helâl Turizm” olarak da tanımlanmaya başlamıştır (Soydaş et al., 2019, p. 170). Ulusal alan yazında helâl turizm çalışmalarının “Muhafazakâr Turizm” ve “Mütedeyyin Turizm” isimleri ile anıldığı görülmektedir. Uluslararası çalışmalarda ise helâl turizm konusu daha çok “Islamic Tourism” ve “Shariah Compliant Hotel” başlıkları ile ele alınmaktadır. Dini turizm ve inanç turizmi adları altında yapılan çalışmaların helâl turizm ile içerik bakımından farklı olduğu değerlendirilmektedir (Henderson, 2003, p. 453; Oflaz, 2015, p. 44).

Helâl turizm çalışmalarını, Müslümanlar için önemli kılan husus; batı turizm anlayışının alkol, kumar, zina ve uygunsuz eğlence anlayışının rahatsız ediciliğidir. Uluslararası turizm anlayışında İslami değerlerin önem kazanması, helâl turizm çalışmalarının hızlanmasına olanak sağlamıştır (Al-Hamarneh & Steiner, 2004, p. 173). Helâl turizm kavramı ve amacı, İslam kültürünü güçlendirme ve teşvik etme, Müslüman toplumlar için ekonomik avantajlar yaratma ve İslam ahlakını geliştirmeye yönelik kimlik ve inançların etkin biçimde kullanılması olarak üç unsurla tanımlanmaktadır (Tajzadeh, 2013, p.

1254). Sürdürülebilir turizm ve soft turizmin bir turizm yaklaşımı olması gibi, helâl turizm de dini hassasiyeti yüksek Müslümanların meşru dairede turizm hizmetlerinden faydalanmasını ifade eden bir turizm yaklaşımıdır (Batman, 2017, p. 31).

GİMDES (2016), öncelikle gıda sektörü olmakla birlikte, Müslümanların ihtiyaç duyduğu her alanda standartlaştırma çalışmaları yürütmektedir. Bu anlamda, helâl turizm için otel işletmelerinin nasıl olması gerektiği ile ilgili standartları oldukça kapsamlıdır:

- **Odalar:** 1. derece akraba olmayan kadınlar ve erkekler otel odalarına yerleştirilmeden önce evli oldukları teyit edilmelidir. Odalarda, mahremiyete saygı duyulmalı, mini buz dolaplarında alkollü ve asitli içecekler olmamalı, banyo ve lavabolarda sertifikasız temizlik ürünleri kullanılmamalı, televizyonlarda müstehcen kanallar olmamalı, namaz saatlerini gösteren bir takvim, kible belirteci, seccade, tesbih ve Kur'an bulundurulmalı, tuvalet ve yataklar kibleye dönük olmamalıdır.
- **Mutfak:** Mutfak, restoran ve kafe alanlarında helâl şartlara ve hijyen koşullara riayet edilmeli, malzemelerde müşteri talebi olsa dahi helâl olmayan hiç bir ürüne yer verilmemeli, yemek yenen ortamlarda müzik dinlenmemeli, helâl menüler ve dünyanın her yerinden gelen farklı mezheplerdeki müşteriler için mezhep logoları bulundurulmalıdır. İsrafın önlenmesi için atık gıdalarla ilgili bir prosedür oluşturulmalı ve müşterilerle çalışanlar bu konuda bilinçlendirilmelidir. Oruç tutamayan hasta, yaşlı ya da çocuklar için gerekli hizmetler verilmekle birlikte, iftar ve sahur saatlerine özen gösterilmelidir.
- **Ortak Alanlar:** İşletmede, kumarhane ve gazino, alkol ve uyuşturucu bulundurulamaz. Masaj salonları, spa merkezleri ve termal kaplıca gibi hizmetlerin verildiği alanlarda kadın ve erkek birarada hizmet alamaz, buralarda kullanılan ürünlerde helâl uygunluk şartı aranır, hizmet veren personelin cinsiyeti müşterilere göre atanır ve kişilerin kılık kıyafetleri şeriat hükümlerine uygun düzenlenir. Kadın ve erkekler için yüzme havuzları ve plajlar da birbirinden ayrılmalıdır. Bu bölümlerde hemcinsler arasındaki kılık kıyafet konusunda bile hassas davranılmalı, uygunsuz durumlarda müşteriler personel tarafından ikaz edilmelidir. Bayanlar için ayrılan bölümlerde mahremiyete özen gösterilmeli, alanın otel ya da başka bir yerden görünmez olmasına dikkat edilmelidir. İşletme bünyesinde müşteriler için yeterli kapasitede bir camii bulundurulmalıdır.

- **İşletme Yönetimi ve Çalışanlar:** İşletmeyi yönetmekle yetkili kişi helâl bir otel işletmesi işlettiğinin bilincinde olmalı ve organizasyonu bu şartlara göre oluşturmalıdır, işe alınan personellerde de aynı hassasiyet şartı aranmalıdır. İşletmede tüm işlerin helâl güvenceyle yürütülmesini takip edecek bir iç helâl kontrolör bulundurulmalı ve bu kişi alanında uzman bir Müslüman olmalıdır. Çalışanlara helâl eğitimi verilmeli, kılık kıyafetleri temiz, düzenli ve İslami şartlara uygun olmalıdır.

Helâl merkezli otel işletmeciliği, Razalli (2019) ve arkadaşlarının yapmış olduğu bir çalışmada 5 farklı unsurun kategorize edilmesiyle oluşturulmuş bir dizi kriteri kapsar. İdari uygulamalar, ortak alanlar, yatak odası uygulamaları, hizmet uygulamaları ve yeme-içme uygulamaları şeklinde oluşturulan kriterler GİMDES'in önerileri ile hemen her açıdan örtüşmekle birlikte, otel idaresinin zekât ve helâl ticari yatırımlar konularındaki yaklaşımlarını da ele almaktadır.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Din, bireylerin hayatında inanç sistemi, bilgi ve davranışların şekillenmesinde önemli bir faktördür. Dini inanç, insanların günlük hayatta sosyal-ekonomik yaşamlarına, iş hayatı veya tüketim alışkanlıklarına yön veren şekillendirici fonksiyonlar taşımaktadır. Bu anlamda, dini inancın önemli bir kültürel faktör olduğu, insan davranışlarını bireysel ya da toplumsal düzeyde etkilediği unutulmamalıdır (Hanzaee & Ramezani, 2011, p. 1). Uluslararası iş hayatı genişledikçe, yöneticiler için farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olma gereksinimi ve özellikle tüketici etik anlayışları giderek önemini arttırmaya başlamıştır. İş ahlakı konusunda üzerinde durulmaya başlayan İslami bakış açısı ve Müslüman halkların yaşadığı toplumlarda tüketici davranışları günümüz işletmeleri ve pazarlama ilgilileri tarafından en çok irdelenen konular haline gelmiştir. Nitekim, İslami pazarlama anlayışı, yapılan işler için bir kontrol mekanizmasından bahsetmektedir. Bu kontrol mekanizması, Müslümanların iş hayatlarında karşılaşılabilecekleri olası etik sorunlar için bir ahlaki süzgeç vazifesi görmektedir. Dolayısıyla, İslam coğrafyalarında iş yapabilmenin koşullarından biri de bu ahlaki süzgecin boyutlarını yani İslam etiğini kavrayabilmekle ilgilidir (Rice, 1999, p. 345).

Alanyazında, İslam eğiti ile ilgili elde edilen bilgiler ışığında; İslami etiğin Kur'an ve Hz. Muhammed (s.a.v)'in öğretilerine dayanan şariat kanunlarıyla kesin hükümlere sahip olduğu, bireysel menfaatlardan uzak tüm insanların hem maddi hem manevi refahı gözetilerek oluşturulduğu, insanlarda olası aç gözlülük, servet arzusu ve bencillik gibi eğilimlerin önüne geçilmesi için tedbirlere önem verildiği ve yapılan işlerin neticesinin toplumsal memnuniyeti amaçladığı görülmektedir (Alserhan, 2011, p. 5). Ek olarak, İslami pazarlama

etiği, seküler yaklaşımlardan pek çok yönden ayrılmaktadır. İslami pazarlama etiği, dayandığı temeller gerekçesiyle göreceli değildir ve mutlak sakıncalara sahiptir. Bu özelliği ile pazarlama çalışanlarının ya da ilgililerinin bireysel isteklerine ya da yorumlarına yer bırakmamaktadır. Sonuçta, yapılan işlerin başarısı maddi açıdan değil, Allah'ın kurallarına uygunluk açısından değerlendirilmektedir (Rice, 1999, p. 346; Saeed et al., 2001, p. 130).

Konu ile ilgili yapılan önceki bir çalışmada, (Barnett et al., 1996) dindarlık düzeyleri yüksek olan bireylerin, ahlaki meselelerle ilgili geleneksel görüşlere sahip olmaları ve bu tür önlemlere karşı daha düşük puan alanlardan daha muhafazakâr ahlaki ilkelere sahip oldukları ortaya konulmuştur. Çalışma, dini inanca olan bağlılığını dile getirenlerin aynı zamanda evrensel ahlaki ilkelere güçlü bir şekilde inandığını vurgulamaktadır. Bu ilişki, dini bağlılığın bireylerin etik ideolojilerini etkileyebileceğini göstermektedir. Çalışma her ne kadar gayrimüslümleri içerse de, başlıca organize dinlerin evrensel ahlak standartlarını kabul etmeyi önerdiği savunulmaktadır.

İslam coğrafyalarında yaşayan Müslümanların diğer dini inançlara mensup bireylerden daha idealist ve daha az göreceli olduklarını ortaya koyan bir başka çalışmada, Mısırlı işletme öğrencileri ile Amerikan kökenli öğrencilerin karşılaştırılması yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Mısırlı öğrencilerin daha idealist ve daha az göreceli oldukları tespit edilmiştir (Marta et al., 2003).

Oyman (2004) tarafından yapılan bir çalışmada, çeşitli ülkelerdeki tüketici etiği araştırmaları kıyaslanarak, tüketicilerin etik konumları ve etik olmayan tüketici davranışları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonucunda, Türk bireylerin yüksek idealizm düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir.

Etik konum teorisi ile kültürel farklılıkların ele alındığı bir başka çalışmada, (Forsyth et al., 2008) Müslümanların İslam'ın kurallarına sıkı bir şekilde bağlı olmalarının, onları diğer toplumlardan daha az göreceli yapacağı ve inaçları gereği Orta Doğu ülkelerinin daha idealist ve daha az göreceli olacakları ileri sürülmektedir. Yapılan araştırmalar, Orta Doğu ülkelerinin Batı ve Doğu ülkelerinden daha az göreceli olduklarını ve daha idealist olduklarını ortaya koymuştur. Ayrıca, Türkiye, çalışmanın yapıldığı 32 ülke içerisinde en yüksek idealizm puanına sahip 4 ülke arasında yer almaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'deki bireyler, yüksek idealizm ve yüksek rölativizm düzeyine sahip durumsalcılık sınıfında yer almaktadır.

Oumlil ve Balloun (2009) tarafından, Faslı ve Amerikalı yöneticiler üzerinde yapılan bir araştırmada, Faslı yöneticilerin Amerikalı yöneticilere kıyasla daha idealist oldukları ve dindarlık ile idealizm arasında güçlü bir olumlu ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özbek ve Özer (2012), Özbek vd. (2013) tarafından farklı zamanlarda ve farklı örneklemeler üzerinde yapılan araştırmalarda, dindarlık düzeyinin idealizm üzerinde pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, 2013 yılında yapılan araştırmada, dindarlık düzeyi ile rölativizm arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alanyazında etik konum teorisi ile ilgili yapılmış çeşitli araştırmalar mevcuttur. Söz konusu araştırmalarda etik konum teorisinin kültürel farklılıklar, dini bağlılık ve İslam diniyle ilişkisi üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Ancak, İslam dini açısından meşru kabul edilen helâl turizm ürünü ile etik ideolojilerin ilişkisini ortaya koymaya yönelik bir çalışmaya araştırmacıların bilgisi dâhilinde rastlanmamıştır. Bu bağlamda, tüketicilerin helâl turizme yönelik değerlendirmelerinin etik konum düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, helâl turizm ile ilgili benzer değişkenlerin incelendiği bir çalışma olmaması, araştırmanın alanyazına katkısı açısından önemli kabul edilmektedir.

METODOLOJİ

Araştırmanın konusu, tüketicilerin etik konumlarının helâl turizme bakış açıları ile ilişkisinin değerlendirilmesidir. Araştırmanın temel problemi, idealist ya da rölativist etik ideolojiye sahip tüketicilerin, helâl turizm konseptli otel işletmeleri ile ilgili nasıl bir bakış açısına sahip oldukları ve bu işletmelerde verilen hizmetleri nasıl değerlendirdikleri ve söz konusu helâl turizm hizmetleri açısından önceliklerinin neler olduğudur.

Araştırmanın problemi, “*tüketicilerin idealizm ya da rölativizm düzeyleri ile helâl turizm konseptli otel işletmelerini değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?*” şeklinde oluşturulmuştur.

Araştırma problemi kapsamında aşağıda belirtilen araştırma soruları da cevaplandırılmıştır:

S1: Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

S2: Tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

S3: Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

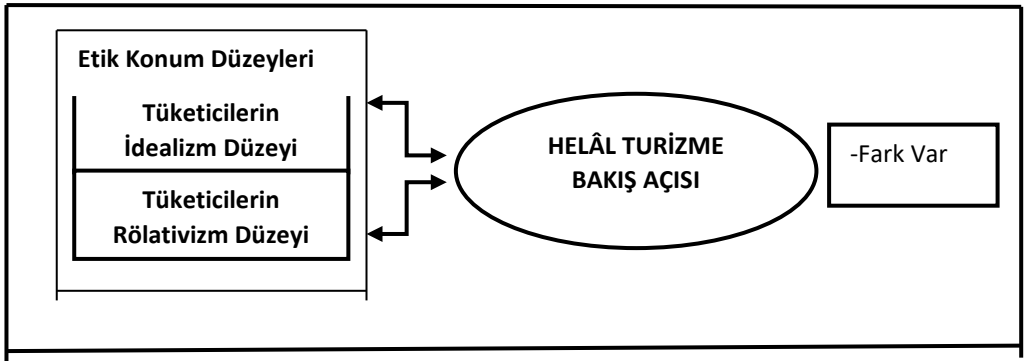
S4: Tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırma iki aşamalı bir süreç olarak tasarlanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket yönteminden faydalanılmıştır. Hazırlanan anketin pilot uygulaması için kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 35 kişiye anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler anlamsal ve yapısal açıdan değerlendirilmiş, ölçeğin güvenilirliği test edilmiştir.

İkinci aşama ise literatür araştırması sonucu belirlenen araştırma modelinin test edildiği aşamadır. Bu aşamada, kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş Samsun ilinde yaşayan tüketicilerden oluşan örnekleme anket uygulanarak veriler toplanmış ve araştırma modeli test edilmiştir. Literatür taraması sonucu oluşturulan araştırma problemi ve araştırma soruları SPSS 21 ve AMOS 26 istatistik paket programları kullanılarak cevaplandırılmıştır.

Yapılan literatür taraması sonucunda, etik konum teorisi ve dini inanç ilişkisinden daha spesifik bir konu olan, etik konum ve İslam dini inancı arasındaki ilişkiye dair değerlendirmelere rastlanmıştır (Forsyth et al., 2008; Marta et al., 2003; Oumlil & Balloun, 2009; Özbek & Özer, 2012; Özbek et al., 2013). Çalışmada yer verilen bu değerlendirmeler ışığında, Müslüman toplumlarda yapılan etik konum teorisi araştırmalarının, idealizm, yani diğerlerine göre daha az göreceli bireylerin çokluğuna yönelik bulguları ele alınmıştır. İslam dini için meşru kabul edilen helâl konseptlerin uygulandığı helâl turizm konusunda, tüketicilerin bakış açıları ile idealizm ve rölativizm düzeyleri arasındaki farklılığa dair bir araştırma modeli kurgulanmıştır. Şekil 1'de araştırma modeline yer verilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Araştırma modeli, idealizm düzeyi düşük ve yüksek olan bireyler ile rölativizm düzeyi düşük ve yüksek olan bireylerin, helâl turizm konseptiyle ilgili bakış açılarının farklılık gösterip göstermeyeceğini sınamak üzerine kurgulanmıştır.

Araştırma evrenini Samsun ili oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme yöntemi ile yapılan örneklem hesabında, Samsun ili ilçeleri İlkadım, Atakum ve Canik nüfus bilgileri temel alınarak, evren büyüklüğü (N): 632.412, anakütle parametresinin tahmininde hata $\alpha=0,05$ serbestlik derecesinde $t=1,96$ ve ana kütle oranı %50 kabul edilerek örneklem sayısı (n): minimum 384 kişi olarak hesaplanmıştır (Whitley & Ball, 2002:, p. 336).

Temelde üç grup sorudan oluşan anketin ilk grubunda, cevaplayıcıların idealizm ve rölativizm düzeylerini ölçmek için, Özbek ve Özer (2012) tarafından düzenlenmiş olan “Etik Konum Teorisi” ölçeği kullanılmıştır. Forsyth tarafından geliştirilen EPT ölçeği, daha önce uluslararası araştırmalarda (Tansey et al., 1994; Barnett et al., 1996; Rawwas, 1996; Marta et al., 2003; Swaidan et al., 2003; Etter et al., 2006; Johari et al., 2012) ve ulusal araştırmalarda (Yurtsever, 1998; Yurtsever, 2000; Oyman, 2004; Özer, 2012; Özbek & Özbek et al., 2013; Büyükyılmaz & Gürkan, 2014; Burucuoğlu, 2016) kullanılarak, geçerlilik ve güvenilirlikleri test edilmiştir.

İkinci grup sorularda, Zengin vd. (2017) tarafından oluşturulan “Helâl Turizm” ölçeği kullanılmıştır. Alanyazında helâl ürün ve hizmetler ile ilgili farklı değişkenlerin, farklı ölçekler yardımıyla araştırıldığı güncel çalışmalar mevcuttur. Ayrıca, helâl turizm ölçeğinde yer alan ifadelerin, helâl turizm hizmeti veren konaklama tesisleri konsepti üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu araştırmada kullanılan helâl turizm ölçeğinin ulusal alanyazında araştırmacılar (Oflaz, 2015; Boyraz et al., 2017; Hacıoğlu & Of laz, 2017; Sandıkçı et al., 2017; Seçek et al., 2017) tarafından kullanıldığı görülmektedir.

Araştırmada kullanılan etik konum teorisi ölçeği, 10 ifadeden oluşmaktadır ve ilk 5 sorusu idealizm boyutunu, son 5 sorusu rölativizm boyutunu ölçmektedir. Helâl turizm ölçeği ise 25 ifadeden oluşmaktadır. Kullanılan ölçekte yer alan toplam 35 ifade, 5’li likert tipi sorulardan oluşmaktadır. Ölçeğin derecelendirilmesi: 1 “Kesinlikle Katılmıyorum”, 2 “Katılmıyorum”, 3 “Kararsızım”, 4 “Katılıyorum” ve 5 “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde düzenlenmiş ve puanlandırılmıştır. Anketin son grup sorularında cevaplayıcıların demografik özellikleri ile ilgili verilerin toplanmasını sağlayacak sorular yer almaktadır.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Araştırma ile elde edilen 390 veri setine ait demografik özelliklerinin dağılımını Tablo 2’de yer almaktadır. Tablo’ya göre, katılımcıların cinsiyeti oldukça dengeli bir dağılım göstermektedir. Yaş dağılımında ilk sırada %29,7

ile 26-33 yaş aralığındaki katılımcılar yer almaktadır. Araştırmaya katılanların yüksek oranda (%52,6) lisans mezunu oldukları ve çok az bir grup katılımcının (%2,6) ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. Gelir durumu oranlarına bakıldığında, en yüksek oranın %38,7 ile 2001 TL-3500 TL aralığında gelir sahibi olanlara ait olduğu görülmektedir. Örneklem grubunun %57,4'ü evli, %42,6'sı bekârdır.

Tablo 2: Demografik Özelliklerin Dağılımı

DEĞİŞKENLER	N	%	DEĞİŞKENLER	N	%
Cinsiyet			Çocuk sayısı		
Kadın	192	49,2	Yok – 0	192	49,2
Erkek	198	50,8	1-3	192	49,2
Yaş			4 ve daha fazla	6	1,5
18-25	102	26,2	Aylık gelir		
26-33	116	29,7	2.000 TL ve altı	90	23,1
34-41	97	24,9	2.001 TL – 3.500 TL	151	38,7
42 ve üzeri	75	19,2	3.501 TL- 5.000 TL	96	24,6
Eğitim durumu			5.001 TL ve üzeri	53	13,6
İlkokul	10	2,6	Meslek		
Ortaokul	13	3,3	Memur	107	27,4
Lise	69	17,7	İşçi	60	15,4
Ön lisans	52	13,3	Kendi işi	38	9,7
Lisans	205	52,6	Emekli	14	3,6
Lisansüstü	41	10,5	Ev hanımı	37	9,5
Medeni durum			Diğer	134	34,4
Evli	224	57,4	Toplam	390	100
Bekâr	166	42,6			
Toplam	390	100			

Tablo 3'te tüketicilerin helâl konseptli hizmet veren otellerden haberdar olup olmamaları, daha önce bu tür hizmet veren otellerde konaklama durumları ve konaklama sayıları, tatile kimlerle çıktıkları, senelik tatil bütçeleri, tercih ettikleri turistik ürün çeşidi ve konaklama çeşidi ile ilgili bilgiler kategorize edilmiştir.

Tablo 3: Tüketicilerin Helâl Turizm Tercihi ve Tatil Alışkanlıkları

DEĞİŞKENLER	N	%	DEĞİŞKENLER	N	%
Helâl otellerden haberdar olma durumu			Tercih edilen turistik ürün		
Evet	240	61,5	Kongre turizmi	9	2,3
Hayır	150	38,5	İnanç turizmi	17	4,4
Daha önce helâl otellerde konaklama durumu			Kırsal turizm	44	11,3
Evet	110	28,2	Kültür turizmi	74	19
Hayır	280	71,8	Sağlık turizmi	7	1,8
Helâl otellerde konaklama sayısı			Kış turizmi	15	3,8
Hiç konaklamadım	280	71,8	Yaz turizmi	186	47,7
1 kez	35	9	Spor turizmi	3	0,8
2 kez	29	7,4	Diğer	35	9
3 ve daha fazla	47	12,1	Tercih edilen konaklama		
Senelik tatil bütçesi			Otel	179	45,9
2.000 TL ve altı	147	37,7	Tatil köyü	64	16,4
2.001 TL-3.500 TL	124	31,8	Devremülk	16	4,1
3.501 TL-5.000 TL	75	19,2	Diğer	86	22,1
5.001 TL ve üzeri	44	11,3	Toplam		
Tatile çıkan kişi			390	100	
Tek başına	21	5,4			
Ailem ile	285	73,1			
Arkadaşlarım ile	62	15,9			
Diğer	22	5,6			
Toplam			390	100	

Tablo'ya göre, katılımcıların 240'ının (%61,5) helâl konseptli otel işletmelerinden haberdar olduğu, fakat daha önce helâl turizm hizmeti veren otellerde konaklayan katılımcıların 110 (%28,2) kişi olduğu görülmektedir. Ailesiyle birlikte tatile çıkan katılımcıların %73,1 ile en yüksek orana sahip oldukları görülmektedir. Senelik tatil bütçesi için katılımcıların en çok tercih ettikleri cevap %37,7 oranı ile 2000 TL ve altı olmuştur. Turistik ürün çeşidi tercihinde ilk sırada (%47,7) yaz turizmini yer almaktadır.

Ölçeklerin Test Edilmesi

Etik Konum Teorisi Ölçeğinin Test Edilmesi

Çok değişkenli istatistiksel analiz yapabilmeyen temel varsayımlarından biri verilerin normal dağılım gösterdiğinin tespit edilmesidir (Hair et al., 1998, p. 70). Ölçeğe ait ifadelerin normal dağılım gösterip göstermediğinin değerlendirilmesinde, çarpıklık ve basıklık katsayıları ele alınmıştır. Mertler ve Vannatta (2005), verilerin normal dağılım sergilediğinin kabulü için çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 aralığında bir değer almasını, Byrne (2010), basıklık değerinin 5'den küçük olması gerektiğini, Kline (2011) ise, çarpıklık değerinin ± 3 aralığında ve basıklık değerinin ± 10 aralığında bir değer almasının yeterli olduğunu belirtmektedir. Etik konum teorisi ölçeğine ait ifadelerin çarpıklık ve basıklık değerleri tek tek incelendiğinde, çarpıklık değerlerinin -2,937 ile -0,044 aralığında olduğu ve basıklık değerlerinin -0,795 ile 9,095 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde, etik konum teorisi ölçeğine ait ifadelerin normal dağılım varsayımına uygunluk gösterdiği kabul edilmektedir.

Kaiser-Meyer-Olkin, faktör analizinin uygunluğunu temsil eden bir değerdir. KMO değerinin, 0,5'den yüksek olması gerekmektedir (Kalaycı, 2010, p. 322). Yapılan faktör analizi sonucunda, KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,787 ve iki faktörde açıklanan toplam varyans %56,86 olarak hesaplanmıştır. İdealizm boyutu toplam varyansın %30,98'ini, rölativizm boyutu toplam varyansın %25,88'ini açıklamaktadır. Tablo 4'te etik konum teorisine ait boyutlara ilişkin faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4: Etik Konum Teorisi Boyutlarına İlişkin Faktör Analizi

No	Faktör 1:İdealizm Cronbach's Alpha: 0,834	Faktör Yükü	Öz Değer	Varyans %
IDE_2	Kişisel getirisi ne olursa olsun, başkalarına zararı dokunabilecek davranışlardan kaçınmak gerekir.	0,872	3,099	30,98
IDE_4	Bir kişi, asla başkasının refahını ya da saygınlığını tehdit edecek bir davranışta bulunmamalıdır.	0,843		
IDE_5	Bir hareket, suçsuz birine zarar verecekse hiç yapılmamalıdır.	0,762		
IDE_1	Bir insan, hareketlerinin bir başkasına küçük bir miktar bile olsa kasıtlı olarak zarar vermediğinden emin olmalıdır.	0,750		

No	Faktör 2: Rölativizm Cronbach's Alpha: 0,761	Faktör Yükü	Öz Değer	Varyans %
IDE_3	Kişi ne sebeple olursa olsun, bir başkasına psikolojik ya da fiziksel zarar vermemelidir.	0,665		
RELA_2	Neyin ahlaki, neyin ahlak dışı olduğu kişiden kişiye değiştiğinden; herkes için geçerli etik kuralların ne olduğu sorusu hiçbir zaman cevaplanamaz.	0,828		
RELA_3	Bireyler toplumdan bağımsız olarak kendi kişisel ahlak kurallarını geliştirme hakkına sahip olabilmelidir.	0,761	2,588	25,88
RELA_1	Ahlak standartları kişisel olarak değerlendirilmelidir, bir insanın ahlaki olarak gördüğü bir şey, bir başkası tarafından ahlak dışı olarak değerlendirilebilir.	0,726		
RELA_4	Belirli tipte davranışları yasaklayan katı bir etik düzenleme yapmak, daha iyi insan ilişkileri geliştirmeyi engelleyebilir.	0,668		
RELA_5	Yalan söyleme konusunda bir kural geliştirmek mümkün değildir, bir yalamı hoş görmek ya da görmemek tamamen durumun koşullarına bağlıdır.	0,589		
Toplam Varyans %			56,86	

Toplam 10 ifadenin yer aldığı ölçekte tüm ifadeler için faktör yükü 0,55'nin üzerinde değer almış ve binişiklik gösteren ifade olmamıştır. Elde edilen sonuçlar, alanyazında idealizm ve rölativizm olmak üzere iki faktörü açıklayan etik konum ölçeğine uyumludur. Ölçeğin güvenilirlik şartı için analiz yapılarak, "Cronbach's Alpha" katsayısına bakılmıştır. Alpha değerinin en az 0,7 olması gerekir (Altunışık et al., 2015, p. 126). Cronbach's Alpha değerleri idealizm boyutu için 0,834 ve rölativizm boyutu için 0,761 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen değerler ölçeğin güvenilirlik şartını taşıdığını göstermektedir. Açımlayıcı faktör analizinden sonra etik konum ölçeği doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur.

SPSS AMOS-26 istatistik programı kullanılarak birinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda Etik Konum Ölçeğinde yer alan 10 değişkene ait model uyum değerlerinin literatürde yer alan uyum indeksleri, kriterleri ve referans değerleri aralığında olduğu görülmüştür (Hair et al., 1998, p. 654; Raykov & George, 2006, p. 43-44; Shumacker & Lomax, 2004, p. 85). Analiz sonucunda elde edilen uyum indeks değerleri Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5: Etik Konum Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyum Ölçütleri	Yüksek Uyum	Yeterli Uyum	EKÖ Uyum Değ.
Ki-Kare/Serbestlik Derecesi	$1 \leq x^2/sd \leq 3$	$3 < x^2/sd \leq 5$	1,927
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,08$	0,049
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,90 \leq CFI < 0,97$	0,978
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,971
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0,956
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,948

Tüketicilerin etik konum düzeyleri ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uyum değerlerinin tamamının alanyazında atıfta bulunulan yüksek uyum değer aralıkları içerisinde yer aldığı görülmektedir. Tablo 6’da ise araştırma değişkenlerine ait maddelerin doğrulayıcı faktör analizi değer yapılarının istenen düzeyde olduğu ve değişkenlerin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 6: Etik Konum Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Parametre Tahminleri

İfadeler	Regresyon	Std. Ed.	S.E.	t Değerleri*
	Katsayısı	Regresyon Katsayısı		
IDE_1	0,869	0,689	0,060	14,371
IDE_2	1,000	0,881	-	-
IDE_3	0,695	0,532	0,069	10,064

IDE_4	0,839	0,741	0,054	15,505
IDE_5	0,868	0,718	0,058	14,949
RELA_1	0,793	0,675	0,070	11,268
RELA_2	1,000	0,868	-	-
RELA_3	0,716	0,604	0,069	10,338
RELA_4	0,469	0,454	0,060	7,880
RELA_5	0,549	0,452	0,069	7,996

*p<0,01

Parametre değerlerinin negatif olmaması ve 1'i aşmaması gerekmektedir (Hair et al., 1998, p. 620). Aynı zamanda, kabul edilebilir bir değer 0,40'ın üzerinde olması gerektiği belirtilmiştir (Ertz et al., 2016, p. 3976). Tablo 6'da yer alan değerler incelendiğinde, regresyon katsayılarının ve standardize regresyon katsayılarının 1'in üzerinde ya da 0,40'ın altında olmadığı görülmektedir. Tüm değişkenlere ait t değerleri incelendiğinde ise ilgili oldukları faktörleri p<0,01 anlamlılık düzeyinde açıkladıkları görülmektedir.

Tüketicilerin etik konumlarını belirlemeye yönelik ölçek yardımıyla elde edilen verilere ilişkin bulgular tablolaştırılmıştır. Tablo 7'de etik konum ölçeğine ait boyutlara ve maddelere ilişkin temel istatistik değerler yer almaktadır.

Tablo 7: Etik Konum Teorisi Ölçeğine İlişkin Bulgular

İfadeler	Boyutlar	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	$\Sigma\mu$ $\Sigma\sigma$	Med
IDE_1	İdealizm	4,59	0,827	4,60 0,615	4,80
IDE_2		4,64	0,745		
IDE_3		4,49	0,857		
IDE_4		4,61	0,743		
IDE_5		4,67	0,793		
RELA_1	Rölativizm	3,44	1,362	3,26 0,956	3,40
RELA_2		3,21	1,335		
RELA_3		3,30	1,375		
RELA_4		3,46	1,199		
RELA_5		2,91	1,410		

Tablo 7'de görüldüğü gibi katılımcıların idealizm düzeyini belirlemeye yönelik 5 maddeden oluşan idealizm boyutunun aritmetik ortalaması 4,60 gibi

oldukça yüksek bir değere sahiptir. İdealizm ölçeğine ait en yüksek ortalamanın 4,67 ile “Bir hareket, suçsuz birine zarar verecekse hiç yapılmamalıdır” olduğu görülmektedir. Benzer şekilde hesaplanan rölativizm boyutuna ait aritmetik ortalama ise 3,26 olarak hesaplanmıştır. Rölativizm ölçeğine ait en yüksek ortalamanın $\mu=3,46$ ile “Belirli tipte davranışları yasaklayan katı bir etik düzenleme yapmak, daha iyi insan ilişkileri geliştirmeyi engelleyebilir” olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılanların, Forsyth tarafından geliştirilen Etik Konum Teorisi’ne ait idealizm ve rölativizm düzeyleri (1980, p. 176):

-Yüksek İdealizm – Yüksek Rölativizm = Durumsallık,

-Yüksek İdealizm – Düşük Rölativizm = Mutlakçılık,

-Düşük İdealizm – Yüksek Rölativizm = Öznellik,

-Düşük İdealizm – Düşük Rölativizm = İstisnacılık, sınıflandırması temel alınarak değerlendirilmiştir. Cevaplayıcılara ait idealizm ve rölativizm düzeylerinin belirlenmesinde, ölçeklere ait medyan değerleri temel alınmıştır. Tablo 8’de cevaplayıcıların Ethic Position Theory sınıflandırmasına ait frekans matrisi yer almaktadır.

Tablo 8: EPT Sınıflandırma Matrisi

BOYUTLAR		RELA				Toplam	
		Yüksek		Düşük			
		N	%	N	%	N	%
IDE	Yüksek	107	27,5	128	32,8	235	60,3
	Düşük	91	23,3	64	16,4	155	39,7
Toplam		198	50,8	192	49,2	390	100

Tablo 8’de yer alan bulgular doğrultusunda, hem idealizm boyutuna hem de rölativizm boyutuna ait katılımcı frekanslarına göre, her iki boyutta da sayıca daha fazla katılımcı medyan değerlerine eşit ya da üzerinde puanlama göstermiştir. Yüksek idealizm düzeyine sahip katılımcı 235 kişi ve düşük idealizm düzeyine sahip katılımcı 155 kişidir. Yüksek rölativizm düzeyine sahip katılımcı 198 kişi ve düşük rölativizm düzeyine sahip katılımcı 192 kişi olarak tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan tüketicilerin, %32,8 ile en yüksek oranda mutlakçılık, %27,4 oranı ile durumsalcılık, %23,3 oranında öznellik ve %16,4 ile en düşük oranda istisnacılık sınıflarında yer aldığı görülmektedir.

Helâl Turizm Ölçeğinin Test Edilmesi

Alanyazında tek bir boyut olarak ele alınan helâl turizm ölçeğine ilişkin değerlendirmeler yapmadan önce, ölçeğe ait boyutları belirlemek için açımlayıcı faktör analizi yapılmasına karar verilmiştir. İlk olarak, helâl turizm ölçeğinde yer alan 25 ifadenin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve çarpıklık değerlerinin -2,253 ile 0,402 aralığında, basıklık değerlerinin ise -1,325 ile 5,667 aralığında değerler aldığı tespit edilmiştir. Sözkonusu çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde, helâl turizm ölçeğine ait ifadelerin normal dağılım varsayımına uygunluk gösterdiği kabul edilmektedir. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonucunda hesaplanan KMO değeri 0,942 ve oluşan 3 faktörün açıkladığı toplam varyans %64'tür. Toplam 25 değişkenden 4'ü faktör yükünün 0,45'in altında kalması sebebiyle, 5'i binişiklik göstermiş olduğundan ve 1'i Cronbach's Alpha değeri düşük olduğu için analizden çıkartılmıştır. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan 3 boyut ile ilgili detaylı bilgiler Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9: Helâl Turizm Ölçeği ile İlgili İfadelerin Boyutlarını Belirlemeye Yönelik Yapılan Faktör Analizi

No	Faktör 1: Helâl Otel Anlayışı (HOA)	Faktör Yükü	Öz Değer	Varyans %
Cronbach's Alpha: 0,914				
Helâl_13	Dini içerikli serbest zaman değerlendirme aktivitelerinin bulunması önemlidir.	0,951	9,010	50,053
Helâl_12	Otelde mescitler ve sohbet imkânları olması önemlidir.	0,938		
Helâl_11	Her bir odada Kuran'ı Kerim, seccade, tespih ve mini kütüphane olması önemlidir.	0,859		
Helâl_21	Muhafazakâr otellerin sınıflandırılmasında helâl vb. sistemlerinin uygulanması gerekir.	0,678		
Helâl_18	Tesislerin İslami finansal uygulamalara göre yönetilmesi önemlidir.	0,635		
Helâl_9	Tuvaletler ile yatakların yönleri kibleye bakmayacak şekilde düzenlenmesi önemlidir.	0,600		
Helâl_19	Bayan ve erkek müşterilerin İslami kurallara uygun kıyafetler giymeleri önemlidir.	0,573		

No	Faktör 2: Personel (P) Cronbach's Alpha: 0,699	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans %
Helâl_8	Bayanlar ve erkekler için SPA, spor salonu, havuz vb. salonların ayrı olması önemlidir.	0,480		
Helâl_17	Bayan personelin erkek müşterilerle, erkek personellerin de bayan müşterilerle ilgilenmesinde bir sakınca yoktur. *	0,868	1,480	8,221
Helâl_10	Hijyen kurallarına uydukları sürece bayan ve erkek personelin İslami kurallara uygun kıyafetler giymelerine gerek yoktur. *	0,812		
No	Faktör 3: Tercih ve Güven (TG) Cronbach's Alpha: 0,895	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans %
Helâl_24	Muhafazakâr konaklama tesislerine eşimi ve çocuklarımı bırakıp, işime dönebilirim.	0,718		
Helâl_1	İnancım gereği helâl/muhafazakâr türde hizmet veren konaklama tesislerini tercih ederim.	0,654		
Helâl_2	Helâl/Muhafazakâr türde hizmet veren konaklama tesislerini, sunduğu ürün ve hizmetleri için tercih ederim.	0,630	1,032	5,731
Helâl_22	Fiyatlar geleneksel konaklama tesislerine göre fazla olsa dahi yine de muhafazakâr otellerde konaklamayı tercih ederim.	0,601		
Helâl_23	Muhafazakâr konaklama tesislerinde konaklamanın güvenli ve konforlu olduğuna inanıyorum.	0,601		
Toplam Varyans %			64,005	

*Değişkenler ters kodlanmıştır.

Toplam 25 ifadenin yer aldığı ölçekte, anlamsal ve yapısal uyum gösteren 15 ifadeden 8'i helâl otel anlayışı (HOA) boyutunu, 2'si personel (P) boyutunu ve 5'i tercih ve güven (TG) boyutunu oluşturmuştur. Teorik olarak belirlenmiş değişkenlerin yer aldığı faktörlerin doğrulanması amacıyla; helâl turizm ölçęi,

doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Tüketicilerin helâl turizme bakış açılarını ölçmek için kullanılan ve açımlayıcı faktör analizi sonucunda toplam 15 ifadenin oluşturduğu 3 boyut şeklinde açıklanan helâl turizm ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen uyum indeks değerleri Tablo 10'da yer almaktadır.

Tablo 10: Helâl Turizm Ölçeğinin Uyum Değerleri

Uyum Ölçütleri	Yüksek Uyum	Yeterli Uyum	Helâl Turizm Ölçeği Uyum Değerleri
Ki-Kare/Serbestlik Derecesi	$1 \leq x^2/sd \leq 3$	$3 < x^2/sd \leq 5$	2,151
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0,05$	$0,05 < RMSEA \leq 0,08$	0,054
CFI	$0,97 \leq CFI \leq 1,00$	$0,90 \leq CFI < 0,97$	0,976
GFI	$0,95 \leq GFI \leq 1,00$	$0,90 \leq GFI < 0,95$	0,945
NFI	$0,95 \leq NFI \leq 1,00$	$0,90 \leq NFI < 0,95$	0,957
AGFI	$0,90 \leq AGFI \leq 1,00$	$0,85 \leq AGFI < 0,90$	0,916

Tüketicilerin helâl turizme bakış açılarını değerlendirmeye yönelik ölçeğe ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uyum değerlerinin ağırlıklı olarak alanyazında atıfta bulunulan yüksek uyum değer aralıkları içerisinde yer aldığı görülmektedir. Yalnızca, RMSEA uyum değeri 0,054 ile ve GFI uyum değeri 0,945 ile yeterli uyum kriteri arasında değerler almıştır. Tablo 11'de ise araştırma değişkenlerine ait maddelerin doğrulayıcı faktör analizi değer yapılarının istenen düzeyde olduğu ve değişkenlerin doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 11: Helâl Turizm Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Parametre Tahminleri

İfadeler	Regresyon	Std. Ed.	S.E.	t Değerleri*
	Katsayısı	Regresyon Katsayısı		
HOA_1	0,821	0,717	0,058	14,101
HOA_2	0,800	0,729	0,056	14,368
HOA_3	0,779	0,735	0,054	14,503
HOA_4	0,872	0,828	0,053	16,577
HOA_5	0,912	0,754	0,062	14,815
HOA_6	0,690	0,674	0,045	15,188

HOA_7	0,931	0,723	0,065	14,277
HOA_8	1,000	0,756	-	-
P_1	0,791	0,653	0,110	7,164
P_2	1,000	0,822	-	-
TG_1	0,726	0,642	0,054	13,475
TG_2	1,000	0,855	-	-
TG_3	0,995	0,855	0,033	30,192
TG_4	0,921	0,731	0,057	16,216
TG_5	0,875	0,812	0,047	18,724

*p<0,01

Yapılan açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda son halini alan helâl turizm ölçeği boyutlarına ve maddelerine ilişkin temel istatistik değerler tablo 12’de yer almaktadır.

Tablo 12: Helâl Turizm Ölçeğine İlişkin Bulgular

İfadeler	Boyutlar	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	$\Sigma\mu$ $\Sigma\sigma$	Med
HOA_1		3,70	1,195		
HOA_2		3,98	1,145		
HOA_3	Helâl Otel Anlayışı	3,90	1,107		
HOA_4		3,91	1,099	3,81	4,00
HOA_5		3,65	1,263	0,952	
HOA_6		4,24	1,069		
HOA_7		3,16	1,345		
HOA_8		3,97	1,382		
P_1		2,61	1,343	2,71	2,50
P_2	Personel	2,82	1,349	1,179	
TG_1		3,15	1,243		
TG_2	Tercih ve Güven	3,72	1,285	3,35	3,60
TG_3		3,73	1,279	1,071	
TG_4		2,75	1,386		

TG_5

3,41

1,185

Tablo 12’de görüldüğü gibi katılımcıların helâl turizm ölçeği ile ilgili en yüksek ortalamaya sahip oldukları boyut helâl otel anlayışı, en düşük ortalamaya sahip oldukları boyut ise personeldir. Helâl otel anlayışını belirlemeye yönelik 8 ifadeden oluşan boyutun aritmetik ortalaması 3,81 yüksek bir değere sahiptir. Helâl otel anlayışı boyutuna ait en yüksek değer 4,24 ile *“Tuvaletler ile yatakların yönleri kibleye bakmayacak şekilde düzenlenmesi önemlidir.”* olduğu görülmektedir. Benzer şekilde hesaplanan personel boyutuna ait aritmetik ortalama 2,71 değer almıştır. Personel boyutuna ait 2 ifadeden en yüksek ortalamaya sahip olan (2,82) *“Hijyen kurallarına uydukları sürece bayan ve erkek personelin İslami kurallara uygun kıyafetler giymelerine gerek yoktur.”* ifadesidir. Cevaplayıcılara ait tercih ve güven boyutu puanlamaları, helâl otel anlayışından sonra en yüksek aritmetik ortalamaya sahip boyuttur. Tercih ve güven boyutuna ait aritmetik ortalama 3,35 olarak hesaplanmıştır. Tercih ve güven boyutunda yer alan ifadelerden en yüksek ortalamaya sahip olanlar sırasıyla; $\mu=3,73$ ile *“Helâl/Muhafazakâr türde hizmet veren konaklama tesislerini, sunduğu ürün ve hizmetleri için tercih ederim.”* ve $\mu=3,72$ ile *“İnancım gereği helâl/muhafazakâr türde hizmet veren konaklama tesislerini tercih ederim.”* ifadeleridir.

Araştırma Problemi ve Araştırma Sorularının Yanıtlanması

Bu bölümde ilk olarak, araştırma probleminin yanıtlanması için oluşturulan araştırma soruları *“S1 ve S2”* ve daha sonra, değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için oluşturulan araştırma soruları *“S3 ve S4”* yanıtlanmıştır.

S1 ve S2’nin Yanıtlanması

S1 ve S2’nin yanıtlanması için idealizm ve rölativizm düzeylerine ait ölçeklerin medyan değerleri ile belirlenen düşük düzey ve yüksek düzeye göre (2 grup), helâl turizm ölçeğinde yer alan boyutlarla arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek üzere T-Testi yapılmasına karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2018, p. 39). Araştırma modeninin sınanması ve araştırma probleminin yanıtlanması için T-Test analizi yapmadan önce, grupların bağımsızlığını test etmek için Levene testi kullanılmıştır (Tablo 13). Analiz sonucunda Levene testi Sig. (p) değerinin $p>0,05$ olması varyansların homojen olduğu şeklinde yorumlanır (Pallmann et al., 2014, p. 1594-1595).

Tablo 13: Değişkenlere İlişkin Levene Test Sonuçları

**Bağımsız
Değişken**

İdealizm Düzeyleri

Rölativizm Düzeyleri

Bağımlı Değişken	HOA	P	TG	HOA	P	TG
Levene İstatistiği	1,360	12,573	1,265	10,832	0,335	2,278
Sig. (p*)	0,244	0,000	0,261	0,001	0,563	0,132

* p>0,05

Levene testi sonuçlarına göre, bu araştırmada ele alınan idealizm düzeyleri bağımsız değişkeninde personel boyutu ve rölativizm düzeyleri bağımsız değişkeninde helâl otel anlayışı boyutu verileri açısından varyansların homojen olmadığı tespit edilmiştir. T-Test analizinde değişkenler arasındaki fark incelenirken, bu iki değişken için varyansların homojen dağılmadığı göz önünde bulundurulacaktır. Levene testi sonuçlarına göre, diğer tüm gruplar için p>0,05 şartı sağlanmıştır.

Tablo 14’te, tüketicilerin etik konumları, idealizm ve rölativizm düzeyleri bağımsız değişkenleri ile helâl turizme bakış açıları; helâl otel anlayışı, personel, tercih ve güven bağımlı değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olup olmadığını gösteren T-Test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 14: Tüketicilerin Etik Konum Düzeylerinin Tüketicilerin Helâl Turizme Bakış Açuları ile Karşılaştırılmasına İlişkin T-Test Sonuçları

Bağımsız Değişkenler		İdealizm Düzeyleri		Rölativizm Düzeyleri	
Bağımlı Değişkenler	Değerler	Düşük	Yüksek	Düşük	Yüksek
HOA	N	155	235	192	198
	Aritmetik Ortalama	3,52	4,00	3,96	3,66
	Standart Sapma	0,937	0,915	0,861	1,013
	T	-4,956		3,127*	
	Df	388		381,479*	
	p**	0,000		0,002*	
	N	155	235	192	198
	Aritmetik Ortalama	2,63	2,76	3,09	2,34
	Standart Sapma	1,040	1,262	1,086	1,152

P	T	-1,094*	6,566		
	Df	369,261*	388		
	p**	0,275*	0,000		
TG	N	155	235	192	198
	Aritmetik Ortalama	3,07	3,53	3,57	3,13
	Standart Sapma	1,003	1,077	1,004	1,092
	T	-4,246	4,154		
	Df	388	388		
	p**	0,000	0,000		

*Varyansların eşitliği varsayımı sağlanmadı.

**p<0,05

Tablo 14'ten elde edilen veriler ışığında, tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl otel anlayışı, tercih ve güven boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu ve yüksek idealist katılımcıların her iki boyut için aritmetik ortalamalarının düşük idealist katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile personel bağımlı değişkeni arasında ise anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizm ölçeğini oluşturan helâl otel anlayışı, personel, tercih ve güven bağımlı değişkenlerinin herbiri arasında anlamlı bir fark olduğu ve düşük rölativist katılımcıların aritmetik ortalamalarının her üç boyutta da daha yüksek olduğu görülmektedir.

S3 ve S4'nin Yanıtlanması

Araştırma alt soruları S3 ile S4'nin yanıtlanması için değişkenlerden en az birinin normal dağılım göstermesi durumunda kullanılan Pearson Correlation analizi yapılmasına karar verilmiştir (Köse, 2003). Analiz sonucu aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 15: Değişkenler Arasındaki İlişki

DEĞİŞKENLER		HOA	P	TG
IDE	Pearson Correlation	0,360	-0,028	0,301
	Sig-.p*	0,000	0,575	0,000
	N	390	390	390
	Pearson Correlation	-0,202	-0,372	-0,223

RELA	Sig.-p*	0,000	0,000	0,000
	N	390	390	390

*p<0,01

Yapılan korelasyon analizi araştırma sorularından S3 “*Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?*” sorusuna kısmen evet cevabı ortaya çıkarmıştır. Değişkenler arasında $p<0,01$ anlamlılık düzeyinde helâl otel anlayışı için $r=0,360$ ve tercih ve güven için $r=0,301$ olarak hesaplanmış ve olumlu (pozitif) yönde bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Personel boyutu ile idealizm arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Benzer şekilde, araştırma sorularından S4 “*Tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?*” için $p<0,01$ anlamlılık düzeyinde helâl otel anlayışı için $r=-0,202$, personel için $r=-0,372$, tercih ve güven için $r=-0,223$ sonuçları ortaya çıkmış ve bu değerler de rölativizm ile helâl turizme bakış açısı arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki olduğunu göstermiştir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Alanyazında, İslam etiği ile ilgili elde edilen bilgiler ışığında, İslami etiğin Kur’an ve Hz. Muhammed (s.a.v)’in öğretilerine dayanan şeriat kanunlarıyla kesin hükümlere sahip olduğu, bireysel menfaatlerden uzak tüm insanların hem maddi hem manevi refahı gözetilerek oluşturulduğu ve yapılan işlerin neticesinin toplumsal memnuniyeti amaçladığı görülmektedir. Ayrıca, İslami pazarlama etiğinin, pek çok yönden seküler yaklaşımlardan ayrıldığı görülmektedir. İslami pazarlama etiği, dayandığı temeller gerekçesiyle göreceli değildir. Bu özelliği ile pazarlama çalışanlarının ya da ilgililerinin bireysel isteklerine ya da menfaatlerine karşıdır.

İslam etiğinin yapılan tanımları ve Forsyth’un ortaya koyduğu etik konum teorisi birlikte değerlendirildiğinde, İslam dini etik anlayışı ve kişisel ahlak felsefesi boyutlarından olan idealizmin, insanları her zaman ve koşulda başkalarına zarar vermekten kaçınma, bireysel menfaatleri toplum menfaatlerine tercih etmeme ve doğru sonuçlar elde etmek için doğru eylemlerde bulunma gerekliliği üzerinde yoğunlaşan ilkeleri açısından birbirini destekler nitelikte oldukları kabul edilebilir.

Tüketicilerin etik konumlarının ulusal ve uluslararası alanyazında pek çok araştırmacı tarafından çalışıldığı ve etik konum boyutları olan idealizm ve rölativizm ile dindarlık düzeyleri ya da İslami bağlılık arasındaki ilişkinin değerlendirildiği görülmektedir. Bu çalışmada atıfta bulunulan söz konusu araştırmaların bulgularından hareketle, tüketicilerin etik konumları ile İslam

dini açısından meşru kabul edilen ve Müslüman tüketicileri hedef pazar olarak gören helâl turizm ürünü arasındaki farklılık üzerine bir araştırma yürütülmüştür.

Etik konum teorisi ölçeği bulgularına göre, araştırmaya katılan tüketicilerin idealizm boyutuna ilişkin değerlendirmeleri sonucunda faktör içerisinde yer alan beş ifadenin aritmetik ortalaması 4,60 ve medyan değeri 4,80 gibi oldukça yüksek bir değer olarak hesaplanmıştır. Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile ilgili elde edilen sonuçlar, daha önce ulusal ve uluslararası çalışmaların, Türk bireylerinin yüksek idealizm düzeyine sahip olduklarını ortaya koyan bulgularını desteklemektedir (Forsyth et al., 2008; Oyman, 2004). Bu sonuç, Türk bireylerin evrensel ahlaki ilkeleri kabul ettiklerini ve doğru sonuçlara ulaşmak için doğru eylemler gerçekleştirmek gerektiğini savunduklarını ortaya koymaktadır.

Tüketicilerin etik konumlarını belirlemeye yönelik yapılan analizler sonucunda, Forsyth (1980) tarafından geliştirilen etik konum teorisi'ne ait idealizm ve rölativizm düzeyleri sınıflandırmasına göre; katılımcıların %32,8 ile en yüksek oranda mutlakçılık (yüksek idealizm – düşük rölativizm), %27,4 oranı ile durumsalcılık (yüksek idealizm – yüksek rölativizm), %23,3 oranında öznellik (düşük idealizm – yüksek rölativizm) ve %16,4 ile en düşük oranda istisnacılık (düşük idealizm – düşük rölativizm) sınıflarında yer aldığı tespit edilmiştir.

Katılımcılara ait EPT sınıfları ile ilgili bulgular, daha önceki araştırma bulgularından olan Türkiye'deki bireylerin yüksek idealizm düzeyine sahip olduğu tezini doğrularken, Türk insanının durumsalcılık sınıfında yer aldığı bulgularıyla kısmen örtüşmektedir (Forsyth et al., 2008). Yapılan araştırma sonucunda katılımcıların ağırlıklı olarak durumsalcılık sınıfı yerine mutlakçılık sınıfında yer almasının, araştırmalar için seçilen evrenlerin farklı olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tüketicilerin helâl turizme bakış açılarını belirlemeye yönelik yapılan analizler sonucunda, katılımcıların helâl otel anlayışı ile ilgili ifadeleri diğer boyulara göre daha fazla önemsedikleri ve personel boyutu ile ilgili ifadelere ağırlıklı olarak daha düşük puanlar verdikleri tespit edilmiştir.

Araştırma Problemi ve Araştırma Sorularının Yanıtlanmasına İlişkin Değerlendirmeler

Çalışmanın probleminin “*tüketicilerin idealizm ya da rölativizm düzeyleri ile helâl turizm konseptli otel işletmelerini değerlendirmeleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?*” yanıtlanması için araştırma soruları S1 ve S2 oluşturulmuştur.

- S1: “Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?”

Tüketicilerin idealizm düzeyi ile helâl otel anlayışı, tercih ve güven değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu helâl turizm ölçeğine ait her iki boyutta da idealizm düzeyi yüksek olan katılımcılar için; helâl otel hizmetleri sağlayan bir konaklama tesisinin şerri hükümlere göre organize edilmesinin önemi, odalar, mutfak ve ortaklanlarda İslami kaidelere uygunluğun önem taşıması ve bu hassasiyetteki tesislere idealist bireylerin kendileri ve aileleri için daha güvenli baktıkları, dolayısıyla tesis tercihlerinde helâl konsepti hizmet tesislerinin öncelik taşıdığı görülmektedir. Tüketicilerin dealizm düzeyi ve personel değişkenleri arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

- S2: “Tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?”

Tüketicilerin rölativizm düzeyi ile helâl otel anlayışı, personel, tercih ve güven değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu farklılık, düşük rölativizm grubu katılımcıların helâl turizm ile ilgili bakış açılarının daha pozitif olduğuna işaret etmektedir. Diğer bir deyişle, katılımcıların evrensel ahlaki ilkeleri reddetme dereceleri yani daha rölativist olma dereceleri arttıkça helâl turizm hizmeti veren konaklama tesislerine olan yaklaşımları olumsuz yönde etkilenmektedir. Düşük röaltivizm grubunu oluşturan katılımcıların helâl turizm boyutları ile ilgili ifadelerine ait aritmetik ortalamaları yüksek rölativizm grubu katılımcılarından daha yüksek değerlere sahiptir.

- S3: “Tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?”

Çalışmada tüketicilerin idealizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen analiz sonuçları, çalışmanın teorik kısmında atıfta bulunulan uluslararası ve ulusal çalışmaların bulgularıyla örtüşmektedir (Marta et al., 2003; Forsyth et al., 2008; Oumlil & Balloun, 2009; Özbek & Özer, 2012; Özbek et al., 2013).

- S4: “Tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?”

Analiz sonuçlarına göre, tüketicilerin rölativizm düzeyleri ile helâl turizme bakış açıları arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki ve söz konusu ilişkinin yönü alanyazında daha önce ortaya konan, evrensel ahlaki ilkeleri reddetme derecesinin organize

dinlere olan bağlılık ile negatif yönlü bir ilişkiye sahip olduğu bulgularını desteklemektedir (Forsyth et al., 2008; Marta et al., 2003; Özbek et al., 2013).

Gelecek Araştırmalar İçin Tavsiyeler

Araştırmanın akademik değerinden yola çıkılarak gelecekte konuyla ilgili yapılacak çalışmalara, araştırmanın Türkiye'nin diğer illerinde ve özellikle yoğun turizm talebi gören ya da turizm potansiyeli yüksek illerde yapılabileceği, helâl turizmin daha geniş bir çerçevede ve tüm turizm hizmetlerini kapsayacak şekilde ele alınabileceği, aynı ölçekler yardımıyla yapılacak bir başka çalışmada, EPT sınıfları ile helâl turizme bakış açısının ilişkisinin derinlemesine analiz edilmesi ve EPT sınıfları temel alınarak karşılaştırmalı (kültürel değerler, yaşam tarzı, sosyo-ekonomik statü) çalışmaların yapılmasının alanyazına detaylı bilgi kaynağı oluşturacağı değerlendirilmekte ve tavsiye edilmektedir.

Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın en önemli kısıtı, zaman ve maliyet etkenlerinden dolayı sadece Samsun ili merkezinde gerçekleştirilmiş olmasıdır.

KAYNAKÇA

- Al-Hamarneh, A., & Steiner, C. (2004). "Islamic tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab world after september 11, 2001". *Journal of Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*. 24(1), 173-182.
- Alserhan, B. A. (2011). *The principles of Islamic marketing*. New York: Routledge.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Kitapevi Yayıncılık.
- Andersen, P. P. (2005). "Ethics and economic policy for the food system". *Journal of Agricultural Economics*. 87(5), 1097-1099.
- Arham, M. (2010). "Islamic perspectives on marketing". *Journal of Islamic Marketing*. 1(2), 149-164.
- Ayengin, T. (2017). "Helâl turizmde kullanılabilecek temel dini kavramlar ve güncel yansımaları". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 840-852). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Bakır, U. (2013). "Reklamda cinsellik ve tüketici: Bireysel ahlaki ideolojinin reklamda cinselliğin kullanımına yönelik tutumlara etkisi". *Erciyes İletişim Dergisi (Akademia)*. 3(1), 14-30.
- Barnett, T., Bass, K., & Brown, G. (1996). "Religiosity ethical ideology and intentions to report a peer's wrongdoing". *Journal of Business Ethics*. 15(11), 1161-1174.
- Batman, O. (2017). "Sorularla helâl turizm / helâl turizm nedir veya ne değildir?". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 30-32). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Boyras, M., Mutluç, A. S., Dikmen, H., & Yurtbahar, İ. (2017). "Öğretim üyelerinin Müslüman dostu konaklama işletmelerine yönelik tutumlarının belirlenmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi üzerine bir araştırma". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 160-179). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Burucuoğlu, M. (2016). *Tüketicilerin etik pozisyonu, tüketim değerleri ve sorumlu tüketim davranışları arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Büyükozer, H. K. (2017). "Bugünkü dünyada seyahat etmenin ve konaklamanın İslami bakışı". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 24-25). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Büyükoztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Büyükoşalvarcı, A., & Dinç, İ. (2019). "Helâl turizm: Türkiye'de yeri ve Türkiye-Malezya kısa bir karşılaştırmalı değerlendirme". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 12(66), 1032-1041.
- Büyükyılmaz, O., & Gürkan, S. (2014). "Mesleki tükenmişliğin muhasebe meslek mensuplarının etik tutumları üzerine etkisi". *Mali Çözüm Dergisi*. 24(24), 129-148.
- Byrne, M. B. (2010). *Structural equation modeling with AMOS*. New York: Taylor and Francis Group, LLC.
- Dinçer, F. İ., & Bayram, G. E. (2017). "İslami bakış açısıyla helâl turizm". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 363-377). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Ertz, M., Karakas, F., & Sarigöllü, E. (2016). "Exploring pro-environmental

- behaviors of consumers: An analysis of contextual factors, attitude, and behaviors”. *Journal of Business Research*, 69(10), 3971-3980.
- Etter, S., Cramer, J. J., & Finn, S. (2006). “Origins of academic dishonesty: ethical orientations and personality factors associated with attitudes about cheating with information technology”. *Journal of Research Technology in Education*, 39(2), 133-155.
- Forsyth, D. R. (1980). “A taxonomy of ethical ideologies”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(1), 175-184.
- Forsyth, D. R. (1992). “Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies”. *Journal of Business Ethics*, 5(6), 461-470.
- Forsyth, D. R., Ernest H. O’Boyle, J., & McDaniel, M. A. (2008). “East meets west: a meta-analytic investigation of cultural variations in idealism and relativism”. *Journal of Business Ethics*, 8(6), 813-833.
- Forsyth, D. R., Nye, J. L., & Kelley, K. (1988). “Idealism, relativism and the ethic of caring”. *Journal of Psychology*, 122(3), 243-248.
- Gelir, A. (2017). “Dünya helâl çalışmalarının dünü bugünü ve hedefleri”. 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 22-27). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- GİMDES. (2016). GİMDES Web Sitesi. *Helâl otel nasıl olmalı?*. Erişim: Şubat 11, 2019, <http://www.gimdes.org>
- Hacıoğlu, N. (2017). “Türkiye’de helâl turizm”. 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 29). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Hacıoğlu, N., & Oflaz, M. (2017). “Helâl konseptli konaklama tesislerinde tüketici algılarının belirlenmesi: Alanya örneği”. 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 698-713). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Hair, J. F., Rolpf, E. A., Ronald, L. T., & William, C. B. (1998). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice- Hall, Inc.
- Hanzaee, K. H., & Ramezani, M. R. (2011). “Intention to halal products in the world markets”. *Journal of Research in Business*, 1(5), 1-7.
- Henderson, J. C. (2003). “Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia”. *Journal of Tourism Management*, 24(4), 447-456.
- Johari, J. R., Sanusi, M. Z., & İsmail, H. A. (2012). “Exploratory factor analysis of the ethical orientation scale”. *Asian Journal of Accounting and Governance*, 3, 1-11.
- Kalaycı, Ş. (2010). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. 5. Baskı, Ankara: Asil Yayıncılık.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: Guilford Publications.
- Köse, K. (2003). *Toraks. Korelasyon ve regresyon analizi*. Erişim: Mayıs 20, 2019, <http://file.toraks.org.tr>
- Marta, J. K., Attia, A., Singhapakdi, A., & Atteya, N. (2003). “A comparison of ethical perceptions and moral philosophies of American and Egyptian business students”. *Journal of Teaching Business Ethics*, 7(1), 1-20.
- Memiş, S. (2017). “Turizmde yeni bir pazarlama yaklaşımı: Helâl turizm ve dünyadaki uygulamaları üzerine bir inceleme”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8(21), 172-183.

- Mertler, C. A., & Vannatta, R. A. (2005). *Advanced and multivariate statistical methods: Practical application and interpretation*. Los Angeles: Pyrczak.
- Meydan, C. H., & Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oflaz, M. (2015). *Turistik ürün çeşidi olarak helâl turizm konsepti uygulayan konaklama tesislerinde müşteri algıları*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Oumlil, A. B., & Balloun, J. L. (2009). "Ethical decision-making differences between American and Moroccan managers". *Journal of Business Ethics*. 84(4), 457-478.
- Oyman, M. (2004). "Tüketici etiği: Ülkelerarası karşılaştırmalara ve demografik faktörlere dayalı bir araştırma". *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 5(2), 77-90.
- Özbek, V., & Özer, G. (2012). "Küçük işletme sahiplerinin dindarlık düzeyleri, etik ideolojileri ve algıları arasındaki ilişkiler". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15(27), 169-188.
- Özbek, V., Özer, G., & Aydın, K. (2013). "İşletme öğrencilerinin dindarlık düzeyleri ve etik niyetlerinin pazarlama etiği bağlamında değerlendirilmesi". *Journal of Business and Economics Research*. 4(3), 111-129.
- Pallmann, P., Hothorn, L. A., & Djira, G. D. (2014). "A levene-type test of homogeneity of variances against ordered alternatives". *Journal of Computational Statistics*. 29(6), 1593-1608.
- Pamukçu, H., & Saruşık, M. (2017). "Helâl turizm kavramı ve gelişimi üzerine genel bir değerlendirme". *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. (Özel Sayı 1), 82-98.
- Rawwas, M. Y. (1996). "Consumer ethics: An empirical investigation of the ethical beliefs of Austrian consumers". *Journal of Business Ethics*. 15(9), 1009-1019.
- Raykov, T., & George, M. A. (2006). "A first course in structural equation modeling". *Journal of Lawrence Erlbaum Associates*. 15(1), 42-76.
- Razalli, M. R., Rahim, M. K. I. A., Hassan, M. G. (2019). "A framework of halal-based operations for hotel". *Journal of Engineering and Applied Sciences*. 14(Özel Sayı 9), 10522-10527.
- Rice, G. (1999). "Islamic ethics and the implications for business". *Journal of Business Ethics*. 18(4), 345-358.
- Saeed, M., Ahmed, Z. U., & Mukhtar, S. M. (2001). "International marketing ethics from an Islamic perspective: A value - maximization approach". *Journal of Business Ethics*. 32(2), 127-142.
- Sandıkçı, M., Çağlar, A., & Güzel, C. (2017). "Otelde konaklayan turistlerin helâl hizmet veren (muhafazakâr) otel algıları üzerine bir araştırma". *1. Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 561-574). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Schlenker, B. R., & Forsyth, D. R. (1977). "On the ethics of psychological research". *Journal of Experimental Social Psychology*. 13(4), 369-396.
- Seçek, G. Ö., Karataş, A., & Serçek, S. (2017). "Tüketicilerin helâl turizm konsepti uygulamalarına yönelik algıları". *1. Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 180-

- 189). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Shumacker, R. E., & Lomax, G. R. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Soydaş, M. E., Avcıkurt, C., & Haşiloğlu, S. B. (2019). "Tüketicilerin helal konseptli otellerden beklentilerinin demografik değişkenlere göre irdelenmesi". *Akademik Bakış Dergisi*. 72, 167-193.
- Swaidan, Z., Vitell, S. J., & Rawwas, M. Y. (2003). "Consumer ethics: Determinants of ethical beliefs of African Americans". *Journal of Business Ethics*. 46(2), 175-186.
- Şimşek, M. (2019). "Helal turizmin temel ögesi olarak helal otel konsepti". *Journal of Halal Life Style*. 1(1), 35-43.
- Tajzadeh, A. N. (2013). "Value creation in tourism: An Islamic approach". *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*. 4(5), 1252-1264.
- Tansey, R., Brown, G., Hyman, M. R., & Jr, L. E. (1994). "Personal moral philosophies and the moral judgments of salespeople". *Journal of Personal Selling & Sales Management*. 14(1), 59-75.
- TSE. (2011). Helâl gıda sektörü ve TSE. *Helâl hassasiyeti olan herkes için güvenilir belge*. Erişim: Şubat 14, 2019, <https://statik.tse.org.tr>
- Whitley, E., & Ball, J. (2002). "Statistics review 4: Sample size calculations". *Critical Care*. 6(4), 335-341.
- Yazıcıoğlu, İ., & Özata, E. (2017). "Helâl otel işletmeciliği". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 109-118). Alanya: Bildiriler Kitabı.
- Yurtsever, G. (1998). "Ethical beliefs and creativity". *Journal of Social Behavior and Personality*. 13(4), 747-754.
- Yurtsever, G. (2000). "Ethical beliefs and tolerance of ambiguity". *Journal of Social Behavior and Personality*. 28(2), 141-148.
- Zengin, B., Şen, L. M., Üstün, M., & Bozkurt, E. (2017). "Türk Halkı'nın helâl turizme bakış açısı: Sakarya ili örneği". 1. *Uluslararası Helâl Turizm Kongresi*. (p. 211-220). Alanya: Bildiriler Kitabı.

EXTENDED ABSTRACT

Economic and technological developments in Islamic communities have caused an increase in the level of education and welfare and a change in form and content of the worldly expectations of Muslim consumers. One of the increasing and diversifying worldly expectations is the halal tourism product that the individuals with Islamic sensitivity desire to benefit. Muslim consumers are a strategically important opportunity market where their dynamics are changing. At the same time, the importance of the expansion in the market is emphasized, with the expected growth in the number of Muslim consumers. According to the statements of the World Tourism Organization (WTO) and the World Bank, the tourism sector has tripled in the last 10 years and is expected to become the world's largest industry in the next 20 years. According to data recorded by the Pew research company, Islam is the fastest growing religion and today, with a population of 1.6 billion, it is the second most populous community after Christians. It is claimed that if the same increasing tendencies of Muslims continue, by 2070 it may be the most crowded religious community in the world.

For sustainable marketing activities to be realized in Muslim societies, the concepts of ethics in Islamic marketing and Islamic marketing are increasingly included in academic studies and marketing practices. The ethical position theory or personal moral philosophy approach, which is put forward by investigating the differences that affect the moral decision-making process of individuals, provides an important theoretical framework in the evaluation of consumer behaviour. According to the ethical position theory, which affects the decision-making process and therefore has a definite effect on consumer behaviour, individuals are divided into two main groups in terms of their idealism and relativism levels. Idealism is based on the realization of the obtained results with correct actions, and relativism is based on the rejection of universal rules.

There is a wide discourse in the literature that religious belief is an important factor affecting the ethical ideologies of individuals. In previous studies, it has been determined that individuals with high levels of religiousness have a traditional and universal perspective on moral issues. While more in-depth studies show that there are more meaningful and positive relationships among organized religions regarding the idealism levels of individuals with Islamic religious beliefs, they present opposite findings between the relativism levels of individuals and individuals belonging to the Islamic religious belief. In addition, research results suggest that Turkish individuals have a high level of idealism.

The methodology of the research was shaped in the light of this information and a research model was designed to determine the relationship between consumers' ethical positions and their perspective on halal tourism. The research model was created with the motivation to test whether the perspectives of individuals with low and high levels of idealism and individuals with low and high relativism about the concept of halal tourism will differ. The main problem of the study is "Is there a significant difference between the idealism or relativism levels of consumers and their evaluation of hotel businesses with the concept of halal tourism?" In addition to answering the question, additional research questions were included to determine the relationship and direction of relationships between variables.

In the first stage of the research conducted as a two-stage process, the "Ethical Position" scale developed by Forsyth (1980) and Zengin et al. (2017) based on the "Halal Tourism" scale, a questionnaire including auxiliary questions was designed. For the pilot application of the prepared questionnaire, the questionnaire was applied to 35 people selected by convenience sampling method. The obtained data were evaluated semantically and structurally, and the reliability of the scale was tested. The second stage is the stage in which the research model determined as a result of the literature research test. The data was collected by applying a sampling survey consisting of 390 consumers living in Samsun province and the research model was tested. The research problem and research questions were answered by using SPSS 21 and AMOS 26 statistical package programs.

Explanatory factor analysis and confirmatory factor analysis were performed, respectively, to test both scales used in the study. The results obtained confirm the compatibility of the scales with the theoretical framework and their suitability for research. The findings obtained with the scale of ethical position theory show that the consumers participating in the research are in the highest rate of absolutism with 32.8%, situationalism with 27.4%, subjectivity with 23.3% and exceptionalism at 16.4%. As a result of the analysis, the scale of halal tourism has been reduced to 15 from a total of 25 expressions and it has been revealed that it explains three different dimensions: the understanding of halal hotels, personnel, preference and trust.

In the continuation of the study, t-test and correlation analysis to answer the research problem and research questions are included. Analysis conducted to test the significant differences between variables show that there are significant differences between consumers' idealism levels and their perspective on halal tourism in terms of their relativism levels, and these differences are in favour of individuals with a high level of idealism. In addition, in correlation analysis, it has been determined that there are positive relationships between

idealism level and viewpoint towards halal tourism. On the other hand, it has been determined that there is a significant and negative relationship between the relativism levels of consumers and the evaluation for halal tourism, and the literature in this direction has been supported.

In addition, an important contribution of the research is that it provides clues about the priorities of consumer expectations in the field of halal tourism. According to the data obtained from the participants, the expressions about the understanding of halal hotels are the dimensions of the expressions of the scale of halal tourism with the highest average. It is noteworthy that the importance given by consumers to the physical conditions of accommodation facilities, the prayer facilities offered, Islamic financial practices and social areas reserved for men and women are determinant in their accommodation preferences with the concept of halal tourism.

İSLAM İKTİSAT DÜŞÜNCESİNDE VE AHİLİK GELENEĞİNDE PİYASA VE DEVLET ODAKLI POLİTİKALAR ÜZERİNE BİR İNCELEME^a

Ekrem ERDEM^b

Erciyes Üniversitesi, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru: 14 Aralık 2020

Kabul: 26 Aralık 2020

JEL Sınıflandırma:

D71

D64

L33

G18

Anahtar Kavramlar:

İslam iktisadı,
Fütüvvetnameler ve
Ahilik,
Piyasa ve Devlet-
Odaklı İktisat
Politikaları,
İslam,
Piyasa ve Devlet, Hisbe
ve Narh

ÖZ

Bu çalışmada, tarihsel olarak teorik ve pratik birikimlerden hareketle İslam geleneğinde ekonomik karar biriminin devlet-odaklı mı yoksa piyasa-odaklı mı olduğu incelenmiştir. Bugün hâkim görüş, serbest piyasa mekanizmasının devletin güdümündeki bir ekonomik modele göre üretici, tüketici ve devlet olarak tüm ekonomik birimlerin menfaatinde uygun, daha etkin bir yapı arz ettiği yönündedir. İslami bakımdan da ekonomik karar birimleri ölçülü davrandıkları, helalinden kazandıkları ve tükettikleri, cimrilikten ve israftan kaçındıkları müddetçe, serbest mübadele hem bireyleri hem de toplumu daha müreffeh hale getirecektir. Devlet ise, varlığını vatandaşlar adına iyiliği teşvik edici kötülükten de caydırıcı ve onların dinini, nefsini, malını, aklını ve neslini koruyucu bir üst kurum olarak sürdürecektir. İslami gelenekte, teorik söylem ve literatür ile ilk dönem uygulamalar daha ziyade özel mülkiyetin, özel teşebbüsün ve piyasanın baskın rolüne işaret ederken, daha sonraki dönemlerin büyük çoğunluğunda ve pek çok coğrafyada devletçi söylemler ve uygulamalar baskın hale gelmiştir. Esasında teorik yazının, asırlara sâri ilgili literatürün ve uygulamaların dönemden döneme ve coğrafyaya göre farklılık arz ettiği bilinmektedir. Zimnen de olsa fütüvvetnamelerin dili ile Ahi teşkilatlarının uygulamalarının da esasında benzer muğlaklığın sürdürüldüğü anlaşılmaktadır. Ancak, fütüvvetnamelerin içeriğinden ve Ahi geleneğinin uygulamalarından anlaşıldığı kadarıyla, bu ekolde de serbest piyasanın işleyişini çağrıştıracak bir anlayıştan ziyade, belli ahlaki normal çerçevesinde hareket eden ve kontrollü-müdahaleci bir iktisadi anlayışın hâkim olduğu söylenebilir.

^a Bu çalışma, 22-23 Ekim 2020 tarihlerinde Kırşehir’de Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi tarafından düzenlenen VI. Uluslararası Ahilik Sempozyumu’nda sunulan ve bildiri kitabında yayınlanması beklenen “Ahilik Temelli Bir İktisat Anlayışı Devlet Odaklı mıdır Yoksa Piyasa Odaklı mıdır? Bugüne Dair Bazı Tespitler” başlıklı bildirinin biraz daha genişletilmiş bir versiyonudur.

^b **Sorumlu Yazar:** Prof Dr., Erciyes Üniversitesi., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, E-posta: ekrem_erdem1@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5876-8747>

Kaynak göster: Erdem, E. (2020). İslam İktisat Düşüncesinde Ve Ahilik Geleneğinde Piyasa Ve Devlet Odaklı Politikalar Üzerine Bir İnceleme. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 6(2), 184-210

AN INQUIRY CONCERNING THE MARKET-ORIENTED AND STATE-ORIENTED POLICIES IN THE ISLAMIC ECONOMIC THINKING AND THE TRADITION OF AKHIZM^c

Ekrem ERDEM^d
Erciyes University, Turkey

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Dec. 14, 2020

Accepted: Dec. 26, 2020

JEL Classification:

D71

D64

L33

G18

Keywords:

Islamic Economics,
Futuwwatnamas and
Akhizm,
Market and State-Oriented
Economic Policies,
Islam, Market, and State,
Hisba and Narh

ABSTRACT

This study examines whether the central economic decision-making unit is the state or the market-oriented in the Islamic tradition, based on historical-theoretical and practical acquis. The dominant view reached today is that the free-market mechanism offers a more efficient structure in line with the interests of all economic units compared to a state-oriented model. As long as economic decision-making units act in moderation, earn and consume from halal, avoid stinginess and waste, free exchange will make both individuals and society more prosperous. The state, on the other hand, will continue its existence as a supreme body in Islamic tradition spreading good, preventing evil on behalf of its citizens to protect their religion, soul, property, mind and generation. Theoretical discourse and literature and the early practices rather indicate the dominant role of private property, private enterprise and the market while in most of the later periods and in many geographies, statist discourses and practices became dominant. However, from the spirit of the Futuwwatnamas documents and the Akhi tradition, it can be said that a controlled-interventionist economic understanding that acts within a certain moral normal framework is assumed rather than an understanding that completely evokes the functioning of the free market.

^c This study is the extended version of the declaration presented in the symposium of VI. Uluslararası Ahilik Sempozyumu organized by the Kırşehir Ahi Evran University between October 22-23, 2020 in Kırşehir and expected to be pressed with the title "Ahilik Temelli Bir İktisat Anlayışı Devlet Odaklı mıdır Yoksa Piyasa Odaklı mıdır? Bugüne Dair Bazı Tespitler"

^d **Corresponding Author:** Prof Dr., Erciyes Üniversitesi., İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, E-posta: ekrem_erdem1@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5876-8747>

To cite this article: Erdem, E. (2020). An Inquiry Concerning The Market-Oriented And State-Oriented Policies In The Islamic Economic Thinking And The Tradition Of Akhizm. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(2), 184-210.

© IZU International Research Center for Islamic Economics and Finance. All rights reserved.

Giriş

Her toplum şu temel ekonomik sorunlarla karşı karşıyadır: Hangi malların üretileceği, bu malların nasıl ve ne kadar üretileceği ve bu malların kim için üretileceğidir. Bu sorulara verilecek cevaplar, o toplumun ekonomik modeli hakkında bilgi verir. Eğer bütün bu kararları devlet ya da devlet adına otoriter bir güç veriyorsa *kumanda ekonomisinden*, yok eğer bu kararlar piyasa mekanizmasına ve orada oluşan piyasa fiyatına göre oluşuyor ise, *piyasa ekonomisinden* bahsedilir.

Peki, İslam geleneğinde görülen durum bu tanımlamalardan hangisine girer ya da bunlardan hangisine daha yakındır? Tarihsel ve teorik olarak İslam medeniyetinin birikimi, bu soruların cevabını devlet otoritesine bırakıyorsa, bir kumanda ekonomisi, piyasa mekanizmasına bırakıyorsa bir piyasa ekonomisi karakteristiği karşımıza çıkar. Kumanda sürecinde fazlaca bir iktisadilik ve etkinlikten bahsetmek mümkün değildir. Hemen belirtelim ki, İslam geleneğinde, bu sorunun cevabını hemen vermek kolay olmasa da kumanda ekonomisi yanıtını vermek asla doğru olmayacaktır. Zaten o nedenle böyle bir tartışma vardır. Öyleyse, cevap piyasa ekonomisi mi olmalıdır? Doğrusu çok yüksek sesten bir 'evet' cevabı vermek de mümkün olmayabilir.

Son olarak, İslam geleneğinde iktisadi yapı esas olarak devlet-merkezli olarak mı şekillenmiştir? Burada da verilecek cevap o kadar kolay olmayacaktır. Çünkü, İslam'ın temel kaynaklarında bu hususta bugünkü bakış açısıyla doğrudan cevaplar üretmek hiç de kolay değildir. Zira teorik yazın, asırlara sâri ilgili literatür ve uygulamalar dönemden döneme ve coğrafyaya göre farklılık arz etmiştir. Zımnen de olsa fütüvvetnamelerinin dili ile Ahi teşkilatlarının uygulamalarının da esasında benzer muğlaklığı sürdürdüğü söylenebilir. Fakat, bu şamada şu tespiti yapmak mümkündür: İslam geleneğinde ve Ahilik ilkelerinde ve uygulamalarında özel mülkiyet, teşebbüs hürriyeti ve piyasa mekanizması sistemin merkezinde bulunmakla, kamu otoritesinin bu manada toplumun menfaatini korumak ve kollamak, ahlaki kurallara dayalı rekabetçi bir piyasanın yürütülmesi noktasında devlete önemli görevler de yüklenmiştir.

Bu çalışmada, önce iktisat biliminin temel sorununun ne olduğu, ardından modern dünyada piyasanın ve devletin iktisadi hayatta rollerinin ne olduğu tartışılacaktır. Daha sonra, İslam geleneğinde teorik olarak ve tarihi uygulamalar bakımından piyasanın ve devletin rollerinin ne olduğu ele alınacaktır. Üçüncü aşamada ise, İslam-Türk geleneğinin bir uygulama biçimi olarak fütüvvetnameler ve Ahilik uygulamalarının bu hususta

nerede yer aldığı üzerine bir değerlendirme yapılacaktır. Son olarak, bu tartışmanın günümüze dair ne anlam ifade ettiği ve tevarüs eden söz konusu ilkelerin ve tartışmaların bugünün dünyasına ne gibi katkılar sunabileceği analiz yapılacaktır.

İktisat Biliminin Temel Sorunu ve İktisadi Sistemlerin Ayrışma Noktası

Bu kısımda önce iktisat biliminin temel sorunları ve oradan doğan farklı ekonomik sistemler, ardından da modern dünyada piyasanın ve devletin iktisadi hayatta rollerinin ne olduğu anlatılacaktır.

İktisat Biliminin Temel Sorunları ve Ekonomik Sistemler

Her toplum şu temel ekonomik sorunlarla karşı karşıyadır: Hangi malların üretileceği, bu malların nasıl ve ne kadar üretileceği ve bu malların kim için üretileceği. Bu sorulara verilecek cevaplar, o toplumun uyguladığı ekonomik model hakkında bilgi verir. Eğer bütün bu kararları devlet ya da devlet adına otoriter bir güç veriyorsa *kumanda ekonomisinden*, yok eğer bu kararlar piyasa mekanizmasına ve orada oluşan piyasa fiyatına göre oluşuyor ise *piyasa ekonomisinden* bahsedilir.

Kumanda ekonomisi tabiri oldukça geniş yorumlanabilecek bir kavramdır. Bütün ekonomik kararların devlet erkinde toplandığı bir sistem söz konusu ise, sosyalist (ya da komünist) bir sistemden bahsediliyordur. Yok eğer bir yandan piyasa mekanizması işlerliğini korur iken devlet piyasanın etkin çalışmadığını düşünerek kaynakların daha etkin kullanımını sağlamak üzere doğrudan ya da dolaylı olarak üretim ve dağıtım kararlarına müdahale ederek aktif bir aktör olarak ya da yönlendirici/teşvik edici bir aktör olarak ekonomide yer alıyorsa, *devletçi kapitalist (Keynesçi) bir modelden* bahsediliyor demektir. Ekonomik karar mekanizmalarının esas olarak piyasa aktörleri tarafından arz ve talep kanunlarına göre alındığı ve fiyatın çok sayıda alıcı ve satıcı aktörler tarafından serbestçe belirlendiği bir sistem söz konusu ise, *serbest piyasa ekonomisine dayalı bir kapitalist sistemden* bahsediliyor demektir. Piyasa ekonomilerinde de rekabetin derecesine göre modeller farklılık arz etmektedir; rekabetin tam (tam rekabet piyasası) ve eksik olduğu (en yaygın hallerinden tekelleşmiş rekabet ve oligopol gibi eksik rekabet piyasası) modeller olarak.

Modern Dünyada Piyasa ve Piyasa Ekonomisinin Temel Dinamikleri ile İşleyiş Mekanizması

Piyasa, malların ve hizmetlerin alınıp-satıldığı bir ortamdır. Bu ortam bazen fiziki bir mekandır, bazen de sanal bir ortamdır. Piyasanın temel fonksiyonları şöyle özetlenebilir (Savaş, 2000, 12-14):

- Alıcıların ve satıcıların ihtiyaç duydukları bilgilere dair *haberleşmeyi sağlar*.
- Malların piyasa fiyatı sonucunda kimlerin alacağına dair *dağıtımı sağlar*.
- Alıcıların ve satıcıların kendi menfaatleri doğrultusunda gerçekleşen mübadele *ekonomik etkinliği sağlar*.
- Hangi malların, nasıl, ne miktarda ve kim için üretileceğini kendiliğinden *organize eder (koordinasyonu sağlar)*.
- Alıcıların ve satıcıların durumlarını optimize ederek, *menfaatleri dengeler*.
- Mübadele, fiyat ve dağıtım mekanizması karar birimlerinin hür iradeleri ile gerçekleştiği için, *demokratik karar almayı sağlar*.

Yukarıda bahsedilen özelliklere sahip bir ekonomik modele *piyasa ekonomisi* diyoruz. Piyasa ekonomisi kavramı, zaman zaman *fiyat mekanizması*, *serbest piyasa ekonomisi*, *liberal ekonomi* ya da *kapitalist ekonomi* gibi kavramlarla da ifade edilebilmektedir. İktisat biliminde, piyasa ekonomisinden bahsedildiğinde, şu unsurlar akla gelir (Taylor, 2004, 16):

- Fiyatların serbestçe belirlenmesi.
- Mülkiyet haklarının ve buna dönük teşviklerin sağlanması.
- Ferdietçilik ve rasyonellik.
- Yurt içinde ve yurt dışında ticaretin ve rekabetin serbest olması.
- Devletin rolünün asli görevlerle sınırlandırılması.
- Özel sektör kuruluşlarının belli bir rol üstlenmesi.

Yukarıdaki unsurlar, bir piyasa ekonomisinin temel ayırt edici özellikleridir. Böyle bir ekonomide, tüm piyasalarda mal ve hizmetler ile üretim faktörlerinin fiyatları, alıcılar ve satıcılar tarafından arz ve talebe göre serbestçe belirlenir. Devletin güdümünde yürütülen bir *kumanda ekonomisinde*, bu söylenenlerin uzun dönemde gerçekleşmesi mümkün değildir.

Modern Dünyada Devletin Ekonomideki Yeri ve İşlevleri

Esasında, piyasa ekonomisinde devlete olan ihtiyaç tamamen ortadan kalkmaz; ancak, adalet, iç ve dış güvenlik, eğitim ve halk sağlığı gibi asli görevleri nispetinde rol alır. Ayrıca, bazı iktisatçılar piyasa mekanizmasının servetin ve gelirin geniş halk kitlelerine dağılımında yetersiz kaldığı (*piyasa başarısızlığı*) durumlarda da devletin ekonomiye müdahale etmesi gerektiğini savunur. Fakat, bu müdahalenin ne ölçüde gerçek bir ihtiyaçtan kaynaklandığı tartışma götürür bir konudur. Zira, aslonan bireyin ve toplumun refahı ise ve bu refah artışı da esas olarak ekonomik etkinlikten kaynaklanacaksa, *görünmez el* (piyasa) yerine *görünümlü el*'in (devlet) bunu sağlayıp sağlayamayacağı, -zorunlu haller dışında- kuşku götürür niteliktedir. Çünkü, bugün artık hem teorik olarak hem de pratik olarak bilinmektedir ki, ekonomik karar birimlerinin etkinlik derecesi, mikro düzeyden makro düzeye doğru giderek azalmaktadır; yani, karar birimlerinin yetki alanı genişledikçe etkinliği zayıflamaktadır; çünkü, belirsizlik alanları genişlemektedir.

Burada mutlaka dikkat edilmesi gereken husus, devlet ve piyasa meseleleri tartışılırken, etkinlik ve bireysel-toplumsal refah tartışmalarından ayrılmamaktır. Bugünün toplumsal ve ekonomik meseleleri ve onların çözüm yolları geçmişten çok farklıdır. Özellikle son 20-30 yıl içerisinde dünyayı etkisi altına alan serbestleşme ve küreselleşme olguları, etkinlik ve refah kriterleri çerçevesinde devlete ve piyasaya bakışı yeniden tartışmaların merkezine taşımıştır. Zira, değişen şartlar toplumları kaçınılmaz olarak hem kendi iç dinamiklerindeki değişimin hem de dış dinamiklerin (uluslararası camianın) baskısı altında bırakmıştır. Bu değişim, çoğu kez sancılı olmakta, hatta J. Schumpeter'in deyimiyle *yaratıcı yıkım*'lara⁵ yol açabilmektedir. Devlet ve piyasa yapılarının da bu değişimden nasibini almaması, kendini yenilememesi düşünülemez. Buna direnmenin manası, ülkenin yeterince gelişmesine toplumun refah seviyesinin yükselmesine mâni olunmasıdır.

Bu değişikliklerin özünde, hiç kuşkusuz *devlet-merkezli* (state-oriented) ekonomik yapıların yerini *piyasa-merkezli* (market-oriented) yapıların almasıdır. Böylece, 1917 Rusya Bolşevik İhtilaliyle başlayan sosyalist iktisat anlayışı ve 1929 Buhranıyla başlayan ve İkinci Dünya savaşı sonrasında iyice perçinleşen devletçi-Keynesçi kapitalist iktisat anlayışının

⁵ *Yaratıcı yıkım* (creative destruction), piyasada rekabet sonucu ortaya çıkan yeniliklerin yerine geçtikleri kurumları tahrip etmelerini ifade eder. Bu konuda daha kapsamlı bilgi için bakınız: Skousen, 2009: 473-493.

doğal bir uzantısı olarak ortaya çıkan devletin bireye önceliği ve devleti vatandaşa karşı koruyan anlayış, yerini bireyi merkeze alan ve onun hak ve hukukunu devlete karşı koruyan bir anlayışa bırakmıştır. Başka bir ifadeyle, eski paradigmada *güvenlik* ön planda iken, yeni paradigmada *özgürlük* ön plandadır (Skousen, 2009, s. 495-524). Bu bir hayat anlayışıdır ve aslında, birinci anlayışın doğal sonucu olarak ortaya çıkan (genellikle devlet eliyle ya da destekli) *kitle üretim* anlayışına dayalı eski paradigmanın yıkılıp, yerine *bilgi teknolojilerine* dayalı yeni teknolojik-ekonomik paradigmanın geçmesinden başka bir şey değildir.

Bugün artık hiçbir ülkenin –ister Müslüman olsun ister olmasın– bu değişime duyarsız kalması düşünülemez. Aksi takdirde, değişimin dışında kalan ülkeler, az gelişmişliğe mahkûm kalmak durumundadırlar; böylece ne bağımsızlıklarını ne de özgürlüklerini ve zenginliklerini garanti altına alabilmektedirler. Bu tartışmalardan hareketle, İslam alimlerinin, aydınlarının, devlet adamlarının ve halklarının da bu değişimi iç dinamiklerini de dikkate alarak tartışmaları ve geleceklerine yön vermeleri kaçınılmaz bir hale gelmiştir. Tabii değişen ekonomilerin ortaya çıkardığı yeni fırsatların yanı sıra, bir takım yeni sorunlar ve tehditler de var. Bunların önemli bir kısmı küresel boyutta savaşlar, nükleer silahlanma, terör eylemleri, kitlesel göçler, ticari yaptırımlar, ırkçılık ve İslam düşmanlığı, uyuşturucu ticareti, bulaşıcı hastalıklar (Covid-19, farklı grip türleri ve diğerleri), açlık ve küresel ısınma ve kirlenme gibi tehditler ve maliyetlerdir.

İşte bu ortamda ekonomik ve sosyal istikrarı sağlayacak kurum ‘devlet’ ve onu temsilen ‘hükümet’ olacaktır. Devletin, özellikle küreselleşmenin getirdiği bu tehditler karşısında, ülkede sürdürülebilir bir büyüme, yüksek istihdam, fiyat istikrarı ve gelirin hak ve adalet ölçülerine göre paylaşımı gibi alt hedeflere ulaşmak suretiyle, vatandaşların refah seviyesini yükseltmeye dönük politikalar geliştirmesi gerekir. Ancak, modern devletler bu politikaları artık özel teşebbüs eliyle gerçekleştirmeyi hedeflemektedirler.

Bu politikalar neticesinde, devlet vatandaşlar arasında birlikte yaşamayı mümkün ve sürekli kılacak, bireylerin tek başlarına daha pahalıya yapabilecekleri işleri daha düşük maliyetle yerine getirebilecek ve bireylerin tek tek yapmaya meyilli olmadıkları, hatta yapamayacakları *kamusal mal* niteliğindeki mal ve hizmetleri üretecektir (Demir, 2003, 29-39). Çünkü, *bedavacılığın* yaygın olduğu alanlarda özel sektör yeterince teşebbüste bulunmak istemeyeceğinden, devletin daha düşük toplumsal maliyetle bu faaliyetleri yerine getirmesi daha ekonomik olacaktır. Bu

haliyle devlet ve piyasa, biri diğzerinin alanına tecavüz eden birbirine rakip iki zıt aktör olmak yerine, toplumsal refahın temini bakımından birbirini tamamlayan mikro ve makro düzeyde iki etkin aktör olarak karşımıza çıkacaktır.

İslam İktisat Düşüncesinde ve Uygulamalarında Piyasanın ve Devletin İşlevleri

Bu kısımda İslam iktisat düşüncesinde ve tarihi süreçte piyasanın ve devletin rollerinin ne olduğu ele alınacaktır

İslam İktisat Düşüncesinde ve Uygulamalarında Piyasanın İşlevleri

İslam geleneğinde serbest piyasa sürecine ve mübadeleye Hz. Peygamber ve Asr-ı Saadet döneminden itibaren büyük önem verilmiştir. Esasında, Kur'an ve sünnete ilave olarak İslam'ın temel kaynakları da piyasa kültürüne ve ticari mübadeleye dair esaslarla doludur. Buna göre, hem teorik yazın hem de tarihi müktesebat piyasanın ve mübadele hacminin olabildiğince büyük olmasına önem vermiştir. Zira bu durumda piyasada mal bolluğu olacak, tedarik zinciri kesintiye uğramadan süreklilik kazanacak, bunu yaparken de din ayırımı, cinsiyet ayırımı ya da yurtiçi ve yurt dışı alıcı ve satıcı kısıtlamasına mümkün olduğunca gidilmeyecektir. Böylece piyasada mal darlığı ve fiyat pahalılığı mümkün olduğunca görülmeyecek; hem büyüme daha sürdürülebilir olacak, fiyat istikrarı da daha kalıcı olacaktır. Fakat, İslam geleneğinde mübadelenin olmazsa olmaz şartları vardır, bu şartlar yerine gelmeden mübadele gerçekleşmiş sayılmaz. Pazar yerleri de sıkı düzenleme ve denetleme mekanizmalarına tabidir. Hisbe teşkilatı, ihtisap kanunnameleri, fütüvvet ve ahilik teşkilatlanmaları, geçmişteki kurumsal uygulamaların en çok bilinen örneklerindendir.

Nitekim Hz. Peygamber serbest mübadele sürecine ve fiyat mekanizmasına o kadar önem vermiştir ki, köylülerin ürünlerini pazara getirirken, satıcı daha pazar yerine ulaşmadan, bazı uyanık şehirliler (tüccarlar) tarafından yolda satın alınmasını kesin bir ifadeyle yasaklamıştır. Zira, değişik hadis-i şeriflerde “binek gelenleri karşılamayın!”, “celeb malı karşılamayın!”, “satılık malları karşılamaktan nehi buyurdu” ve “pazarı karşılamayın!” (Müslim, Büyu, 5; Davudoğlu, 1980/7, 606) şeklinde buyurulmuştur. Çünkü hem üreticilerin hem de geniş tüketici kitlesinin hakkını korumak ve çok sayıda alıcı ile çok sayıda satıcıdan müteşekkil rekabetçi bir piyasa modeli oluşturmamak; böylece hem üretici refahını

hem de tüketici refahını ortadan kaldıracak ve daha az emekle spekülâtif kar elde eden tekелci araçları ortadan kaldırmak hedeflenmiştir.

Zaten İslam uleması, buradaki nehyin hikmetinin uzak yerlerden pazara mal getirenlerin (*câliplerin*) aldanmaktan korunması olduğunda ittifak etmiştir. Maziri (453-536) bunu hem satıcıların (bedeviler) hem de alıcıların (şehirli tüketiciler) refahı için oldukça net bir ifade ile şöyle açıklar: “*Şehirlinin bedevi namına satış yapması, şehirlilere merhameten yasak edilmiştir. Burada bedevi zarar çekmektedir. Halbuki, celep karşılması, bedevinin aldatılmaması için nehî buyurulmuştur. Bundan dolayıdır ki, Peygamber, ‘mal sahibi pazara geldiği vakit muhayyer olur’ buyurmuştur.... Bu gibi meselelerde şeriat insanların maslahatını gözetir. Maslahat, bir kişiyi cemaate değil, bilakis cemaati bir kişiye tercih eder*”. Yine konuyla alakalı olarak “*şehirli, bedevî namına satış yapmasın; bırakın insanları Allah birbirlerinden rızıklandırsın!*” demiştir. İbni Abbas’a bunun ne anlama geldiği sorulduğunda ise, “*simsarı olmaması*” cevabını vermiştir (Davudoğlu, 1980/7, 606-608).

Yukarıdaki celep hadisinde dikkat edilirse, pazara mal getiren satıcı köylünün aldatılması durumunda, kendisine akdi fesih hakkı tanınmıştır. Bu hakkın, iktisat teorisinde tam rekabet şartlarından ‘tarafaların mübadeleye konu olan mal veya hizmetle ilgili eşit ve tam bilgiye sahip olması’ ilkesinin daha o dönemdeki ifade şekli olarak yorumlanabilir. İslam, her meseleye hak ve adalet ölçülerinden baktığı için, piyasa şeffaflığının olmaması nedeniyle, taraflardan birinin bilgi asimetrisinden dolayı aldatılması, yani zulme uğraması, yasaklanmıştır. Buradan hareketle, İslam’ın rekabetçi piyasa koşullarında daha çok mübadeleden ve bu yolla halkın refah seviyesinin artmasından yana olduğu, serbest rekabet şartları altında belirlenen piyasa fiyatının *âdil fiyat* olarak kabul edilebileceği (Kallek, 1997, 163) rahatlıkla söylenebilir. Hatta bunu Adam Smith’in 1776’da *Milletlerin Zenginliği*’nde ifade ettiğinden asırlar önce vazettiğini söylemek herhalde yanlış olamayacaktır.

Yine, Hz. Peygamber’in serbest piyasada oluşan mübadele hacmini artırmak için pazar vergilerini kaldırdığı, yükselen fiyatlar karşısında narh koyması istendiğinde, “*fiyatı ayarlayanın, bolluk, darlık ve rızık verenin Allah olduğu*”nu söyleyip, piyasa fiyatını öne çıkardığı, şehirlerarası mal sevkiyatı sırasında alınan iç gümrük vergilerine (*meks*) izin vermediği, hatta bu vergileri toplayanları lanetlediği bilinmektedir. Buna ilave olarak, Hem Hz. Peygamber hem de Hz. Ömer Medine pazarına diğer uzak şehirlerden gelmek isteyen ticaret adamlarını teşvik etmişler, bunlara dönük övgülerde bulunmuşlar, savaşlarda muharip olmayan müşrik

tüccarların öldürülmesini yasaklamışlar, yabancı tüccarların mallarını serbest piyasa koşulları altında satabileceklerini ilan etmişler, gümrük vergilerini ya tamamen kaldırmışlar ya da büyük ölçüde düşürmüşler, ticaret kervanlarının Medine'ye güvenli bir şekilde ulaşabilmelerini ve burada güven içerisinde kalmalarını sağlamak için gerekli tedbirleri almışlar, özellikle köylerden şehirlere dönük mal sevkiyatını teşvik etmişler, şehirler ve ülkeler arası serbest ticaretin yaygınlaşması için kanallar kazdırmışlardır.

Bunların yanı sıra, Hz. Ömer, ülkedeki darlık buhranını ve enflasyonist fiyat istikrarsızlığını aşmak için, yerli tüccarların ithalata yönelmelerini teşvik etmiş ve iş adamlarının diğer ülkelere ve şehirlere bu amaçla çıktıkları seyahati, hac ve umre için yapılan seyahate eşdeğer saymıştır. Zira, bu iş adamları kendi çıkarları doğrultusunda kâr amacı gütseler de ülkede darlık, enflasyon ve karaborsacılık gibi istikrarsızlıkları gidermek suretiyle halkın refah seviyesinin artmasına katkıda buldukları için, aynı zamanda önemli bir kamu hizmeti görmekteyler. Nitekim, Hz. Peygamber'in şu hadisleri meseleyi oldukça net bir şekilde açıklamaktadır: “Calib (uzak yerden mal getiren tacir) rızıklandırılmış, karaborsa ise lanetlenmiştir” (İbn Mâce, Ticarat, 12). “Kim Müslümanların beldelerinden birine yiyecek [maddesi] getirir ve cari fiyattan satarsa, şehit sevabı alır’ buyurduktan sonra, ‘... Allah... bir kısmınızın Allah’ın lütfundan rızık aramak üzere yeryüzünde dolaşacağını, diğer bir kısmınızın ise Allah yolunda çarpışacağını bilmektedir...’ (Müzzemmil, 20) ayetini okudu”.

Bu hadisler, gayet açık bir şekilde Peygamber'in bizzat kendisinin ve büyük halife ve devlet adamı Hz. Ömer'in ekonomik krizlerin yaşanmaması, kaçınılmaz olduğunda da aşılabilmesi ve toplumun refah seviyesinin artırılabilmesi için, serbest mübadeleye ve rekabete ne kadar önem verdiklerini göstermektedir. Hatta, buradan anlıyoruz ki, İslam kültüründe piyasa, Allah'ın insanları birbirleri vasıtasıyla rızıklandırma mekanizması olarak telakki edilmektedir.

Yine, İslam geleneğinde piyasa sadece Müslüman alıcı ve satıcılara ait değildir. Nitekim, İslam geleneğinde şehirler, biri din esash, diğeri ise ekonomik esash olmak üzere, iki merkezli olarak kurulmuştur. Birisi, büyük câmi ya da ulu câmi (*câmi-i kebir*) ve medreselerin bulunduğu merkez, diğeri ise, çarşıların bulunduğu merkezdir. Bunlardan birincisinde sadece Müslümanlar, ikincisinde ise din ayırımı olmaksızın herkes bulunabilirdi. Şehirlerde halkın dünyevi faaliyetlerini gerçekleştirdiği ve yüzünün dışı açıldığı mekanlar çarşılar olmuştur. Bu gelenek, Osmanlı

döneminde de devam ettirilmiştir. Şehirlerinde mahallelerin oluşumunda mahremiyetin sağlanmasına, dini ve mesleki birliğin korunmasına dikkat edilmiştir. Buna karşılık, çarşılar dışı açık tutulmuştur. Böylece, çarşılarda inanç esasına göre değil, meslek esasına göre bir düzenleme yapılmıştır (Karatepe, 1999, 28).

Piyasalar da bu çerçevede sıkı düzenleme ve denetlemeye tabidir. Örneğin, mülâme (alıcı ve satıcı tarafların mala dokunmasıyla mübadelenin gerçekleşmesi), münâbeze (iki tarafın malı birbirine atmasıyla mübadelenin gerçekleşmesi) ve taş atımı gibi müşteriyi aldatmaya dayalı satış yöntemleri kesin olarak yasaklamıştır (Müslim, Büyu, 1; Davudoğlu, 1980/7, 588; Hammad, 1996, 249-52). Çünkü, bu tür satışlarda iki tarafın rızası, mal hakkında yeterince bilgi sahibi olması, icap ve kabulün yerine gelmesi söz konusu değildir. Modern iktisat deyimiyle, rekabetçi piyasalarda geçerli olan simetrik bilgi, bu tür piyasalarda yerini asimetrik bilgiye bırakmıştır. Böylece, alıcı ve satıcı taraflar, mübadeleye konu olan mal ya da hizmet hakkında eşit düzeyde bilgiye sahip değildirler. Böylece, daha çok bilgiye sahip olan taraf, diğeri aleyhine haksız bir kazanç elde etmiş olmaktadır.

İslam İktisat Düşüncesinde ve Uygulamalarında Devletin İşlevleri

İslam iktisatçılarının ekonomik hayatla ilgili devletin rolü ve temel vazifelerine dair şu hususlardan bahsettikleri görülür (Erdem, 2010, 21; Çapra, 1977, 96-116; El-Mübarek, 1978, 144-171; Khan ve Mirakhor, 1992, 11):

- Adaleti sağlamak ve haksızlığa mâni olmak.
- Kanun ve nizamın korunması, fertlerin can ve mal emniyetinin korunması.
- İş ahlakının tatbik edilmesinin sağlanması.
- Piyasa mekanizmasını bütün fertlerin menfaatine yönelik çalıştırmak.
- İktisadi hayatı düzenlemek ve kurallar koymak.
- Kamu mallarının sevk ve idaresinin yapılması.
- Kamu hizmetlerini yürütmek.
- Sosyal güvenliğin sağlanması.
- Gerektiğinde fertlerin belli işlerin yapılmasına zorlanması.

Adalet, İslamiyetin adeta temel direğidir ve varoluş gayesidir; zira İslam her alanda zulmü ortadan kaldırmak ve adaleti hâkim kılmak için vardır. Bir devleti uzun dönemde ayakta tutan ana unsur adalettir. Nitekim, ünlü İslam bilgini Suhreverdi'ye göre, “mülk küfürle yok olmaz, zulümle yok olur”. Hz. Ömer de vefatı esnasındaki etrafındakilere şöyle der: “... benden sonra yerime gelecek halifeye yapılan akitler ve şartnameler mucibince, Rasulullah'ın zimmilerine haklarının tam olarak verilmesini, can ve mallarının emniyeti uğrunda icap ederse savaşılmasını, takatlerinin fevkinde yükler yüklenmemesini tavsiye ederim...” (Ebu Yusuf, 1973, 203). Kur'an-ı Kerim'de de şöyle denir: “Allah, size emanet edilen (şey)leri ehil olanlara tevdi etmenizi ve her ne zaman insanlar arasında hüküm verecek olursanız, adaletle hükmetmenizi emreder...” (Nisa, 58).

İbn Haldun'a göre adalet, Allah'ın yaratıkları arasında kurulmuş bir ölçüdür ve Allah bu ölçünün başına bir idareci (devlet, devlet idaresi) getirmiştir. Bu idare halkın özel mülkiyetine, özel teşebbüsüne hükmetmemelidir. Zira, o mülkler fertlerin (özel sektörün) elinde daha etkin olarak işletilmekte, istihdam sağlanmakta ve devlete buralardan vergi ödenmektedir. İbn Haldun'a göre, devlet haraç ve vergi ödeyenlere de zulmetmemeli (Haldun, 1986, 78). İbn Haldun ister devlet ister özel şahıs tarafından yapılsın, birinin mülkünün elinden alınmasını, işinin ücretinin eksiltilmesini ve haksız vergi toplamayı zulüm olarak değerlendirmiştir (Haldun, 1986, 80).

Hiz. Peygamber Veda Hutbesi'nde, “mallarınız ve canlarınız bu hac günü gibi mukaddesdir” buyurmuştur. Bir başka hadiste ise, “bir Müslümanın malik olduğu can, mal ve servet, öteki Müslümana haramdır” denilmiştir. Şu hadis ise, İslam'ın bu konuda devlete biçtiği rolü daha net olarak sergilemektedir: “Hira'dan Kabe'ye tek başına seyahat eden bir kadın öyle emniyet içinde olmalıdır ki, yolda Allah'tan başka korkacak kimse bulunmasın” (Çapra, 1977: 97). Hz. Ömer hilafeti döneminde Medine'ye gelen bir gayri Müslim ticaret kafflesini Mescitte misafir etmiş ve Abdurrahman b. Avf'la birlikte olası bir hırsızlık vakasına karşı sabaha kadar nöbet tutmuştur. Halife Ömer'in özellikle şu ifadesi çok meşhur olmuştur: “Irak'ta bir katırın ayağı sürçse, 'niçin yolunu genişletmedim' diye kendimi kıyamet gününde Allah'ın huzurunda mesul görürüm” (El-Kardavi, 1975, 153). Hz. Ömer'in adalet konusundaki hassasiyeti Akif'in *Kocakarı ile Ömer* şiirinde şöyle ifade edilir (Ersoy, 1977, 97-98):

Kenar-ı Dicle'de bir kurt aşırsa bir koyunu; Gelir de adl-i İlahi sorar Ömer'den onu!

Bir ihtiyar karı bî-kes kalır, Ömer mes'ul! Yetimi, girye-i hursan alır, Ömer mes'ul'

Bir âşiyân-ı sefâlet bakılmayıp göçse; Ömer kalır yine altında, hiç değil kimse!

Zemine gadr ile bir damla kan dökünce biri; O damla bir damla girdap olur boğar Ömer'i

İslam geleneğinde, genel olarak yapılan iş temel İslami kurallara uygun olduğu müddetçe devletin müdahalesi düşünülmez; çünkü esas olan, iş hayatında teşebbüs hürriyetinin tanınmasıdır. Ancak, temel ahlaki kurallara riayet edilmediği takdirde, devlet belli bir kurumsal çatı altında kurallar çerçevesinde gerekli denetimi yaptıktan sonra piyasaya müdahalede bulunur. İslam geleneğinde piyasaların düzenlenmesinden ve *narh* uygulamalarından sorumlu kuruma *Hisbe Teşkilatı* denir. Bu teşkilat, etkinlik düzeyi değişse de ilk dönem İslam toplumlarından Osmanlı'nın son dönemlerine kadar varlığını korumayı başarmıştır. Teşkilat adına piyasa kontrollerini yapan kişiye *muhtesip* denir (Oğuz ve Tabakoğlu, 1991, 73-74). Muhtesiplerin bir kısmı, işin tam mı eksik mi yapıldığını; bir kısmı, zanaatkârların doğru ve güvenilir kimseler olup-olmadıklarını, diğer bir kısmı da yapılan işin iyi mi kötü mü olduğunu kontrol eder⁶.

Osmanlı döneminde de tıpkı yukarıda anlatılan esaslara benzer ama daha geliştirilmiş şekilde uygulamalar yapılmıştır. Piyasaların kontrolü, hem Ahi birliklerinin kendi iç kuralları ile hem de devletin hisbe (ihtisab) kurumu vasıtasıyla yapılmıştır. Hatta *narh* uygulamaları, *narh nizamnameleri* veya *narh kanunnameleri* şeklinde resmileştirilmiştir. Özellikle II. Bayezid döneminde (1481-1512), 1502 ile 1507 tarihleri arasında hazırlanan ve 100'den fazla maddeyi içeren Bursa, Edirne ve İstanbul Şehirleri için çıkarılan *İhtisab Kanunnameleri*, Osmanlı döneminde devletin piyasayı nasıl düzenlediğine dair önemli ipuçları vermektedir.

Kamu hizmetlerini yürütmekten maksat ise, halkın genel refah seviyesini yükseltmeye yönelik yol, köprü, baraj, su kanalları, elektrik, telefon ve internet hatları gibi fiziki altyapı yatırımlarının yanı sıra, eğitim ve halk sağlığı alanlarında sosyal alt yapı yatırımlarının devlet tarafından planlanması ve gerektiği kadarını bizzat kendisinin üstlenmesidir.

⁶ İbn Teymiyye muhtesibin görevleri arasında insanların namaz kılıp kılmadıklarının, imam ve müezzinlerin görevlerini bihakkın yapıp yapmadıklarının kontrolü olduğunu da söyler (Teymiyye, 2001: 27).

Sosyal güvenliğin sağlanması ve yoksulluğun önlenmesi bakımından ise, İslam elinden geleni yaptığı halde fakirliğin pençesine düşmüş vatandaşların geçiminin temin edilmesinde, devlete mutlak yükümlülük getirmiştir. Ünlü İslam düşünürü Yusuf El-Kardavî, fakirlik sorununun tedavisinde İslam'ın getirdiği çözüm yollarını şöyle sıralar (El-Kardavi, 1975): Kişinin kendisinin çalışması, zengin akrabaların himayesi, zekât, devlet yardımı, zekâtтан başka vacip haklar (komşuluk hakkı gibi) ve serbest sadakalar ve ferdi ihsan. Bu sıralamaya dikkat edilirse, İslam'da esas olan kişinin alın terinin kazancını yemesidir. Miskinlik, tembellik ve dilencilik her zaman yerilmiştir. Veren el alan elden üstün tutulmuştur. Çalıştığı ya da çalışmak istediği halde geçimini sağlayamayan insanların kendi haline terk edilmemeleri gerektiği vazedilmiştir.

Son olarak, *devlet gerektiğinde fertleri belli işlerin yapılmasına zorlayabilir*. Bunlar özellikle savaş ve ağır doğal felaket durumlarında halkın acil ihtiyaçlarının karşılanması bakımından devletin müdahalesi kaçınılmaz hale gelebilir.

Ahilik Geleneğinde Ekonomide Piyasanın ve Devletin İşlevleri ve Politik Çıkarımlar

Bu kısımda İslam-Türk geleneğinin bir uygulama biçimi olarak fütüvvetnamelerin ve Ahilik uygulamalarının devlet-odaklı ve piyasa-odaklı iktisat politikaları konusunda nerede yer aldığı üzerine bir değerlendirme yapılacaktır.

Fütüvvetnamelerde Piyasaya ve Devlete Bakış

Fütüvvetnameler ahilik kurumunun inanç esaslarının, hayat felsefesinin ve ahlak anlayışının referans kaynağı olarak kabul edilebilir. Günlük hayatta her Müslümanın uyması beklenen adap ve erkamı içeren kurallardan oluşan fütüvvetnameler, İslam'ın ilk dönemlerinden itibaren varlığını korumuş, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde de iktisadi hayatın tanziminde önemli bir yer tutmuştur. Dolayısıyla, esas olarak Kur'an'ı, sünneti ve ehl-i beytin söz ve davranışlarını referans olarak kabul eden bu belgeler 10. yüzyıldan itibaren önce Arapça, ardından Farsça ve 11. yüzyıldan itibaren de Osmanlı Türkçesi olarak yazılmaya başlanmış ve İslam toplumlarının iktisadi hayatında önemli bir yer edinmiştir. Bu kısımda amaç, söz konusu fütüvvet belgelerinin İslam iktisat düşüncesinde ve tarihsel uygulamada devlet-odaklı ve piyasa-odaklı iktisat politikaları konusunda nerede durduğunun tespit edilmesidir.

Burada açıkça şu tespiti yapmak mümkün: Fütüvvetnamelerdeki bilgilerden hareketle esas olarak devlet merkezli bir ekonomik model mi yoksa serbest piyasa merkezli bir ekonomik model mi önerildiğine dair net bir kanaat belirtmek kolay değildir. Ama belgelerin ruhundan özel mülkiyetin ve teşebbüsün geçerli olduğu ama belli ahlaki kaideler çerçevesinde kamu otoritesinin denetimine tabi olduğu anlaşılmalıdır. Başka bir ifade ile, tam anlamıyla serbest piyasanın işleyişini çağrıştıracak bir anlayıştan çok, belli ahlaki normal çerçevesinde hareket eden ve kontrollü-müdahaleci bir iktisadi anlayışın hâkim olduğu söylenebilir. Esasında fütüvvetnamelerin amacı da buna pek uygun değildir. Zira bu belgelerin hedef kitlesi ağırlıklı olarak esnaf kesimi olarak bilirse de toplumun tamamıdır; esas olarak İslami normlar çerçevesinde daha erdemli bir toplum inşa etmektir. Bu hususta bir kanaat edinmek için iktisadi uygulamalarda fütüvvetnamelerin örneğin, *adalet* meselesine nasıl baktığına bakıldığında, bu hususta da doğrudan bir bilgi yer almamaktadır. Ama bu konuda da net olarak devlet-odaklı bir iktisadi politika önerisinin olmadığı anlaşılıyor; zira metinlerin içeriğinde İslam düşünürlerinin bu konudaki hassasiyetleri ile tenakuz oluşturacak bir ifade ve tavır da söz konusu değildir.

Kaldı ki, bu kitapları yazan kişilerin müktesebatının genel olarak bu tarz makro düzeyde sosyal ve iktisadi politikalar üretmeye yeterli olmadığı açıkça anlaşılmalıdır. Zira bahsi geçen konular üzerine hüküm inşa etmek ve buradan politikalar geliştirmek ileri düzeyde Kur'an, hadis, fıkıh/muamelat ve toplum bilimleri ve olayları konularına vakıf olmayı ve belli düzeyde ilmi salahiyeti gerektir. Oysa bahsi geçen eserlerin müelliflerinin ayet ve hadis metinlerini bile kaynaklarına riayet ederek düzgün bir şekilde veremedikleri, yer yer ayetlerle hadisleri karıştırdıkları, hadislerin kaynağına ve sıhhatine hiç dikkat etmedikleri, pek çok uydurma sözü hadis niye naklettikleri, baskın bir şekilde dönemin Alevi-Bektaşî söyleminin tesirinde kaldıkları görülmektedir (Gölpınarlı, 1955-1956; Gölpınarlı, 1949-1950). Kısacası, fütüvvetnamelerin ne müelliflerinin düzeyi ne de hitap ettikleri kitlenin düzeyi ne de sahip oldukları siyasi ve kültürel zihniyet burada cevabı aranan sorunun cevabını vermeye yetkin ve yeterlidir.

Osmanlı Döneminde Ahilik Sistemi Uygulamalarında Piyasanın ve Devletin İşlevleri

Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde, Kayseri ve Konya gibi Anadolu'nun pek çok yerinde bugünkü anlamda meslek-temelli küçük sanayi siteleri diyebileceğimiz yerel ekonomik kümeleşmelerin oluştuğu

bilinmektedir. Örneğin, Kayseri’de o dönemde birçok çarşının faaliyette olduğu ve buralarda üretilen halı ve kilimlerin İstanbul ve diğer Rum şehirlerine ihraç edildiği belirtilmektedir. Kayseri gibi pek çok Anadolu şehri, ticaretteki merkezîyet konumunu, daha önceki devirlerde olduğu gibi, Selçuklu ve Osmanlı devirlerinde de büyük ölçüde devam ettirmiştir. Özellikle Selçuklular, izledikleri başarılı ticaret politikaları sayesinde, Kayseri gibi ticarete uygun şehirleri, Anadolu’nun ve dünyanın önemli bir ticaret merkezi haline getirmişlerdir.

Bu çerçevede, 12. ve 13. yüzyıllarda uluslararası bir pazar ya da fuar yeri konumundaki *Yabanlu Pazarı*, adını bu pazardan aldığı iddia edilen Kayseri’nin Pınarbaşı ilçesinin Pazarören köyünde kurulmuştur. Devrinin önemli bir pazar yeri durumundaki *Yabanlu Pazarı*’nda sadece yerel ve ulusal üreticilerin ve tacirlerin malları değil, aynı zamanda diğer devletlerden üretici ve tacirlerin malları da pazarlanmakta idi. Burada, Anadolu tüccarı, ürettiği gümüş, bakır ve demir madenini, kitre, sakız, reçine ve kuru meyveyi, yapağı, tiftik, deri ve deriden mamul malları, diğer ülkelerden gelen mallarla değiştiriyordu (Erdem, 2009, 43; Sümer, 1985, 14).

Piyasaların kontrolü ya da *narh* uygulamaları, Hz. Peygamber’in döneminden itibaren aşağı yukarı tüm İslam toplumlarında uygulama bulmuş bir politikadır. Amaç, tamamen tüketicinin haklarının korunmasıdır. Zira yöneticilerin (devletin), sorumlulukları altında bulunan vatandaşlarının tüm hak ve hukuklarını koruma gibi kutsal sayılan bir görevleri vardır. Bu anlayıştan dolayıdır ki, bizzat Peygamber’in kendi döneminden itibaren “devletin (piyasaya) müdahalelerini gerçekleştirecek devlet organı” olan *Hisbe Teşkilatı*, tüm İslam toplumlarında yer almıştır.

Osmanlı döneminde Hisbe Teşkilatını andıran uygulamalar yapılmıştır. Piyasaların kontrolü, hem Ahi birliklerinin kendi iç kuralları ile hem de devletin hisbe (ihtisab) kurumu vasıtasıyla yapılmıştır. Hatta *narh* uygulamaları, *narh nizamnameleri* veya *narh kanunnameleri* şeklinde resmileştirilmiştir. Mesela, esnaf ve sanatkârların meslekleri ile ilgili hususları düzenleyen 1630 yılından önceye ait olduğu sanılan bir belgede şöyle denilmektedir:

“... ve yalan yere şahadet edenler ve tezvir hüccet (yalan belge) verenler ve onunla amel edenler, kadı katında sabit olduktan sonra muhkem haklarından geline. Ve şer’an muamele edenleri (faizcilik), onu

onbirden ziyade verdirenleri ve ribayı (tefecilik) dahi kat'a ettirmiyeler.” (Erdem, 2004: 17).

1502 ile 1507 tarihleri arasında Bursa, Edirne ve İstanbul Şehirleri için çıkarılan *İhtisab Kanunnameleri*, Osmanlı döneminde devletin piyasayı nasıl düzenlediğine dair önemli ipuçları vermektedir. Örnek olarak, bunların bazılarını aşağıda verilmiştir (Akgündüz ve Öztürk, 1999: 126-7):

“*Ve kile ve arşun ve dirhem gözlenile; eksüğü bulunanın hakkından geleler... Ve mahkeme kararıyla yiyecek ve içecek ve giyecek ve hububat ki; çarşıda ve pazarda vardır, gözedilüb her meslek sahibi teftiş oluna. Eğer terazuda ve kilede ve arşunda eksük bulunursa, muhtesib (belediye başkanı) haklarından gele.*

Ekmekçiler, standard olarak alınan ekmeği narh üzere pak işleyeler, eksik ve çiğ olmaya. Ekmek içinde kara bulunursa ve çiğ olursa, tabanına let uralar; eksük olursa, tahta külâh uralar veyahud para cezası alalar. Ve her etmekçinin elinde iki aylık, en az bir aylık un buluna. Ta ki, aniden bazara un gelmeyüb müslümanlara darlık göstermeyeler. Eğer muhalefet edecek olurlarsa, cezalandırıla.

Aşçılar bişürdükleri aş pak bişüreler ve çanakların pak su ile yuyalar ve tezgahlarında kafir olmaya. Ve iç yağıyla nesne bişürmeyeler. Ve bir akçelik eti her ne narh üzere alurlar ise beş pare olur. Bir akçelik aş alının aşına bir pare koyalar. İki pulluk dahi etmek vereler. Bir akçelikten artuk alsalar ya eksük alsalar, bu hesab üzere vereler. Cem'i Edirne'nin aşçıları ittifakiyle teftiş olundu.

Ve sirke ve yoğurda su koymayalar. Su katılmış olub bulunursa, teşhir edeler veyahud tahta külâh uralar, gezdireler... Ve hamallar nalsuz at istihdam etmeyüb ve dağ yükünün iki yükünden ziyade götürmeye... Ve her sanatı aydan aya kadı ile teftiş ede ve dahi göre ve gözede. Her kangısı kim tayin olunan narhdan eksük sata, muhtesib hakkından gelüb teşhir ede.”

Yukarıdaki ihtisab kanunnameleri, aynı zamanda birer *narh defteridir*. Çünkü, zikredilen malların içeriklerinin ve niteliklerinin yanı sıra, bunların fiyatları da yer almaktadır. Bu uygulama, İmparatorluğun ilk yıllarından itibaren Ahilik teşkilatlarında olduğu gibi, daha sonraki dönemlerde *lonca* tipi esnaf teşkilatlanmasında da devam ettirilmiş; kalite kontrolü konusunda esnaf müteselsilen birbirine kefil yapılmıştır. Tesbit edilen standartlara uymayanlar, esnaf idarecileri (kethüda, yiğitbaşı)

tarafından uyarılmış; devamı halinde ise, konu kadıya götürülmüştür. Kadı, suçun niteliğine göre, örneğin, ustalıktan kalfalığa indirme cezası veya kürek cezası verme yetkisine sahiptir (Erdem, 2009, 80-81; Kütükoğlu, 1999, 24-25).

Osmanlı'nın ilk dönemlerinde ise, muhtesiplerin işlevlerini büyük ölçüde *Ahiler* yerine getirmiştir. Ahi birlikleri, bir yandan üreticiler arasındaki haksız rekabeti ve tekeli eğilimleri önlemeye çalışırken, diğer yandan tüketici haklarının korunmasına yönelik düzenlemeler yapmışlardır. Bu amaçla, esnafın ihtiyaç duyacağı hammaddelerin temininde tahsis siyaseti benimsenmiştir. Bu yolla hem esnaf hammadde sıkıntısı çekmemiş hem de tekellilik ve ihtikar (spekülasyon) büyük ölçüde önlenmiştir (Erdem, 2009, 87; Erdem, 2004, 17).

Ahilik sisteminde aynı meslek erbabı aynı çarşıda yan yana faaliyet gösterdiği için, ürünlerin kalite ve fiyatları bakımından tam bir rekabet söz konusudur. Hatta piyasa kendi kendini kontrol mekanizmasına sahiptir. Öyle ki, kaliteli mal üretme ve satma konusunda hileli iş yapan esnaf piyasada kendiliğinden ve düzenli kontrollerde kolaylıkla fark edilebilmekte ve teşhir edilebilmekte idi (*pabucun dama atılması*). Dolayısıyla, rekabetçi piyasalarda aranan standart mal ve simetrik bilgi özellikleri bu tür çarşılarda büyük ölçüde sağlanmış oluyordu (Erdem, 2009, 86-87).

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada, tarihsel olarak teorik ve pratik birikimlerden hareketle İslam geleneğinde merkezi ekonomik karar biriminin devlet mi yoksa hanehalkları ve firmalardan oluşan piyasa mı olduğu incelenmiştir. Sonuç olarak, bugün gerek iktisat teorisinin gerekse uygulanan iktisadi politikaların ulaştığı hâkim görüş, serbest piyasa mekanizmasının devletin güdümündeki bir ekonomik modele göre üretici, tüketici ve devlet olarak tüm ekonomik birimlerin menfaatine uygun daha etkin bir yapı arz ettiği yönündedir. İktisat biliminin esas olarak uğraştığı kıt kaynakların sürekli artan ihtiyaçlara daha etkin cevap verebilmesi için hem mikro hem de makro seviyede tüm karar birimlerinin iş bölümünü, fırsat maliyetleri ve karşılaştırmalı üstünlükleri dikkate alan bir piyasa mekanizmasına ihtiyacı vardır. Zira, her ekonominin en temel sorunları olan hangi malların ne kadar, nasıl ve kim için üretileceğine dair en uygun karar piyasa fiyatına bakılarak verilebilecektir.

Devletin daha düşük maliyetle daha fazla ve daha kaliteli mal ve hizmet üretme ve satma yönünde bir etkinlik meselesi yoktur. Devlet, vatandaşlar

arasında adaleti sağlayan tarafsız bir kurum olmanın yanı sıra, rekabetin tesisini ve sürdürülebilmesini, kaynakların etkin kullanımını ve dağılımını mümkün kılacak yasal altyapıyı hazırlamak ve denetlemek, sosyal ve ekonomik hayatını idame ettiremeyen vatandaşların asgari hayat standartlarını sağlayacak imkanları oluşturmak ve ülkenin (iç) ve dış güvenliğini sağlamakla yükümlüdür.

İslami bakış açısının esas olarak bu söylenenlerle örtüştüğü rahatlıkla söylenebilir. Tabii ki, İslam alimleri arasında devlet ve piyasa arasında göreceli görüş ayrılıkları vardır. Ancak, işin teorik yapısı esas olarak özel mülkiyetin kutsallığı, rekabetin gerekliliği ve piyasa fiyatının en uygun fiyat olduğu ilkelerinden hareket eder. Zira, ekonomik karar birimleri ölçülü davrandıkları, helalinden kazandıkları ve tükettikleri, cimrilikten ve israftan kaçındıkları müddetçe, serbest mübadele hem bireyleri hem de toplumu daha müreffeh hale getirecektir. Devlet ise, varlığını vatandaşlar adına iyiliği emreden kötülükten de nehyeden; yani, onların dinini, nefsini, malını, aklını ve neslini koruyan bir üst kurum olarak sürdürecektir. Bu çerçevede, İslam geleneğinde devletin ekonomik alanla ilgili esas görevleri; adaletin sağlanması ve haksızlığa mâni olunması, kanun ve nizamın korunması, fertlerin mal ve can emniyetlerinin ve iş ahlakının tatbikinin sağlanması, piyasa mekanizmasının tüm fertlerin menfaati doğrultusunda çalıştırılması, temel altyapı hizmetlerinin yürütülmesi ve vatandaşların sosyal güvenliğinin sağlanması olmalıdır.

İslam'ın temel kaynaklarından bu hususta bugünkü bakış açısıyla doğrudan cevaplar üretmek elbette kolay değildir. Zira teorik yazın, asırlara sâri ilgili literatür ve uygulamalar dönemden döneme ve coğrafyaya göre farklılık arz etmiştir. Zımninden de olsa fütüvvetnamelerin dili ile Ahi teşkilatlarının uygulamalarının da esasında benzer muğlaklığı sürdürdüğü söylenebilir. Dönemin sade ekonomik yapısı içerisinde teorik söylem ve literatür ile ilk dönem uygulamalar daha ziyade özel mülkiyetin, özel teşebbüsün ve piyasanın baskın rolüne işaret etmektedir. Daha sonraki dönemlerin büyük çoğunluğunda ve pek çok coğrafyada devletçi söylemler ve uygulamalar baskın hale gelmiştir. Hz. Peygamber'in döneminden itibaren piyasanın düzenlenmesi ve denetlenmesi, dolayısıyla, ahlak temelli, kalite ve standardizasyonun korunması amacıyla oluşturulan Hisbe müessesesi, zamanla narh politikası gibi devletçi-otoriter uygulamaların kurumsal bir aracı haline gelmeye başlamıştır. Zımninden de olsa fütüvvetnamelerin dilinden ve Ahi teşkilatlarının uygulamalarından anlaşılan da bu ikinci bakış açısının uzantısı olarak değerlendirilebilir.

Bu araştırmadan çıkarılması gereken önemli bir sonuç da günümüz ekonomilerinin en önemli ihtiyaçlarından olan ve bu minval üzere kurumsal yapıların hızla geliştiği düzenleyici ve denetleyici mekanizmaların Ahilik sisteminde asırlar öncesinden hayata geçirilmesidir (*'pabucun dama atılması'*). Dolayısıyla, tüm mal, hizmet ve faktör piyasalarının sıkı düzenleme ve denetlemeye tabi tutulması, İslam'ın ilk devirlerinden itibaren bizzat Peygamber'in uygulamalarıyla hayata geçirilmiş olup, yakın zamanlarda Batılı ülkelerden ithal edilmiş ve zorla uygulanmış konular değildir. Başka bir ifade ile, İslam ve Türk geleneğinde piyasa koşullarına tabi, ahlaki değerler üzerine inşa edilmiş rekabetçi ama sıkı düzenlemelere ve denetlemelere tabi tutulan bir piyasa kültürü asırlar öncesinden hep var ola gelmiştir.

KAYNAKÇA

- Akgündüz, A., ve Said, Ö. (1999). *Bilinmeyen Osmanlı*. Osmanlı Araştırmaları Vakfı Yayını: İstanbul.
- Çapra, M. Ö. (1977). *İslamda İktisadi Nizam*. çev. H. Yavuz, Sebil Yayınevi: İstanbul.
- Davudoğlu, A. (1980). *Sahih-i Müslim Tercüme ve Şerhi*. Cilt 7. Sönmez Neşriyat: İstanbul.
- Demir, Ö. (2003). *Küresel Rekabette Etkin Devlet*. Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Ebu Yusuf, K. (1973). *Kitabu'l Haraç*. Çev. A. Özek, İ.Ü. İktisat Fakültesi Maliye Enstitüsü Yayını: İstanbul.
- El-Kardavi, Y. (1975). *Fakirlik Problemi Karşısında İslam*. Çev. A. Öztürk, Nur Yayınları: Ankara.
- El-Mübarek, M. (1978). *İslamda İktisat Nizamı*. Çev. H. Cemal, Çığır Yayınları: İstanbul.
- Erdem, E. (2010). The Functions of State in Determining Economic Policies in Islamic Tradition. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35, 19-36.
- Erdem, E. (2009). *Ahilik: Ahlakla Kalitenin Buluştuğu Bir Esnaf Teşkilatlanma Modeli*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Erdem, E. (2004) *Akhizim: Its Role and Importance in Social and Economic Development of the Turkish Society*. Erlangen Friedrich-Elexander Univ. Zentralinstitut für Regionalforschung, (working paper): Erlangen-Nürnberg.
- Ersoy, M. A. (1977). *Safahat*, Haz. Ö.R. Doğrul. İnkılap ve Aka Kitabevi: İstanbul.
- Esed, M. (1999). *Kur'an Mesajı*. İşaret Yayınları (Yeni Şafak): İstanbul.
- Gölpınarlı, A. (1955-1956). *Şeyh Seyyid Gaybi oğlu Şeyh Seyyid Huseyn'in Fütüvvet-namesi*. İ.Ü. İktisat Fakültesi Mecmuası, C. 17. N. 1-4, 27-72.
- Gölpınarlı, A. (1949-1950). *İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı*. İ.Ü. İktisat Fakültesi Mecmuası, C. (11), 1-4. Ayrıca, İstanbul Ticaret Odası yayını (kitap) olarak, 2011: İstanbul.

- Haldun, İ. (1986). *Mukaddime*. Cilt 2. Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- Hammad, N. (1996). *İktisadi Fıkıh Terimleri*. Çev. R. Ulusoy, İz Yayıncılık: İstanbul.
- Kallek, C. (1997). *Asrı Saadette Yönetim-Piyasa İlişkisi*. İz Yayıncılık: İstanbul.
- Karatepe, Ş. (1999). *Kendini Kuran Şehir*. Kayseri Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları: Kayseri.
- Khan, M, S., ve Abbas, M. (1992). *Islam and the Economic System: Review of Islamic Economics*. C. 2(1),1-29.
- Oğuz, O., ve Tabakoğlu, A. (1991). An Historical Approach to Islamic Pricing Policy: A Research on the Ottoman Price System and its Application. *JKAU: Islamic Economics*, C. (3), 63-79.
- Savaş, V. F. (2000). *Piyasa Ekonomisi ve Devlet*. Liberte Yayınları: Ankara.
- Skousen, M. (2009). *İktisadi Düşünce Tarihi: Modern İktisadın İnşası*. Adres Yayınları: Ankara.
- Sümer, F. (1985). *Yabanlı Pazarı: Selçuklular Devrinde Milletlerarası Büyük Bir Fuar*. Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yayını: İstanbul.
- Taylor, J. (2004). *Principles of Microeconomics*. Houghton Mifflin Company: New York.
- Teymiyye, İ. (2001). *Bir İslam Kurumu Olarak Hisbe*. Çev. V. Akyüz, İnsan Yayınları, İstanbul.

AN INQUIRY CONCERNING THE MARKET-ORIENTED AND STATE-ORIENTED POLICIES IN THE ISLAMIC ECONOMIC THINKING AND THE TRADITION OF AKHIZM

EXTENDED ABSTRACT

In this study, it has been examined whether the central economic decision-making unit is the state or the market in the Islamic tradition, based on historical-theoretical and practical acquis. The dominant view reached today by both the economic theory and the policies is that the free-market mechanism offers a more efficient structure in line with the interests of all economic units as producers, consumers, and states, compared to an economic model under the control of the state. Economics needs a market mechanism that considers the division of labor, opportunity costs and comparative advantages of all decision units at both micro and macro levels in order to respond more effectively to the ever-increasing needs of scarce resources, which the science of economics is mainly dealing with. Because the most appropriate decision about the questions of what goods to produce, how much, how and for whom, which are the most fundamental problems of every economy, can be made by looking at the market price.

There is no question of the efficiency of the state in producing and selling more and better-quality goods and services at lower cost. In addition to being an impartial institution that ensures justice among citizens, the state prepares and supervises the legal infrastructure that will enable the establishment and sustainability of competition, the efficient use and distribution of resources, to create opportunities to ensure minimum living standards of citizens who cannot maintain their social and economic life, and to ensure the internal and external security of the country. is obliged to provide.

It cannot be easily said that the Islamic perspective mainly coincides with what has been pointed out. Of course, there are relative differences of opinion between the state and the market among Islamic scholars. However, the theoretical structure of the subject is mainly based on the principles of the sanctity of private property, the necessity of competition, and the market price being the most affordable. Because, as long as economic decision-making units act in moderation, earn and consume from halal, avoid stinginess and waste, free exchange will make both individuals and society more prosperous.

In the Islamic tradition, great importance was attached to the free-market process and exchange since the period of Prophet and the first Kaliphs. In fact, in addition to the Quran and Sunnah, the basic sources of Islam have also full of principles regarding market culture and commercial exchange. Accordingly, both the theoretical literature and the historical acquis put emphasis on the market and exchange volume to be as large as possible. In this case, there will be an abundance of goods in the market, the supply chain will gain continuity without being interrupted, and while doing this, religious discrimination, or domestic and foreign buyer and seller restrictions will not be applied as much as possible. Thus, the shortage of goods and pricing in the market will not be seen as much as possible; also, growth will be more sustainable and price stability will be more permanent. However, in the Islamic tradition, there are indispensable conditions for exchange, and it is not considered to have taken place until these conditions are met. Marketplaces are also subject to strict regulation and supervision mechanisms.

As a matter of fact, the Prophet attached such importance to the process of free exchange and the price mechanism that, while bringing the peasants' products to the market, he strictly forbade the purchase by some vigilant townspeople (merchants) on the road before the seller even reached the marketplace. The purpose is to protect the surpluses of both producers and consumers and to generate a competitive market consisting of many buyers and sellers.

Again, it is known that the Prophet abolished the market taxes in order to increase the volume of exchange in the free market, refused to interfere with rising prices, and did not allow internal customs duties during the shipment of goods between cities. In addition, both the Prophet and the Kaliph Omar encouraged merchants who wanted to come to the market of Medina from other distant cities, praised them, prohibited the killing of polytheist merchants who were not fighting in wars, declared that they could sell the goods of foreign merchants under free market conditions, they either completely abolished or greatly reduced customs taxes, they took the necessary precautions to ensure safe access to Medina and to keep them safe there, especially they encouraged the shipment of goods from the villages to the cities, and they dug channels for the spread of free trade between cities and countries.

The state, on the other hand, will continue its existence as a supreme body in Islamic tradition spreading good, preventing evil on behalf of its citizens to protect their religion, soul, property, mind, and generation. In

this context, the main functions of the state/government in economic field in the Islamic tradition should be suggested as providing justice and preventing injustice, protecting the law and order, ensuring the property and life safety of individuals, regulating and supervising the implementation of business ethics, operating the market mechanism for the benefit of all individuals, carrying out basic infrastructure services and ensuring the social security of citizens.

Therefore, it is not easy to produce direct answers from the basic sources of Islam with today's point of view. Because the theoretical literature and practices extending to centuries differed from period to period and geography. It can be said that the language of the *Futuwwatnamas* and the practices of the *Akhi Organizations*, even if they are implied, maintain similar ambiguity. Theoretical discourse and literature and the early practices rather indicate the dominant role of private property, private enterprise and the market while in most of the later periods and in many geographies, statist discourses and practices became dominant. Since the time of the Prophet, the *Hisba Institution*, which was established to regulate and control the market and therefore, to protect quality and standardization, has become an institutional tool of statist-authoritarian practices such as *narh* policy as time progresses. Even if implied, what can be understood from the language of the *Futuwwatnamas* and the practices of the *Akhi Organizations* can be considered as an extension of this second point of view.

The *Futuwwatnamas* can be accepted as a reference source of the belief principles, life philosophy and moral understanding of the *Akhi* tradition. It is not easy to make a clear conviction from the information in the *Futuwwatnamas* whether it is proposed mainly a state-centered economic model or a free market-centered economic model. However, from the spirit of the documents, it is understood that private property and enterprise are valid but subject to the control of the public authority within the framework of certain moral rules. In other words, it can be said that a controlled-interventionist economic understanding that acts within a certain moral normal framework is assumed rather than an understanding that completely evokes the functioning of the free market. In fact, the purpose of *Futuwwatnamas* is not well suited to this. Because the target community of these documents is the entire society, although it is mainly known as the tradesmen since it is mainly to build a more virtuous society within the framework of Islamic norms. For instance, it is understood that there is no clear state-oriented economic policy

proposal in the issue of justice in economic practices. However, there is no expression or attitude in the content of the texts that would contrast with the sensitivities of Islamic thinkers on this issue.

An important conclusion to be drawn from this research is that, in our opinion, regulatory and supervisory mechanisms called as “throwing the shoes on the roof” (‘displaying the defective goods’ or with Turkish original; ‘*pabucun dama atılması*’), which are among the most important needs of today's economies and in which institutional structures have developed rapidly, were implemented centuries ago in the Ahi system. Thus, such issues and institutions are not the subjects that were recently imported from Western countries and had to be enforced just to adapt to them. On the contrary, in the Islamic and Turkish tradition, there has always been a competitive market culture built on moral values, relatively competitive market conditions, but subject to strict regulations and supervision, centuries ago.

In the first periods of the Ottoman Empire, the Akhis fulfilled the functions of the *mukhtesip* (the market regulator and supervisor). Thus, the Akhi Associations, while trying to prevent unfair competition and monopolistic tendencies between producers, have made regulations for the protection of consumer rights. For this purpose, a policy of allocation has been adopted for the supply of raw materials that the tradesmen will need. In this way, both the raw material shortage of the tradesmen was eliminated, and monopoly and stockpiling (speculation as well) were largely prevented.

HARAM KARIŞIK MAL VE KAZANÇLA İLGİLİ TASARRUFLAR

Yunus KELEŞ^a

Diyanet İşleri Başkanlığı, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru: 20 Mayıs 2020

Kabul: 29 Aralık 2020

JEL Sınıflandırma:

F19

G40

G32

Z12

Anahtar Kavramlar:

İslam hukuku,
Haram, Faiz, Helal,
Karışık Sermaye,
Temiz Kazanç,
Kirlili Kazanç

ÖZ

Haram mal ve kazançla ilgili farklı konular günümüzde en çok karşılaşılan meselelerin başında gelmektedir. Günümüzde çok yaygınlaşan faiz, karaborsa, gasp, kumar, rüşvet gibi haram sebepleri düşünüldüğünde bu mesele, güncelliği zirve yapan ve sonucu merak edilen önemli bir konu olarak karşımızda durmaktadır. Temiz ve helal kazanç hassasiyetine sahip insanların doğrudan veya dolaylı muamelelerinde karşılaşılabilecekleri bu tür kirlili kaynaklara karşı nasıl bir tavır alması gerektiği fıkhi sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür sorunlar gasp, hırsızlık, rüşvet gibi doğrudan zulüm ve haksızlık cihetiyle elde edilen haram malda olabileceği gibi faizli muameleler, hediye, miras gibi yollarla gelen haram malda da olabilir.

Bu tür malların alışverişte bedel olarak kullanılması veya ikram, hediye gibi yollarla elde edilmesi, ticarete sermaye olarak kullanılması veyahut borç olarak verilmesi gibi durumlarda fıkıh ne demektedir? Sermayesinde haram karışık mal olan bir şirkette çalışan kimsenin aldığı maaşı kendisi için temiz olur mu?

Bu çalışmada haram yollarla elde edilen bir mal üzerinde tasarruf, elinde haram karışık mal bulunan bir kimseyle muamelede bulunmak veya ortaklık yapmak hakkında fakihlerin değerlendirmelerini irdelemeye kafa karışıklıklarını gidermeye çalışacağız. Günümüzde haram-helal hassasiyetinin zayıflamış olduğu gerçeğinden hareketle toplumsal bir hacetin zaruret menzilesinde değerlendirilmesi gerektiğini, doğrudan haram bir muameleyle tevessül edilmediği sürece kısmen malına haram karıştıran kimselerle muamelenin caiz görülebileceğini söylüyoruz.

^a **Sorumlu Yazar:** Dr., Diyanet İşleri Başkanlığı, Din İşleri Yüksek Kurulu, E-posta: yukehu@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2066-7171>

Kaynak göster: Keleş, Y. (2020). Haram Karışık Mal Ve Kazançla İlgili Tasarruflar. İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi, 6(2) 211-236

© IZU Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi. Tüm Hakları Saklıdır.

THE TRANSACTIONS OF HARAM MIXED GOODS AND EARNINGS

Yunus KELEŞ^b*Presidency of Religious Affairs, Turkey*

ARTICLE INFO

Article history:

Received: May 20, 2020

Accepted: Dec. 29, 2020

JEL Classification:

F19

G40

G32

Z12

Keywords:

Islamic Law,

Haram, Interest, Halal,

Mixed Capital,

Clean Gain,

Dirty Gain

ABSTRACT

Haram goods and earnings related to different issues are the most common issues today. Considering the reasons of haram such as interest, black market, extortion, gambling and bribery, this issue is an important issue which is the topical and topic. The fiqh problem of people with clean and halal gain sensitivity is to take a stand how should they have behaviour against such dirty sources that they may encounter in direct or indirect treatment. What should be done with haram which is in the hands of someone who has acquired somehow? With such dirty money, can charity work be done? What does fiqh say about the use these dirty winnings as a price of purchase or gift or a capital in trade or as a loan.

In this study, we will try to examine the jurisprudence scientists evaluations on the treatment of a property that is obtained by means of forbidden or their evaluations about to do business with a person with a forbidden property or to make a partnership with him. We have dealt with the issue that there is no independent study in the Turkish literature with an original systematic. We tried to eliminate the confusion.

^b **Corresponding Author:** Dr., Presidency of Religious Affairs, High Council of Religious Affairs, E-mail: yukehu@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2066-7171>

To cite this article: Keleş Y. (2020). The Transactions of Haram Mixed Goods and Earnings. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(2), 211-236.

© IZU International Research Center for Islamic Economics and Finance. All rights reserved.

GİRİŞ

Haramın ikinci bir zimmete intikali konusu sürekli kafaları meşgul eden, muamele açısından çok merak edilen bir konudur. Öyle ki, bu konuda ifrat ve tefrit açısından kimileri ya vesveseye düşüp şüphe fırtınasına kapılmış ya da ipin ucunu iyice gevşeterek sakıncalı alanın içine düşmüştür. Konu özü itibarıyla bir kimsenin elinde bulunan haram bir mal, para veya menfaatin pazara sürülmesi durumunda bu haram şeylerle alım, satım, ortaklık gibi vesilelerle muameleye karışan kimselerin durumuyla alakalıdır. Yani böyle bir haram malı satın alan ikinci kimsenin durumu nedir? Ya da haram bir mal satış, ortaklık, veraset, hibe, ariyet gibi suretlerde ikinci ve oradan üçüncü şahıslara intikal ettiğinde malın haramlık durumu da intikal eder mi? Fasid bir akitle elde edilen bir malın ticarete kullanılmasıyla elde edilen kârın durumu nedir? Böyle bir malın haramlığı zimmetlerin değişmesiyle zail olur mu? İkinci veya üçüncü zimmetler bu haram malı elde ettikten sonra bu malla ticaret yaptıklarında elde ettikleri kâr temiz olur mu? Eğer temiz olursa bu durum haram malın temizlenmesi için sistematik bir yapıya kavuşturulabilir mi? Eğer temizlenmezse bu durumda haram malın ne yapılması gerekir? Miras yoluyla gelen haram bir mal, mirasçılara helal olur mu?

Yöntem olarak, mezheplerin temel başvuru kaynaklarına müracaat ettik. Bu konuda bulabildiğimiz müstakil çalışmayı ortaya koyan Ahmed el-Baz'ın Ahkâmü'l-mâli'l-haram adlı basılmış eseri öne çıkmaktadır. Ancak konunun asıl merkezini oluşturan batıl, fasid akitlerin sonuçları ve bilhassa Hanefi mezhebinin yaklaşımı hususlarında çok zayıf kaldığı görülmüştür. Bizim bu çalışmamız hem bu eksikliği tamamlamak açısından hem de kendi özgün sistematığı açısından onun çalışmasından bariz bir şekilde ayrılmaktadır. Günümüzde yapılan çalışmalarda kaynaklara yapılan atıfları bizzat yerinde görmeye özen gösterdik. Konuyla ilgili Türkçe ilahiyat çalışmalarında bir çalışmanın olmaması bizi bu işe heyecanla ve azimle sevketti. Konu tabiatı gereği ticari ve iktisadi konularda her zaman karşımıza çıkabilecek bir mahiyet arz etmektedir. Meselenin diğer bir boyutu ise zühd ve takva cihetini ilgilendirdiğinden konu sadece muamele kurallarıyla yetinilecek bir karakterde değildir. Bu nedenle meselenin şüphe ve vera boyutuna da işaret edilmiştir. Konunun tabiatı gereği ticari ve iktisadi konularda her zaman karşımıza çıkabilecek bir mahiyet arz etmektedir.

Özellikle ticaretin ve muamelelerin küresel hale geldiği, faizli işlemlerin kılcal damarlara kadar girdiği günümüzde konunun önemi daha iyi anlaşılmakta, tayyib ve helal kazanç derdi olanların dini hassasiyetlerini dikkate alan çözüm yolları üretmenin zarureti ortada durmaktadır.

Bu araştırmamızda önce haram malın tanımı ve çeşitleri üzerinde durduktan sonra bir kimsenin elindeki malın durumuna göre tamamı haram

olması veya haram karışık olması gibi farklı hallerde onunla muamelenin, hediyesinin, miras olarak intikal etmesinin veya ikramının fikhi boyutunu ele alacağız. Daha sonra da hassas değerlendirme gerektiren güncel konu örneklerini vererek tatbiki bir fikhi değerlendirme yapmaya çalışacağız. Zira bu konu çok defa ölçü ve dengeye oturtulmadığı için ya gereksiz yere yasaklama ya da sakınılması gerektiği halde gevşetme gibi yanlış sonuçlara gidilebilen bir konudur.

1. HARAM MAL KAVRAMI ve ÇEŞİTLERİ

Haram ve helal gibi hükümler, şer'i bir vasıf olarak Şari'in nehyettiği hususlarla irtibatlı olarak mala, menfaate ve kazanca yönelik hususlarda da söz konusudur. Bu açıdan bakıldığında doğrudan “haram mal” tanımını diyebileceğimiz teknik anlamda bir tanım yapılmamış genel anlamda çerçevesi çizilmekle yetinilmiştir. Mesela, İmam Gazali haram malla ilgili tanımlamada; “rüşvet, faiz, kumar, ihtikar gibi haram yolla kazanılan şeylerdir” şeklinde bir ifade kullanır. Bu itibarla haram mallar zatı (aslı) ve vasfı itibarıyla haram oluşu açısından ikiye ayrılmıştır. Domuz, içki, leş, hırsızlık, rüşvet, gasp gibi sebeplerle elde edilen mallar hem zatı hem vasfı itibarıyla haram mal olurken faiz, kumar, ihtikar gibi sebeplerle elde edilen mallar ise vasfı itibarıyla haram sayılır. Birinciler mülkiyet ifade etmediği gibi üzerinde de tasarrufun caiz olmadığı mallardır. Bunu elinde bulundurana düşen ondan kurtulmaktır. Gasp, rüşvet gibi şeylerde ise malı sahibine iade etmektir. Vasfı itibarıyla haram olanların mülkiyeti ve o mallarda tasarruf konusu ise ihtilafli bir konudur (Hammad, 2001, s. 30).

Bu durumda haram malı şöyle tarif edebiliriz.

Haram mal: *Şer'i yönden meşru görülmeyecek surette kişinin mülkiyetine ya da tazmin sorumluluğuyla zilyedliğine giren aynî, nakdî ve menfaat türü şeylerdir.*

Malın mütekavvim olup olmaması açısından haram lizatihî ve haram ligayrihî olan mallardan söz edebiliriz. Domuz, pislik, leş, kan gibi şeyler mütekavvim olmadığından haram liaynihî türündendir. Yani bunlar hem aslı hem vasfı itibarıyla haramdırlar. Mütekavvim olmayan bir malın akdin konusu olması butlan ile sonuçlanır. Ancak akdin konusu değil de bedel/semen olması durumunda ise akit fasid olur (Mecelle, md. 212- 371-382). Haram ligayrihî ise, aslı itibarıyla haram olmayan ancak harici bir sebeple malın vasfı sebebiyle şer'in haram kıldığı türlerdir. Gasp ve hırsızlık malı gibi. Bu nedenle bazıları bunu “kazanç sebebiyle haram” veya “sebepleri yüzünden haram” diye tarif eder (el-Baz, 1998 , s. 43). Zira haramlık, mahal olan malda değil ona izafe edilen hal ve fiyledir. (Teftazani, s. 2: 276)

Bir mal üç şekilden biriyle, mâlik sıfatıyla (yedü'l-milk), hukukî bir izne dayanarak (yedü'l-emâne) yahut gasp veya hırsızlık gibi haksız bir fiille (yedü'd-damân) bir kişinin hâkimiyetinde bulunabilir. Bu durumda kazanılması ya da elde edilmesine sebep olan hususlar göz önüne alındığında haram malları şöyle tasnif edebiliriz:

- a. **Mülkiyetin Yokluğu Sebebiyle Elde Edilen Haram Mal:** Hukuka aykırı bir surette elde edilen mal, mülkiyet hakkı doğurmaz ancak zilyedlik söz konusu olur. Rüşvet, gasp, hırsızlık gibi sebeplerle elde edilen mallar, gerçekte mülkiyet ifade etmeyen ama zilyedlik sebebiyle mali sorumluluğu ve tazminatı getiren eylemlerin sonucu olarak elde edilmiş mallardır. Bu nedenle hırsız ya da gâsıp gibi kimselerin aldıklarını aynıyla, aynıyı telef etmişlerse; bu mal misli ise mislini, kıyemi ise kıymetini iade etmeleri vacip olur.
- b. **Şer'an Meşru Olmayan Ama Malikin İzniyle İntikal Eden Mal:** Kumar, kahinlik, falcılık, bağı (fuhuş bedeli) vb. sebeplerle elde edilen mal gibi. Haram malın mirasla intikaliyle, şartları yerine getirilmeden el konulan kayıp malları da bu kısımda inceleyebiliriz. Zira mirasta mal haramken izin şer'i yönden lükata da ise mal helalken menetme şer'i yöndendir. Kumar, fal gibi şeylerden elde edilen kazanç temiz olmadığı için bunlardan Allah hakkı gereği kurtulmak vacip olur. Miras yoluyla gelen haram mala gelince; bu ya rüşvet, gasp gibi haram yollarla murisin kimden elde ettiği bilinen geride bıraktığı mallar yahut murisin yine haram yollarla elde ettiği ama kimden aldığı bilinmeyen mallar olabilir. Fakihler haram yollarla elde ettiğini bildikleri murisin malını mirasçıların alıp alamayacağı konusunda ihtilaf etmişlerdir.
- c. **Batıl ve Fasid Akid Sonucu Elde Edilen Mallar:** Faiz, ihtikar, aldatma ve haram bir malın alım satımı gibi sebeplerle elde edilen mallar bu türdendir. Fukaha bu konuda farklı yaklaşımlarda bulunmuş, meseleyi haram malla helal malın karışık olması durumunda haramın ya da helalin çokluğuna göre veya taayyün edip etmemesine göre farklı değerlendirmişlerdir ki ileride bunu ele alacağız. Gerek batıl gerekse fasid akitlerde malın habsiyeti sabittir ama bu tür mallarla yapılan muameleler sonucu elde edilen kârlara da kirlilik (habsiyet) intikal eder mi? Bu tür haram malların mülkiyeti hakkında fakihler hangi görüşleri ileri sürmüşlerdir? Akde hâle getiren fesad unsuru giderilirse veya tazmin gereken yerde tazmin gerçekleşmişse bu kirli mallar tayyib/temiz hale gelir mi?

Zamanla haramın çoğalması, temiz ve helal kazanca dikkatin azalmasına paralel fakihler, görüşler arasından insanları sıkıntı ve meşakkatten kurtaracak tercihlerde bulunmuşlardır. Bu anlamda fesadü'z-zaman sebebiyle bir kısım

fasid akitlerin sonuçları geçerli sayılmış, muâmelelerin mümkün mertebe helal tarafına kaydedilmesi imkânı araştırılmıştır. Zamanımızda faizin müessesleşmede yaygın bir ağa sahip olduğu ve geniş kitlelere yaygınlaşma imkânı bulduğu aşikardır. Gerçekten faizin cahiliye dönemindeki gibi her tarafı kapladığı (Dalgın, 2010, s. 88) günümüzde, ticaretten müstağni kalınamayacağına göre bu görüşün öne çıkması kaçınılmaz olmuştur. Nitekim Mecelle Şerhinde insanların muamelelerinin imkân ölçüsünde sıhate hamledilmesinin fesada hamledilmesinden evlâ olduğu belirtilir³ (Haydar, 2016, s. 1:915).

Burada genel bir değerlendirme yapılacak olursa bir müçtehidin görüşüne tabi olarak bir akdin sahih olduğuna itikat ettiği için uygulayan kimsenin kazandığı mal helal olur. Bilahare bu ictihadın hatalı olduğunun zahir olmasıyla o maldan elde ettiği kazançları elden çıkarması gerekmez. Gerekli olan artık o muameleyi terk etmesidir. Zira tevil günahı düşüren bir özürdür. Ancak tek şart, bu tevilin bir delile dayanmış olmasıdır.

Fasit akit ile elde edilen bir malın üçüncü bir şahsa satışından veya başka bir malla değişiminden elde edilen kârın durumu hususunda Hanefî fakihleri ikili bir ayırma gitmiştir: Taayyün edenler (kıyemî) ve taayyün etmeyenler (misli). Dirhem, dinar yani şimdiki ifadeyle nakit para ve altını taayyün edilmeyenler, bunun dışındakileri de taayyün edilenler kısmından kabul etmişlerdir. Fasit bir akit ile sahip olunan bir ayndan (maldan) elde edilen kâr habîs kabul edilmiş ancak böyle bir akit sonucu alınan paradan (nakitten) elde edilen kâr temiz kabul edilmiştir. Fasid akitler ribâ kapsamında değerlendirildiği için şüphesine itibar edilir ama şüphenin şüphesine itibar edilmez. Çünkü bu durum silsile yoluyla (yani şüphenin şüphesinin şüphesi..şeklinde) devam edeceği için ticaret kapısının kapanma tehlikesi baş gösterir (İbnü'l-Hümmam, ty, s. 6:473-474). Sözelimi bir kişi fasit bir alım-satımla bir mal satın alsın, onu teslim aldıktan sonra satıp kâr etse bu kârı tasadduk etmesi gerekir. Satıcı ise, malın satışından aldığı para ile bir şey satın alsın ve bundan kazançlı çıksa o kazanç onun için tayyibtir (temiz kazanç). Çünkü mal tayin ile belirlenebilir ama dirhem ve dinarlar belirlenemez” (Baberti, s. 6:473). Ancak gaspla elde ettiği malın satışında ise kirlilik her iki durumda da vakidir. Kısacası fakihlerin mahzurlu ya da mubahlığında ihtilaf ettikleri meselelerde hilafın çok zayıf olmaması böylece ittifak edilen bir mahzura vesile olmaması şartıyla kesin haram hükmü verilmez (Maverdi, 2000, s. 297).

³ Bu mana Kerhî'nin Usûlü'nde 6. Aslında *أَنَّ أُمُورَ الْمُسْلِمِينَ مَحْمُولَةٌ عَلَى السَّادَةِ وَالْمُتَّالِحِ حَتَّى يَظْهَرَ غَيْرُهُ* şeklinde ifade edilmiştir. (Kerhi, Ebu'l-Hasen b. Ubeydullah b. Dellâl. *Usûl*. Pezdevî'nin Usulü'yle birlikte. Karaçi: Matbaatu Cavid. tz. 3).

Buna göre mesela, banka kredisi kullanan bir şirket nakdi kullandığında bundan elde ettiği kâr temiz olmaktadır. Ancak aynı kredi kullanmış yani mal almışsa bundan elde edilen kâr temiz olmamakta bu sebeple elden çıkarılması gerekmektedir. Para (lira, dolar, euro, altın) bizzat belirlenemediği için fasit akitle de elde edilse bundan elde edilen kâra şüphenin şüphesi bulaşmaktadır. Ancak bu durum kredi kullanan için faiz sorumluluğunu düşürmez. Sadece ikinci adımda meşru bir ticaretten elde ettiği kârın temizliğinden bahsedilebilir. Zira faiz için yatırılan mevduatların anaparaları faizli kirli bir para olarak değerlendirilmez.

Nakitler (para, altın, döviz vs.) taayyün etmediği için bu anaparalardan istifade ile ticaret yapılırsa hubsiyet intikal etmez. Ancak faizli muamelelerin önünü açmamak, teşvik edici olmamak için siyaset-i şeriyye icabı böyle bir yöntem kaideleştirilip sistematik hale getirilmemelidir. Ancak böyle elde edilen bir anaparayla murabaha veya müşareke yapılması üçüncü şahıs hakkında hükmen bir mâni teşkil etmemektedir.

2. MALINDA HARAM OLANLARLA YAPILAN MUAMELELER

2.1 Malının Tamamı Haramdan Olan Kimselerle Muamele:

Genel olarak fakihler malının tamamı haram olanlarla muameleyi caiz görmemişlerdir. Haram olduğu kesin bilinen bir mal alınmaz. Ayrıca haram bir yolla elde edilmiş olduğu bilinen bir paranın sermayede kullanılması haramı onaylamak ve günahın işlenmesine katkı yapmış anlamına gelmektedir.⁴ Esasen fasit bir yolla alınan paradan elde edilen kârın temiz olması o işlemi caiz hâle getirmemekte ve o kişinin işlediği günahı ortadan kaldırmamaktadır. Üstelik fasid akdin sistematik hale getirilmesi şöyle dursun bu akdin caiz olmayan bir akid olması sebebiyle izalesi esastır, vaciptir (Şürunbilali, s. y.no: 00610; Nevevi, ty., s. 9:343; İbn Müflih, 2003, s. 6: 388-391; Asbahi, 1994, s. 6: 198; Gırnati, 1994, s. 7: 336). Sadece Maliki mezhebinde dört görüşten birinde bir kimsenin zimmetini kapsayan muameleler bulunsa da bu haram mal hakkında mübayaası, hibe etmesi, hibe alması, miras olarak alması ve yemeğinin yenmesi caiz olur, ancak mal aynı olduğunda tazmin etmiş olsa da gâsıp için helal olmaz. Sorumlu olan hibe eden veya satandır. Maliki kaynaklarında geçtiği üzere; elinde haram bir mal bulunan kimse bununla kimseyi alışverişe zorlamadan ev veya elbise alsa üçüncü şahsın bu evi veya elbiseyi bunları haram malla alan şahıstan almasında sakınca olmaz. İbn Rüşd, bu durumda sorumluluğun satıcıda veya

⁴ Bu konuda ayette şöyle ifade buyrulur: *"İyilik ve takva hususunda yardımlaşın, günah ve düşmanlık yolunda yardımlaşmayın. Allah'tan korkun, çünkü Allah'ın cezası çetindir."* (Mâide, 5/2)

hibe olsa hibe eden de olacağını belirtir (Gırnati, 1994, s. 6: 593; İbn Rüşd A. e.-H., 2004, s. 18: 564-565).

2.2. Malının Çoğunluğu Haramdan Olan Kimselerle Muamele:

Hanefi mezhebi: Malının çoğu haram olan kimseyle muamele, bizatihi muameleye konu olan malın haram olduğu bilinmediği için doğrudan haram olmaz ama harama düşme tehlikesi olduğu için kerahet vardır (Hamevî, 1985, s. 1: 193; Tahtavi, 1997, s. 35). Malının çoğu haram olan kimse şayet ikram ettiği veya hediye ettiği malın kendisine helal miras, borç tahsili gibi yollardan intikal ettiğini beyan ederse yani çoğu haram olan malıyla bir ilgisinin olmadığını beyan ederse, bu takdirde almakta beis olmaz.

Maliki mezhebi: Maliki fakihleri, malının çoğu haramdan olan kimselerle muameleyi ve hibesinin kabulünü caiz görmezler. İbn Kasım bunu kerahete hamlelerken Asbağ haramlığa hamleler. Maliki mezhebinde de malının çoğu haram olan kimse ile muamelenin mekruhluğu öne çıkmaktadır (Desûkî, ty, s. 3: 277).

Şafii Mezhebi: Şafii mezhebinde mesele, zaruret, haciyat ve umum-i belvâ yönü göz önüne alınarak farklı şekilde ele alınmıştır. Neticede Şafii mezhebinde konu bir açıdan vera yönüyle diğer açıdan da kerahet kaydıyla gündeme gelmiştir. Haramın karışması tüm malı haram kılmaz. Bu sebeple elinde helal haram karışık mal olanın malıyla ilgili “bu haramdır” zannıyla istishaba aykırı olarak zanla hareket edilip haramlık hükmü verilemez (Nevevi, ty., s. 9:343-344; 8: 178; Heytemi, 1983, s. 7:180). Kerahet kaydı ise, derecelendirilmiş olup kerahetin şiddetinin artması şüphenin kuvvetine göre belirlenmiştir. Zira bizatihi aynıyla haram olduğu bilinmedikçe haram hükmü verilemez. Yani haram ya da helal olan kısım muamele yapmış olma ihtimali ancak vera açısından kaçınmayı gerektireceği için haramlık hükmüne konu olmaz ancak kerahet kaydı ile yetinilir (İbn Rüşd, ty, s. 1: 556).

Hanbeli mezhebi: Haram ve helal karışık malı olanla muamele, hediyesini kabul, yemeğini yemek, Hanbeli mezhebinde de fetva ve vera açısından ele alınmıştır. Mücerred durumu bilmeme sebebiyle asli ibaha gereği ihtimalle hüküm verilmez. Ancak şüphe sebebiyle kaçınmak evla olur. Malın çoğu haramsa tamamı haram hükmünde olan gibidir (Ruheybani, 1994, s. 5: 233). Konuya asli ibaha çerçevesinde yaklaşan fakihler, Peygamberimizin, Yahudilerle faizli muamele yaptıklarını, içki alıp sattıklarını bildiği halde onlarla ticaret yapmakta olduğunu söyleyerek delil getirmişlerdir. Burada sorumluluk faizli muamele yapanadır, yoksa mubah bir surette alış veriş yapana değildir (Umrani, 2000, s. 5:119).

Mekke döneminde de panayırlarda aynı muameleler yapılıyordu. Ne Peygamberimizin ne de sahabinin: “Bu kafirlerle muamele caiz değildir” dediklerinin işitilmediğini belirten Şevkani, “bu durumda muamelesine zulüm de karışsa bir müslümanla muamelenin caiz olmadığı nasıl söylenebilir?” diyerek en azından bu müslümanın bir kısım haramlara düşse de bir kısmından ictinab edeceğini, dolayısı ile elinde karışık durumda mallar bulunabileceğini belirtir. Zira bir insana ancak bizatihi haram olan bir husus haram olur. Kaçınma hususu ancak vera açısından değerlendirilebilir (Şevkani, ty, s. 483). Bunun gibi Gazali'nin ifadesiyle Emevi döneminde sahabi, bir takım zulüm uygulamaları olduğu halde muameleye devam etmişlerdir. Eğer onlar zulüm ve haram işler karıştığı için ticaret kapısının kapanmasına meydan verselerdi ticaret kapısı kapanır, toplum harap olurdu. Zira bu durumda meşru çare bulamayan insanlar fiska itilmiş ve dinin hükümlerine karşı tamamen gevşetilmiş olurdu (Gazali, 1985, s. 2:104).

2.3. Malının Çoğu Helalden Olan Kimselerle Muamele:

Hanefi mezhebi: Hanefi mezhebinde, malının çoğu helalden olan kimselerle muamelenin, ikram ve hediyesini kabul etmenin mekruhluğu yanında caiz oluşu öne çıkmaktadır. Zira az da olsa malların haramdan tümünden salim olmasının zor olacağını düşünen fakihler, haramın çokluk ve azlığına göre değerlendirme yapmışlardır (İbn Maze, 1424, s. 5:367). Ancak ihtiyata uygun olanın sakınmak olduğunu ifade edenler de olmuştur (Ayni, 2007).

Şafii Mezhebi: Şafii fakihleri, malının kahir ekseriyeti helal olan kimseyle muameleyi caiz görürler. Zira bu durumda da harama tevafuk etmek nadirattan olur. Bin dirhemden birkaçının haram olması gibi. Yani mesele haram, mekruh ve mubah çizgisinde haram oranının azlık veya çokluğuna göre değişim gösterecektir. Yani kerahet derecesi haramın çokluğuna göre şiddetlenecek azlığı durumunda ise hafifleyecektir. Neticede bizatihi haram olduğu bilinmeyen karışık mallarda haramlık hükmü verilmez. Kerahet hükmünün derecesi de haramlığın miktarının az ya da çok olmasına göre artar ya da eksilir (İzz b. Abdüsselam, 1990, s. 1:84-85).

Maliki mezhebi: İbn Kasım, malının çoğu helal olan kimsenin bu malıyla muamele yapmasının, borç olarak kullanmasının, alacak olarak tahsilinin, başkasından hibe ve hediye olarak almasının ve onunla hazırlanan yemeği yemesinin helal olacağı görüşündedir. İbn Vehb ise, muamele hususlarında aksi görüştedir. Asbağ ise, tüm bu durumlarda haramlık hükmü olduğunu ve haram karıştığı için tamamının tasadduk edilmesi gerektiğini söyler. İbn Arabi de, Asbağ'ın görüşünün dinde aşırılık olarak yorumlanacağını söyler. Zira şayi

olan böyle bir durumda temyiz edilememe hususundan maksat o şeyin aynı değil mal olma durumudur (İbnü'l-Arabi, 2002, s. 1:325; Kurtubi, 1964, s. 3:366). Malında az bir kısım haram bulunana gereken şey, tevbe edip bu kısmı malından çıkarması sahibi biliniyorsa ona iade etmesi bilinmiyorsa onun adına tasadduk etmesidir (İbn Rüşd, ty, s. 1:554).

Hanbeli mezhebi: Hanbeli mezhebinde görüş zenginliği bilinen bir husustur. Faizle iştigal edenin yemeğinin yenmeyeceği görüşünde olanlar varken öte yandan malının üçte biri veya çoğu haram olursa caiz olmayacağı zira çoğun bütün hükmünde alınacağı belirtilmiştir. Mezhepte diğer bir görüşte ise; maldaki haramlık çok olsun az olsun mutlak haram olmayacağı ancak haramın oranına göre kerahet derecesinin olacağı söylenmiştir (İbn Müflih, 2003, s. 4: 388-391). Ancak sonra gelen Hanbeli müellifleri caiz olmaması görüşünün şüphelileri terk etme ilkesi gereği tercih edilmesini gerektiğini ancak zaruret durumlarında cevaz yönünün tercih edilebileceğini belirtmişlerdir (İbn Müflih, 2003, s. 4: 390). Hanbeli mezhebindeki bu ihtilaf sadece ikramla ilgili değil aynı zamanda haramla iştigal edenle muamele, sadakasını ve hibesini kabulde de geçerlidir (İbn Müflih, 2003, s. 4: 392). Helal malın çok olması durumunda haram kısmın tasfiyesi ile kalandan istifadenin mümkün olacağı haramın çok olması durumunda ise, hepsinden kaçınılması gerektiği ifade edilmiştir. Ancak Hanbeli fakihleri bu kaçınmanın haramlık cihetinden değil vera cihetinden olduğunu vurgulamışlardır (İbn Müflih, 2003, s. 4: 391-397).

2.4. Malının Durumu Bilinmeyen Veya Şüpheli Olan Kimselerle Muamele

Hanefi Mezhebi: Mezhepte konuyla ilgili benimsenen ilkeye göre; malın doğrudan haramdan olduğu bilinmedikçe bu mal üzerinde muamele yapmak caizdir (Semerkandi, 1386, s. 478). Nitekim İbn Abidin, haramın iki zimmete geçmemesi konusunun bilmeme durumuyla kayıtlı olduğuna dikkat çekmiş, bile bile bunun caiz olmayacağını belirtmiştir (İbn Abidin, 2000, s. 5:97).

Şafii Mezhebi: Mezhepte muamele yapılan malın bizatihi aynıyla haram olduğu bilinmedikçe haram hükmü verilemez. Ancak vera açısından terki evla olur (Nevevi, ty., s. . 9: 344). Eğer şüphe durumu kuvvet kazanırsa en fazla kerahet hükmü verilir (İbn Rüşd, ty, s. 1:556).

Maliki mezhebi: İbn Rüşd, haram malla helal bir malın alınması meselesinde durumu bilip bilmemeye göre farklı üç görüşü zikreder:

- a. Karşı taraf bilsin bilmesin caizdir. İbn Sahnun ve İbn Habibe ait.
- b. Caiz değildir. Sahnuna ait.

c. Satıcı semenin habsiyetini bilirse caiz, bilmezse caiz değil. İbn Addus'a ait. Zira bilseydi zimmetini haramın kuşattığı kimseyle alışverişe razı olmayabilirdi (İbn Rüşd, ty, s. 1:559, 560).

İki zıt yaklaşımı temsil eden aynı mezhepteki alimlerin bu farklı tutumları, şahsi sorumluluk ilkesiyle, şer ve kötülüğe alet ve yardımcı olmama esasını dikkate alan geniş çerçeveli yaklaşımların bir sonucu olarak düşünülebilir.

Hanbeli mezhebi: Mücerred durumu bilmeme sebebiyle asli ibaha gereği ihtimalle hüküm verilmez. Ancak şüphe sebebiyle kaçınmak evla olur (Ruheybani, 1994, s. 5: 233). İbn Teymiyye, konuyla ilgili zahiri durumda bilinenle bilinmeyi ayrıt etmiş zahirde malın haramdan olduğu bilinmiyorsa alıcı için hem dünyada hem de ahirette bir sorumluluğun olmadığını bu durumda tüm sorumluluğun ve tazminatın satıcıya ait olacağını söyler (İbn Teymiyye, 2005, s. 29:292). İnsanların şüpheli gördüğü fakat kendisince ilmi yönden helal olduğu sabit olan hususta bir sorumluluğu olmaz. Fakat bu durumda insanların ta'nından ve töhmete düşmekten sakınması ırzını koruması açısından isabetli olur (İbn Receb, 2001, s. 201-204).

GENEL DEĞERLENDİRME

Gelirinin tamamını haram yollarla elde eden kurum veya şahıslarla muamele, bunların hediye ve ikramlarının alınması veya bunlarla ortaklık kurulması caiz değildir. Ancak ticari muamele yapılan kimselerin gelirleri tamamı haram kazançlardan değil de diğer helal kazançlarıyla karışık bulunursa bu durumda hüküm de değişecektir. Bir kurum veya şahıs helal işlerin yanı sıra haram yollarla da gelir elde ediyorsa bu tür yerlerle muamele yapmak, ikram ve hediyesini almak veya ortak olmak gibi hususlarda, gelirinin çoğunun haram ya da helal olmasına göre fakihler farklı kanaatlere ulaşmışlardır. Ancak burada ortaklıktan maksadımız elinde haram karışık mal olan birisiyle meşru bir iş üzerinde ortaklıktır yoksa mahzurlu bir işi yapmak üzere ortaklık değildir. Zira mahzurlu bir işi tek başına veya ortak yapmanın hükmünde bir farklılık olmaz.

Mezhepler, malının çoğu haram olan kimseyle muamelenin, bizatihi muameleye konu olan malın haram olduğu bilinmediği için doğrudan haram olmayacağı ama harama düşme tehlikesi olduğu için en azından kerahet hükmünün bulunacağı görüşünde birleşmişlerdir (Hamevî, 1985, s. 1:193; Tahtavi, 1997, s. 35; Desûkî, ty, s. 3: 277; Nevevi, ty., s. 9: 343, 344; 13: 178; İbn Müflih, 2003, s. 4: 390-392).

İlerleyen zamanlarda kaçınılması zor ve karmaşık durumlarla karşılaşan fakihler, helal-haram karışık malların olması durumunda genişlik yoluna

girmişler en azından ruhsat metodunu işletmeye meyletmışlerdir. Tabi ki bunda zaruret, umum-i belva ve fesadüz zaman algısının etkilerini görmek mümkündür. Konu bir açıdan vera yönüyle diğ er açıdan da kerahet kaydıyla gündeme gelmiştir. Fakihler, haramlık hükmünün mücerred bir ihtimalle sabit olamayacağını ancak malına haramı karıştıran kimseyle muameleden kaçınmanın dini şüphelerden arındırmak açısından ihtiyati bir hüküm olarak kerahet kaydının getirilmesini uygun görmüşlerdir.

Kerahet kaydı ise, derecelendirilmiş olup kerahetin şiddetinin artması şüphenin kuvvetine göre belirlenmiştir. Zira bizatihi aynıyla haram olduğu bilinmedikçe haram hükmü verilemez. Veranın derecesi müşterinin elindeki miktarda helal ve haramın derecesine göre değişir. Haram kısmı daha çoksa veranın derecesi de o nispette ziyade olur. Maldaki haramın azlığına ya da çokluğuna göre de kerahet derecesi azalır ya da artar. Zira az da olsa malların haramdan tümünden salim olmasının zor olacağını düşünen fakihler, kazançlarının çoğunu helalden elde eden kimselerle muamelenin, bizzat haram kaynaklı taraftan olduğu bilinmedikçe onların ikram ve hediyeelerini almanın caiz olacağı kanaatine varmışlardır. Bilhassa taayyün etmeyen para, altın vb. nakitlerde kirlilik veya helallik bunların bizatihi aslında değil vafında yani kazanma yönünde olduğu için iş karşılığı alınan/verilen nakitlerde şüpheye itibar edilmez. Nakitler (para, altın, döviz vs.) taayyün etmediği için bu anaparalardan istifade ile ticaret yapılırsa habsiyet/kirlilik intikal etmez. Zira nakitlerde haram olan miktar tasfiye edilerek helal muamelelere devam etmek inkâmı vardır. Bu gibi hususlarda sakınmaya teşvik eden görüşler fetva cihetinden değil vera/takva cihetinden ileri sürülmüştür (İbn Nüceym, 1999, s. 97; Kasani, 1982, s. 5: 144; Zeylai, 1313, s. 6: 67; İbnü'l-Hümmam, ty, s. 6: 473; İzz b. Abdüsselam, 1990, s. 1:84-85). Neticede bizatihi haram olduğu bilinmeyen karışık mallarda malın doğrudan haramdan olduğu bilinmedikçe bu mal üzerinde muamele yapmak caizdir. Eğer şüphe durumu kuvvet kazanırsa en fazla kerahet hükmü verilir.

3. GÜNÜMÜZDE YAYGIN KARŞILAŞILAN MESELELER

Faiz Geliriyle Hayır Yapılabilir mi?

Dinimizde faiz bütün çeşitleriyle yasaklanmıştır. Dolayısıyla nerede olursa olsun faizli işlem yapan kurumlara para yatırılması ve bu paralardan elde edilen faizin herhangi bir ihtiyaç için kullanılması caiz değildir. Her ne şekilde olursa olsun bankaya yatırılmış olan paralar için tahakkuk eden faiz, karşılığında sevap beklemeksizin, fakirlere veya hayır kurumlarına verilmeli ve yapılan bu faizli işlemden dolayı da tevbe edilmelidir. Tevbenin ilk şartı ise, yapılan günaha bir daha dönmemeye azmetmektir. Faiz getirisini hayır

işlerde kullanmak faiz günahını kapatmaz. Hatta hayır işleri için faiz elde etmeye çalışmakta iki büyük günah vardır. Birincisi faiz günahı diğeri ise haram parayla hayır yapmaya niyet etme günahıdır. Öte yandan haram paranın zekâtı da olmaz. Zira zekât helal kazancın arınması için yapılan bir ibadettir. Zaten kendisi haram olan bir kazancı zekât da paklamaya kafi değildir. Bu itibarla faizin her türlüünden sakınmak gerekir.

Haram Maldan Elde Edilen Kazancın Hükmü Nedir?

Kumar, faiz, içki satışı, rüşvet gibi yollarla kazanç sağlayıp bunlarla geçinen veya kazandıklarını biriktirenlerin bu paralarla helal bir ticaret yapıp yapamayacağını inceleyen fakihler, batıl yolla elde edilen bu tür kazançların mütekavvim olsun olmasın haram olduğunda ittifak etmişlerdir. Bu tür kazançlar hakkında yapılması gereken tevbe etmek ve tasadduk yoluyla bu haram kazançtan kurtulmaktır. Ancak başka geliri olmayan bir kimse ise; temiz kazanç elde etmeye başlayana kadar ihtiyaç miktarı bu kirli paradan kullanılabilir. Buna göre, bu kimse helal bir yoldan kazanç elde etme imkânı bulursa veya borçlanma yoluyla sermaye elde ederek temiz kazanç imkanı elde edebilirse bu helal olmayan kirli paradan tasaddukla kurtulması doğru olmaktadır. Ancak böyle bir imkân bulamayan kimseye de tüm elindeki malı tasadduk etmesini söyleyerek kaldıramayacağı bir yük yüklemek ve onu tümünden fakrî zaruret içine itelemek isabetli olmaz. Zira tevbe etmek isteyen bir kimse, tevbesiyle meşakkatin içine düşeceğini görürse tevbeden uzaklaşıp soğuyabilir. Bu durumda bu kirli paradan da olsa oluşturduğu sermaye ile helal bir ticaret yapılabilir. Bilahare eline imkan geçince temiz olmayan sermaye miktarını tasadduk ederek malını temizlemiş olur, kazancı da kendisine helal olur (İbn Teymiyye, 2005, s. 29: 308-309; 22:2). Ancak burada kastedilen durum tevbe etmek isteyenle ilgili olsa gerektir. Yoksa bu tür kazançlara devam eden kimse açısından paradaki kirlilik hükmü devam eder.

Bu durumda yaptığı hatalara tevbe etmek ve bir daha dönmemeye azmetmek kaydıyla başkaca temiz bir sermaye veya borç bulma imkânı olmayan kimse elindeki bu kirli sermayeyle yaptığı helal ticaretten elde ettiği kârı sermaye haline getirebilir. Ancak yapması gereken ilk fırsatta kirli olan ana sermayeyi sevap beklemeden amme menfaatine veya fukaraya tasadduk ederek sermayesini kirli paradan temizlemesi gerekir. Eğer daha baştan temiz bir sermaye veya borçla oluşturulacak bir sermaye imkânı bulursa bu kirli parayı sermaye yapmadan tamamını tasadduk veya amme cihetine sarf ederek kurtulmalıdır.

Haram Maldan İkrâm Edenin İkrâmı Kabul Edilir Mi?

Kesin olarak bilmek kaydıyla, kazancının tamamı haram olan bir kimsenin ikramını veya hediyesini kabul etmek caiz değildir. Böyle bir ikramı veya hediye kabul durumunda, bu ikramın veya hediye -fitneye veya insani ilişkilerinin bozulmasına sebep olmayacaksa- iade edilmesi veya fakirlere tasadduk edilmesi gerekir. Fitne söz konusu ise, bu durumda yememek kaydıyla idare-i maslahat icabı ikram veya hediye alınıp bilahare fakirlere verilmelidir. Kazancının çoğunluğu haramdan oluştuğu bilinen bir kimsenin ikramı ve hediyesini kabul etmeyi de yine alimlerimiz uygun görmemişlerdir. Ancak kazancının çoğunluğu helal olmakla birlikte bunun içerisinde haram kazancın da olduğu bilinen bir kimsenin ikramı ve hediyesi kabul edilebilir. Buna göre, yapılan herhangi bir ikramın haram olduğu konusunda kesin bir bilgi yoksa ona haram mı helal mi diye şüphe ile bakmak doğru değildir. Çünkü insanlar genelde helal kazanmak için uğraş verirler. Ancak haram, helal hassasiyeti göstermediği için haramdan kazancın normal ve yaygın olduğu bir yerde yapılan ikramın haramdan mı helalden mi olduğu bilinmiyor ise galib durum dikkate alınarak sakınmak isabetli olur. Malının çoğu helal olduğunda veya çoğu haram olsa bile ikram ettiği bir ürünün bizzat helalden olduğu bilindiğinde o kişinin ikramı/hibesi kabul edilebilir.

Faizli kredi ile kurulan iş ya da yapılan ticaretten elde edilen kazancın hükmü nedir?

Dinimize göre bir kazancın helal ve temiz olabilmesi için dinen meşru olan iş ve faaliyetlerden elde edilmiş olması gerekir. Meşru olmayan iş ve faaliyetlerden gelir elde etmek haram olduğu gibi bu yollarla kazanılan mal veya paranın o kişilerce kullanılması da caiz olmaz. Ancak haram yolla kazanç elde etmekle haram bir muamele sonucu elde edilen borç paranın ticarete kullanılması arasında fark vardır. Birinci yöntemle kazanç sağlayıp kazandıkları bu paralarla helal bir ticaret yapıp yapamayacağını inceleyen fakihler, batıl yolla elde edilen bu tür kazançların haram olduğunda ittifak etmişlerdir. Sözgelimi, faiz geliri, kumar, içki, hile vb. yöntemlerle elde edilen kazançlar böyledir. İkinci durumda ise harama yani günaha düşmüş olmakla birlikte elde edilen borcun bizzat kendisinin değil yapılan muamelenin haram oluşu dikkate alınarak farklı hükme tabi kılınmıştır.

Şöyle ki; faiz gibi haram bir yolla borç alarak bunu ev-araba alma veya iş kurma maksatlı kullanmak haram olmakla birlikte, alınan bu gibi malların meşru işler için kullanılması veya kiraya verilmesi haram olarak nitelenmez. Faizli bir kredi ile sahip olunan bir paradan oluşturulan sermaye ile helal bir iş üzerinde elde edilen kâr, temiz kabul edilmiştir. Para (lira, dolar, euro, altın

vs.) bizzat taayyün etmediği için fasid akitle de elde edilse, bundan elde edilen kâra şüphenin şüphesi bulaşmaktadır. Bu ise dikkate alınmamakta bu sebeple elde edilen kâr, temiz kabul edilmektedir. Ancak bu durum kredi kullanan için faiz sorumluluğunu düşürmez. Sadece ikinci adımda meşru bir ticaretten elde ettiği kârın temizliğinden bahsedilebilir. Zira faiz için yatırılan mevduatların anaparaları faizli bir para olarak değerlendirilmez. Burada faiz olan krediyi veren yere ödenen fazlalıktır. Bunu ise krediyi alan değil veren elde etmekte, krediyi alanın diğer tarafta yaptığı meşru ticaretle bu faiz gelirinin ilgisi bulunmamaktadır.

Artık bir şekilde krediyle oluşturulan bu sermayeden meşru iş mukabili elde edilen kazanç sermayede kullanılabilir. Zira akit, fasid akitle elde edilen paraya değil onun zimmette oluşturduğu mislince deyne taalluk eder. Sözelimi; bankadan nakit alınan faizli kredi 50.000 TL olsun. Bunun üzerine ödenen 25.000 TL ise faiz hükmünde olup bunu kredi alan değil banka almış olduğundan faizden arınma sorumluluğu bankaya aittir. Krediyi alan ise, faiz işlemine taraf olduğu için günaha girmiş olup tövbe etmelidir. Krediyi alanın ise, faiz getirisi elde etmediği için anaparadan arınma diye bir sorumluluğu olmaz. Ancak bu durum, faizli kredi almayı meşru hale getirmeyeceğinden faizli muamelelerin önünü açmamak, teşvik edici olmamak için siyaset-i şeriye icabı böyle bir yöntem kaidleştirilmemelidir. Bunun vebalinden kurtulmak için de tövbe etmeli ve bir daha krediye başvurmamaya azmetmelidir.

Fakat bir kimse ya da şirket bankadan aynî kredi kullanmış yani faiz karşılığı mal almışsa bundan elde edilen kâr temiz olmamakta bu sebeple elden çıkarılması gerekmektedir. Zira ev, araba taayyün eden bir mal olduğundan akdin fesadı zimmette değil bizatihi bu malda yerleşmiş olur. Zira burada nakit değil mal akdin konusu olmuştur. Bunun tasadduk edilmesi gerekir. Ama anaparası krediyi alanın olur.

Öte taraftan Hanefilerden İmam Züfer ve İmam Şafii gibi diğer mezhep imamları her halükârda faiz gibi fasid muamele sonucu elde edilen kârı temiz kabul etmediklerinden ihtiyaten kredi ile alınan ev/araba vb. malların ticaretinden elde edilen kârın tasadduk edilmesi tercih edilir. Anaparası krediyi alanındır. Zira onlara göre, nakit paralar da diğer mallar gibi taayyün eder. Tabi ki bu kâr tasadduk edildikten sonra elde kalan anapara artık temiz olacağından bilahare bununla yapılan meşru ticaretten elde edilen kâr da temiz ve helal olacaktır.

Bankada Çalışmanın Hükmü Nedir?

Faizle işteğal eden bankaların kazançları tek tip değildir. Bu bankaların faiz yanında havale, eft, tahsilat, teminat gibi değişik hizmetleri karşılığında aldıkları helal kazançlar da bulunmaktadır. Ancak yekûn açısından gelirlerinin çoğunun faizden elde edildiği de bir gerçektir. Bankada çalışanlar açısından da durum tek tip değildir. Bankada doğrudan faizli işlemleri tatbik eden personel olduğu gibi faizli işlemlerde görev almayan bankanın diğer kalemlerinde çalışanlar da vardır. Bunun gibi görev değişikliği ile aynı personel bazen bu işte bazen de faiz işlerinde görev alabilmektedir. Yani yeknasak bir durum yoktur. Bir görevlinin her zaman haram işle meşğul olduğunu kestirip atmak mümkün olmadığı gibi haramla hiç işinin olmadığını söylemek de mümkün olmayabilmektedir. Yani iç içe girift bir durum söz konusudur. Burada personel bir nevi ecir konumunda iş akdi çerçevesinde kira/icare sözleşmesiyle çalışmaktadır. Bu durumda kira sözleşmesinin mahalli haram olduğunda akit batıl olduğundan kazanç da helal olmayacaktır. Bankanın durumu da haram ve helal malları karışık olan tüccar konumundadır (Baz, 1998, s. 274-276). Ancak bankalarda çalışan kimselerin faiz muamelesi yanında dinen meşru olan işleri de yaptıkları bilindiğinden tüm gelirlerinin haram olduğunu söylemek isabetli olmaz. Onun için almış oldukları maaş/ücret belli bir emek karşılığı olduğu için tamamen gayrimeşru olarak nitelendirilemez. Tabi ki bu kazancın tamamen temiz olduğu da iddia edilemez. Bu durumda zaruret ya da bu mertebede hacet içinde olan kimsenin başka bir iş bulamadığı takdirde geçici olarak, temiz bir iş bulana kadar bankada çalışması kerahetle birlikte caiz görülebilir. Ama başka alternatifler varken veya arandığında başka iş imkanları bulunabileceksen sırf rahatlık, maaşının iyi olması gibi hususlar burada çalışmayı meşru kılmaz.

Haram Parayı Borç Olarak Alıp Kullanmak Helal midir?

Kumar, içki satışı, rüşvet gibi yollarla kazanç sağlayıp bunlarla geçinen veya kazandıklarını biriktirenlerin bu paralarla helal bir ticaret yapıp yapamayacağını inceleyen fakihler, batıl yolla elde edilen bu tür kazançların mütekavvim olsun olmasın haram olduğunda ittifak etmişlerdir. Bu tür kazançlar hakkında yapılması gereken tevbe etmek ve tasadduk yoluyla bu haram kazançtan kurtulmaktır. Ancak başka geliri olmayan bir kimse ise temiz kazanç elde etmeye başlayana kadar ihtiyaç miktarı bu kirli paradan kullanılabilir.

Bu kirli parayı kazanan açısından durum böyle olunca ondan borç alan kimse açısından hüküm daha hafifler. Bu itibarla başka bir kaynaktan borç bulabilen kimse bu kirli para sahibinden borç almamalıdır. Eğer başka imkânı yoksa aldığı borçla yaptığı meşru işler kendisi için haram olmaz.

Katılım Ortaklığı Havuzlarına Haram Para Girse Bu Diğer Ortaklara Sirayet Eder Mi?

Özellikle günümüzde çok kolay ve yaygın hale gelen bankacılık ve katılım ortaklıkları ağı sebebiyle havuza giren paraların tamamının helal menşeli olduğunu söyleme imkânı yoktur. Bu kadar yoğun ve hızlı muamelelerin olduğu küresel piyasada haramın karışması kaçınılmazdır. Bu durumda katılım ortaklığı esasıyla çalışan kurumların haram kazançtan elde edildiği bilinen kaynakları kabul etmemeleri gerekir. Genelde helal-haram hassasiyeti olan insanların katılım ortaklığı sistemine yöneldiği düşünülürse katılım fonlarındaki birikimin çoğunun helal olduğunu varsayabiliriz. Ancak bilmeden ve fark edilmeden bir şekilde haram kaynaklı fonlar da havuza girmişse bu durumda çoğunun hükmüne bakarak muamelenin caiz olacağını söyleyebiliriz. Zira bilmeden ikinci bir zimmete geçen haramdan elde edilen kaynak bu ikinci zimmet açısından haramlık hükmünü intikal ettirmez.

Faizle Borç Kapatmanın Hükmü Nedir?

İslam dini faizle borç almayı haram kıldığı gibi, faizle borç vermeyi de haram kılmıştır. Çünkü faizde mutlaka kaybeden ve zarar gören bir taraf olmaktadır. Faiz karşılığı para toplayan kuruluşlar, bu paraları kredi olarak daha yüksek faizle sermayeye ihtiyacı olan üretici kesime veriyorlar. Ekonomik krizler ortaya çıktığında da sistem kitlenip hem firmaların hem de bankaların batması kaçınılmaz oluyor. Krizler ise, sermayenin reel üretimde değerlendirilmemesi, uluslararası sermaye hareketlerinde manipülasyonlar, bankacılık sisteminin sorunlu yapı, yanlış ekonomi politikaları vb. sebeplerle ortaya çıkmaktadır. (Balı & Büyükşalvarcı, 2011, s. 8). Görüldüğü gibi faizden tüm toplum zarar görmektedir. Faizli kredi kullanan reel sektör, banka borçları nedeniyle büyük sıkıntılar yaşarken; onlara borç veren ve yüksek oranda faizli kredi kullandıran bankalar da benzer sıkıntıları yaşıyorlar. Bu zararların asıl yansıması ise toplumda görülüyor. İslam ise, ne "zarar vermek, ne de zararı zararlarla karşılamak vardır." prensibini getirdiği için, taraflardan birinin veya hepsinin zararına yol açan faizi yasaklamıştır. Hz. Peygamber (s.a.v.) de faiz yiyene ve yedirene, faizli muamelelerin şahitlerine ve katibine lanet etmiştir (Müslim, Müsakat, 106; Tirmizi, Buyu', 2). Buna göre eğer bir Müslüman, faiz vb. bir günah işlemişse bundan dolayı tövbe etmeli ve işlediği günaha derhal son vermelidir. Ayrıca unutulmamalı ki, bir haramdan kurtulmak için başka bir harama bulaşmak caiz değildir. Dolayısıyla eski kredi borçlarını kapatmak amacıyla da olsa tekrar faizli kredi çekmek haram olup yeniden aynı günahı tekrar etmek demektir.

Haram Maldan Alacağın Tahsili Caiz midir?

Borçlu bir kimse elde ettiği haram malla borcunu ödese bu durumda alacaklının bu durumu bilerek alacağını bu maldan tahsil edip edemeyeceği de hilaf konusu olmuştur. Hanefilerden İmam Muhammed, bu durumda alacaklının kazâen borcunu tahsil edebileceğini ama diyaneten almasının uygun olmadığını ileri sürmüştür. Ancak alacaklı kazâi bir muhakeme sonucu olmuş da hâkim tahakkuk ettirmişse bu durumda geri çevirmez, alır. Eğer hâkim kararı olmadan borçlu öderse, diyaneten bunu geri çevirmesi gerekir. Zira bu bir nevi gasp malı hükmündedir. Gasp için gereken malın sahibine iadesi olup alacaklı böyle bir malın sarf yeri olmaya ehil değildir (Semerkandi, 1386, s. 381).

Malikilerden İbn Vehb, haram kazancından borcunu ödemek isteyenine verdiği alacaklının almasının caiz olmadığını belirtir. Asbağ da bu görüştedir. İbn Rüşd de, faiz, içki ticareti gibi işlerden kazanan bir Müslümanın bu gibi işleri yapan bir Hristiyandan daha fena bir iş yaptığına dikkat çekerek böyle bir Müslümanın haram malından alacağın tahsilini, ortaklık kurmayı ve ikramını yemeyi caiz görmez. Zira Müslüman olmayan bir kimse, fûruatla mesul olmaması sebebiyle bu gibi işleri yaparken Müslüman olması halinde elindeki kendisi için temiz olur. Oysa Müslüman olan için bunun temiz olması söz konusu değildir. İmam Malik ise, bunu mekruh görmektedir. İbn Kasım ise, borçlunun malının çoğu helalden ise bu durumda alacaklının karışık maldan borçlunun eda ettiği alacağını tahsil edebileceğini söyler (Karafi, 1994, s. 8:317; İbn Rüşd E. V.-H., 1988, s. 18: 515). İbn Teymiyye ise, bu konunun alacaklının durumu bilip bilmemesine göre farklılık arz edeceğini söyler. Eğer alacaklı bilse ki borçlu borcunu gasp, ihanet, hırsızlık gibi haram bir kazançtan ödüyor bu durumda bunu alması helal olmaz. Zira bu malın asıl sahibine iade edilmesi gerekir. Eğer bir bilgisi yoksa asli ibaha gereği Müslümanın elindeki malın ona ait olduğuna hükmedileceği için tahsil eder ve durumu da sorup soruşturması gerekmez. Eğer haram ve helal karışık bir mal ise, alacaklı alacağını bu karışık maldan tahsil edebilir. Zira mazlumların hakkı borçlunun zimmetinde sabit olup malın bizatihi kendisinde değildir (İbn Teymiyye, 2005, s. 29:242, 323).

Bu hususta tek kalemde fetva vermek isabetli olmayacaktır. Kısaca eğer gasp, hırsızlık gibi sahibine iade edilmesi vacip bir mal olursa alacaklının bunu almasının helal olmayacağı ama sahibi belli olmayan faizli muamele, piyango gibi işlerden elde edilen mallardan ise alabileceği söylenebilir (Baz, 1998, s. 320).

Gayrimüslimle Ortaklık Yapılabilir mi?

Fakihler Müslümanın gayrimüslimle ortalığı hususunda tafsilata göre farklı neticelere ulaşmışlardır. Vekaletle ehil olanın şirkete de ehil olması ilkesinden hareketle genel manada gayrimüslimle ortaklık caizdir (Kasani, 1982, s. 6: 63). Ancak bu mutlak olarak ele alınmamış belli şartlarla çerçeveselendirilmiştir. Hanefi mezhebinde mufavada dışındaki şirket türlerinde gayrimüslimle ortaklık caizdir (Şeyhizade, 1998, s. 1: 717). Şafii ve bazı Maliki alimlerine göre, gayrimüslimle şirket mekruhtur (Heytemi, Tuhfetü'l- Muhtâc fi Şerhi'l-Minhâc, 1983, s. 5:285). Hanbeli mezhebinde ise, ortaklık ehl-i kitapla caiz, diğer gayrimüslimlerle mekruhtur. Ancak caiz olanda tasarruf yetkisinin Müslümanda olması gerekir. Zira ancak bu takdirde fasid muamelelerden emin olunması mümkündür (Buhuti, 1430, s. 3: 96; İbn Neccar, 1999, s. 3:5). İbn Teymiyye ise, aslının haram olduğu bilinmedikçe gayrimüslimlerin ellerindeki mallar hakkında alışverişin hilafsız caiz olduğunu belirtir (İbn Teymiyye, 2005, s. 29: 327). Bu görüşlerden genel bir sonuç çıkarmak gerekirse, ulemanın kafirle muamelede bulunmayı yasak olan velayet türünden görmediğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Zira kerahet görüşlerinin delillerinde haram işlere düşme tehlikesine dikkat çekilmekte iken (İbn Ebi Şeybe, 1409, s. Büyü ve Akdiye. 3) caiz görenlerin delillerinde bizzat tatbik edilmiş örnekler bulunmaktadır (Buhari, Müzaraa. 9; İbn Mace, Rehin. 1).

SONUÇ

Fakihler, haramlık hükmünün mücerred bir ihtimalle sabit olamayacağını ancak malına haramı karıştıran kimseyle muameleden kaçınmanın dini şüphelerden arındırmak açısından ihtiyati bir hüküm olarak kerahet kaydının getirilmesini uygun görmüşlerdir.

Kerahet kaydı ise, derecelendirilmiş olup kerahetin şiddetinin artması şüphenin kuvvetine göre belirlenmiştir. Zira bizatihi aynıyla haram olduğu bilinmedikçe haram hükmü verilemez. Zira bilmeden ikinci bir zimmete geçen haramdan elde edilen kaynak bu ikinci zimmet açısından haramlık hükmünü intikal ettirmez. Üstelik doğrudan bu kazançla ilgisi olmayan üçüncü şahısların yaptıkları meşru işler karşılığında taayyün etmeyen nakitler şeklinde bedel almalarında sakınca yoktur.

Bu durumda malının çoğunu haramdan elde eden kurum veya şahıslarla muameleden kaçınmak kerahetten sakınmak açısından doğru olur. Ancak kazancına helal yanında az bir miktar haram karıştıran bir firma veya şahısla haram olan bir ticari faaliyeti ilgilendirmeyen meşru bir iş üzerinde akid kurarak gelir elde etmek caizdir. Zira haram yolla kazanılan para bunu

kazanana haram olur. Bizatihi gasp, hırsızlık gibi başkasının hakkı tahakkuk etmedikçe onun çoğu helal olan helal-haram karışık parasından meşru muamele ve iş karşılığı ücretlerini alan veya muamelede bulunan diğer şahıslar onun bu günahına iştirak etmiş olmaz. Ancak bu durumla haram bir muamele üzerinde ortak olmayı birbirine karıştırmamak gerekir. Sözelimi faiz getirisi olan bir işte malında az ya da çok haram karışmış bir kimse ile malı helal olan kimsenin ortak olması başka bu kimselerin birbirlerinden meşru bir iş ya da mal karşılığı ticaret yapması başka şeylerdir. Haram bir kazanç ya da iş üzerinde ortak olmak malının helal olanlar için bile haramlıkla hükmedilirken malında haram karışık olan birinden meşru bir iş ya da mal karşılığı ticaret yapmak yukarıdaki tafsilata göre hüküm alır.

Velhasıl haram mal edinmeye sevkeden kazanç ve sebepler, Allah Teala'nın razı olmadığı fiiller cümlesinden olduğu için titiz ve hassas olunması gereken bir husustur. Müslümanın insan olması itibarıyla günaha düşmesi olabilecek şeylerdendir. Ferdi olarak günaha girmek başka bir şey günahı sürekli hale gelecek bir sistematige sokarak her seferinde hem temizlenmeyi hem işlemi sürdürmeyi iltizam etmek başka bir şeydir. Bu itibarla Müslümana düşen günahı tevbe ve istiğfar ederek alternatif temiz kazanç yollarına yönelmesi, kendisini sürekli bir zaruret döngüsüne hapsedmemesi ve bu yönelişin bereketiyle mutlaka kendisine çıkış yollarının açılacağına inanmasıdır. Takva, haramdan arınmış temiz bir kazanç için gayret etmeyi, daha çok kazanma daha fazla ciro yapma gibi mazeret olmayacak sebeplerle haramın muamelelerine karışmasına mâni olmayı gerektirir. Ancak bilinmeden veya muamelelerin karmaşıklığı içerisinde sehven oluşabilecek hatalardan da bir an önce dönmek gerekir. Tüm çabalara rağmen muamele yapılan kimselerin mallarındaki karışık durumlardan kaçınma imkânı olmadığına ise yukarıda tafsilatını verdiğimiz üzere en az mahzurlu olanı tercih etmeye gayret etmelidir.

KAYNAKÇA

- Asbahi, M. b. (1994). el-Müdevvene. Beyrut.
- Ayni, E. M. (2007). Minhâcü's-sülûk fi şerhi Tuhfeti'l-mülûk. Thk. Ahmed Kübeysi. Katar: Vezâretü'l-evkâf.
- Baberti, M. b.-R. (ty). el-Înâye Şerhu'l-Hidâye. Beyrut.
- Baberti, M.-R. (tarih yok). el-Înâye Şerhu'l-Hidâye. Beyrut.
- Balı, S., & Büyükşalvarcı, A. (2011). 1630'dan 2010'a Finansal Krizler Tarihi. İstanbul: Çatı Kitapları.
- Baz, A. A. (1998). Ahkâmü'l-Mâli'l-haram. Ürdün: Dâru'n-nefâis.
- Buhuti, M. b. (1430). Keşşâfü'l-kına' an metni'l-İkna'. Riyad: Vezâratü'l-Adl.
- Dalgın, N. (2010). Faiz Yasağıyla İlgili Farklı Yaklaşımlar. İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi(16), s. 77-110.
- Desûkî, Ş. E. (ty). Hâşiyetu'd-Desûkî alâ Şerhi'l-Kebîr li'd-Derdîr. Beyrut: Dâru İhyâi'l-Kütübi'l-Arabî.
- el-Baz, A. (1998). Ahkâmü'l-mâli'l-haram. Ürdün: Dâru'n-nefâis.
- Gazali, E. H.-T. (1985). İhyâu Ulûmi'd-Dîn. İstanbul: Temel Neşriyat.
- Gırnati, M. Y.-K. (1994). et-Tâc ve'l-iklil li Muhtasari Halil. Beyrut.
- Hamevî, E.-A. Ş.-M. (1985). Gamzu Uyûni'l-Besâir Şerhu Eşbâh ve'n-Nezâir. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Hammad, N. (2001). Kadâya fıkhiyye muâsıra fl-mâl ve'l-iktisâd. Dimeşk: Dâru'l-kalem.
- Haydar, H. (2016). Dürrü'l-Hukkâm Şerhu Mecelleti'l-Ahkâm. İstanbul: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Heytemi, E.-A. A. (1983). Tuhfetu'l- Muhtâc fi Şerhi'l-Minhâc. Kahire.
- Heytemi, E.-A. A. (1983). Tuhfetu'l- Muhtâc fi Şerhi'l-Minhâc. Kahire.
- İbn Abidin, M. E. (2000). Reddü'l-Muhtâr. Beyrut: Dâru'l-Fikr.
- İbn Ebi Şeybe, E. B. (1409). Kitabu'l-musannef fi'l-ehâdis ve'l-âsar. Riyad.
- İbn Maze, M. b.-B. (1424). el-Muhîtu'l-Burhânî fi'l-Fikhi'n-Nu'mânî. Thk. Ahmed Azzû İnâye. Beyrut: Dâru İhyâi't-Türâsi'l-Arabî.
- İbn Müflih, E. A. (2003). Kitabu'l-furu' ve Tashihu'l-furu'. Beyrut.
- İbn Neccar, T. M. (1999). Münthe'l-iradât. Thk. Abdullah et-Türki. Beyrut.
- İbn Nüceym, Z. b. (1999). el-Eşbâh ve'n-Nezâir, Thk. Zekeriyya Umeyrat. Beyrut
- İbn Receb, E.-F. A.-H.-İ. (2001). Câmiu'l-ulûm ve'l-hukmi fi şerhi erbaine hadisen min Cevâmii'l-kelîm. Beyrut.
- İbn Rüşd. (ty). Mesailu İbn Rüşd. Thk. Muhammed el-Habib et-Tickani. Beyrut-Mağrib.
- İbn Rüşd, A. e.-H. (2004). Bidâyetü'l-Müctehid ve Nihâyetü'l-Muktesid. Kahire: Darü'l-hadis.
- İbn Rüşd, E. V.-H. (1988). el-Beyân ve't-Tahsil. Thk. Muhammed Haccî. Beyrut: Dâru'l-Garbi'l-İslamî.
- İbn Teymiyye, T. E.-A.-H. (2005). Mecmûu'l-Fetâva (3. Baskı b.). Mansura: Daru'l-Vefa.
- İbnü'l-Arabî, E. B. (2002). Ahkâmu'l-Kur'ân. Thk. Muhammed Abdülkadir Atâ (3. Baskı b.). Beyrut: Darü'l-Kütübi'l-İlmiyye.

- İbnü'l-Hümmam, ., K.-S. (ty). Fethu'l-Kadîr (2. Baskı b.). Beyrut: Dâru'l-Fikr.
- İzz b. Abdüsselam, E. M.-S. (1990). Kavâidu'l-Ahkâm fi Mesâlihi'l-Enâm. Thk. Mahmud eş-Şankîti. Beyrut: Dâru'l-Meârif.
- Karafi, Ş. E.-A.-M.-M. (1994). ez-Zahîre. Thk. Muhammed Haccî. Beyrut: Dâru'l-Garb.
- Kasani, A. E. (1982). Bedâiu's-Sanâi' fi Tertîbi'ş-Şerâi'. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-Arabî.
- Kurtubi, E. A.-H. (1964). el-Câmi li ahkâmi'l-Kur'ân. Kahire.
- Maverdi, E.-H. (2000). Ahkamu's-Sultaniyye. Beyrut.
- Nevevi, E. Z. (ty.). el-Kitabü'l-Mecmû Şerhu'l-Mühezzeb. . Cidde: Mektebetu'l-İrşâd.
- Ruheybani, M. b.-H. (1994). Metâlibu üli'n-nühâ fi şerhi Gâyeti'l-münteha. Beyrut: Mektebü'l-İslami.
- Smerkandi, E.-L. N. (1386). Uyûnü'l-mesâil. Thk. Salahaddin en-Nahi. Bağdad.
- Şevkani, M. b. (ty). es-Seylü'l-cerrâri'l-mütedeffik alâ hadâiki'l-ezhâr. Daru İbn Hazm.
- Şeyhizade, A. b. (1998). Mecmau'l-Enhur Şerhi Mülteka'l-Ebhur. Beyrut: Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Şürunbilali, E.-İ. H.-V.-M. (tarih yok). et-Tahkîkâtü'l-Kudsiyye, "Hıfzu'l-Aşgarayn", 52.Risale. Y. No: 00610. DİB Kütüphanesi.
- Tahtavi, A. b. (1997). Hâşiyetu't-Tahtavi alâ Meraki'l-felâh şerhi Nuri'l-îzâh. (T. M. el-Halidi, Dü.) Beyrut.
- Teftazani, S. M. (tarih yok). et-Telvîh ila keşf-i hakâiki't-Tenkîh (Cilt 2). Beyrut: Dar-u Erkam b. Ebi'l-Erkam.
- Umrani, E.-H. Y.-h.-Y. (2000). el-Beyan fi mezhebi'l-İmam eş-Şafii. Thk. Kasım Muhammed en-Nuri. Cidde: Daru'l-minhâc.
- Zeylai, O. b. (1313). Tebyînu'l-Hakâik. Kahire/Bolak: Matbaa Kubra'l-Emiriyye,.

THE TRANSACTIONS OF HARAM MIXED GOODS AND EARNINGS

EXTENDED SUMMARY

Different issues related to halal-haram mixed goods and earnings have entered our agenda with the most frequently asked questions. The problem of how religiously sensitive people should act in an environment where interest-free transactions, contracts involving gambling and gambling is becoming widespread with the introduction of the Internet, has peaked in today's complex market. In this book, the fiqh aspect of the subject was revealed and the current issues were tried to be clarified.

For example; What should be done forbidden goods that somehow come to the hands of a person?

Is it possible to do charity work with such dirty money?

is the Fiqh disputing the goods or money earned by the forbidden act?

Can a person with a forbidden capital establish a business with it and do a legitimate business?

Would anyone working in a company whose capital is mixed with haram can have a clean salary for his legitimate labor?

Can those who have haram earnings be a partner in a company that established with mixed capital ?

Can anyone take what he wants from someone has a forbidden profit?

Tax can be paid with haram money?

Haram mixed money with pilgrimage, zakat, charity, mosque building, such as things can be done?

In essence, if a forbidden property, money or interest that is held by a person is put on the market, it is related to the situation of those who are involved in the business of things such as buying, selling, partnership. So what is the situation of the second person who bought such a haram? Or, when a forbidden property is transferred to the second and third parties in ranges such as sales, partnership, inheritance, grants, and borrowings, will the property of the goods be transferred? What is the status of the profit generated by the use of a commodity obtained in a haram contract? Can the illness of such a property to be ruined by the change of liability of debt to another? After the second or third liability of debt acquires this haram, will the profits they make when they trade with this commodity be clean? If it is clean, can this situation be made systematic for cleaning the forbidden

property? If not, what should be done in this case? Is a forbidden property coming through inheritance lawful for heirs?

In this study, we will try to examine the evaluations of the jurists about saving on a product obtained by means of forbidden (haram) or treating with a person with forbidden goods, to make a partnership or to have a haram-halal mixed product.

We will touch upon the points where the views intersect and divide, taking into account the being jurisprudence of the subject as well as the evidence and bases on which the juridical approaches are based.

Even the fact that the study reveals the need in this regard should be considered as a step towards the goal in itself. Since we cannot claim a final result and solution in every subject, we can argue that this research will at least contribute to the Turkish fiqh literature on the subject.

In this research, first of all, we will examine how the subject is discussed and represented in our classical sources, and then we will try to put forward proposals to present solutions to today's issues within the framework of general principles and rules. In this respect, we tried to deal with the topic under three headings. In the first chapter, according to fiqh schools, according to the rate of haram in the property, we have mentioned the provisions regarding the shoppings, partnership or offering with those who have forbidden property.

In the second chapter, we made a general proposal for an approach to the issue by making a general review. In the third chapter, we tried to focus on a number of current issues from the bank to the stock market within the framework of the issues and jurisprudential considerations regarding the savings in haram goods.

Thus, we will see that the approaches put forward in our classical sources can shed light on the demands of solutions but when this is not sufficient, we will see that with the support of bases and general rules. Of course, while doing this, we will understand that we must listen to solution-generating, guiding approaches that do not obstruct life and do not set in front of basic needs.

We have tried to find out which fields it is connected to by referring to our classical sources on the subject, In addition, we have tried to update the subject by applying to the contributions and evaluations of the scholars of our time.

The sensitivity and importance of the subject is better understood when considering the ways in which the dimensions of the subject are expanding.

For this reason, we have taken care to take advantage of special studies dealing with current issues such as stock market, stock and interest. It is clear that in a world that is open to global influences such as banks, stock markets, export-import networks and e-commerce, it is no longer possible to tackle the usual reactions. What needs to be done is the realization of the original projects and institutions that carry the spirit of Islam in the fields of education, politics, social services and economic areas, and the attempts to open the way for the society and leaving the mark on the era with not doomed at a obligation status.

We tried to eliminate the confusion. For this purpose, the basic reference books of the four denominations were among our primary sources. In addition to this, we have tried to update the subject by applying to the contributions and evaluations of contemporary scholars.

The most important feature of the proposal, which we know as the assumption (*farz-ı kifaye*), is the determination of new duties and responsibilities for the basic needs of the society. One of the most important reasons of our weaknesses is the moral weakness and the other must be the weakness of the sufficient religious *fard* (*farz-ı kifaye*).

Today, we think that a social need should be evaluated as a necessity due to the weakness of haram-halal sensitivity of trade ethics.

This work, which is the first in Turkish sources in this scope and detail, aims to reveal a method that will shed light on the complex contemporary *fiqh* issues that are difficult to hard to deal with. Success is from Allah.

KUR'AN-I KERİM IŞIĞINDA İSRAF VE CİMRİLİĞİN İKTİSADİ SONUÇLARI ¹

Süleyman Hilmi KARA ^a
Marmara Üniversitesi, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru: 10 Ekim 2020

Kabul: 4 Ocak 2021

JEL Sınıflandırma:

D14

E21

P36

Z12

Anahtar Kavramlar:

Tüketici Davranışları

İsraf

Cimrilik

ÖZ

Tüketicilerin üç tür davranışı vardır. Birincisi; ihtiyacı olduğundan daha fazlasını alıp israf etmesi, ikincisi; ihtiyacı ve ekonomik olarak imkân olduğu halde almayarak cimrilik etmesi ve üçüncüsü ise; "Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır" (Furkân 25/67); ayet-i kerimesinde buyrulduğu gibi tüketicilerin alım güçleri düzeyinde mal veya hizmetten israf etmeden ihtiyaç duyduğu kadarını almasıdır. Bu çalışmada, tüketicilerdeki bu üç tür davranış biçiminin iktisadi sonuçları incelenmiştir. Tüketiciler ihtiyacından daha fazlasını alıp israf ettiği zaman bazı kişilerin bu ürünü tüketmesine engel olacak veya istenen miktardan daha az tüketmesine neden olacaktır. Tüketiciler ihtiyaçlarını daha az para harcayarak değil, daha pahalı olsa bile daha az kaynak tüketerek karşıladığı zaman gelecekte kendisi ve toplum ekonomik olarak daha karlı olacaktır. Tüketiciler cimrilik yapıp ihtiyacı ve alım gücü varken tüketimden vazgeçmesi halinde ise bu ürünü üreten işyerlerinin daha az satış yapmasına neden olacağından bu işyerlerinin küçülmesine ve daha az işçi çalıştırmasına veya tamamen kapanmasına neden olacaktır. Ancak tüketicilerin ayet-i kerimde buyrulduğu gibi ihtiyacı kadar tüketmesi halinde ekonomide nasıl bir sonuç vereceği bu çalışmada detaylı olarak ele alınmıştır.

¹ Bu çalışma Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde "Türkiye'de kayıt dışı ekonomi ve çözüm önerileri" başlıklı tezden üretilmiştir.

^a **Sorumlu Yazar:** Uzman, Marmara Üniversitesi Yüksek Lisans, E-posta: s.hilmikara@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8988-6845>

Kaynak göster: Kara, S. H. (2020). Kur'an-ı Kerim Işığında İsraf ve Cimrilüğün İktisadi Sonuçları. İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi, 6(2) 237-272

© IZU Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi. Tüm Hakları Saklıdır.

THE ECONOMIC CONSEQUENCES OF WASTE AND STINGINESS IN THE LIGHT OF THE QUR'AN ²

Süleyman Hilmi KARA ^b
Marmara University, Turkey

ARTICLE INFO

Article history:

Received: October 10, 2020

Accepted: January 4, 2021

JEL Classification:

D14
E21
P36
Z12

Keywords:

Consumer behavior
Wasting
Stinginess

ABSTRACT

Consumers have three types of behavior. First; take more than he needs and waste, secondly; being stingy by not taking it although he has the need and financial means and the third is; "They are neither wasteful nor stingy when they spend. Their spending is a balanced spending between these two (extremes)"(Furkan 25/67); as commanded in the verse, consumers should take as much as they need without wasting goods or services at the level of their purchasing power. In this study, the economic consequences of these three types of behavior in consumers are examined. When consumers buy more than they need and waste it, it will prevent some people from consuming this product or cause them to consume less than the desired amount. When consumers meet their needs not by spending less money, but by consuming less resources, even if they are more expensive, it will be more economically profitable for themselves and society in the future. If the consumers are stingy and give up consumption when they need and have the power to buy, this will cause the businesses that produce this product to sell less, and this will cause the workplaces to shrink and employ fewer workers or to close completely. However, in this study, what kind of results the consumers will have in the economy if they consume as much as they need as ordered in the verse is discussed in detail in this study.

² This study has been produced from the master's thesis entitled "Unrecorded economy and offers of solution in Turkey" that prepared in Marmara University, Institute of Social Sciences.

^b **Corresponding Author:** Specialist, Marmara University Master's Degree, E-mail: s.hilmikara@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-8988-6845>

To cite this article: Kara, S. H. (2020). The Economic Consequences of Waste and Stinginess in the Light of the Qur'an. Journal of Islamic Economics and Finance, 6(2) 237-272

© IZU International Research Center for Islamic Economics and Finance. All rights reserved.

GİRİŞ

İsraf sözlük anlamıyla ihtiyaç olmadığı halde para, emek, zaman gibi harcamalar, savurganlık, tutumsuzluk anlamlarına gelmektedir. İsraf etmek ise gereksiz yere harcamak, savurganlık etmek demektir (TDK, 2005, s.985). Bilindiği gibi tasarruf tüketimden kısmaştır. İsraf ise ihtiyaçtan ya da tüketebileceğinden daha fazlasını alıp kullanmamaktır. Bu açıdan bakıldığında israf kaynakların gereksiz kullanımı demektir.

İsraf kavramına ekonomi penceresinden bakıldığında, kaynakların mümkün olduğunca etkin ve verimli kullanılması durumunda halkın refah seviyesinin de o ölçüde artırılacağı, aksi takdirde israfın ise refahı olumsuz yönde etkileyeceği açıktır. Burada ele alınacak asıl konu tasarruf değil genel itibarıyla israftır. Kişi ihtiyacı varsa o ürünü tüketmekten vazgeçmemelidir. Tüketimde dikkat edilmesi gereken husus ihtiyacımdan ne az ne de çok ihtiyacı miktarında israf etmeden tüketmektir. Türkiye’de ve dünyada kaynak miktarının sınırlı olması, nüfusun ise gün geçtikçe artması nedeniyle kaynakların mümkün olan en verimli şekilde kullanılması gerekmektedir. Hiçbir ürün, mal ve benzeri fiyatı çok düşük olsa hatta ücretsiz olsa dahi israf edilmemelidir.

Örneğin bir kişi veya ailenin bir kilo domatese ihtiyacı varken iki kilo domates alıp bir kilosunu tüketip kalan bir kilo domatesi çöpe atması, sınırlı olan kaynağın boşa harcanması durumunda, bu domatesin satış fiyatı üç birim, üretim maliyeti iki birimse, burada iki birimlik bir israf söz konusudur. Çünkü iki birimlik bir kaynak üretilmiş ancak kullanılmadan çöpe atılmıştır.

Bu noktada lüks tüketim ile israf kavramını iktisadi açıdan birbirinden ayırmak doğru olacaktır. Kişi ihtiyacı olan çok lüks bir mal aldığı durumda ne olacaktır? Bu lüks malın üretim maliyeti beş birim ancak satış fiyatının beş yüz birim olduğunu varsayalım. Bu mala benzer ancak fiyatı, kalitesi ve özellikleri bundan biraz daha düşük olanların ise satış fiyatı on birimdir. Kişi bu on birimlik malı almak yerine ihtiyaç duyduğu birkaç özelliği daha olduğu için beş yüz birimlik malı almayı tercih ettiğinde israf etmiş olmayacaktır. Kişi burada lüks tüketimi gösteriş ve benzeri nedenle tercih etmemektedir. Kendi ihtiyacını karşılayan özellikler diğer ürünlerde olmayıp bu üründe bulunduğu için tercih etmektedir. İlk akla gelen şu olabilir: On birimlik malı alsaydı dört yüz doksan birim israftan kaçınmış olacaktı diyebiliriz. Ancak, burada bir israf değil tüketici tercihi söz konusudur. Çünkü bu malın üretim maliyeti beş birimdir. Yani bu

beş yüz birim fiyatlı malı üretmek için üretim kaynaklarının sadece beş birimi kullanılmış olmaktadır. Kalan dört yüz doksan beş birim üretici firmanın kârıdır. Burada kaynak tüketimi beş yüz birim değildir. Dikkat edilmesi gereken husus satış fiyatı değil üretim maliyeti olmalıdır. Bu ürünün beş yüz birime satılması durumunda bir para transferi gerçekleşmiş olacaktır. Kaynak tüketimi beş yüz birim değil beş birimdir. Ancak tüketicinin ihtiyacı yokken lüks bir malı da lüks olmayan bir malı da alması israftır. Tüketici ihtiyacı yoksa bu ürünü kesinlikle almamalı, ihtiyacı varsa ihtiyacını daha uygun fiyatlı ürünle karşılayabiliyorsa o ürünü tercih etmelidir. Örneğin çok zengin birinin cep telefonunu sadece konuşmak için kullanıyorsa akıllı telefon almamalı, ihtiyacını karşılayan en ucuz en uygun fiyatlı telefonu almalıdır. Burada dikkat edilmesi gereken husus tüketicinin gösteriş amacı olmadan ihtiyacını karşılayan ürünü almasıdır. Tüketici ihtiyacını hangi ürün karşılıyorsa maddi imkânları ölçüsünde o ürünü tercih etmelidir. Tüketici ihtiyacını 10 birimlik ürün karşılamadığından, aradığı ve kullandığı özellikleri bulunan 500 birimlik ürünü tercih etmesi israf değildir. Ancak yukarıda verdiğimiz domates örneğinde ise iki birimlik israf vardır.

Tüketicilerin (talep eden bireylerin) üç tür davranışı vardır. Birincisi ihtiyacı olduğundan daha fazlasını alıp israf etmesi, ikincisi ihtiyacı ve imkânı olduğu halde ihtiyacından daha az miktarda alması ve üçüncüsü ise “Yiyiniz ve içiniz, israf etmeyiniz. Şüphe yok ki ALLAH, israf edenleri sevmez.” (A'raf 7/31) , “Harcamalarında ve başkalarına yardımında eli sıkı olma, ancak varını yoğunu da saçıp savurma.” (İsra 17/29), “Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır.” (Furkân, 25/67) ayet-i kerimelerde buyrulduğu gibi tüketicilerin alım güçleri düzeyinde mal veya hizmetten israf etmeden ve cimrilik yapmadan ihtiyaç duyduğu kadarını almasıdır.

Bu üç durumu sırası ile incelemeye başlamadan önce konu içinde kullanılan bazı iktisat kavramları açıklanmıştır.

Bir bilim olarak ekonominin doğmasının nedeni, insanların sonu asla gelmeyen ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılayacak mal ve hizmetlerin üretiminin hiçbir zaman yeterli olmaması durumu şeklinde izah etmek mümkündür. Ekonomik alanda yapılan hemen her faaliyet insan ihtiyaç ve istekleri ile mal ve hizmet üretimi arasındaki dengeyi sağlayarak, insanların refah seviyesini yükseltmeye yönelik faaliyetlerdir. Bu gayretlere kısaca “kıtlıkla savaş” denilmektedir (Dinler, 2014. s.5).

Ekonomi diğ er bir deyiş le iktisat bilimi, insan ihtiyaç larının karşılanmasında kaynakların yetersiz kalması sorunuyla karşılaşılması durumunda bu kaynaklardan en yüksek düzeyde nasıl faydalanılacağının yöntemlerini araştırır (Dinler, 2009 s.7).

Buna bağlı olarak, son derece sınırlı olan ekonomik materyallerin en yüksek düzeyde fayda sağlayacak şekilde kullanılması, her sektörde karşılaşılan ciddi bir sorun olmakla birlikte kaynakların etkin bir şekilde kullanılması aslında hali hazırda kıt olan kaynakların israfının önlenerek ve en düşük maliyetle üretim faaliyetinin gerç ekleştirilmesidir, denebilir (Pehlivan, 1998, s.75).

Belirli bir mal ya da hizmetin piyasasında belirli bir zaman dilimi iç erisinde, çeşitlendirilmiş fiyatlardan tüketicilerin söz konusu mal veya hizmetten satın almayı istediklerinin miktar olarak ifade edilmesine talep denir. Ekonomik açıdan bakılırsa satın alma isteğinin talep olarak değerlendirilebilmesi iç in satın alma gücü ile de desteklenmesi gereklidir. Örneğin bireylerin pazarda görmüş olduğu bir ürünü satın almak istemesi yeterli olmayıp ekonomik olarak bu ürünü alabilecek maddi güce de sahip olması gerekir. Eğer söz konusu ürünü satın alabilecek maddi imkâna sahip değilse vatandaşların ürünü sadece talep etmesi ekonomik açıdan talep sayılmaz (Dinler, 2009 s.48-49).

Belirli mal ya da hizmetlerin piyasada, belirli bir zaman diliminde, farklı fiyatlar aralıklarında satıcıların satmak istemiş oldukları miktara ise arz denir (Dinler, 2009. s.65).

Üretim miktarından bağımsız olan ve bununla birlikte üretim miktarıyla orantılı değişmeyen maliyetlere sabit maliyetler denir (Koyuncu, 2016 s.127).

Ortalama değişken maliyet, üretim yapan bir şirketin her bir üretim başına düş en toplam değişken maliyettir (Koyuncu, 2016 s.131).

Ortalama toplam maliyet, bir firmanın bir birimlik üretimi başına düş en toplam maliyet miktarıdır (Koyuncu, 2016 s130).

Üretim artış oranı, üretim faktörleri artış oranından daha büyükse ölçeğe göre artan getiri söz konusudur. Üretim ölçeği büyüdükçe üretimdeki artışta devam ettiğinden, bu durum firma iç in büyük avantajdır (Dinler, 2009 s.146).

Yukarıda yapılan tanımlardan sonra sırasıyla tüketicilerdeki bu davranış şekilleri açıklanmıştır.

TÜKETİCİLERİN İHTİYACINDAN FAZLASINI ALIP İSRAF ETMESİ DURUMU

Bu birinci durumda tüketicilerin davranış şeklini açıklayacak olursak; toplumdaki bir kesimin ihtiyacından fazla ürün alarak israfı neden olması sonucu toplumun diğer kesimi bu ürünü ya ihtiyacından daha az tüketecek ya da hiç tüketemeyecektir. Daha açık anlaşılması için şu örneği verebiliriz. Bir sınıfta 20 kişi olduğunu, sınıfa 20 dilim pasta geldiğini ve pastanın her bir diliminin açık artırma şeklinde satışa sunulacağını varsayalım. Sınıfın israf etmeden tüketeceği pasta miktarı 20 dilimdir. Sınıfta satın alma gücü daha fazla olan veya israf alışkanlığı haline getiren öğrenciler tüketemeyeceği halde ihtiyacından daha fazla pasta alırlarsa yeteri kadar pasta olmadığından diğer öğrenciler pasta almaktan ve yemekten mahrum kalacak, aynı zamanda pasta az olduğundan fiyatı yükselecektir. Durumu iyi olan veya israf alışkanlığı haline getirmiş 5 birey tüketemeyeceği halde tüm pastaları alsa, diğer 15 kişi pasta tüketemeyecektir. İşte israf da aynı şekildedir. Burada bahsedilen tasarruf yapmak değil israftan kaçınmaktır. Evimizde tüketemeyeceğimiz kadar gıda maddesi alıp daha sonra bozulunca çöpe atıyorsak bu ürünleri tüketecek maddi durumu zayıf bireylerin ekmeğini çöpe atmış olmuyor muyuz?

Elektronik aletlerde, elbisemizde veya ayakkabımızda ufak bir sıkıntı gördüğümüz zaman tamir ettirmek yerine çöpe atıp yenisini almaktayız. Biz bunları çöpe atmak yerine tamir ettirsek, ülkemizin hatta dünyanın kıt kaynaklarını daha verimli kullanmış oluruz. Bunları tamir ettirdiğimiz zaman sadece para transferi yapmış oluruz. Para birimizin cebinden çıkıp diğerimizin cebine girer. Bu sayede istihdam da sağlanmış olur ve aynı şekilde doğadaki kaynakları da tüketmemiş oluruz. Ayrıca hammaddesi bununla aynı olan veya yakın olan birçok ürünün de fiyatı artmamış olur. Bu da gelecek yıllarımıza ve gelecek nesillere daha çok kaynak bırakmakla neticelenir. Özellikle ithal edilen ürünleri çöpe atıp yenisini almak dış ticaret açığımızın artmasına neden olacaktır.

Hz. Muhammed (SAV) , “ Nehir kenarında abdest alıyor bile olsanız bir damla suyu israf etmeyiniz.” (Ahmed b. Hanbel, el-Musned, II-221) buyurmuştur.

Evde su damlıyor ise damlayan yeri yaptıрма maliyeti ne kadar çok olursa olsun su israf olmasın diye yaptırmalıyız. Örneğin kiracı olduğumuz evdeki musluk su damlatıyor ve bunu yaptıрма maliyeti 100 TL olsun. Musluktan damlayan su en az 10 yıl damlasa bile damlayan

suyun maliyeti en fazla 100 TL'ye ulaşacak. Biz bu evde on yıldan daha az oturacaksak burada ekonomik kârımıza bakmayacağız, toplumun kârını düşünüp suyun boş yere israf olmaması için musluk tamircisi çağırıp musluğu tamir ettireceğiz. Toplumdaki tüm bireyler kendi ekonomik kârını düşünüp yukarıdaki örnekte olduğu gibi suyun damlamasına göz yumarsa bir gün tonunu 3-5 TL'ye tükettiğimiz suyun litresini bu fiyata tüketmek zorunda kalabiliriz. Burada su sadece bir örnektir, tüm malların israfından kaçınmalıyız.

Resmi ve özel kurumlarda lavabo vb. yerlerin ışıklandırılmaları sürekli açık olmamalı, lavaboya biri girdiği zaman otomatik lavabonun ışığı yanmalı ve kimse yokken sönmeli, aynı şekilde musluklarda kişi elini uzattığı zaman musluktan su akmalı ve asansörlerde de aynı şekilde tek kişi kullanımını engelleyici otomatik tedbirler alınmalıdır. Örneğin asansör 500 kilo üzeri olduğu anda hareket etmeli veya 10 saniye sonra hareket etmelidir. Bu iki kriterden birine ulaştığı anda hareket etmelidir. 500 kiloyu bulduğu anda direkt hareket etmeli bulamadıysa 10 saniye sonra hareket etmelidir. Bu 10 saniye süresi arttırılabilir veya eksiltilebilir. Kendimize ait olmamasına rağmen kullanılmadığı halde açık kalan musluk, lamba gördüğümüz zaman bunların israf olmaması için kapatmalıyız. Kendi otomobilimizle işe ve benzeri yere giderken akrabalarımızdan, komşularımızdan veya bize zarar vermeyeceğinden emin olduğumuz aynı yönde giden kişileri de arabamıza davet edip onları da götürmemiz kıt olan kaynakların verimli kullanılmasını sağlayacaktır. Bize ait olsun veya olmasın israfına engel olduğumuz her bir ürünü gelecekte biz ve gelecek nesiller daha ekonomik tüketecektir.

Farklı bir açıdan bakarsak, israf eden kişi de iki yönlü zarara uğramaktadır. Birincisi israf ettiği miktara isabet eden parasını çöpe atmış olacak, ikincisi ise ihtiyacı olmayan ürüne talep yaratarak bu ürünün fiyatının artmasına neden olacaktır. Yani israf etmekle o ürünü daha sonra hem daha pahalıya alacak hem de fiyatı artan bu ürünle üretimde kullanılan hammaddeyi yani girdisi aynı olan ürünlerin de maliyetini arttıracak ve o ürünleri de daha pahalıya alacaktır. Aldığımız ancak kullanmadığımız bir malı çöpe atmanın israf olduğu herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Ancak değişik alternatiflerimiz varken daha fazla kaynak tüketerek ihtiyacımızı gidermek de bir israftır. Tüm mallarda ihtiyaçlarımızı giderirken daha ucuz olan alternatifleri değil, daha az kaynak tüketilen alternatifleri ekonomik imkânlarımız ölçüsünde tercih etmeliyiz. Bu duruma birkaç uygulama örnekleri verilmiştir.

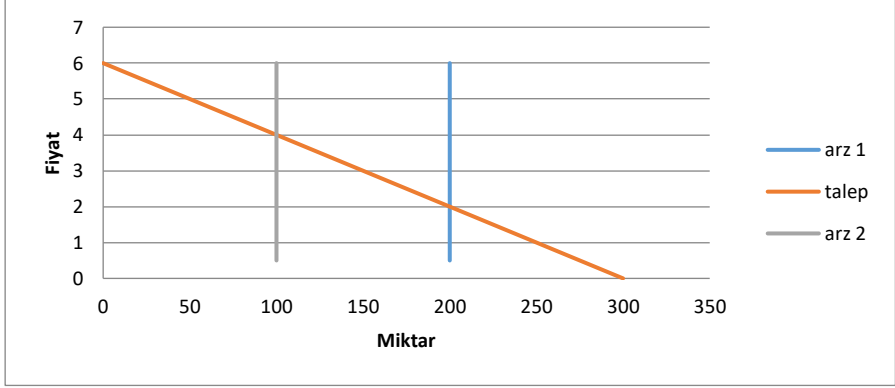
UYGULAMA 1

Toplu taşıma aracı ile seyahat edebilecek sağlıklı bir bireyin kârlı çıkmak için kendi aracı ile seyahat etmesi aslında bir israftır. Kişinin kendi aracı ile gitmesi halinde fazladan bir yakıt tüketimi olacaktır, ancak bu bireyin toplu taşıma aracını tercih etmesi durumunda artı bir yakıt tüketimi olmayacaktır. Örneğin Tarsus Nusret Mayın Gemisi Kültür Parkı ile Tarsus Hazreti Danyal (a.s) Meydanı arası yaklaşık bin altı yüz metredir. Bu iki nokta arasındaki mesafeyi bir kişinin kendi aracı ile gitmesi durumunda yaklaşık 2 TL masraf yapmakta ancak toplu taşıma aracını kullanması durumunda 3 TL masraf etmektedir. Toplu taşıma aracına bu kişi binse de binmese de toplu taşıma aracı mutlaka gidecek ve yakıt tüketecektir. Ancak kişinin kendi aracı ile gitmesi halinde ülke olarak artı bir yakıt tüketimi olacaktır. Bu durumda kıt olan kaynaklar tükenme riski ile karşı karşıya kalacaktır. Bu kişinin kendi ve çocuklarının geleceğini düşünmek adına daha pahalı olmasına rağmen toplu taşıma aracını kullanması gerekmektedir. Çünkü bu kaynaklar gereksiz şekilde kullanıldığı zaman tükenebilecek ve gelecekte bu kaynaklar ya hiç kullanılmayacak ya da çok pahalıya tüketilecektir. Aslında insanlar bunu yaparak sadece kendi neslinin değil gelecek nesillerin de bu kaynakları daha uygun tüketmesini sağlayacaklardır. Rasyonel düşünen insan şu an ne kazandığına değil gelecekte ne kazanacağına bakacaktır. Bu konunun anlaşılması için bununla ilgili basit bir örnek verilmiştir.

Tablo 1: Yolcunun Kendi Aracı ile Gidip Gelmesi Durumunda Yakıt Miktarının Azalması ve Yakıt Fiyatının Artması

Talep		Arz 1		Arz 2	
Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat
0	6	200	0,5	100	0,5
50	5	200	1	100	1
100	4	200	2	100	2
150	3	200	3	100	3
200	2	200	4	100	4
250	1	200	5	100	5
300	0	200	6	100	6

Grafik 1: Yolcunun Kendi Aracı ile Gidip Gelmesi Durumunda Yakıt Miktarının Azalması ve Yakıt Fiyatının Artması



Grafik 1’de arz 1 eğrisi arz miktarı sabit olduğu için dikey eksene paraleldir. Çünkü ülke olarak toplam 200 birim yakıtımız vardır. Fiyat artsa da azalsa da arz miktarı sabit kalmaktadır. Arz esnek değildir. Talep eğrisi ise sol yukarıdan sağ aşağıya doğru olup negatif eğimlidir. Fiyat düştüğü zaman talep edilen miktar artmakta fiyat yükseldiği zaman azalmaktadır. Arz ve talep 200 birim miktar ve 2 TL fiyat üzerinden dengeye gelmektedir. İsrif edilmeden kullanıldığı zaman 200 birim miktar yakıt yeterli gelmekte iken yakıtımız israf edilmiş ve kısa süre sonra 100 birim yakıtımız kalmıştır. Bu durumda arz eğrisi sola kaymış ve arz 2 şeklini almıştır. Yeni denge noktası 100 birim miktar ve 4 TL fiyat olmuştur.

Nusret Mayın Gemisi Kültür Parkı’ndan Hazreti Danyal (a.s) Meydanı’na kişi kendi aracı ile gidip gelmesi halinde 1 birim yakıt tüketmektedir. Bir birim yakıtın maliyeti 2 TL’dir. Kişi kendi aracı ile gitmesi durumunda 2 TL masraf etmektedir. Ancak toplu taşıma aracını kullanması halinde ise sabah 1,50 ve akşam 1,50 olmak üzere toplam 3,00 TL masraf etmektedir. Ülkesinin, kendinin ve çocuklarının geleceğini düşünen kişi toplu taşıma aracını kullanmalıdır. Çünkü dünyada yakıt miktarı sınırlıdır. Yakıt miktarı azaldığı zaman bugün kârlı çıkan kişi gelecekte zararlı çıkacaktır. Üstteki grafikte ülkemiz 200 birim miktar yakıt ithal etmiştir. Bundan daha fazla yakıt ithal edememektedir. Bu birey ve bunun gibi düşünen bireyler toplu taşıma aracını kullanmamış, kendi aracı ile gidip gelmiştir. Ancak bunun gibi düşünen ve hareket eden bireylerin toplu taşıma aracı yerine kendi aracını kullanması ile arz eksilmiş ve arz eğrisi sola kaymış, yakıt fiyatları 2 katına çıkmıştır. Bunun

sonucunda yakıt miktarı 100 birime düşmüştür. Ülkemizdeki maksimum 200 birimlik yakıtın 100 birimini tükettiğimiz için geriye ülke olarak sadece 100 birimlik yakıtımız kalmıştır. Arzın eksilmesi ile şekilde görüldüğü gibi arz eğrisi sola kaymış 200 birim 2 TL fiyat olan denge noktası, 100 birim miktar ve 4 TL fiyat üzerinden yeniden dengeye gelmiştir. Sonuç olarak arzın eksilmesi ile fiyatlar 2 TL'den 4 TL'ye çıkmıştır. İlk aylarda Nusret Mayın Gemisi Kültür Parkı'ndan Hazreti Danyal (a.s) Meydanı'na kendi aracı ile 2 TL fiyattan gidip gelen birey arzın eksilmesi ve fiyatın 2 TL'den 4 TL'ye çıkması ile artık 4 TL'den gidip gelmektedir. İlk ay toplu taşıma aracına 3 TL ödemek istemeyen birey şu anda kendi aracı ile 4 TL'ye gitmektedir. Bu birey ilk 2 ay boyunca 2 TL'ye gitmiştir. Yakıt fiyatlarının 2 katına çıkması ile toplu taşıma araçlarının da maliyeti artması sonucu, toplu taşıma araçları da fiyatlarını (sabah 1,50 akşam, 1,50) 3,00 TL yerine (sabah 1,75 akşam, 1,75) 3,50 TL'ye çıkarmıştır.

İlk 2 ay boyunca 2 TL'den 20 gün gidip gelen birey 10 ay boyunca kendi aracı ile gitse 4 TL maliyet yapacak, toplu taşıma ile gitse 3,50 TL maliyeti olacaktır. Bu bireyin kâr zarar durumu hesaplanmıştır.

Tablo 2: Yolcunun Kendi Aracı ile Gidip Geldiği İki Aylık Kâr ve Zarar Durumu (TL)

Aylar	Gün Sayısı	Kendi Aracı ile Gitme Maliyeti	Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Aylık Aracı ile Gitme Maliyeti	Toplu Taşıma Aylık Bilet Fiyatı	Kendi Aracı ile Gitme Kâr Durumu
Ocak	20	2,00	3,00	40,00	60,00	20,00
Şubat	20	2,00	3,00	40,00	60,00	20,00
Toplam Kâr Miktarı						40,00

Birey ilk iki ay boyunca 40 TL kâr elde etmiştir. Ama bu birey gibi hareket edenlerin çoğalmasından dolayı ithal edilen yakıt miktarı azaldığından, yakıt fiyatı 2 TL'den 4 TL'ye çıkmıştır. Yakıt fiyatının yükselmesi sonucu toplu taşıma araçlarının maliyeti artmış ve fiyatı 3 TL'den 3,50 TL'ye çıkmıştır. Bu durumda kişinin kendi aracı ile gitmesi halinde günlük 4 TL maliyeti olacak, toplu taşıma ile gitmesi durumunda ise maliyeti sadece 3,50 TL olacaktır. Rasyonel düşünen birey bu durumda toplu taşıma aracını tercih edecektir. Ancak daha önce şahsi araç

kullanımından dolayı yakıt miktarı azalmış, yakıt fiyatı artmış ve toplu taşımadaki fiyatın 3,50 TL olmasına neden olunmuştur. Bu durumda kişi toplu taşıma aracı ile yıl boyu 3,00 TL'den gidip gelmek yerine mart ayında fiyatlar arttığı için geriye kalan on ay boyunca 3,50 TL'den gidip gelmek zorunda kalmıştır. Eğer birey kendi aracı ile gitmese idi yıl boyunca ne kadar maliyet yapacaktı onu hesaplayalım. Yakıt miktarı azalmadığından yakıt fiyatı aynı kalmış ve toplu taşıma ücreti de değişmemiştir.

Tablo 3: Yolcunun Bir Yıllık Maliyeti (Toplu Taşıma Yıllık Bilet Fiyatı (TL))

Aylar	Gün Sayısı	Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Toplam Toplu Taşıma Bilet Fiyatı
Ocak	20	3,00	60,00
Şubat	20	3,00	60,00
Mart	20	3,00	60,00
Nisan	20	3,00	60,00
Mayıs	20	3,00	60,00
Haziran	20	3,00	60,00
Temmuz	20	3,00	60,00
Ağustos	20	3,00	60,00
Eylül	20	3,00	60,00
Ekim	20	3,00	60,00
Kasım	20	3,00	60,00
Aralık	20	3,00	60,00
Toplam Bilet Fiyatı			720,00

Kişi kendi aracıyla hiç yol kat etmeyerek tamamen toplu taşıma aracını kullansa yıllık 720,00 TL maliyet yapacaktı. Ancak toplumdaki bazı bireylerin ilk 2 ay boyunca kendi araçları ile gitmesi nedeniyle yakıt miktarı azaldığından yakıt fiyatı artmış ve bilet fiyatı 3,50 TL olmuştur. Yeni toplu taşıma maliyeti aşağıdaki gibi olmuştur.

Tablo 4: Fiyatların Artması Sonucu Yolcunun Bir Yıllık Maliyeti (Yeni Toplu Taşıma Yıllık Bilet Fiyatı) (TL)

Aylar	Gün Sayısı	Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Toplam Toplu Taşıma Bilet Fiyatı
Ocak	20	3,00	60,00
Şubat	20	3,00	60,00
Mart	20	3,50	70,00
Nisan	20	3,50	70,00
Mayıs	20	3,50	70,00
Haziran	20	3,50	70,00
Temmuz	20	3,50	70,00
Ağustos	20	3,50	70,00
Eylül	20	3,50	70,00
Ekim	20	3,50	70,00
Kasım	20	3,50	70,00
Aralık	20	3,50	70,00
Toplam Bilet Fiyatı			820,00

Bu birey ilk 2 ay kendi aracı ile gittiğinden 40 TL kârlı olmuştur. Ancak mart ayından sonra fiyatların artması ile kendi aracı ile gitmek yerine toplu taşımayı tercih etmiştir. 10 ay boyunca 3,00 TL değil de fiyatların yükselmesi ile 3,50 TL'ye giderek her ay 10,00 TL daha fazla bilete ödeme yapmıştır. Yani on ay boyunca $10 \times 10 = 100,00$ TL daha fazla bilet maliyetine katlanmıştır. İlk 2 ay 40 TL kâr elde etmiş 10 ay boyunca toplamda 100 TL fazladan gider yapmıştır. Bireyin yıllık kâr zarar durumu $100 - 40 = 60$ TL olmuştur yani birey 60 TL zarara uğramıştır. Bu durumu ayrıntılı şekilde açıklayacak olursak;

Tablo 5: Yolcunun Kendi Aracı ile Gidip Geldiği İki Aylık Kâr ve Zarar Durumu

Aylar	Gün Sayısı	Kendi Aracı ile Gitme Maliyeti	Toplu Taşıma Aylık Bilet Fiyatı	Aylık Aracı ile Gitme Maliyeti	Aylık Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Kendi Aracı ile Gitme Kâr Durumu
Ocak	20	2,00	3,00	40,00	60,00	20,00
Şubat	20	2,00	3,00	40,00	60,00	20,00
Toplam	40			80,00	120,00	40,00

Tablo 6: Yolcunun Toplu Taşıma Aracı ile Bir Yıllık Gidip Gelme Durumunda Yeni ve Eski Bilet Fiyatı

Aylar	Gün Sayısı	Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Toplam Aylık Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Yeni Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Yeni Aylık Toplam Toplu Taşıma Bilet Fiyatı	Bilet Fiyatının Artması Sonucu Zarar Durumu
Ocak	20	3,00	60,00			
Şubat	20	3,00	60,00			
Mart	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Nisan	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Mayıs	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Haziran	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Temmuz	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Ağustos	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Eylül	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Ekim	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Kasım	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Aralık	20	3,00	60,00	3,50	70,00	10,00
Toplam			720,00		700,00	100,00

Şekilde de görüldüğü gibi kişi kendi aracı ile gitmesi halinde ilk 2 ay her ay için 40 TL'den 80 TL'ye gitmiş sonra ise her ay için toplu taşıma aracı ile 70 TL'ye gitmiştir. Yani yıllık $80+700=780$ TL toplam ulaşım gideri olmuştur. Ancak kişi yıl boyunca sadece toplu taşıma aracı ile gitse idi 720 TL ulaşım gideri olacaktı. Sonuç olarak $780-720=60$ TL zararlı çıkmıştır. İlk 2 ay 40 TL kâr elde etmiş ancak yakıt fiyatının yükselmesi ve toplu taşıma aracının bilet fiyatının yükselmesi sonucu her ay 10 TL zararı olmuştur. Toplamda $100-40=60$ TL zarar etmiştir.

UYGULAMA 2

Adana'dan Tarsus'a tur düzenleyen bir firmanın kâr zarar durumunu incelenmiştir. Örneğin Adana'dan tarihi şehir Tarsus'a gezi düzenleyen bir firmanın bu geziyi bir günde bitirme imkânı yoktur. Önlerinde iki tercih bulunmaktadır. Birincisi ya iki ayrı günde Tarsus'a gezi düzenlenecek ya da Tarsus'ta bir gece otelde konaklanacaktır.

Birinci şık olan otelde konaklama halinde kâr zarar durumu nasıl olacağı değerlendirilmiştir.

Tablo 7: Firmanın Tarsus'ta Otelde Konaklama Durumundaki Maliyet

Yolcu Sayısı	Bir Kişi Otel Ücreti	Toplam Otel Maliyeti
20	150	3.000

Otelde kalma maliyeti 20 yolcudan $20 \times 150 = 3.000$ birim fiyattır. Firma gezi yolcularını bir gece otelde konaklatması halinde 3.000 TL maliyet yapmaktadır. Firmanın bunun yerine ikinci şık olan Tarsus'u bir günde değil de iki ayrı günde gezi düzenleyerek gezdirilmesi yolunu seçebilir. Yolcular ilk gün Tarsus'un bir bölümünü gezecek, akşam Adana'ya geri dönecekler, ikinci günde ise Tarsus'un kalan kısmını gezeceklerdir. Firma otel masrafından kaçınmak amacıyla iki ayrı gezi düzenlemeyi tercih etmiştir. Yolcular da bu durumdan kârlı çıkmaktadır. Çünkü otelde kalmak yerine evlerinde kalacaklar bunun karşılığında indirimden faydalanacaklardır. Bu durum tabloda gösterilmiştir.

Tablo 8: Tarsus'ta Otelde Konaklamama Durumunda Yolculara Yapılan İndirim

Yolcu Sayısı	Bir Kişi Otelde Kalmama İndirimi	Toplam İndirim
20	75	1.500

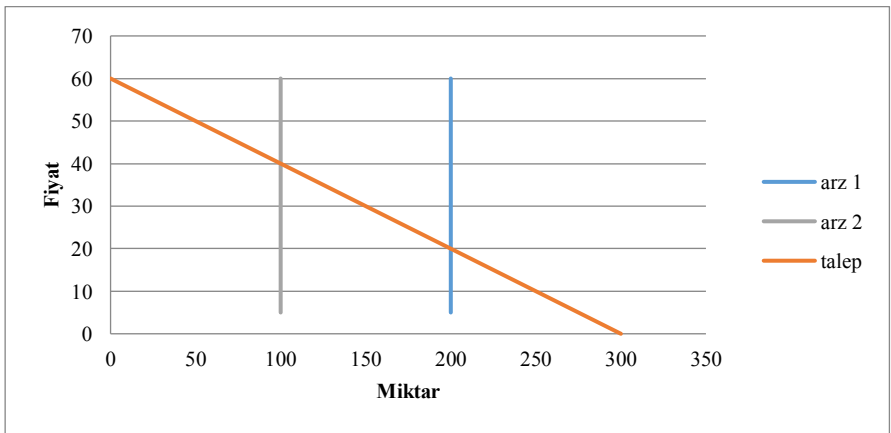
Firma yolcuların her birine 75 TL indirim yapmaktadır. Bu durumda firma 1.500 TL alacağından vazgeçmiş olmaktadır. Bunun yanında firmanın bir de Adana'ya gidip gelme maliyeti vardır. Firmanın Adana'ya gidip gelme yakıt maliyeti ise 1.000 TL'dir. Yani firma 1.500 TL yolculara fiyat indirimi yapmakta, 1.000 TL de yakıt maliyeti yapmaktadır. Sonuç olarak indirim ve yeni yakıt maliyeti toplamı 2.500 TL olmaktadır.

Firma otelde konaklamayı tercih etseydi 3.000 TL ek maliyet yapmış olacaktı. Bunun yerine Adana'ya gidip gelerek 2.500 TL maliyet yapmış ve sonuçta firma bu tercihten 500 TL kârlı çıkmıştır.

Tablo 9: Adana'dan Tarsus'a Tur Düzenleyen Firmanın Kâr Zarar Durumu

Talep		Arz 1		Arz 2	
Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat
0	60	200	5	100	5
50	50	200	10	100	10
100	40	200	20	100	20
150	30	200	30	100	30
200	20	200	40	100	40
250	10	200	50	100	50
300	0	200	60	100	60

Grafik 2: Adana'dan Tarsus'a Tur Düzenleyen Firmanın Kâr Zarar Durumu



Grafik 2’de arz 1 eğrisi arz miktarı sabit olduğu için dikey eksene paraleldir. Çünkü ülke olarak toplam 200 birim yakıtımız vardır. Fiyat artsa da azalsa da arz miktarını sabit kalmaktadır. Grafik 2’de görüldüğü gibi arz miktarı sabit kalmaktadır. Talep eğrisi ise sol yukarıdan sağ aşağıya doğru olup negatif eğimlidir. Fiyat düştüğü zaman talep edilen miktar artmakta fiyat yükseldiği zaman azalmaktadır. Arz ve talep 200 birim miktar ve 20 TL fiyat üzerinden dengeye gelmektedir. İsraf edilmeden kullanıldığı zaman 200 birim miktar yakıt ülke olarak yeterli gelmekte iken yakıtımız israf edilmiş ve kısa süre sonra 100 birim yakıtımız kalmıştır. Bu durumda arz eğrisi sola kaymış ve arz 2 şeklini almıştır. Yeni denge noktası 100 birim miktar ve 40 TL fiyat olmuştur.

Ancak gözden kaçan bir durum vardır. Yakıt dünyada kıt olduğundan ülkemizde dış ticaret açığı vermemek için yılda 200 birim miktar yakıt ithal etmekte veya bu yakıt ülkemizde üretiliyorsa maksimum 200 birim üretilmektedir. Bu tur firmasının ve bunun gibi kâr marjını hesaplayıp hareket eden tur firmalarının Tarsus’ta konaklamak yerine Adana’ya gidip gelmesi sonucunda, yıllık 200 birimlik yakıt bir ay sonra 100 birime düşmüştür. Çünkü firmalar Tarsus’ta konaklamak yerine Adana’ya gidip gelmektedir. Bunun sonucunda firmalar 500 TL her bir seferde kârlı olmaktadır. Yakıt dünyada kıt olduğundan ve ülkemiz dış ticaret açığı vermemek için yakıt 200 birim ithal edilmekte veya ülkemizde üretiliyorsa maksimum 200 birim üretilmektedir. Bundan fazla üretilmemektedir. Bunun sonucunda tüm tur firmalarının Tarsus’ta konaklamamaları sonucunda kıt olan 200 birimlik yakıt 100 birime düşmüştür. Bunun sonucunda üstteki tabloda görüleceği üzere önce 200 birim üzerinden arz ve talep 20 birim fiyattan dengeye gelmekte iken arzın 100 birime düşmesi ile arz ve talep 40 birim fiyat üzerinden dengeye gelmektedir. Yani tur firmalarının kârlı çıkmak için Adana’ya gidip gelmeleri durumunda ilerleyen aylarda bu firmaları zarara uğratacaktır. İlk bir ay kârlı çıkan firmalar 11 ay boyunca 2 kat yakıt maliyetine katlanmak zorunda kalacaklardır. Arzın 100 birime ve fiyatın 20 birimden 40 birime çıkması durumunda firmanın kâr zarar durumu incelenmiştir.

Tablo 10: Firmanın Tarsus’ta Otelde Konaklama Durumundaki Maliyeti

Yolcu Sayısı	Bir Kişi Otel Ücreti	Toplam Otel Maliyeti
20	150	3.000

Tablo 11: Tarsus'ta Otelde Konaklamama Durumunda Yolculara Yapılan İndirim

Yolcu Sayısı	Bir Kişi Otelde Kalmama İndirimi	Toplam İndirim
20	75	1.500

Firma otele 3.000 TL ödemek yerine 1.500 TL yolcularına indirim yapmaktadır. Ancak ilk aylarda firmanın yakıt maliyeti 1.000 TL iken arzın eksilmesi sonucu fiyatlar 20 TL'den 40 TL'ye çıkmış ve firmanın yakıt maliyeti 2.000 TL olmuştur. Bu durumda firmanın otelde konaklamaması halinde maliyeti şu şekilde olacaktır: Yolculara yapılan 1.500 TL indirime 2.000 TL'ye çıkan Adana'ya gidip gelme maliyeti de eklenince toplam maliyet 3.500 TL olmaktadır. Firma bu durumda otelde kalmayı tercih edecektir. Çünkü Adana'ya gidip gelmesi durumunda indirim ve yakıt maliyeti 3.500 TL olduğundan otele 3.000 TL ödemeye razı olacaktır. Yakıt fiyatının artması sonucunda otelde kalmak firma için daha kârlı olmuştur.

Ayrıca firma ilk ay yakıt maliyeti 1.000 TL olduğundan 500 TL kâr elde etmiştir. Ancak yakıt maliyetinin 2 katına çıkması sonucunda ise 11 ay boyunca 1.000 TL daha fazla maliyete katlandığından elde ettiği kârdan çok daha fazla zarar edecektir. Örneğimizi daha ayrıntılı olarak anlatacak olursak; ayda tek sefer düzenleyen bir firma ilk ay otelde kalmayarak 500 TL kâr elde etmiştir. Ancak bir ayın sonucunda tüm firmaların bu şekilde kâr elde etmek için Adana'ya gidip gelmeleri sonucunda yakıt miktarı 200 birimden 100 birime düşmüştür. Fiyatlar 20 TL'den 40 TL'ye çıkmıştır. Yani ilk aydan sonra Adana'ya gidip gelme maliyeti 1.000 TL'den 2.000 TL'ye çıkmıştır. Firma ilk ay 500 TL kâr elde etmiş ancak ilerleyen aylarda her seferde önceden 1.000 TL olan yakıt maliyeti 2 katına çıktığından 2.000 TL ödemek zorunda kalmıştır. Yani her seferde $2.000 - 1.000 = 1.000$ TL daha artı maliyete katlanmak zorunda kalmıştır. İlk bir ay 500 TL kâr elde etmiş ancak diğer 11 ay 1.000 TL zarar etmiştir. Bu durumda firmanın zararı $11.000 - 500 = 10.500$ TL'dir.

Bunun sonucunda otelde kalmak yerine Adana'ya ikinci kez gidip gelen firmalar daha zararlı çıkmıştır. Çünkü yakıt fiyatları artmıştır ve yakıt da bu firmalar için vazgeçilmez bir girdidir. Eğer Adana'ya gidip gelmek yerine Tarsus'ta otelde kalınsaydı yakıt tüketimi olmayacaktı. Oteller belli günler haricinde atıl kapasite ile çalışmaktadır. Kişilerin

otelde kalması sonucunda ülkemizde artı bir kaynak tüketimi olmayacaktır. Çünkü kişiler evde tüketecekleri gıda miktarı kadar otelde gıda tüketecektir. Oteller de atıl kapasite ile çalıştığından bu kişilerin otelde kalmaları boş giden otobüse yeni yolcuların binmesi gibi artı pek bir maliyet oluşturmayacaktır. Ancak Adana'ya gidip gelmeleri sonucunda fazladan bir kaynak tüketimi, yani yakıt tüketimi olmaktadır. Eğer Adana'ya gidip gelmeselerdi otel ve evlerinde tüketecekleri kaynak yani gıda maddeleri, elektrik ve su tüketim miktarları birbirine yakın olacaktı, ancak gidip gelmeleri sonucu fazladan bir yakıt tüketimi olmuştur. Yakıt miktarının 100 birime inmesi sonucunda fiyatlar iki katına çıkmıştır. Fiyatların iki katına çıkması sonucu tur firmaları ilk başta otelde kalmamakla daha kârlı olurken ilerleyen dönemde bu elde ettikleri kârdan daha fazla zarar etmişlerdir. Burada tur firması dolaylı olarak kaynak israfı yapmıştır. Ancak burada geleceği düşünerek daha az kaynak tüketiminin yolları aranmalıdır. Çünkü aynı düşüncelere sahip tüm bireylerin birlikte hareket etmesi sonucunda dünyada kaynak israfının önüne geçilmiş olacaktır.

Bazı bireyler, yük ve yolcu taşımacılığı yapanlar bazı köprülerin geçiş ücreti yüksek olduğundan, daha fazla yol yaparak o köprüden geçmemektedir. Örneğin köprü ücreti 100 TL ise 50 TL daha fazla yakıt tüketerek köprüyü kullanmadan yolu uzatarak gitmektedirler. Bu durumda $100-50=50$ TL kârlı çıkmaktadır. Hatta bazıları aynı gerekçeyle daha fazla yol yaparak fiyatı daha uygun olan köprülerden geçmektedirler. Bunun sonucunda daha uzağa gitmeleri yani daha fazla yakıt tüketmelerine rağmen daha kârlı olmaktadır. Örneğin bir köprünün geçiş ücreti 300 TL diğer köprünün geçiş ücreti 100 TL ise 75 TL daha fazla yakıt tüketerek diğer köprüden geçmektedir. Bunun sonucunda $300-(100+75)=125$ TL kâr elde etmektedirler. Ancak Türkiye'deki yakıt stoku sınırlı miktardadır. Herkesin böyle yapması sonucu yakıt miktarı eksildiğinden yakıt fiyatları artacaktır. Yukarıdaki örnekte olduğu gibi bireyler kârlı olduğunu düşünürken ileride zararlı olacaklardır. Köprüden yeni bir aracın geçmesi halinde kaynak tüketimi olmamaktadır. Ancak daha fazla mesafe yaptığımızda fazladan bir kaynak tüketimi oluşmaktadır. Tüketiciler ihtiyaçlarını daha az para harcayarak değil, daha pahalı olsa bile daha az kaynak tüketerek karşıladığı zaman gelecekte kendisi ve toplum ekonomik olarak daha karlı olacaktır. Toplum olarak kaynaklarımızı daha verimli kullanmalıyız ve sınırlı olan kaynaklarımızı tüketmemeliyiz. Tüm toplum olarak kaynak tüketiminde ve diğer tüm alanlarda israfın önüne geçilirse toplum bundan kârlı çıkar ve geleceğe, gelecek nesillere daha fazla kaynak bırakılabilir.

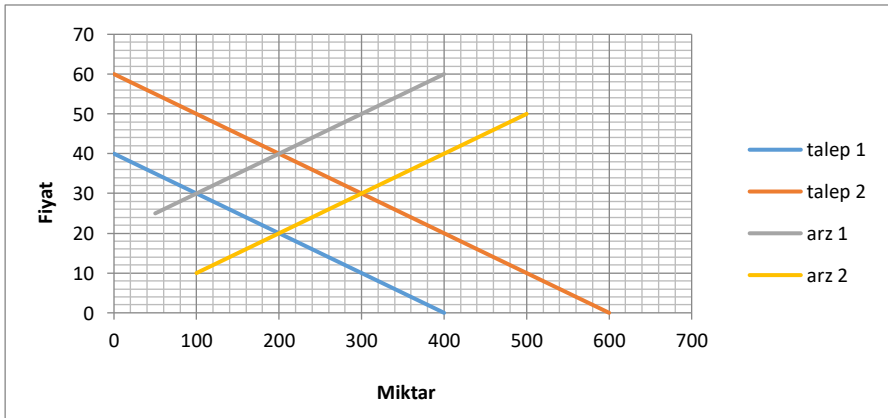
UYGULAMA 3

Durumu bir de üreticiler açısından değerlendirecek olursak, birçok iktisatçının daha fazla harcamanın ekonomi üzerindeki olumlu etkisinden bahsettiğini görürüz. İsraf etmeden fazla harcama ekonomiyi elbette canlı tutacaktır. Ancak aldığımız ürünü tüketmeyip israf edersek ilk aşamada ekonomiyi canlı tutmuş olabilir, bu sayede bu malın üretimini arttırmış olabiliriz. Ancak daha sonra bilinçlenmenin de artmasıyla birlikte israf yapılmayacak ve tüketim giderek azalarak normal düzeyine gelecektir. Bunun sonucunda da birçok üreticinin ürettiği mallar satılmayacak, zarar edilecek hatta olayın büyüklüğüne göre şirketler iflas edebilecektir.

İsrafa neden olduğumuz zaman, israf edilen ürün ve israf edilen ürünle ham maddesi aynı olan ya da benzerlik gösteren ürünlerin de fiyatı artacaktır. Örneğin zengin veya zengin olmayıp israfı alışkanlık haline getirmiş bireyler, ihtiyacı olmadığı halde evine gıda maddeleri gibi kısa sürede tüketilmesi gereken ürünleri alıp kullanmadan çöpe atarsa ne olur? Hammaddesi süt olan bir gıda maddesinin israfı durumunda, hammaddesi süt olan diğer ürünlerin de fiyatı artacaktır. Üreticiler bu gıda maddesinden elde ettiği kâr marjına bakacak, diğer taraftan diğer üründen elde ettiği kâr marjına bakacaktır. Söz konusu ürünün talebi, her ne kadar sonunda israf edilmiş olsa da artmış ve kâr marjı da artmış olacaktır. Üreticiler bu ürünü üretecek ve aynı hammaddeyle üretilen diğer ürünlerin üretimini azaltacaklardır. Üretimi azaltılan gıda maddesinin fiyatı artacak, alım gücü düşük olan bireyler fiyatı artan bu ürünü kayıt dışı yollardan ucuz temin etme yoluna gideceklerdir. Ayrıca israf gerçek bir tüketim olmadığından diğer ürünleri üretmekten vazgeçip sadece söz konusu ürünün üretimine başlayan üreticiler şu vahim sonuçla karşılaşabilir: Tüketimi artan ürünü üretmek için yatırım yapılması sonucu, israfın da azalmasıyla, ilerleyen zamanlarda bu ürünün satışı azalacak ve yaptıkları yatırım atıl hale gelecektir. Bu durum örnekle açıklanmıştır.

Tablo 12: Söz Konusu Ürünü Üreten Firmanın Talep Miktarındaki Artış ve Azalışa Göre Değişen Üretim Miktarı

Talep 1		Talep 2		Arz 1		Arz 2	
Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat
0	40	0	60	50	25	100	10
100	30	100	50	100	30	200	20
200	20	200	40	200	40	300	30
300	10	300	30	300	50	400	40
400	0	400	20	400	60	500	50
		500	10				
		600	0				

Grafik 3: Söz Konusu Ürünü Üreten Firmanın Talep Miktarındaki Artış ve Azalışa Göre Değişen Üretim Miktarı

Söz konusu ürünü üreten firmanın üretim miktarı arz eğrisi arz 1 ve talep 1 noktasında 100 birim miktar ve 30 TL fiyat üzerinden dengeye gelmiştir. Maddi durumu iyi olan kişilerin bu ürünü alması, refah seviyesi yüksek bireylerin ve refah seviyesi yüksek olmasa bile tüketimi bir statü göstergesi olarak gören kişilerin ve çeşitli sebeplerle israf alışkanlık haline getiren bireylerin ihtiyacından fazlasını alması üzerine talep miktarı artmış ve talep 2 şeklini almıştır. Yeni denge noktası 200 birim miktar ve 40 TL fiyat üzerinden dengeye gelmiştir. Bunun üzerine üretici firmalar yoğun talep yaşanması üzerine daha çok kazanmak için üretim miktarlarını arttırmıştır. Bu kadar yoğun talebi ve aşırı kârı gören firmalar büyüme

yoluna gitmişler yeni yatırım kararı alıp yeni fabrikalar kurmuşlardır. Bunun üzerine üretim miktarları arz 2 şeklini almıştır. Arz ve talep 300 birim miktar ve 30 TL fiyat üzerinden dengeye gelmiştir. Ancak bu yoğun tüketim gerçek bir tüketim değildir. İhtiyacı olandan fazlasını alan varlıklı veya varlıklı olmadığı halde israfı alışkanlık haline getiren bireylerin gerçek tüketimlerini yansıtmayan bu davranışı talebi arttırmıştır. Firmalar kredi çekip yatırım yapmışlardır. Zamanla israf eden bireylerin bilinçlenmesi vb. nedenlerle israf etmemesi sonucu talep, gerçek tüketicilerin talebi olan talep 1 şeklini almıştır. Bunun üzerine arz ve talep 200 birim miktar ve 20 TL fiyat üzerinde dengeye gelmiştir. Sonuçta birçok firma ve dolayısıyla ülke ekonomisi bu durum karşısında zarara uğramıştır. Çünkü bu fiyat piyasada eski ve köklü olmayan, yeterli ölçek ekonomisinden faydalanamayan firmaların ortalama değişken maliyetlerinden yüksek, ancak sabit maliyetler de eklenince oluşan ortalama toplam maliyetlerinin altında olan bir fiyattır. Bu da maliyetinin altında, zararına satış demektir.

Bu ürünün tüketiminin azalması durumunda yeterince satış yapamayarak zarar eden birçok firma iflas etmiş olacaktır. İsrarla başlayan süreç iflaslarla sonuçlanmıştır. Yeni yapılan fabrika binaları da atıl kalmış, ülkemizdeki inşaat malzemeleri boşa harcanmış ve bunun sonucunda konut, işyeri, büro, dükkân fiyatları artmıştır. Ayrıca, hammaddesi aynı olan diğer ürünlerin fiyatı da artmıştır.

TÜKETİCİLERİN İHTİYACI VE ALIM GÜCÜ OLDUĞU HALDE İHTİYACINDAN DAHA AZ TÜKETMESİ DURUMU

Tüketiciler arasında bazı kişilerin ihtiyacı olduğu halde tüketimde bulunmaması öncelikle malın fiyatını düşürecektir. Bu durumdan ilk başlarda tüketiciler kârlı çıkacaklardır. Ancak, malın fiyatının düşmesi sonucu yeni üreticiler piyasaya girmeyecek, eski üreticiler de küçülme yoluna gideceği için ilerleyen zamanlarda malın fiyatı düşmeyecek, hatta yükselecektir. Bu durum aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

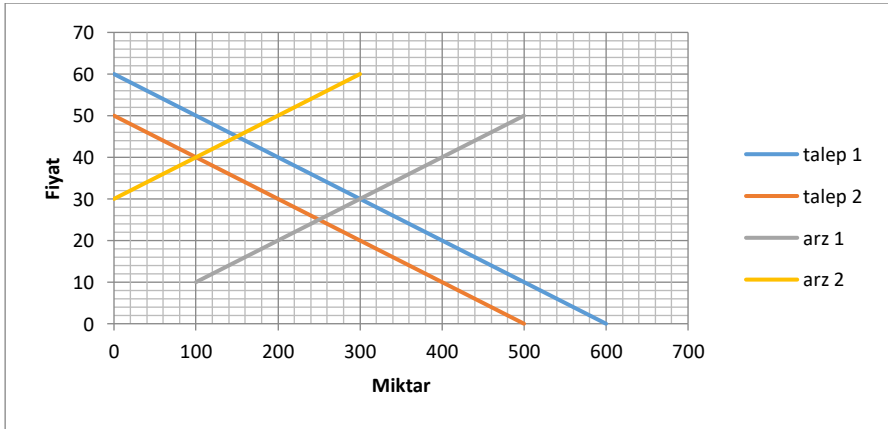
Üreticiler açısından olayı değerlendirdiğimizde, tüketicilerin kendi ihtiyaçlarından daha az tüketmeleri halinde yani ürünü tüketme ihtiyacı var ve ürünü alabilecek alım güçleri de varken tüketecekleri miktardan daha az satın almaları halinde arz durumu ne olacaktır? Bu durumda tüketiciler ürünü daha az talep ettikleri için ürünün fiyatı düşecektir. Fiyatın düşmesi sonucunda üreticiler daha az mal arz edecekler yani daha az üreteceklerdir. Sonuç olarak bazı firmalar küçülme yoluna gidecek ve işçi çıkaracak bazı firmalar ise fiyatın düşmesi sonucunda kâr

edemeyecekleri için tamamen üretimden vazgeçecekler, kepenk kapatacaklardır. İşte görüldüğü gibi tüketicilerin alım güçleri ve ürüne ihtiyaçları olmasına rağmen ürünü talep etmemeleri bazı kişilerin işsiz kalmasına neden olacaklar. İhtiyaç duydukları miktardan daha fazla satın alıp tüketmemeleri halinde ise kaynaklar israf olacaktır. “ Ve onlar ki, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik ederler; ikisi arasında orta bir yol tutarlar.” (Furkân 25/67). Ayet-i kerimde belirtildiği şekilde israf etmeden ve cimrilik yapmadan ihtiyacımız kadar (ihtiyacımızdan da az olmayacak şekilde) tüketirsek ekonomide istikrar olacaktır. Bu durum grafikte açıklanmıştır.

Tablo 13: Bal Üreticisinin Talep Miktarındaki Azalışa Göre Değişen Üretim Miktarı

Talep 1		Talep 2		Arz 1		Arz 2	
Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat
0	60	0	50	100	10	0	30
100	50	100	40	200	20	100	40
200	40	200	30	250	25	150	45
300	30	250	25	300	30	200	50
400	20	300	20	400	40	250	55
500	10	400	10	500	50	300	60
600	0	500	0				

Grafik 4: Bal Üreticisinin Talep Miktarındaki Azalışa Göre Değişen Üretim Miktarı



Bal stoklanma imkânı olduğu için ve arı kovanlarından yılda birden fazla bal alınabildiği için arzın fiyat esnekliği vardır. Bal üreten çiftçilerin arz eğrisi ve bal talep eden tüketicilerin talep eğrisi 30 birim fiyat üzerinde dengeye gelmiştir. Çiftçiler 30 birim fiyat üzerinden satış yaptıkları zaman kâr elde etmektedirler. Ancak, bal talep eden bazı tüketiciler bala ihtiyaçları varken ve bal alabilecek maddi duruma da sahip olmalarına rağmen bal almamışlardır. Bu kişilerin bal almaması sonucu talep eğrisi sola kaymış ve talep 2 halini almıştır. Bunun sonucunda fiyatlar 25 birime düşmüştür. Bu durumda, bulunduğu bölgede bol çiçek olan ve zaten köyde ikamet edip kovanları taşıma maliyeti olmayan arıcular bu fiyattan kâr ederken, bunun dışındaki diğer arıcular çok düşük bir kâr elde etmiş veya hiç kâr edemez duruma gelmişler, hatta bazı arıcular bu fiyattan zarar etmeye başlamışlardır. Çok düşük kâr eden veya zarar eden arıcular bal üretmekten vazgeçmişlerdir. Birçok üreticinin üretimi bırakması üzerine arz eğrisi sola kaymıştır. Yeni denge noktası 100 birim miktar üzerinde 40 birim fiyatta oluşmuştur. Bazı kişilerin ihtiyaçları ve alım güçleri varken bal almaması hem bal fiyatını yükseltmiş hem de bazı arıcuları işsiz bırakmıştır. Bal fiyatının yükselmesine ve bu arıcuların işsiz kalmasına kim sebep olmuştur? Bazı arıcuların işi bırakması ile birçok bal kovamı da çöpe gitmiş yani kaynaklarımız israf olmuştur. Bu duruma bala ihtiyacı olmasına rağmen ve alım güçleri varken alım yapmayan kişiler sebep olmuştur. Eğer bu bireyler ayet-i kerimede buyrulduğu gibi hareket etselerdi bal fiyatı artmayacak ve bal üreticilerinin işsiz kalmasına neden olunmayacaktı. Ayrıca arılar çiçekler ve bahçeler için vazgeçilmez bir görev üstlenmektedir. Arıcular iş yapmayınca arı sayısı da düşecektir. Arıların azalması doğa için iyi bir sonuç olmayacaktır.

Pasta ihtiyacı olan bir kişi pastanede 50 TL'ye satılan pastayı almak yerine 30 TL'ye malzemelerini marketten alıp evde kendi yaptığında sürekli pasta yapmadığı için artan malzemeleri çöpe atmış olsa bile aslında ekonomik olarak kârlı olduğunu düşünebilir. Ancak toplumu zarara uğratmaktadır. Çünkü kişi çöpe attığı her malzeme ile üretilmiş olan bir kaynağın tüketilmeden çöpe gitmesine, bazı kişilerin bu ürünleri tüketmemesine veya az tüketmesine neden olacaktır. Bu sadece bir örnektir, yaptığımız her bir filde kendimizin değil toplumun yararını da göz önünde bulundurarak hareket etmeliyiz. Ayrıca pastaneden alışveriş yaparak orada daha fazla bireyin çalışmasını sağlamış oluruz. Siz pastaneden pasta yerseniz orada çalışan işçiler de sizin sayenizde bir ekmek yiyecektir.

Aynı şekilde self servis çalışan bazı yerler karton veya plastik bardak, tabak, bıçak, çatal kullanarak daha az işçi çalıştırarak kârlı olmaktadır. Ancak bu durumun ülkenin servetine zararı olmaktadır. Çünkü bunu yapmak yerine 1 veya 2 kişiyi işe alarak daha az kaynak tüketerek ülkenin servetini harcamamış olacaktırlar. Çünkü emek faktörü ülkemizde fazladır.

Son dönemde teknolojinin gelişmesi ile üretim artık makinelerle yapılmaktadır. Ancak az da olsa el emeği ile üretimde yapılmaktadır. Örneğin el emeği ile dokunan halı, el emeği ile yapılan kundura ve benzeri gibi. Üretimde makine kullanılmadığından uzun süre emek verilerek halı üretildiği için maliyeti daha yüksek olmakta bu da fiyata yansımaktadır. Bazı tüketiciler el ile dokunan halı ile makinada üretilen halı arasında çok bir fark görmezken bazı tüketiciler el ile dokunan halıyı beğenmektedirler. İşte maddi durumumuz iyi ve el ile dokunan halıyı beğenmişsek burada fiyatına bakmaksızın el ile dokunan halıyı tercih etmeliyiz. Çünkü halı üretilirken makine, enerji ve benzeri kaynaklar tüketilmeden sadece el emeği ile halı üretilmiş, dünyamızda daha az kaynak tüketilerek üretim yapılmıştır. Ayrıca el emeği ile dokunan halıyı almakla istihdam da sağlamış oluruz. Burada halı bir örnektir. Maddi durumumuz iyi ise fiyatı daha pahalı olmasına rağmen bu ve buna benzer üretim kaynaklarını az kullanarak üretim yapılan ürünleri tercih etmeliyiz.

Üretimde ne kadar emek ve ne kadar teknoloji ile üretim yapılacağıın analizi iyi yapılmalıdır. Bir buğday tarlasına ekim yapabilmek için bir insan günlerce çalışsa tarlayı hazır hale getiremez ancak bir traktör birkaç saat içinde dönümlerce tarlayı sürebilir. İşte bu gibi alanlarda, teknoloji yoğun üretim yapılmalıdır. Ancak teknoloji ile emek arasında üretimde çok az bir zaman farkı var ise burada emek yoğun üretim tercih edilebilir. Basit bir örnek vermek gerekirse bir lokantada patates soyma makinesi ile patatesleri soymak bir saat iken insan gücü kullanılarak soymak dört saat ise emek yoğun bir üretimin tercih edilmesi daha mantıklı olabilir. Şöyle ki patates soyma makinesi bol su ve elektrik harcayarak üretimini gerçekleştirmektedir. Dünyamızda ve ülkemizde elektrik ve su kaynakları kıttır ancak emek kaynağı fazladır. Burada üç saat kazanmak yerine üç kişi çalışan bir lokantaya bir dördüncü kişiyi alıp alınan bu işçiye bu ve buna benzer işleri yaptırarak ülkemizdeki kaynakların daha verimli kullanılmasına katkı sağlanacaktır. Burada kullanılan her bir fazla enerji sonucunda enerji ile üretim yapılan tüm sektörlerde maliyet artışı yaşanacaktır.

TÜKETİCİLERİN İHTİYACI KADAR OLANI TÜKETMESİ

A'raf Suresi 31. Ayet-i kerimede Hazreti ALLAH “Yiyiniz ve içiniz, israf etmeyiniz. Şüphe yok ki ALLAH, israf edenleri sevmez.” (A'raf, 7/31) buyurmaktadır.

Diyanet İşleri Eski Başkanı Ömer Nasuhi Bilmen Ayet-i kerimenin tefsirini şu şekilde yapmıştır. “Sizin için helâl olan şeylerden israf etmeden yiyiniz ve içiniz bunlar sizin için birer ilâhî lütuftur. Cahiliye döneminde bazı kimseler hac vazifesini yaptıkları günlerde yağlı, tatlı yiyecekleri bırakarak yalnız ölmeyecekleri miktar bir şey ile yetinirlerdi, siz ey Müslümanlar!. Böyle yapmakla mükellef değilsiniz. Bununla beraber bu nimetlerin değerini biliniz, israf da etmeyiniz.” (Bilmen, 2020).

Yine diğer bir başka ayet-i kerimede Hazreti ALLAH “Harcamalarında ve başkalarına yardımında eli sıkı olma, ancak varını yoğunu da saçıp savurma.” (İsra 17/29), “Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır.” (Furkân 25/67) buyurmaktadır.

Hz. Muhammed (SAV) “Kibirlenmeden ve israf etmeden yiyiniz, içiniz, giyininiz ve sadaka veriniz. Şüphesiz ALLAH, kulunun üzerinde nimetini görmeyi sever.” (Buhari, Libas, 9-182) buyurmaktadır.

Yukarıdaki ayet-i kerimelerde ve hadisi şerifte buyrulduğu gibi ne ihtiyaç duyulduğu halde tüketimden vazgeçilmesi ne de israfa neden olunması doğru bir davranıştır. Yani gösteriş amacı olmadan ihtiyaç duyulan kadar tüketilmesi gerekmektedir. Hayatımızda bunu uygularsak iktisadi olarak nasıl bir sonuç alırız? Ekonomide asıl istenen sonuç üretilen malın eksik veya fazla olmamasıdır. Tüketicilerin israf etmeden tüketeceği miktarda olmalıdır. Yani arz ve talebin tam dengede olması amaçtır. Arz istenenden fazla olursa üretilen mal ve hizmet israf olacak, arz istenenden eksik olursa bu ürünü tüketmek isteyen bireyler ya istedikleri miktardan az tüketmek zorunda kalacak veya hiç tüketemeyecek yani tüketmek istemelerine rağmen tamamen veya kısmen tüketimden mahrum kalacaklardır. Arzın yani üretimin fazla olması veya eksik olması bu ürünü tüketen, talep eden bireylerin davranışına bağlıdır. Bu ürünü talep eden bireyler ürünü kullanacağı miktardan daha fazla alırsa ürünün fiyatı yükselecek, ürünün fiyatının yükselmesi sonucunda üreticiler daha fazla kazanmak için üretimlerini arttıracaklardır. Tüketiciler ürünü israf etmekten vazgeçtiği anda firmalar batacak, iflas edeceklerdir. Tüketicilerin israf davranışından vazgeçmesi ile

ürünün bir kısmının üreticilerin elinde kalması durumunda da gereksiz bir kaynak tüketimi olacaktır. Tam tersi durumda tüketicilerin kendi ihtiyaçlarından daha az tüketmeleri halinde yani ürünü tüketme ihtiyacı var ve ürünü alabilecek alım güçleri de varken tüketecekleri miktardan daha az satın almaları halinde arz durumu ne olacaktır? Bu durumda tüketiciler ürünü daha az talep ettikleri için ürünün fiyatı düşecektir. Fiyatın düşmesi sonucunda arz edenler yani üreticiler daha az arz edecekler yani daha az üreteceklerdir. Bu durum daha sonra bazı üreticilerin malın fiyatının düşmesi sonucunda zarar ederek piyasadan çekilmesi ile sonuçlanacaktır. Bazı üreticilerin piyasadan çıkması ile üretim yani arz azalacak ve fiyatlar yükselecektir. İşte tüketicilerin ne çok alıp israf etmesi ne de ihtiyacından daha az alması ekonomide istenen bir durum olmayacak, ayet-i kerimelerde ve hadisi şerifte buyrulduğu gibi aşırı tüketim ve aşırı tasarruf yapmadan ikisi arasında dengeli olduğunda, arz da bu duruma göre dengeye gelecek, sonuç olarak hem üreticiler kârlı olacak hem de tüketiciler kârlı olacaktır. Tüketicilerin ne az ne de çok, ayet-i kerimede buyrulduğu gibi, ihtiyacı kadar tüketmesi ile hiçbir hesap, hiçbir proje yapmadan veya çok az hesap ve proje yaparak ekonomide tüketiciler ve üreticiler için en uygun, en istikrarlı bir denge oluşacaktır. Eğer tüketiciler ihtiyacından fazla mal alıp israf ederse enflasyona neden olacak, ihtiyacından daha az alırsa bazı bireylerin işsiz kalmasına neden olacaklardır. Tüketiciler ihtiyacı kadar ürünü alırsa işsizlik azalacak ve en yüksek seviyede işçi istihdam edilecektir. Tüketiciler ihtiyacı kadar mal ve hizmet alırsa, üreticiler tüketicilerin ihtiyacı kadar mal ve hizmet üreteceğinden kaynaklarımız (emek, sermaye, toprak) en verimli şekilde kullanılmış olacak ve ekonomide fiyat istikrarı oluşacaktır.

Bir malı, ayet-i kerimede buyrulduğu gibi, fiyatına bakmaksızın ihtiyacımız kadar tüketmek o malın fiyatının zaman içinde düşmesini sağlayacaktır. Bir malın talebi arttığı zaman fiyatı da artacak, ancak aynı şekilde talebi ve fiyatı artan bu malın zamanla arzı da artacaktır. Talebi arttığı için malın fiyatı yükselecek fiyatı artan malı üreten üreticiler daha çok üretmek isteyecektir. Kâr marjı yüksek olduğu için yeni üreticiler piyasaya gireceklerdir. Bu defa üretim arttığı için fiyatlar aşağı düşecektir. Üretimde uzmanlaşma olacak, ölçek ekonomisi ve sürümden kazanma ile fiyatlar düşecektir. Bunun mümkün olması için o malın üretim alanının geniş olması gerekmektedir. Üretim alanı dar olan bir sektörde bu görüş geçerli değildir. Örneğin tarım, tekstil, mobilya gibi sektörlerde arz miktarı talebe göre değişecektir. Talep artarsa üretimi artacak, talep azalırsa üretimi azalacaktır. Ancak petrol ve bunun gibi diğer yer altı

kaynaklarında talep artışında arz artmayacak sadece malın fiyatı yükselecektir. Yani yer altından çıkan demir, çinko, doğalgaz, petrol gibi doğada belli miktarda bulunan kaynaklar için bu görüş geçerli değildir. Bu ürünleri gelecek yıllara ve gelecek nesillere aktarabilmek için çok tasarruflu kullanmalıyız ve bu ürünlerin geri dönüşümü varsa mutlaka geri dönüşümünü sağlamalıyız. Tarım ürünleri, tekstil, mobilya gibi üretimi talebe göre artan ürünlerde bu görüş geçerlidir. Hayatımızda en çok gıda maddeleri yani tarım ürünleri tüketmekte ve tekstil (giyim, mefruşat) gibi malzemeleri kullanmaktayız. İşte bunun gibi üretim imkânı olan mallarda, tüketimi israf etmeden ayet-i kerimede buyrulduğu gibi ihtiyacımız kadar tüketirsek arz da talebe göre hareket edecektir. Ekonomide arz ve talep istikrarlı bir şekilde dengeye gelecektir. Çünkü olağanüstü haller dışında insanların tüketecekleri gıda ve giyim eşyası miktarı çok da değişmemektedir. Bireyler zenginleşse bile tüketeceği gıda miktarı ve çeşidi pek değişmemekte bir önceki yıla aynı veya bir önceki yıla yakın olmaktadır. Bu durumda arz da insanların tüketeceği miktar kadar olacağından, ekonomide kaynak israfı olmadan bireylerin ihtiyacı kadar ve makul bir fiyat seviyesinde üretim gerçekleşecektir. Bir ekonomide en güzel sonuç budur. Bırakınız insanları! Ayet-i kerimelerde buyrulduğu gibi israf etmeden yesinler, içsinler, giysinler, gezsinler...

Olması gerektiği gibi tüketilmemesi durumunda nasıl bir sonuç doğacağı üstte detaylı olarak anlatılmıştır. Aşağıdaki örnekte ayet-i kerimede buyrulduğu gibi ihtiyacımız kadar tüketirsek nasıl olacağı incelenmiştir.

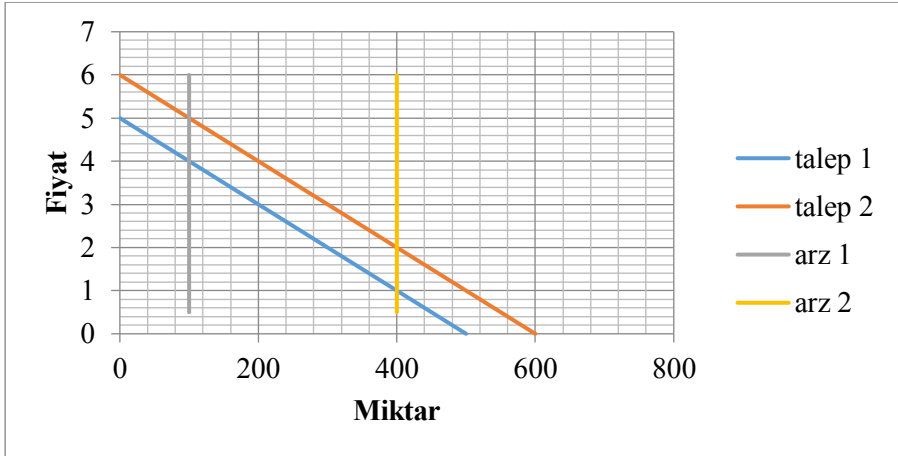
Ülkemizde hiç tanınmayan ancak hemen her aile tarafından tüketilecek olan bir ürünü varsayalım. Vatandaşlarımızın patates ile yeni tanıştıklarını düşünelim. Patatesi tüketen aileler bu ürünü çok beğenecekler ve birçok çeşit yemekte kullanacaklardır. İlk yıllar patates üretimi çok az olacaktır. Çünkü yeni bir ürünü üretmek çiftçiler için çok riskli olacaktır. İlk yıllar üretim az olduğu için fiyatı yüksek olacaktır. İlk yıl bu malın çok tüketilmesi fiyatları artıracaktır. Ancak fiyatı artan bu ürün çiftçilerin iştahını kabartacak ve gelecek yıl birçok çiftçi patates üretmeye başlayacaktır. Üretimde zamanla uzmanlaşma olacak, ölçek ekonomisi olacak ve sonuç olarak üretim maliyeti düşecektir. Arz arttığı için malın fiyatı da düşecektir. Üretim imkânı bulunan bir malın toplum tarafından, alım güçleri varsa, fiyatına bakılmaksızın ayet-i kerimede buyrulduğu gibi ihtiyaç kadar tüketilmesi ileride bu malın fiyatının düşmesini sağlayacaktır. Aileler ilk yıllar bu ürüne yüksek fiyat ödedikleri için ekonomik olarak zararlı olacaklar ancak gelecek yıllar daha fazla

üretildiği için fiyatı düşecek ve ekonomik olarak kârlı hale geleceklerdir. İlk yıl fazla ödediği tutardan çok daha fazla kârlı olacaklardır. Bu durum grafikte açıklanmıştır.

Tablo 14: Patates Üreten Çiftçinin Talep Miktarındaki ve Fiyattaki Artış ve Azalışa Göre Değişen Üretim Miktarı ve Tüketicinin Talebini Arttırması ile Arzın Artması ve Fiyatın Düşmesi

Talep 1		Talep 2		Arz 1		Arz 2	
Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat	Miktar	Fiyat
0	5	0	6	100	0,5	400	0,5
100	4	100	5	100	1	400	1
200	3	200	4	100	2	400	2
300	2	300	3	100	3	400	3
400	1	400	2	100	4	400	4
500	0	500	1	100	5	400	5
		600	0	100	6	400	6

Grafik 5: Patates Üreten Çiftçilerin Talep Miktarındaki ve Fiyattaki Artış ve Azalışa Göre Değişen Üretim Miktarı



Patates yılda sadece bir dönem üretildiğinden arzı arttırmak için en az bir dönem yani bir yıl daha geçmesi gerekeceğinden arz esnek değildir. Tarım ürününün arz esnekliği o yıl için sıfır olduğundan arz

artmayacaktır. Patatesin fiyatı ne kadar artarsa artsın üreticiler arzı arttırmayacaktır.

Hazreti ALLAH'ın ayet-i kerimede “Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır.” (Furkân 25/67) şeklinde buyurduğu gibi ailelerin ihtiyaçları ve alım güçleri de varken fiyatına bakmaksızın patates alması halinde ne olacağı incelenmiştir. İlk yıl patatesin kilo fiyatının 4 birim olduğunu varsayalım. Arz ve talep 100 birim ton ve 4 birim fiyattan dengeye gelecektir. Aileler alım güçleri varsa ihtiyacı kadar alacaklar, talebin artması ancak arzın artmaması sonucu fiyatlar 5 birime çıkacaktır. Bunun sonucunda bu malın daha fazla tüketilmesi halinde ilk yıl fiyatı artacak ancak gelecek yıllarda yeni üreticiler piyasaya gireceği için arz artacak ve fiyatlar düşecektir. Fiyatı arttığı için sonraki yıl mevcut üreticiler boş tarlalarına dikim yapacak ölçek ekonomisinden faydalanacak, uzmanlaşma olacak ve ayrıca yeni üreticiler de piyasaya gireceğinden arz artacak ve fiyat düşecektir. Aileler ilk yıl 4 birim fiyattan bu ürünü tüketirken bu malın üretim imkânı olduğunu bildikleri için tüketimini ürünün fiyatına bakmaksızın ihtiyaçları kadar arttıracaklar ve bunun sonucunda ilk yıl patatesin fiyatı 5 birime kadar çıkacaktır. Fiyatların bu kadar yükselmesi sonucu çiftçiler gelecek yıl üretimlerini arttıracak ve piyasaya yeni üreticiler girecektir. Bunun sonucunda arzda büyük bir artış yaşanacak ve 100 birim (kilo, ton) olan arz 4 kat artacak 400 birim (kilo, ton) olacaktır. Arz ve talebin artması sonucunda şekilde görüldüğü gibi arz ve talep 2 birim fiyatta dengeye gelecektir. İlk yıl patatese 5 birim fiyat ödemek zorunda kalan tüketiciler gelecek yıl 2 birim fiyata tüketecekler ve ilk yıl fazla ödedikleri miktar dikkate alındığında kârlı olacaklardır.

Örneğin bir ailenin 100 kilo patates ihtiyacı olduğunu farz edelim. 100 kilo patatese ihtiyacı olan aile ayet-i kerimede buyrulduğu gibi ihtiyacı olan patatesin tamamını alım gücü de varsa fiyatına bakmaksızın satın alacaktır. İlk yıl 100 kilo patatesi ilk başlarda 4 birim daha sonra 5 birim fiyattan alacaklardır. İlk 10 kilosunu 4 birimden aldıktan sonra arz sabitken talebin artması ile fiyat 5 birime çıkmıştır. Aile ihtiyacı olan patatesi fiyatına bakmaksızın alacak ve 90 kilo için 5 birim fiyattan ödeme yapacaktır. Aile $10 \times 4 = 40$, $90 \times 5 = 450$ olup toplam olarak $40 + 450 = 490$ birim ödeme yapacaktır. Fiyatın 1 birim yükselmesi sonucu aile 90 birim fazla ödeme yapmaktadır. Fiyat 4 birim olduğunda $4 \times 90 = 360$ ödenmesi gerekirken fiyatın 5 birime çıkması ile $90 \times 5 = 450$ birim ödeme yapılacak, yani $450 - 360 = 90$ birim fazla ödenecektir. Yani ilk yıl tüketici, fiyatına bakmaksızın tüketim yapması sonucu, fiyatların 4 birimden 5 birime

çıkması ile 90 birim fazla ödeme yapmıştır. Ancak şekilde görüldüğü gibi gelecek yıl üretimin artması ile fiyatlar 2 birime düşmüştür. Fiyatların 2 birime düşmesi ile 100 kilo patates için kilosu 2 birimden $100 \times 2 = 200$ birim ödeyecektir. Eğer önceki yıl fazla tüketilmese ve patatesin fiyatı 5 birime yükselmemiş olsaydı üreticiler üretimini arttırmayacak ve yine 4 birim fiyattan üreteceklerdi. Fiyatın 4 birim olarak devam etmesi durumunda tüketici 100 kilo patates için $100 \times 4 = 400$ birim ödeme yapacaktı, ancak fiyatın 2 birime düşmesi ile $100 \times 2 = 200$ birim ödeme yapacaktır. Bu durumda aile $400 - 200 = 200$ birim daha ucuza patates almıştır. Daha önce fazla ödediği 90 birim miktardan daha fazla kârlı olmuştur. $200 - 90 = 110$ birim fiyat bir sonraki yıl tüketici kârlı olmuştur. Devam eden yıllarda da her yıl 200 birim fiyat kârlı olmaya devam edecektir.

SONUÇ

Tüketiciler ihtiyaç duyduğu halde ekonomik imkânları ölçüsünde tüketimden vazgeçmemeli aynı zamanda israf da etmemelidir. Yani gösteriş amacı olmadan ihtiyaç duyduğu kadar tüketmelidir. Ekonomide asıl istenen sonuç üretilen malın eksik veya fazla olmaması, arz ve talebin tam dengede olmasıdır. Arz istenenden fazla olursa üretilen mal ve hizmet israf olacak, arz istenenden eksik olursa bu ürünü tüketmek isteyen bireyler ya istedikleri miktardan az tüketmek zorunda kalacak veya hiç tüketemeyecek yani tüketmek istemelerine rağmen tamamen veya kısmen tüketimden mahrum kalacaklardır. Arzın yani üretimin fazla olması veya eksik olması bu ürünü tüketen, talep eden bireylerin davranışına bağlıdır. Bu ürünü talep eden bireyler ürünü kullanacağı miktardan daha fazla alır ve israf ederse ürünün fiyatı yükselecek, bazı kişilerin bu ürünü tüketmesine engel olacak veya istenen miktardan daha az tüketmesine neden olacak, ayrıca ürünün fiyatının yükselmesi sonucunda üreticiler daha fazla kazanmak için üretimlerini arttıracaklardır. Tüketicilerin bilinçlenerek ya da diğer nedenlerle ürünü israf etmekten vazgeçmesi durumunda firmaların satışları düşecek, hatta iflas edebileceklerdir. Tam tersi durumda tüketicilerin kendi ihtiyaçlarından daha az tüketmeleri halinde yani ürünü tüketme ihtiyacı var ve ürünü alabilecek alım güçleri de varken tüketecekleri miktardan daha az satın almaları halinde ürünün fiyatı düşecektir. Fiyatın düşmesi sonucunda arz edenler yani üreticiler daha az arz edecekler yani daha az üreteceklerdir. Bu durum daha sonra bazı üreticilerin malın fiyatının düşmesi sonucunda zarar ederek piyasadan çekilmesi ile sonuçlanacak ve birçok insan işsiz kalabilecektir. Bazı üreticilerin piyasadan çıkması ile

üretim yani arz azalacak ve fiyatlar yükselecektir. İşte tüketicilerin ne çok alıp israf etmesi ne de ihtiyacından daha az alması ekonomide istenen bir durum olmayacaktır. Tüketicilerin ne az ne de çok, ayet-i kerimede buyrulduğu gibi, ihtiyacı kadar tüketmesi ile hiçbir hesap, hiçbir proje yapmadan veya çok az hesap ve proje yaparak ekonomide tüketiciler ve üreticiler için en uygun, en istikrarlı bir denge oluşacaktır. Eğer tüketiciler ihtiyacından fazla mal alıp israf ederse enflasyona neden olacak, ihtiyacından daha az alırsa bazı bireylerin işsiz kalmasına neden olacaklardır. Tüketiciler ihtiyacı kadar ürünü alırsa işsizlik azalacak ve en yüksek seviyede işçi istihdam edilecektir.

Tüketiciler ihtiyaçlarını karşılarken daha az para harcamaya odaklanmak yerine daha az kaynak tüketerek ihtiyaçlarını gidermeye odaklanmalıdır. Tüketiciler daha pahalı olmasına rağmen daha az kaynak tüketerek ihtiyaçlarını giderme imkânı varsa bütçesi ölçüsünde daha fazla gider yaparak doğadaki kaynakları tüketmemelidir. Bütün insanlar ekonomik imkânları ölçüsünde daha çok gider yaparak daha az kaynak tüketirse gelecek günlerde, aylarda, yıllarda ekonomik olarak daha karlı olacaktır.

Bir malı, ayet-i kerimede buyrulduğu gibi, fiyatına bakmaksızın ihtiyacımız kadar tüketmek o malın fiyatının zaman içinde düşmesini sağlayacaktır. Bir malın talebi arttığı zaman fiyatı da artacak, ancak aynı şekilde talebi ve fiyatı artan bu malın zamanla arzı da artacaktır. Talebi arttığı için malın fiyatı yükselecek fiyatı artan malı üreten üreticiler daha çok üretmek isteyecek, yeni üreticiler piyasaya girecekler üretimde uzmanlaşma olacak, ölçek ekonomisi ve sürümden kazanma ile fiyatlar düşecektir.

Sonuç olarak ne israf edeceğiz ne de tüketimden vazgeçeceğiz, ihtiyacımız kadar olanı “Yiyiniz ve içiniz, israf etmeyiniz. Şüphesiz ki ALLAH, israf edenleri sevmez.” (A'raf 7/31) , “Onlar, harcadıklarında ne israf ne de cimrilik edenlerdir. Onların harcamaları, bu ikisi arası dengeli bir harcamadır.” (Furkân 25/67) ayet-i kerimelerde buyrulduğu gibi tüketirsek ekonomide en iyi sonuca ulaşırız.

KAYNAKÇA

Ahmed b. Hanbel, Ebû Abdillâh Ahmed b. Muhammed b. Hanbel eş-Şeybânî, el-Musned, İstanbul 1982/1402.

Bilmen, Ömer Nasuhi, Kur'an-ı Kerim A'raf Suresi 31 Ayet. Tefsiri , 01.09.2020 tarihinde http://kuranikerim.name.tr/KURAN-I_Kerim-TEFSiri/KURAN-i_kerim-tefsirlerini-sirala.asp?mealler=31&altun=7&meal-tefsir=AYET adresinden alınmıştır.

Dinler, Z. (2009). İktisada Giriş, 15. bs. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa

Dinler, Z. (2014). Mikro iktisat. Ekin Kitabevi. Bursa

El-Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail, el-Câmi'u's-Sahîh. Çağrı Yay., İstanbul 1992

İbn Kesîr, el-Hâfız Ebû'l-Fidâ' İsmail, Tefsîru'l-Kur'ani'l-Azîm, İstanbul1985.

İbn Mâce, Ebû Abdillâh Muhammed b. Yezîd b. Abdillâh b. Mâce el-Kazvîni, es-Sunen, İstanbul 1981/1401.

Koyuncu, C. ve Işıklar, İ. ve Yıldırım, K. ve Kostakoğlu, S. F. ve Bakırtaş, İ. (2016). İktisada Giriş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 3277.

Kur'an-ı Kerim, A'raf, 7/31; Furkân, 25/67; İsrâ, 17/29

Pehlivan, O. (1998). Kamu Maliyesi, Eser Ofset, Trabzon

TDK, (2005) Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları. Ankara

EXTENDED ABSTRACT

The science of economics investigates the methods of how to utilize these resources at the highest level in case of the problem of insufficient resources in meeting human needs (Dinler, 2009 p.7). Accordingly, it can be said that the use of extremely limited economic materials with the highest level of benefit is a serious problem encountered in every sector, but the effective use of resources is actually the realization of the production activity with the lowest cost by preventing the waste of resources that are currently scarce (Pehlivan, 1998;75).

When the concept of wastefulness is viewed from the perspective of economy, it is clear that if resources are used effectively and efficiently, the welfare level of the people can be increased to the same extent, otherwise waste will affect the welfare negatively. The main issue to be addressed here is not saving but generally waste. The person should not stop consuming that product if he / she needs it. The point to be considered in consumption is to consume without wasting neither less nor more than the need. The limited amount of resources in the world and Turkey, while the population is increasing day by day because of the resources should be used in the most efficient way possible. No product, goods and the like should not be wasted, even if the price is very low or free.

There are three types of behavior of consumers (individuals who demand). The first is to take more than what it needs and waste, the second is to take less than it needs even though it has the need and means, and the third is "Eat and drink, do not waste. There is no doubt that God does not love those who waste. " (A'raf 7/31), "Do not be firm about your expenses and helping others, but do not waste all you have." (Isra 17/29), "They are neither wasteful nor stingy when they spend. Their spending is a balanced spending between these two (extremes). "(Furkan, 25/67) is that consumers take as much as they need from the goods or services at the level of their purchasing power without wasting and being stingy.

H. Muhammad (SAV) said, "Even if you have ablution by the river, do not waste a drop of water." (Ahmad b. Hanbal, al-Musnad, II-221).

If the water is dripping at home, no matter how much it costs to get the dripping place done, we should have it done so that water is not wasted. For example, the tap in the house we are tenant drips water and the cost

of doing this is 100 TL. Even if the water dripping from the tap will drop for at least 10 years, the cost of the dripping water will reach a maximum of 100 TL. If we are going to live in this house for less than ten years, we will not look at our economic profit here, we will call a tap repairer and have the faucet repaired so that the profit of the society is not wasted. If all individuals in society think about their own economic profit and let the water drip like in the example above, one day we may have to consume a liter of water that we consume for 3-5 TL per ton at this price.

It is actually a waste of a healthy individual who can travel by public transport to travel with his own vehicle to profit. There will be an extra fuel consumption if the person goes with his / her own vehicle, but there will be no additional fuel consumption if this individual chooses public transportation. Because when these resources are used unnecessarily, they may be exhausted and in the future these resources will either not be used at all or will be consumed very expensive. In fact, by doing this, people will enable not only their own generation but also future generations to consume these resources more appropriately.

Although consumers need it, they should not give up consumption as much as their economic possibilities, and they should not waste. That is, it should consume as much as it needs without the purpose of showing off. The main desired result in the economy is that the produced goods are not deficient or surplus, supply and demand are in full balance. If the supply is more than desired, the goods and services produced will be wasted, if the supply is less than desired, individuals who want to consume this product will either have to consume less than the amount they want or will not consume it at all, that is, they will be deprived of consumption completely or partially despite their desire to consume. The excess supply or lack of production depends on the behavior of the individuals who consume and demand this product. If the individuals who demand this product buy and waste more than the amount they will use, the price of the product will increase, prevent some people from consuming this product or cause them to consume less than the desired amount, and as a result of the increase in the price of the product, the producers will increase their production to earn more. If consumers consciously stop wasting the product or for other reasons, the sales of the companies will decrease or even go bankrupt. On the contrary, if the consumers consume less than their own needs, that is, they need to consume the product and if they have the purchasing power to buy the product, the price of the product will decrease if they buy less than the amount they will consume.

As a result of the decrease in price, the suppliers, that is, the producers, will supply less, that is, they will produce less. This situation will later result in some producers withdrawing from the market by loss as a result of the decrease in the price of the product and many people may be unemployed. With the exit of some producers from the market, production, ie supply, will decrease and prices will increase. It will not be a desired situation in the economy for consumers to neither waste a lot nor get less than they need. With the consumers consuming neither more nor less, as the verse is commanded, the most appropriate and stable balance will be created for the consumers and producers in the economy by making no calculations, no projects or very few calculations and projects. If consumers buy more than they need and waste them, they will cause inflation, and if they buy less than they need, they will cause some individuals to be unemployed. If consumers buy as much product as they need, unemployment will decrease and the highest level of workers will be employed.

Consumers should focus on meeting their needs by consuming less resources rather than focusing on spending less money while meeting their needs. Although consumers are more expensive, they should not consume the resources in nature by consuming less resources and having the opportunity to meet their needs, by making more expenses within the budget. If all people consume less resources by making more expenses as per their economic possibilities, it will be more economically profitable in the coming days, months and years.

MERKEZ BANKALARININ İKİLİ FİNANSAL SİSTEMDE KULLANDIKLARI PARASAL AKTARIM MEKANİZMASINA TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN FAİZSİZ BİR YAKLAŞIM ¹

Fatih KAZANCI ^a

Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru: 13 Ağustos 2020

Kabul: 12 Ocak 2021

JEL Sınıflandırma:

E43

E52

E58

Z12

Anahtar Kavramlar:

Merkez Bankacılığı,
Para Politikası,
Politika Faiz Oranı,
Parasal Aktarım
Mekanizması,
İslami Bankacılık

ÖZ

Dünyada ikili (dual) finansal sistemleri yani hem faizli hem de faizsiz bankaları yöneten merkez bankaları her iki finansal sisteme de aynı politika faiz oranını uygulamaktadırlar. Faizsiz bankacılık sistemi üzerinden parasal aktarım mekanizması olarak kredi kanalını kullanan bir merkez bankasının belirlediği politika faiz oranını kullanması bazı sakıncalar doğurmaktadır. Bu sakıncalardan ilki, politika faiz oranının faizsiz bankalar üzerinden piyasaya yansımadır. Diğerleri ise, bu oranın kullanımının enflasyon üzerine olan olumsuz etkisidir. Makalenin amacı; bu sakıncaları gidermek için merkez bankalarının, politika faiz oranı yerine farklı bir oran kullanmasını önermektir. Bir merkez bankasının ikili finansal sistemi yönetirken faizsiz bankacılık sistemine politika faiz oranı uygulamak yerine gerçekleşen reel GSYİH ile belirleyeceği politika getiri oranı uygulaması sayesinde enflasyonun kontrolü daha etkin bir şekilde gerçekleşecektir.

¹ Bu çalışma İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi İslam Ekonomisi ve Uluslararası Finans Doktora Programında 2019 yılında kabul edilen "Merkez Bankalarının Faizsiz Bankalar Üzerindeki İşlev ve Etkileri: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Örneği" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

^a **Sorumlu Yazar:** Dr., Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., E-posta: fatih.kazanci@kuveytturk.com.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7865-4229>

Kaynak göster: Kazancı, F. (2020). Merkez Bankalarının İkili Finansal Sistemde Kullandıkları Parasal Aktarım Mekanizmasına Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Örneği Üzerinden Faizsiz Bir Yaklaşım. *İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi*, 6(2) 273-310

© IZU Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi. Tüm Hakları Saklıdır.

AN INTEREST-FREE APPROACH TO THE MONETARY TRANSMISSION MECHANISM USED BY CENTRAL BANKS IN DUAL FINANCIAL SYSTEM ON THE CASE OF THE CENTRAL BANK OF THE REPUBLIC OF TURKEY ²

Fatih KAZANCI ^b

Kuveyt Turk Participation Bank Inc. Turkey

ARTICLE INFO

Article history:

Received: August 13, 2020

Accepted: January 12, 2021

JEL Classification:

E43
E52
E58
Z12

Keywords:

Central Banking,
Monetary Policy,
Policy Interest Rate,
Monetary Transmission
Mechanism,
Islamic Banking

ABSTRACT

Central banks that manage dual financial systems in the world apply the same policy interest rate to both financial systems. The use of the policy interest rate determined by a central bank using the credit channel as a mechanism for monetary transmission through the non-interest banking system poses some drawbacks. The first of these drawbacks is the reflection of the policy interest rate on the market via non-interest banks. The other is the negative effect of the use of this rate on inflation. It is suggested in this article that central bank should use different rate instead of policy interest rate to remedy these drawbacks. Inflation control will be more effective through the implementation of the policy rate of return, which a central bank will determine with real GDP instead of applying the policy interest rate to the non-interest banking system when managing the dual financial system.

² This study has been produced from the doctoral thesis entitled "The Functions and Impacts of Central Banks on Interest-Free Banks: Example of Central Bank of the Republic of Turkey" that accepted in Istanbul Sabahattin Zaim University, Islamic Economics and International Finance PhD Program in 2019.

^b **Corresponding Author:** Dr., Kuveyt Turk Participation Bank Inc., E-mail: fatih.kazanci@kuveytturk.com.tr : <https://orcid.org/0000-0002-7865-4229>

To cite this article: Kazanci, F. (2020). An Interest-Free Approach to the Monetary Transmission Mechanism Used by Central Banks in Dual Financial System on the Case of the Central Bank of the Republic of Turkey. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 6(2) 273-310

© IZU International Research Center for Islamic Economics and Finance. All rights reserved.

Giriş

Dünya geneline bakıldığında bazı İslam ülkeleri merkez bankalarının hem geleneksel hem de faizsiz bankacılık sistemini yani ikili finansal sistemi kontrol ettikleri görülür. Enflasyon hedeflemesi rejimi kullanan merkez bankaları tek bir “politika faiz oranı” belirleyerek ikili finansal sistem üzerinden parasal aktarım mekanizmasını çalıştırmaktadırlar. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) politika faiz oranını, beklenen enflasyon oranı üzerine, orta vadeli bir bakış açısıyla bir reel faiz oranı koyarak belirler (TCMB, 100 Soruda Merkez Bankacılığı). Faiz oranı bir araç olup, asıl amaç bu aracı kullanarak önceden belirlenen fiyat istikrarı hedefine ulaşılmasıdır. Fakat beklenen enflasyon oranı ve reel faiz oranı gibi iki belirsiz oran ile saptanan politika faiz oranı, piyasada da belirsizliğe yol açabilir ve bu durum piyasadaki para-mal dengesini bozarak fiyat istikrarı üzerinde olumsuzluklara neden olabilir. Bu belirsizliğin azaltılması ancak parametrelerden birinin sabitlenmesiyle sağlanabilir. Bunun için ülkenin bir önceki yıl gerçekleşen reel büyüme oranı sabit bir parametre olarak kullanılabilir. Bu sabit oran üzerine beklenen enflasyon oranı eklenerek yeni bir oran bulunabilir. Bu oranın adı “politika getiri oranı” olacaktır.

Klasik para politikası görüşüne göre; piyasada üretimi artırmadan para arzının artırılması fiyatların artışına neden olur. Oysaki merkez bankalarının belirlediği politika faizi bazen ülke üretiminden yani toplam çıktıdan daha fazla para arzı yaratabilmektedir. Ayrıca piyasadaki belirsizlik ve faiz oranlarındaki artış, genellikle finansal istikrarı bozmakta ve yatırımları azaltmaktadır. Merkez bankalarının yatırımları tekrar artırmaları için para arzını artırmaları gerekir. Bu durum bazen enflasyona sebep olmaktadır. Oysaki tahmine dayalı belirsiz bir politika faiz oranı kullanmak yerine, Friedman’ın da parasal hedefleme adıyla önerdiği, geçmiş yıl büyümesine yani üretime endekslenmiş bir politika getiri oranı, piyasada üretilen çıktı kadar para arzına izin vereceğinden enflasyon da kontrol altına alınabilecektir.

Bu makalenin amacı; merkez bankalarının “politika getiri oranı” kullanarak, faizsiz bankacılık sistemi üzerinden parasal aktarım mekanizmasını çalıştırması ve sonuçta reel sektörü bu oran ile fonlayarak piyasadaki para arzını kontrol edebilmesi imkânını incelemektir. Sonuçta merkez bankaları para arzını ülkenin ürettiği reel mal ve hizmetler kadar artıracak ve bu durumda enflasyon kontrol altına alınabilecektir. Enflasyonun kontrol altına alınması yani finansal istikrarın sağlanması, büyümenin hızlandırılmasına ve işsizliği kontrol altına alınmasına katkı sağlayacaktır.

Literatür Değerlendirmesi

Mishkin'e (2008) göre; parasal iktisat teorisinde para politikası aktarım mekanizması genel olarak bir "kara kutu" dur (Mishkin, 2008). "Kara kutu" olarak adlandırılmasının nedeni, parasal aktarımın şu üç baskın faktör tarafından etkilenmesidir: (1) Bankacılık endüstrisi ve sistemdeki ekonomik aktörlerin faaliyetlerindeki davranışları. (2) Para politikası uygulamalarının başından son hedefe ulaşmaya kadar geçen süre. (3) Ulusal ekonomik gelişme ile birlikte parasal aktarım kanallarında meydana gelen değişiklikler (Sanrego ve Rusydiana, 2013: 29).

İkili bankacılık sisteminde merkez bankaları ve finansal sistemi düzenleyenler iki farklı bankacılık sektörünün farklı karakteristiklerine dikkat etmek zorundadırlar. Bu durumda politika yapıcılar her iki bankacılık sektörüne eşit olarak davranmamalıdır. Her bankanın farklı karakteristiğine göre farklı bir politikası uygulanmak zorundadır (Fakhrunnas, Dari ve Mifrahi, 2018: 173).

Chapra'ya (1985) göre; İslami para politikasının ana hedefleri şunlardır: (1) Tam istihdam ve ekonomik gelişme, (2) sosyo-ekonomik adalet ve gelir dağılımında eşitlik ve (3) fiyat istikrarı. Ascarya'ya (2014) göre ise; İslam'da para politikası, reel sektördeki aktivitelere bir karşılıktır ve reel sektörde paranın dolaşım hızını artırabilecek yani paranın birikmesini caydırabilecek bir politika belirlenmelidir. Bu sebeple parasal sektör ve reel sektör arasında ikilik mevcut değildir. Çünkü parasal sektör her zaman reel sektörü takip eder ve reel sektörle bağlantılı kalır. İslami finansın karakteristiği, reel sektöre dayanmasıdır. Bu nedenle piyasa aktörlerinin ekonomiye katma değer katmayan işlemlerden kâr elde etme şansları yoktur (Ascarya, 2014: 2).

Sukmana ve Kasim'ın (2010) yaptıkları araştırmaya göre; Malezya ekonomisinde İslami bankaların kullandıkları krediler ve topladıkları mevduatlar parasal aktarım sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Özellikle İslami mevduatlara ve kredilere istatistiksel olarak bakıldığında görülmektedir ki para politikası göstergesi reel çıktı ile bağlantılıdır (Sukmana ve Kasim, 2010: 22).

Sanrego ve Nikmawati (2010) araştırmalarında; uygulamanın altıncı ayı sonunda enflasyona faiz oranının negatif etkisinin İslami finans tarafından azaltılabileceğini bulmuşlardır. Fakat İslami finansmanla geleneksel finansman arasındaki yer değiştirme mekanizması faiz oranları arttığı zamanlarda gerçekleşmemiştir (Sanrego ve Nikmawati, 2010: 34-35).

Sanrego ve Rusydiana'nın (2013) Endonezya'da yaptıkları bir araştırmanın sonucuna göre ise; İslami bankacılık talep tarafına daha fazla katkıda bulunursa enflasyon oranının düşmesine pozitif katkı sağlayacaktır. Enflasyonun negatif

etkisini kontrol altına almak ve enflasyonu yönetmek açısından Endonezya’da İslami bankacılık payının artırılmasına ihtiyaç vardır. Araştırma sonucunda bulunmuştur ki geleneksel para politikası enstrümanları olan banka kredileri ve bankalararası para piyasası enstrümanları enflasyon oranını artırmaktadır. Bu nedenle parasal sektör ve reel sektör arasındaki dengenin sağlanması ve ekonomide dalgalanmaların azaltılması için bu enstrümanların etkinliklerinin yeniden yorumlanmasına ihtiyaç vardır. Devlet veya para otoriteleri faizsiz bankacılık endüstrisinin gelişimine ciddi çaba sarfetmeliler ve faiz oranlarının mümkün olan en alt seviyeye nasıl düşürülebileceği üzerine bir yol bulmalıdırlar. Bu durum, İslami finansal araçların istikrarının sağlanmasının, ekonomide para politikası aktarım mekanizmasının etkinliğini artırmak için geleneksel kesime verilen önem kadar önemli olduğunu gösterir (Sanrego ve Rusydiana, 2013: 43).

Bir merkez bankasının faizsiz bankaları, alternatif ya da sistemi tamamlayıcı bankalar olarak tanımlamaları gerekmektedir. Aksi halde politika faiz oranları yükseltildiğinde katılım bankalarının faizsiz fonları da bu durumdan olumsuz şekilde etkilenmekte ve fonlama miktarları azalmaktadır. Faizsiz bankaların, faizden kaçınırken faiz oranlarının olumsuz etkilerinden dolayı zarar görmeleri faiz oranları ile olan bağlarından kopamadıklarının da bir göstergesi niteliğindedir. Bir faizsiz banka faiz oranı riskinden kesinlikle etkilenmemelidir (Hasin ve Majid, 2015: 97). Bu durum, Malezya Merkez Bankası’nın ekonomide enflasyonun ve ekonomik durgunluğun üstesinden gelmesinde İslami finans aracılığıyla para politikasını kullanabileceği anlamına gelir (Said ve Ismail, 2007).

Kassim ve Majid (2009); İslami bankaların bilanço kalemlerinin, geleneksel bankalarınkine kıyasla para politikası değişikliklerine nispeten daha duyarlı olduğu ve dolayısıyla para politikası şoklarından doğrudan etkilendiğini gösterdiler. Geleneksel bankaların bilanço kalemlerinin, özellikle geleneksel kredilerin faiz oranlarındaki değişimlere duyarsız olduğu ve geleneksel bankaların para politikasının istikrarsızlaştırıcı etkisini dengeleyebildikleri gösterilmiştir (Kassim ve Majid. 2009: 251).

Hanif vd.’nin (2009), “İslami finasta parasal yönetim ve merkez bankacılığı” adlı makalelerinde; pek çok ülkede yapılan gözlemlere dayanarak nominal GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) oranının kredi fiyatlamasında referans olarak kullanılabilirliği önerilmiştir. Makale, merkez bankalarına nominal gelir hedeflemesini, İslami bankacılık sistemi için likidite yönetiminde kullanmalarını da önermektedir (Hanif ve Sheikh, 2009: 9).

Shaikh (2009), “İslami finasta merkez bankasının rolü” adlı makalesinde, İslami finans endüstrisinde alternatif bir gösterge oranının geliştirilmesini öngördü. GSYİH ile bağlantılı bir aracın yaygınlaştırılmasının İslami bankacılık

ürünlerinin ve İslami para piyasasında yatırım araçlarının fiyatlandırılmasında kullanılabilirliğini savundu (Shaikh, 2009: 20).

Bacha ve Mirakhor (2013), “İslami sermaye piyasası ve gelişim” adlı kitaplarında; İslami bankacılıkta para ve sermaye piyasası ürünlerinde reel faiz oranı yerine GSYİH oranına bağlı araçların kullanımını önermişlerdir (Bacha ve Mirakhor, 2013: 253).

Uddin vd.’nin (2015) “İslami para politikası: Faiz oranının alternatifi mevcut mu?” adlı makalelerine göre ise; faizsiz bir ekonomik çerçevede bir merkez bankası para arzı ve kredi oluşturmada zorunlu karşılıkları kullanmayı devam ettirmelidir. Ayrıca GSYİH ile bağlantılı enstrümanların yaygınlaştırılması ile Açık Piyasa İşlemleri (API) için temel bir araç sağlanacak olup, bu enstrüman için ikincil bir piyasa da oluşabilecektir (Uddin ve Halim 2015: 23).

Merkez Bankalarının Para Politikası ile İlgili İşlevleri ve Etkileri

Genel anlamda, parasal araçlar kullanılarak ekonomik amaçlara ulaşmaya çalışan uygulamalara “para politikası” adı verilir. Merkez bankaları para politikalarını uygun para politikası araçlarını kullanarak, belirli nihai hedefler doğrultusunda uygularlar. Para politikasının amaçladığı nihai hedefler genel olarak; ekonomik büyüme, enflasyonla mücadele, işsizliği önleme ve dış ticareti geliştirme olarak sıralanabilir.

Para politikası uygulamalarının dört bileşenden oluştuğu söylenebilir. Bu dört bileşen sayesinde para politikasının başarısı ve sonuçları görülüp değerlendirilebilir. Bunlar; nihai amaç, ara hedef, hedeflere ulaşmada kullanılacak araçlar ve bunları uygulama yollarıdır. Genellikle para politikaları oluşturulurken iki farklı amaç gözetilir. Öncelikle bir merkez bankasının orta veya uzun vadeli hedefi olmalıdır. Bir merkez bankasının orta veya uzun vadede sadece bir hedefinin olması, üzerinde mutabakata varılan bir görüştür. Bu hedef, genellikle fiyat istikrarının sağlanmasıdır. Fiyat istikrarının nihai hedef olarak seçilmesi, bu hedefin para politikaları uygulamaları ile ulaşılabilir bir hedef olması dolayısıyladır. Sonraki aşama, bir merkez bankasının ara hedefini belirlemesidir. Ara hedef, nihai hedefle tutarlı ve istikrarlı bir hedef olmalı, ayrıca merkez bankası tarafından kontrol edilebilir bir değişken olmalıdır. Bu değişkenin diğer politika amaçlarının etkisinden uzak bir hedef olması tercih edilir. Böyle bir ara hedefin belirlenerek açıklanması sadece para politikası ve eğilimleri hakkında topluma bilgi vermekle kalmaz aynı zamanda para politikası uygulamaları için de kamuoyunun desteği alınmış olur. Bu dört kriteri sağlayan; parasal büyüklükler, döviz kuru ve faiz oranları gibi birden fazla ara hedef olabilecek değişken mevcuttur. Para politikası bunlardan hangisinin öncelikli hedef olarak seçileceğini belirler (Erçel, 1996: 1).

Merkez bankalarının kullandığı para politikası araçlarıyla nihai hedefleri arasında doğrudan bir ilişki mevcut değildir. Ara hedefler nihai hedeflerle daha yakından ilişkilidir. Bu nedenle merkez bankalarının faiz oranı, döviz kuru ve para arzı gibi ara hedefleri kullanarak nihai hedeflerine varma olasılığı daha yüksektir (Aktan, Utkulu ve Togay, 1998).

İki temel ara hedeften bahsedilebilir. Bunlar kısa vadeli faiz oranları (politika faizi) ve parasal büyüklüklerdir. Bunlara ek olarak gelişmekte olan ülkeler için döviz kurları da ara hedeflerden biridir. Tüm bu ara hedeflere ulaşmak için faaliyet hedefleri kullanılır. Parasal büyüklükler için faaliyet hedefi olarak parasal taban ve toplam rezerv, döviz kurları için net dış varlıklar ve kısa dönemli faiz oranları için de gecelik faiz oranları kullanılır (Yıldırım ve Özer, 2013: 98).

Parasal büyüklükler, merkez bankaları tarafından doğrudan kontrol edilebilen ve uyguladıkları para politikaları ile yönlendirebildikleri değişkenlerdir. Parasal büyüklük, parasal taban gibi merkez bankası bilançosuna ilişkin bir büyüklük olabildiği gibi, M1 gibi banka mevduatlarını içeren bir büyüklük de olabilir. Döviz kurları da iyi bir alternatif değişken hedef olabilir. Çünkü döviz kurları, parasal büyüklüklere oranla mali değişikliklerden doğrudan etkilenmezler. Burada en önemli nokta, merkez bankasının bağımsız olmasıdır. Çünkü faizler politik müdahalelere açık değişkenler olduğundan merkez bankasının bu konuda serbest bırakılması zorunludur. Aksi halde kurlarda büyük dalgalanmalar meydana gelebilir (Erçel, 1996: 2).

Para Politikalarına Yönelik Teorik Yaklaşımlar

Genel anlamda merkez bankaları para politikalarını genellikle klasik, Keynezyen ve monetarist görüşlere göre yönetmişlerdir. Bu görüşler aşağıda kısaca açıklanmaya çalışılmıştır.

a) Klasik Görüş Göre Para Politikası

Klasik iktisatçılar parayı peçe olarak görürler yani para, reel değişkenler üzerinde herhangi bir etki yapmamaktadır. Klasik iktisatçılara göre para, sadece mübadele ilişkilerini kolaylaştıran bir araçtır. Onlara göre; ekonomideki fiyat düzeyi tamamen piyasadaki para miktarı tarafından belirlenir. Paranın reel değişkenler üzerinde etkisinin olmamasına paranın yansızlığı veya nötürlüğü adı verilir (Yıldırım ve Özer, 2013: 35).

Neoklasik iktisadın para arzı ve fiyat düzeyini ilişkili hale getiren yaklaşımına “paranın miktar teorisi” adı verilir. Fisher tarafından geliştirilen bu teori, aşağıda gösterilen mübadele denklemini kullanır.

$$M \cdot V = P \cdot T \quad (1)$$

Bu teoriye göre; bir ekonomideki tüm mübadelelerin parasal olarak değeri, para arzı ile paranın dolaşım hızının çarpımına eşittir. (1) nolu denklemde; belli bir dönemdeki tüm mübadelelerin sayısı T , bu mübadelelerin ortalama fiyatı P , para miktarı M ve paranın dolaşım hızı V dir. Denklemde işlem sayısını ifade eden T yerine sadece milli gelir hesabına giren değişimleri Y ve ortalama fiyat yerine de ortalama fiyat düzeyini ifade eden P aldığımızda denklemin sağ tarafı, nominal milli hasılayı verir. Buna göre bir ekonomik sistem içerisinde para miktarı hangi oranda artarsa, üretimde artış olmadığı takdirde, fiyat düzeyi de aynı oranda artacaktır (Yıldırım ve Özer, 2013: 35).

Klasik iktisat görüşünde, para politikasının etkisiz olduğu söylenmekle birlikte aktif bir para politikasının tam istihdam sağlanmasında ücret-fiyat mekanizmasının yükünü azaltacağı da ifade edilmiştir. Bu, klasiklerin para politikasını tamamen göz ardı etmediğinin de bir göstergesidir (Akçay, 1997: 7).

b) Keynezyen Görüşe Göre Para Politikası

1930'larda yaşanmış olan ekonomik kriz dönemi sonucunda maliye politikalarının para politikalarına oranla iktisadi faaliyetleri etkilemede daha etkili olduğu görüşü öne sürülmüştür. Bu yaklaşım John Maynard Keynes tarafından öne sürülmüş olup, politika yapıcılar tarafından da genel kabul görmüş bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım 1970'lere kadar enflasyon ve işsizliğin önlenmesinde başarılı sonuçlar üretmiştir. Keynezyen yaklaşıma göre; faiz, para politikasının en önemli aracıdır ve para politikasındaki uygulamalar faiz oranlarını etkileyebildiği oranda talep üzerinde de etkili olacaktır.

Keynezyen görüşe göre; faiz oranları para arz ve talebi tarafından belirlenir. Para politikası araçları kullanılarak para arzı artırıldığında eğer para talebi sabitse, faiz oranları düşecektir. Faiz oranlarının düşmesiyle, yatırım ve tüketim harcamaları yani toplam harcamalar artacaktır. Durgunluk yaşayan bir ekonomide toplam talebin bu şekilde artışı, gelir düzeyini de artırır. Keynezyen görüşe göre, tam istihdam düzeyine ulaşılan kadar para arzının artırılması fiyatlar genel düzeyini etkileyecek ve böylece gelir seviyesinin artışı sağlanabilecektir. Bu görüş, Keynezyen parasal aktarım mekanizması olarak adlandırılır.

Keynezyenler, maliye politikalarını tam istihdam için ana politika olarak düşünürler. Ayrıca para politikasının toplam talebin kontrolü üzerindeki etkisinin ise önemsiz olduğunu ifade ederler (Akçay, 1997: 8).

c) Monetarist (Parasalıcı) Görüşe Göre Para Politikası

1960'lı yıllarda Milton Friedman öncülüğünde parasalcılar olarak adlandırılan iktisatçılar, para politikalarının toplam talep üzerindeki etkisini,

sadece faiz oranı ve yatırım harcamaları arasındaki ilişkiye göre açıklamanın yetersiz olduğunu ileri sürmüşlerdir. Parasalcılara göre; para politikaları faiz oranı dışında da pek çok kanal yardımıyla toplam talebi etkileyebilir. Ayrıca Keynezyen görüşün aksine, nominal faiz oranları ile yatırım harcamaları arasındaki ilişkinin zayıf bir ilişki olduğunu öne sürmüşlerdir. Onlara göre; borçlanma ve yatırım kararları, nominal yerine reel faiz göz önünde bulundurularak belirlenmektedir.

Bir merkez bankasının para arzını artırması faiz oranlarını geçici olarak düşürebilir. Toplam talepteki artış fiyat düzeyinin artışı üzerinde daha etkili olur. Dolayısıyla enflasyon beklentisi ve faiz oranlarında artış meydana gelmektedir. Enflasyon beklentisi paranın dolaşım hızını artırarak enflasyonu körükler. Bu nedenle parasalcılar, ekonomide durgunluk yaşandığı dönemlerde merkez bankasının para arzını artırarak ekonomide tam istihdam gelir düzeyine ulaşmaya çalışmasının karşısındadırlar. Onlara göre; para arzı ile ekonomiye fazla müdahale edilmesi ekonomide istikrarsızlığa yol açar. Parasalcı ekonomistlerden Friedman, para arzı konusunda yapılacak en iyi uygulamanın, para arzını reel GSYİH'deki artış oranında artırmak (para arzı kuralı) olduğunu ileri sürer (Ertek, 2004: 256).

Parasalcılar klasik düşüncenin ilkelerini kabul etmekle birlikte Paranın Miktar Kuramı'nda yeni yaklaşımlarda bulunmuşlardır. (1) nolu denklemdeki M ile P arasındaki ilişki yerine M ile $P.Y$ arasındaki ilişkiye odaklanarak para arzının yalnızca fiyatlar genel düzeyini değil, geçici de olsa toplam ekonomik faaliyetleri etkileyeceğini savunmuşlardır.

Monetarisler ayrıca, ekonominin eksik istihdamda olabileceğini kabûl ederek, para arzını artırarak eksik istihdam ortamında da üretimin artırılabilceğini kabûl etmişlerdir. Onlara göre; görünmeyen el mekanizması, ekonomiyi tam istihdama yönlendirir fakat milli gelirde para arzındaki bir değişikliğe bağlı olarak meydana gelecek bir artış ya da azalış geçici olacaktır. Bununla birlikte ekonomi tam istihdama ulaşırken para arzını artırarak işsizliği azaltma çabaları ise başarısız kalacaktır. Çünkü insanlar para arzındaki artışları doğrudan fiyatlara yansıtacaklar ve sonuçta reel ekonomide bir genişleme oluşmayacaktır (Akçay, 1997: 9-10).

d) Modern Para (Teorisi) Politikası

Neoklasik para politikasının küresel kriz karşısında yetersiz kaldığı görüldüğünde, sermaye hareketlerinin serbest hale geldiği küresel dünyada, paraları rezerv para statüsü taşıyan ülkelerin bütçe açığı vermek ve para basmak suretiyle ekonomiyi yönlendirme çalışmalarının enflasyon yaratmayacağını anlatan bir teori geliştirilmiş olup, bu teorinin adı modern para teorisidir.

Bu teori, vergi toplanmadan kamu harcaması yapılmaması yaklaşımının hatalı olduğunu savunmaktadır. Bu teoriye göre; önce harcama yapılmalı, sonra da bu harcamanın yarattığı gelirlerden vergi alınmalıdır. Ana akım ekonomi politikaları enflasyonun denetlenmesini para politikası yoluyla gerçekleştirmeyi savunurlarken, modern para teorisi yaklaşımı enflasyonun maliye politikaları ile kontrol altına alınabileceğini savunur.

2008 küresel krizi sonrası, merkez bankaları parasal genişleme politikası uygulayarak piyasadaki hazine tahvillerini satın almışlar ve bu yolla piyasaya likidite vermişlerdir. Bu sayede modern para teorisinin önce harca sonra vergi al ilkesini bir ölçüde hayata geçirmişlerdir (Eğilmez, 2020).

Merkez Bankalarının Para Politikası Yönetiminde Kullandığı Araçlar

Günümüzde para politikalarının piyasada uygulanması aşamasında merkez bankaları aşağıdaki para politikası araçlarının bir karışımını kullanmaktadırlar.

Açık Piyasa İşlemleri

Açık piyasa işlemleri (APİ), devlet tahvili ve hazine bonusu gibi araçların merkez bankaları tarafından ikincil piyasada alınıp satılması yoluyla banka rezervlerini daraltmak ya da genişletmek, dolayısıyla da ekonomik sistem içerisindeki para arzını etkilemek amacı taşır. Açık piyasa işlemleri sayesinde bankaların toplam likiditeleri, para piyasası ve menkul kıymetler piyasalarının tam anlamıyla geliştiği piyasalarda, menkul kıymetlerin piyasada oluşmuş olan fiyatlarından merkez bankaları tarafından alınıp satılmasıyla etkilenmektedir (Önder, 2005: 70).

Hazine, ihraç ettiği bono ve tahvilleri merkez bankası dışındaki kişi ve kurumlara satar. Dolayısıyla merkez bankaları, hazine bonusu ve devlet tahvillerini doğrudan hazineden almaz. Bu değerli kâğıtlar, bono piyasalarında vadelerine kadar alınıp satılırlar. Merkez bankası açık piyasa işlemlerini bu piyasada gerçekleştirirken hazine bonusu satın aldığı anda karşılığını satıcının banka hesabına aktarır. Bu en basit şekilde satıcının bankasının merkez bankasındaki rezervlerinin artması anlamına gelir. Satıcı, bononun karşılığı olan meblağı bankasından çektiğinde piyasadaki nakit miktarı artmış olacaktır. Bu durum para arzının artışı anlamına gelir. Eğer parayı çekmeyip bankasında mevduat hesabında tutarsa mevduat artışı nedeniyle yine para arzında artış meydana gelecektir. Mevduattaki artış, banka rezervlerinin artması anlamına geldiğinden kaydi para yaratma süreci de başlayacak ve para arzı daha da artacaktır. Bu durumda fiyat istikrarı hedefi olumsuz yönde etkilenecektir.

Açık piyasa işlemleri tam tersine para arzını azaltmak için de kullanılır. Merkez bankası sahip olduğu hazine bonolarını bono piyasasında satarak, bonoların karşılığını nakit olarak aldığı anda piyasadaki nakit miktarı ve

dolayısıyla para arzını azaltacaktır. Fakat bu satışların ödemeleri genellikle nakit olarak yapılmaz. Bono alıcıları ödemelerini, bankalarındaki mevduatlarını merkez bankasına transfer ederek yaparlar. Bu durumlarda banka rezervlerinde azalma meydana gelir. İlk aşamada bankaların elindeki mevduat azalır, bu da para arzında azalmaya neden olur. İkinci aşamada ise bankalarda yaratılacak olan kaydi para azalır. Çünkü banka rezervlerinin azalması piyasaya sunabilecekleri kredi miktarını azaltacaktır (Kılıçaslan vd., 2012: 179).

Merkez bankaları açık piyasa işlemlerini hem savunmaya yönelik hem de hücumu yönelik olarak kullanırlar. Bir merkez bankası para tabanını değiştirecek unsurların etkilerini gidermek istiyorsa savunmaya yönelik açık piyasa işlemi uygulamaktadır. Bunun yanı sıra bir merkez bankası, piyasada para tabanını etkileyecek her hangi bir tehdit edici unsur olmasa bile para tabanını değiştirme arzusunda ise de hücumu yönelik açık piyasa işlemleri uygulamaktadır (Koçyiğit, 2009: 20-21).

Merkez bankaları, parasal tabanın genişliğini belirleyebilmek için sınırsız sayıda açık piyasa işlemi ile dilediği kadar tahvil alıp satabilirler. Bununla birlikte merkez bankaları, piyasadaki çeşitli unsurlar hakkında yeni bilgiler edindikçe ve piyasada değişiklik hissettiğinde de parasal tabanı istediği yönde APİ'ler vasıtasıyla yönlendirebilirler. APİ kolayca tersine çevrilebildiğinden çok esnek bir politika aracı olarak tanımlanabilir. APİ'ye katılım açısından bakılırsa, katılımcılar açısından bir zorunluluk mevcut olmadığı görülür. Arzu edilen sıklık ve miktarda APİ ile piyasaya para arz edilmesi veya tam tersi olarak piyasadaki para çekilmesi mümkün olduğu için APİ'ler, likiditenin ve kısa vadeli faiz oranlarının yönetiminde çok etkin bir araçtır. Ayrıca finansal rekabetin ve piyasaların gelişmesine de katkıda bulunan bir para politikası aracıdır (Koçyiğit, 2009: 22).

Zorunlu Karşılık Oranları

Zorunlu karşılıklar, banka pasiflerindeki bazı yükümlülüklerin belli bir oranda nakit olarak merkez bankasında bloke edilmesidir (Akçay, 1997: 39). Bu uygulama ile bankaların vade ve kredi risklerini azaltmak için varlıklarının belirli bir oranda risksiz ve likit olarak tutulması amaçlanır. Ayrıca parasal çarpanın bu uygulama ile kontrol altına alınmasıyla para arzında ayarlama yapılması da amaçlanır (Parasız, 2011: 185). Merkez bankaları zorunlu karşılık oranlarında değişiklik yaparak bankaların ellerindeki rezerv parayı yani parasal tabanı ve böylece bankacılık sisteminin kaydi para genişlemesini etkileyebilirler (Akçay, 1997: 39).

Zorunlu karşılık uygulamalarının beş temel fonksiyonu mevcuttur (Önder, 2005: 87):

- Bankacılık sistemindeki risklerin azaltılması.

- Para arzının ayarlanması.
- Kısa vadeli faiz oranları üzerinde istikrarın sağlanması.
- Likidite yönetiminin kolaylaştırılması.
- Senyora geliri elde edilmesi.

Bu politikanın doğrudan “fiyat etkisi” mevcut olmayıp, miktar etkisi aracılığıyla fiyatlar üzerinde dolaylı etkisi mevcuttur. Oysaki API ve reeskont işlemleri doğrudan fiyat etkisine dayanmaktadır.

Zorunlu karşılık uygulaması para politikası dışında merkez bankasına gelir de sağlayan bir uygulamadır. Merkez bankası zorunlu karşılıklara faiz ödemez veya piyasa faiz oranları altında faiz verirse ve kendisinde toplanan rezervleri piyasa faiz oranı üzerinde değerlendirirse bir faiz geliri elde eder.

Zorunlu karşılık uygulaması ile merkez bankalarının para arzı üzerinde etkili olması fiyat istikrarı ve dolayısıyla büyüme ile de ilişkilidir. Şöyle ki bir merkez bankasının enflasyonun yüksek olduğu bir ortamda, piyasayı daraltıcı bir politika izlemek istemesi durumunda, piyasadaki para arzını düşürmek amacıyla zorunlu karşılık oranlarını arttıracaktır. Böylece bankalar merkez bankasında daha fazla nakit tutacaklar ve piyasayı fonlamak için ellerinde daha az nakit kalacaktır. Sonuçta, piyasadaki tüketim ve enflasyonist baskı azalacaktır. Fiyat istikrarının sağlanması yani enflasyonun düşük ve dalgasız bir seyir izlemesi halinde bu durum ekonomik büyümeyi de olumlu şekilde etkileyecektir.

Para arzı ve faiz oranlarını kontrol edebilmek amacıyla zorunlu karşılık uygulamasının avantajı, piyasadaki bankaları aynı ölçüde etkilemesi ve para arzında güçlü etkisi olmasıdır. Fakat zorunlu karşılık oranını değiştirmenin güçlü bir araç olması çok da iyi olmayabilir. Çünkü sadece oranı değiştirerek para arzı ve faiz oranında küçük değişiklikler yapmak zordur. Mishkin’e göre; “Para arzında ince ayarlamalar yapmak için zorunlu karşılıkları kullanmak kaya delicisi ile mücevher kesmeye kalkışmak gibidir.” (Mishkin, 2000: 79).

Reeskont İşlemleri

Bankaların portföylerinde bulunan ticari senetlerinin vadeleri dolmadan merkez bankalarına iskonto ettirerek (alacağın vadesi gelmeden önce paraya çevrilmesi) likidite elde etmelerine reeskont kredileri adı verilmektedir (Kılıçaslan vd., 2012: 179). Merkez bankası devlete kredi açtığı gibi bankalara da kredi açabilmektedir. Merkez bankasının bankalara reeskont işlemleri ile kredi açması parasal tabanı da artırmaktadır (Yıldırım ve Özer, 2013: 99).

Reeskont kredi mekanizması şu şekilde çalışmaktadır: Elinde ticari bir senet veya devlet tahvili bulunduran birisi bu kıymetli evrağı vadesinden önce bir bankaya getirerek iskonto ettirebilir. Banka likiditeye ihtiyaç duyduğunda

iskonto ettiği bu evrakları merkez bankasına ibraz ederek yeniden iskonto ettirebilir. İkinci kez bir evrağın iskonto edilmesi reeskont işlemi olarak ifade edilir.

Merkez bankasının reeskont faiz oranlarını azaltması yani reeskont penceresini genişletmesi bankaların kredi taleplerini haliyle artıracak ve parasal tabanı da genişletecektir. Tersine reeskont oranını yükseltmesi ise parasal tabanı daraltacaktır. Bunun dışında merkez bankasının reeskont kredileri yoluyla parasal tabanı kontrol etmesinin yanında piyasadaki paniklerin önlenmesinde de reeskont kredileri önem taşır. Merkez bankası bu fonksiyonu ile son kredi mercii görevini de yerine getirmektedir. Böylece merkez bankası piyasada likidite eksikliği duyulduğunda paniği önlemek amacıyla ihtiyaç duyulan krediyi bankalara sunmaktadır. Merkez bankası bunu reeskont penceresini genişleterek yapmaktadır (Yıldırım ve Özer, 2013: 100).

Bu politikanın piyasa üzerinde hem miktar hem de fiyat etkisi mevcuttur. Bankalar iskonto sonrası elde ettikleri parayı müşterilerine kredi olarak kullandırdıklarından bankaların kaydı para üretme süreci de başlamış olmaktadır. Ayrıca merkez bankaları iskonto faiz oranlarını değiştirerek piyasadaki kısa vadeli faiz oranlarını da değiştirmiş olurlar. Dolayısıyla merkez bankaları bu uygulama ile hem miktar hem de fiyat üzerine etki ederler (Koçyiğit, 2009: 32).

Reeskont uygulamaları, APİ ve zorunlu karşılık uygulamalarından çok daha eski olan bir para politikası aracıdır. 1914 öncesinde her merkez bankası iskonto oranı olarak bir resmi faiz oranı belirliyordu. 1920'lere kadar bu araç yoğun olarak kullanıldı (Koçyiğit, 2009: 32). Ayrıca bu uygulama, piyasaların tam olarak gelişmediği 1980'li yıllardan önce, merkez bankalarının kullandığı en önemli politika araçlarından biriydi. Reeskont uygulamaları ile merkez bankaları, bankalar aracılığı ile reel sektöre de kredi kullandırmaktadır. Bu uygulama, en önemli hedefin ekonomik büyüme olduğu eski merkez bankacılığı anlayışını yansıtır. Geçmişte merkez bankaları reeskont uygulamaları ile bazı sektörleri desteklemiştir. Fakat piyasaların gelişmesiyle APİ işlemleri daha etkin hale gelmiştir. Dolayısıyla reeskont penceresi işlemleri günümüzde çok aktif olarak kullanılmamaktadır (Önder, 2005: 80).

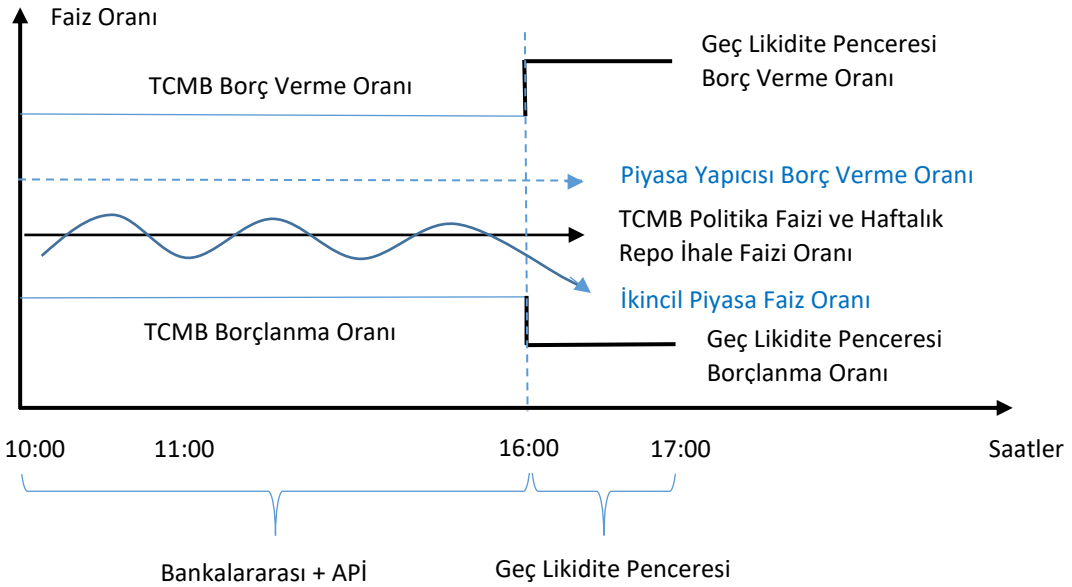
Faiz Koridoru

Piyasadaki belirsizliklerin giderilmesi ve sermaye akımlarında meydana gelen dalgalanmaların döviz kurları ve ekonomi üzerindeki olumsuz etkisinin azaltılması için TCMB, "faiz koridoru" yapısını uygulamaktadır. Faiz koridoru, gecelik borç verme ve borç alma faizi arasında kalan aralık olarak tanımlanır. Sistem içerisindeki bir bankanın geçici likidite ihtiyacı duyması durumunda TCMB'den kısa vadeli borçlanmak için ödemeyi kabul ettiği faiz oranına,

gecelik borç verme faiz oranı adı verilir. Gecelik borç alma faiz oranı ise, bankanın elindeki likidite fazlasıyla faiz kazanmak için TCMB'ye elindeki parayı mevduat şeklinde yatırmakla almayı kabul ettiği faiz oranıdır. Bu yapının bir sonucu olarak piyasa faiz oranları bu faiz koridoru içerisinde oluşmaktadır.

Mevcut durumda TCMB, piyasayı bir haftalık repo işlemi aracılığıyla fonladığı için 1 hafta vadeli repo fonlama faizi, politika faizi olarak adlandırılır. Hem politika faiz oranı hem de faiz koridoru ayda bir kez Para Politikası Kurulu toplantısında kamuoyuna ilan edilir (Vural, 2013: 64).

Şekil 1: TCMB'nin Uyguladığı Faiz Koridoru Yapısı



Kaynak: TCMB, 2013b: 14

TCMB, piyasa faizlerini ve likiditesini etkilemek için piyasaya kısa vadeli likidite sağlamak ve likidite fazlası olanlardan da gecelik olarak borç almaktadır. Faiz koridoru (Bkz. Şekil 1), “TCMB'nin gecelik olarak bankalardan borçlanabileceği ve bankalara borç verebileceği faiz seviyeleri arasında kalan alan” olarak tanımlanabilir. TCMB, ayrıca politika faizi üzerinden miktar ihalesi yoluyla bankaları fonlamaktadır. TCMB yeni para politikası kapsamındaki likidite yönetiminde, gecelik piyasada oluşan faiz oranlarını ekonomik ve finansal gelişmelere bağlı olarak ayarlamaktadır. Böylece piyasaya verilen likidite ayarlanarak para piyasasındaki gecelik faiz oranlarının politika faizinden farklı olmasına izin verilebilmektedir. TCMB, geçici fiyat dalgalanmalarının beklentiler üzerinden enflasyon görünümünü bozmaması için gereken zamanlarda ek parasal sıkılaştırmaya (EPS) gitmiş olup

EPS yapılan günlerde piyasaya yapılan fonlama azaltılarak faizlerin koridorun üst seviyesine yaklaşması sağlanmıştır. Faiz koridorunun genişliği, TCMB'nin likidite operasyonlarıyla kısa vadeli piyasa faizlerinde günlük yapacağı değişikliklerin boyutunu belirlemektedir.

Faiz koridoru, tek başına bir para politikası aracı olmayıp, piyasa faizlerinin politika faizinden sapsmasını engellemek için kullanılmaktadır. Bunun için faiz koridoru, politika faizi etrafında simetrik ve dar bir bant aralığı içerisinde tanımlanır ve pasif bir role sahiptir. TCMB, gerek duyduğunda faiz koridorunun genişliğini ayarlamakta ve bu koridoru politika faizi etrafında asimetrik şekilde oluşturabilmektedir.

Sermaye akımlarının arttığı durumlarda, faiz koridoru aşağı doğru genişletilmektedir. Bu sayede kısa vadeli spekülasyon hareketlere engel olunmakta ve ucuz likiditeyle temin edilen kredi büyümesi sınırlanmaktadır. Ters durumda, yani sermaye girişlerinin azaldığı dönemlerde ve kur hareketlerinin arttığı zamanlarda ise faiz koridoru yukarı doğru genişletilmektedir. 2010 yılı sonlarında uygulanan para politikasında, faiz koridoru uygulaması önemli bir rol almıştır. Bu sayede global piyasalarda devam eden belirsizlik dönemlerinde yaşanan ani değişimlere yanıt verilebilmiştir (Vural, 2013: 64).

2021 yılı para ve kur politikasına göre ise TCMB, faiz koridoru ve geç likidite penceresini para politikası aracı olarak 2021 yılında kullanmayacaktır. TCMB 2021'de temel para politikası aracı olarak bir hafta vadeli repo ihale faiz oranlarını kullanmayı planlamıştır (TCMB, 2021).

Rezerv Opsiyon Mekanizması

Rezerv opsiyon mekanizması (ROM), sistem içerisindeki bankaların Türk lirası zorunlu karşılıklarının belirli bir yüzdesinin dövizle veya altınla tutulmasına olanak sağlamaktadır. Rezerv opsiyon oranı, bu imkânın hangi seviyede kullanılabileceğini belirler. Rezerv opsiyon katsayısı (ROK) ise birim Türk lirası zorunlu karşılık başına tesis edilecek döviz ve altın miktarını belirleyen katsayıdır (Çetin, 2016: 87).

Sermaye girişinin fazla olduğu dönemlerde, bankaların dövizle rahat ulaşmaları ve döviz maliyetinin düşük olması nedeniyle, bankalar ROM'u daha fazla kullanacaklardır. Dolayısıyla, ROM uygulaması sayesinde, yurtdışından gelen fazla sermayenin yol açabileceği Türk lirasının fazla değerlenmesi ve hızlı kredi büyümesi dövizli kredilerde engellenebilmektedir. Bu imkânın daha fazla kullanımı sayesinde bankalar Türk lirası cinsi likidite elde edebileceklerdir. İmkânın tamamen kullanılması durumunda ise TCMB piyasadan daha fazla likidite çekebilmek için katsayıları artırır ya da ROM'a yeni bir dilim daha ekleyebilir.

Sermaye çıkışlarında artış olduğu zaman ise bankaların döviz fon maliyetlerinin artışı veya bankaların döviz kaynaklarına ulaşmakta zorlanmaları durumunda bankalar bu imkânı daha az kullanacaklardır. Böyle bir durumda, bankalar TCMB’de birikmiş olan rezervlerini çekerek döviz likidite ihtiyaçlarını karşılayabileceklerdir. Dikkat edilecek olan husus ise bankaların bu durumlarda Türk lirası likidite ihtiyaçlarının artacağı hususudur. Döviz likidite ihtiyacının piyasada artması durumunda ise TCMB, ROK’u düşürebilir ya da uygulamadaki bir dilimi sonlandırabilir. Böylece piyasaya döviz likiditesi sağlayabilir.

Bu mekanizma sayesinde piyasada döviz likiditesi üzerine etki yapılarak kurlardaki dalgalanmanın azaltılmasına çalışılır. ROK sadece TCMB’deki brüt döviz rezervleri üzerinde etkili olduğundan yani bu kapsamda tutulan döviz ve altın TCMB tarafından satın alınmayıp bankalara ait bir para olduğundan dolayı TCMB, ROM vasıtasıyla döviz pozisyonunu etkilememektedir. TCMB, ROM ile yalnızca brüt döviz rezervlerini artırmaktadır (Çetin, 2016: 88).

Bu politika aracı ile TCMB, aşağıdaki hususlara katkıda bulunmaktadır:

- Ülkeye ani sermaye girişlerinin yaşanması durumunda meydana gelebilecek kredi genişlemesinin sınırlandırılması.
- Piyasaya döviz cinsinden verilebilecek olan kredi miktarı arzının azaltılması.
- Hem genişletici hem de daraltıcı yönüyle kullanılarak kredilerin sermaye akımlarına karşı duyarlılığının azaltılması.
- Döviz kurlarındaki dalgalanmanın azaltılması.
- TCMB, brüt döviz rezervlerinin artırılması.
- Brüt rezervlerin özel sektör lehine artışıyla rezervlerin etkin kullanılması sayesinde finansal sistemin dayanıklılık ve verimliliğinin artması (Vural, 2013: 71).

Döviz Piyasası İşlemleri

Döviz piyasaları, yabancı paraların alınıp satıldığı ya da bir ulusal paranın başka bir para birimine dönüşümüne imkân veren kurumsal yapılardır. Eğer dünyada altın standardı gibi tek bir para birimi kullanılsaydı döviz piyasasına gerek kalmazdı. Oysaki her ülke siyasi egemenliği gereği farklı bir para birimine sahiptir. Günümüzde altın standardının kullanıldığı dönemlerde olduğu gibi yerel para birimlerinin birbirlerine dönüşümünde kullanılacak ortak bir payda mevcut değildir. Bu nedenlerle yerel paraların birbirlerine dönüşümü

için farklı bir mekanizma kurulmuştur. Bu mekanizmanın adı, “döviz piyasası”dır (Seyidoğlu, 2003: 290).

Döviz piyasaları, döviz ticaretinin yapılabilmesi için kurumsal ve fiziksel ortam sağlayan piyasalardır. Döviz işlemleri doğrudan bankalararası piyasalarda yapılabileceği gibi döviz araçları vasıtasıyla da yapılabilmektedir. Bankalararası döviz piyasası dünyanın en büyük döviz piyasasıdır ve işlem hacmi dünyadaki hisse piyasası işlem hacminden daha büyüktür. Uluslararası döviz piyasalarına; bankalar, banka dışındaki aracılar, bireyler, firmalar, spekülörler, arbitrajcular, merkez bankaları ve hazineler katılmaktadır (Doğukanlı, 2012: 48).

Merkez bankaları ve hazineler, döviz piyasasını kâr için değil, ülkelerinin döviz rezervlerini belli bir seviyede tutmak ve ulusal paranın değerini hedefleri doğrultusunda etkilemek amacıyla kullanırlar. Merkez bankalarının yaptığı müdahaleler, ülkelerinin uyguladığı kur politikası ile alakalıdır. Eğer bir ülkede sabit kur politikası benimsenmişse, kurdaki ani yükseliş veya düşüşleri önlemek için merkez bankaları döviz satar veya alırlar. Bazen hükümetler, kısa süreli yabancı sermaye çekmek amacıyla kur artış politikası veya ülkenin dış piyasalarda rekabet gücünü artırmak amacıyla düşük kur politikası da uygulayabilirler (Seyidoğlu, 2003: 293).

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Para Politikası Yönetimi

TCMB para politikasının ana hedefi; fiyat istikrarıdır. Bu nedenle enflasyon hedeflemesi, temel para politikası rejimi olarak güncelliğini korumaktadır. Bunun yanında TCMB, dalgalı döviz kuru rejimine devam etmektedir fakat döviz kuru, bir politika aracı olarak günümüzde kullanılmamaktadır. TCMB'nin nominal ya da reel herhangi bir kur hedefi bulunmamakla birlikte eğer döviz kurundaki hareketler fiyat istikrarını kalıcı olarak etkilerse mevcut enstrümanlarını kullanarak gereken önlemi almaktadır.

TCMB, günümüzde birden fazla politika aracı kullanmaktadır. Bu amaçla; politika faizini ve zorunlu karşılıkları aktif olarak kullanmakta olup, temelde kredi kanalı ve döviz kuru kanallarını ayrı ayrı etkilemek suretiyle fiyat ve finansal istikrarı korumaya çalışmaktadır (TCMB, 2013b: 13). TCMB, piyasa faizlerini ve likiditesini etkilemek için piyasaya kısa vadeli likidite sağlamakta ve likidite fazlası olanlardan da gecelik olarak borç almaktadır.

Kredi arzını etkilemede zorunlu karşılıklar da kullanılmaktadır. Kredi kanalı üzerinde zorunlu karşılıkların etkisi faiz koridoru ve etkili bir likidite yönetimi ile görülebilir. Normal dönemlerde zorunlu karşılıklarla piyasadan çekilen likiditenin, TCMB fonlaması ile ikame edilmesi beklenir. Fakat mevcutta uygulanan koridor sistemi ve aktif likidite yönetimi nedeniyle piyasada kısa vadeli faizlerde oynaklık arttığından zorunlu karşılığa ayrılan tutarın TCMB fonlaması ile ikame edilmesi sınırlı olmaktadır. Bilhassa likidite açığı olan

bankalar, sıkılaştırma dönemlerinde kredi genişlemesinde daha temkinli olmaktadır.

Kredi kanalı, ekonomik faaliyetleri ve toplam hasılayı doğrudan etkilediğinden orta vadeli enflasyonu da etkileyen temel bir aktarım kanalıdır. Kredilerin hızlanması ithalata dayalı dayanıklı tüketim mallarına olan talebi artırmakta ve kısa vadede tasarrufları azaltmaktadır. Bu da cari dengeyi bozabilmektedir. Böyle bir durumda sermaye hareketlerindeki ani değişimlere karşı ekonomi daha kırılgan bir hale gelmektedir (TCMB, 2013b: 14).

TCMB, günümüz para politikası uygulamasında günlük olarak kısa vadeli faizleri ayarlamak suretiyle sermaye hareketleri ve döviz kurundaki dalgalanmaları azaltabilmektedir. Mesela TCMB, ülkeden sermaye çıkışı olan dönemlerde döviz kurlarının etkilenmesini azaltabilmek için fonlama miktarını piyasa ihtiyacından daha az yapmaktadır. Böylece TCMB'den beklediklerinden daha az fon sağlayan bankalar likidite ihtiyaçlarını döviz satarak karşılamaktadırlar. Ayrıca bu tip durumlarda kısa vadeli faizlerin yüksek tutulması sermaye çıkışlarını da azaltmaktadır.

Döviz kurları üzerinde zorunlu karşılık oranları da etkili olabilmektedir. Şöyle ki rezerv opsiyon mekanizması (ROM) ile TCMB, Türk lirası zorunlu karşılıkların belirli bir kısmının döviz ve altın olarak tutulabilmesi imkânı getirmiştir. Böylece sermaye akımlarındaki oynaklık durumlarında döviz kuru ve piyasalar üzerindeki etki bu mekanizma ile hafifletilebilmektedir (TCMB, 2013a: 15).

İkili Finansal Sistem

20. yy.'da faizsiz bankacılığın ortaya çıkmasıyla ikili bankacılık yapısı zorunlu hale geldi. Çünkü geleneksel finansal sistemde faiz temelli para piyasası mevcut olduğu halde İslami finansal sistemde sadece kâr/zarar paylaşımına göre çalışan faizsiz bir para piyasası mevcuttur.

İslami bankacılığın varlığında para politikasının etkinliğini değerlendirmek karmaşık bir durumdur. Çünkü İslami finansla çakışan boyutların da incelenmesi gerekir. Bu çakışan noktalar; İslami prensiplerin temelinde bulunan faiz yasağı ve kâr zarar paylaşımı, finansal sistemin geleneksel taraftan İslami tarafa yayılması ve para politikası çerçevesi ve araçları şeklinde sıralanabilir. İslami bankacılığın mevcudiyetinde para politikası, geleneksel sistemde olduğu gibi; yapısal fazla likiditeye, finansal sistemlerin sağlığına ve mali sorunlara tam olarak odaklanmalıdır. Kamu kesiminin baskın olması, mali açıkların doğrudan para ile finanse edilmesi veya kredi sistemindeki bozukluklar, İslami bankalar aracılığıyla para politikası yönetimini sınırlamaktadır (IMF, 2016: 5).

İkili finansal sistemlerde genellikle geleneksel bankacılık kesimi, İslami bankacılık kesimine göre daha fazla gelişmiştir. Çünkü mevcut geleneksel yapı faizli sisteme göre kurumsallaşmıştır ve kendi içerisinde verimli bir şekilde işlemektedir. İkili finansal piyasalarda ise para politikası farklı gelişim seviyelerine sahipse her iki sektör birbiri ile aynı şekilde çalışmayacaktır. Ayrıca doğal ve insani finans ilkelerine göre (İslami kurallar gereği) üretim ve tüketim dengesini bozmalarından dolayı bazı ekonomik faaliyetler sakıncalı görüldüğünden, İslami krediler geleneksel kredilerin kullanım alanından farklı olarak, farklı ekonomik sektörler tarafından kullanılacaktır. Para politikasının, piyasanın geleneksel bankacılık ve İslami bankacılık kesimleri üzerinde benzer etkiler gösterip göstermeyeceği çeşitli faktörlere bağlıdır.

Bu faktörlerden bazıları şunlardır:

- İslami kesimin geleneksel kesime göre göreceli boyutu: İkili para politikası uygulanan ülkelerin hemen hepsinde geleneksel kesim İslami kesime göre daha büyük bir alan kapsar. Bu nedenle uygulanan tekil (faizli) para politikası her iki kesim üzerinde benzer bir etkiye sahip olmaz. Etki genellikle göreceli boyutu büyük olan geleneksel kesim üzerinde görülür. Geleneksel kesim üzerinde para politikasının etkisi faiz kanalı üzerinden gerçekleştirilmeye çalışılırken İslami kesim üzerinden aynı para politikasının uygulanması fazla bir fayda sağlamayacaktır.
- İslami sözleşmelerin yapısı: Bilindiği gibi geleneksel bankaların yatırımcılar ile yaptıkları sözleşmelerle İslami bankaların yaptıkları sözleşmeler birbirlerinden farklı yapıdadırlar. Geleneksel bankalar müşterileri ile faiz sözleşmeleri yaparken İslami bankalar yapıları gereği müşterileri ile faize dayanmayan alım satım, ortaklık veya kira sözleşmeleri yaparlar.
- İslami bankaların ve tüketicilerin davranışı: İslami kesimdeki tüketici davranışları da geleneksel kesime göre bazı değişiklikler taşımaktadır. Şöyle ki faiz, garar (aşırı belirsizlik) ve kumar gibi işlemlerden uzak olan İslami kesimin İslami bankalardan talepleri de buna göre şekillenir. Bu tüketici kesimin İslami bankaları tercih sebebi bu tip işlemlerden uzak olmalarıdır. Bu nedenle faiz hassasiyeti olan tüketiciler üzerinden faizli bir para politikası çerçevesi başarısız olacaktır.
- Tüketicilerin faiz oranı değişimlerine olan duyarlılığı: Bazı durumlarda İslami banka müşterileri derin dini inançları nedeniyle kâr/zarar hesaplarının getiri seviyelerine veya kredi fiyatlarına kayıtsız kalabilirler. Fakat diğer ülkelerdeki tüketicilerin yaptıkları arbitraj işlemleri ile kâr/zarar hesaplarının getirilerini ve İslami kredilerin

maliyetlerini geleneksel bankaların mevduat ve kredi faiz oranlarına yakın hale getirebilirler. Geleneksel kesimdeki tüketicilerin faiz oranlarına olan hassasiyeti de belirleyici bir roldür. Şöyle ki piyasadaki reel faiz seviyesinin artış veya azalışlarını bazı tüketiciler önemsemazler. Bunun sonucunda bir merkez bankasının para politikası gereği faiz oranları üzerinde ayarlamalar yapması sonuçta bazı tüketiciler üzerinden bu politikanın iletimini sağlamayacaktır. Dolayısıyla merkez bankasının para politikası bir miktar etkisiz hale gelebilecektir.

Geleneksel bankacılık kesiminin amacı, topladığı mevduata faiz ödemek için para alım satımı yapmaktır. İslami bankacılık kesiminin amacı ise kâr zarar ortaklığı yoluyla topladığı mevduatı reel sektör üzerinden yine kâr-zarar paylaşımı, ortaklık veya kira esasına göre kullandırarak elde ettiği kârı yatırımcısına dağıtmaktır. İslami kesimin nihai amacı ise reel sektörü destekleyerek üretimi artırmak ve bu sayede fiyat istikrarı ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamaktır. Bu nedenlerle faizsiz çalışan İslami bankalar üzerinden uygulanan faizli bir para politikası etkisiz hale gelecektir.

İslami finansmanın, finans sistemi içerisinde önemli bir paya ulaştığı ülkelerde para politikası çerçevesini tasarlamak ise farklı seviyelerde daha karmaşık bir iştir.

Bu karmaşıklığın sebeplerini aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- İslami finansın temel ilkeleri ve fıkhi kuralların yorumu: İslami finansın temel ilkeleri şunlardan oluşmaktadır: Faiz, garar ve kumar gibi çalışmadan kazanmak, aşırı belirsizlik, aşırı risk ve başkalarının emeği üzerinden para kazanmak gibi işlemlerden uzak durmak anlamına da gelir. Bu nedenle İslami bankalar faiz alışverişine aracı olmadıkları gibi spekülâtif finansal işlemlerden de uzak dururlar. İslami ilkeler Kur'an, Sünnet ve içtihatı dayanmaktadır. Fakat bu kuralların farklı ülkelerde uygulanan mezhepsel farklılıklar dolayısıyla farklı yorumlarına ulaşmak da mümkündür. Bu nedenlerle bir merkez bankası para politikası çerçevesi çizerken bu farklılıkları da dikkate almak zorundadır.
- Aynı finansal sistem içerisinde para politikası çerçevesinin heterojenliği: Heterojenlik geleneksel bankalarla İslami bankaların aynı finansal sistem içerisinde görev almalarından kaynaklanmaktadır. Bu iki sistemin paraya bakış açılarındaki farklılık bu heterojenliği ortaya çıkartır. Geleneksel sistem sembolik bir değer olan paradan para kazanmaya çalışırken bunun aksine İslami finansal sistem sembolik bir değer olan parayı reel ekonomide ortaklık, alım/satım (ticaret) ve kiralama gibi yöntemlerle değerlendirir. Sonuçta elde ettiği kârı yani paraya kattığı katma değeri yatırımcısına dağıtır. Bu heterojenlik merkez

bankalarına para politikası hedefleri belirlemede çeşitli zorluklar yaşatmaktadır.

- İslami bankalar için para politikası, finansal kalkınma ve finansal istikrar politikaları arasındaki ilişki: İslami bankaların kuruluş amaçları arasında reel sektörü destekleyerek finansal kalkınmaya katkıda bulunmak ve bu sayede finansal istikrara ve sürekli büyümeye destek olmak vardır. Merkez bankaları hem geleneksel hem de İslami bankaların yer aldığı bir sistemde İslami bankaların bu yapısını daha aktif olarak destekleyerek finansal ve istikrar hedefine daha kolay ulaşabilir.

İkili Finansal Sistemde Parasal Aktarım Mekanizması

Dünyada, İslami finansal sistemler genellikle heterojen yapıya sahiptir. Ya tam teşekküllü (full fledged) İslami bankalar olarak teşkilatlanmış durumdadırlar ya da geleneksel bankacılık sistemi içerisinde İslami pencereler (Islamic windows) şeklinde yer alırlar. Faiz oranını etkileyen para politikası ortamında çalışan İslami bankalar, her ne kadar merkez bankaları tarafından öngörülmemiş olsa dahi, İslami finans sistemi yoluyla geleneksel para politikası iletimine katkıda bulunurlar. Tam teşekküllü İslami finansal sistemlerde, merkez bankalarının eylemleri İslami kredi tedarikini (arzını) etkileyebildiği sürece para politikası kredi kanalı yoluyla gerçekleştirilebilir. Ancak kredi kanalı veya İslami bankaların kullandığı tabirle fonlama kanalı, finansal liberalleşme veya finansal piyasaların gelişimiyle birlikte muhtemelen zayıflayabilir.

İslami bankaların mevcudiyetinde para politikası hedefleri, İslami finansal sistemin gelişim seviyesine ve geleneksel sistemle olan etkileşimine uyumlu olmak zorundadır. Başlangıç evresinde, İslami kredi, para ve hazine sukuk piyasasındaki gelişim, likidite yönetimi ve etkin sterilizasyon politikaları önem taşımaktadır. Ancak finansal sistemin her iki (geleneksel ve İslami bankacılık) tarafı daha dengeli bir hale geldiğinde birleşik bir para politikası da olası olabilir. Bunun yanında geleneksel finansal sistemden İslami finansal sisteme parasal aktarımı, İslami finans standart belirleyicileri tarafından kabû edilmeme riskini de taşımaktadır. Ayrıca eş zamanlı olarak geleneksel ve İslami para politikası araçları kullanılarak birleşik bir para politikasının ne zaman ve nasıl başarılabileceği üzerine araştırmalara da ihtiyaç vardır (IMF, 2016: 6).

İslami para politikasının önemli bir alan oluşturduğu çok az sayıda ülke mevcuttur. Bu ülkeler, Körfez İşbirliği Konseyi'nde (Gulf Cooperation Council, GCC) yer alan Bahreyn, Kuveyt, Umman, Katar, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri ve ayrıca Bangladeş, Brunei, İran, Ürdün, Malezya, Pakistan, Sudan ve Yemen'dir. İran ve Sudan dışındaki ülkeler ikili finansal sisteme sahiplerdir. Bu ülkelerin bazılarındaki geçmiş deneyimlere bakıldığında, İslami bankaların mevcudiyetinde işleyen bir para politikası

aktarım mekanizmasının ve ayrıca düşük ve istikrarlı enflasyon ortamının mümkün olabildiği görülür. Fakat İslami bankalar aracılığıyla parasal aktarımda faiz oranlarının rolü söz konusu olduğunda bu durum danışma kurulları tarafından kabûl edilmeyebilir. Aynı zamanda bu ülkelerin deneyimleri bize; bir İslami para politikasının, sağlam makroekonomik yönetim ve yeterli kurumsal düzenlemelerle desteklendiğinde, belli şartlar altında çeşitli İslami para politikası araçlarının ve parasal aktarım mekanizması olarak da kredi kanalının kullanılabilceğini göstermektedir.

Hem geleneksel hem de İslami sektöre sahip ikili finansal sistemlerde kalkınmanın ilk safhası olan rezerv dengesi, para politikası yönetiminde merkezi bir role sahip olabilir. Bu bağlamda, İslami bankalar için banka kredileri veya finansman kanalının etkinliği, merkez bankasının İslami bankaların ana likidite tedarikçisi olma kapasitesine ve İslami bankaların merkez bankasında tuttukları zorunlu karşılıklardaki değişimlere karşılık kredi verme kapasitelerine bağlıdır. 2012 yılında IMF tarafından yapılan İslami bankacılık anketine göre merkez bankalarının %81'i İslami bankalara zorunlu karşılık uygulamaktadır (IMF, 2014: 31). İslami ve geleneksel bankaların aşırı likiditeye sahip olmaları veya kredilerin arz veya talebinde kısıtlamalar olduğunda bankaların kredi kanalları ve İslami bankaların finansman kanalları etkisiz hale gelebilir. Merkez bankalarının, bankaların rezervlerini değiştirerek İslami kredi/fonlama arzını hangi seviyede etkileyebileceği üzerine daha fazla ampirik araştırma yapılması da gerekmektedir.

Gelişmiş geleneksel para piyasalarına sahip ikili finansal sistemlerde, İslami bankalar faiz oranlarının baskın olduğu bir çevrede gelişirler. Geleneksel ve İslami finans sistemleri arasındaki arbitraj nedeniyle geleneksel bankacılık faiz oranlarından İslami bankaların fonlama maliyetlerine ve kâr-zarar paylaşımlı yatırım hesaplarının getirilerine doğru bir yayılma eğilimi mevcuttur (IMF, 2016: 17). Geleneksel bankalar faizle kredi vermektedirler. İslami bankaların ise alım/satım veya ortaklık üzerine bir kredi/fon verme sistemleri vardır. Merkez bankaları sadece geleneksel bankalar üzerinden para politikası hedeflerine ulaşmak istedikleri durumda hedefledikleri politika faiz oranını geleneksel sistem üzerinden piyasaya aktarırlar. Eğer bir ülkede geleneksel bankacılık sistemi İslami bankacılık sistemine göre daha çok gelişmişse bu faiz oranı mutlaka İslami bankaların alım/satım veya ortaklık yoluyla kullandıkları kredi oranları üzerinde de etkili olacaktır. Çünkü İslami bankaların, piyasada hakim olan faiz oranından daha yüksek kâr oranında kredi/fon talep edecek müşteri bulmaları zor olacaktır. Her iki bankacılık sektörüne aynı parasal politikaların dayatılması sonucunda, İslami bankacılık sektörü üzerinden de merkez bankasının belirlediği faiz oranının piyasaya yansımaya yol açılacaktır.

İslami finansın çok az geliştiği ülkelerde uygulanan ikili finansal sistemde, para piyasasına eş değer olan bir İslami finansman yöntemi mevcut olmadığından bazı İslami bankalar, murabaha ve icâre sözleşmelerine fiyat vermek için geleneksel faiz oranlarını baz alırlar. Ayrıca İslami kredi fiyatını belirlemek için geleneksel bankaların faiz oranı baz alınsa da İslami bankaların geleneksel politika faiz oranlarının değişimine tepkileri daha az veya daha fazla olabilir (IMF, 2016: 23).

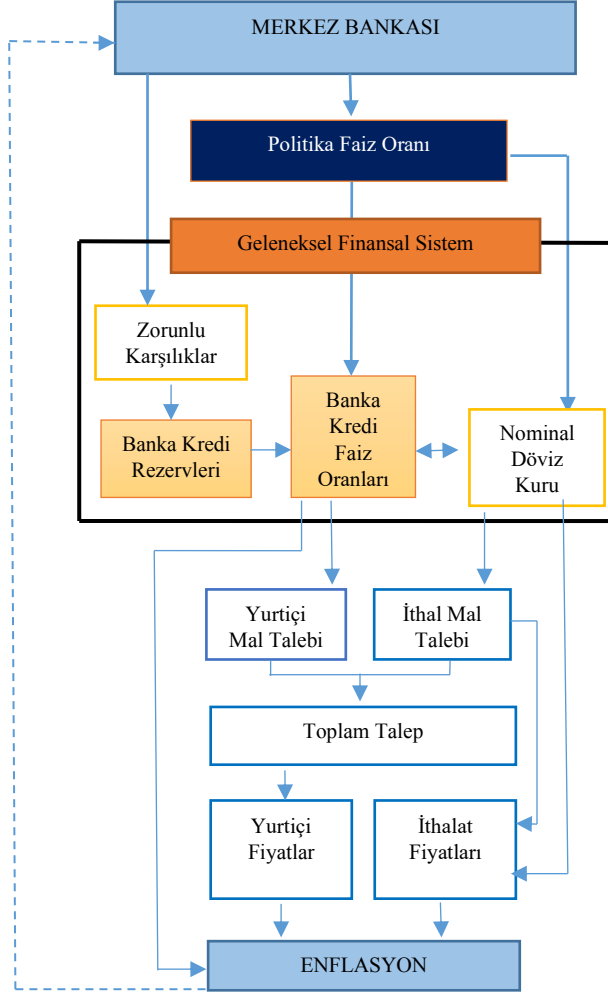
Merkez bankaları, politika faiz oranlarını artırıp azaltarak geleneksel bankalararası para piyasasındaki faiz oranına etki etmeye çalışırlar. Böylece geleneksel bankalar piyasadaki fon toplarken ve piyasayı fonlarken bu faiz oranı ile mevduat toplar ve kredi verirler. Bu oran üzerindeki değişiklikler sayesinde toplumun üretim ve tüketim dengesi belirlenmeye ve böylece fiyat kontrolü sağlanmaya çalışılır. İslami bankalar faizsiz olarak çalıştıklarından, İslami sektör üzerinden bu anlatılan sistem çalışmayacaktır. Bunun yerine merkez bankası ile İslami bankalar arasında ve İslami bankaların kendileri arasında iyi gelişmiş bir para piyasasının oluşturulması gereklidir. Bu piyasada oluşacak olan alım/satım veya ortaklık kâr dağıtım oranlarına bir merkez bankasının etki edebilmesi ise esastır. Bu yapılabildiği zaman geleneksel sistemdeki yapı burada da çalıştırılabilecektir. Bu sayede bir merkez bankasının İslami bankacılık sistemi üzerinden fiyat seviyeleri üzerinde kontrolü de mümkün olabilecektir.

TCMB'nin İkili Finansal Sisteme İşlerlik Kazandırabileceği Farklı Bir Yaklaşım

Şekil 2'de, TCMB'nin günümüzde geleneksel bankacılık sistemi üzerinden para politikası yönetimi gösterilmektedir. Şekli basitleştirmek amacıyla TCMB'nin varlık fiyatları ve beklenti yönetimi şekil üzerinde gösterilmemiştir.

TCMB, belirlediği politika faiz oranı ile hem banka kredi faiz oranlarını, hem de nominal döviz kurlarını etkilemektedir. Belirlediği zorunlu karşılık oranları ile banka kredi rezervleri üzerinde etki de bulunabilmekte ve bu sayede banka kredi faiz oranları üzerine etki etmektedir. Banka kredi faiz oranlarını etkilemek için TCMB, zorunlu karşılıklara ek olarak, Türk lirası depo alım/satım işlemleri ve Türk lirası repo/ters repo araçlarından faydalanmaktadır. Döviz kuru üzerine etki etmek içinse Türk lirası depo karşılığı döviz depo, döviz alım satım ve döviz depo alım/satım vb. işlemleri gerçekleştirir.

Şekil 2: TCMB'nin Geleneksel Bankacılık Sistemi Üzerinden Para Politikası Yönetimi



Kaynak: TCMB, 2013b

Günümüzde TCMB, banka kredi faiz oranları ve nominal döviz kuru üzerine etki etmek için varlık fiyatları ve beklentiler haricinde yoğunluklu olarak politika faiz oranını ve zorunlu karşılıkları kullanmaktadır. TCMB, bankaların kredi faiz oranlarını etkileyerek yurtiçi mal talebini artırıp azaltabilir. Nominal döviz kuruna etki ederek de ithal mal talebini ve ithalat fiyatlarını etkileyebilir. Böylece yurtiçi mal talebi ve ithal mal talebine etki ederek piyasadaki toplam talep üzerine etki eder. Toplam talebin artırılıp azaltılması yurtiçi fiyatlarına etki eder. İthal mal talebindeki ve döviz kurlarındaki

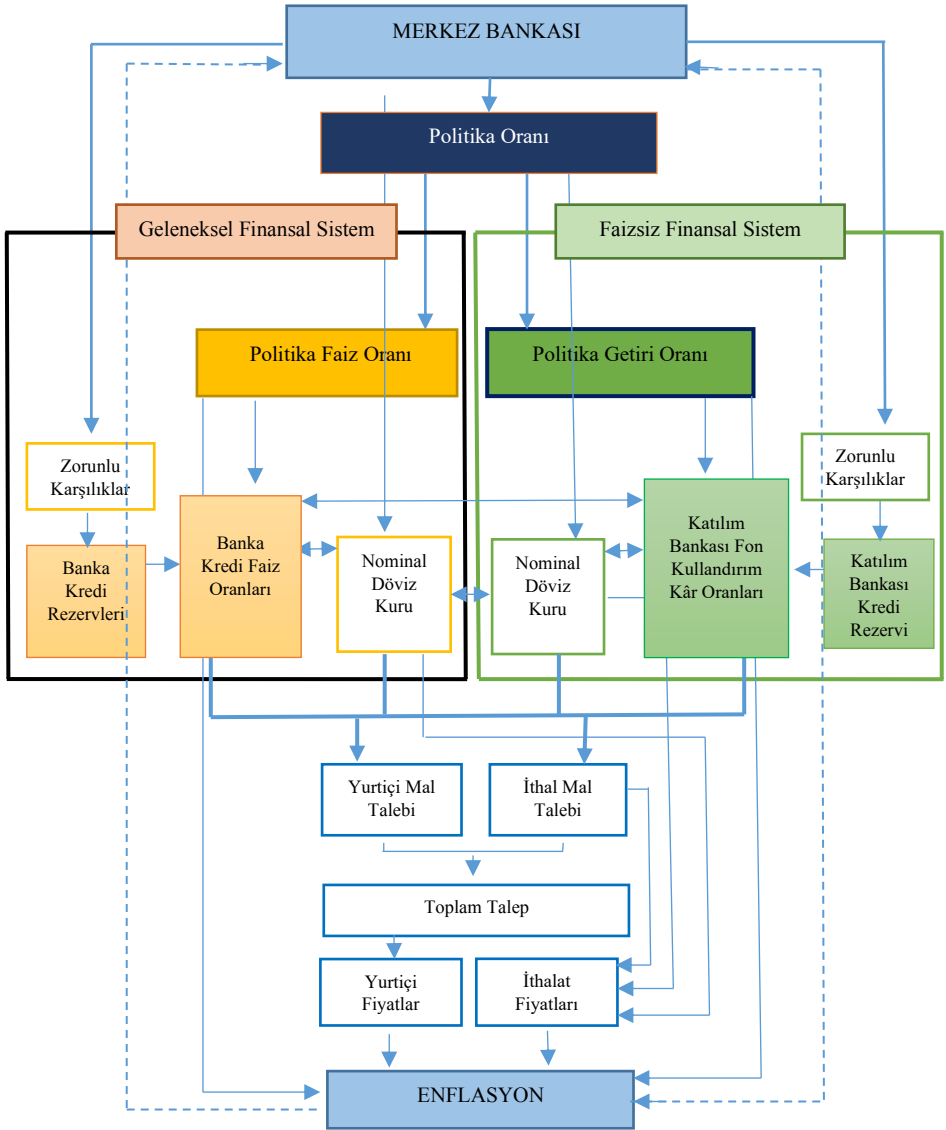
değişiklik de ithalat fiyatları üzerine etki eder. TCMB sonuçta hem yurtiçi fiyatları hem de ithal mal fiyatlarını etkilemek suretiyle enflasyon üzerine etki etmeye çalışır. İsteddiği etkiye ulaşamadığı durumda yeniden en başa dönerek politika faiz oranında değişiklik yapar ve aynı süreç üzerinden yeni sonuç almayı amaçlar. Böylece fiyat istikrarını sağlayarak nihai hedefi olan sürekli büyüme amacına ulaşmaya çalışır.

Faizsiz bankaları da ikili finansal sistem içerisinde yönetmek durumunda olan merkez bankalarının hem kendi para politikalarını uygulamada hem de bu bankaların likidite yönetimlerine yardımcı olmakta zorluk yaşadıkları bir gerçektir. Türkiye’de mevcut parasal aktarım mekanizması sadece faiz oranlarına dayandığından geleneksel para politikası uygulamaları, katılım bankaları üzerinde de etkili olmaktadır. Merkez bankası politika oranı olarak sadece faiz oranı açıklamakta ve katılım bankaları bu oran üzerinden geri satım vadeli alım adıyla repo işlemleri yapmaktadır. Bunun dışında katılım bankaları genellikle murabaha ve leasing yoluyla piyasayı fonladıklarından (kredi kullandırdıklarından) dolayı kâr oranlarını hesaplarken rekabet dolayısıyla geleneksel bankaların faiz oranlarını baz almak zorunda kalmaktadırlar. Sonuçta katılım bankaları üzerinden de mevcut faiz oranları ile reel sektöre ulaşılmaktadır. Bunu engellemek için; TCMB, “politika faiz oranı” ile birlikte “politika getiri oranı” da açıklayarak katılım bankaları üzerinden parasal aktarım mekanizmasını yönetebilir.

Katılım bankaları üzerinden kredi kanalını etkilemenin iki yolu mevcuttur:

1. TCMB, politika getiri oranı ile katılım bankalarının finansman maliyetlerini etkileyebilir. Böylece fon kullandırım kâr oranını etkileyerek katılım bankaları üzerinde kredi arzını artırıp azaltabilir.
2. TCMB, zorunlu karşılık oranlarını değiştirerek katılım bankalarının kredi rezervlerini etkilemektedir. Böylece katılım bankalarının fon kullandırım kâr oranını etkileyerek sonuçta kredi arzı üzerine etkide bulunmaktadır. Bu ikinci yol mevcutta TCMB tarafından kullanılmaktadır.

Şekil 3: TCMB'nin İkili Finansal Sistem Üzerinden Para Politikası Yönetimi



TCMB'nin katılım bankalarına sağlayacağı çeşitli para politikası araçları ve belirleyeceği politika getiri oranı yoluyla kredi kanalının daha aktif hale getirilmesi için Şekil 3'de gösterildiği gibi bir yapı oluşturulabilir.

Bu yaklaşıma göre; TCMB, belirleyeceği politika oranı içerisinde kalmak şartı ile geleneksel finansal sisteme "politika faiz oranı", faizsiz finansal sisteme ise "politika getiri oranı" uygulayacaktır. Politika getiri oranı; beklenen

enflasyon oranına, gerçekleşen reel GSYİH artış oranı eklenerek hesaplanacaktır. TCMB, politika getiri oranı ile katılım bankaları üzerinden parasal aktarım mekanizmasını kredi kanalı yoluyla çalıştıracak ve böylece katılım bankalarının müşterilerine kullandırdıkları fonların kâr oranları üzerine etki edebilecektir. Fisher tarafından geliştirilen paranın miktar teorisine göre piyasadaki para miktarının artışı fiyatların da artışına sebep olacağından, piyasada üretilen mal miktarı kadar yani bir önceki yılın reel büyüme oranı kadar piyasaya para arz edilmesi, piyasaya gerektiği kadar para arz edilmesini de sağlayacaktır. Reel GSYİH rakamının kullanılması, piyasadaki para-mal dengesinin bozulmasını önleyerek fiyat istikrarının sağlanmasına katkıda bulunabilecektir. Politika getiri oranı aşağıdaki eşitliğe göre hesaplanacaktır:

Politika Getiri Oranı = Gerçekleşen Reel GSYİH + Beklenen Enflasyon Oranı

Bu eşitliğe göre; TCMB, politika getiri oranını belirlemek için beklenen enflasyon oranı üzerine reel gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) artış oranını ekleyebilir. (Büyümenin negatif olduğu yani GSYİH'nın eksi değer aldığı yıllarda nominal GSYİH kullanılması faydalı olacaktır. Çünkü kriz dönemlerinde dahi enflasyon etkisi nedeniyle nominal GSYİH pozitif olmaktadır). Katılım bankaları TCMB'den politika getiri oranı ile aldıkları bu fonları kendi müşterilerine bu orana göre belirleyecekleri murabaha kâr oranından kullandırabileceklerdir. Dolayısıyla bu politika getiri oranı katılım bankacılığı üzerinden reel sektöre kredi kanalı yoluyla yansıtılabilecektir.

TCMB, günümüzde repo/ters repo aracını, geri satım vadeli alım/ geri alım vadeli satım yöntemiyle katılım bankaları için de sunmaktadır. Bu araç, politika getiri oranının uygulanmasında kullanılmaya devam edilebileceği gibi buna alternatif olarak emtia murabahası yöntemi de kullanılabilir. Makalede, emtia murabahası yöntemi, teverruk sözleşmelerini bireysel teverruk kurallarına uygun olarak gerçekleştirilmesi şartıyla caiz gören İslam Fıkıh Akademisi, Dünya İslam Birliği (Rabita) ve AAOIFI'nin fetva heyetlerinin görüşleri dikkate alınarak önerilmiştir (MMFIR, 1999: 161-162; Râbitatü'l-Alemi'l-İslami, 1997-2002: 320; AAOIFI, 2020: 412). Günümüzde, emtia murabahası işlemleri katılım bankaları tarafından fıkhi açıdan tartışmalı bir borsa olan Londra Metal Borsası aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemin fıkhi açıdan daha uygun hale gelebilmesi için Türkiye'de 2019 yılı içerisinde faaliyete başlaması planlanan ve gerçek tarım ürünlerinin alım satımına aracılık edecek olan Türkiye Ürün İhtisas Borsası (TÜRİB) kullanılabilir.

Genel Değerlendirme

TCMB, geleneksel bankacılık çerçevesini yönetirken politika faizi belirlemede ve bu faiz oranına göre likidite yönetimini gerçekleştirmektedir.

TCMB, politika faizini orta vadeli bir bakış açısıyla gelecekteki enflasyon görünümüne göre belirler. İkili finansal sistem içerisindeki faizsiz bankacılık çerçevesi üzerinden de para politikası hedefine ulaşmak durumunda olan TCMB, politika faizi yanında katılım bankalarıyla gerçekleştirdiği para piyasası işlemlerinde likidite yönetimi amacıyla kullanılmak üzere ve para politikası hedeflerine ulaşmak için katılım bankacılığı çerçevesine “politika getiri oranı” sunmalıdır. TCMB, politika getiri oranını, enflasyon hedefi üzerine reel GSYİH’daki artış oranı ekleyerek belirleyebilir. Reel GSYİH artış oranı geçmiş enflasyondan arındırılmış bir rakamdır. “Politika getiri oranı” belirlendikten sonra bu oran, belli bir dalgalanma bandı (getiri koridoru) içerisinde günün ekonomik gelişmelerine ve katılım bankacılığına özgü borçlanma araçlarının türüne göre küçük miktarlarda artırılıp azaltılabilir.

TCMB’nin para politikası hedeflerine ulaşmasındaki mevcut kredi mekanizması yoluyla parasal aktarıma izin verebilecek en etkili ürün ise mevcutta kullanılan geri satım vadeli alım yöntemine alternatif olabilecek olan “emtia murabahası”dır. Günümüzde, emtia murabahası yöntemi, fıkhen bazı sakıncalar içeren Londra Metal Borsası aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de 2019 yılında kurulan Türkiye Ürün İhtisas Borsası (TÜRİB) aracılığıyla bu işlemlerin gerçekleştirilmesi sayesinde bu işlemler fiki açıdan daha uygun hale gelecektir. Böylece bu borsa sayesinde gerçek anlamda emtia alım satımına bir adım daha yaklaşılabilecektir (Kazancı, 2018: 45). Emtia murabahasının para politikası yönetiminde en etkili ürün olması; TCMB’nin belirleyeceği politika getiri oranını kullanabileceği ve bu sayede parasal aktarım mekanizmasını çalıştırabilecek bir araç olması dolayısıyla, emtia murabahası dışındaki ürünler ise kâr/zarara dayalı ortaklık, karz (karşılıksız ödünç) veya vekâlet yapısında olduklarından dolayı bu ürünlerle sabit bir getiri oranı belirleme imkânı mevcut değildir. Asıl amaç reel büyümeye endeksli olarak belirlenecek olan politika getiri oranının katılım bankacılığı aracılığıyla reel sektöre ulaştırılıp fiyat istikrarının ve sürdürülebilir büyümenin gerçekleştirilmesi olup, geri satım vadeli alım veya emtia murabahası yöntemleri sadece buna aracılık yapacak olan bir araç konumunda olacaktır.

Politika faiz oranının ve politika getiri oranının aynı sistem içerisinde kullanımı, bir riski de beraberinde getirmektedir. Bu risk, hem geleneksel hem de katılım bankacılığına uygulanacak olan araçlarda hem faiz oranı hem de getiri oranı adıyla birbirinden farklı iki oranın kullanılacak olmasıdır. Oranlardaki farklılık, katılım bankaları ve geleneksel bankalar arasında haksız rekabete yol açabileceğinden, belirlenecek olan politika faiz oranının, politika getiri oranına mümkünse yaklaştırılması ile bu risk azaltılabilir. Bunun için; belirlenecek olan politika oranının, politika getiri oranını kapsayacak şekilde dar bir bantta belirlenmesi gerekir. Eğer bu yapılamaz ve iki farklı sektöre birbirinden uzak iki farklı oran uygulanırsa, katılım bankacılık sektörünün aktif

büyükliğünün önümüzdeki yıllarda daha da artmasıyla parasal aktarım mekanizmasının çalışmasında dengesizliğe de neden olunabilir. Bu dengesizliğin ulaşabileceği boyutlarını anlamak için uygulamaya geçmeden önce gereken analizlerin ve ekonometrik çalışmaların yapılması gerekir. Merkez bankalarının, katılım bankalarının rezervlerini değiştirerek katılım bankalarının kredi/fonlama arzını hangi seviyede etkileyebileceği üzerine de daha fazla deneysel araştırma yapılması gerekmektedir.

Sonuç

Makalede, merkez bankalarının ikili finansal sistemi yönetirken, faizsiz bankaların fon (kredi) arzı üzerine nasıl etki edebileceği anlatıldı. Bu yaklaşıma göre; TCMB, belirleyeceği politika oranı içerisinde kalmak şartı ile geleneksel finansal sisteme “politika faiz oranı”, faizsiz finansal sisteme ise “politika getiri oranı” uygulayacaktır. Politika getiri oranı, beklenen enflasyon oranına, gerçekleşen reel GSYİH artış oranı eklenerek hesaplanacaktır. TCMB, politika getiri oranı ile katılım bankaları üzerinden parasal aktarım mekanizmasını kredi kanalı yoluyla çalıştıracak ve böylece katılım bankalarının müşterilerine kullandırdıkları fonların kâr oranları üzerine etki edebilecektir. Bu sayede, merkez bankası piyasadaki para-mal dengesinin bozulmasını önleyerek fiyat istikrarının sağlanmasına katkıda bulunabilecektir. TCMB, politika getiri oranını mevcutta kullanılan geri satım vadeli alım yöntemine alternatif olarak emtia murabahası yöntemi gibi sabit getiri sağlayan bir ürün aracılığıyla da uygulayabilir. Emtia murabahası yöntemi, teverruku bireysel teverruk kurallarına uygun olarak gerçekleştirilmesi şartıyla caiz gören fetva heyetlerinin görüşleri dikkate alınarak makale içerisinde önerilmiştir.

TCMB'nin geleneksel bankacılık üzerinden amacı, öncelikle fiyat istikrarı ve akabinde finansal istikrar ve sürdürülebilir büyümedir. İkili finansal sistemde katılım bankaları üzerinden ulaşacağı amaç ise öncelikle reel ekonominin desteklenerek piyasadaki reel değerlerin artırılması olmalıdır. Reel değerlerin artırılması fiyat istikrarına ortam hazırlayacak ve böylece ekonomik sistem içerisinde üretim artışı gerçekleşecektir. Üretimin artışı ile finansal istikrar sağlanabilecektir. Bu şekilde reel sektörü teşvikle gerçekleşecek büyüme ile birlikte sosyal refah seviyesinde büyüme sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- AAOIFI, (2010). el-Meâyirü'ş-şeriyye. Manama. Türkçe çevirisi: Faizsiz Bankacılık Standartları. Türkiye Katılım Bankaları Birliği, Yayın No: 2. İstanbul: 2012.
- Akçay, M. A. (1997). *Para Politikası Araçları Türkiye ve Çeşitli Ülkelerdeki Uygulamaları*. Devlet Planlama Teşkilatı Yayın No: DPT.2483.
- Aktan, C. C., Utkulu, U. ve Togay, S. (1998). *Nasıl Bir Para Sistemi*. İMKB Yayını.
- Ascarya, (2014). Monetary Policy Transmission Mechanism Under Dual Financial System in Indonesia: Interest-Profit Channel, *International Journal of Economics, Management and Accounting* 22. No.1 (2014): 1-32.
- Bacha, O. I. & Mirakhor, A. (2013). *Islamic Capital Markets and Development*, Economic Development and Islamic Finance, 253.
- Chapra, M. U. (1985). Towards a just monetary system (Vol. 8). International Institute of Islamic Thought (IIIT).
- Çetin, M.Ö. (2016). *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Para Politikası Uygulamalarının Gelişimi*. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 8(14): 67-101.
- Doğukanlı, H. U. (2012). *Uluslararası Finans*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Eğilmez, M. (2020). Modern Para Teorisi. <https://www.mahfiegilmez.com / 2020 / 03/cozum-modern-para-teorisinde-mi.html> [08/01/2021].
- Erçel, G. (1996). *Türkiye'de Para Politikası Uygulamaları ve Etkileri*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi. Ankara.
- Ertek, T. (2004). *Makroekonomiye Giriş (Basından Örneklerle)*. Geliştirilmiş 3. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayın A.Ş.
- Fakhrunnas, Dari & Mifrahi, (2018). Macroeconomic effect and risk-taking behavior in a dual banking system, *Economic Journal of Emerging Markets*, 10(2) 2018, 165-176.
- Hanif, M. N. & Sheikh, S. (2009). *Central Banking and Monetary Management in Islamic Financial Environment*, SZABIST, Karachi Campus, Pakistan.
- Hasin, Z. & Majid, M.S.A. (2015). The Importance of the Islamic Banks in the Monetary Transmission Mechanism in Malaysia. Abstract 8th International Conference on Islamic Economics and Finance.
- IMF, (2014). Islamic Banking Regulation and Supervision: Survey Results and Challenges. IMF Working Paper. WP/14/220.

- IMF, (2016). Monetary Policy in The Presence of Islamic Banking. IMF Working Paper. WP/16/72.
- Kassim & Majid. (2009). Sensitivity of the Islamic and Conventional Banks to Monetary Policy Cahges: The Case of Malaysia, *Int. J. Monetary Economics and Finance*, Vol. 2, Nos. ¼, 2009.
- Kazancı, F. (2018). *Türkiye’de Faizsiz Bankacılık Prensiplerine Uygun Teverruk Pazarı: Ürün İhtisas Borsası*, *Journal of Islamic Economics and Finance (JIEF)*, Vol.4, Issue: 1, June 2018.
- Kılıçaslan, Y., Güzel, H. A., Şiriner, İ., Yıldırım, K., Esen, E. ve Taşdemir, M. (2012). *İktisada Giriş*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını. No: 2566.
- Koçyiğit, D. (2009). *Olağan ve Olağandışı Durumlarda Kullanılan Para Politikası Araçları ve Likidite Yönetim Stratejileri*. TCMB Piyasalar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Mishkin, F. S. (2008). Challenges for inflation targeting in emerging market countries. *Emerging Markets Finance and Trade*, 44(6), 5-16.
- Mishkin, F.S. (2000). *Para Teorisi ve Politikası*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- MMFİR, (1999). Karar bi-Şe’ni Hükmi Bey’i’t-teverruk. C. XII, ss. 161-162.
- Önder, T. (2005). *Para Politikası: Araçları, Amaçları ve Türkiye Uygulaması*, (Uzmanlık Yeterlilik Tezi). TCMB Piyasalar Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Parasız, İ. (2011). *Merkez Bankacılığı ve Para Politikası*. İstanbul: Güven Mücellit Matbaacılık Ltd. Şti.
- Râbitatü’l-Alemi’l-İslami, el-Mecmeu’l-Fikhi’l-İslami (MFİR), Kararâtü’l-Mecmai’l-Fikhi’l-İslami, (1398-1442h/1977-2002m). Mekke ty.
- Said, F. F., & Ismail, A. G. (2007). How does the changes in monetary policy affect lending behavior of Islamic banking in Malaysia?, *Journal Ekonomi Pembangunan*, 12 (3), 163-177.
- Sanrego, Y. D., & Nikmawati, K. (2010). Transmission mechanism of sharia financing in Malaysia.
- Sanrego, Y. D., & Rusydiana, A. S. (2013). Transmission mechanism in dual monetary system: Comparison between Shariah and conventional monetary system. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 113(913), 1-18.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. Geliştirilmiş 1. Baskı. Kurtiş Matbaası. İstanbul.
- Shaikh, S. (2009). Role of Central Bank in Islamic Finance. *Journal of Independent Studies & Research*, Vol. 1, No. 2 (1 June 2010).

- Sukmana, R., & Kassim, S. H. (2010). Roles of the Islamic banks in the monetary transmission process in Malaysia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.
- TCMB, (2013a). *Zorunlu Karşılıklar Hakkında Tebliğ*, Sayı: 2013/15.
- TCMB, (2013b). *Parasal Aktarım Mekanizması*.
- TCMB, *100 Soruda Merkez Bankacılığı*. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/2d9f2c1d-18eb-4124-8fd9-a4ea189a24ad/100+Soruda+TCMB+web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-2d9f2c1d-18eb-4124-8fd9-a4ea189a24ad-mR8fxaz> [22/12/2020].
- TCMB, (2021). *2021 Yılı Para ve Kur Politikası*.
- Uddin, M. A. & Halim, A. (2015). Islamic Monetary Policies: Is there an Alternative of Interest Rate?, INCEIF, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Ünsal, E. M. (2004). *Makro İktisada Giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Vural, U. (2013). *Geleneksel Olmayan Para Politikalarının Yükselişi*. TCMB Uzmanlık Yeterlilik Tezi. TCMB İletişim ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü.
- Yıldırım, K. ve Özer, M. (2013). *Makro İktisat*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2824. Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.

EXTENDED ABSTRACT

Central banks that manage dual financial systems in the world apply the same policy interest rate to both financial systems. The use of the policy interest rate determined by a central bank using the credit channel as a mechanism for monetary transmission through the non-interest banking system poses some drawbacks. The first of these drawbacks is the reflection of the policy interest rate on the market via non-interest banks. The other is the negative effect of the use of this rate on inflation. It is suggested in this article that central bank should use different rate instead of policy interest rate to remedy these drawbacks. Inflation control will be more effective through the implementation of the policy rate of return, which a central bank will determine with real GDP instead of applying the policy interest rate to the non-interest banking system when managing the dual financial system.

Looking around the world, it is seen that the central banks of some Islamic countries control both the traditional and interest-free banking system, that is, the dual financial system. Central banks using the inflation targeting regime operate the monetary transmission mechanism through the dual financial system by setting a single “policy interest rate”. The Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) determines the policy interest rate by placing a real interest rate from a medium-term perspective on the expected inflation rate (CBRT, Central Banking in 100 questions). The interest rate is a tool, and the main goal is to achieve the predetermined price stability goal using this tool. But the policy interest rate, determined by two uncertain rates, such as the expected inflation rate and the real interest rate, can also lead to uncertainty in the market, which can disrupt the balance of money and goods in the market, causing negative price stability. Reducing this uncertainty can only be achieved by fixing one of the parameters. For this reason, the real growth rate of the country in the previous year can be used as a fixed parameter. A new

rate can be found by adding the expected inflation rate to this fixed rate. This rate will be called the "policy rate of return".

According to the classical monetary policy view, increasing the money supply without increasing production in the market leads to an increase in prices. However, the policy interest set by central banks can sometimes create more money supply than the country's production. In addition, uncertainty in the market and rising interest rates often disrupt financial stability and reduce investment. In order for central banks to increase investment again, they need to increase the money supply. This sometimes causes inflation. However, instead of using an uncertain policy interest rate based on forecasts, Friedman's proposed monetary targeting, a policy rate of return indexed to last year's growth, that is, production, will allow the money supply as much as the output produced in the market, so inflation can also be controlled.

The purpose of this article is to examine the possibility that central banks can operate the monetary transmission mechanism through the interest-free banking system by using the "policy rate of return" and ultimately control the money supply in the market by funding the real sector with this rate. As a result, central banks will increase the money supply as much as the real goods and services produced by the country, in which case inflation can be controlled. Controlling inflation, that is, ensuring financial stability, will contribute to accelerating growth and controlling unemployment.

The CBRT determines policy interest while managing the traditional banking framework and manages liquidity in accordance with this interest rate. The CBRT determines policy interest from a medium-term perspective based on the outlook for future inflation. In addition to policy interest, the CBRT must submit a "policy rate of return" to the framework of participation banking to be used for liquidity management purposes in money market transactions with

participation banks and to achieve monetary policy goals. The CBRT can determine the policy rate of return by adding the rate of increase in real GDP on the inflation target. The real GDP growth rate is a figure that is free of past inflation. After determining the policy rate of return, this rate can be increased and decreased in small amounts according to the economic developments of the day and the type of instruments specific to participation banking within a certain fluctuation margin (return corridor).

The most effective product that can allow monetary transmission through the existing credit mechanism in achieving the monetary policy goals of the CBRT is the “commodity murabahah”, which can be an alternative to the Islamic repo method used in the current one. Today, the Commodity murabahah method is carried out through the London Metal Exchange, which has some drawbacks. With the fact that these transactions will be carried out through the Turkish Commodity Exchange (TÜRIB) established in Turkey in 2019, these transactions will become more appropriate in fiqh terms. Thus, thanks to this stock market, real commodity trading will be one step closer (Kazancı, 2018: 45). Commodity murabahah is the most effective product in monetary policy management; it is a tool that can use the policy rate of return that the CBRT will determine and thus operate the monetary transmission mechanism. Because interest-free tools other than commodity murabahah are in profit/loss partnership, *karz* (unrequited loan) or *wakala*. It is not possible to determine a fixed rate of return with these tools. The main objective is to achieve price stability and sustainable growth by transferring the policy rate of return, which will be determined based on real growth, to the real sector through participation banking. Islamic repo or commodity murabahah methods will only be an intermediar tools for this.

The use of the policy interest rate and the policy rate of return in the same system also brings with it a risk. This risk is that two different rates will be used in the instruments that will be applied to both traditional and participation banking, both called the interest rate and the rate of return. Since differences in rates can lead to unfair competition between participation banks and traditional banks, this risk can be reduced by bringing the policy interest rate to be determined closer to the policy rate of return, if possible. For this, the policy rate should be set in a narrow band to include the policy rate of return. If this cannot be done, and two different rates are applied to two different sectors, an imbalance in the operation of the monetary transmission mechanism may be caused. Because the asset size of the participation banking sector is expected to increase further in the coming years. To understand the extent to which this imbalance can reach, it is necessary to conduct the necessary analysis and econometric studies before proceeding to practice.

The article described how interest-free banks can influence the supply of funds (loans) when central banks manage the dual financial system. According to this approach, CBRT will apply the “policy interest rate” to the conventional financial system and the “policy rate of return” to the interest-free financial system, provided that it stays within the policy rate it will determine. The policy rate of return will be calculated by adding the real GDP growth rate to the expected inflation rate. CBRT will operate the policy rate of return and the mechanism of monetary transmission through the participation banks through the credit channel so that it can influence the profit rates of the funds used by the participation banks to its customers. In this way, the central bank will be able to contribute to price stability by preventing the deterioration of the monetary-commodity balance in the market. CBRT can also apply the policy rate of return through a product that provides fixed returns, such as the commodity murabahah method, as an alternative to the Islamic repo method

used in the current one. The commodity murabahah method was proposed in the article, taking into account the opinions of the fatwa committees, which are permissible provided that tawarruq is implemented in accordance with the individual tawarruq rules.

The objective of CBRT over conventional banking is primarily price stability and then financial stability and sustainable growth. In the dual financial system, the aim of participation banks should be to increase the real values in the market by supporting the real economy first. Increasing real values will prepare an environment for price stability, and thus production growth will occur within the economic system.

TÜRK KATILIM BANKACILIĞI SEKTÖRÜNDE PERFORMANS ANALİZİ: BÜTÜNLEŞİK CRITIC ve MABAC UYGULAMASI

Serkan ÇELİK^a

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru: 9 Temmuz 2020

Kabul: 9 Ocak 2021

JEL Sınıflandırma:

G21

L25

P47

Z12

Anahtar Kavramlar:

CRITIC Yöntemi,
MABAC Yöntemi,
Katılım Bankaları,
Banka Performansı,
Kârlılık

ÖZ

Günümüzde rekabetin hızla artması, firmalar açısından finansal performans değerlendirmesini oldukça önemli bir hale getirmiştir. Firmaların mevcudiyetlerini koruyabilmeleri ve büyüebilmeleri büyük ölçüde piyasadaki rekabet yeteneklerini geliştirmelerine ve koruyabilmelerine bağlıdır. Bu çalışmanın amacı 2019 yılı için Türk bankacılık sektöründe faaliyette bulunan katılım bankalarının finansal performansını ve performanslarına etki eden unsurları analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda, katılım bankalarının finansal performansının değerlendirilmesinde CRITIC (Criteria Importance Through Intercriteria Correlation) ve MABAC (Multi-Attributive Border Approximation Area Comparison) yöntemlerinden oluşan yeni bir hibrit çok kriterli karar modeli oluşturulmuştur. Analizin ilk aşamasında, kriterlerin öncelik ağırlıkları CRITIC yöntemi kullanılarak tanımlanırken, ikinci aşamada katılım bankaları MABAC yöntemi kullanılarak sıralanmaktadır. CRITIC ağırlıklandırma yönteminden elde edilen sonuçlara göre, katılım bankalarının performans değerlendirmesinde en önemli kriterler sırasıyla şube sayısı, personel sayısı ve finansal yapı kriterleridir. Analizin ikinci aşamasında uygulanan MABAC sıralama yönteminden elde edilen sonuçlar göstermektedir ki performans sıralamasında Ziraat Katılım Bankası ilk sırada bununla beraber Albaraka Türk ise son sırada yer almaktadır.

^a **Sorumlu Yazar:** Ar. Gör. Serkan ÇELİK, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, Katılım Bankacılığı PhD, E-posta: serkancelik@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1515-6759>

Kaynak göster: Çelik, S. (2020). Türk Katılım Bankacılığı Sektöründe Performans Analizi: Bütünleşik Critic ve Mabac Uygulaması, İslam Ekonomisi ve Finansı Dergisi, 6(2) 311-334

© IZU Uluslararası İslam Ekonomi ve Finansı Araştırma ve Uygulama Merkezi. Tüm Hakları Saklıdır.

**PERFORMANCE ANALYSIS IN TURKISH PARTICIPATION BANKING
SECTOR: INTEGRATED CRITIC AND MABAC APPLICATION***Serkan ÇELİK^b**Bolu Abant İzzet Baysal University, Turkey***ARTICLE INFO****Article history:**

Received: July 9, 2020

Accepted: January 9, 2021

JEL Classification:

G21

L25

P47

Z12

Keywords:CRITIC Method,
MABAC Method,
Participation Banks,
Bank Performance,
Profitability**ABSTRACT**

Rapid increase in competition has made financial performance evaluation very important for companies. The ability of firms to maintain and grow their existence now largely depends on ability to develop and maintain their competitive capabilities in the market. The purpose of this study is analyzing the financial performance and the factors which are affecting of participation banks operating in the Turkish banking sector for the year 2019. For this purpose, a new hybrid multi-criteria decision model, which consisted of CRITIC (Criteria Importance Through Intercriteria Correlation) and MABAC (Multi-Attributive Border Approximation Area Comparison) methods, has been created to evaluate the financial performance of participation banks. In the first stage of the analysis, the priority weights of the criteria are defined using the CRITIC method, while in the second stage, participation banks are ranked using the MABAC method. According to the results obtained from the CRITIC weighting method, the most important criterions in the performance evaluation of participation banks are in order of the number of branches, staff and financial structure. The results obtained from the MABAC ranking method applied in the second stage of the analysis show that Ziraat Participation Bank ranks first in the performance evaluation, while Albaraka Turk Participation Bank is in the last place.

^b **Corresponding Author:** Res. Assist. Serkan Çelik, Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Applied Sciences, Department of Banking and Finance, PhD in Participation Banking, E-mail: serkancelik@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1515-6759>

To cite this article Çelik, S. (2020). Performance Analysis in Turkish Participation Banking Sector: Integrated Critic and Mabac Application, Journal of Islamic Economics and Finance, 6(2) 311-334

© IZU International Research Center for Islamic Economics and Finance. All rights reserved.

GİRİŞ

Bankacılık sektörü Türkiye gibi sermaye piyasasında yeterli derinliğe sahip olmayan ülke ekonomileri açısından hayati önem taşımaktadır. Gelişmiş piyasalarda yatırımcılar fonlarını sermaye piyasasında değerlendirirken, firmalar da ihtiyaçları olan kaynakları bu piyasalar üzerinden temin edebilmektedirler. Türkiye gibi aracılık faaliyetinin neredeyse tamamının bankalar tarafından gerçekleştirildiği ülkelerde ise kaynak ihtiyaçları bankalar vasıtasıyla karşılanmaktadır.

Bankacılık sektörünün etkin ve verimli çalışması ortaklar açısından karlılık, çalışanlar açısından performans anlamına gelmekle birlikte, piyasa açısından da işlerlik demektir. Makro anlamda ise sürdürülebilir bir büyümenin sağlanabilmesi için bankaların doğru fonlama kararlarını alarak doğru projeleri canlandırması, ekonomiyi katma değer yaratma fonksiyonuna sahip bu yatırımlarla güçlendirmesi gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında bankacılık sektörü çarkların dönüşünü sağlamakla birlikte makroekonomik büyüme açısından da oldukça önemli bir konumdadır. (Belke ve Ünal, 2017).

Ülke ekonomi yönetimi ve merkez bankasının, para politikasının işlevselliğini sağlamak, ekonomik istikrarın sağlanması ve Türk lirasının değerinin korunması ile ilgili karar ve faaliyetlerinin bankacılık sektörü üzerinden işler hale getirildiği görülmektedir. Ayrıca bankaların, ihracatın teşvik ve desteği ile ilgili faaliyetler içerisinde de önemli yer teşkil etmesiyle birlikte sektörün, ülke ödemeler bilançosu açısından da önemli bir faktör olduğu görülmektedir.

Tablo 1’de de görülebileceği gibi 2019 sonu verilerine göre Türkiye Ekonomisi için oldukça önemli bir yer teşkil eden bankacılık sektörü içerisinde, tıpkı dünya bankacılık pazarında olduğu gibi, İslami usulle faaliyet gösteren ve faiz hassasiyeti olan müşterileri hedefleyen katılım bankalarının geçen zamanla birlikte sektör içerisindeki payını arttırdığı da görülmektedir. Ülkemizde “Katılım Bankası” etiketiyle faaliyet gösteren ve katılma hesabı esasına göre işlem yapan faizsiz bankaların sayısı Emlak Katılım Bankası’nın da eklenmesiyle 2020 yılı itibari ile 6’ya yükselmiştir ve Hazine ve Maliye Bakanlığı politikaları ve Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) işbirliği çerçevesinde 2025 yılına kadar katılım bankalarının bankacılık sektöründeki %6,54 olan payının %15 seviyesine çıkartılmasının hedeflendiği görülmektedir (World Bank, 2019).

Tablo 1. Türkiye’de Finansal Kuruluşların Aktif Büyüklükleri (2019 Sonu)

Türkiye’de Finansal Kuruluşların Aktif Büyüklükleri (2019 Sonu)	
Sektör	Pazar Payı (%)
Bankalar	81
Portföy Yönetim Şirketleri	5
Sigorta Şirketleri	4
İşsizlik Sigortası Fonu	4
Emeklilik Yatırım Fonları	2
Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları	1
Finansal Kiralama Şirketleri	1
Faktöring Şirketleri	1
Aracı Kurumlar	1

Kaynak: (TBB, 2019)

Bankacılığa dair literatür incelendiğinde gerçekleştirilmiş olan çalışmaların büyük bir ağırlığının geleneksel bankacılık üzerine yoğunlaştığının görüldüğü, bununla birlikte katılım bankalarının gün geçtikçe artan aktif büyüklükleri ve pazar payları nedeniyle yatırımcının ve araştırmacıların da dikkatini çekmeye başlamış olduğu görülmektedir.

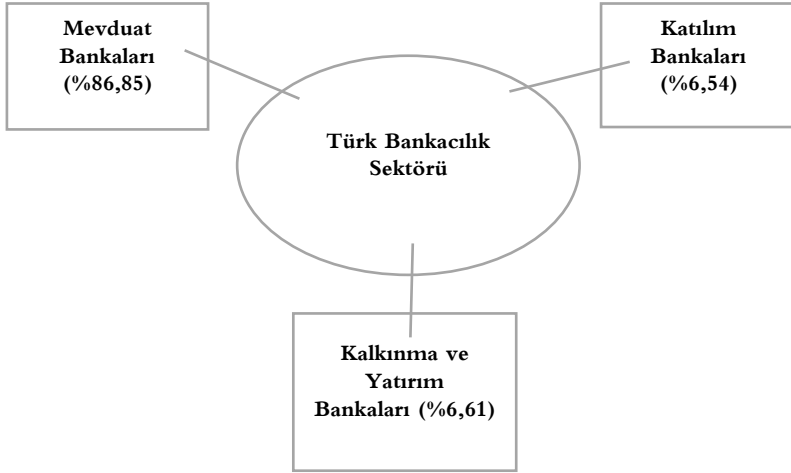
Bu çalışmada amaç 2019 yılı itibariyle seçilen kriterler açısından Türkiye’de faaliyet gösteren 6 katılım bankasının (Albaraka Türk Katılım Bankası, Emlak Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası, Türkiye Finans, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım) performansının analiz edilmesidir. Bu amaçla çalışmada katılım bankalarının performansının değerlendirilmesinde CRITIC ve MABAC yöntemlerini bütünleştiren çok kriterli bir karar modeli kullanılmıştır. Bu çalışmanın gerek kullanılan veri seti ve gerekse de kullanılan hibrit model açısından banka performansının ölçülmesi ile ilgili mevcut literatüre katkıda bulunması beklenmektedir. Çalışma, katılım bankacılığının ülkemizdeki durumu, literatür özeti, metodoloji, önerilen hibrit modelin uygulanması ile sonuç ve öneriler bölümlerinden oluşmaktadır.

KATILIM BANKACILIĞININ ÜLKEMİZDEKİ DURUMU

Türk bankacılık sektöründe %86,85 pazar payı ile sektörün tamamına yakın paya sahip olan mevduat bankacılığı hakim durumdadır. Ülkemizde 1983 yılı itibari ile “Özel Finans Kurumları” adıyla faaliyet göstermeye başlayan ve 1999 yılında BDDK kuruluş faaliyetleri kapsamında bu döneme kadar yaşanan problemlerin de etkisi ile “Bankacılık Kanunu” kapsamına alınmış olan katılım bankalarının, 2005 yılı itibari ile “5411 Sayılı Bankacılık Kanunu” dahilinde,

öncesinde özel finans kurumu olan statüleri değiştirilerek “Katılım Bankası” adıyla faaliyetlerine devam etmelerine karar verilmiş ve Katılım Bankacılığı kavramı oluşmuştur. Aynı dönemde Türkiye Katılım Bankaları Birliği de (TKBB) faaliyetlerine başlamıştır. 2005 yılı itibari ile 9.945 (milyon) TL aktif büyüklüğe sahip olan katılım bankacılığı sektörünün, Şekil 1’de de görülebileceği üzere 2020 yılı itibari ile 318.791 (milyon) TL aktif büyüklüğe ulaşarak bankacılık sektörünün %6,54’ünü kapsar hale geldiği, buna karşın sektörün %86,85’ini kapsayan mevduat bankaları karşısındaki payının halen küçük olduğu görülmektedir (TKBB, 2020).

Şekil 1. Türk Bankacılık Sektörü (2020)



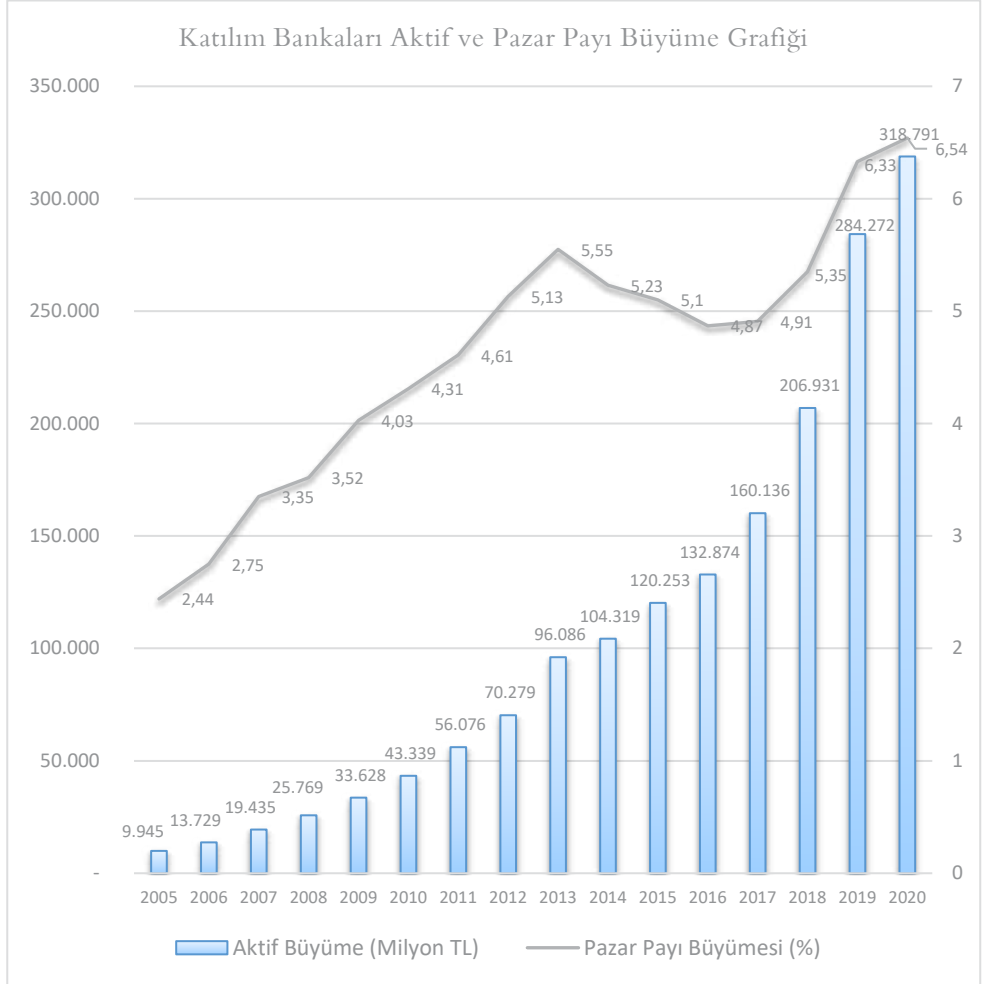
Kaynak: (TKBB,2020)

Türk bankacılık sektörü içerisinde 2019 yılında faaliyetine başlayan Emlak Katılım Bankası ile birlikte faaliyet gösteren katılım bankası sayısı 6’ya yükselmiştir. (Kuveyt Türk, Albaraka Türk, Türkiye Finans, Ziraat Katılım, Vakıf Katılım) (World Bank, 2019).

2005 yılı itibari ile yıllık fon kullandırma oranı %4,63 ile 7.407 (milyon) TL olan katılım bankacılığı sektörünün 2020 yılı itibari ile fon kullandırma değeri 168.574 (milyon) TL’ye yükselerek yaklaşık 23 kat artmıştır. Bununla birlikte bu değer bankacılık sektörünün total fon kullandırma değeri içerisinde %6,03’te kaldığı görülmektedir. Bu değer sektör açısından negatif bir görüntü olmakla birlikte sürekli olarak büyüyen bankacılık sektörünün içerisinde geleceğe dönük önemli bir potansiyelin de göstergesi olarak görülebilir. 2020 yılı itibari ile 1.188 kurulu şubesi ve 16.185 personeli bulunan katılım bankalarının, takibe düşmüş fon kullandırım miktarının kullandıkları toplam

fonlar içerisindeki oranının da %4,4 olduğu görülmektedir.

Grafik 1. Katılım Bankacılığı Aktif ve Pazar Payı Büyümesi



Kaynak: (TKBB, 2020)

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Son yıllarda bankacılık sektöründe faaliyette bulunan bankaların performansının “Çok Kriterli Karar Verme” (ÇKKV) teknikleri ile değerlendirilmesi birçok çalışmaya konu olmuştur. Bu çalışmalardan bazılarında ilişkin özet bilgiler aşağıda Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Literatür Özeti

Yazar/Yıl	Veri seti	Dönem	Yöntem	Bulgular
Chen vd. (2005)	Çin’de faaliyet gösteren 43 banka	1993-2000	DEA	Çalışmada hem küçük hem de büyük ölçekli bankaların etkinlik düzeyinin orta ölçekli bankalarınkinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
Sufian (2007)	Malezya bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 17 banka	2001-2005	DEA	Çalışmada teknik etkinlik bakımından yerli bankalarla karşılaştırıldığında yabancı sermayeli bankaların daha başarılı oldukları rapor edilmiştir.
Ertuğrul ve Karakaşoğlu (2011)	Bir ticari bankanın 18 şubesi	2007	VIKOR	Çalışmanın sonuçlarına göre 5 şubenin performansında istikrar tespit edilmiştir.
Altan ve Candoğan (2014)	4 katılım bankası	2012	Oran analizi ve GRA	Yapılan analiz neticesinde iki yöntemden elde edilen bulguların birbirinden farklı olduğu gözlemlenmiştir.
Mandic vd. (2014)	Sırp bankacılık sektöründe faaliyette bulunan 35 banka	2005-2010	Bulanık AHP ve TOPSIS	Analiz döneminde bankaların göstermiş oldukları performans istikrarlıdır.
Doğan (2015)	4 katılım bankası	2012-2014	GRA	Performans sıralaması Albaraka Türk, Türkiye Finans, Kuveyt Türk ve Bank Asya şeklindedir.

Esmer ve Bağcı (2016)	4 Katılım Bankası	2005-2014	TOPSIS	Analiz dönemi genelinde Bank Asya en başarılı katılım bankasıdır.
Stewart vd. (2016)	Vietnam'da faaliyette bulunan 48 banka	1999-2009	DEA	Çalışmada ulaşılan sonuçlara göre büyük ölçekte faaliyet gösteren bankalar küçük ve orta ölçekte faaliyet gösteren bankalara kıyasla daha etkindir.
Wanke vd. (2016)	Güney Doğu Asya'da faaliyet gösteren 88 banka	2010-2013	Bulanık AHS, TOPSIS ve Yapay Sınır Ağı	Çalışmada seçilen bankaların etkinliklerinin son derece düşük olduğu rapor edilmiştir.
Ayrıçay vd. (2017)	5 katılım bankası	2016	AHP ve GRA	Bulgular göstermektedir ki finansal performans açısından en başarılı banka Vakıf Katılım iken en başarısız banka Albaraka Türk olmuştur.
Dikici (2018)	21 ticari ve 5 katılım bankası	2012-2016	VIKOR ve TOPSIS	Çalışmada her iki yöntemle göre de ticari bankaların performansının katılım bankalarınınkinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.
Gündoğdu (2018)	5 katılım bankası	2010-2017	GRA	Çalışmanın bulguları katılım bankacılığı sektöründe faaliyette bulunan yabancı sermayeli bankaların kamu sermayeli bankalara kıyasla daha başarılı olduklarını göstermektedir.

Işık (2018)	BİST'te işlem gören 10 mevduat bankası	2012-2017	DEA	Analize konu olan bütün yıllarda sadece iki banka tam etkinliğe ulaşabilmiştir.
Ural vd. (2018)	Kamu sermayeli 3 banka	2012-2016	Entropi ve WASPAS	Analiz döneminin ilk iki yılında Vakıfbank buna karşın son üç yılında ise Ziraat Bankası en başarılı bankalar olarak tespit edilmiştir.
Gezen (2019)	3 Katılım Bankası	2010-2017	Entropi ve WASPAS	Yıllara göre yapılan finansal performans değerlendirmesinde çoğunlukla Türkiye Finans Katılım Bankası ilk sırada yer almıştır.
Günay ve Günay (2019)	15 ticari banka	2012-2016	DEA, ELECTRE ve TOPSIS	Banka performans sıralaması yıldan yıla değişiklik göstermektedir.
Küçükbay ve Gözkonan (2019)	10 mevduat ve 3 katılım bankası	2008-2017	TOPSIS ve GRA	Her iki yöntemle göre de performans değerlendirmesinde katılım bankaları genelde alt sıralarda mevduat bankaları ise üst sıralarda yer almaktadırlar.
Ünal (2019)	Özel sermayeli 4 ticari banka	2014-2018	SD ve WASPAS	Analizin kapsadığı dönemde finansal açıdan en başarılı bankanın Akbank olduğu rapor edilmiştir.
Işık ve Ersoy (2020)	8 adet özel sermayeli ticaret bankası	2015-2018	CRITIC ve EDAS	Akbank'ın diğer bankalara kıyasla tüm yıllarda en yüksek performans gösteren banka olduğu sonucuna varılmıştır.

Karakaya (2020)	5 katılım bankası	2018	Bulanık AHP ve TOPSIS	Analiz bulguları katılım bankacılığı sektöründe finansal açıdan performansı en yüksek bankanın Kuveyt Türk olduğunu ortaya koymaktadır.
Tetik ve Şahin (2020)	7 katılım bankası	2011-2019	TOPSIS	Analiz döneminin ilk 7 yılında yabancı sermayeli katılım bankalarının son 2 yılında ise kamu sermayeli katılım bankalarının daha başarılı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

METODOLOJİ

Bu çalışmanın uygulama aşamasında, katılım bankalarının finansal performansını değerlendirmek amacıyla, CRITIC ve MABAC yöntemlerinden oluşan hibrit bir model kullanılmıştır. CRITIC yöntemiyle kriterlerin ağırlık değerleri belirlenirken, MABAC yöntemi alternatifleri sıralamak için kullanılmıştır. Bu bölümde bu iki “Çok Kriterli Karar Verme” (ÇKKV) yöntemi açıklanacaktır.

CRITIC Yöntemi

Diakoulaki vd. (1995) tarafından ÇKKV problemlerinde objektif ağırlıkların belirlenmesi amacıyla önerilen CRITIC yöntemi, performans kriterleri içinde yer alan tüm bilginin ortaya çıkarılması için değerlendirme matrisinin analitik olarak incelenmesine, diğer bir ifadeyle, hem her bir kriterle ait standart sapmanın hem de kriterler arası korelasyonun hesaplanmasına dayanmaktadır (Diakoulaki vd., 1995; Yalçın ve Ünlü, 2018; Aydın, 2019; Işık, 2019; Işık ve Ersoy, 2020). Bu yöntemin uygulama adımları aşağıdaki gibidir:

Adım 1. Karar problemine ilişkin alternatifleri ve kriterleri içeren karar matrisi R oluşturulur.

$$R = [r_{ij}]_{m \times n} = \begin{bmatrix} r_{11} & r_{12} & \dots & r_{1n} \\ r_{21} & r_{22} & \dots & r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ r_{m1} & r_{m2} & \dots & r_{mn} \end{bmatrix} \quad i = 1, 2, \dots, m; \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (1)$$

Yukarıdaki denklemde r_{ij} i . alternatifin j . kriterde gösterdiği performansı ifade etmektedir.

Adım 2. Tüm kriterlerin ortak birimlere dönüştürülmesi amacıyla başlangıç karar matrisi X normalleştirilir. Normalizasyon sürecinde ilgili kriter fayda temelli ise Formül (2), maliyet temelli ise Formül (3) kullanılır.

$$x_{ij} = \frac{r_{ij} - r_i^-}{r_i^+ - r_i^-} \quad i = 1, \dots, m \text{ ve } j = 1, \dots, n \quad (2)$$

$$x_{ij} = \frac{r_{ij} - r_i^+}{r_i^- - r_i^+} \quad i = 1, \dots, m \text{ ve } j = 1, \dots, n \quad (3)$$

Yukarıdaki denklemlerde x_{ij} i . alternatifin j . kriter açısından normalize performans değerini ifade ederken, $r_i^+ = \max(r_{i1}, \dots, r_{in})$ ve $r_i^- = \min(r_{i1}, \dots, r_{in})$ şeklinde ifade edilir.

Adım 3. Karar matrisinin normalize edilmesinden sonra simetrik doğrusal korelasyon matrisinin hesaplanması için kriter çiftleri arasındaki korelasyon Formül (4) yardımıyla bulunur.

$$p_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (x_{ij} - \bar{x}_j)(x_{ik} - \bar{x}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (x_{ij} - \bar{x}_j)^2 \sum_{i=1}^m (x_{ik} - \bar{x}_k)^2}} \quad j, k = 1, \dots, n \quad (4)$$

Adım 4. Kriterlerin içerdiği bilgi miktarını temsil eden c_j değerleri hesaplamak için Formül (5)'ten faydalanılır.

$$c_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - p_{jk}) \quad j = 1, \dots, n \quad (5)$$

Burada σ_j j . kriterin standart sapması iken p_{jk} ise kriter çiftleri arasındaki korelasyondur.

Adım 5. Bu yöntemin son aşamasında kriterlere ilişkin önem ağırlıkları Formül (6) kullanılarak hesaplanır.

$$w_j = \frac{c_j}{\sum_{j=1}^n c_j} \quad j = 1, \dots, n \quad (6)$$

MABAC Yöntemi

Pamučar ve Čirović (2015) tarafından geliştirilen MABAC (The Multi-Attributive Border Approximation Area Comparison) yöntemi, her bir alternatifin kriter fonksiyonunun sınır yaklaşma alanından uzaklığının belirlenmesine dayanır. Bu yöntem aşağıdaki adımlardan oluşmaktadır (Demir ve Kartal, 2020):

Adım 1. m adet alternatif ve n adet kriterden oluşan karar matrisi

$$R = [r_{ij}]_{m \times n} \text{ oluşturulur. İlk adım Formül (1)'de gösterilmiştir.}$$

Adım 2. Karar matrisi R aşağıdaki formüller kullanılarak normalize edilir. Bu adımda sırasıyla Formül (7) ve (8) fayda ve maliyet kriterlerini normalleştirmek için kullanılır.

$$r_{ij}^* = \frac{r_{ij} - \min(r_{ij})}{\max(r_{ij}) - \min(r_{ij})}; i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n \quad (7)$$

$$r_{ij}^* = \frac{r_{ij} - \max(r_{ij})}{\min(r_{ij}) - \max(r_{ij})}; i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n \quad (8)$$

Yukarıdaki formüllerde r_{ij}^* , r_{ij} 'nin normalize edimiş değeridir.

Adım 3. Karar matrisinin normalleştirilmiş değerleri ve performans kriterlerinin önem ağırlıkları dikkate alınarak her bir performans kriterinin ağırlıklı normalleştirilmiş değerleri Formül (9) vasıtası ile hesaplanır.

$$\hat{a}_{ij} = w_j + (w_j \times r_{ij}^*); i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n \quad (9)$$

Formülde, w_j performans kriterlerinin normalleştirilmiş ağırlıklı değerlerini temsil etmektedir.

Adım 4. Formül (10) yardımıyla $n \times 1$ boyutundaki sınır yakınlık alanı matrisi elde edilir.

$$g_j = (\prod_{i=1}^m \hat{a}_{ij})^{1/m}; j = 1, 2, \dots, n \quad (10)$$

Yukarıdaki formülde m değerlendirilen alternatiflerin toplamını ifade etmektedir.

Adım 5. Alternatiflerin sınır yakınlık alanına olan uzaklıkları Formül (11) ile hesaplanır.

$$q_{ij} = \hat{a}_{ij} - g_j; i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n \quad (11)$$

Adım 6. Son adımda ise her bir alternatif için sınır yakınlık alanına olan toplam uzaklık değerleri S_i Formül (12) kullanılarak hesaplanır. S_i değeri en yüksek alternatifin belirlenen performans kriterleri açısından en iyi alternatif olduğuna karar verilir.

$$S_i = \sum_{j=1}^n q_{ij}; i = 1, 2, \dots, m \quad (12)$$

KATILIM BANKALARININ PERFORMANSININ DEĞERLENDİRİLMESİ İÇİN ÖNERİLEN HİBRİT MODELİN UYGULANMASI

Çalışmada Kullanılan Veriler

Bu çalışmada amaç 2019 yılı itibariyle seçilen kriterler açısından Türkiye'de faaliyet gösteren 6 katılım bankasının (Albaraka Türk Katılım Bankası, Emlak Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası, Türkiye Finans, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım) performansının analiz edilmesidir. Çalışmada kullanılan veriler Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) web sayfasından temin edilmiştir. Tablo 3'te katılım bankalarına ilişkin seçilen performans kriterleri ve bu kriterlerin karar vericiler açısından fayda ya da maliyet durumları yer almaktadır.

Tablo 3. Performans Kriterleri

Performans Kriterleri	Kodlar	Optimizasyon Yönü
Toplam Aktifler (TL)	K1	Maksimum (Fayda)
Toplam Krediler (TL)	K2	Maksimum (Fayda)
Toplam Toplanan Fonlar (TL)	K3	Maksimum (Fayda)
Özsermaye/Toplam Aktifler (%)	K4	Maksimum (Fayda)
Duran Aktifler/Toplam Aktifler (%)	K5	Minimum (Maliyet)
Likit Aktifler/Kısa Vadeli Yükümlülükler (%)	K6	Maksimum (Fayda)
Net Dönem Karı (Zararı)/Toplam Aktifler (%)	K7	Maksimum (Fayda)
Personel Gideri/Diğer Faaliyet Gideri (%)	K8	Minimum (Maliyet)
Şube Sayısı (Adet)	K9	Minimum (Maliyet)
Çalışan Sayısı (Adet)	K10	Minimum (Maliyet)

CRITIC Uygulaması

Katılım bankalarının performans analizi için seçilen kriterlerin önem ağırlıklarının belirlenmesi için oluşturulan karar matrisi Tablo 4’te gösterilmektedir.

Tablo 4. Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
	Mak	Mak	Mak	Mak	Min	Mak	Mak	Min	Min	Min
Albaraka Türk	51392368	30880921	39769408	0,07	0,03	0,41	0,02	1,5	230	3791
Kuveyt Türk	104439345	57925969	85494387	0,07	0,01	0,5	0,16	1,13	431	5955
Emlak Katılım	9282271	1097529	5952676	0,13	0,01	0,29	0,04	1,6	11	381
Türkiye Finans	52427410	33272689	39974514	0,09	0,03	0,41	0,08	0,9	310	3461
Vakıf Katılım	30348784	18770501	22953215	0,06	0,01	0,41	0,17	1,02	104	1322
Ziraat Katılım	36392174	29565030	25457245	0,09	0,01	0,25	0,16	0,76	93	1129

Tablo 4’te gösterilen başlangıç karar matrisi Formül (2) ve (3) yardımıyla normalize edilmiş ve ulaşılan sonuçlar Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Normalize Edilmiş Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
	mak	mak	mak	mak	MİN	mak	mak	MİN	MİN	MİN
Albaraka Türk	0,443	0,524	0,425	0,143	0,000	0,640	0,000	0,119	0,479	0,388
Kuveyt Türk	1,000	1,000	1,000	0,143	1,000	1,000	0,933	0,560	0,000	0,000
Emlak Katılım	0,000	0,000	0,000	1,000	1,000	0,160	0,133	0,000	1,000	1,000
Türkiye Finans	0,453	0,566	0,428	0,429	0,000	0,640	0,400	0,833	0,288	0,447
Vakıf Katılım	0,221	0,311	0,214	0,000	1,000	0,640	1,000	0,690	0,779	0,831
Ziraat Katılım	0,285	0,501	0,245	0,429	1,000	0,000	0,933	1,000	0,805	0,866

Formül (4) yardımıyla performans kriterleri için simetrik doğrusal korelasyon matrisi oluşturulmuş ve elde edilen sonuçlar Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Kriterler Arası Korelasyon Katsayıları

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
K1	1,000	0,971	0,999	-0,554	-0,109	0,778	0,320	0,217	-0,949	-0,957
K2	0,971	1,000	0,960	-0,614	-0,145	0,676	0,401	0,399	-0,917	-0,904
K3	0,999	0,960	1,000	-0,547	-0,094	0,794	0,313	0,186	-0,946	-0,958
K4	-0,554	-0,614	-0,547	1,000	0,154	-0,656	-0,471	-0,366	0,509	0,527
K5	-0,109	-0,145	-0,094	0,154	1,000	-0,267	0,637	0,112	0,363	0,351
K6	0,778	0,676	0,794	-0,656	-0,267	1,000	0,129	-0,045	-0,834	-0,848
K7	0,320	0,401	0,313	-0,471	0,637	0,129	1,000	0,751	-0,144	-0,060
K8	0,217	0,399	0,186	-0,366	0,112	-0,045	0,751	1,000	-0,201	-0,036
K9	-0,949	-0,917	-0,946	0,509	0,363	-0,834	-0,144	-0,201	1,000	0,976
K10	-0,957	-0,904	-0,958	0,527	0,351	-0,848	-0,060	-0,036	0,976	1,000

Formül (5) ve (6) kullanılarak kriterlerin içerdiği bilgi miktarı C_j ve önem ağırlıkları w_j hesaplanmıştır. Bu hesaplamalar neticesinde ulaşılan sonuçlar Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. C_j ve Kriter Ağırlıkları

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
C_j	2,796	2,683	2,822	3,951	4,130	3,403	3,175	3,172	4,156	4,114
w_j	0,081	0,078	0,082	0,115	0,120	0,099	0,092	0,092	0,121	0,120

Tablo 7’de görüldüğü üzere, belirlenen performans kriterleri içerisinde önem düzeyi en yüksek kriter 0,121 ağırlık katsayısı ile Şube Sayısı (K9) olarak

belirlenmiştir.

MABAC Uygulaması

Önerilen hibrit modelin ikinci aşamasında katılım bankalarının performansının değerlendirilmesi ve buna göre başarı sırasının belirlenmesi için Tablo 8’de gösterilen karar matrisi sırasıyla Formül (7) ve (8) kullanılarak normalize edilmiştir.

Tablo 8. Normalleştirilmiş Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
Albaraka Türk	0,443	0,524	0,425	0,143	0,000	0,640	0,000	0,119	0,479	0,388
Kuveyt Türk	1,000	1,000	1,000	0,143	1,000	1,000	0,933	0,560	0,000	0,000
Emlak Katılım	0,000	0,000	0,000	1,000	1,000	0,160	0,133	0,000	1,000	1,000
Türkiye Finans	0,453	0,566	0,428	0,429	0,000	0,640	0,400	0,833	0,288	0,447
Vakıf Katılım	0,221	0,311	0,214	0,000	1,000	0,640	1,000	0,690	0,779	0,831
Ziraat Katılım	0,285	0,501	0,245	0,429	1,000	0,000	0,933	1,000	0,805	0,866

Performans kriterlerinin ağırlıklı normalleştirilmiş değerleri Formül (9) vasıtası ile elde edilmiş ve değerler Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9. Ağırlıklı Normalleştirilmiş Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
Albaraka Türk	0,117	0,119	0,117	0,131	0,120	0,162	0,092	0,103	0,179	0,166
Kuveyt Türk	0,163	0,156	0,164	0,131	0,240	0,198	0,178	0,144	0,121	0,120
Emlak Katılım	0,081	0,078	0,082	0,230	0,240	0,115	0,105	0,092	0,242	0,239
Türkiye Finans	0,118	0,122	0,117	0,164	0,120	0,162	0,129	0,169	0,156	0,173
Vakıf Katılım	0,099	0,102	0,100	0,115	0,240	0,162	0,185	0,156	0,215	0,219
Ziraat Katılım	0,104	0,117	0,102	0,164	0,240	0,099	0,178	0,184	0,218	0,223

Formül (10) ile $n \times 1$ boyutundaki sınır yakınlık alanı matrisi oluşturulur. Bu matris Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Sınır Yakınlık Alanı Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
g_j	0,111	0,113	0,111	0,152	0,191	0,146	0,139	0,137	0,183	0,185

Formül (11) yardımıyla alternatiflerin sınır yakınlık alanından uzaklıkları matrisi elde edilir. Bu matris Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11. Alternatiflerin Sınır Yakınlık Alanından Uzaklıkları Matrisi

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
Albaraka Türk	0,006	0,006	0,006	-0,021	-0,071	0,016	-0,047	-0,034	-0,005	-0,019
Kuveyt Türk	0,051	0,043	0,053	-0,021	0,050	0,052	0,039	0,007	-0,063	-0,065
Emlak Katılım	-0,030	-0,035	-0,029	0,078	0,050	-0,031	-0,035	-0,045	0,058	0,054
Türkiye Finans	0,007	0,009	0,006	0,012	-0,071	0,016	-0,010	0,032	-0,028	-0,012
Vakıf Katılım	-0,012	-0,011	-0,011	-0,037	0,050	0,016	0,045	0,019	0,031	0,034
Ziraat Katılım	-0,007	0,004	-0,009	0,012	0,050	-0,047	0,039	0,047	0,035	0,038

MABAC yönteminin son adımında her bir alternatif açısından sınır yakınlık alanına olan toplam uzaklık değerleri Formül (12) ile elde edilmiştir. Tablo 11 bu değerleri göstermektedir. Tablo 11’de görüldüğü gibi katılım bankalarının 2019 yılı performans sıralaması şu şekildedir; **Ziraat Katılım, Kuveyt Türk, Vakıf Katılım, Emlak Katılım, Türkiye Finans ve Albaraka Türk.**

Tablo 12. Önerilen Modelin Sonuçları

	S_i Değeri	Sıralama
Albaraka Türk	-0,162	6
Kuveyt Türk	0,146	2
Emlak Katılım	0,035	4
Türkiye Finans	-0,038	5
Vakıf Katılım	0,124	3
Ziraat Katılım	0,162	1

SONUÇ

Tüm gelişmekte olan ekonomilerde olduğu gibi bankacılık sektörünün faaliyetlerinin önemi her geçen gün artmaktadır. Türk finansal sisteminin en önemli parçası konumunda olan bankacılık sektöründe geleneksel bankaların faaliyetleri baskın olmasına rağmen katılım bankalarının da faaliyetleri artarak devam etmektedir.

Bu çalışmada 2019 yılı itibarıyla Türk bankacılık sektöründe faaliyette bulunan katılım bankalarının performansının ÇKKV teknikleri ile değerlendirilmesi ve sıralanması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda analiz de katılım bankalarına ait 10 adet performans kriteri (toplam aktifler, toplam krediler, toplam toplanan fonlar, özsermaye/toplam aktifler, duran aktifler/toplam aktifler, likit aktifler/kısa vadeli yükümlülükler, net dönem karı (zararı)/toplam aktifler, personel gideri/diğer faaliyet gideri, şube sayısı ve personel sayısı) kullanılmıştır. Bunun yanı sıra analizin ilk aşamasında, seçilen

kriterlerin öncelik ağırlıkları CRITIC yöntemi kullanılarak hesaplanırken, ikinci aşamada ise katılım bankalarının performans puanlaması MABAC yöntemi kullanılarak sıralanmıştır.

Objektif ağırlıklandırma yöntemlerinden biri olan CRITIC yöntemi uygulaması sonucunda belirlenen performans kriterleri içerisinde önem düzeyi en yüksek kriter 0,121 kat sayısı ile şube sayısı olarak belirlenmiştir. Bu değeri 0,120 ile personel sayısı ve 0,115 işletmenin finansal yapısı (özsermaye/toplam aktifler) takip etmektedir. Özellikle şube ve personel sayıları ile ilgili bulguların Steward vd. (2016), Dikici (2018), Küçükbay ve Gözkonan (2019), Karakaya (2020)'nın bulguları ile örtüştüğü görülmektedir. Şube sayısı değişkeninin bankaların daha fazla müşteriye ulaşması ve daha yaygın şekilde faaliyet göstererek mevduat tutarını artırması anlamında sektörde önemli bir değişken olduğu görülmektedir. Ayrıca artan şube sayısı paralelinde artan personel sayısı ve dolayısıyla personel giderlerinin de banka maliyetlerini artırarak performansı doğrudan etkilediği görülmektedir. MABAC yönteminin uygulaması sonucunda ise 2019 yılı itibarıyla Ziraat Katılım Bankası performansı en yüksek banka olarak belirlenmiştir. Ayrıca bu bankayı performans sıralamasında sırasıyla Kuveyt Türk, Vakıf Katılım, Türkiye Emlak, Türkiye Finans ve Albaraka Türk bankaları takip etmiştir. CRITIC yönteminde ulaşılan bulguların da desteklediği gibi en büyük ölçekli ve en yaygın şube ağına sahip kamu ve özel sermayeli katılım bankaları ilk iki sırayı paylaşmaktadır. Performans değerlendirmesi sonuçlarına göre kamu sermayeli katılım bankalarının yabancı sermayeli bankalardan daha iyi performans gösterdikleri ifade edilebilir. Ayrıca Türkiye'nin en genç katılım bankası olan Türkiye Emlak Katılım'ın da performansı dikkat çekicidir. Katılım bankacılığı sektöründe henüz yeni bir banka olmasına rağmen Türkiye Emlak Katılım, Albaraka Türk ve Türkiye Finans gibi iki önemli yabancı sermayeli katılım bankasını geride bırakarak performans sıralamasında 4. sırada yer almıştır. Bu da faizsiz bankacılık hizmet uygulamaları konusunda ilgili banka yönetimi tarafından uygulanan politika ve stratejilerin ne kadar yerinde olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle performans analizinde katılım bankalarına ilişkin sadece 2019 yılı verilerinin kullanılması çalışmanın ilk kısıttır. İkinci olarak çalışmaya mevduat bankalarının dahil edilmemesi de önemli bir kısıttır. Çünkü geleneksel mevduat bankalarının da yer aldığı bir sektörde katılım bankalarının sektör içindeki durumunun tam olarak belirlenebilmesi açısından bu durum önemlidir. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalarda finansal performans ölçütlerinin yanı sıra finansal olmayan performans ölçütlerinin de analize dahil edilmesi konuya derinlik kazandırabilir. Bununla beraber katılım bankalarına yönelik karar probleminin çözüm süreci bulanık ortamda da modellenilebilir.

KAYNAKÇA

- Altan, M. & Candoğan, M. A. (2014). Bankaların Finansal Performanslarının Değerlendirilmesinde Geleneksel ve Gri İlişki Analizi: Katılım Bankalarında Karşılaştırmalı Bir Uygulama. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(1), 374-396.
- Aydın, Y. (2019). Türkiye'de hayat\emeklilik sigorta sektörünün finansal performans analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 107-118.
- Ayrıçay, Y., Özçalıcı, M., & Bolat, İ. (2017). Katılım Bankalarının Performanslarının AHP ve GIA Tekniklerinden Oluşan Bütünleşik Bir Sistem ile Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 4(2), 54-69.
- Belke, M., & Unal, E. A. (2017). Determinants of bank profitability: Evidence from listed and non-listed banks in Turkey. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 4(4), 404-416.
- Chen, X., Skully, M. and Brown, K (2005). Banking efficiency in China: An application of dea to pre - and post deregulation era: 1993-2000, *China Economic Review*, 16, 229-245.
- Demir, G. & Kartal, M. (2020). Güncel Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri, Ankara: Akademisyen Kitabevi
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The critic method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770.
- Dikici, Y. (2018). Katılım Bankaları İle Mevduat Bankalarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Karşılaştırılması. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 117-125.
- Doğan, M. (2015). Türkiye'de Katılım Bankalarının Finansal Performanslarının Karşılaştırılması. *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 2(4), 638-650.
- Ertuğrul, İ. & Karakaşoğlu, N. (2011). Banka Şube Performanslarının Vıkor Yöntemi İle Değerlendirilmesi, *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 20(1), 19-28.
- Esmer, Y., & Bağcı, H. (2016). Katılım Bankalarında Finansal Performans Analizi: Türkiye Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 17-30.
- Gezen, A. (2019). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Katılım Bankalarının Entropi ve WASPAS Yöntemleri ile Performans Analizi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 84, 213-232.
- Günay, A., & Günay, B. (2019). Türkiye'deki Mevduat Bankalarının Etkinlik Ölçümü ve Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62), 1316-1325.

- Gündoğdu, A. (2018). Türkiye’de Katılım Bankalarının Finansal Performansının Gri İlişki Analizi ile Ölçülmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17. *UIK Özel Sayısı*, 201-214.
- Işık, Ö & Ersoy, E. (2020). Özel Sermayeli Mevduat Bankalarında Faiz Gelir ve Giderlerine Dayalı Performans Analizi: CRITIC ve EDAS Yöntemleri İle Bir Uygulama. Karaca, S.S. ve Demireli E. (Yay. haz.), *Finans Teorisine Uygulamalı Katkıları -2 içinde* (s. 69-89). Ankara: Ekin Yayınevi.
- Işık, Ö. (2018), Türk Bankacılık Sektöründe Etkinlik: Pay Senetleri Borsa İstanbul’da İşlem Gören Ticari Bankalardan Kamıtlar, *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 75-100.
- Işık, Ö. (2019). Türkiye’de hayat dışı sigorta sektörünün finansal performansının CRITIC tabanlı TOPSIS ve MULTIMOORA yöntemiyle değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 542-562.
- Karakaya, A. (2020) Bulanık Karar Verme Yaklaşımıyla Katılım Bankaları Finansal Performansı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, Özel Sayı, 99-122.
- Küçükbay, F., & Gözkonan, Ü. H. (2019). Katılım Bankaları İle Geleneksel Bankaların ÇKKV Yöntemleri İle Performansının Değerlendirilmesi: Topsis ve Gri İlişkisel Analiz Yöntemleri İle Karşılaştırmalı Analiz. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, (25), 71-94.
- Mandic, K., Delibasic, B., Knezevic, S., & Benkovic, S. (2014). Analysis of the financial parameters of Serbian banks through the application of the fuzzy AHP and TOPSIS methods. *Economic Modelling*, 43, 30-37.
- Pamuçar, D., & Ćirović, G. (2015). The selection of transport and handling resources in logistics centers using Multi-Attributive Border Approximation area Comparison (MABAC). *Expert systems with applications*, 42(6), 3016-3028.
- Stewart, C., Matousek, R., & Nguyen, T. N. (2016). Efficiency in the Vietnamese banking system: A DEA double bootstrap approach. *Research in International Business and Finance*, 36, 96-111.
- Sufian, F. (2007). The efficiency of Islamic banking industry: a non-parametric analysis with non-discretionary input variable. *Islamic Economic Studies*, 14(1-2), 53-78.
- Tetik, N. ve Şahin, A. (2020), Katılım Bankalarının Finansal Performans Analizi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(2), 293-314.
- Ünal, E. A. (2019). Özel Sermayeli Ticari Bankalarının Finansal Performansının SD ve WASPAS Yöntemleri İle Ölçülmesi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 384-400.
- Ural, M., Demireli, E., & Özçalık, S. G. (2018). Kamu Bankalarında Performans Analizi: Entropi ve WASPAS Yöntemleri ile Bir Uygulama, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 129-141.
- Wanke, P., Kalam Azad, M. A., Barros, C. P., & Hadi-Vencheh, A. (2016). Predicting

performance in ASEAN banks: an integrated fuzzy MCDM–neural network approach. *Expert Systems*, 33(3), 213–229.

Yalçın, N., & Ünlü, U. (2018). A multi-criteria performance analysis of Initial Public Offering (IPO) firms using CRITIC and VIKOR methods. *Technological and Economic development of Economy*, 24(2), 534–560.

TBB, (2020), Bankamız Kitabı – 2019, <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59> Erişim Tarihi:20 Aralık 2020

TKBB, (2020), <https://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Turk-Finans-Sisteminde-Katilim-Bankaciligi-Mart-2020.pdf> Erişim Tarihi:18 Haziran 2020

World Bank Group, (2019), Islamic Finance Bulletin, https://www.tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/World%20Bank%20Islamic%20Finance%20Bulletin%20Issue%2044_February%202019.pdf Erişim Tarihi:18 Haziran 2020

EXTENDED ABSTRACT

Effective and efficient operation of the banking sector means profitability for the partners and performance for the employees, and it means operability for the market. In macroeconomic terms, for ensuring sustainable growth, the banks should stimulate the right projects by taking the right decisions of funding and strengthen the economy with these investments having a function of creating added value. From this point of view, the banking sector ensures the operation of the mechanism and it is quite important in terms of macroeconomic growth (Belke ve Ünal, 2017).

Having an 86.85% market share in the Turkish banking sector, deposit banking has almost the whole share of the sector and dominant. Starting their operations with the name "Special Financial Institutions" in 1983 in Turkey, and having been included in the "Banking Law" within the scope of the activities of Banking Regulation and Supervision Agency (BDDK) because of the problems that happened until that year, the participation banks statuses have been changed from the special financing institutions to "Participation Bank" in 2005 with the "Banking Law No. 5411", by which it has been decided for them to continue their activities, and thereby giving birth to the concept of Participation Banking. In the same period, the Participation Banks Association of Turkey started its activities. Having a total asset of 9,945 (million) TL as of 2005, the participation banks have been observed to have become involving 6.54% of the banking sector by reaching 318,791 (million) TL, but the share of participation banks is still small in comparison with the deposit banks involving 86.85% of the sector (TKBB, 2020).

This study aims at analyzing the performance of 6 active participation banks in Turkey (Albaraka Türk Participation Bank, Emlak Participation Bank, Kuveyt Türk Participation Bank, Türkiye Finans, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım) by the selected criteria in 2019. For this purpose, I used a multi-criteria decision model that integrates CRITIC and MABAC in the evaluation of the participation banks' performance. While determining the weights of the criteria by CRITIC, the MABAC method is used to sort alternatives. It is expected that this study contributes to the current literature in terms of analyzing the bank performance by the data set and hybrid model used.

Proposed by Diakoulaki et al. (1995) for determining the objective weights in the Multiple Criteria Decision Analysis problems, the method of CRITIC is based on analytically examining the evaluation matrix, in other words calculating both the standard deviation of each criterion and correlation between the criteria to find out all the information in the performance criteria. Developed by Pamučar and Ćirović (2015), the method of MABAC (The Multi-Attributive Border Approximation Area Comparison) is based on determining the distance

of all the alternatives from the approximation area of limit.

10 performance evaluation criteria are used in the analysis done for the study (total assets, total loans, total deposits, equity/total assets, fixed assets/total assets, liquid assets/short term liabilities, net profit (loss) for the period/total assets, personal expenses/other activity expenses, number of branches and number of personnel). In addition to this, priority weights of the selected criteria are calculated by the method of CRITIC in the first stage, and performances of the participation banks are ranked by the MABAC method in the second stage.

The most important criterion is determined as the number of branch offices with the coefficient 0.121 among the performance criteria determined by CRITIC, which is one of the objective weighing methods. This value is followed by the number of personnel with the coefficient 0.120 and financial structure (equity/total assets) with the coefficient 0.115. It is observed that especially the findings of the number of branch offices and the number of personnel are consistent with the findings of Steward et al. (2016), Dikici (2018), Küçükbay and Gözkonan (2019), Karakaya (2020). It is observed that the variable of the number of branch offices is an important variable in the sector in terms of reaching more customers and increasing its deposits by being more widely active. Moreover, it is observed that the number and expenses of personnel increasing in parallel with the number of branch offices increase the expenses of the banks and affect their performance directly. Ziraat Participation Bank is determined to have the highest performance in 2019 as a result of the application of the MABAC method. This bank is followed by Kuveyt Türk, Vakıf Katılım, Türkiye Emlak, Türkiye Finans and Albaraka Türk. As supported by the findings by the CRITIC method, the first two ranks are shared by the participation banks that have the biggest scale and the widest branch office network. According to the results of the performance evaluation results, it can be said that the participation banks with public capital perform better than those with foreign capital. Moreover, the performance of Türkiye Emlak Katılım, the newest participation of Turkey, is noteworthy. Even if being a new bank in the participation banking sector, Türkiye Emlak Katılım has surpassed Albaraka Türk and Türkiye Finans, the two important participation banks with foreign capital with the ranking 4. This fact confirms that how to the point is the policy and strategies applied by the bank management for services in interest-free banking.

There are some limitations of this study. The first limitation of the study is the use of only 2019 data in the performance analysis of the participation banks. Secondly it is also a significant limitation not to include the deposit banks in the study. The reason is that this is important for determining the real situation of the participation banks in the sector which includes also the traditional deposit

banks. Moreover, future studies may explore this subject in depth by including the non-financial performance criteria in addition to the financial performance criteria. The solution process of the decision problem of the participation banks may be modeled in the fuzzy environment.

YAZIM KURALLARI

Başlık: İçerikle uyumlu olmalı, Times New Roman, 12 punto, büyük ve koyu harflerle ortalanmış şekilde yazılmalıdır.

Özet: Makalenin başında, konuyu kısa ve öz biçimde ifade eden ve 150-200 kelimedenden oluşan Türkçe ve İngilizce özet bulunmalıdır. Özeti altında bir satır boşluk bırakılarak, en az 3, en çok 8 sözcükten oluşan anahtar kelimeler Türkçe ve İngilizce olarak verilmelidir. Özet metni paragraf girintisi yapılmadan 10 punto, 1 satır aralığıyla yazılmalıdır. Özet içinde, yararlanılan kaynaklara, şekil ve çizelge numaralarına değinilmemelidir.

Genişletilmiş Özet: Çalışmaların uluslararası görünürlüğünü artırmak için yapılan bu uygulamada, 1000-1500 kelimelik İngilizce genişletilmiş özet sunulması gerekmektedir.

Ana Metin: Çalışmanızın ana metni;

- Microsoft Office Word programında,
- Times New Roman yazı stili ile
- 12 punto,
- 1.5 satır aralığıyla (16x24cm format) yazılmalıdır.

Sayfa kenarlarında 2.5 cm boşluk bırakılmalı ve sayfa numarası verilmemelidir. Makale metninde paragraf girintisi yapılmamalı, paragraf aralarında 1 satır (12 nk) boşluk bırakılmalıdır. Makalede alt başlıklar kullanılabilir, fakat numaralandırılmamalıdır.

Tablolar ve Şekiller: Tablo ve şekillerin numara ve başlığı bulunmalıdır. Tablo/şekil numara ve başlıkları üste, ortalı 11 punto olarak yazılmalıdır. Tablo ve şekil başlıkları italik, 11 punto ve her kelimenin ilk harfi büyük harfle yazılmalıdır.

Alıntı ve Göndermeler: Dergimiz APA 6. sürüm atıf formatını kullanmaktadır. Dergiye gönderilen yazılar, referans sistemi, dipnot gösterme biçimi ve kaynakça düzenlenmesinde American Psychological Association (APA) stilinde hazırlanmalıdır. Microsoft Office Word programında otomatik olarak Başvurular sekmesinden APA Altıncı Sürüm'ü seçebilirsiniz. Alıntı Ekle sekmesinden dilediğiniz kaynakları ekleyebilir, çalışma içinde atıf olarak ve çalışma sonunda Kaynakça sekmesinden Kaynakça olarak çalışmanıza ekleyecektir.

Kaynaklar/Kaynakça:

Dergimize gönderilecek makaleler için aşağıda örnek alıntı ve gönderme örnekleri verilmiştir. Bu kılavuzda yer almayan kurallar için APA 6.sürüm yazım kılavuzunun kuralları geçerlidir. Araştırmacıların bu kurallara uyması gerekir. Kaynakça, 11 punto 1 satır aralığı ile metnin sonunda yer almalıdır. Metin içinde kullanılan tüm kaynaklar Kaynakça' da belirtilmelidir. Çalışmada atıf yapılmayan eserlere Kaynakçada yer verilmez.

MAKALE GÖNDERİMİ

Makalelerin kabulü için TÜBİTAK'ın altyapı sunduğu DERGİPARK sistemi kullanılmaktadır.

1. Makaleler, <http://dergipark.gov.tr/jief> adresindeki **Makale Gönder** sistemi aracılığıyla gönderilmelidir.
 2. Dergiye gönderilecek araştırmalarda özgün nitelik ve daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere kabul edilmemiş olması şartı aranır.
 3. Daha önce bilimsel bir toplantıda sunulmuş bildiriler, bu durum açıkça belirtilmek şartıyla kabul edilebilir.
 4. Gönderilen ana metinde yazarlar ile ilgili bilgilere (ad-soyad vd.) yer verilmemelidir.
 5. Makalelerde birden çok araştırmacı varsa sistemin ikinci aşamasının **“Yazar Ekle”** bölümüne eklenmelidir.
 6. Makalenin yazarları ile ilgili bilgiler (unvanı, adı-soyadı, görev yaptığı kurum, varsa kurum telefon numarası ve e-posta adresi) ayrı bir dosya ile gönderilmelidir.
 7. **Telif Hakkı Devir Formunu iletmeyen yazarların çalışmaları yayımlanmaz.**
 8. Makalelerin başında en az 150 en fazla 200 kelimededen oluşan **Türkçe ve İngilizce özet**, 3-5 kelimelik anahtar kelimeler, ve Türkçe ve İngilizce başlığa yer verilmelidir.
 9. Dergiye gelen tüm çalışmalar çift-kör hakem değerlendirme sürecinden geçmektedir.
 10. Makale sisteme yüklendikten sonra hakemlerden gelen raporlar doğrultusunda düzeltmeler istenebilir.
 11. Makalelerin yazar tarafından sisteme yüklenmesi makalenin yayımlanma başvurusu olarak kabul edilir.
 12. Dergide yayımlanan makalelerle ilgili her türlü yasal sorumluluk, yazarlara aittir.
 13. Türkçe yazılan ve hakemlik sürecinden başarıyla geçen makalelerin yurt dışında da atif alabilmesi için **“EXTENDED ABSTRACT (genişletilmiş özet)”** başlığı adı altında **en az 750** en fazla 1000 kelimededen oluşan **İngilizce genişletilmiş özet** hazırlanması istenir.
 14. Yayına kabul edilmeyen yazılar, yazarlarına iade edilmez.
- Dergi yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar internet sayfası <http://dergipark.gov.tr/jief> üzerinden kabul edilmekte ve ön kabul, alan editörü incelemesi, hakem atama, revizyon, ret, kabul işlemleri yine online olarak yürütülmektedir.