

Araştırma Makalesi

**Müşteri E-Şikâyetlerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi:
Katılım Bankaları Örneği**

Pınar HACİHASANOĞLU

*Sorumlu Yazar, Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat MYO
pinar.hacihasanoglu@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4595-5156*

Tansel HACİHASANOĞLU

*Yozgat Bozok Üniversitesi, İİBF
tansel@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4229-0192*

Zuhal AKGÜN

*Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat MYO
zuhal.akgun@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5737-7920*

Öz

Bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankaları ile ilgili banka müşterileri tarafından yapılan şikâyetler konu edilmiştir. Katılım bankacılığı müşterilerinin 01.01.2022 ve 30.06.2022 tarihlerini kapsayan altı aylık dönemde en fazla hangi konularda şikâyet ettiğinin belirlenmesi ve bunun içerik analizi ile ortaya konulması araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz neticesinde bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmetler ana temasının ortaya çıktığı ve yapılan içerik analizi sonucu söz konusu temanın altı ana kategoriden oluştuğu belirlenmiştir. Yapılan şikâyetlerin frekansı baz alındığında en yüksek frekanslı ana kategorinin hesap işlemleri olduğu belirlenmiştir. Hesap işlemleri kategorisini sırasıyla yatırım işlemleri, kredi kartı ile ilgili işlemler, ATM ile ilgili işlemler ve sigorta işlemleri kategorileri izlemiştir. Ayrıca katılım bankaları ile ilgili müşteri şikâyetlerinin bir sonucu olarak müşterilerin taşıdıkları olumsuz düşünceleri kapsayan güven kaybı, mağduriyet ve olumsuz yaklaşım teması ve bu temayı oluşturan alt kategoriler de belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Bankacılık sektörü, katılım bankacılığı, müşteri şikâyetleri, online şikâyet
Jel Sınıflandırma Kodları: M15, M30, G21

Analysis of Customer E-Complaints By Content Analysis: The Case of Participation Banks¹
Abstract

In this study, complaints made by bank customers regarding participation banks operating in Turkey are discussed. The aim of the study was to determine which issues the participation banking customers complained about the most in the six-month period covering 01.01.2022 and 30.06.2022 and to reveal this through content analysis. As a result of the analysis, it has been determined that the theme of the products and services offered by the banks emerged and as a result of the content analysis, the theme in question consisted of six main categories. Based on the frequency of the complaints made, it has been determined that the main category with the highest frequency was the account transactions. The account transactions category has been followed by investment transactions, credit card related transactions, ATM related transactions and insurance transactions categories respectively. In addition, as a result of customer complaints about participation banks, the theme of loss of confidence, grievance and covering the negative thoughts carried by the customers and the sub-categories constituting this theme have been also determined.

Keywords: Banking sector, participation banking, customer complaints, online complaint
JEL Classification Codes: M15, M30, G21

¹ Extended abstract is presented at the end of the article.

Geliş Tarihi (Received): 22.09.2022 – Kabul Edilme Tarihi (Accepted): 24.05.2023

Atıfta bulunmak için / Cite this paper:

Hacıhasanoğlu, P., Hacıhasanoğlu, T. ve Akgün, Z. (2023). Müşteri e-şikâyetlerinin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi: katılım bankaları örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 368-393. doi: 10.18074/ckuiibfd.1178431.

1. Giriş

Müşteri şikâyetlerinin online mecralar üzerinden yapılması günümüzde sıkça başvurulan bir yöntem olmuştur. Müşterilerin yaşadıkları olumsuz alışveriş deneyimini veya haksızlığa uğradıkları düşüncesini online olarak firmalara iletmesi problemin çözümünde ertelememe ve hız açısından önem arz etmiştir. Bunun yanı sıra farklı müşterilerden benzer şikâyetlerin ortaya konulması sorunların çözümünde katkı sağlamaktadır. Ayrıca müşteriler tarafından yapılan şikâyetlerin işletmeler açısından da önemli faydaları olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. İşletmelerin söz konusu şikâyetlere gösterdikleri reaksiyon ile müşteri sorunlarının çözüme kavuşturulması sayesinde işletme imajının korunması, iç kontrol sisteminin etkinliğinin artırılması, özellikle çalışan kaynaklı olan ve gözden kaçırılan problemlerin belirlenmesi gibi noktalarda söz konusu şikâyetler işletme lehine dönüştürülmüş olacaktır. Online mecralar üzerinden hemen hemen bütün sektörler için müşterilerden çeşitli şikâyetlerin yapıldığı ifade edilmelidir.

Bu sektörlerden biri de ekonomik hayatın merkezinde olan finans ve bankacılık sektörüdür. Ayrıca önemli bir hizmet alanı olarak ifade edilen bu sektörle ilgili çok yoğun işlemler ve bu işlemlere paralel olarak oldukça fazla şikâyetin yapıldığı söylenebilir. Aralık 2022 itibarıyla Türk Bankacılık Sektörünün, aktif büyüklüğü 14.344.402 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Sektörün aktif toplamı 2021 yılsonuna göre 5.128.939 milyon TL artmıştır. Bankaların kaynakları içinde, en büyük fon kaynağı durumunda olan mevduat 2021 yılsonuna göre %67,1 artışla 8.861.858 milyon TL olmuştur. 2021 yılsonuna göre öz kaynak toplamı %97,1 artışla 1.407.074 milyon TL olurken, Aralık 2022 döneminde sektörün dönem net kârı 433.457 milyon TL, sermaye yeterliliği standart oranı ise %19,46 seviyesinde bulunmaktadır (BDDK, 2023, s. 1). Sektörün aktif büyüklüğünün, müşteri sayısının artmasına paralel sunulan hizmetlerle ilgili memnuniyetsizliğin bir göstergesi olan şikâyet sayıları da artmıştır. 2023 yılı başı itibarıyla “www.sikayetvar.com” sitesine yapılan bankacılık ile ilgili şikâyetlerin sayısı 460.000’i aşmıştır (<http://www.sikayetvar.com/banka>). Ülkelerin ekonomik yapılarında yaşanan olumsuzluklar nedeniyle dönemler itibarıyla şikâyet çeşitleri ve yoğunlukları da farklılaşmaktadır.

Ekonomi alanında 2022 yılı başı itibarıyla tüm Dünya’da ve Türkiye’de yaşanan olumsuz ekonomik gelişmeler, Rusya’nın Ukrayna’ya saldırması ile başlayan enerji krizi ve dünya genelinde resesyon beklentisi ön plana çıkmaktadır. Yaşanan sorunların ekonomik kriz ve yüksek enflasyonu beraberinde getireceği beklenmektedir. Ekonomik kriz ve enflasyon gibi genel yapıyı bozan bu faktörlerin birçok alanda olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bu alanlardan biri de finans sektörüdür. Finans alanındaki bütün aktörlerin (hem hizmet sunan hem de hizmet alan) etkilendiği bu olumsuz yapı, çıkar çatışmalarını ve çeşitli düzenlemelere karşı memnuniyetsizlikleri de beraberinde getirebilir. Bu memnuniyetsizlikler çeşitli

platformlarda şikâyet şeklinde ortaya konulacaktır. Bu noktadan hareketle, mevcut araştırmada 2022 yılının ilk altı aylık döneminde, Türkiye’de hızlı bir gelişim süreci geçirmeye başlayan katılım bankacılığı² ile ilgili banka müşterileri tarafından yapılan şikâyetler konu edilmiştir. Katılım bankacılığı müşterilerinin söz konusu dönemde en fazla hangi konularda şikâyet ettiğinin belirlenmesi ve bunun içerik analizi ile ortaya konulması araştırmanın amacı olarak belirlenmiştir.

Dünya genelinde yaşanan hızlı dijital dönüşümle birlikte tüketicilerin şikâyetlerini aktarabilecekleri birçok farklı site oluşturulmuştur. Bu amaca hizmet etmek için Türkiye’de kurulan en popüler sitelerden birisi de “www.sikayetvar.com” sitesidir. Bu araştırmada katılım bankaları ile ilgili şikâyetler, “www.sikayetvar.com” sitesinden elde edilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Müşteri Şikâyet Davranışı

Şikâyet kavramı Türk Dil Kurumu tarafından; hoşnutsuzluk belirten söz veya yazı, sızlanma, sızıltı, yakınma, yakıntı olarak tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu Sözlükleri, 2022). İşletmeler bakımından şikâyet ise ürünün (mal ve hizmet) hatalı üretilmesinin bir sonucuyken, müşteri açısından, beklentilerin karşılanamamasının bir sonucu olduğu şeklinde ifade edilebilir (Alabay, 2012, s. 138).

Şikâyet etmek ise; belirli finansal veya finansal olmayan hedeflere ulaşmak niyetiyle, sorumluluğu bazı kişilere, kuruluşlara veya diğer faktörlere yüklenebilecek farklı durumlar hakkında hoşnutsuzluk, memnuniyetsizlik duygularını ifade etmek anlamına gelmektedir (Liu ve Liu, 2021, s. 151).

Müşteri şikâyeti; iç veya dış bir müşteriden sözlü veya yazılı olarak bir ürün veya hizmetle ilgili memnuniyetsizlik ifadesidir (Yang ve Li, 2016, s. 2). Müşteri şikâyeti kısaca, müşterinin olumsuz geribildirimi olarak tanımlanmaktadır (Alabay, 2012, s. 142.). Müşterinin bir ürün veya hizmet hatasına tepkisi ve bunun sonucunda algılanan memnuniyetsizlikle ilgili tüm yönlerin tanımlanması ve analizi müşteri şikâyet davranışı olarak ifade edilmektedir (Garín-Muñoz, Gijón, Pérez-Amaral ve López, 2014, s. 805). Müşteri şikâyet davranışı, bir ürün veya hizmetle ilgili olumsuz bir şey iletmeyi içeren, kişi tarafından gerçekleştirilen eylem olarak tanımlanmıştır. Başka bir tanımda, bir satın alma davranışı ile ilgili olumsuz bir şey iletmeyi içeren ve o alışverişte algılanan memnuniyetsizlik tarafından tetiklenen

² Türkiye’de faaliyetlerini sürdüren katılım bankalarının aktif gelişim süreci incelendiğinde 2010 yılında 43.339 milyon TL aktif büyüklüğünün olduğu ve piyasa payının %4,31 olduğu görülmektedir. 2019 yılında ise piyasa payını %6,3’e çıkartarak, 284.459 milyon TL aktif büyüklüğe ulaşmıştır. 2021 yılında ise katılım bankacılığının toplam aktif büyüklüğü içerisindeki payı %7’i geçmiştir (TKBB, 2021).

tüm davranışsal ve davranışsal olmayan tepkiler şeklinde ifade etmiştir (Zheng, Youn ve Kincaid, 2009, s. 720).

Şikâyet ifadesi ilk bakışta olumsuzluk olarak algılansa da işletmeler açısından aksaklıkların belirlenmesinde önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir. Söz konusu şikâyetlerle elde edilen geri bildirim, sunulan hizmetin kalitesinin müşteri beklentileri doğrultusunda yeniden düzenlenmesine katkı sağlar ve müşteri memnuniyeti yaratmada oldukça önemli bir rekabet aracı olarak değerlendirilebilir. Kısacası, müşteriler tarafından bildirilen her şikâyetin müşteri ile işletme arasında tehlikeye giren ilişkiyi düzeltmek için bir fırsat olarak değerlendirmesi gerekir (Kılıç ve Ok, 2012, ss. 4191-4192).

2.2. E-Şikâyet (Negatif e-WOM) ve Müşteri Şikâyet Siteleri

Tüketicilerin bir mal ve hizmet satın aldıktan sonra, belirli duygular göstererek diğer tüketicilerle tüketim deneyimleri hakkında konuştukları görülmektedir. İnternet, tüketicilerin bu deneyimleri olumlu ya da olumsuz, diğer potansiyel müşterilerle geniş çapta paylaşımlarına ve e-WOM (elektronik ağızdan ağıza iletişim) aracılığıyla kendi tüketimle ilgili tavsiyelerini sunmalarına olanak tanımaktadır (Boo ve Kim, 2013, ss. 24-25). Çevrimiçi iletişimin ve e-WOM' un popülaritesi, potansiyel müşteriler için güven duygusuna yol açan bilgiler üreten e-ticarette de önemli hale gelmiştir. E-WOM iletişimi, benzeri görülmemiş ölçeklenebilirliğe ve yayılma hızına sahiptir. Özellikle pozitif e-WOM ile karşılaştırıldığında, negatif e-WOM'un satın alma kararları üzerinde güçlü bir etkisi olmaktadır (Chang ve Wu, 2014, s. 206).

Çevrimiçi şikâyet davranışı, çözüm odaklı müşteri-işletme alışveriş sürecini temsil eden "e-şikâyetler" ve sorun odaklı tüketici-tüketici iletişimini ifade eden "negatif e-WOM" olarak sınıflandırılabilir (Breitsohl, Khammash ve Griffiths, 2014, s. 1). Kotler (2002) tarafından yapılan çalışmada müşteri memnuniyetsizliği üzerine yapılan çeşitli araştırmalarda elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. Söz konusu çalışmalarda ortaya konulan sonuçlar müşterilerin yaklaşık yüzde 25'i alışverişlerinden memnun olmamalarına rağmen, sadece yüzde 5'inin şikâyet ettiğini göstermektedir. Diğer yüzde 95'i ya şikâyet etmenin çabaya değmediğini ya da nasıl ve kime şikâyet edeceklerini bilmediklerini düşünmektedir. Şikâyet eden yüzde 5'in sadece yarısı tatmin edici bir sorun çözümü elde ettiğini ifade etmektedir. Yine de bir müşteri sorununu tatmin edici bir şekilde çözmeye ihtiyacı kritik öneme sahiptir. Ortalama olarak, memnun bir müşteri üç kişiye iyi bir ürün deneyiminden bahsederken, memnuniyetsiz müşteri 11 kişiyi etkilemektedir. Her biri bir başkasına anlatırsa, negatif söze maruz kalan insan sayısı katlanarak artabilmektedir (Kotler, 2002, s. 208).

Negatif e-WOM olarak ifade edilen çevrimiçi yapılan şikâyet davranışının daha fazla kişiye ulaşacağı düşünüldüğünde hem işletmeler hem de tüketiciler üzerindeki etkisi büyük önem kazanmaktadır. Geleneksel pazarlamada memnuniyetsizliğini

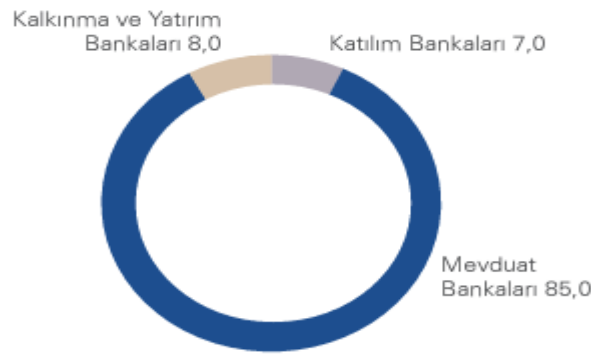
daha çok yakın çevresiyle paylaşan müşteriler, dijitalleşmeyle birlikte WEB siteleri aracılığıyla tüm dünyayla paylaşabildikleri platformlar kullanmaya başlamışlardır.

Müşteri şikâyet forumları, temelde memnun olmayan müşteriler için tasarlanmıştır. Örneğin; PlanetFeedback.com sitesi müşterilerin belirli şirketlerle ilgili olumsuz deneyimlerini dile getirmelerine olanak tanımaktadır. Yine başka bir site Complaints.com ise, müşterilerin belirli firmalar veya sundukları mal ve hizmetlerle ilgili hayal kırıklıklarını dışa vurmalarını sağlamaktadır (Kotler ve Keller, 2012, s. 73). Türkiye’de de e-şikâyet sitelerinden 2000 yılında kurulan sikayetvar.com sitesi hem uluslararası hizmet veren şirketlere hem de yerel markalara kadar birçok hizmet/ürün/sipariş ve durumun şikâyet edilebildiği en büyük oluşum şeklinde ifade edilebilir (<https://buldumz.com/sikayet-siteleri/>). Ayrıca, BTK Tüketici Şikâyeti, Tüketici Hakem Heyeti Online Başvuru, CİMER, Şikâyetim.com, Sosyal medya siteleri ve Şikâyet.com Türkiye’de hizmet veren e-şikâyet siteleri arasında yer almaktadır.

2.3. Katılım Bankacılığına Genel Bakış

Ülkelerin sosyo-ekonomik kalkınmasının dayanak noktası, birikim fazlasının tasarruf sahiplerinden toplanması ve söz konusu tasarrufların harekete geçirilmesi ile başlar. Sürecin devamında ise ihtiyaç sahibi bireylere/kurumlara kredi olanakları sağlama konusunda yasal yetkinliğe sahip bankacılık kurumları rol alır. (Mangala ve Soni, 2022, s. 1).

Türkiye’de bankacılık sisteminde 57 banka faaliyet göstermektedir. Mevduat bankaları 35, kalkınma ve yatırım bankaları 16, katılım bankaları 6 adettir (TBB, 2022).



Şekil 1: Türk Bankacılık Sektöründeki Paylar (Aktif Büyüklüğü-%) (TKBB, 2021)

Şekil 1’ de bankacılık sisteminde yer alan bankaların aktif büyüklüğünün yüzdesel olarak dağılımı yer almaktadır. Mevduat bankaları %85, kalkınma ve yatırım bankaları %8 ve katılım bankalarının %7 paya sahip olduğu görülmektedir.

Finansal sistemde katılım bankaları da tıpkı faizli bankalara benzer fonksiyonları yerine getirmekle birlikte, düzenleme ve kurallarda çeşitli farklılıklar kendisini göstermektedir. Katılım bankaları İslam dininin belirlediği esaslara göre işlemlerini yürütmektedirler. İslami bankacılık sistemi, Müslüman müşterilerin ihtiyaç ve taleplerini karşılamak için oluşturulmuştur. Çünkü İslami kaidelerde faiz almak da vermek de yasakken, geleneksel bankacılık bütünüyle faizli sisteme dayanmaktadır (Kaytancı, Ergeç ve Toprak, 2013, s. 801).

Katılım bankacılığı, faizsiz bankacılık prensiplerine uygun bir şekilde tüm bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren, emek-sermaye ortaklığı ya da vekâlete göre fon toplayıp, ortaklık ve finansal kiralama, alım-satım ve faizsiz bankacılık prensiplerine uygun başka yöntemlerle fon kullandıran bir bankacılık modelidir (Albaraka, 2022). Katılım bankalarının finansman sağlarken veya fon toplarken en temel özelliklerinden biri paylaşmaya dayanan katılım kavramıdır. Katılım bankaları fon toplamak için oluşturulan katılma hesapları kullanarak diğer geleneksel bankalardan ayrılarak katılım kavramını kullanmaktadır. Katılım bankaları, özel cari ve katılma hesapları vasıtasıyla fon toplamak ve bu yöntemlerle topladığı fonları faizsiz finans prensiplerine göre uygun yöntemlerle kullanılmak üzere faaliyet gösteren bankalardır (Ziraat Katılım, 2022).

Katılım bankaları esas işlevi olan fon toplama ve fon kullandırmanın yanı sıra kendi prensipleri çerçevesinde, kıymetli evrak, banka havalesi, kasa kiralaması ve fatura tahsilatı gibi bankacılık hizmetleri sunmakta, ayrıca, döviz, menkul kıymet alım satımı gibi birçok bankacılık işlemine de aracılık etmektedir. Faizsizlik ilkesiyle başta anlaştığı oranlarla müşterilerinden ortaklık esasına göre fon toplamakta daha sonra elde ettiği getiriyi paylaşmaktadır. Topladığı fonları, müşterilerinin talep ettiği mal, hak ve hizmetleri peşin satın alıp veya kiralayıp, doğrudan kredi olarak değil müşterilerine vadeli satarak veya kiralayarak getiri elde etmektedir (Kuveyt Türk, 2022).

Tablo 1: Katılım Bankaları ve Bankacılık Sektörü Başlıca Finansal Büyüklükleri (Milyon TL)(TKBB, 2021)

FİNANSAL BAŞLIKLAR		KATILIM BANKALARI			BANKACILIK SEKTÖRÜ		
		Aralık 2020	Aralık 2021	2021/2020 (%)	Aralık 2020	Aralık 2021	2021/2020 (%)
Toplanan Fonlar	TP	102.091	148.867	45,8	1.546.080	1.879.831	21,6
	YP-Döviz	149.563	318.294	112,8	1.619.278	3.005.858	85,6
	YP-Maden	69.751	89.257	28,0	289.720	417.086	44,0
	Toplam	321.405	556.418	73,1	3.455.078	5.302.775	53,5
Kullandırılan Fonlar		240.147	369.535	53,9	3.674.877	5.044.485	37,3
Takipteki Alacaklar (Brüt)		8.713	11.225	28,8	152.560	160.104	4,9
Toplam Aktif		437.146	717.338	64,1	6.106.442	9.215.458	50,9
Öz Varlık		27.607	36.310	31,5	599.590	713.955	19,1
Net Kar		3.658	5.468	49,5	57.305	92.952	62,2
Personel Sayısı		16.848	17.147	1,8	203.223	202.136	-0,5
Şube Sayısı	Yurt İçi	1.250	1.307	4,6	11.113	11.023	-0,8
	Yurt Dışı	4	4	-	75	75	-
	Toplam	1.254	1.311	4,6	11.188	11.098	-0,8

Katılım bankalarının bankacılık sektöründeki yerini daha iyi anlamak için karşılaştırmalı finansal büyüklükleri gösteren Tablo 1'i incelemek fayda sağlayacaktır. Tablo 1'e bakıldığında katılım bankalarının bankacılık sektörü tarafından toplanan fon miktarının yaklaşık %10'nuna ulaştığı görülmektedir. Katılım bankaları ile bankacılık sektörünü oluşturan diğer bankalara ait 2020 ve 2021 yıllarındaki değişim Tablo 1'de verilmiştir. Verilen incelendiğinde toplanan fonlar açısından bankacılık sektöründeki artış %53,5 iken katılım bankacılığındaki artış %73,1 olarak gerçekleşmiştir. Bu veriler Türkiye'de katılım bankacılığına olan ilginin gün geçtikçe arttığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

3. Literatür Taraması

Lee ve Hu (2004) çevrimiçi müşterilerin otel hizmetleriyle ilgili endişelerini ve olumsuz deneyimlerini ortaya koymak amacıyla çalışmalarında, kendi seçtikleri otel müşterilerinin özel bir şikâyet sitesi olan eComplaints.com'da kaydedilen çevrimiçi şikâyetlerini analiz etmişlerdir. Yapılan analiz neticesinde şikâyetler 18 kategoride toplanmış ve müşterilerin aldıkları temel otel hizmetlerinden (düşük hizmet kalitesi ve çalışanların yaklaşımı) çoğunlukla memnun olmadıkları belirlenmiştir.

Refiana (2012) çalışmasında, Kompas.com'daki Okuyucu Mektubu sütunu aracılığıyla tüketici şikâyetlerini tanımlamayı ve sunmayı amaçlamıştır. Çalışma kapsamında Aralık 2011-Nisan 2012 döneminde toplam 168 şikâyet analiz edilmiştir. Sonuçların %85'inin şikâyet nedenlerinin şirketlere yönelik olumsuz kelimeler (hayal kırıklığına uğramış, hakkı yenmiş, müşteriye tatmin edememe, tuzaga düşürülmüş ve soyulmuş hissetme vb.) içerdiğini göstermiştir. Çalışmada,

Endonezya'daki şirketlerin tüketici şikâyetlerine yanıtlamaya önem vermediği bir diğer sonuç olarak bulunmuştur.

Gürce ve Tosun (2017) yaptıkları çalışmada e-WOM kaynağı olan www.sikayetvar.com sitesinde kargo hizmetleri başlığı altındaki şikâyetlerin içeriğini analiz etmiş ve şikâyetlerin nedenlerini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda tüketicilerin en çok şikâyet ettiği konuların; hizmetlerin taahhüt edildiği şekilde yerine getirilmemesi, ürün ve hizmetlerin müşteriye zamanında teslim edilmemesi ve çalışanların hizmetlerinin yeterince iyi olmaması olarak belirlenmiştir.

Türkmen Barutçu ve Başak (2018) çalışmalarında, müşterilerin e-şikâyet davranışlarının neler olduğunu ve e-ticaret sitelerinin e-şikâyetlere hangi oranda cevap verdiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Veriler Türkiye'nin en popüler e-şikâyet sitelerinden olan "sikayetvar.com" da en yüksek şikâyet oranına sahip 6 e-ticaret sitesinden elde edilmiştir. Analizlerin sonucu, tüketicilerin şikâyetlerinin para iadesi, ürün iadesi, ayıplı ürün ve çağrı merkezinde çalışanlara ait davranışlara maruz kalma şeklinde olduğunu göstermiştir.

Güler ve Marşap (2019) tarafından yapılan çalışmada, şikâyetvar.com sitesi üzerinden elde edilen verilerle Türkiye'de faaliyet gösteren beş büyük banka ile ilgili şikâyet ve itirazların araştırılması amaçlanmıştır. Doküman incelemesi yöntemi kullanılarak araştırma yürütülmüştür. Araştırmada neticesinde kredi kartı üyelik ücretleri, hesap işlem ücretleri ve ATM ile ilgili teknik sorunların öncelikli şikâyet konuları olduğu belirlenmiştir.

Yıldız Erduran ve Lorcu (2020) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'de bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankalara ait 25.390 e-şikâyet veri madenciliği yöntemiyle analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, müşterileri şikâyetlerinde en çok bahsedilen bankalar ve en çok şikâyet edilen konular belirlenmiştir. Banka müşterilerinin "kredi kartı ücreti, iptal, şube, abonelik ücreti, müşteri hizmetleri" konularında en çok şikâyet ettiklerini ortaya koymuşlardır.

Er, Er ve Altunışık (2021) tarafından yapılan çalışmanın amacı, Covid-19 pandemisinde katılım bankalarına çevrimiçi yapılan şikâyetlerin incelenmesidir. Bu amaçla www.sikayetvar.com adlı internet sitesinde Türkiye'deki katılım bankalarına yönelik şikâyetler değerlendirilmiştir. Şikâyetler sunulan hizmetler ve ürünler ile müşteri temsilcisi kaynaklı olmak üzere iki ana tema ve bu temalara bağlı alt kategorilerden oluştuğu ortaya konmuştur. Analiz bulgularına göre, şikâyetlerin ağırlıklı olarak ürün ve hizmetler kategorinde yer alan; yatırım işlemleri, kart işlemleri, hesap işlemleri ve ATM hizmetlerinden kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Bozpolat ve Çopur (2021) tarafından yapılan çalışmada, biri kamu diğeri özel sermayeli banka olmak üzere iki bankaya ait e-müşteri şikâyetleri incelenmiştir. Çalışmada Temmuz-Aralık 2019 zaman dilimini kapsayan altı aylık dönemde kamu

bankasına ait 7.652 ve özel sermayeli bankaya ait 10.366 şikâyet incelenmiştir. Çalışma sonucunda müşterilerin bankacılık hizmetlerinden faydalanırken yaşadıkları temel sorunlar olarak, kart kullanımı ve para transferi işlemlerinden ücret alınması, kredi kartı teslimatında kurye problemi ve kredi yapılandırma ektra masrafların alınması olarak belirlenmiştir.

Literatürde konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, hizmetlerin taahhüt edildiği şekilde yerine getirilmemesi, ürün ve hizmetlerin müşteriye zamanında teslim edilmemesi, sunulan hizmet kalitesinin yetersizliği, kredi kartı üyelik ücretleri, hesap işlem ücretleri, yatırım işlemleri, ATM ile ilgili teknik sorunların olması, müşteri hizmetleri ile ilgili sorunlar yaşanması, kart kullanımı ve para transferi işlemlerinden ücret alınması ve kredi kartı teslimatında kurye probleminin yaşanması başlıca şikâyet konuları olarak ortaya konulmuştur.

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Tüm Dünya’da ve Türkiye’de pandemi sonrasında yaşanan resesyon ve stagflasyon korkuları nedeniyle ekonomik faaliyetler anlamında ciddi anlamda kriz belirtileri ortaya çıkmaya başlamıştır. Dünya genelinde enflasyon oranlarının artması beraberinde finansal sistemde farklı ve daha sıkı düzenlemelerin yapılmasını zorunlu kılmıştır. Finansal sistemin en önemli parçası konumundaki bankalarda bu düzenlemelerden farklı şekillerde etkilenmiştir.

Türkiye’de ise enflasyon artış hızı Dünya geneline göre çok daha yüksek seviyelere çıkmış ve bankacılık sektörü bu durumdan hem faaliyetler hem de hizmet sunduğu müşteri boyutunda etkilenmiştir. Merkez Bankası tarafından belirlenen liralama hedefi çerçevesinde bankaların müşterilerini Türk lirasına yönlendirmesi, zorunlu karşılık oranlarının artırılması, kredi kullanımında belirlenen sınırlamalar, yatırım araçları ile ilgili alternatiflerin azalması ve çok çeşitli geçici çözüm yolları bankacılık sektörünü özellikle sundukları hizmet noktasında zorlamıştır. Türkiye’de son yıllarda daha fazla ilgi görmeye başlayan katılım bankaları da bu süreçten etkilenen kurumlar arasında yer almıştır. Bu noktadan hareketle araştırmanın amacı Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarına yönelik yapılan çevrimiçi tüketici şikâyetlerinin incelenmesi olarak belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda özellikle tüm Dünya’da ekonomik anlamda kriz söylemlerinin çıkmaya başladığı 01.01.2022 ve 30.06.2022 tarihlerini kapsayan altı aylık dönemde yapılan şikâyetler araştırma kapsamına alınmıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren 6 (altı) katılım bankası ile ilgili yapılan 2.433 şikâyet değerlendirmeye alınmıştır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı, Kısıtları ve Varsayımları

Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan veriler “www.sikayetvar.com” sitesinde yer alan katılım bankaları ile ilgili şikâyetlerden oluşmaktadır. Araştırma verileri 01.01.2022 ve 30.06.2022 dönemi arasında yapılan müşteri şikâyetleri ile sınırlıdır. Çünkü söz konusu alanda müşteri şikâyetlerinin yoğun olması ve dinamik bir sürecin yaşanması bu sınırlamayı zorunlu kılmıştır. Ayrıca bu dönemin alınmasının diğer bir nedeni olarak da Dünya genelinde gündeme gelen ekonomik kriz beklentileri, buna bağlı olarak bankaları doğrudan etkileyen sıkılaştırma politikaları ve bu politikaların müşteri şikâyetlerine yansımalarının yoğun olacağı düşüncesidir.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

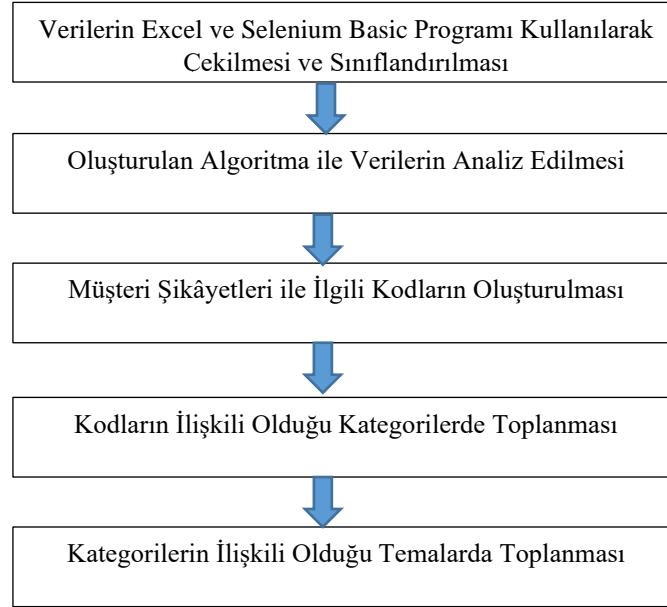
Türkiye’de tüketicilerin şikâyetlerini iletmek için kullandıkları en popüler sitelerden biri de “www.sikayetvar.com” internet sitesidir. Bu site kanalıyla 2023 yılı itibarıyla yaklaşık 10.000.000 şikâyet yapılmıştır (<http://www.sikayetvar.com/sikayetler>). Veriler de bu siteden elde edildiği için araştırmanın evreni ve örneklem çerçevesini bu sitede yer alan şikâyetler oluşturmaktadır. Sitede yer alan katılım bankaları ile ilgili belirlenen zaman periyodu çerçevesinde elde edilen 6 (altı) aylık döneme ait şikâyetler örneklem veri setini oluşturmuştur.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Bu analiz tekniği, elde edilen bilgilerin ayırt edici özelliklerinin saptanması ve kıyaslanması amacıyla kullanılan bir tekniktir (Er vd., 2021, s. 1902). İçerik analizi, metin içinde yer alan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak amacıyla kullanılan bir araştırma tekniği olarak tanımlanabilir. İçerik analizi belirli bir veri grubundan onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak için uygulanan bir tekniktir (Koçak ve Arun, 2006, s. 22).

İçerik analizi tekniği,

- Araştırma amaçlarının belirlenmesi,
- Araştırma kavramlarının tanımlanması,
- Araştırmada kullanılacak analiz birimlerinin belirlenmesi
- Araştırma kullanılacak verilerin elde edilmesi,
- Kodlama ve kategorilerin belirlenmesi,
- Sayma, yorumlama ve sonuçların yazımı aşamalarından oluşmaktadır.



Şekil 2: Araştırma Akış Süreci

Araştırma kapsamında öncelikle 01.01.2022 ve 30.06.2022 tarih aralığına ait veriler Excel ve Selenium Basic uygulamaları vasıtasıyla oluşturulan uygun algoritmalar ile söz konusu internet sitesinden çekilmiştir. Müşterilerin yapmış oldukları şikâyetler bir veri tabanı dosyası haline getirilmiş ve şikâyetlerle ilgili kapsamlı bir okuma gerçekleştirilmiştir. Yapılan şikâyetler doğrultusunda kodlar, kodların ilişkili olduğu kategoriler ve kategorilerin ilişkili olduğu temalar oluşturulmuştur. Şikâyetlere ilişkilerin verilerin analizinde izlenen süreç Şekil 2’de şematik olarak gösterilmiştir.

5. Bulgular

Araştırma dönemi olarak belirlenen 01.01.2022 ve 30.06.2022 tarihleri arasında katılım bankaları ile ilgili “www.sikayetvar.com” internet sitesi üzerinden müşteriler tarafından yapılan, bankalar tarafından cevaplanan ve çözüme kavuşturulan şikâyetlere ilişkin veriler Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Katılım Bankalarına Yönelik Yapılan Şikâyet Sayıları

Banka Adı	Müşteri Şikâyet Sayısı	Bankalar Tarafından Cevaplanan Şikâyet Sayısı	Bankalar Tarafından Cevaplanmayan Şikâyet Sayısı
Kuveyt Türk	1.517	1.443	74
Türkiye Finans	516	511	5
Emlak Katılım	14	14	0
Albaraka Türk	178	178	0
Vakıf Katılım	103	103	0
Ziraat Katılım	105	101	4
TOPLAM	2.433	2.350	83

Tablo 2 incelendiğinde belirlenen bu altı aylık dönemde en fazla şikâyetin Kuveyt Türk Katılım Bankası ile ilgili yapıldığı görülmektedir. Bu bankanın yıllardır bu alanda faaliyet gösteren bir banka olması ve müşteri portföyünün büyüklüğü³ göz önünde bulundurulduğunda şikâyet sayısının fazla olması normal olarak karşılanmalıdır. Şikâyet sayısı açısından Kuveyt Türk Katılım Bankasını sırasıyla Türkiye Finans (516 şikâyet), Albaraka Türk (178 şikâyet), Ziraat Katılım (105 şikâyet) ve Vakıf Katılım (103 şikâyet) takip etmiştir. “www.sikayetvar.com” sitesi üzerinden katılım bankaları ile ilgili müşterilerin şikâyetleri ile ilgili bankaların geri dönüşüne ilişkin değerlendirmeleri, son bir yıllık döneme ait şikâyet sayıları, çözüme kavuşturulan şikâyetlere ilişkin frekanslar, yüzdeler ve bankalar tarafından çözüme yönelik sunulan hizmetler ile ilgili teşekkür sayıları ve teşekkür yüzdeleri Tablo 3’de sunulmuştur. Burada yer alan veriler her bir banka için ayrı ayrı olarak site üzerinden elde edilmiş ve tablolştırılmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde şikâyetlere yönelik bankalar ile ilgili değerlendirmelerde en yüksek puanın Albaraka Türk Katılım Bankasına ait olduğu ifade edilmelidir (Emlak Katılım Bankası diğer bankalara kıyasla çok düşük bir faaliyet hacmine sahip olduğu için bu banka ile ilgili veri sadece tabloda paylaşılmıştır). Yine Albaraka Türk Katılım Bankası hem şikâyetlerin çözümü hem de şikâyet sahibi müşterilerin sürecin sonunda yaptıkları teşekkür bakımından ilk sırada olduğu ifade edilebilir. Bu veriler bu katılım bankasının diğer bankalara kıyasla müşteri şikâyetleri ile ilgili daha yüksek derecede duyarlılık gösterdiği şeklinde yorumlanabilir. Tablo 3 incelendiğinde, Vakıf Katılım Bankası’nın ilgili konu başlıklarında diğer katılım bankalarına kıyasla en düşük değerlendirme puanı, şikâyetlere ilişkin en düşük çözüm yüzdesi ve süreç sonunda müşteriler tarafından yapılan teşekkür mesajlarında da en düşük yüzdeye sahip olduğu görülmektedir. Söz konusu katılım bankasının müşterilerden elde edilen veriler çerçevesinde

³ 2023 itibarıyla Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının toplam müşteri sayısı yaklaşık 4.500.000’dir. Bu sayının yaklaşık 2.500.000’luk kısmını Kuveyt Türk Katılım Bankası müşterileri oluşturmaktadır (Kuveyt Türk Kurumsal Tanıtım, 2022, s. 4).

şikâyetler konusundaki duyarlılığın diğer bankalara nazaran en düşük seviyede olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: Katılım Bankalarına Yönelik Müşterilerin Şikâyet ve Değerlendirmeleri (01.07.2021-30.06.2022)

	Ziraat Katılım Bankası	Vakıf Katılım Bankası	Albaraka Türk Katılım Bankası	Türkiye Finans Katılım Bankası	Kuveyt Türk Katılım Bankası	Emlak Katılım Bankası
Değerlendirme (1-Çok Düşük 5-Çok Yüksek)	2,5	1,8	3,1	2,1	2	3,4
Şikâyet Sayısı	203	246	442	1.134	2.800	13
Çözüm Sayısı	27	22	123	128	301	5
Çözüm Yüzdesi	13%	9%	28%	11%	11%	38%
Teşekkür Sayısı	19	14	85	77	198	5
Teşekkür Yüzdesi	9%	6%	19%	7%	7%	38%
Aylık Ziyaretçi Sayısı	11.777	6.200	5.605	17.857	76.442	416

Katılım bankaları ile ilgili şikâyetler kapsamında belirlenen süreçte müşterilerin memnuniyet yüzdeleri ve memnuniyete ait konu başlıkları Tablo 4’de verilmiştir. Burada yer alan konu başlıkları sikayetvar.com internet sitesi tarafından belirlenmiştir. Tablo 4 her bir banka ile ilgili konu başlıkları ayrı ayrı site içerisinden çekilip oluşturulmuştur. İlgili tablo incelendiğinde, Ziraat Katılım Bankası müşterilerinin bankanın sorunun çözümüne yüksek oranda daha ilgili ve sorumlu yaklaştığını ifade ettikleri belirlenmiştir (%30). Banka personelinin davranışı açısından ise en yüksek memnuniyet derecesinin Albaraka Türk müşterilerine ait olduğu tespit edilmiştir (%27). Sorunun çözüme kavuşturulmasına ve iletişim/çözüm zamanlamasına ilişkin memnuniyet derecelerine bakıldığında ise ilginç bir sonuç ortaya çıkmıştır. İlgili banka müşterileri tarafından en düşük değerlendirme puanı verilen Vakıf Katılım Bankası’nın bu iki başlıkta en yüksek puanı aldığı görülmektedir.

Bu araştırma katılım bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmetler teması boyutunda gerçekleştirilmiştir. Ayrıca araştırma kapsamında müşterilerin katılım bankalarından aldıkları veya alamadıkları hizmetlere yönelik olarak taşıdıkları olumsuz düşünceleri kapsayan güven kaybı, mağduriyet ve olumsuz yaklaşım teması ve bu temayı oluşturan alt kategoriler de belirlenmiştir.

Tablo 4: Katılım Bankalarına Yönelik Müşterilerin Şikâyet Süreci ile İlgili Memnuniyet Nedenleri (01.07.2021-30.06.2022)

Memnun Olma Nedenleri/ Banka	Ziraat Katılım Bankası	Vakıf Katılım Bankası	Albaraka Türk Katılım Bankası	Türkiye Finans Katılım Bankası	Kuveyt Türk Katılım Bankası	Emlak Katılım Bankası
İlgili ve sorumlu yaklaşıtlar	30%	26%	26%	23%	25%	33%
Personel davranışı iyiydi	23%	11%	27%	19%	22%	11%
Sorunumu çözdüler	27%	39%	25%	39%	35%	33%
İletişim/çözüm zamanlaması iyiydi	20%	24%	20%	16%	16%	22%
Diğer			2%	2%	2%	

Bankalarının sunmuş oldukları ürün ve hizmetler teması ile ilgili yapılan içerik analizi sonucu söz konusu temanın 6 (altı) ana kategoriden oluştuğu belirlenmiştir. Tablo 5’de katılım bankaları ile ilgili yapılan şikâyetlerin kategorilere göre dağılımı gösterilmektedir. Tablo 5 incelendiğinde bu temayı oluşturan en yüksek frekanslı ana kategorinin hesap işlemleri olduğu görülecektir. Hesap işlemleri kategorisini sırasıyla yatırım işlemleri, kredi kartı ile ilgili işlemler, ATM ile ilgili işlemler ve sigorta işlemleri kategorileri izlemiştir.

Hesap işlemleri ile ilgili ana kategorinin en yüksek frekanslı şikâyet başlığı şifre işlemleri ile ilgili şikâyetlerden oluşmaktadır. Bu başlık kapsamında yapılan şikâyetler incelendiğinde, ilk defa şifre alınması aşamasında ve şifre unutulması sonrası şifrenin tekrar alınması ile ilgili yaşanan sorunların şikâyet konusu olarak dile getirildiği görülmektedir. Diğer yüksek frekanslı şikâyet başlığı ise bloke işlemleri ile ilgili şikâyetlerdir. Özellikle hesaba bloke konulmasına neden olan durumun ortadan kalkmasına rağmen hesap ile ilgili blokenin kaldırılmaması ile şikâyetlerin yapıldığı görülmektedir. Ayrıca banka kartı ve SIM kart blokesinin kaldırılmaması/geç kaldırılması ile ilgili şikâyetlerde yüksek frekansta olmasa da bu kategoriyi oluşturan diğer konu başlıkları arasında yer almıştır.

Bu kategoride yapılan üçüncü yüksek frekanslı şikâyetin konusunu ise dijital bankacılık dönemlerinin yoğun olarak yaşandığı günümüzde online yapılabilecek işlemler için banka şubesine gidilmesinin zorunlu kılınması oluşturmıştır.

Tablo 5: Bankalar Tarafından Sunulan Ürün ve Hizmetler Temasını Oluşturan Ana Kategorilere Ait Frekans ve Yüzdeler

TEMA		
Bankalar Tarafından Sunulan Ürün ve Hizmetler	Şikâyet Sayısı	Yüzde
Hesap İşlemleri	475	30,6%
Yatırım İşlemleri	353	22,7%
Kredi Kartı ile İlgili İşlemler	260	16,8%
ATM ile İlgili İşlemler	207	13,3%
Sigorta İşlemleri	157	10,1%
Diğer	100	6,4%
Toplam	1552	

Para transferleri ile ilgili yapılan havale veya EFT'nin gerçekleşmemesi, gerçekleşmeyen işleme ilişkin tutarın iadesinin yapılmaması/geç yapılması, günlük EFT ve havale limitlerinin yetersiz olması ve altın transferi ile ilgili şikâyetler bu kategorinin diğer başlıklarını oluşturmaktadır. Ayrıca uluslararası para transferi olan SWIFT işlemleri kapsamında, özellikle paranın ulaşmaması/geç ulaşması da şikâyet konusunu oluşturan bir diğer başlık olarak belirlenmiştir.

Tablo 6: Hesap işlemleri Ana Kategorisine İlişkin Alt Başlıklar

HESAP İŞLEMLERİ İLE İLGİLİ ŞİKAYETLER VE FREKANSLAR		
Şikâyet Türü	Frekans	Yüzde
Unutulan veya ilk defa alınacak şifre işlemleri ile ilgili şikâyetler	171	36,0%
Hesaba bloke konulması ile ilgili durumun ortadan kalkmasına rağmen blokenin kaldırılmaması	121	25,5%
Online yapılabilecek işlemler için banka şubesine gidilmesinin zorunlu kılınması	40	8,4%
Yapılan havale işleminin gerçekleşmemesi	32	6,7%
Hesap açma işlemiyle ilgili yapılan şikâyetler	30	6,3%
Ulaşmayan EFT işlemine ilişkin hesaba geri aktarımın yapılmaması	26	5,5%
Günlük EFT limitinin yetersizliği ve limit artışı yapılmaması	15	3,2%
SWIFT transfer sorunu/aktarılan paranın ulaşmaması	13	2,7%
SIM kartı bloke kaldırma ile ilgili yapılan şikâyetler	13	2,7%
Banka kartının blokesinin kaldırılmaması	7	1,5%
Altın transferi ile ilgili yaşanan sorunlarla alakalı şikâyetler	5	1,1%
Günlük havale limitinin yetersizliği ve limit artışı yapılmaması	2	0,4%
TOPLAM	475	

ATM işlemleri ile ilgili kategoriye ilişkin şikâyetlere konu olan başlıklar ise tablo 7'de verilmiştir. Tablo 7 incelendiğinde banka müşterilerinin en fazla ATM'nin

para/kart yutması/sıkışması ve bu aksaklık nedeniyle yapılamayan işleme ait para iadesinin yapılmamasını/eksik yapılmasını/geç yapılmasını şikâyet olarak konu ettikleri belirlenmiştir. Bu konu başlığını ortak ATM'ler ile ilgili yapılan işlemlerde yaşanan sorunlar izlemiştir. Katılım bankaları ile ilgili teknik anlamda ATM'lerde yaşanan uzun süreli ve sık sık arıza yapma sorunu ile ATM'lerin yetersiz olduğuna dair sorunlarda yüksek frekansta dile getirilmiştir. Birçok mevduat bankasında yaşanan, para çekme aşamasında teknik aksaklıktan kaynaklanan çekilemeyen paranın, hesaptan düşmesi sorunu ile ilgili şikâyetlerin katılım bankaları içinde var olduğu belirlenmiştir. Burada banka müşterilerinin şikâyetinin ana sebebinin söz konusu düzeltme işleminin uzun zaman alması olduğu tespit edilmiştir. ATM'lerle ilgili katılım bankalarına özgü ifade edilen diğer bir şikâyet konusu ise ATM üzerinden yapılan fiziki altın alım satım işleminde yaşanan sorunlardır. Paranın ödenmesine karşın altının ATM'den alınmaması gibi şikâyetler örnek olarak verilebilir.

Tablo 7: ATM işlemleri Ana Kategorisine İlişkin Alt Başlıklar

ATM İŞLEMLERİ İLE İLGİLİ ŞİKÂyetLER VE FREKANSLAR		
Şikâyet Türü	Frekans	Yüzde
ATM'nin para/kart yutması/sıkışması sorunu ve paranın iade edilmemesi	79	38,2%
Ortak ATM'lerden yapılan işlemlerle ilgili sorunlar	61	29,5%
ATM uzun süre düzelmeyen teknik arıza sorunu	23	11,1%
ATM'den çekilemeyen paranın hesaptan düşmesi	15	7,2%
ATM yetersizliği	14	6,8%
ATM üzerinden yapılan fiziki altın alım satım işleminde yaşanan sorunlar	10	4,8%
ATM'de yatırım hesaplarının görülmemesi	5	2,4%
TOPLAM	207	

Kredi kartı ana kategorisini oluşturan alt başlıklar incelendiğinde ilk sırada kredi kartı üyelik ücreti ile ilgili şikâyetlerin geldiği görülmektedir. Özellikle bu başlıkta yer alan şikâyetlerin büyük çoğunluğunu üyelik ücreti alınmayacağı bilgisinin verilmesine karşın, kredi kartı üyelik ücretinin alınması olduğu belirlenmiştir. Kredi kartı talebine ilişkin sürecin uzatılması, geçmişte finansal anlamda sicil bozukluğu yaşayanların bu durumlarını düzeltmelerine rağmen ret cevabı almaları veya taleplerine herhangi bir cevap alamayanların şikâyetlerinin oluşturduğu alt başlık ise en yüksek şikâyetler sıralamasında ikinci sırada yer almıştır.

Tüm Dünya'da ve ülkemizde enflasyonun hızla yükselmesinin sonuçlarından birinin yansımaları da bu ana kategoride yer alan üçüncü başlıkta kendini göstermektedir. Enflasyonun hızlı artışı nedeniyle kredi kartlarının mevcut limitlerinin yeterli olmaması ve banka müşterilerinin limit artış talebinin yoğun olması nedeniyle, limit artış talebi ile ilgili bankaların olumsuz dönüş yapması bu başlıktaki şikâyet sayısının yüksek olmasını beraberinde getirmiştir sonucuna ulaşılabilir. Bankalar tarafından kredi kartı harcamalarının özendirilmesi amacıyla

verilen altın puan, bonus veya bank kart lira gibi teşvikler ile ilgili taahhütlerin bankalar tarafından zamanında yerine getirilmemesi, kredi kartı ile ilgili şikâyete konu olan diğer başlık olarak belirlenmiştir. Özellikle vadedilen taahhütlerin zamanında yerine getirilmemesi veya eksik tutarda yerine getirilmesi şikâyetler arasında yoğunlukla yer almaktadır. Söz konusu şikâyetler Tablo 8’de özetlenmiştir.

Tablo 8: Kredi Kartı Ana Kategorisine İlişkin Alt Başlıklar

KREDİ KARTI İLE İLGİLİ ŞİKÂyetLER		
Şikâyet Türü	Frekans	Yüzde
Kredi kartı üyelik ücreti	41	15,8 %
Kredi kartı verilmemesi veya başvuru sürecinin çok uzun olması	33	12,7 %
Kredi kartı limit artırım sorunu	33	12,7 %
Yüklenen altın puanın/bonusun kullanılmaması veya eksik altın puan/puan verilmesi	33	12,7 %
Kredi kartı ile yapılan taksitli alışverişe vade farkı konulması/kâr payı alınması veya vade yapılmaması	16	6,2%
Kredi kartı ile yapılan alışverişin iptali sonrası iadenin yapılmaması veya eksik iade yapılması	15	5,8%
Bloke teminatlı/teminatlı kredi kartı iadesine veya istenen koşulların yerine getirilmesine rağmen teminatın geri ödenmemesi	13	5,0%
Kredi kartı izinsiz işlem/güvenlik sorunu	12	4,6%
İstenmediği halde kredi kartı veya farklı özellikli kart verilmesi ve kart alınmasına yönelik zorlama	12	4,6%
Kredi kartı borç ödemesinin yansımaması/dönem borcunun yanlış hesaplanması	11	4,2%
Kaybedilen kredi kartının yenisinin talep edilmesine rağmen gönderilmemesi	10	3,8%
Kapatılan kredi kartı ile ilgili borç tahakkuk ettirilmesi	6	2,3%
Kredi kartı hesap kesim tarihinin değiştirilmemesi veya izinsiz değiştirilmesi	5	1,9%
Kredi kartının/POS cihazının teknik problem nedeniyle kullanılmaması	5	1,9%
Ek karta veya sanal karta altın puan/bonus verilmemesi	4	1,5%
Kredi kartı ile ilgili mükerrer ödemelerin alınması	4	1,5%
Kredi kartı ile ilgili teknik sorunun çözülmemesi	3	1,2%
Kredi kartı ile altın satın alınması, fakat altınların verilmemesi	2	0,8%
Teslim alınmayan kredi kartı ile ilgili teslim edildi şeklinde bilgilendirme yapılması	2	0,8%
TOPLAM	260	100%

Kredi kartı ile ilgili şikâyetleri oluşturan diğer şikâyet konularının ise şikâyet sayısına göre, kredi kartı ile yapılan taksitli alışverişe vade farkı konulması/kâr payı alınması veya vade yapılmaması, kredi kartı ile yapılan alışverişin iptali sonrası iadenin yapılmaması veya eksik iade yapılması, bloke teminatlı/teminatlı kredi kartı iadesine veya istenen koşulların yerine getirilmesine rağmen teminatın geri ödenmemesi, kredi kartı izinsiz işlem/güvenlik sorunu, istenmediği halde kredi kartı veya farklı özellikli kart verilmesi ve kart alınmasına yönelik zorlama, kredi kartı borç ödemesinin yansımaması/dönem borcunun yanlış hesaplanması ve kaybedilen kredi kartının yenisinin talep edilmesine rağmen gönderilmemesi şeklinde olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu şikâyetler Tablo 9’da özetlenmiştir.

Tablo 9: Yatırım Ana Kategorisine İlişkin Alt Başlıklar

YATIRIM İŞLEMLERİ İLE İLGİLİ ŞİKÂyetLER		
Şikâyet Türü	Frekans	Yüzde
Döviz ve kıymetli maden alımında makas aralığının yüksek olması	251	71,1%
Kişiyeye özel kur uygulamasının kaldırılması	37	10,5%
Değerli maden veya döviz hesabının izinsiz kullanılarak kredi kartı ücretinin tahsil edilmesi	11	3,1%
TFX Target ve benzeri uygulamaların haber verilmeden durdurulması	10	2,8%
BES iptali ile ilgili süreç hakkında bilgi verilmemesi ve iade sürecinin kasıtlı uzatılması	8	2,3%
Bireysel emeklilik sisteminden çıkışta yüksek kesintilerin yapılması ve başlangıçta bu konuda bilgilendirme yapılmaması	6	1,7%
Yatırım hesabının açılmaması	5	1,4%
Yatırım hesabı kapatma sorunu	5	1,4%
Özel kur uygulamasında müşterilere göre farklı yaklaşılması	5	1,4%
Özel kur uygulamasına geçilmesi için kredi kartı ve mevduat bulundurma gibi ekstra taleplerin olması	5	1,4%
Satılan hisse senedi bedellerinin hesaba geçmemesi veya yatırım hesabında bulunan TL varlığın yatırım için kullanılamaması	4	1,1%
Kredi kullandırmada zorunlu BES yapılması	4	1,1%
Çeşitli yatırım araçları ile ilgili önceden bilgi verilmeden sürecin sonlandırılması	2	0,6%
TOPLAM	353	

Katılım bankaları aracılığı ile verilen yatırım hizmetlerine ilişkin müşteriler tarafından yapılan şikâyetler Tablo 9’da verilmiştir. Tablo 9 incelendiğinde yatırım kategorisinde müşteriler tarafından yapılan şikâyetlerin %71’lik kısmını, döviz ve kıymetli maden alımında makas aralığının yüksek olması başlığının oluşturduğu görülmektedir. Dünya’da ve Türkiye ekonomisinde yaşanan olumsuz gelişmelerin bu başlıkta şikâyetlerin fazla olmasının ana nedenlerinden biri olduğu ifade edilebilir. Bu dönem belirsizliklerin artması, döviz ve değerli madenlerdeki oynaklığın (volatilité) fazla olması, kamu politikalarındaki ani ve keskin değişimler

bu şikâyet başlığı olan makas aralığının fazla olması ifadesinin karşılığı olarak değerlendirilebilir. Ayrıca söz konusu gelişmeler nedeniyle katılım bankaları tarafından kişiye özel kur uygulaması, anlık ve neredeyse haftanın her anı alım satım imkânı tanıyan TFX Target ve benzeri uygulamaların kullanımı durdurulmuştur. Ani gelişmeler neticesinde alınan bu kararlar banka müşterilerinin mağdur olmasına neden olmuştur. Çünkü özel kur uygulamasından faydalanmak adına müşterilerin banka lehine olan ürün ve hizmetleri satın alması gerekmektedir. Bir anda bu uygulamanın durdurulması müşterilerin bu konudaki şikâyetlerinin artmasına neden olduğu söylenebilir.

Bu konuda diğer bir şikâyet başlığı ise özel kur uygulamasının olduğu dönemde bankaların müşterilere farklı yaklaşımlar sergilemesidir. Müşterilerin şikâyetlerine konu olan diğer başlık ise TFX Target ve benzeri uygulamaların haber verilmeden durdurulması olarak belirlenmiştir. Burada müşteriler tarafından belirtilen diğer önemli şikâyet konusu ise, kredi veya kredi kartı ücretinin tahsil edilmesi adına müşterinin sahip olduğu değerli maden veya döviz hesabının izinsiz kullanılarak, ödeme yapılmak için bu kıymetlerin bozdurulmasıdır. Bir yatırımcı için bu kabul edilemez bir durumdur.

Yatırım kategorisinde yer alan şikâyetlere ilişkin diğer bir başlık ise bireysel emeklilik sistemi (BES) ile ilgilidir. BES iptal ve bu sistemden çıkış sürecinde yüksek tutarlarda kesintilerin yapılması ve başlangıçta bu konu hakkında yeterli bilgi verilmemesi şikâyet konuları olarak belirlenmiştir. Yine kredi kullanım sürecinde zorunlu BES yapılması müşteri şikâyetleri arasında yer almıştır.

Sigorta ana kategorisine ilişkin şikâyetlere ait frekans ve yüzdeler Tablo 10'da sunulmuştur. Tablo incelendiğinde bu kategoride en fazla şikâyetin erken kapatılan kredilere ilişkin sigorta prim iadesinin yapılamaması veya zamanında yapılmaması olduğu görülmektedir. Sigorta işlemleri kategorisinde yer alan ikinci yüksek frekanslı şikâyet başlığı ise bankaların müşterilere haber vermeden sigorta poliçelerini yenilemesi ve ücret kesintisi yapmasıdır. Müşterilerin şikâyetlerine konu olan diğer bir husus ise, bankalar tarafından müşterilerine kullandırdıkları krediler kapsamında, zorunlu olarak belirledikleri firmalar üzerinden sigorta yaptırmalarıdır. Bunun sonucu olarak müşterilerin piyasanın üzerinde sigorta poliçesi ödeme durumlarının söz konusu olduğu yapılan şikâyetlerden anlaşılmaktadır. Bu kategorideki diğer iki başlık ise sigorta poliçe iptal talebinin yerine getirilmemesi ve sigorta kapsamında şirketlerin yükümlüklerini yerine getirmemeleri olarak belirlenmiştir.

Tablo 10: Sigorta Ana Kategorisine İlişkin Alt Başlıklar

SİGORTA İŞLEMLERİ İLE İLGİLİ ŞİKÂyetLER		
Şikâyet Türü	Frekans	Yüzde
Erken kapatılan kredilere ilişkin sigorta primi iadesinin yapılmaması veya zamanında yapılmaması	45	28,7%
Müşteri bilgisi olmadan banka tarafından haber verilmeden sigorta yenilenmesi ve ücret kesilmesi	35	22,3%
Kullanılan kredi kapsamında bankaların anlaşmalı olduğu şirketler üzerinden zorunlu sigorta yaptırması	27	17,2%
Sigorta poliçe iptal talebinin yerine getirilmemesi	24	15,3%
Piyasa fiyatlarının çok üzerinde zorunlu olarak krediler için sigorta yaptırılması	15	9,6%
Sigorta şirketinin yükümlülüklerini yerine getirmemesi	11	7,0%
TOPLAM	157	

Araştırma kapsamında yer alan katılım bankası müşterilerinin katılım bankalarından aldıkları veya alamadıkları hizmetlere yönelik olarak taşıdıkları olumsuz düşünceleri kapsayan güven kaybı, mağduriyet ve olumsuz yaklaşım teması ve bu temayı oluşturan alt kategoriler de belirlenmiştir. Söz konusu kategorilere ait frekans ve yüzdeler Tablo 11’de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde banka müşterilerinin oldukça önemli bir bölümünün çalıştıkları bankalar nedeniyle mağduriyet yaşadıklarını ifade ettikleri belirlenmiştir. Bu kategoriyi banka çalışanları tarafından sorunlara ilgisiz yaklaşıldığı düşüncesi takip etmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir hususun ise, banka müşterilerinin çalıştıkları bankalara olan güven duygusunun sarsılması düşüncesinin olduğu ifade edilmelidir.

Tablo 11: Güven Kaybı, Mağduriyet ve Olumsuz Yaklaşım Teması ile İlgili Kategorilerin Frekans ve Yüzdeleri

Güven Kaybı, Mağduriyet ve Olumsuz Yaklaşım Teması ile İlgili Frekans ve Yüzdeler		
	Frekans	Yüzde
Banka işlemlerinden dolayı mağduriyet yaşandığının ifade edilmesi	328	65,9%
Sorunlara ilgisiz yaklaşımın sergilenmesi	71	14,3%
Bankaya olan güven duygusunun sarsılması	55	11,0%
Müşterilerin hayal kırıklığına uğraması	17	3,4%
Müşterilerin çalıştıkları bankalara karşı kızgınlık duyması	17	3,4%
Çalışanlar tarafından müşterilere karşı kaba davranış sergilenmesi	10	2,0%
TOPLAM	498	

6. Sonuç

Araştırma kapsamında katılım bankası müşterilerinin katılım bankaları ile ilgili yapmış oldukları şikâyetler “www.sikayetvar.com” sitesi üzerinden elde edilen veriler kullanılarak içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma dönemi olarak 01.01.2022-30.06.2022 arasındaki altı (6) aylık periyot alınmıştır. Bu dönemin alınmasının temel nedeni Dünya ve Türkiye genelinde yaşanan ekonomik olumsuzlukların finans sistemi üzerindeki muhtemel olumsuz yansımalarının olacağını beklenmesidir. Banka müşterilerinin de bu durumdan olumsuz yönde etkileneceği düşüncesi ilgili dönemin araştırılmasını sağlamıştır.

Yapılan analiz neticesinde araştırma kapsamında yer alan bankaların sunmuş oldukları ürün ve hizmetler temasının ortaya çıktığı ve söz konusu temanın 6 (altı) ana kategoriden oluştuğu belirlenmiştir. Yapılan şikâyetlerin frekansı baz alındığında en yüksek frekanslı ana kategorinin hesap işlemleri olduğu belirlenmiştir. Hesap işlemleri kategorisini sırasıyla yatırım işlemleri, kredi kartı ile ilgili işlemler, ATM ile ilgili işlemler ve sigorta işlemleri kategorileri izlemiştir. Bu kategorileri oluşturan yüksek frekanslı konu başlıkları incelendiğinde ise, hesap işlemleri ile ilgili şifre ve hesap/kart/SIM bloke işlemleri ile ilgili şikâyetlerin yoğun olarak ifade edildiği tespit edilmiştir.

ATM kategorisi ile ilgili ATM'nin para/kart yutması/sıkışması sorunu ve paranın iade edilmemesi ve ortak ATM'lerden yapılan işlemlerle ilgili sorunlara ait şikâyetlerin geldiği; kredi kartı kategorisi ile ilgili ise kredi kartı üyelik ücreti, kredi kartı verilmemesi veya başvuru sürecinin çok uzun olması ve kredi kartı limit artırımı sorunu ile şikâyetlerin yapıldığı belirlenmiştir.

Yatırım işlemleri kategorisi ile ilgili döviz ve kıymetli maden alımında makas aralığının yüksek olması ve kişiye özel kur uygulamasının kaldırılması ile ilgili şikâyetlerin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sigorta kategorisinde ise, erken kapatılan kredilere ilişkin sigorta primi iadesinin yapılmaması/zamanında yapılmaması, müşteri bilgisi olmadan banka tarafından haber verilmeden sigorta yenilenmesi ve ücret kesilmesi, kullanılan kredi kapsamında bankaların anlaşmalı olduğu şirketler üzerinden zorunlu sigorta yaptırması konularında şikâyetlerin yapıldığı belirlenmiştir.

Ayrıca katılım bankaları ile ilgili müşteri şikâyetlerinin bir sonucu olarak müşterilerin taşıdıkları olumsuz düşünceleri kapsayan güven kaybı, mağduriyet ve olumsuz yaklaşım teması ve bu temayı oluşturan alt kategoriler de belirlenmiştir.

Banka müşterileri tarafından yapılan şikâyetlerin doğrudan bankaların yapmış oldukları düzenlemelerden kaynaklandığı ifade edilebileceği gibi, Dünya ve ülke ekonomisinde yaşanan olumsuzlukların da etkisinin olduğu ifade edilebilir. Örneğin değerli madenlerdeki alım satım makas aralığının artması, söz konusu varlık fiyatlarının oynaklığının (volatilitésinin) bir sonucu olarak

değerlendirilebilir. Enflasyonda meydana gelen hızlı yükselmesinin bir sonucu olarak mal veya hizmet fiyatlarının artması ve kredi kartı limitlerinin yükselmesi şikâyetlerin artması ile ilgili diğer bir yorum olarak ortaya konulabilir.

Literatürde yer alan bankacılık ve katılım bankacılığını konu alan Yıldız Erduran ve Lorcü (2020), Güler ve Marşap (2019) ve Er vd. (2021) tarafından yapılan çalışmalarda benzer sonuçlar ortaya konulmuştur. Özellikle kredi kartı işlemleri/üyelik ücretleri, ATM teknik sorunlar ve yatırım işlemleri ile ilgili şikâyetler öne çıkan şikâyet konuları olarak tespit edilmiştir. Bu araştırmayı diğer araştırmadan farklı kılan nokta ise verilerin elde edildiği zaman diliminde ekonomide yüksek volatilitenin yaşanmasıdır. Bu nedenle bu döneme özgü şikâyetler bu araştırma ile ortaya konulmuştur. Yüksek enflasyon nedeniyle kredi kartı limitlerinin yetersiz kalması/limit artışı ve yatırım işlemlerinde makas aralığının geniş tutulmasına dair şikâyetler örnek olarak verilebilir.

Araştırma konusu ile ilgili ileride yapılacak çalışmalarda araştırma döneminin daha uzun tutulması, COVID öncesi, sonrası ve ekonomik kriz dönemleri ile ilgili müşteri şikâyetlerinin karşılaştırmalarının yapılması literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Alabay, M. N. (2012). Müşteri şikâyetleri yönetimi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (16), 137-159.
- BDDK Haber Bülteni, <https://www.bddk.org.tr/Veri/Detay/159>, Erişim Tarihi 12.02.2023.
- Boo, S. ve Kim, J. (2013). Comparison of negative eWOM intention: An exploratory study, *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 14 (1), 24-48.
- Bozpolat, C. ve Çopur, F.(2021). Banka müşterilerinin e-şikâyetlerini şikâyet forum sitesi üzerinden analiz etme, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (3), 2056-2071.
- Breitsohl, J., Khamash M. ve Griffiths G. (2014). Online complaint communication strategy: Anintegrated management framework for e-businesses, *Handbook of Strategic e-Business Management*, 907-933.
- Chang H.H. ve Wu, L.H. (2014). An examination of negative e-WOM adoption: brand commitment as a moderator, *Decision Support Systems*, 59, 206–218.

- Er, H., Er, M. ve Altunışık, R. (2021). COVID-19 pandemi sürecinde katılım bankalarına yönelik yapılan çevrimiçi müşteri şikâyetleri üzerine bir inceleme, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56 (3), 1894- 1914.
- Garín-Muñoz, T., Gijón, C., Pérez-Amaral, T. ve López, R. (2014). Consumer complaint behavior in telecommunications: The case of mobile phone users in Spain, *25th European Regional ITS Conference*, Brussels 2014 101444, International Telecommunications Society (ITS).
- Güler, H. N. ve Marşap, A. (2019). Türk bankacılık sektöründeki müşteri itiraz, şikâyet, talep ve önerilerinin içerik analizi ile incelenmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (3), 2004-2015.
- Gürce, M.Y. ve Tosun, P. (2017). Kargo hizmetlerine ilişkin müşteri şikâyetleri: bir içerik analizi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9 (3), 177-196.
- Kaytancı, B.G., Ergeç, E. H. ve Toprak, M. (2013). Katılım bankası müşterilerinde bankacılık ürün ve hizmetlerine yönelik memnuniyet: Türkiye örneği, *SESSION 7C: Sektörel Sorunlar*, 801-811.
- Kılıç, B. ve Ok, S. (2012). Otel işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyetlerin değerlendirilmesi, *Journal of Yasar University*, 25 (7), 4189-4202.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4 (3), 21-28.
- Kotler, P. ve Keller, K.L. (2012). *Marketing management (14th Edition)*, Prentice Hall.
- Kotler, P. (2002). *Marketing management (Millenium Edition)*, Custom Edition for University of Phoenix, Prentice-Hall, Inc.
- Kuveyt Türk Kurumsal Tanıtım (2022).
<http://www.kuveytturk.com.tr/medium/document-file-6404.vsf>,
09.03.2023.
- Lee, C. C. ve Hu, C. (2004). Analyzing hotel customers' eComplaints from an internet complaint forum, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17 (2-3), 167-181, DOI: 10.1300/J073v17n02_13.
- Liu, P. ve Liu, H. (2021). Saliency adjusting: Metapragmatic expressions in complaint responses, *Journal of Pragmatics*, 176, 150-163.
- Mangala, D. ve Soni, L. (2022). A systematic literature review on frauds in banking sector, *Journal of Financial Crime*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JFC-12-2021-0263>

Refiana, L. (2012). Qualitative analysis about consumer complaint response through Reader s Letter column in Kompas.com, *Procedia - Social ve Behavioral Sciences*, 65, 83-87.

Türkiye Bankalar Birliği (2022). Bankacılık sisteminde banka, çalışan ve şube sayıları, Rapor Kodu: DT13.

Türkiye Katılım Bankaları Birliği (2021). Katılım bankaları yıllık sektör bilgileri, 1-170.

Türkiye Katılım Bankaları Birliği (2021). *Yaşayan ve gelişen katılım bankacılığı* (III. Baskı), TKBB Yayınları, Yayın No: 12.

Türkmen Barutcu, M. ve Başak, B. (2018). Customer complaints about e-commerce sites: Content analysis. *The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences*, 10, 238-243 .

Yang, B. ve Li, X. (2016). Complaint handling, Linnaeus University, Bachelor Thesis.

Yıldız Erduran, G., ve Lorcu, F. (2020). The investigation of online customer complaints in the banking sector by text mining. *Business & Management Studies: An International Journal V*, 8 (5), 3835–3866.

Zheng, T., Youn, H. ve Kincaid, C. S. (2009). An analysis of customers' e complaints for luxury resort properties, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18 (7), 718-729. DOI: 10.1080/19368620903170240.

<https://buldumz.com/sikayet-siteleri/>, Erişim tarihi: 17.09.2022.

<https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 18.04.2022.

<https://www.albaraka.com.tr/tr/hakkimizda/katilim-bankaciligi>, Erişim Tarihi: 27.06.2022.

<https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/katilim-bankaciligi-sistemi/Sayfalar/katilim-bankasi-nedir.aspx>, Erişim Tarihi: 27.06.2022.

<https://www.ziraatkatilim.com.tr/bizi-taniyin/katilim-bankaciligini-taniyin>, Erişim Tarihi: 27.06.2022.

Etik Beyanı: Yazarlar, bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu beyan etmektedir. Bilimsel etik konuları ile ilgili aksi bir durumun tespiti halinde tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına ait olup, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır.

Analysis of Customer E-Complaints by Content Analysis: The Case of Participation Banks

Extended Abstract

1. Introduction

Making customer complaints online has become a frequently used method today. It has been important for customers to convey their negative shopping experience or the idea that they have been unfair to the companies online in terms of non-postponement and speed in solving the problem. It should be stated that various complaints are made by customers online for almost all sectors. One of these sectors is the finance and banking sector, which is at the center of economic life. In addition, it can be said that very intensive transactions related to this sector, which is expressed as an important service area, and quite a lot of complaints are made in parallel with these processes. Due to the negativities experienced in the economic structures of the countries, the types and intensities of complaints differ from time to time. For this reason, in this research, the reflections of the problems experienced in the whole world and Turkey after the pandemic on the complaints of the bank's customers was determined as a research question.

In this study, complaints made by bank customers regarding participation banks operating in Turkey are discussed. The aim of the study was to determine which issues the participation banking customers complained about the most in the said period and to reveal this through content analysis. Especially after the pandemic, the impact of the economic problems experienced all over the world and Turkey on the banking sector and the reflections of this effect on customer complaints are among the special objectives.

Online complaints made by people can be shown as a reflection of the developments in digitalization. In particular, obtaining quick solutions to the complaint issue increases the use of these channels. In almost all areas, customer complaints are made online. One of these areas is the finance and banking sector. It can be stated that there are various international and national studies on this field in the literature. There are also various types of research on the Turkish Banking Sector, which constitutes the scope of the research.

In the study conducted by Yıldız Erduran and Lorcu (2020), the complaints of banks operating in the banking sector in Turkey have been analyzed by data mining method. As a result of the analyses, the most mentioned banks and the most complained issues in the complaints of their customers have been determined. They have revealed that the bank's customers complained the most about "credit card fees, cancellations, branches, subscription fees, customer service".

In the study conducted by Güler and Marşap (2019), it has aimed to investigate the complaints about banks operating in Turkey with the data obtained through the şikâyetvar.com website. Research has been carried out using the document review method. As a result of the research, it has been determined that credit card membership fees, account transaction fees, and technical problems related to ATM were the primary complaint issues.

The aim of Er et al. (2021)'s work is to examine the complaints made online to participation banks during the Covid-19 pandemic. For this purpose, complaints were obtained against Participation Banks in Turkey on the website www.sikayetvar.com. It has been revealed that the complaints consist of two main themes and sub-categories related to these themes: services and products provided and customer representatives. According to the findings of the analysis, it has been

determined that the complaints were mainly caused by investment transactions, card transactions, account transactions, and ATM services.

2. Method

In the study, the content analysis technique, which is among the qualitative research methods, was used. This analysis technique is a technique used to determine and compare the distinctive features of the information obtained. Within the scope of the research, first of all, the data for the period between 01.01.2022 and 30.06.2022 were taken from the website with the appropriate algorithms created through Excel and Selenium Basic applications. The complaints made by the customers were turned into a database file and a comprehensive reading was carried out about the complaints. In the next stage, first of all, the data was analyzed with the algorithm, and the codes related to customer complaints were created. In the final stage, the codes are collected in the categories they are related to and the themes are determined.

3. Results and Conclusion

As a result of the analysis, it was determined that the theme of the products and services offered by the banks emerged and this theme consisted of 6 main categories. Based on the frequency of the complaints made, it has been determined that the main category with the highest frequency was account transactions. The account transactions category has been followed by investment transactions, credit card related transactions, ATM related transactions, and insurance transactions categories respectively. Regarding the credit card category, it has been determined that complaints were made about the credit card membership fee, the lack of a credit card or the application process being too long, and the problem of increasing the credit card limit.

It has been concluded that the complaints about the high range of scissors in the purchase of foreign currency and precious metals related to the investment transactions category and the abolition of the personal exchange rate application were high. In the insurance category, the non-refund of insurance premiums for loans closed early, insurance renewal without notification by the bank without the knowledge of the customer, and deduction of fees has been determined as the main complaint issues. In addition, because of customer complaints about participation banks, the theme of loss of trust, victimization, and negative approach, which covers the negative thoughts of the customers, and the sub-categories constituting this theme has been also determined.

Similar results have been revealed in the studies conducted by Yıldız Erduran and Lorcu (2020), Güler and Marşap (2019), and Er et al. (2021) on banking and participation banking in the literature. In particular, complaints about credit card transactions/membership fees, ATM technical problems, and investment transactions have been identified as prominent complaint issues. What makes this research different from other research is that there is a high volatility in the economy during the time period when the data is obtained. For this reason, complaints specific to this period have been revealed by this research. Examples include complaints about insufficient credit card limits/limit increases due to high inflation and the wide range of scissors in investment transactions.

It may be suggested to keep the research period related to the research subject longer and to compare customer complaints before and after COVID and economic crisis periods.