



T.C.  
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ  
SORUNU VE ÇÖZÜM YOLLARI: TOKAT İLİ ÖRNEĞİ**

**Hazırlayan**  
Çağrı ŞEN

İktisat Anabilim Dalı  
Yüksek Lisans Tezi

**Danışman**  
Doç. Dr. Rüştü YAYAR

TOKAT – 2018

# TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNU VE ÇÖZÜM YOLLARI: TOKAT İLİ ÖRNEĞİ

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 05./06./2018

Jüri Üyeleri (Ünvanı, Adı Soyadı)

İmzası

Başkan : DOÇ. DR. RÜŞTÜ YAYAR

Üye : DR. ÖĞR. ÜYESİ YUNUS EMRE BİROL

Üye : DR. ÖĞR. ÜYESİ SERAP BARIŞ

*(Handwritten signatures in blue ink)*

Bu tez, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 21./05./2018 tarih ve 23-03 sayılı oturumunda belirtilen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Prof.Dr.Mustafa ÇOLAK  
Enstitü Müdürü : .....Enstitü Müdürü....

*(Handwritten signature in blue ink)*  
Mühür  
İmza

## BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tez yazım klavuzuna göre, Doç. Dr. Rüştü YAYAR danışmanlığında hazırlamış olduğum "Bankacılık Sektöründe Asimetrik Bilgi Sorunu ve Türk Bankacılık Sektöründe Asimetrik Bilgi Sorununun Giderilmesine Yönelik Uygulamalar" adlı Yüksek Lisans tezimin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

08/06/2018

Çağrı ŞEN

İmza



## ÖNSÖZ

Bu çalışmada finansal piyasaların temelini oluşturan bankacılık sektöründe, asimetrik bilgidan kaynaklanan ters seçim ve ahlaki tehlike sorununun bankacılık sektörüne etkisi üzerinde durularak; Türk Bankacılık sektöründe bu sorunu gidermeye yönelik uygulamalar araştırılmıştır.

Tez çalışmam boyunca değerli bilgilerini her daim benimle paylaşan ve kullandığı her kelimenin hayatıma kattığı önemini asla unutmayacağım saygıdeğer danışman hocam; Doç. Dr. Rüştü YAYAR'a, çalışmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen tüm zorlukları benimle göğüsleyen ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli eşim Gamze TURGUT ŞEN'e, bilgilerini, görüşlerini ve anlayışını hiç eksik etmeyerek çalışmama ışık tutan değerli müdürüm Serhat YEL'e, anket sorularını hazırlamamda bana yardımcı olan başta değerli abim Kadir KARGACIER olmak üzere tüm meslektaşlarıma ve anket verilerini elde etmemde katkısı bulunan Tokat İli ve İlçeleri'ndeki tüm banka çalışanlarına sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

## ÖZET

Ekonomik aktörlerden bir tarafın diğerine oranla daha fazla bilgiye sahip olması ya da tarafların birbirleri hakkında aynı derecede bilgi sahibi olmaması durumu “asimetrik bilgi” kavramı ile ifade edilmektedir. Asimetrik bilginin geçerli olduğu durumlarda etkileşim içerisinde bulunan ekonomik aktörlerden daha çok bilgiye sahip olan taraf diğer tarafa karşı haksız bir üstünlük kazanmakta ve bu nedenle ekonomik faaliyetlerin etkin bir biçimde gerçekleştirilmesi mümkün olamamaktadır. Bu durum piyasa aksaklıklarını beraberinde getirmektedir. Finansal piyasaların geneli içinde büyük bir ağırlığa sahip olan bankacılık sektörünün kredilendirme faaliyetlerinde asimetrik bilgi sorununun önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Kredi piyasalarında asimetrik bilgi problemi sonucunda ters seçim ve ahlaki tehlike olmak üzere iki önemli sorun ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada asimetrik bilgi sorununun bilhassa kredi piyasaları üzerinde neden olduğu başarısızlıklara ve bunun beraberinde getirilen çözüm önerileri ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Ayrıca Türk bankacılık sektöründe, müşteriler hakkında bilgilenmeyi sağlayıcı ortak paylaşım uygulamalarına ve faydalandıkları kamu bazlı bilgi kaynaklarına değinilerek, Tokat İli ve İlçeleri’nde bulunan kamu ve özel bankalarla yapılan anket çalışması sonucunda asimetrik bilgi sorununu gidermeye yönelik banka içi gelenekselleşen görüş ve uygulamalar ortaya konulmuştur. Bu sorunun çözümü için literatür ve uygulama sonuçları ışığı altında; müşterinin sosyal medya hesaplarının takip edilmesinin, çalıştığı işte deneyimli olmasının ve eğitim düzeyinin yüksek olmasının asimetrik bilgi sorununu azalttığı düşünülürken, müşterinin yeni bir girişimci olmasının ve faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre yönelmesinin ise asimetrik bilgi sorununu arttırdığı düşüncesi ön plana çıkmıştır. Bütün bu değerlendirmelerden yola çıkarak tüm sektörlerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de meydana gelebilecek mali kayıpların azaltılması, bankaların yapılarının korumasını, kredi dönüş oranlarının artması ve kredi verilebilirliğinin devamı asimetrik bilginin giderilmesiyle sağlanacağı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Bankacılık Sektörü, Asimetrik Bilgi, Kredi Tayınlaması, Finansal Aracılık, Ahlaki Tehlike

## ABSTRACT

The situation that one side of economic actors has much more information than the other side has or both of two sides don't have the same degree of information about each other is expressed with asymmetric information. In the cases that asymmetric information is valid, the more knowledgeable one among interacting economic actors gains unfair superiority against the other one and therefore it is impossible that economical activities are carried out in an active way. This issue leads to marketplace troubles. It is obvious that banking sector having huge effectiveness in the general of financial markets has an important role of asymmetric information problem during the accreditation activities. Asymmetric information problems in credit markets result in two important problems, reverse picking and moral hazard.

In this study, the failures of the asymmetric information problem, especially on the credit markets, and the solution proposal that accompanies it are explained in detail. In addition, in the Turkish banking sector, traditional shared opinions and applications have been put forward in order to avoid the asymmetric information problem as a result of the questionnaire studies conducted by the public and private banks in Tokat province and the provinces, by referring to the sources of public information which they have benefited from. For the solution of this problem, literature and application results are under light; it is thought that the customer is a new entrepreneur and the orientation of the sector other than the sector in which he is operating has increased the problem of asymmetric information while considering the customer's social media accounts being trained and having high level of education and reducing the asymmetric information problem. From all these evaluations, it has been seen that reducing the financial losses that may occur in the banking sector as well as in all sectors, protection of banks' structures, increase in loan turnover rates and continuity of credit availability will be achieved by eliminating asymmetric information.

**Key Words:** Banking Sector, Asymmetric Information, Credit Assignment, Financial Intermediation, Moral Hazard

## İÇİNDEKİLER

Bilimsel Etik Sayfası .....	<b>Hata! Yer işareti tanımlanmamış.</b>
Önsöz .....	v
Özet .....	vi
Abstract .....	vii
İçindekiler .....	v
Tablolar Listesi .....	ix
Şekiller Tablosu .....	xi
Kısaltmalar .....	xii
GİRİŞ .....	1
<b>1. BÖLÜM: BANKACILIK SEKTÖRÜ, BANKALARIN FONKSİYONLARI VE SINIFLANDIRILMASI .....</b>	<b>3</b>
1.1. BANKA VE BANKACILIK TANIMI.....	3
1.2. BANKACILIĞIN TARİHÇESİ .....	4
1.3. TÜRKİYE’DE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ .....	5
1.3.1.Osmanlı’dan Cumhuriyet’e İlk Bankacılık Girişimleri .....	5
1.3.2.Cumhuriyet Dönemi ve Sonrasında Türk Bankacılığındaki Gelişmeler .....	7
1.4. BANKALARIN TEMEL FAALİYET ALANLARI.....	19

1.5. BANKALARIN EKONOMİK SİSTEMDEKİ FONKSİYONLARI.....	20
1.6. BANKALARIN SINIFLANDIRILMASI.....	22
1.6.1. Sermaye Kaynaklarına Göre Bankalar .....	23
1.6.2. Hukuki Yapılarına Göre Bankalar .....	23
1.6.3. Faaliyet Amaçlarına Göre Bankalar .....	24
1.6.4. Organizasyon Yapılarına Göre Bankalar .....	26
1.6.5. Uruklarına Göre Bankalar.....	26
<b>2. BÖLÜM: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ VE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNU ÖNLEMeye YÖNELİK UYGULAMALAR</b>	<b>27</b>
2.1. ASİMETRİK BİLGİ KAVRAMI.....	27
2.1.1. Finansal Piyasalarda Asimetrik Bilgi .....	28
2.2. ASİMETRİK BİLGİ İÇEREN DİĞER PİYASALAR.....	31
2.2.1. Sigorta Piyasaları .....	31
2.2.2. Canlı Hayvan Piyasası .....	32
2.2.3. Emek Piyasası .....	33
2.2.4. Menkul Kıymetler Piyasası.....	33
2.2.5. İkinci El Araba Piyasası.....	35



2.3. FİNANSAL PİYASALARDA ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNA NEDEN OLAN FAKTÖRLER.....	35
2.3.1. Faiz Oranlarındaki Artışlar .....	35
2.3.2. Bilançoların Bozulması.....	36
2.3.3. Borsanın Çökmesi.....	36
2.3.4. Belirsizliklerdeki Artış.....	37
2.4. ASİMETRİK BİLGİNİN FİNANSAL PİYASALAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	37
2.4.1. Ters Seçim Sorunu.....	37
2.4.2. Ahlaki Tehlike Sorunu.....	40
2.4.3. Temsilcilik Sorunu.....	41
2.5 BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNDA MÜŞTERİNİN TANINMASI VE KREDİ TAYINLAMASINA İLİŞKİN GELİŞTİRİLEN MODELLER.....	42
2.5.1. Stiglitz ve Weiss Modeli.....	43
2.5.2. Jaffee ve Russell Modeli.....	44
2.6. ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNA ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	46
2.6.1. Ters Seçim Sorununu Önleyici Tedbirler .....	47
2.6.1.1. Özel Bilgi Üretimi ve Satışı.....	47
2.6.1.2. Bilgilendirmeyi Arttırıcı Kamusal Düzenlemeler.....	48

2.6.1.3. Finansal Aracılık.....	48
2.6.1.4. Teminat ve Net İşletme Değeri.....	49
2.6.2. Ahlaki Tehlike Sorununu Önleyici Tedbirler .....	49
2.6.2.1. İzleme ve Gözlemeleme .....	50
2.6.2.2. Kamusal Düzenlemeler.....	50
2.6.2.3. Borç Sözleşmeleri.....	50
2.6.3. Temsilcilik Sorununu Önleyici Tedbirler .....	50
2.7. TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNU AZALTMAYA YÖNELİK ORTAK VERİ TABANI UYGULAMALARI .....	51
2.7.1. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Risk Merkezi.....	53
2.7.2. Kredi Kayıt Bürosu (KKB).....	56
2.7.2.1. Kredi Referans Sistemi(KRS).....	57
2.7.2.2. Müşteri İtirazları Değerlendirme Sistemi (MİDES) .....	58
2.7.2.3. Sahte Bilgi/Belge/Beyan/Başvuru Alarm Sistemi (SABAS).....	59
2.7.2.4. İnternet Sahtekârlıkları Alarm Sistemi (IFAS).....	59
2.7.2.5. Limit Kontrol Sistemi (LKS).....	60
2.7.2.6. Findex.....	61
2.7.3. E-Devlet Veri Tabanları.....	63

<b>3. BÖLÜM BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNU ÖNLEMeye YÖNELİK BANKA İÇİ GELENEKSEL UYGULAMALAR.....</b>	<b>65</b>
3.1. LİTERATÜR ÇALIŞMALARI.....	65
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI .....	70
3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	70
3.4. ARAŞTIRMANIN MATERYAL VE YÖNTEMİ.....	71
3.5. BULGULAR.....	73
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	92
KAYNAKLAR .....	95
EKLER.....	102
ÖZGEÇMİŞ .....	104

## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. 2000-2017 Yılları Arası Türkiye'de Faaliyet Gösteren Bankaların Toplam Aktif Büyüklüklerinin Yıllara Göre Değişimi.....	15
Tablo 1. 2. 31.03.2017 İtibariyle Aktif Büyüklüklerine Göre Banka Sıralaması.....	16
Tablo 1.3. 2013 – 2017 Yılları Arası Bankalarca Kullanılan Kredilerin Sektörel Dağılımı (Bin TL) (Gerçek/Tüzel Kişi Bazında).....	17
Tablo 1.4. Ocak/2018 Yılı İtibariyle Bankalarca Kullanılan Kredilerin Sektörel Dağılımı (Bin TL) (Gerçek/Tüzel Kişi Bazında).....	18
Tablo 2. 1. 2013 – 2017 Yılı Operasyonel Göstergeler.....	62
Tablo 3. 1. Anketin Güvenilirlik Katsayısı.....	72
Tablo 3. 2. Çalışanların Demografik Özelliklere Göre Frekans Dağılımları.....	73
Tablo 3. 3. Beşli Likert Frekans Dağılımları.....	74
Tablo 3. 4. Cinsiyet Durumuna Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Mann-Whitney U Testi Sonuçları.....	79
Tablo 3. 5. Medeni Durumuna Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Mann-Whitney U Testi Sonuçları.....	81
Tablo 3. 6. Yetkili Olunan Kredi Türüne Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Mann-Whitney U Testi Sonuçları.....	83
Tablo 3. 7. Katılımcıların Yaşlarına Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Kruskal-Wallis Testi Sonuçları.....	88
Tablo 3. 8. Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Kruskal-Wallis Testi Sonuçları.....	88
Tablo 3.9. Katılımcıların Hizmet Sürelerine Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Çıkan Kruskal-Wallis Testi Sonuçları.....	90

## ŞEKİLLER TABLOSU

Şekil 2.1. Bankanın Beklenen Kazancını Maksimize Eden Faiz Oranı..... 44



## KISALTMALAR

BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
IFAS	: İnternet Sahtekârlıkları Alarm Sistemi
KKB	: Kredi Kayıt Bürosu
KRS	: Kredi Referans Sistemi
LKS	: Limit Kontrol Sistemi
MERNİS	: Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi
MİDES	: Müşteri İtirazları Değerlendirme Sistemi
MİM	: Müşteri İletişim Merkezi
SABAS	: Sahte/Bilgi/Belge/Beyan/Başvuru Alarm Sistemi
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TMSF	: Tasarruf Mevduatları Sigorta Fonu

## GİRİŞ

Piyasalarda bilginin her zaman herkese eşit şekilde ulaşmaması durumunda asimetrik bilgi ortaya çıkmaktadır. Asimetrik bilgi piyasaların etkinlik düzeyini azaltmakta ve işleyişlerini zaman zaman aksatmaktadır. Bu sorunun geçerli olduğu durumlarda etkileşim içerisinde bulunan ekonomik aktörlerden daha çok bilgiye sahip olan taraf diğer tarafa karşı haksız bir üstünlük kazanmakta ve bu nedenle ekonomik faaliyetlerin etkin bir biçimde gerçekleştirilmesi mümkün olamamaktadır. Finansal piyasalarda yaşanan gelişmeler ekonominin geneli üzerinde önemli etkilere neden olmaktadır. Bu nedenle piyasaların sağlıklı işleyişi istikrarlı bir ekonomik sistemi için büyük önem taşımaktadır. Bilhassa gelişmekte olan ülkelerde bu piyasalarda sürekli istikrarın sağlanması ve bu istikrarın korunması her zaman mümkün olmamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde finansal hareketliliğin daha çok bankalar aracılığıyla gerçekleştirilmesi de kredi piyasalarına büyük bir sorumluluk yüklemektedir. Asimetrik bilgi sorunu, kredi piyasalarının baş aktörlerinden olan bankaların yanlış kararlar almasına neden olarak, faaliyetlerini yürütebilmesinde aksaklıklar yaratabilmekte ve makroekonomik sorunları beraberinde getirmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde; bankacılık sektörü hakkında bilgi verilerek, bankaların sınıflandırmalarına ve fonksiyonlarına değinilmiştir. Ayrıca “Osmanlı”dan Cumhuriyet dönemine ilk bankacılık girişimleri ve Cumhuriyet dönemi ve sonrasında Türk bankacılık sektörünün gelişimi ışığında bankacılığının geçirmiş olduğu süreçler hakkında açıklamalar yapılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; asimetrik bilgi kavramı ayrıntılı bir şekilde açıklanarak, kredi piyasalarında özellikle bankacılık sektöründe asimetrik bilginin yarattığı ters seçim, ahlaki tehlike ve temsilcilik problemleri üzerinde durulup; bu sorunların çözüm önerileri, detaylı bir literatür taraması yoluyla tartışılmıştır. Ayrıca kredilendirme faaliyetlerinde asimetrik bilgi sorununun çözümüne önemli derecede katkısı olduğu düşünülen ve geliştirilmesinin sektöre yarar sağlayacağı, Türk bankacılık sektöründe, müşteriler hakkında bilgilenmeyi sağlayıcı ortak paylaşım uygulamalarına ve faydalandıkları kamu bazlı bilgi kaynaklarına değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde; bankalar arası kullanılan ortak veri tabanı uygulamaları ve kamu bazlı bilgi kaynaklarına değinmeksizin, asimetrik bilgi sorununu azaltabilmek adına banka içi gelenekselleşen görüş ve uygulamalar belirtilmiştir. Bunun için, Tokat İli ve İlçeleri'nde faaliyet gösteren üç kamu ve dokuz özel banka (katılım bankaları hariç) ile anket çalışması yapılmış olup; elde edilen veriler Mann-Whitney U Testi ve Kruskal-Wallis Testi kullanılarak yorumlanmıştır. Son olarak asimetrik bilgi sorununun çözümü için literatür ve yapılan uygulamalı çalışmalar ışığında çıkarımlarda bulunulmuştur.





## **1. BÖLÜM: BANKACILIK SEKTÖRÜ, BANKALARIN FONKSİYONLARI VE SINIFLANDIRILMASI**

Kredi piyasalarında asimetrik bilgi ve bunun bankalar üzerindeki etkilerine değinmeden önce birtakım konulara açıklık getirmek önümüzdeki bölümlerde konunun daha iyi anlaşılabilmesi açısından faydalı olacaktır. Öncelikle banka ve bankacılık sektörünün tanımlarına değinilecektir.

Bankacılık sektörü başlığı altında ilk olarak bankacılığın tanımı yapıлып sonrasında Türkiye’de bankacılığın gelişimi ele alınacak ve ardından da bankaların fonksiyonları, faaliyet sürdürdükleri alanları ve sektörün sınıflandırılması konuları incelenecektir.

### **1.1. BANKA VE BANKACILIK TANIMI**

Dünyanın birçok ülkesinde küçük farklılıklarla tanımlanan ama normalde aynı anlamı ifade eden banka kelimesinin İtalyanca “banco” sözcüğünden türemiş olduğu ve sonrasında ise kelimenin banka olarak kullanıldığı görülmüştür. İtalyanca ‘da banco kelimesi tezgah veya masa anlamına gelmektedir (Parasız,2007:169).

Banka; mevduatları kabul etmiş olan, bu mevduatları en etkin şekilde birçok kredi enstrümanlarında kullanma amacına giden ve en önemli faaliyet alanı düzenli biçimde kredi almak ya da kredi vermek olan finansal bir yapıdır. Bir başka tanımı ise banka; sermaye, para, kredi konularıyla ilgili birçok çalışmaları yürüten ve bu çalışmaları düzene sokan, kamusal ve özel şahıslarla işletmelerin söz konusu alanlardaki bütün gereksinimlerini karşılayan finansal birime denir. En kısa tanımıyla ise ; Bankalar faizle para alıp veren, kredi ve kambiyo işlemleri yapan, kasalarında değerli mal, eşya ve para saklayabilen birimlerdir. Bankaların faaliyetleri, denetimleri, mali yapıları, teşkilatları Bankalar Kanununda veya özel bir kanunda ayrıca kısmen de olsa Merkez Bankası Kanununda kamu hukuku kuralları ile düzenlenmiştir. Bankalar anonim ortaklık tarzında işletilebilirler ve para arz ve taleplerin karşılaştığı kurumsal yapılardır. Ayrıca bankalar tüm bu sayılan işlemlerden farklı olarak birtakım başka işlemlerde yaparlar.Bunlara kısaca değinilecek olursa;

- Türkiye’de oluşan para ve kredi politikalarının yürütülmesine destek sağlar,
- Ekonomide aracılık görevleri vardır,
- Menkul kıymetlerin alış ve satış işlemini yaparlar,
- Kiralık kasaları vardır ve böylelikle bir takım kıymetli varlıkların güvenli bir şekilde korunmasını sağlarlar,
- Verilen kredi kartı ve bankomat kartları sayesinde ödeme yapılacak işlemlerde pratiklik sağlarlar,
- İç ticaret ve dış ticaret faaliyetlerinde aracılık yapar.

## 1.2. BANKACILIĞIN TARİHÇESİ

Bankacılık sektörünün başlangıç tarihi yaklaşık olarak MÖ. 3500 yılına kadar dayanmaktadır. Tarihte ise ilk bankacılık faaliyetlerini Babiller ve eski Sümer uygarlıkları yapmıştır. Sümerlerde bu yıllarda açılan mabetler ilk banka olarak tanımladığımız kurumlardır. İlk olarak borç verme işlemini uygulayanlar değinilen mabetlerin rahipleridir. Mabetler rahipler vasıtasıyla çiftçilere ayni ve nakdi krediler vermişlerdir. Bu durum yapılan kazılar neticesinde ortaya çıkan belge ve bulgularla anlaşılmıştır (Güney, 2007: 7).

Sümer ve Babil uygarlıklarından ayrı olarak Eski Mısır, Roma ve Yunan’da bankacılık namına faaliyette bulunmuş uygarlıklar arasındadır. Bu uygarlıklarda ticaretin gelişmesi ve toplum refahının gitgide yükselmesi sonucu özel bankerler meydana gelmiştir. Ortaçağ Avrupası’nda ise İstanbul’un fethinin sonrasında ortaya çıkmış olan Rönesans hareketleri, yeni kıtaların olduğunun fark edilmesi ve ticaretin gelişip okyanusların ötesini de aşması bankacılığın olumlu anlamda yol almasını ve büyümesine imkan sağlamıştır. Tüm bu yaşanan olumlu gelişmelerin yanı sıra bir takım güçlüklerle de karşılaşmıştır. Bu dönemde İspanyol tüccarların Güney Amerika’dan getirdikleri altınlarla birçok sikkeler basması ve Avrupa’daki paraların çeşitliliği ve ayarlarının farklılığı piyasadaki değişim değerlerinin saptanmasını zorlaştırmaktaydı. Bu sorunların çözüme ulaşması adına 1609 yılında Amsterdam Bankası kurulmuştur. Bunun yanı sıra İngiltere ve Fransa arasında oluşan para sorunu içerisinde düşen İngiltere’de bir devlet bankası olma özelliğine sahip olan İngiltere Bankası kurulmuştur.

Oluşan sanayi devriminin ardından krediye duyulan gereksinim ve paranın ticari ve mali yaşam alanındaki fonksiyonlarının artması, bankacılığın gelişip ilerlemesine fayda sağlamış ve çağımız modern bankacılık aşamasına ulaşmıştır (Parasız,2007:170).

### **1.3. TÜRKİYE’DE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ**

Türk bankacılığının tarihsel gelişimine bakıldığında, Osmanlı Devletinden başlayıp da Cumhuriyet’in kuruluş yıllarından günümüze kadar gelen süreçte, Türk Bankacılık Sektörü’nün yapısı ve gelişiminin, ekonomik dalgalanmalardan oldukça fazla etkilendiği görülmektedir (Bakan,2001: 31). Yapılmış olan çalışmalarda Türkbancılığının gelişimi altı farklı döneme ayrılmıştır.

- Osmanlı imparatorluğu Dönemi (1847-1923),
- Ulusal Bankalar Dönemi (1923-1933),
- Kamu Bankaları Dönemi (1933-1945),
- Özel Bankalar Dönemi (1945-1960),
- Planlı Dönem (1960-1980),
- Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 ve 2004)
- Çağdaş Bankacılık (2004 sonrası )

#### **1.3.1.Osmanlı’dan Cumhuriyet’e İlk Bankacılık Girişimleri**

Osmanlı İmparatorluğu’nda bütçede oluşan açıkları kapatmak maksadıyla 1840’da “kaime” adı verilen ilk kağıt para çıkarılmıştır. Osmanlı Hazine’sinin devamlı dış ticarete açıklar vermesi dolayısıyla kaimelerin diğer paralar karşısındaki değeri önemli ölçüde azalmıştır. Bunun neticesinde talep edilen ithalatıkarşılama için ülke dışı piyasalardan kaynak temini güçleşmiş ve hükümet bu duruma çözüm yolları aramaya başlamıştır. 1845’de Galata bankerlerinin ileri gelen tüccarlarından ikisi ile anlaşma yapılmıştır. Bankerler tarafından Osmanlı ithalatının karşılanması için sabit bir döviz kurundan dış mali piyasalara yazılacak olan poliçelerle finanse edilme kararı alınmış ve uygulamaya başlanmıştır. Fakat bu sözleşme 1847’de yenilenmemiştir ve bankerler hükümetten farklı olarak aynı işlevi yerine getirmek için Osmanlıda bir ilk olacak olan özel bir banka açma yoluna gitmişlerdir (Bulut, 2015:6). Bu amaç

doğrultusunda ilk banka 1847’de Galata’nın ileri gelen Bankerleri tarafından İstanbul Bankası adıyla kurulmuştur. Fakat bir takım sebeplerden dolayı 1852 yılında kapatılmıştır. Osmanlı Bankası adında ve 1856 da kurulmuş olan banka, Osmanlı İmparatorluğu’nda başlangıç olarak kabul edilir. 1839 yılındaki Tanzimat Fermanının ardından devletin harcamaları elde edilen gelirleri aşar hale gelmiştir. Bu dönemde İstanbul’da faaliyette bulunan bankerlerden borç alma yoluyla devletin çeşitli kaynak gereksinimleri karşılamaya çalışmıştır. Kaimelerin ihracı ve toplanacak çeşitli vergiler bu duruma karşılık olarak alınmıştır. Kırım Savaşı’nın bitiminin ardından yapılan 1856 Paris Barış Antlaşması ile Osmanlı İmparatorluğu dış borç alma imkânlarını artırmıştır. Bu durum ise Osmanlı Bankası’nın kurulmasına en önemli etkidir.

Bahsedilen bu banka, İngiliz sermayesiyle kurulmuştur. 1863 yılında ise çiftçilere tarım kredileri verebilmek adına Memleket Sandıkları birimi kurulmuştur. Bu Memleket Sandıklarının finansmanı bir takım yollarla desteklenmiştir. Bunlar; imece usulü ve köylü bireylerin mallarıyla orantılı bir şekilde sandıklara buğday vermeleridir. Fakat sermayenin birikmesinde yaşanan bir takım sıkıntılar neticesinde ve kredi verme konusunda yapılan çeşitli yolsuzluklar sebebiyle Menafi Sandıkları adı altında yeniden düzenlenmeye gidilmiştir. Aşar vergisine menafi hissesi adıyla artış yapılarak Menafi Sandıklarının sermayeleri oluşturulmuştur. Toplanan kaynakların kullanımı ile ilgili yaşanan sıkıntılar neticesinde 1888 ‘de ilk devlet bankası olan Ziraat Bankası kurulmuştur. Ziraat Bankası’nın kurulmasıyla tarım kredilerini devletin denetimi altına almak hedeflenmiştir.

Ziraat Bankası’nın sermayesi Menafi Sandıklarının alacaklarının bankaya devredilmesi sonucunda oluşturulmuştur. Cumhuriyetin ilk yıllarında yani 1923 yılında, Türkiye’de çalışmalar gösteren 22 tane ulusal ve 13 tane yabancı toplam olarak 35 banka bulunmaktaydı. 1923 yılında yapılmış olan Türkiye İktisat Kongresi’nde, ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi amacıyla ulusal bankacılığın kurulması gerektiğini fakat özel kesimin henüz böyle güçlü olanaklara sahip olmadığı ve Bankaların kurulmasında devletin katkısının olması gerektiğini kanısına varılmıştır (Korukçu,1998:3).

### 1.3.2.Cumhuriyet Dönemi ve Sonrasında Türk Bankacılığındaki Gelişmeler

Özel sektör bankası kapsamında 1924'te Türkiye İş Bankası kurulmuş, 1925'de ise ilk kalkınma bankası kapsamında Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası faaliyete geçmiştir (Parasız, 2014:20).

Türkiye Sanayii ve Maadin Bankası, banka kaynaklarının birçoğunun iştiraklerine bağladığından özel sanayi işletmelerine kredi verme gibi olanağını gerçekleştirememiş; 1933 yılında Sümerbank'a devredilmiştir. Bunun yanı sıra tarım sektörüne daha fazla yardımcı olabilmek ve uygun krediler vermek maksadıyla, Ziraat Bankası'nın sermayesi 1924 yılında, 1927'de konut kredisi vermek için kurulmuş olan Emlak ve Eytam Bankası ise, 1946 yılında Emlak ve Kredi Bankası'na dönüştürülmüştür. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası ise 1930'da kurulmuştur.

1933-1945 yılları arasındaki dönem kamu bankaları dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde büyük ve etkin devlet bankaları kurulmuştur. Birinci Sanayi Planı'nın 1934 yılında yürürlüğe konulmasıyla, devlet sermayesi veya devlet sermayesinin öncülüğünde oluşturulmuş olan bu söz konusu bankalar birçok önemli görevler üstlenmişlerdir (Parasız, 2005: 21). 1933 yılında Sümerbank ve İller Bankası, 1935'de Etibank, 1937 yılında ise Denizbank kurulmuştur. Sümerbank'ın amacı sinai kalkınmayı güçlendirmektir. Bunun yanı sıra İller Bankası'nın kurulmasıyla yerel yönetimleri kalkındırıp, şehir imar ve altyapı hizmetlerinin sağlanması amaçlanmıştır. Denizbank ise Türk ve yabancı limanlar arasındaki posta seferlerinin düzenli bir şekilde yürümesini sağlamak için kurulmuştur. 1938 yılında kurulan Halk Bankası ile de küçük esnaf ve zanaatkârlara kredi sağlamak amaçlanmıştır.

1945-1960 yılları arası ise özel bankalar dönemi olarak anılmaktadır. 1945-1959 yılları arasında yapılan yatırımların ve modern olan işletmelerin artması, milli gelirin ve nüfusun hızla yükselmesi, şehirlerin gelişerek büyümesi, sanayi kesiminin ulusal gelirden daha da çok pay almaya başlaması ve üretimin piyasa talebine göre genişlemesi, ekonomide parasal ve kredi gereksiniminin giderek artmasına yol açmıştır. Bankacılık sektöründe yapılmış olan yatırımların getirileri oldukça yükselmiş ve özel

bankacılık hızlı bir şekilde önem arz etmeye başlamıştır. Söz konusu bu dönemde birçok banka kurulmuştur. Bunlar; 1946'da Garanti Bankası, 1948'de Akbank, 1950'de Türkiye Sınâî Kalkınma Bankası ve 1955'te Pamukbank'tır. Bu dönemde kurulmuştur. Bu dönemde, bankacılık işlemlerinde uygulanan komisyon oranları ve faiz oranlamalarının yalnızca hükümet tarafından belirlenmesi ve döviz dayalı işlem yapma yetkisinin Merkez Bankası'nda bulunması neticesinde, bankalarda şubecilik ve mevduat kazanmaya dayalı bir rekabet ortamı ortaya çıkmıştır. Şube bankacılığının genişleyip, çoğalması yerel bankaların kapanma sürecini hızlandırmıştır (Öz ve Çankaya,2011:13).

1960-1980 dönemi ise planlı dönem olarak bilinmektedir. Bu dönemde Bankacılık sektörü üzerinde devlet kontrolü etkili olmuştur ve dolayısıyla yeni bankaların kurulması sınırlandırılmıştır. Şube bankacılığı oldukça gelişmeye başlamış ve holding bankası haline dönüştürülen özel ticaret bankaları gündeme gelmiştir. Planlı dönemde toplam olarak 7 banka kurulmuştur. Bunlardan 5 tanesi kalkınma bankaları ve 2 tanesi ise ticaret bankalarıdır. Bu bankaların isimleri şu şekildedir. 1962 Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası, 1963 Sınâî Yatırım ve Kredi Bankası, 1964 Devlet Yatırım Bankası, 1964 Türk ve Amerikan Dış Ticaret Bankası, 1968 Türkiye Maden Bankası, 1976 Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası, 1977 Arap-Türk Bankası'dır.

1980-2004 yılları arasındaki döneme ise serbestleşme ve dışa açılma dönemi denilmektedir. Bu yıllara kadar bankacılık sektörü devlet kontrolünde olmuştur fakat 1980 yılından itibaren liberalleşme olarak ilerlemeler kat edilmiştir (Bakdur, 2003: 12). Ayrıca tüm bu gelişmeler doğrultusunda kalkınma politikası çerçevesinde pozitif reel faiz ve esnek döviz kuru uygulaması başlamış, piyasa serbestleşmesi için düzenlemeler yapılmıştır (Korukçu,1998: 11). Teknolojide ilerlemeler neticesinde bilgi edinebilmek artık daha da kolay ve daha da ucuz olmuş, bankaların bilgileri derleyip toplamaları ve ödünç alıcıları yönlendirmedeki avantajları azalmış olup banka dışı finansal araçlar daha etkin ve işlevsel hal almıştır. Bankalar, yasal olan düzenlemelere bağlı olsa bile mali piyasaların bu tarz düzenlemelerden uzakta olması, düzenlemelerin yarattığı maliyetlere bankaların katlanırken diğer araçların böyle maliyetlerden muaf olmaları gibi bir durumun ortaya çıkmasını sağlamıştır (Parasız, 2011:25).

Bahsi geçen dönemde bankacılık sektörüne katılımlar artık daha da kolaylaşmıştır. 1980’de Bank of Credit and Commerce, 1981’de Türk Bankası Ltd, Bank of Melland, 1982’de Habib Bank, 1984’te The First National Bank of Boston gibi bankaların Türkiye’de faaliyette bulunmalarına müsaade edilmiştir (Ertuğrul ve Zaim,1996:27).

1982 yılının sonlarında çıkarılmış olan Sermaye Piyasası Kanunu kapsamında sermaye piyasaları araçlarının kullanımları için gereken kurumsal ve yasal yapılar meydana getirilmiştir. İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) 1986’de faaliyette bulunmaya başlamıştır (Keskin vd., 2008:33).Ekonomideki serbest nitelikli piyasalarının işlevlik ve etkinlik kazanması bankacılığa önemli etkiler yaratmıştır. Piyasalara yeni yerli ve yabancı bankaların girişine müsaade edilmesi, mevduatların ve kredi faiz oranlarının serbest bırakılması nedeniyle bankacılık sektöründe rekabetler oldukça fazlaşmıştır. Artan bu rekabet, klasikleşmiş mevduat bankacılığının yerine, bankaların kaynak türlerinin çeşitlendiği bir bankacılığın kabullenilmesine etki etmiştir.

Bankaların sahip olduğu fonlar çeşitli alanlarda kullanılmaya başlamıştır. Bu alanlar; Devlet İç Borçlanma Senetleri (DİBS), sermaye piyasaları işlemleri, döviz işlemleri ve Hazine Bonolarının alımlarıdır. Bankacılık sektöründeki gelişmeler neticesinde hizmet alanları genişlemiştir. Böylelikle bankalar müşterilerine kredi kartları, döviz tevdiyat hesabı, tüketici kredisi, factoring, leasing, forfaiting, forward, future ve swap gibi yeni ürün yelpazesi sunmaya başlamıştır. Ayrıca bilgisayar sistemlerinin ve dönemin teknolojisinin oluşturduğu yeniliklerden faydalanılması, personellerin eğitimlerine daha da ağırlık verilmesi neticesinde bankacılık sektöründe oldukça ilerleme kaydedilmiştir.

1986 yılında kurulmuş olan Para Piyasası Kurulu; bankacılık sektöründe tüm kaynakların daha işlevsel ve verimli bir şekilde kullanımını amaçlamıştır. Bu kurul bir nevi aracılık faaliyeti gösterip, ellerinde nakit olarak fazla bulunan bankalardan nakit gereksinimi olan bankalara para transferi yaparak, kendisine gelir sağlar ve piyasada oluşan kısa dönemli likidite sorununu ortadan kaldırmış olur. Dolayısıyla Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ek olarak elde edilen emisyonu artık ihtiyaç duymamış olacaktır (Parasız, 2011:26). Finansal serbestleşme döneminde,piyasa faiz oranları artık

serbest bırakılmış ve söz konusu faiz oranlarının reel anlamda pozitif aşamalara çıkmasının önü açılmıştır. Tüm bunlar neticesinde yeni olan bankaların piyasalara olan girişleri artık kolaylaşmış ve sektörler uluslararası piyasalara açılmıştır. Uluslar arası bu piyasalardan kaynak sağlama ve sektörlerde bulunan bankaların yabancı para türünden faaliyet göstermesi serbestleştirilmiştir. Bilhassa da 1990 senesinde uygulanmaya konulan Para Programı sonucunda, Hazine'ye bütçe açıklarının finanse edilmesinin ticari bankalardan kaynak aktarılarak sağlanması olanağı oluşturulmuştur. Bahsi geçen programın kendi çerçevesinde tutarlı gözükmesine rağmen Türkiye'nin ekonomik durumunu 1994 krizine taban hazırlayan en önemli faktör olmuştur (Çolak, 2002:166).

1994 yılında birikmiş olan risklerin çoğu zarara dönüşmüştür. 1994 krizinde ülke ekonomisinde bir takım dengesizlikler ve bütçe açıkları meydana getirmiştir, spekülasyon atakların da etkisiyle Merkez Bankası rezervlerinin sabit kuru koruyamayacak seviyeye geldiği durumda kendini göstermiş ve bu durum Türk Lirasının devalüe edilmesiyle sonuçlanmıştır (Zirekoğlu, 2014:15).

1995 yılının ardından ekonomide meydana gelen toparlanmalar birçok sektörlere katkı sağladığı gibi bankacılık sektörünün de büyüye gelişmesine katkıda bulunmuştur. Faizlerin yüksek olması Türk Lirası türünden yatırımların artmasına neden olmuş ve bu durum neticesinde paradaki ikame yavaşlamıştır. Bunun yanı sıra yurtdışı borçlanmaları da vergilendirmeye tabi olmuştur.

1996 senesinde artmış olan kamuda borçlanma ihtiyacının karşılanması için dövizli ve enflasyona endekslenen borçlanmalar, bedelsiz ithalat uygulamalarına gidilmiştir (Doğan,2011:30).

1997 yılında ise; Uluslararası Para Fonu (IMF) ile bir anlaşma oluşturulmaya çalışılarak yurtdışı kaynaklı borçlanmaların artırılması amaçlanmıştır. Ayrıca T.C. Merkez Bankası ve Hazine Müsteşarlığı birlikteliğiyle protokol uygulanmaya başlanmıştır. Bunun amacı ise, piyasa beklentilerinin pozitif yönde etkilenmesini sağlamaktır. Merkez Bankası'ndan alınan avans kullanma işlemi birtakım sebepler



dolayısıyla Hazine Müsteşarlığı tarafından durdurulmuştur. Kaynak edinme talepleri piyasaya dönmüştür.

Faiz oranlarında meydana gelen anlık ya da dönemlik artışlar sonrasında Hazine programının istikrarlı bir şekilde sürdürüldüğünün gözlemlenmesi ve borçlanma taleplerinin düşmeye başlamasıyla TL bazlı finansal enstrümanlara talepler yükselmiş ve neticesinde faiz oranları hızla düşüşe geçmiştir. Böylece bankaların bilançosundaki açık pozisyonlar gitgide artmış, repolar kısa vadeli faiz oranlarının düşmesiyle tekrardan mevduata dönüşmeye başlamıştır (Keskin vd. 2008:36).

1998'in ikinci yarısı döneminden itibaren Uluslar arası Para Fonuyla izleme anlaşması adı altında bir anlaşma imzalanmıştır. Bu anlaşma ile bir takım düzenlemeler ve uygulamalar yapılacağı konusunda kararlar alınmıştır. Bu düzenleme ve uygulamalar; temel makro ekonomik problemlere çözümler sunulması, mali sektörlerdeki denetimlere dair düzenlemelerin yaygınlaştırılması ve vergi taslağının yasalaşması gibi faaliyetlerdir. Fakat yapılan anlaşmadan hemen sonra bankaların yaptıkları vadeli işlemlere ve açık olan pozisyonlarına çeşitli engeller getirilmiştir. Yurtiçinde bulunan bankalar bu sorumluluklara ayak uydurabilmek için açık pozisyonları kapatma işine girişmişlerdir. T.C. Merkez Bankası'nın döviz aracılığıyla ortaya çıkan paraların sınırlandırılması ve enflasyonun düşmesine de fayda sağlamak amacıyla kısa vadeli faizlerin düşmesinin de etkisi ile dövize olan talep yeniden canlanmıştır.

1999 yılına geldiğinde ekonomik alanlardaki faaliyetler azalmıştır. Bu bahsi geçen dönemde vergi kanunları kapsamında çeşitli farklılıklar öngören ve iştirakleri de içine alan kredi tanımını kapsayan, dolaylı kredi öz kaynak ilişkisini oldukça daraltan, risk yönetiminin, problemlili bankaların güçlenip gelişmesini ve yapılan müdahalelerinin düzenlenmesini öngören bir takım iyileştirme ve düzenleme politikaları gündeme gelmiştir. Ayrıca Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) adı altında, amaçlarının bankaların faaliyete başlamaları, yapılan bu faaliyetlerin izlenmesi, denetlenmesi ve denetimlerinin sonuçlarının karara bağlanması olduğu bir kurum kurulmuştur. Bunun yanı sıra Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) yine bu dönemde oluşturulmuştur.

Egebank, Yaşarbank, Esbank, Interbank ve Yurtbank gibi bankaların idarelerinin devri tasarruf mevduat sigorta sistemlerine verilirken, yatırım ve kalkınma bankaları arasında bulunan Birleşik Yatırım Bankası'nın faaliyetleri son bulmuştur. 1999 yılında IMF ile yapılan Stand-by Anlaşması neticesinde 2000 yılının ilk yarısında enflasyon oranları aşağı düşme eğilimi göstermiş ve kamu borçlanma düzeyine yönelik olumlu sonuçlar meydana gelmeye başlamıştır. Fakat yılın ikinci yarısında yapısal uyum düzenlemelerinin geç kalması, enflasyondaki geri düşüşlerin tahmin edilenden düşük olma eğilimi göstermiş, kamu mal ve hizmetlerine enflasyondaki artış kadar zam yapılması gibi olaylar talihsiz durumlara neden olmuş ve 2000 yılı Kasım ayında bankacılık sektöründe çeşitli sarsıntılar yaşamıştır.

Bu dönemde bazı bankaların piyasaların dışında kalma sebeplerinin arasında döviz kurlarında ve faiz oranlarında meydana gelen önemli ölçüde seyreden dalgalanmalar yer almaktadır. Ayrıca bu dönemde yönetimlerinin TMSF'ye devredildiği birçok banka vardır. Özel sermayeli bankalardan Etibank, Demirbank ve Bank Kapital bunlardandır. Ayrıca bu dönemde Kıbrıs Kredi Bankası ve Park Yatırım Bankası'nın faaliyetleri durdurulmuş dolayısıyla fondaki bankaların toplam sayısı 11'e düşmüştür.

2001'de bahsedilen bu sıkıntılar daha da artmış ve bunun sonucunda finansal sistemlerde başlayan ve daha sonrasında ise reel kesimlere hızlı bir şekilde yayılan Şubat 2001 krizi meydana gelmiştir. Döviz kurlarının ve faiz oranlarının hızlı bir şekilde yükselmeye başlamasına neden olmuş ve böylece Bankacılık sektöründe performans düşüklükleri yaşanmış ve bunun sonucunda ise sekiz banka daha TMSF'ye devir olmuştur.

Kriz nedeniyle birçok banka Etibank'ın çatısı altında bir araya gelmiştir. Bunlar; Bank Kapital ve Ulusal Bank, Egebank, Yurtbank, Yaşarbank, Sümerbank, Interbank ve Esbank'tır. Krizin sonrasında Nisan 2001'de "güçlü ekonomiye geçiş programı" uygulanmaya başlanmıştır. Bu programın amacı ekonomideki yapısal problemlerin giderilmesi, finansal sistemin mali yapısının kuvvetlendirilmesi, enflasyonun düşürülmesi, kamu borçlarının azaltılması ve bankacılık isteminin güçlendirilmesidir.

“Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı”, 2002 yılının ilk dönemlerinde 2002-2004 yıllarını içine alacak şekilde düzenlenmiştir. Programın hedefleri; makroekonomik dengelerin dış şoklar karşısında gücünün artırılması, borçlarının hafifletilmesi, mali disiplinin oluşturulması, enflasyonun düşürülmesidir. .

2002 yılında enflasyon düşüşe geçmiş, kısa vadeli politika faiz oranlarını düşürme yoluna gidilmiş ve dalgalanmaların önüne geçilmesi maksadıyla döviz piyasalarına bir takım müdahaleler yapılmıştır. Bu düzenlemeler sonucunda bankaların karlılık oranları artmaya başlamıştır. TMSF’ye devri olan bankaların satış, tasfiye ve birleşme işlemleri yapılmıştır. Bu dönemde yine Pamukbank Fon’a devredilirken, Şekerbank’ın sermaye ihtiyacı ortakları tarafından nakdi olarak karşılanmış olup; Vakıfbank’a sermaye benzeri kredi olanağı sağlanmıştır.

2003 yılında ekonomik dengelerin olumlu faaliyetler göstermesiyle büyüme; ortalamaların ve programda öngörülen hedeflerin üzerinde bir dengeye ulaşmıştır. 2003 yılında faaliyet gösteren banka sayıları 2002 yılındaki bankalara oranla daha da azalarak 50’ye düşmüştür.

2004 yılında bankacılık sektörü de ülkede ekonominin iyi gidişatına paralel olarak bir gelişme göstermiş ve bankalara güven artmıştır. Bilanço ve mali verileri kötüleşen bankalar TMSF’ye devredilerek finansal düzenin daha etkin ve güvenilir olması sağlanmış ve bankalar arası rekabet artmaya başlamıştır.

2004 yılı ve sonrasındaki döneme Çağdaş Bankacılık Dönemi denilmektedir. Bu yılda Türk bankacılık sisteminin aktif büyüklüğünde yakalanan güçlü gelişim ve büyümeye paralel olarak toplam şube ve personel sayılarında düzenli bir artış meydana gelmiştir. Söz konusu bu büyüme eğilimi, 2006 yılında çok daha fazla görülür hale gelmiş ve önündeki diğer dönemlerde de bu seyrini koruyarak, 2008 sonu itibarıyla banka şubesi sayısının 9.304’e, banka personel sayısının ise 182.667’ye kadar ulaşmasına imkan sağlamıştır (BDDK, 2008).

Bankacılık sisteminde Eylül 2017 itibarıyla faaliyette bulunan banka adedi 51’dir. Mevduat bankaları 33, katılım bankaları 5 ve kalkınma ve yatırım bankaları

sayısı ise 13'dür. Ayrıca 2017 Eylülü itibariyle mevduat bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarında çalışan toplam personel sayısı 195.064 kişidir. İstihdam, bir önceki yılın aynı dönemine göre 2.655 kişi yani yaklaşık olarak yüzde 1,3 oranında, 2016 yılına rakamlarına göre ise 1.635 kişi azalmıştır. İstihdamdaki azalış durağanlaşmıştır. Bankacılıkta kadın çalışan personel oranı yüzde 51, erkek çalışan personel oranı ise yüzde 49'dur. Eylül 2017 yılı itibari ile bankacılık sektöründe çalışan personellerin yüzde 78'i yükseköğretim mezunudur. Yüzde 7'sini ise yüksek lisans ve doktora yapmış kişiler oluşturmaktadır. Bu oran ilköğretim seviyesi için yüzde 1, orta öğretim seviyesi için ise yüzde 14'tür. Eylül 2017 itibariyle mevduat bankaları ve kalkınma ve yatırım bankalarının toplamda şube sayıları ise 10.658'dir (TBB,2017).

Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların 2017 yılı sonu itibariyle önem arz eden bilanço kalemleri aşağıdaki tablolar yardımıyla izah edilmiştir.

İlk olarak Tablo 1.1.'de 2000–2017 yılları arasında Türkiye'de faaliyet gösteren toplam aktif büyüklüklerin yıllara göre değişimi ele alınmıştır. 2000 ve 2001 yıllarında net dönem karı oluşmamış ve bankalar yaşanan ekonomik kriz nedeniyle büyük sıkıntılar çekmiştir. Yine aynı yıllarda personel sayısında ve şube sayısında azalışlar meydana gelmiştir. Kriz sonrası Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı ve beraberinde geliştirilen yerinde uygulamalar sayesinde bankacılık sektörüne güven artmaya başlamıştır. 2002'den itibaren her yıl bir önceki yıla göre aşağıda belirtilen tüm kalemlerde iyileşme yaşanmış ve artışlar sağlanmıştır. 2008 yılında Amerika'da meydana gelen ve sigorta piyasaları başta olmak üzere tüm piyasaları etkisi altına alan "Mortgage Krizi, Türk bankacılık sektörünü de etkilediği görülmüştür. O dönemde bankaların net karlarında bir düşüklük yaşanmış ve kredi koşullarında önceki döneme göre katılık ve artış hızında ise gerileme gözlemlenmiştir. Fakat tüm bunların yanı sıra Türk bankacılık sektörü, 2001 yılı sonrası geçirdiği yeniden yapılandırma evreleri neticesinde, küresel krizin etkisini üzerinde benzer şekilde bulunduran diğer ülkelere göre daha az hisseden bir sektördür.

**Tablo 1.1.** 2000-2017 Yılları Arası Türkiye'de Faaliyet Gösteren Bankaların Toplam Aktif Büyüklüklerinin Yıllara Göre Değişimi

YIL	Toplam Aktifler (Milyar TL)	Toplam Krediler (Milyar TL)	Toplam Mevduat (Milyar TL)	Toplam Öz Kaynaklar (Milyar TL)	Net Dönem Karı (Milyar TL)	Şube Sayısı	Personel Sayısı
2000	104.283.106	34.213.480	68.442.406	5.476.076	-2.709.599	7.837	170.401
2001	169.221.332	37.085.766	116.646.946	14.683.827	-11.237.395	6.908	137.495
2002	212.675.488	56.370.271	142.387.988	25.698.648	2.356.998	6.106	123.271
2003	249.749.773	69.990.148	160.812.250	35.537.885	5.610.281	5.966	123.249
2004	306.451.565	103.241.145	197.393.862	45.962.658	6.456.079	6.106	127.163
YIL	Toplam Aktifler (Bin YTL)	Toplam Krediler (Bin YTL)	Toplam Mevduat (Bin YTL)	Toplam Öz Kaynaklar (Bin YTL)	Net Dönem Karı (Bin YTL)	Şube Sayısı	Personel Sayısı
2005	396.970.059	153.059.052	253.578.919	53.736.044	5.714.742	6.247	132.258
2006	484.857.262	218.063.925	312.832.244	57.977.531	10.981.399	6.849	143.143
2007	561.171.879	280.453.091	356.983.744	73.485.931	14.331.479	7.618	158.534
YIL	Toplam Aktifler (Milyon TL)	Toplam Krediler (Milyon TL)	Toplam Mevduat (Milyon TL)	Toplam Öz Kaynaklar (Milyon TL)	Net Dönem Karı (Milyon TL)	Şube Sayısı	Personel Sayısı
2008	705.871	366.901	453.485	82.696	12.774	8.790	171.598
2009	798.533	381.013	507.258	106.467	19.477	9.027	172.402
2010	961.876	508.862	614.681	129.087	21.360	9.465	178.503
2011	1.160.712	664.289	698.920	138.452	19.042	9.834	181.418
2012	1.298.143	768.939	770.016	174.563	22.607	10.234	186.098
2013	1.635.370	1.015.524	943.313	184.892	23.613	11.021	197.465
2014	1.888.308	1.209.686	1.057.638	222.332	24.466	11.223	200.886
2015	2.235.995	1.458.516	1.250.698	251.614	25.644	11.193	201.204
2016	2.595.348	1.716.623	1.462.844	288.789	36.424	10.781	196.699
2017	2.903.276	1.970.784	1.637.541	331.770	36.035	10.658	195.064

*Kaynak: TBB İstatiksel Raporları*

Tablo 1.2.'de ise 2017 yılı Mart ayı sonu itibariyle bankaların aktif büyüklüklerine göre sıralaması gösterilmektedir. Bu tabloya göre, belirtilen tüm kalemlerde ilk sırayı T.C. Ziraat Bankası A.Ş. almaktadır.

**Tablo 1.2.** 31.03.2017 İtibariyle Aktif Büyüklüklerine Göre Banka Sıralaması

Bankalar	Toplam Aktifler	Toplam Krediler Ve Alacaklar	Toplam Mevduat	Toplam Öz Kaynaklar	Net Dönem Kar Ve Zararı	Bilanço Dışı Hesaplar	Çalışan Sayısı
T.C. Ziraat Bankası A.Ş.	384.695	251.901	232.084	41.206	2.170	1.263.818	25.008
Türkiye İş Bankası A.Ş.	333.449	220.499	191.451	37.393	1.643	789.572	24.753
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	300.420	195.913	167.444	36.369	1.526	1.584.400	19.506
Akbank T.A.Ş.	282.980	171.263	165.600	34.030	1.405	1.504.914	13.826
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	262.133	179.426	159.762	27.700	1.001	1.266.807	18.371
Türkiye Halk Bankası A.Ş.	247.830	168.447	157.825	22.800	1.219	959.638	17.762
Türkiye Vakıflar Bankası	221.012	154.227	129.985	20.676	1.225	1.926.013	15.678
Finans Bank A.Ş.	109.010	69.172	60.427	10.742	422	878.791	12.277
Denizbank A.Ş.	108.355	68.068	67.309	11.273	546	684.057	12.784
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	81.496	57.275	51.140	8.195	341	349.037	9.591
Türk Eximbank	65.160	60.795	0	5.360	159	76.133	626
ING Bank A.Ş.	50.404	35.200	25.870	5.085	175	328.911	5.188
Odea Bank A.Ş.	39.514	27.065	30.334	3.559	93	161.276	1.676
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası	25.412	18.648	0	2.991	141	287.465	362
HSBC Bank A.Ş.	23.839	14.530	15.968	2.331	58	181.832	3.046
Şekerbank T.A.Ş.	23.674	16.753	15.004	2.566	25	529.836	3.642
İller Bankası A.Ş.	21.485	16.982	0	14.651	220	21.717	2.501
Alternatifbank A.Ş.	16.810	10.597	8.795	1.274	24	82.665	938
Fibabanka A.Ş.	16.361	11.558	10.342	1.332	37	137.560	1.569
Burgan Bank A.Ş.	14.476	10.975	8.996	1.122	21	82.207	992
Anadolubank A.Ş.	12.430	8.646	9.125	1.634	47	88.850	1.817
İst. Takas ve Saklama Bankası	9.814	107	0	1.104	60	2.595.222	246
ICBC Turkey Bank A.Ş.	9.587	5.657	3.340	641	32	9.828	793
Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	9.507	6.152	0	1.102	47	30.691	669
Citibank A.Ş.	9.256	4.290	7.484	1.351	49	72.978	452

**Tablo 1.3.** 2013 – 2017 Yılları Arası Bankalarca Kullanılan Kredilerin Sektörel Dağılımı (Bin TL) (Gerçek/Tüzel Kişi Bazında)

S. NO	SEKTÖRLER	YIL	NAKDİ KREDİLER	% DAĞILIM	TASFIYE OLUNACAK KREDİLER	% DAĞILIM
1	BİREYSEL KREDİLER	2013	326.227.657,0	27,6	10.756.884,6	36,1
2	TOPTAN, PERAKENDE TİC., KOMİSYNC.MOTORLU ARAÇ		159.789.275,9	13,5	4.500.767,3	15,1
3	İNŞAAT		81.901.742,3	6,9	3.188.126,3	10,7
4	TAŞIMACILIK, DEPOLAMA VE HABERLEŞME		65.215.640,9	5,5	999.780,6	3,4
5	ELEKTRİK GAZ VE SU KAYNAKLARI		63.834.175,2	5,4	60.152,1	0,2
6	FİNANSAL ARACILIK		57.299.441,7	4,8	67.509,0	0,2
7	DİĞER		428.008.374,3	36,2	10.245.756,2	34,4
TOPLAM			<b>1.182.276.307,2</b>	<b>100</b>	<b>29.818.976,1</b>	<b>100</b>
1	BİREYSEL KREDİLER	2014	358.601.435,0	26,2	12.778.623,7	35,3
2	TOPTAN, PERAKENDE TİC., KOMİSYNC.MOTORLU ARAÇ		188.369.846,4	13,8	5.513.504,6	15,2
3	İNŞAAT		99.276.127,4	7,3	3.837.005,4	10,6
4	TAŞIMACILIK, DEPOLAMA VE HABERLEŞME		69.631.150,2	5,1	941.224,8	2,6
5	ELEKTRİK GAZ VE SU KAYNAKLARI		74.290.748,3	5,4	608.301,5	1,7
6	FİNANSAL ARACILIK		67.848.039,9	5,0	104.570,1	0,3
7	DİĞER		544.964.415,6	37,1	12.411.783,3	34,3
TOPLAM			<b>1.402.981.762,8</b>	<b>100</b>	<b>36.195.013,5</b>	<b>100</b>
1	BİREYSEL KREDİLER	2015	388.794.298,3	22,9	16.986.226,3	36,4
2	TOPTAN, PERAKENDE TİC., KOMİSYNC.MOTORLU ARAÇ		236.432.342,8	13,9	8.110.006,5	17,4
3	İNŞAAT		134.850.557,4	8	4.375.760,3	9,4
4	TAŞIMACILIK, DEPOLAMA VE HABERLEŞME		102.104.621,7	6	1.211.906,1	2,6
5	ELEKTRİK GAZ VE SU KAYNAKLARI		102.502.752,0	6	1.012.250,9	2,2
6	FİNANSAL ARACILIK		84.883.514,0	5	286.496,7	0,6
7	DİĞER		646.102.272,2	38,1	14.717.414,4	31,5
TOPLAM			<b>1.695.670.358,4</b>	<b>100</b>	<b>46.700.061,3</b>	<b>100</b>
1	BİREYSEL KREDİLER	2016	427.698.700,0	24,5	20.981.371,8	33,6
2	TOPTAN, PERAKENDE TİC., KOMİSYNC.MOTORLU ARAÇ		239.877.331,5	13,7	11.582.413,6	18,6
3	İNŞAAT		150.932.452,4	8,6	6.240.794,2	10,0
4	TAŞIMACILIK, DEPOLAMA VE HABERLEŞME		96.510.791,1	5,5	1.882.483,6	3,0
5	ELEKTRİK GAZ VE SU KAYNAKLARI		124.511.085,9	7,1	1.161.431,1	1,9
6	FİNANSAL ARACILIK		51.424.131,4	2,9	271.518,6	0,4
7	DİĞER		658.132.966,7	37,6	20.303.600,3	32,5
TOPLAM			<b>1.749.087.458,9</b>	<b>100</b>	<b>62.423.613,2</b>	<b>100</b>
1	BİREYSEL KREDİLER	2017	498.423.627,5	23,6	19.501.628,4	28,4
2	TOPTAN, PERAKENDE TİC., KOMİSYNC.MOTORLU ARAÇ		310.498.008,5	14,7	14.431.144,8	21,0
3	İNŞAAT		198.834.182,5	9,4	7.508.504,6	10,9
4	TAŞIMACILIK, DEPOLAMA VE HABERLEŞME		108.836.953,5	5,1	2.209.457,2	3,2
5	ELEKTRİK GAZ VE SU KAYNAKLARI		144.118.647,6	6,8	1.015.358,8	1,5
6	FİNANSAL ARACILIK		60.411.156,8	2,9	203.769,2	0,3
7	DİĞER		794.367.063,0	37,6	23.791.083,9	34,7
TOPLAM			<b>2.115.489.639,4</b>	<b>100</b>	<b>68.660.946,9</b>	<b>100</b>

*Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi*

Tablo 1.3.'te 2013–2017 yılları arası bankalarca kullanılan kredilerin sektörel dağılımları ve kullanılan kredilerin tasfiye oranları gösterilmiştir. Tüm yıllarda bireysel krediler (taşıt, konut ve ihtiyaç) ilk sırayı almıştır. Sektör bazında kredi dağılımlarında büyük oranda değişiklik olmayıp, tasfiye olacak krediler kalemi de bu oranlarla paralel bir seyir izlemiştir. 2013 yılında sektör büyüklüğünde 4. sırada yer alan Taşımacılık, Depolama Ve Haberleşme sektörü 2014 yılı ve sonrasında yerini Elektrik, Gaz ve Su Kaynakları sektörüne bırakmıştır. Finansal Aracılık Sektörü ise 2015 yılından sonra hacimsel bazda sürekli azalışa geçmiştir.

**Tablo 1.4.** Ocak/2018 Yılı İtibariyle Bankalarca Kullanılan Kredilerin Sektörel Dağılımı (Bin TL) (Gerçek/Tüzel Kişi Bazında)

	SEKTÖRLER	NAKDİ KREDİLER	% DAĞILIM	TASFİYE OLUNACAK KREDİLER	% DAĞILIM
1.	Bireysel Krediler	502.108.080	23,8	17.528.925,5	27,1
2.	Toptan, Perakende Tic.,Komisyncu Motorlu Araç Servis Hizmeti	312.615.743	14,8	13.673.976,2	21,2
3.	İnşaat	197.162.214	9,4	6.792.837,4	10,5
4.	Elektrik Gaz Ve Su Kaynakları	137.364.207	6,5	1.016.858,1	1,6
5.	Emlak Komisyon, Kiralama Ve İşletmecilik Faaliyetleri	116.307.529	5,5	1.804.327,5	2,8
6.	Taşımacılık, Depolama Ve Haberleşme	107.929.174	5,1	2.187.738,5	3,4
7.	Tarım, Avcılık, Ormancılık	85.377.153	4,1	2.457.056,4	3,8
8.	Tekstil Ve Tekstil Ürünleri	71.338.386	3,4	2.399.281,2	3,7
9.	Otel ve Restoranlar (Turizm)	68.551.353	3,3	1.809.666,6	2,8
10.	Gıda, Meşrubat Ve Tütün Sanayi	64.231.152	3,1	2.222.823,2	3,4
11.	Metal Ana San Ve İşlenmiş Mad. Ürt.	63.196.815	3,0	2.286.879,0	3,5
12.	Finansal Aracılık	57.123.178	2,7	252.100,4	0,4
13.	Savunma Ve Kamu Yönetimi,Zorunlu Sosyal Güvenlik Kurumları	41.335.705	2,0	48.965,1	0,1
14.	Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizm.	32.317.804	1,5	1.038.145,2	1,6
15.	Diğer Metal Dışı Madenler San.	29.727.785	1,4	1.458.028,0	2,3
16.	Kauçuk Ve Plastik Ür. San.	28.446.634	1,4	1.018.446,8	1,6
17.	Kimya Ve Kimya Ürünleri İle Sent. Lif San.	28.197.925	1,3	505.742,1	0,8
18.	Makina Ve Teçhizat San.	22.651.566	1,1	662.707,6	1,0
19.	Ulaşım Araçları San.	21.368.018	1,0	941.565,6	1,5
20.	Elektrikli Ve Optik Aletler San.	16.950.419	0,8	600.055,0	0,9
21.	Diğer	112.267.229	5,3	4.204.413,9	6,5
	<b>TOPLAM</b>	<b>2.105.531.560</b>	<b>100,0</b>	<b>64.646.075,7</b>	<b>100,0</b>

*Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi*



Tablo 1.4.'te ise 2018 yılı Ocak ayı itibariyle bankalarca kullanılan kredilerin sektörel dağılımları ve kullanılan kredilerin tasfiye oranları daha da ayrıntılı olarak gösterilmiştir. Diğer yıllarda olduğu gibi 2018 yılında da Bireysel Krediler sektörler arasında öncü durumdadır. Taşımacılık, Depolama ve Haberleşme sektörü kredi hacminin diğer yıllara oranla düşüşe geçtiği ve yerini Elektrik Gaz ve Su Kaynakları sektörüne bıraktığı görülmüştür. 2013 yılından bu yana artış eğilimi gösteren inşaat sektörüne paralel olarak; Emlak Komisyon, Kiralama ve İşletmecilik Faaliyetleri Sektörü kredi hacmi de yükselmiştir.

#### **1.4. BANKALARIN TEMEL FAALİYET ALANLARI**

Bankalar, diğer kanunlarda öngörülen hükümlere uymak kaydıyla aşağıda belirtilmiş olan faaliyetleri gerçekleştirebilirler. Bunlar:

- Mevduatların kabul edilmesi.
- Katılım fonlarının kabul edilmesi.
- Kredi verme işlemlerinin nakdi ve gayri nakdi olarak yapılması.
- Çek hesaplarının kullanılması ve her türlü tahsilat işlemlerinin yapılması
- Çeklerin ve kambiyo senetlerinin işlemleri
- Saklamaya yönelik her türlü hizmetler.
- Ödemeye yönelik vasıtalarının ihraç işlemleri ve bu işlemlerin faaliyetlerinin yürütülmesi.
- Efektif de dâhil olmak üzere tüm kambiyo işlemleri; para piyasası araçlarının alım ve satım işlemleri; kıymetli maden ve taşların alımı, satımı veya bunların emanete alınması.
- Ekonomik ve finansal göstergelere, sermaye piyasası araçlarına, mala, kıymetli madenlere ve dövizde dayalı; vadeli işlem sözleşmelerinin, opsiyon sözleşmelerinin, birden fazla türev aracı içeren basit veya karmaşık yapıdaki finansal araçların alımı, satımı ve aracılık işlemleri. Sermaye piyasası araçlarının her türlü işlemleri.
- Sermaye piyasası araçlarının ihracı ve halka arzı yoluyla satışına aracılık etme işlemleri.

- Daha önce ihracı gerçekleşmiş olan sermaye piyasaları araçlarının geri satımı için aracılık etme işlemleri.
- Başkaları lehine teminat, garanti ve sair yükümlülüklerin üstlenilmesi işlemleri gibi garanti işleri.
- Yatırımlara dair her türlü danışmanlık işlemleri.
- Portföylerin işletilmesi ve yönetim faaliyetlerinin yürütülmesi.
- Hazine Müsteşarlığı ve/veya T.C. Merkez Bankası ve kurulan diğer birlikler nezdinde meydana getirilen bir akit kapsamında üstlenilen yükümlülükler çerçevesinde alım satım işlemlerine ilişkin piyasa yapıcılığı.
- Faktöring ile forfaiting'e dair işlemler.
- Bankalararası piyasada para alım satımı işlemlerine aracılık,
- Leasing işlemleri,
- Sigorta acenteliği ve bireysel emeklilik aracılık hizmetleri,
- Fon artığı olan ülkelere fon açığı olan ülkelere kaynak aktarımı yaparak, coğrafi farkları azaltmak ve ulusal/uluslararası düzeyde olan kaynaklara akıcılık sağlamak,
- Çek, kredi, kredi kartı v.s kullandırarak maddi varlığı olmayan ve banka hesaplarını borç/alacak kaydı düşülmek suretiyle kaydi para yaratmak,
- Merkez Bankaları tarafından kullanılan para politikası araçları (avans ve reeskont faiz hadleri, açık piyasa işlemleri, karşılık oranları, disponibilitate oranı, selektif kredi kontrolü, kredi tavanlarının saptanması v.s) gelişmiş bir bankacılık sistemini gerektirdiğinden, para politikasının etkinliğini artırmak,
- Geliştirdiği ve uyguladığı ödeme ve kredilendirme yöntemleri ile uluslararası ticaretin gelişimine katkıda bulunmak,
- İzlenen kredilendirme politikası ile gelir ve servet dağılımını etkilemek (TBB, 2009).

### **1.5. BANKALARIN EKONOMİK SİSTEMDEKİ FONKSİYONLARI**

Bankaların fonksiyonları finans sistemlerindeki risk ve güvensizliğin varlığı ile kredi piyasasındaki aracılık rolü temelinde oluşmaktadır. Banka, kredi talebinde bulunan borçlu ile kredi sağlayan alacaklı arasındaki bir aracıdır. Gelişmiş ve kurumsallaşmış ekonomilerde aracı kurum olmaksızın borçlu ve alacaklının birbirleri ile

doğrudan finansal ilişki kurmaları mevzu bahis olamaz. Bankaların fonksiyonlarını kısaca finansal piyasalarda aracılık, kaynaklara akıcılık sağlama, sermaye piyasalarını geliştirme, kaydi para yaratma fonksiyonu olarak açıklamak mümkündür (Akgüç,1989:5-6). Konu daha da açılacak olursa; Bugünkü ekonomik ve ticari işlemler içinde "Banka", sermaye, para ve kredi alanını kapsayan birçok işlemleri yapan ve düzenleyen gerçek ve tüzel kişi işletmelerin bahsi geçen alanlardaki gereksinimlerini gidermek için kurulan ekonomik kuruluştur.

Günümüzde bankaların birçok alanlarda fonksiyonları vardır. Bankalar, ilk zamanlarda yalnızca para alıp verme işlemleri için oluşturulmuş olup, mevduat toplayıp, topladığı mevduatı da bir faiz karşılığı gereksinimi olan müşterilerine satan bir kuruluş anlamında faaliyete geçmiştir. Çağımızda ise bankalar, artık bu temel görevlerinden farklı olarak fatura tahsil eder, sanayi kuruluşlarına destek çıkar ve bu kuruluşlara ortaklık sağlar, borsa faaliyetlerinde bulunur, ülkenin kalkınmasında önemli bir yeri vardır ve uluslararası ticaretin parasal açıdan aracılık faaliyetlerini üstlenir. Dolayısıyla bugünkü banka işlemlerinin farklı farklı ve karmaşık bir halde olması ayrıca ekonomide ki yüklerinin de giderek çoğalması sonucunda bankalar etkin ve seçkin kuruluşlar haline gelmişler. Normalde bankacılık, yatırım ve ticari bankacılık olarak iki gruba ayrılmıştır. Ticari bankalar, mevduat toplayarak ve kredi verme işlemleri aracılığıyla ticareti finanse ederler. Yatırım bankaları ise, menkul kıymetlere yatırım yapılmasına ve şirketlerin sermaye yapılarındaki farklılaşmalarına aracılık ederler. Bahsi geçen iki işlevleri de yerine getiren bankalara ise "evrensel" bankalar denilmektedir.

Bankalarda verilen hizmetler, müşteriye baz alarak ayrımına tabi tutulacak olursa; bireysel ve kurumsal olarak ikiye ayrılır. Kredi, mevduat, döviz alım satımı gibi işlemler, hem kurumlar hem de bireylere yönelik işlemlerdir. Yatırım kredisi, akreditif, teminat mektubu gibi bazı ürünler sadece kurumların ihtiyaçlarını gidermeye yönelik işlemler arasındadır. Kredi kartı veya konut kredisi gibi bazı ürünler de direk bireylere yöneliktir.

Bir bankanın en önemli fonksiyonu, tasarrufları üretime kanalize etmektir. Ürün ve hizmet üretimi ve bunların pazarlaması yapacak olan finansal birimlerin, bu faaliyetleri yapmak için finansmana gereksinimleri vardır. Birikimleri bu şekilde

yönlendirecek kişi ve kurumlar da söz konusudur. Ancak bu iki grubun arasındaki iletişimi ve para alışverişini gerçekleştirecek alanında uzmanlaşmış bir ekonomik birim olmadan oldukça zordur. Dolayısıyla bunları bankacılık sektörü üstlenmiştir. Bankalar; fazla parası olanların parasını belli bir vadeyle ve belli bir faizle ödünç alır, paraya ihtiyacı olanlara belli bir vadeyle ve belli bir faizle ödünç verir, satın alanlara, kurumların nakit akışlarından pay veren kağıtların satışında aracılık hizmetinde bulunur.

Bankalar, kişiler arasındaki nakit akışına ve ödemelere aracılık ederler. Bu aracılık hizmeti ya doğrudan transfer olarak ya da vadeli ödeme araçları ile yapılır. Bankalar bunun yanı sıra ödemelere aracılığın bir türevi olan para birimleri arasındaki değiş tokuş hizmetini de verirler Şirketlerin çeşitli işlemlerde vadeli ödemeleri için veya belli vadelerde yapacakları işler için, iş ortaklarına garanti göstermeleri gerekmektedir. Dolayısıyla itibar sahibi olan şirketler bankalardan temin edecekleri teminat mektuplarını ilgili olan kurumlara teslim ederek bu ihtiyaçlarını karşılamış olurlar. Ayrıca bankalar bireylerin talep ettikleri menkul kıymetleri, onların adına alıp satarlar. Buna ilaveten bireyler birikimlerini belirli anlaşmalar ve koşullar çerçevesinde ve belli bir dönem için bankanın yönetimine teslim ederler. Son olarak bankalar kişilerin sahip oldukları nakitlerini, menkul kıymetlerini, değerli madenlerini saklama alanında da fonksiyonları vardır (Öcal ve Çolak, 1999: 14-18).

### **1.6. BANKALARIN SINIFLANDIRILMASI**

Bankaların sınıflandırılmasında da çeşitli zorluklarla karşılaşılır. Bankaları kesin birbirinden ayırmak oldukça güçtür. Bu durum konularının karışıklığı, bankacılık faaliyetlerinin ülkenin ekonomik yapısına ve sermaye piyasalarına bağımlılığı, faaliyet alanlarının oldukça geniş olması ve bankaların çoğunlukla yasaların denetiminde olması neticesinde ortaya çıkmaktadır.

Ülkelere göre bankacılıkta bir takım farklılıkların görünmesi, bankacılık sektörünün öneminin ülkelere göre değişmesi, farklı farklı hedeflerle kurulmuş olan bankaların diğer bankacılığa dair faaliyetleri de üstleniyor olması, sınıflandırmaları zorlaştıran öncelikli nedenlerdir (Geylan, 1985: 16).

Türkiye’de de bankacılık alanında yaşanan gelişmeler ve bankaların perakende bankacılık uygulamalarına ağırlık veren, uzmanlaşmamış bankacılık anlayışı kesin bir sınıflandırma yapılmasını güçleştirmektedir. Geylan’a (1985) göre konuya sınırlılık getirmek amacıyla, hukuki yapıları, fonksiyonları vb. özellikleri dikkate alınarak bankalar:Ticaret Bankaları, Kamu Bankaları, Bölgesel Ticaret Bankaları, Yatırım ve Kalkınma Bankaları ve Diğer Bankalaradları altında incelenmiştir. Daha sistematik ve detaylı bir sınıflandırma yapılırsa;

### **1.6.1. Sermaye Kaynaklarına Göre Bankalar**

**Özel Sermayeli Bankalar:** Bu bankaların sermayelerinin tümü özel sektöre aittir ve dolayısıyla kamukuruluşlarının ya da devletin payı yoktur.

**Kamusal Sermayeli Bankalar:**233 sayılı KİT’ler hakkında KHK alanına giren bankalara kamusal sermayeli bankalar denir.TCMB, Türkiye İş Bankası, Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası ve İller Bankası 213 sayılı KHK’deki tanımlamalara uymalarına rağmen 233 sayılı KHK kapsamının dışında kalmışlardır.

Ayrıca Türkiye Vakıflar Bankası, sermayesi açısından bir kamu bankası olmamasına rağmen, faaliyet alanı ve yürürlükteki işler açısından kamu bankası niteliğindedir (6219 sayılı kanunun 3272 sayılı kanunla değiştirilmiş 3. maddesi). Bu hüküm, bankanın resmi mevduat kabulünü sağlayabilmek adına konulmuştur.

**Karma Sermayeli Bankalar:**Devletin veya kamu tüzel kişilerin yanında, sermayelerinde özel kişi veya firmaların da payının bulunduğu bankalardır.

### **1.6.2. Hukuki Yapılarına Göre Bankalar**

**Kişisel Teşebbüs Bankaları:**Bir kişinin özel firma şeklinde oluşturup faaliyet gösterdiği bankalara Kişisel Teşebbüs Bankaları denir. Tüm dünya ülkelerinde bu tars kuruluşlar oluşturulmuştur fakat faaliyetlerine yasaklanmalar getirilmiştir.

**Ortaklık Halinde Kurulan Bankalar:**Bankalar Kanunu'na göre tüm bankaların anonim şirket şeklinde kurulması şarttır.

**Özel Kanunlarla Kurulan Bankalar:**Merkez Bankası ve belirli ekonomik grupları desteklemeleri amacıyla kurulan Vakıfbank, Türkiye Öğretmenler Bankası gibi bankalar özel kanunlarla kurulan bankalara birer örnek teşkil etmektedir.

### 1.6.3. Faaliyet Amaçlarına Göre Bankalar

**Emisyon Bankaları:** Devletin adına para yaratma gücüne sahip olan tek banka emisyon bankalarıdır. Bu özelliğiyle para piyasalarını kontrol altına alma yetkisine sahip olmuş olur.

**Yatırım ve Kalkınma Bankaları:**Yatırım bankaları sermaye piyasasında faaliyette bulunmak, sermaye piyasası araçları kullanılarak sahip olunan kaynaklar ile yatırım yapmak, işletmeleri verimli ve etkin bir şekilde yönetme ve sağlıklı mali yapı elde etmeleri maksadıyla birleşme ve devir konuları da dâhil olmak üzere danışmanlık imkânları sağlamak, mevduatlar hariç bankacılığa dair işlemleri yerine getirmek amacıyla kurulurlar.Mevduatları toplama yetkisine sahip olmayan yatırım bankaları ticari bankalara göre daha da küçük şubelere ve personellere sahiptir. İhraç ettikleri menkul kıymetler ve temin ettikleri krediler başlıca fon kaynakları arasında sayılır. Bu sağladıkları kaynakları kendi hesap ve namlarına menkul kıymet almak ya da firmalara orta uzun vadeli yatırım veya proje kredisi kullandırmak amacıyla değerlendirirler.

Kalkınma bankalarına gelecek olursak bu bankalar da yatırım bankaları gibi mevduat toplama yetkisine sahip değildir. Gelişmekte olan ülkelerde yatırım sermayesi eksikliğini ortadan kaldırmak ve kalkınmada önemli bölgelere finansman sağlamak hedefiyle kurulurlar. Mevduat toplama yetkisine sahip olmadıklarından dolayı esas kaynakları hükümetler ya da uluslararası kurumlardan temin edilen fonlar ile tahvil çıkarmak maksadı ile topladıkları fonlardır. Yukarıda sayılan yatırım bankacılığı faaliyetlerine ek olarak öz kaynakları ile idaresi bizzat kendilerine bırakılan fon ve benzeri kaynaklardan kredi vermek maksadıyla kurulurlar (TBB, 1999: 116).

**Ticaret ve Tasarruf Bankaları:** Ülkenin parasal sistemini düzenleyen çoğunlukla Devlet Merkez Bankası ve ticari bankalardır. Ticari bankalar; kar amacı güden işletmelerdir. Fakat Ticari banka işletmelerini diğer bankalardan farklı kılan bir takım özellikleri vardır. Bunlar; diğer işletmelere göre daha az serbestîye sahip olup çalışmalarının başta 9182 sayılı Bankalar Kanunu olmak üzere birçok yasalarla düzenlenmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

Genel olarak ticari bankaların yaptıkları işlemleri sıralanacak olursa bunlar; vadeli ve vadesiz mevduat kabul etmek, borçluya cari hesap açılması ticari senetleri iskonto etmek, kambiyo işlemlerini yürütmek, havaleleri kabul etmek ve ödenecek esham ve tahvilat işlerin yapmak, kiralık kasa hizmetleri vermek, toplanan mevduatı ticaret ve sanayici emrine hazır tutmak, ticari ve sınai yatırımlara iştirak etmektir (Kocaimamoğlu, 1985: 70). Ticari bankalar mevduatları toplar ve fonları kısa, orta ve hatta uzun vadeli krediye dönüştürür. Temel fon kaynaklarının mevduatlardan oluşması dolayısıyla, mevduat bankaları olarak da isimlendirilir. Son dönemlerde teknolojiye yaşanan gelişmeler dolayısıyla yaygın olarak bireysel hizmetler de sunmakta, fonlarını daha etkin bir şekilde yönetebilmektedir.

**Dış Ticaret Bankaları:** İthalat, ihracat işlemlerini yürüten ve dış ticaretin finansmanını sağlayan bankalardır.

**İpotek Bankaları:** Taşınmaz mal varlıklarının ipoteği karşılığında orta ve uzun vadeli kredi veren bankalardır.

**Tarım Bankaları:** Tarım ve hayvancılık alanında faaliyet gösterenlere yönelik orta ve uzun vadeli kredi veren bankalardır.

**Halk Bankaları:** Mesleki amaçlarla kullanılmak üzere küçük esnaf ve zanaatkarlara yönelik orta ve uzun vadeli kredi veren bankalardır.

#### **1.6.4. Organizasyon Yapılarına Göre Bankalar**

Organizasyon yapılarına göre bankalar; Tek şubeli, çok şubeli, holding bankaları, grup bankaları ve zincirleme bankacılık olarak beşe ayrılmıştır (Çivi, 1985: 44).

#### **1.6.5. Uyruklarına Göre Bankalar**

Uyruklarına göre bankalar ise ulusal bankalar ve yabancı bankalar olarak ikiye ayrılır. Türk kanunlarına göre kuruluş ve hizmete geçme esaslarına tabi olan, sermayesi Türk lirası, yönetim ve denetimi Türk'lere ait olan bankalara ulusal bankalar denilmektedir. Türkiye'de şube açmak şartıyla faaliyette bulunacak olan yurt dışında kurulu bankaların; Türkiye'ye ayrılmış olan ödenmiş sermayelerinin 20 Trilyon liradan az olmaması, kuruldukları ve faaliyette buldukları ülkelerde mevduat kabul etmelerinin veya bankacılık işlemleri sürdürmelerinin yasaklanmamış olmaları gereklidir (TBB, 1999: 35).



## **2. BÖLÜM: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ VE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNU ÖNLEMeye YÖNELİK UYGULAMALAR**

Bankalar, oluşturduğu yapıları ve faaliyetleri gereği birtakım aracılıklar üstlenen kuruluşlardır ve bu faaliyetleri yürütürken birçok risklerle karşılaşır. Bankalar için risklerin yönetimi oldukça önemlidir fakat risklerin kaynağı da en az yönetimi kadar önemli bir yere sahiptir.

Risklerin oluşmasına neden olan etkenlerin en önemlisi asimetrik bilgi sorunundan kaynaklanır. Bankaların, kredi verdikleri müşterileri nezdinde tam bilgiye sahip olmasalar da hemen hemen buna yakın olarak müşterilerinin kredi taleplerini karşılamaları asimetrik bilgi sorunundan dolayı ortaya çıkan risklerin azaltılmasına katkı sağlar. Bu nedenle bankaların, müşterilerini kredilendirmeden önce haklarında risklerini belirlemelerine katkı sağlayabilecek bir takım araştırmaları yapabilecekleri birçok veri taban uygulamalarından faydalanmaları mümkün olacaktır. Veri tabanı uygulamalarından yararlanılarak bilgi asimetrisinin iki ana yaklaşımı olan ters seçim ve ahlaki tehlike sorununu asgariye indirebilmiş olacaktırlar. Bankaların ortak kullanım imkânına sahip olduğu çeşitli veri tabanlarını kullanmaları neticesinde, piyasaların işlerliği yönündeki aksaklıklar azaltılmış olacaktır. Asimetrik bilgi finansal krizlerin yaşanmasında da önemli bir rol oynadığı için bu sorunun çözülmesi krizlerin yaşanma olasılığını da düşürecektir.

### **2.1. ASİMETRİK BİLGİ KAVRAMI**

Karşılıklı ticari ilişki içerisinde bulunan tarafların aralarında sözleşme doğmadan önce ve doğduktan sonra, bir mal veya hizmetin niteliği hakkında aynı bilgiye sahip olma duruma simetrik bilgi denilmektedir. Dolayısıyla tam bilgi ve simetrik bilgi kavramı birbirine benzer kavramlardır yalnız bütün tam bilgiler, aynı zamanda simetrik bilgiler iken, bütün simetrik bilgiler, tam bilgilerdir anlamına gelmez. Asimetrik bilgi ise en kısa tabiriyle taraflar arasında simetrik olmayan, eksik bilgilenme olma durumudur. Daha başka bir ifadeyle anlatılacak olursa; bir piyasada ekonomik faaliyetlerde

bulunmuş olan tarafın, bir diğerine göredaha da çok bilgiye sahip olması asimetrik bilgilenmeyi meydana getirmektedir. Bir tarafın bildiğini diğer taraf aynı boyutta bilmiyorsa, alıcının ve satıcının bilgiye sahip olma olanağı aynı değilse, bir tarafın söylediğini karşı tarafın objektif şekilde doğrulama veya teyit etme imkânı yoksa asimetrik bilgiden bahsetmek mümkündür.

### **2.1.1.Finansal Piyasalarda Asimetrik Bilgi**

Asimetrik bilgi yaklaşımı son dönemlerde ortaya çıkan modern bir teoridir. Bu teori finansal krizleri kendi bakış açısıyla açıklamayı hedefler. Asimetrik bilgi literatürde finansal piyasaların temel özellikleri arasında yerini almıştır. Finans piyasalarında etkinliği ve verimliliği sağlamanın en temel yolu; tüm alıcı ve satıcıların piyasalardaki işleyiş hakkında birbirleriyle aynı derecede bilgilere sahip olmalarıyla sağlanır. Eğer borç ilişkisine giren taraflar arasında bilgi aynı oranda dağılmamışsa, burada asimetrik bilgiden söz edilir. Bilgi asimetrisinin söz konusu olduğu bu durumda borç alanlar, borç verenlere göre daha kazançlı çıkacaklardır. Bunun sebebi ise borç alanların yapacağı yatırımlar hakkında borç verenlerden daha fazla bilgiye sahip olmasıdır. Bu durumda borç veren, borçluya güven konusunda bir belirsizlikle karşılaşır. Asimetrik bilgi yaklaşımına göre finansal kriz, finansal piyasalardaki bilgi akışının aksadığı dolayısıyla da finansal piyasaların görevlerini tam olarak yerine getiremediği durumdur.

Asimetrik bilgi probleminden bahsedilen öncü çalışma, 1970 yılında George Arthur Akerlof'un kaliteyi belirsizlikle ilişkilendirdiği "*The Market for Lemons: Quality Uncertainty and The Mechanism*" isimli çalışmasıdır. Akerlof, bahsi geçen bu çalışmasında fikirlerini geliştirmek namına kullanılmış otomobil piyasasından örnekler göstermiştir. Akerlof 4 farklı otomobilin olduğunu varsaymıştır. Bunlar; eski, yeni, iyi ve kötü olan otomobiller yani Amerikalıların değişiyile "Limonlar" dır. Yeni otomobiller iyi ya da kötü olabileceği gibi eski otomobiller de iyi veya kötü olabilir. Böyle bir piyasada, şahıslar alacakları otomobilin iyi mi kötü mü olduğunu tam olarak bilmeden yeni bir otomobil satın almış olurlar. Fakat Akerlof'a göre, kişiler satın aldıkları otomobillerin  $q$  kadar olasılıkla iyi bir otomobil ve de  $(1-q)$  kadar olasılıkla da bir limon olacağını bilmektedirler. Varsayım olarak  $q$ , üretilen iyi otomobillerin,  $(1-q)$

da limonların oranıdır. Satıcılar, piyasaya arz ettikleri otomobillerin kalitesi konusunda alıcılardan daha da çok bilgiye sahiptirler (Akerlof, 1970: 229-231). Yani taraflar arasında asimetrik bilgi vardır. Alıcı için iyi ve kötü otomobil arasındaki farkı anlayabilmek çokça zor olduğundan, iyi ve kötü otomobiller piyasada aynı fiyattan satılır. Böylece, alıcı, ortalama bir otomobilin kalitesi konusunda tahmin yapmak ve ödeyeceği fiyatı bu duruma göre belirlemek zorundadır. Bu fiyattan satış yapmak isteyenler sadece, iyi kaliteli otomobil satıcılarını piyasa dışında bırakacak şekilde, kötü kaliteli otomobil satıcıları olacaktır. Bu, bir piyasa başarısızlığıdır ve iyi kaliteli otomobil satıcıları ile kötü kaliteli otomobil satıcıları arasındaki dışsallıktan kaynaklanmaktadır.

Varian da, asimetrik bilgiyi açıklarken kullanılmış otomobil piyasasını örnek olarak kullanmıştır. Varian, Akerlof'un modelinde farklı olarak bir takım değişiklikler yapmış ve alıcılar ile satıcılar arasındaki asimetrik bilginin ortaya çıkaracağı sorunların, her iki kaliteden malın da satışını çokça yavaşlatacak ve hatta durdurabilecek şekilde önemli sonuçlar doğurabileceğini göstermiştir. Varian'a göre, eğer alıcıların ortalama bir otomobil için ödemeye razı oldukları fiyat, iyi otomobilin sahiplerinin talep ettikleri fiyattan az ise, piyasaya yalnızca kötü olan otomobiller çıkarılır. Eğer şahıslar bu otomobillerin kesinlikle kötü olacağını düşünüyorsa, o zaman söz konusu bu otomobili asla satın almayacaktır. Ayrıca böylesi piyasa modelinde, alıcıların iyi bir otomobile ödemek için razı oldukları fiyat miktarı, iyi otomobil satıcılarının satmaya razı oldukları fiyat miktarından fazla olmasına rağmen; piyasadaki taraflar arasında bulunan asimetrik bilgi nedeniyle iyi otomobillere yönelik herhangi bir değiş tokuş işlemi gerçekleşmemiştir. Bu durum, iki kaliteden malın da üretimini oldukça yavaşlatan bir piyasa başarısızlığıdır denilebilir (Varian, 1990: 603–623).

Asimetrik bilgi Gresham Kanunu'ndaki kötü paranın iyi parayı kovmasına benzer olacak şekilde, kötü otomobillerin de iyi otomobilleri söz konusu piyasadan kovmasına sebebiyet verir. Fakat Gresham Kanunu ile olan benzerlik tam da aynı değildir. Kötü olanlar, iyi olan otomobilleri piyasadan kovarlar çünkü; iyi otomobillerle aynı fiyattan satışa çıkarlar. Alıcı için iyi olan ve kötü olan otomobil arasındaki ayrımı bilmek kesinlikle imkânsızdır. Bu ayrımı yalnızca satıcı olanlar bilmektedir. Benzer olarak, kötü para iyi parayı kovar; çünkü değişim oranları birbirine denktir (Akerlof,

1970: 231–232). Fakat Gresham Kanunu'nda varsayım olarak, hem alıcı hem de satıcı iyi ve kötü para arasındaki farkı bilebilir. Dolayısıyla aralarındaki benzerlik tam değildir.

Böylece, Neoklasik iktisat teorisinin temel varsayımlarından birisi olan tam bilgi varsayımı, yukarıda açıklanmaya çalışılan bir ürün veya hizmetin özelliği konusunda taraflardan birinin diğerinden daha da çok bilgiyi elinde tuttuğu, asimetric bilgi nedeniyle geçerliliğini kaybetmektedir. Asimetric bilgi problemi, tam rekabet şartlarını piyasadan yok edip özel ve sosyal maliyetler ya da fayda arasında farklılık meydana getirerek piyasa başarısızlığına neden olur (Ünsal, 2001: 542).

Finansal piyasaları, mevcuttaki fonları bilgi asimetrisi nedeniyle en verimli yatırım fırsatlarına etkin bir şekilde kanalize edemezler ve yatırımlarda azalma bunun sonucunda ise, finansal faaliyetlerde etkinsizlik ve daralma meydana gelir. Asimetric bilgi teorisi finansal krizleri açıklamada oldukça cazip gelen bir yöntemdir. Bunun nedeni ise finansal yapının en temel gerçeklerini yansıttığıdır. Bu temel gerçekler aşağıda yer almaktadır (Miskin, 1994)

- a) Bir firmanın hisse senedi ihraç etmesi, faaliyetlerini finanse etmenin ilk yöntemi olmamaktadır.
- b) Yalnızca büyük firmalar yaptıkları faaliyetlerini finanse edebilmek için hisse senedi ihraç edebilirler.
- c) Finansal sistem; en çok değişen yenilenen ve düzenlemelere açık olan sektörlerden biridir.
- d) Fonların en verimli yatırım sektörlerine yönlendirilmesi için finansal aracılık birincil yöntemdir.
- e) Firmaların en önemli dışsal fon kaynağını bankalar oluşturur.
- f) Teminat, borç sözleşmelerinde en yaygın kullanılan özelliklerindedir.
- g) Bankalar, firmaların dış kaynak bulmalarını sağlayan en önemli kuruluşlardır.
- h) Borç sözleşmeleri, taraflar arasındaki borç ilişkisini düzenleyen ve borçlu tarafın borcunu ödemesi için yasal sınırlandırmalar getiren önemli sözleşmelerdir.

## 2.2. ASİMETRİK BİLGİ İÇEREN DİĞER PİYASALAR

Taraflar birbirleri arasındaki asimetrik bilgiden dolayı ahlaki tehlike ve ters seçim gibi bir takım problemlerin meydana gelmesi sebebiyle iyi yani diğer bir anlamda kaliteli ürünlerin piyasadaki kovulması neticesinde piyasanın başarısızlığa maruz kalması yalnızca kredi piyasalarında gözlenen bir durum değildir. Sigorta piyasaları, canlı hayvan piyasaları, emek piyasaları, menkul kıymet piyasaları ve ikinci el araba piyasası asimetrik bilgi problemlerinin görüldüğü diğer piyasalardır.

### 2.2.1. Sigorta Piyasaları

Ürün ve emtialarını yani bir diğer anlamıyla ticarete konu olmuş mallarını sigorta yaptırmak isteyenlerle bu riskleri kabullenerek sigorta primlerinin meydana getirdiği havuzları yönetimini elinde tutan şirketlerin bir arada oldukları piyasalara sigorta piyasaları denir. Ellerindeki ürünleri sigortalamak isteyen ekonomik birimlerin malları konusunda şirketten ayrı olarak bildiği farklı sadece tek bir bilgi bile taraflar arasında asimetrik bilginin ortaya çıkmasına neden olur (Demirkıran, 2006: 127).

Sigorta şirketi, bütün müşterilerine benzer primler üstünden sigorta yaparsa, büyük oranda risk taşıyanlarla, temkinli davranıp düşük risk taşıyanları benzer fiyattan sigorta yapmak zorunda kalacaktır. Böyle bir durumda bir takım müşteriler sürekli kaza yaparak hasarlarını sigorta şirketinden alırken, kaza yapmayanlar da bu şahıslarla aynı primi ödemek durumunda kalacaklardır. Bu durumdan oldukça rahatsızlık duyan daha az kaza yapan şahıslar belirli bir zaman zarfının ardından sigortadan ayrılacak, daha az primler ile daha da fazla kaza hasarlarını ödemek durumunda kalmış olan sigorta şirketleri ise primleri artırmak zorunda kalacaklardır ve ayrıca iyi olan müşteriler de piyasaların dışında kalıp bir nevi kovulmuş olacaklardır. Bu söz konusu duruma engel olmak için sigorta şirketleri kimlerin ne kadar riskli olduğunu önceden tespit ederek bireyin özel durumuna göre prim belirlemek durumundadır. Bilhassa önemli sağlık problemleri olan bireylerin sağlık sigortası yaptırmaya meyilli olması ters seçim sorununu sigorta sektörü piyasalarında ortaya çıkarmıştır. Ciddi bir sağlıksal problem olması ihtimaliyle ya da elde edilen deneyimler neticesinde sigorta primlerinin oldukça yüksek düzeylerde olması durumunda, sağlıksal olarak herhangi bir problemi

olmayanların piyasadan çıkması sonucu, kendileriyle sözleşme yapılabilecek bireyler çok daha fazla tedavilere dair ödemelere ihtiyacı olan bireyler kalacaktır. Yangın durumlarına karşı sigortalanmış eski olan bir ev ya da işyeri mülkünün sahibinin önemsememezlik veya bile isteye kasıtlı olarak yangın çıkarıp da sigortadan yüklü bir miktarda para almayı istemesi; aracına tam kasko sigortası yaptırmış olan birinin trafikte gerekli olan dikkati ve trafik kurallarına uyumu yerine getirip uygulamaması ise sigorta sektöründe asimetrik bilgidan dolayı ortaya çıkan ahlaki tehlike sorununa birer örnek gösterilebilir.

Sigorta şirketleri, sigortanın özendirici durumlarının farkındadırlar. Müşterilerin ihmalkâr olma ve özensiz davranışlar gösterme ihtimalini düşürmek ve böylece şirketin maliyetlerini en aza indirmek için çeşitli tedbirler alabilirler. Mesela; sigorta şirketlerinin uygulamış olduğu “hasarsızlık indirimleri” sigortalıları daha dikkatli davranılması kapsamında bir teşvik oluşturacaktır. Çünkü hasarsızlık indirimleri, poliçe primlerini yüzde altmışa varan oranlarda düşürebileceğinden sigortalılar böylesine yüksek indirimden faydalanmak için daha dikkatli ve tedbirli davranacaktır.

### **2.2.2 Canlı Hayvan Piyasası**

Asimetrik bilgi ve bundan kaynaklanan sorunlar alım satım işlemlerinin olduğu her piyasada görülür. Canlı hayvan piyasasında da asimetrik bilginin oluşu daha yüksek kaliteli malları piyasadan çıkarır, düşük kaliteli malların ise piyasada alınıp satılmasına imkan sağlar. Konuyu daha iyi anlamak için yerel pazarlarda belirli dönemlerde satılan civciv örnek gösterilebilir. Civcivler çoğu zaman yumurta veya beyaz et üretimi için gerekli olan tavukları yetiştirmek adına üreticilerce piyasaya sunulurken bir şekilde yalnızca dişi olanların daha verimli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erkek civcivler bilgili bireyler tarafından tespit edilip yerel pazarlarda, civcivin cinsini ayırt etmeye yarayan bilgiye sahip olmayan şahıslara satılmaktadır. Erkek civcivlerin fiyatları dişilere oranla daha düşük belirlendiği için dişi civcivlerin de satıldığı pazarda bu düşük fiyattan dişi civcivlerini satmak istemeyen civciv sahipleri hayvanlarını pazardan alacaklardır. Bu şekildeki bir durumda da sadece erkek olanlar mübadeleye girecektir. Civcivleri satın alanlar ancak birkaç ayın ardından satın aldıkları malın tahmin ettikleri gibi olmadığını anlayacaklardır(Yıldırım, Eşkinat ve Kabasakal, 2005: 278).

### 2.2.3. Emek Piyasası

Emek piyasası rekabetçi piyasa olduğunda, çalışmayı arzulayan bütün bireyler, kendi marjinal ürününe eşit ücret üzerinden iş bulabilir. Fakat birçok ülkelerde istihdam oranları düşük ve dolayısıyla işsizlik oranları da fazlasıyla yüksektir. Buna bağlı olarak kişiler sürekli iş aramaktadır.

Toplumda homojen olmayan bir emek söz konusudur. Mühendis, doktor, müfettiş gibi birçok farklı meslekte ve alanlarda çalışan kişilerin birbirlerinden ayrı becerileri ve yetenekleri vardır. Şahıslar ellerindeki beceri ve yetenekleri konusunda bilgiye sahipken bu kişileri işe almayı düşünenler ise bunları işe alım sürecinden önce bilemezler. Bu bilgi eksikliğini önlemek adına bireyler sertifika ve diplomalar alma yoluna gitmişlerdir. Görevini icra etmek isteyen kişi gerekli olan eğitim ve öğretimleri alıp sertifika veya diplomasını elinde bulunduracak, işverenler de bu belgeleri göz önüne alıp değerlendirerek kişileri işe alacaklardır. Bu sayede asimetric bilgi simetric hale dönüşecektir (Yıldırım, Eşkinat ve Kabasakal, 2005: 279).

### 2.2.4. Menkul Kıymetler Piyasası

Yeni Keynesyen iktisatçılardan bazılarının göre; menkul kıymetler piyasası ikinci el araba piyasasıyla benzerlik göstermektedir. Örneğin, hisse senetlerine yatırım yapmak isteyen bir kişi, firmaların karlılıklarını risk durumlarını ve getirilerini tam anlamıyla kavrayamaz. Böyle bir durumda şirketlerin ihraç ettikleri hisse senetleri için kendine göre makul bir fiyat belirler firmaların ihraç ettiği senetler için kendince uygun olan bir fiyat belirlemeye çalışır. Bu fiyat kötü firmaların ihraç ettiği senetlerin fiyatından fazla, iyi durumda olan firmaların ihraç ettiği senetlerin fiyatından ise az olacaktır (Orhan ve Erdoğan, 2003: 219).

Parasını menkul kıymetlere yatırarak gelir elde etmek isteyen potansiyel yatırımcı beklenen kazançları yüksek olup riski düşük olan iyi firmaların hisse senetleri ile kötü firma olarak adlandırılan yani beklenen getirisi az olup riskleri fazla olan firmaların hisse senetlerini birbirlerinden ayırt edemeyebilir. Potansiyel yatırımcı kafasında ortalama bir fiyat belirler. Bu fiyat genellikle iyi firma hisse senedi ile kötü

firma hisse senetlerinin arasında bir fiyattır. Böyle bir durumda iyi firma sahipleri, yatırımcının belirlediği ortalama fiyattan hisse senetlerini satmaya yanaşmayacaklardır. Çünkü firma sahipleri yatırımcıdan daha fazla bilgiye sahiptirler yani saklı enformasyondurlar ve senetlerinin fiyatlarının daha fazla edeceğini bilmektedirler. Yatırımcının teklif ettiği fiyat firma menkul kıymet değerinin oldukça altındadır. Böylelikle söz konusu bu fiyattan satış yapmak mümkün olmayacaktır. Bu durumda, piyasada menkul kıymetlerini satmak isteyenler yalnızca kötü firmalar olacaktır. Çünkü alıcının teklif ettiği fiyat, onların menkul kıymetlerinin gerçek değerinin üstündedir. Kötü firmaların sahiplerinin veya yöneticilerinin, menkul kıymetlerini satmak için çok fazla ısrarcı bir tavır izlemeleri, potansiyel yatırımcılara bu menkul kıymetlerin gerçek değerleri hakkında birtakım yönergeler verecek ve onlar da bu piyasada yatırım yapmaktan vazgeçmek durumunda kalacaklardır. Böyle bir pozisyonda menkul kıymetler piyasasında meydana gelen aksaklıklar dolayısıyla firmaların sermayelerini artırma arzuları olumsuz sonuçlanacaktır. Menkul kıymetler piyasalarında tahvil satın almayı talep eden bir yatırımcı benzer sorunla karşı karşıya kalabilir.

Yatımcı iyi ve kötü firmaları ayırtamazsa, faiz getirisi fazla olan kötü firmalara yönelecek ve geri ödememe riskini bilemeyeceği için bu durumu göz ardı edip kötü firmaların tahvillerini satın alacaktır. İyi firmalar ise, kötü firmaların vermeyi talep etmiş olduğu tahvil faizinin çok yüksek olduğunu bildikleri için o faiz oranından borçlanmayı istemeyeceklerdir. Bu durumda tahvil piyasasında sadece kötü firmaların tahvilleri işlem görecektir.

Yatırımcıların bu durumu anlamaları çok sürmeyecek ve kötü firmaların tahvillerini almaktan vazgeçeceklerdir. Böylelikle piyasalarda bu durumdan dolayı çok az tahvil satılacak ve firmaların tahvil ihraç ederek fon sağlama yöntemi azalacaktır(Mishkin, 2001: 166-167). Yukarıda belirtilen sorunlardan kaynaklı piyasaların etkin ve verimli bir şekilde işleyememesinin sebeplerinin başında aslında asimetrik bilgi sorunu gelmektedir.

Asimetrik bilgi sorununun çözülmesi sonucunda; menkul kıymet piyasasında yatırım yapmak isteyen yatırımcı, iyi ve kötü firmalar hakkında doğru ve tam bilgiye sahip olurlar. Böylelikle iyi firmaların ihraç ettikleri senetleri gerçek değerinden almak



için istekli olacaklardır. Piyasalar da bu duruma olumlu yanıt vererek kötü firmaların yanında iyi firmalarında yer alacağı verimli ve etkin bir yapı oluşturacaklardır. Firmalar için gerekli finansman kaynağı sağlanmış olup, yatırımları teşvik edeceği kaçınılmazdır.

Kredi piyasalarında, asimetrik bilgi probleminden kaynaklanan birçok sorun çıkmaktadır. Bunlar; ahlaki tehlike, ters seçim ve temsilcilik sorunudur. Piyasalardaki bu sorunun varlığı ekonomik konjonktürde dalgalanmalara ve finansal krizlere yol açmaktadır.

### **2.2.5. İkinci El Araba Piyasası**

Bu piyasada iyi ve kötü otomobiller (limon) vardır. Alıcı, otomobillerin kalitesi hakkında tam olarak bilgi sahibi olamadığı için araca ortalama kaliteye göre bir fiyat oluşturur. Bu durum kötü otomobil satıcılarının işine gelir fakat iyi otomobil satıcıları fiyatı beğenmeyerek piyasadan çekilir. Sonuç itibariyle piyasada yalnızca kötü otomobiller kalır. Bu durum ortalama kaliteyi düşürür ve aynı zamanda fiyat oluşumunu etkilemektedir.

## **2.3. FİNANSAL PİYASALARDA ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNA NEDEN OLAN FAKTÖRLER**

Asimetrik bilgi sorununun ortaya çıkmasına ve dolayısıyla finansal sistemlerde krizlerin yaşanmasına neden olan dört faktör vardır (Mishkin, 1990:3). Bunlar; faiz oranlarındaki artışlar, finansal olan ve olmayan sektör bilançolarının bozulması, borsaların çöküşü ve belirsizliklerdeki artışlardır.

### **2.3.1. Faiz Oranlarındaki Artışlar**

Faiz oranlarında meydana gelen artışlar, ters seçim sorununu ortaya çıkarabilir. Bu durumda ise kreditorler risklilik oranları yüksek olan projeleri kredilendirebilir. Eğer kredi veren kreditorler hangi projelerin riskliliğinin yüksek olduğunu ayırt edemezlerse, verdikleri kredi hacmini düşürmek durumunda kalırlar. Böylelikle yüksek seyreden faiz oranları kredi arzının artmasına değil, azalmasına neden olur. Piyasa faiz oranlarının

yükselmesi ve kredi arzının azalması neticesinde piyasa dengeden uzaklaşarak kredi talebini oldukça fazla artırır. Faiz oranlarının yükselmesi, kredi arzının azalması ve kredi talebinin giderek artması sonucunda; kreditorlerin riskliliği yüksek olan müşterilerini kredilendirme oranı artacaktır. Çünkü yüksek faiz oranından, riskliliği yüksek olan müşteriler, riskliliği düşük olan müşterilere göre daha çok istekli davranarak borçlanmak isteyeceklerdir. Ters seçim sorunu burada ortaya çıkmaktadır. Ters seçim nedeniyle kreditorler kredi arzını düşürerek, yatırımların ve diğer ekonomik faaliyetlerin azalmasına neden olacaktır (Mishkin, 1992: 13).

### **2.3.2. Bilançoların Bozulması**

Finansal kurumların kredilendirme olanaklarının azalması ekonominin daralmasını neden olur. Finansal araçların bilançolarının bozulması, kredi verme durumlarını azaltır. Finansal araçlar, bilançolarının kötüleşmesinden dolayı sermayelerinde önemli bir daralma yaşarlarsa, kredilendirmeyi kesmeyi veya sermaye artırımına yönelmeyi tercih ederler. Ancak bilançoları kötüye giden söz konusu bu kurumların uygun bir maliyetle sermaye artırmaları oldukça zordur. Bu nedenle bilançoları zayıflayan finansal kurumların verdiği tepki kredilendirmeyi daraltmaktır. Banka bilançolarındaki kötüleşme şiddetli ise bankacılık panik oluşturabilir. Mevduat sigorta sisteminin mevcut olmadığı bir durumda bir bankanın iflası asimetrik bilgi nedeniyle sistemin tamamına etki edebilir.

### **2.3.3. Borsanın Çökmesi**

Bir ekonomide borsanın çökmesi, finansal piyasalardaki ters seçim ve ahlaki tehlike sorunlarına neden olur. Ayrıca borsada olan firmalarında net değerinde de düşüşe yol açar. Net değerinde meydana gelen bu düşüşlerde kreditorlerin kredi arzlarını olumsuz yönde etkiler. Çünkü firmaların net değerleri kreditorlerin aldığı teminatla eşdeğerdir. Teminatların değerinin düşmesi, kreditorlere daha az koruma sağlayacağı için kredi geri ödemede aksaklık yaşanması sonucu katlanacağı risk ve kredilendirmeden doğan zararları artacaktır. Ayrıca borsanın önemli ölçüde düşmesi ve buna bağlı olarak firmaların net değerlerindeki azalmalar ahlaki tehlike problemlerini de artırmış olacaktır.

### **2.3.4. Belirsizliklerdeki Artış**

Belirsizlikteki bir artış, finansal piyasalarda asimetrik bilginin daha da fazla oluşmasına sebep olur. Dolayısıyla bu durum ters seçim problemini artırır. Kredi verenlerin ters seçim probleminin çözümündeki yeteneksizlikleri, onların kredi arzını giderek azaltır. Bu da kredilendirmede, toplam ekonomik faaliyetlerde ve yatırımlarda azalmaya yol açar.

## **2.4. ASİMETRİK BİLGİNİN FİNANSAL PİYASALAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ**

Asimetrik bilgi piyasada var olan katılımcılar arasında bir tarafın diğer tarafa oranla daha da çok bilgiye sahip olması durumu olarak açıklanmaktadır. Birbirleriyle etkileşim içerisinde olan ekonomik aktörlerden daha çok bilgiye sahip olan tarafın haksız bir üstünlük ve rant elde edeceği imkansız olmaktadır. Böyle bir durumda asimetrik bilginin gözlemlendiği piyasalarda ekonomik faaliyetlerden söz edilememektedir. Finansal piyasalarda fon akışını sağlayan kaynakların ekonomik birimleri arasında etkin şekilde dağılımının gerçekleştirilmesi bilgi akışının tam ve doğru bir şekilde sağlanmasıyla meydana gelir. Bilgi akışındaki eksiklikler nedeniyle finansal birimler arasında önemli aksaklık ve eksiklikler yaşanmaktadır (Karahan, 2006: 152).

Asimetrik bilgi, ters seçim (adverse selection), ahlaki tehlike (moral hazard) ve temsilcilik sorunu olmak üzere 3 tür probleme sebep olur. Ters seçim, finansal işlemden önce, ahlaki riziko ise finansal işlemden sonra meydana gelir.

### **2.4.1. Ters Seçim Sorunu**

Ters seçim kavramı birçok şekilde tanımlanabilmektedir. Bu kavram satıcı ve/veya alıcıların tam bilgiye sahibi olmadıkları zamanlarda, eksik bilgi nedeniyle normalde tercih etmeyecekleri malı veya tarafı tercih etmeleri anlamına gelmektedir. Daha başka bir ifadeyle bilgi eksikliğinin piyasadaki daha az kaliteli unsurların egemenliğine sebep olduğu ve yüksek kaliteli olanların ise piyasanın dışında

birakıldığı durumdur. Finansal sistemde ters seçim ile alakalı soruna örnek verilecek olursa, alacağı krediyi geri ödeyemeyeceğibilen bir müşteri bundan dolayı talep etmiş olduğu krediye karşılık olarak bankaya piyasa ortalamasının çok üstünde olan bir faiz oranını ödemeye razı olması ve krediyi ilk sıralarda alabilmesidir. Bu durumda, bankalar asimetrik bilgi sorunu nedeniyle ters seçim sorunu ile karşı karşıya kalmaktadırlar (Aras ve Müslümov, 2004:57).

Akerlof'a göre her ne kadar piyasalarda bütün malların homojen olduğu kabul edilse de durum hiçte böyle değildir. Pek çok farklı etkenlerden ötürü bir pazarda birbirinden ayrı kalitelerde mallar bulunması söz konusu olabilmektedir. Pazardaki malların kalitelerinin ayrı ayrı olması ise tüketicinin pazarın ortalama kalitesine göre bir fiyat teklif etmesine engel değildir, zira tüketici malları sadece genel olarak inceleyebildiği için malların kalitesi konusunda derin olmayan oldukça yüzeysel bir bilgiye sahibi olacaktır. Tüketicilerin tüm mallara aynı fiyatı verdiğini gören satıcılar ise yüksek kaliteli dolayısıyla yüksek maliyetli mallardansa çok daha düşük kaliteli malları piyasaya sunmaya başlayacaklardır, ancak tüketiciler bu durumu fark ettiklerinde piyasanın ortalama kalitesi düştüğü için daha düşük fiyat vereceklerdir. Bu durum satıcıların daha düşük kaliteli mal arz etmelerine yol açmış olacak ve sonuç itibariyle piyasadaki fiyatlarla beraber malların kaliteleri de düşecek dolayısıyla dabu durum piyasa hacminin daralmasına sebebiyet verecektir. Akerlof fiyatın düşmesiyle alıcıların beklentisinin de azalacağını, dolayısıyla da piyasa mekanizmasının dengeye gelmesinden bahsetmenin mümkün olabileceğini ama piyasa dengeye gelmiş olsa bile asimetrik bilginin hala varlığını devam ettirdiğini vurgulamıştır. Bu sebeple hala tarafların alışverişten memnun kaldığını söylemek tam olarak mümkün değildir. Akerlof'un ters seçim ile ilgili olarak kullandığı terimlerden biri ise "sahtekârlığın bedeli" kavramıdır. Piyasada düşük fiyata ortalama veya aşağı kalitede ürünler almak isteyen alıcılar olabileceği gibi yüksek fiyata güzel ve yüksek kalitede ürünler almak isteyen alıcıların da varlığı söz konusudur. Bu kişiler alışveriş yapmak için yüksek kaliteli ürünsatan satıcıları tercih edeceklerdir ama böyle durumlarda da asimetrik bilgi sorunu ortadan kalkmayacak ve alıcılar aldıkları ürünleri kullanana kadar ürünün kalitesi konusunda tam bilgiye sahip olamayacaklardır. Ayrıca bu tarz satıcıların yanı sıra bir de yüksek kaliteli ürün sattığını iddia eden fakat ortalama veya düşük

kaliteli ürünler satan satıcılar da söz konusudur. Alıcılar ikinci grup satıcıların paralarının karşılığı olan ürünü satmadıklarını anlayınca piyasadan çekileceklerdir.

Ters seçim kavramı oyun teorisi kapsamında da araştırılmıştır. Bu alanda özellikle J. Stiglitz ve Weiss'in çalışmaları ile M. Spence'in çalışması önem arz etmektedir. Söz konusu kişilere ait çalışmalarda "sinyalleme" ve "tarama" terimlerine yer verilmiştir. Bu iki terim de taraflardan birinin bilgi sahibi olduğu diğerinin ise bilgi sahibi olmadığı varsayımına yöneliktir. İki kavram ilk hareketi kimin gerçekleştirdiği hususunda birbirinden ayrılmaktadır. Sinyalleme oyununda bilgi sahibi olan kişinin ilk hareketi yaptığı varsayılır ve bilgi sahibi olmayan taraf bilgi sahibi olan tarafın hareketine göre tepkilerine yön verir. Örneğin bir ürünün üzerindeki etiketin veya bir otomobil satıcısının sahip olduğu büyük ve gösterişli mağazanın tüketicide güven etkisi yaratması gibi. Bu mevzudaki araştırmalarıyla önemli bilgiler aktarımı sağlayan Michael Spence'e göre, iş piyasasında eğitim, işveren ve işçi arasında gerçekleşen paylaşımlar önemli bir belirteçdir. İşçi kendi üretkenliğini bilir fakat işverenin bu konuda yeterli bilgisi yoktur dolayısıyla işveren işçinin eğitim durumuna bakarak bir ön görüde bulunabilir. Fakat şöyle bir durum vardır ki eğitim her zaman için doğru sonuçlar veren ve doğru tahminler yaptıran bir gösterge değildir.

Tarama oyununa gelinecek olursa; bu oyunda bilgi sahibi olmayan taraf ilk hareketi yapan taraf kabul edilir ve bilgi sahibi olan taraf buna göre tepkilerine yön verir. Şirketlerin iş gücü taleplerini tespit ederken belli bir eğitim seviyesini standart olarak ortaya koymaları bu duruma örnek teşkil etmektedir.

Hemenway'a göre ise, sigorta poliçesi satın almak isteyen kişiler tedbirli ve öngörüşlü kişilerdir. Poliçe almak istemeyen kişiler ise umursamaz kişilerdir ve bu sebeple poliçe fiyatlarındaki artış umursamaz olan kişilerin talebini çok ciddi bir şekilde düşürürken, tedbirli kişilerin talebini o kadar da fazla düşürmeyecektir. Ters seçim sorununu ortadan kaldırmak için kredi arz edenler vermiş oldukları kredilerin geri ödenmeme risklerine engel olmak adına, kredilerin risk değerlendirmelerini ve müşterilerin detaylı incelemelerini yaparlar.

### 2.4.2. Ahlaki Tehlike Sorunu

Ahlaki tehlike (moral hazard) denilen kavram, ekonomik bireylerin yaptıkları aktivitelerin sonuçlarından tamamen sorumlu olmadıklarını hissetmeleri halinde olağan durumdandaha da fazla risk almaları durumuna denir. Farklı bir deyişle kredi veren ve kredi talep edenler arasında kredi borç sözleşmesi yapıldıktan sonra meydana gelen bir asimetrik bilgi sorunudur.

Ahlaki tehlike sorununda temel problemler, kreditorlerin verdikleri kredilerin kullandıkları fonları ve kullanım amaçlarını tam olarak bilmemeleridir. Bu durum kredilerin geri dönüşünü zora sokacak olursa kreditorler zarara uğrayabilirler. Kredinin riskli projelerde değerlendirilerek başarılı olması neticesinde karın büyük bir kısmı girişimciye giderken projenin başarısız olması durumunda ise zararın büyük bir kısmının kreditorler tarafından karşılanması durumu söz konusu olacaktır.

Sonuç itibariyle kreditorler ve kredi talep edenler arasında ahlaki tehlikeden kaynaklanan çıkar kavgaları oluşacaktır dolayısıyla bu durum kreditorlerin daha az borç vermelerine sebep olacak ve böylece yatırımlar ve fon kullanımları oldukça düşecektir (Mishkin, 1996:3).

Ahlaki tehlike sorununa Türkiye Bireysel Bankacılık Sektörü (TBSS) güzel bir örnek oluşturmaktadır. Örneğin kredi kartı faiz oranı; enflasyon oranı, TCMB gecelik borçlanma faizi veya hazine borçlanma faizi gibi ekonomik göstergelerinin genelinde üzerinde ve yüksek seyreder. Maddi durumu çok kötü olmayan bireyler genelde kredi kullanmazken, kullananlar ise çoğu zaman ya borcunu ödemez ya da ödeyemezler. Bu durumun yükselerek artması sonucu bankaların kredi geri dönüş oranları düşmüştür.

Kredi kartı kullanan kişinin alışveriş yaptığı anda gelirinde bir azalma olmamaktadır. Bu nedenle kişiler kredi kartıyla yapmış oldukları alışverişlerinde kendilerini daha özgür ve daha rahat hissedebilmektedir. Dolayısıyla bu kredi kartının sahibi, her ne kadar iyi niyetli olursa olsun, bir anda ödeme problemleriyle karşılaşabilmekte bu durumda hem ilgili olduğu bankayı hem de kendisini ve ailesini zor durumlara sokabilmektedir. Aynı şekilde, kredi kartlarına çok yüksek faiz veren

bankaların, borcuna sadık olan kişileri kaçırmaları ve genellikle de borcunu ödeyemeyecek durumdaki müşterilerle uğraşmak zorunda kalmaları da ahlaki tehlikeye örnek teşkil eder. Konuyla alakalı verilen örneklerden biri ise ABD'deki yatırım bankalarıdır denilebilir. Bunlar batmaya yakın oldukları süreçte FED tarafından kurtarılmaya alışımlı bankalardır. Dolayısıyla bu duruma güvenerek bankalar oldukça riskli pozisyonlara da girebilirler. Bir nevi girmiş oldukları bir takım risklerin olumsuz sonuçlarının hepsini kendileri yüklenmeyeceği için, daha da riskli pozisyonlar onları rahatsız etmez.

### 2.4.3. Temsilcilik Sorunu

Ahlaki tehlike iktisadın temeline yerleşmekle beraber başta işletme yönetimi olmak üzere birçok disiplinin kullandığı bir terimdir. Günümüz modern işletmesinde yöneticilik ile sahiplik terimlerinin birbirinden ayrılması, ahlaki tehlikenin bir çeşidi haline gelen olan temsilcilik sorununu meydana getirmiştir. Bu dönemde işletmeleri yöneticiler idare ve kontrol ederken, işletme sahipleri ise yöneticileri idare ve kontrol eder hale gelmiştir. İşte böylesi bir durum asimetrik bilgi sonucunda ortaya çıkan temsilcilik sorununu da beraberinde getirmiştir.

Temsilcilik sorunu, bir sözleşme tarafı işlerini halletmesi için bir temsilciden yararlandığında, o temsilcinin işlevlerini ve faaliyetleri tam anlamıyla kontrol edememesi veya kontrol sürecinin bir takım yüklü maliyetlere sebep olabilmesinden doğmaktadır. Yani buradaki asıl problem; yöneticinin ve işletme sahibinin farklı kişiler olmasıdır. Literatüre bakıldığında bu durum vekalet teorisi veya başka bir ifadeyle asil vekil problemi adı altında incelenmektedir. Asil vekil problemi, asil ve vekillerin amaçlarının çatışmasından ve vekilin performansını izlemenin zor ve maliyetli olmasından doğmaktadır. Asil vekil problemi, asiller tarafından işe alınan vekillerin, çalıştığı kurumların yararlarını düşünmekten çok kendi karlarını artırma derdinden kaynaklanır. Asil vekil sorunu, vekilin asilin menfaatine uygun bir şekilde faaliyetlerini sürdürmesine imkân sağlayacak tazmin kurallarının düzenlenmesi sorunundan meydana gelir de denilebilir. Asil olarak vergi veren vatandaşlar adına iş yapan vekiller yani bürokratlar olabileceği gibi, yöneticiler ve hissedarlar, yöneticiler ve çalışanlar arasındaki ilişkilerde de ahlaki tehlike bulunduran bir takım davranışlar işletmelerde,

asiller olarak işi yaptıran taraf olan hissedarlar ile bu hissedarların vekilleri durumunda bulunan yönetim kurulunun izleme ve kontrolde yeterli güce sahip olmadığı ya da bilgi eksikliği olduğu durumlarda vekâlet problemi ortaya çıkabilmektedir. Örneğin halka açık olan işletmelerde hissedarlar, sahibi oldukları şirketi profesyonel yöneticiler aracılığıyla etkin bir şekilde yönetebilirler. Asiller, vekilleri çıkarlarını maksimum hale getirmek için işe alsalar da yöneticiler çoğunlukla bu vekâlet bağına göz ardı ve ihlal etmektedirler (Jensen ve Meckling, 1976: 41).

## **2.5 BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNDA MÜŞTERİNİN TANINMASI VE KREDİ TAYINLAMASINA İLİŞKİN GELİŞTİRİLEN MODELLER**

18. yüzyıldan bu yana, birçok değerli iktisatçılar eksik bilginin ekonomi üzerindeki etkilerini konu edinmişlerdir. Bunlara örnek olarak Smith, Weber, Marshall, Mill, Sismondi gibi iktisatçılar verilebilir. Örneğin Smith'e göre kredi veren kuruluşlarfaiz oranlarını yükselttiğinde, borcuna sadık kişilerin piyasadan gideceği kanısına varmıştır. Borç veren kuruluşlar riskleri tam anlamıyla bilebilselerdi, borçlulara uygun olan bir risk primi yükleyerek sorunu ortadan kaldıracabileceklerini belirlemiştir (Alp, 2010:176).

Kredi piyasalarında meydana gelen bir takım süreçler ve problemler ekonominin tamamına etki etmektedir. Asimetrik bilgi sorununun tüm piyasalarda oluştuğu ve bunun mikro ve makro ekonomik etkilerinin bulunduğu, yapılan çalışmalar sonucunda ortaya konulmuştur (Fidan, 2011:42).

Literatürde 1970'li yıllarından itibaren asimetrik bilgi kapsamında finansal piyasalarda oluşan bir takım sorunlar hakkında çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları 1970 Akerlof, 1976 Jaffee ve Russell, 1981 Stiglitz ve Wisse'nin çalışmalarıdır. Bu çalışmalar neticesinde finansal piyasalara oranla asimetrik bilgi probleminin daha fazla şekilde olduğu ve bunun ise piyasayı ters seçim kredi tayinlaması ve ahlaki tehlike gibi durumlar doğrultusunda etkilediği görülmüştür.



Kredi piyasalarında temel problem kreditorlerin vermiş oldukları kredilerinin nasıl ve nerelerde kullanıldığını bilmemelerinden kaynaklanır. Böyle bir durum karşısında kreditorlerin verilen kredilerin geri ödenememe riskini göze alamadıklarından dolayı çoğu zaman kredi tayinlemesine başvururlar (Aras ve Müslümov, 2004).

Asimetrik bilgi sonucunda ortaya çıkan ters seçim sorunu Kredi tayinlemesi (credit rationing)'ni doğurur.

### 2.5.1. Stiglitz ve Weiss Modeli

1981 yılında Stiglitz ve Weiss tarafından yapılmış olan çalışmada, riski yüksek olan müşterilerin riski düşük olan müşterilere göre, piyasa ortalamasının üstündeki bir faiz oranından kredi almaya razı olması neticesinde bankalar faiz oranlarını yükseltirler. Bu durum ise ters seçim sorununu daha da çıkmaza sürükleyebilir. Bu duruma düşmemek için kreditorlerin faiz oranlarını yükseltmesi yerine kredi tayinlemesi yoluna gitmesi daha etkin bir çözüm yolu olur.

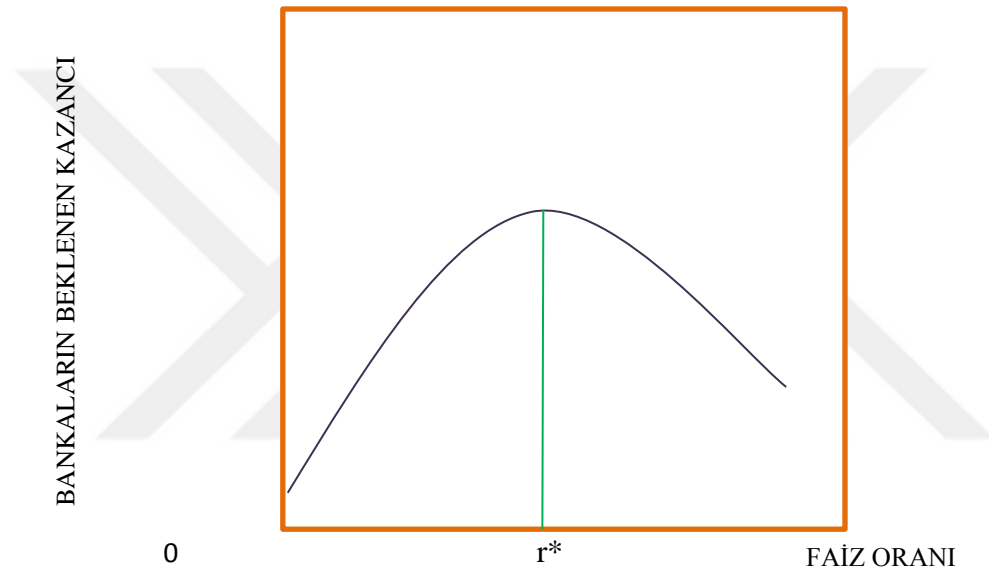
Bankalar geri ödeme oranı yüksek olan müşterileri kendilerine çekmek isteyecekler ve bu amaçla bir takım ayırıştırma faaliyetlerine girişeceklerdir. Genellikle kredi geri ödeme imkânlarının düşük olduğu müşteriler, yüksek faiz ödemeye razı olan müşterilerdir. Dolayısıyla faiz oranları arttıkça kreditorlerinin riskleri de artacaktır. Bu durum ise takipteki kredileri artırarak bankaların karlılıklarını düşürecektir. Sonuçta denge klasiklerin dediği gibi kendiliğinden oluşmayacak ve kredi tayinlemesi durumu ortaya çıkacaktır. Bankalar kredi talebi yüksek olduğu durumda faiz oranlarını artırsalar dahi karlılıkları artmayacaktır (Stiglitz ve Weiss, 1981: 61).

Stiglitz ve Weiss'in yapmış olduğu çalışması neticesinde aşağıda Şekil 2.1.'de yer alan grafikte görüldüğü üzere, kredi arz ve talebi, faiz oranına bağlıdır. Bankalar  $r^*$  faiz oranında kazançlarını en yüksek seviyeye getirmiştir. Bu noktaya optimum faiz oranı denir. Grafikte,  $r^*$  noktasına kadarki kısımda bankanın kazancı faiz oranının artış hızından daha az artmıştır. Görüldüğü üzere  $r^*$  'dan sonraki faiz oranlarında, kredi

talebi, arzı aşar ve bankaların beklediği kazanç azalır. Bunun neticesinde ise kredi tayınlamasına gidilir (Stiglitz ve Weiss, 1981: 63).

Tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde müşterilerin tanınmasına yönelik kaynakların yetersiz olması neticesinde asimetrik bilgi sorunu ortaya çıkmakta ve böylece sektörde piyasa aksaklıkları oluşmaktadır.

Şekil 2.1. Bankanın Beklenen Kazancını Maksimize Eden Faiz Oranı



**Kaynak:** Stiglitz ve Weiss, 1981: 394

### 2.5.2. Jaffee ve Russell Modeli

Jaffee ve Russell Modeli (J-R Modeli), kredi tayınlamasını borç alanlar bakımından araştırmış ve bunun neticesinde borç alan kişileri dürüst borçlular ve dürüst olmayan borçlular olarak iki grupta toplamıştır. Dürüst borçlular olarak nitelendirilen kişilerin bankalardan aldıkları nakdi ve gayrinakdi kredileri, yapmış oldukları kredi borç sözleşmesinin şartlarına uygun olarak yani zamanında geri ödeyen kimselere denilmektedir.

Bahsi geçen bu model iki dönemli Fisherian tüketim modeli üzerine kurulmuş bir modeldir (Jaffee ve Russell 1976: 651- 652). Birbirlerine çok benzeyen ve aynı zamanda da dürüst olan bir sürü borç almak isteyen bireyler bulunmaktadır. Her bir birey ise  $U(C_1, C_2)$  fayda fonksiyonuna sahip durumdadırlar. Bahsedilen iki dönem için gelir akışı ( $Y_1, Y_2$ ) olup ve her farklı dönemin başında ödenilmektedir. Bu kişiler tam rekabetin olduğu piyasasında  $r$  faiz oranı ile borçlanmaktadırlar. Borçlar birinci dönemin başlangıcında tahsil edilmekte ve ikinci dönemin başlangıcında ise  $r$  faiz oranı düzeyinde geri ödenmektedir. Bankalardan almış oldukları kredileri geri ödemeyen ya da ödeyemeyen borçlulara ise dürüst olmayan borçlular denilmektedir. Dürüst olmayan borçluların borçlarını geri ödememeleri neticesinde faydalarında bir artış oluşmaktadır. Yani kredi borçlularının borçlarını geri ödememekle, elde ettikleri fayda artırımını arasında doğru bir orantı vardır. Bu durumun dışında dürüst olmayan borçlular dürüst olan borçlulara benzemektedirler (Jaffee ve Russell 1976: 653). Dürüst olan ve dürüst olan kişilerin kreditorlerden sağlayacakları borç talepleri birbirine eşit olmalıdır. Bu koşul meydana gelmezse; borç verenler dürüst borçlular ile dürüst olmayan borçluları birbirlerinden ayırabilirler. Böylelikle dürüst olmayan borçlular bankalardan kredi temin edemeyeceklerdir. Ayrıca borçluların borçlarını ödememeleri halinde katlanmaları gereken bir takım maliyetler vardır. Geri ödememe durumunda katlanılacak olan bu maliyetler, dürüst olmayanların borçlarını geri ödememe kabiliyetlerinin bir göstergesi olarak açıklanabilir. Çünkü bu maliyete katlanmak zorunda kalan bireyler, yaptıkları yatırımlar neticesinde kar edemeyen kimselerdir. Dürüst ve dürüst olmayan kişiler arasındaki ayırımın yanı sıra bu kişileri şanslı ve şanssız kişiler olarak ayırmakta olanaklıdır. Şanslı olan kişiler dürüst borçlular olarak tanımlanırken, şanssız kişiler ise dürüst olmayan borçlular olarak tanımlanmaktadır (Jaffee ve Russell 1976: 657).

Burada dürüst olmayan borçluların ileriki zamanlarda borçlarını ödemeyecekleri açığa çıkacaktır. Dürüst olan borçlular ise kendi faydasını artıracak ve daha düşük faiz oranındaki sözleşmeye hak kazanacaktır (Vandell, 1984: 846).

J-R modeli kapsamında kreditorler, dürüst borçluların piyasada yaygın olmasını istemektedirler. Ayrıca bahsi geçen bu modelde ekonomik göstergeler olumsuz dahi olsa dürüst borçluların borçlarını her daim ödeyecekleri varsayılmaktadır. Fakat böyle

bir varsayım ekonomik göstergelerin kötüye gitmesi durumunda pek akılcı ve rasyonel bir davranış değildir. Bilhassa kısa dönemde, kredi piyasasında bu denli olumlu bir varsayımın uygulamaya aktarılamayacağı aşikardır (Vandell, 1984: 847). Ayrıca sayıları sınırlı olan bu dürüst borçlular birden çok maliyetle karşı karşıyadırlar. Ekonomik göstergelerin sürekli dalgalanması kişilerin davranışlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Dürüst borçluların dışında gelişen bu dalgalanmalar borçların geri ödenme oranları hususunda önemli etkiye sahiptir.

Kredi tayinlaması, bilgi asimetrisi ve birtakım belirsizlikler altında, uygun bir şekilde fiyatlandığı sürece ve ayrıca riskinde açıkça ortaya konulması durumunda kredi piyasalarında başvurulan bir yöntem değildir (Vandell, 1984: 862). Kreditörler karın sıfır olduğu rekabetçi bir arz eğrisinin bulunduğu piyasalarda kredi tayinlamasını, piyasalara girişlerin serbest olmasından dolayı kısa, orta ve uzun dönemde karlı bulmayacaklarıdır (Hess, 1984: 866-868).

J-R modelinde kredi sözleşmeleri tekli ve çoklu olmak üzere iki sınıfa ayrılmıştır. Kreditörlerin yalnızca bir sözleşme düzenlediği sözleşmelere tekli sözleşmeler, sözleşmelerin içerisinde farklı farklı maddelerin bulunduğu sözleşme türlerine ise çoklu sözleşmeler denmektedir. Tek sözleşme dengesi, tayinlama dengesine oluşmaya doğru eğilimli iken çoklu sözleşme dengesi, muhtemelen istikrarsız olabilecektir (Jaffee, Rusell 1976: 660-663).

Borçluların talep etmiş olduğu kredi miktarı, kreditörlerin arz etmiş olduğu kredi tutarından büyük ise bu noktada tekli sözleşme denge noktası oluşur. Böyle bir durumda çoklu denge istikrarsız bir haldedir. Kreditörlerin monopol bir güce sahip olmaları piyasalara giriş çıkışlarını sınırlayan kurumsal engellemeler, teminat ve benzeri çoklu sözleşmeler tayinlama etkisi yerine kullanılabilir.

## **2.6. ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNA ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

Kredi piyasalarında eksik bilginin var olmasından dolayı kredi arz edenlerin iyi ve kötü müşteriyi ayırt etmesi oldukça zorlaşmaktadır. Banka ve kredi kurumlarının kredi arzı konusunda sağlıklı kararlar almalarını önlemektedir. Ayrıca finans

piyasalarında asimetrik bilginin var oluşu piyasalara etki göstererek finansal krizlerin yaşanmasına da taban hazırlamış olacaktır. Bahsedilen bu sorunların giderilmesi için piyasalarda asimetrik bilginin azaltılması dolayısıyla bir takım çeşitli çözüm yolları aranmaktadır.

### **2.6.1. Ters Seçim Sorununu Önleyici Tedbirler**

Ters seçim probleminin çözülmesini amaçlayan önlemler, bankacılık sistemine dört gruba ayrılıp incelenmiştir (BDDK, 2003).

#### **2.6.1.1. Özel Bilgi Üretimi ve Satışı**

Asimetrik bilgiyi engellemenin ve tasarrufçular ile ödünç veren kurumları menkul kıymet ihraç eden kurumlar hakkında aydınlatmanın bir yolu, özel şirketlerin yani kredi derecelendirme kuruluşları gibi bu firmalarla ilgili bilgileri açıklayarak müşterilerine satmalarıdır. Fakat bu uygulama ile bedavacılık sorununu da ortaya çıkmış olur. Bu hizmetler için ödeme yapmamış olan bazı bireyler ya da kurumlar da, bu şirketlerin hizmetlerinden faydalanabilirler. Böyle bir hizmet veren şirketin müşterisinin aldığı yatırım kararının aynısı, bu hizmet için hiçbir bedel vermemiş olan bedavacı tarafından aynen uygulanabilir. Bu da özel bilgi üretiminin ve satışının anlamını kaybetmesi demektir. Çünkü böyle şartlarda hizmetler için ödeme yapanlar, hiç bir şey kazanmadıklarını ve bu hizmetleri üretenler de satamadıklarını anlayacaklardır. Dolayısıyla özel bilgi üretiminin ve satışının asimetrik bilgi sorununa kısmen de olsa bir çözüm yolu getireceği öngörülmektedir.

Amaç, kredi isteyen müşteriler hakkında detaylı bilgileri kreditorlere sunarak asimetrik bilgi sorununu kaybetmektir. Kreditorler kredi isteyen müşteriler hakkındaki bilgilere kredi kayıt büroları, kredi derecelendirme kuruluşları ve bilgi paylaşım firmalarından ulaşabilirler.

Bu kurum veya kuruluşlar toplamış oldukları bilgileri kreditorlere ve finansal araçlara satarlar. Fakat finansal sistemlerde meydana gelen ters seçim sorununu özel bilgi üretimi ve satışı neticesinde tamamıyla ortadan kaldırmak olası bir şey değildir.

Kreditörler ve bireyler özel bilgilere ulaşabilmek için belirli maliyetler üstlenirler ve bunun karşılığında kazanç sağlamak isterler. Riski yüksek olan firmalar kreditederden daha yüksek maliyetlerle borçlanabilirken, riskleri düşük olan firmalar piyasa ortalamalarının altında borçlanırlar. Dolayısıyla bilgi üretimine ücret ödeyen kreditederler istediği kazançları elde edemeyebilirler. Bunun neticesinde daha bilgi toplanmasını ve üretilmesini meydana getirir.

### ***2.6.1.2. Bilgilendirmeyi Arttırıcı Kamusal Düzenlemeler***

Bilgilendirmeyi arttırıcı yöndeki kamusal düzenlemeler; kamu otoritesi, denetleyici ve düzenleyici kurallar ile finansal sistemlerin verimliliğinin yüksek seviyelere ulaşmasında oldukça önemli bir rol alır ve finansal kurum ve kuruluşların risklerini azaltıcı yasal bir takım düzenlemeler yaparak bilgilerin oluşturulmasını ve gerekli yerlerde kullanılmasını sağlar. E-devlet uygulamaları ve kullanılan veritabanları bu duruma örnek gösterilebilir. Fakat bu şekildeki düzenlemeler ters seçim problemini tam olarak silmez.

Bilhassa, diğer firmalara göre kurumsal yapıları daha da gelişmiş olan firmalar bilgi vermekte şeffaf olsalar bile, yatırımcıdan daha da fazla bilgiye sahip durumundadırlar. Böyle bir durumda da finansal piyasalarda hala asimetrik bilginin varoluşundan söz edilebilir. Ayrıca sunulan bilgilerin tamamının doğru olmadığı öngörülerini artmış ve bunun neticesinde firmalar hakkında sunulmuş olan bağımsız denetim raporları sorgulanır hale gelmiştir.

### ***2.6.1.3. Finansal Aracılık***

Finansal aracılık ile asimetrik bilgiden kaynaklanan problemleri izleme faaliyetleri azaltılır. Bu sebeple bankaları sıradan bir borç verenden ayıran temel özellik izleme faaliyetlerinde uzmanlaşmış olmalarıdır. Bunun sayesinde tasarrufların daha da etkin ve verimli yerlere ulaşması sağlanmış olur.

#### **2.6.1.4. Teminat ve Net İşletme Değeri**

Teminat; bir hakkı güvence altına almak anlamına gelmektedir. Geniş anlamıyla ise teminat; bir borç için alacaklıya verilmiş olan garantörlüğü veya karşılığı ifade etmektedir. Borç veren, teminatı satarak kayıplarını karşılama imkânına sahip olur. Bu yüzden teminatını güvence altına alınan borcu, kreditor vermeye daha fazla istekli olacaktır. Bu suretle, teminatın yeterince iyi kalitede olması gerekmektedir.

Teminat ve net işletme değeri ile; teminat borçlunun borcunu tam olarak zamanı geldiğinde ödeyememe riskine ithafen kredi verene alımını taahhüt ettiği maldır ve kredi verenin zararını karşılama hedefidir. Net işletme değeri, firmanın varlıkları ile yükümlülükleri arasındaki farka denilmektedir (Şahin, 2012: 4-5).

Borç sözleşmesinde belirli alacağa konu olan net işletme değeri; teminat yakın bir faaliyet sergilemektedir. Net işletme değerleri fazla olan işletmeler, borçlarını günü geldiğinde ödeyemeseler dahi, yapılan sözleşmeler kapsamında kredi veren taraf pozitif işletme değerini alma hakkını elinde tutmuş olacak bunu satışa çıkararak zararlarını karşılayacaktır. Ayrıca, net işletme değerleri fazla olan işletmelerin, borçlarını günü geldiğinde ödeyememe durumları diğer düşük olan işletmelere göre daha da azdır. Çünkü söz konusu bu firmaların, borçlarının hepsini ödeyebilme kapasitesine sahip varlıkları vardır ve onlar daha da üretken daha da gelişmişlerdir. Borçlu işletmelerin yüksek bir net işletme değerlerinin olması ters seçim probleminin handikaplarını azaltacaktır. Borç veren firmalar ise kredilendirme konusunda çok daha istekli olacaklardır.

#### **2.6.2. Ahlaki Tehlike Sorununu Önleyici Tedbirler**

Bankalarda ahlaki tehlikeyi indirgeme yönelik kullanılan araçları aşağıda sıralanmıştır. Bunlar (Şen, 2006: 36):

### **2.6.2.1. İzleme ve Gözleme**

Bankalar ve diğer finansal araçlar söz konusu piyasalardaki bilgi problemini en aza indirme konusunda önemli bir role sahiptirler. Bankalar kredi verdikleri bireyleri veya işletmeleri gözlemleyerek onlar hakkında bilgi sahibi olur ve ödemelerde sıkıntı yaşanıp yaşanmayacağı konusunda öngörülerde bulunur. Özellikle büyük ölçekli şirketlere yapılan istihbaratlar ve müşteri ziyaretleri neticesinde elde edilen bilgiler kapsamında asimetric bilgi problemi önemli derecede azaltılmış olur.

### **2.6.2.2. Kamusal Düzenlemeler**

Kamu kuruluşları veya hükümetler, ellerinde tuttukları bilgileri birtakım düzenlemeler getirerek finansal kuruluşların ulaşımına açabilirler ve böylelikle ahlaki tehlike sorununda meydana gelen riskleri en aza indirgemiş olurlar. Örneğin borcunu hiçbir şekilde ödeyemeyen ve bankalar tarafından takibe düşen müşterinin ödemedi kaçarak ikamet yerini değiştirmesi sebebiyle, bankalar nüfus kayıt sistemine başvurup adres tespiti yapılabilir ve gerekli icra yoluna gidebilir. Ayrıca takibe düşen müşterinin iş yerini değiştirmesinden ötürü, bankalar sosyal güvenlik numarasının tespitiyle nerede çalıştığına ulaşarak yine gerekli icra yoluna gidebilir.

### **2.6.2.3. Borç Sözleşmeleri**

Kreditörlerle müşteriler arasında imzalanan borç sözleşmeleri verilen kredilere büyük ölçüde güvenilirlik sağlar ve kreditörlerin vermiş oldukları kredilerin izleme ve gözetleme gereksinimlerini de belirli bir seviyeye kadar azaltır. Yinede kreditörler kredi durumlarını zaman zaman kontrol edebilmek için söz konusu borç sözleşmelerine birtakım özel maddeler koyabilirler. Bu duruma proje kredileri örnek gösterilebilir.

### **2.6.3. Temsilcilik Sorununu Önleyici Tedbirler**

Firma sahipleri, yöneticilerin yaptıkları faaliyetler ve etkinlikleri konusunda tam bir bilgiye sahiplerse asil vekil sorunu ortadan kalmış olur (Şen, 2006). Asil vekil probleminin ortadan kaldırılabilmesi için asiller, vekillerin asilin menfaatlerini



kapsayacak şekilde çalışmasını sağlayacak teşvikler bulmak zorunda kalır. Bu doğrultuda böylesi şirketler işlerindeki etkinliği ve performansı yükseltebilir ya da performansa dayalı teşvik ödemeleri ile vekilin çok daha verimli çalışmasını sağlayabileceği gibi uzun dönemli sözleşmeler ile de vekillerin uzun dönemde servetlerini firmanın başarısına bağlayarak asil vekil probleminin çözüme ulaşmasında önemli rol oynamaktadır (Parkin, 2011: 234).

## **2.7. TÜRK BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNU AZALTMAYA YÖNELİK ORTAK VERİ TABANI UYGULAMALARI**

“Bilgi” bankacılık sektörünün en önemli girdilerinden biridir. Bankalar ters seçim sorununu önlemek amacıyla bilgi toplama yoluna giderler. Müşterileri izleyerek ve gözetleyerek de ahlaki tehlike sorununu azaltmaya çalışırlar.

Finansal piyasaların ve akabinde kredi piyasalarının gelişmesi ve derinleşmesi beraberinde risklerinde büyümesine yol açmış olup; risklerin kontrolü, takibi ve izlenmesi de oldukça önem kazanmıştır. Gelişen teknolojik ilerlemeler doğrultusunda bilgilere ulaşım kolaylaşmış dolayısıyla asimetrik bilgiden kaynaklanan sorunların tespit ve çözümleri daha kısa bir zaman zarfında halledilebilir olmuştur.

Birçok ülkede finansal ve kredi risklerinin belirlenmesi, sistemin daha da sağlıklı ilerlemesi, bilgilerin derlenip toplanması ve aynı zamanda dağıtılması maksadıyla çeşitli sistemler kurulmuştur. Verilerin toplanmaları ülkelere göre farklılık gösterebilir. Kimi ülkelerde sadece kamu otoriteleri vasıtasıyla toplanırken kimilerinde ise özel kredi kuruluşları vasıtasıyla toplanmaktadır. Bazı ülkelerde karma modelin yani hem özel hem de kamunun olduğu görülmektedir.

Sadece kamu kredi kayıt merkezlerinin bulunduğu ülkelere; Fransa, Belçika ve Endonezya, sadece özel kredi bürolarının olduğu ülkelere; ABD, Kanada, İsviçre, İngiltere, Hollanda ve Polonya, karma yapıların olduğu ülkelere ise Almanya, Avusturya, Bulgaristan, İtalya, Arjantin, Portekiz, Malezya, İspanya, Brezilya ve Meksika örnek olarak verilebilir (TCMB, 2011:62).

Kimi ülkelerde kredi arz edenler, yeni müşteriler hakkında bilgi sahibi olmak için kredi büroları olarak tanınan bilgi brokerlarını kullanmaktadır. Bilgi paylaşımı isteği kredi piyasasının büyümesiyle doğru orantılı bir durumdur (Erdoğan, 2008:11).

Bankalar kredi tayinlaması yapmaktan ziyade artık, piyasalarda oluşan denge faiz oranlarından daha da yüksek oranlarda kredi kullandırma yoluna gitmişlerdir. Mevcutta kullanılan veritabanı uygulamalarından edinilen bilgiler çerçevesinde müşterilere skorlama yapılarak risk durumu tespit edilip, her müşteriye farklı faiz oranlarından kredi kullandırabilirler. Bu yöntemler neticesinde kredi piyasaları daha etkin ve verimli hale gelerek derinleşmektedir.

Ülkedeki etkin finansal kuruluşlar ve bankalar, bilgi edinmek istedikleri müşterileri konusunda ortak veritabanı uygulamaları oluşturmaları sayesinde istedikleri zaman o bilgilere güncel olarak ulaşmak isterler. Bu sayede nitelikli bilgilerin paylaşımı kolaylaşarak kredi almak isteyen alıcılar hakkında daha net ve doğru kararlara ulaşmış olacaktırlar (Padilla ve Pagano, 1999a:9).

Kredi bürosunun toplamış olduğu bilgiler vasıtasıyla banka personelleri müşterileri hakkında daha net bilgilere ulaşmaktadır ve bu doğrultuda onları daha iyi tanımlarının önü açılmış olur. Kredi bürosu aracılığıyla paylaşılan bilgiler iki gruba ayrılır. Siyah bilgiler ya da negatif olarak nitelendirilen bilgiler, kredi borçlarında gecikmeler gözlenen veya kredi borçlarını geri ödemeyen müşterilerin bilgilerini kapsar. Bu bilgiler müşterilerin ödeme davranışlarındaki değişikliklerine göre sürekli olarak güncellenir dolayısıyla diğer kurumlarda müşterilerin söz konusu olan bu durumlarından haberdar olmuş olur. Olumsuz ödeme performansları dolayısıyla kredibiliteleri azaltacağından müşteriler ödeme davranışlarına daha da dikkat edeceklerdir.

Diğer grupta ise beyaz ya da pozitif olarak nitelendirilen bilgiler yer almaktadır. Bu bilgiler ise müşterilerin kefalet varlık, yükümlülük, nüfus kayıt bilgileri ödeme vadelerini ve geri ödemelerini kapsamaktadır (Jappelli ve Pagano, 1999b:11).

Kredi kayıt bürolarındaki bilgilere bakıldığında müşterilerin sadece yukarıda geçen siyah ve beyaz bilgileri değil, aynı zamanda özel ve kamu aracılığıyla oluşturulan icra, tapu kaydı, mahkemeleri ve demografik bilgileri gibi birçok bilgilere de ulaşılabilinmektedir (Jappelli ve Pagano, 1999c: 13).

Bankanın verdikleri kredilerden beklenen getirisi, kredinin geri ödenmesiyle ilişkilidir. Dolayısıyla bankalar geri ödememe riski az olan müşterilerden haberdar olmak isterler. Bu müşterilere ulaşabilmek ise oldukça çalışma gerektirir. Piyasada mevcut olan iyi müşteriler için üç farklı aşamada bilgi edinilerek rekabet etmeye çalışırlar (Erdoğan, 2008: 7).

İlk etapta banka, bu piyasaya girip girmeme konusunda karar alma ve müşterilere dair gerekli bilgileri elde etmeye katkı sağlayan teknolojilere yatırım yapma kararını vermelidir.

İkinci etapta yapılan teknoloji yatırımları kapsamında bankalar kredi başvurusunda bulunan müşterileri ön elemeyi geçirip geçirmeme konusunda karar vermeleridir. Müşterilerin ön elemeyi geçerek riskli olup olmadıkları neticesine varılıp, daha iyi bir kredi dağılımı oluşturulmuş olur.

Üçüncü etapta ise bankalar ön elemeyi geçirdikleri ve kredi vermeye razı oldukları müşterilerine faiz oranı teklifi yaparak diğer bankalarla rekabet etme yoluna giderler. Bu oranlar müşterilerle banka arasındaki eksik bilgi yoğunluğuna göre değişiklik gösterir. Müşteriler ise son olarak kendilerine en uygun olan faiz oranını veren ön eleme neticesinde dürüst olan ve dürüst olmayan müşteriler belirlenmiş olur. Bankalar ön eleme yaparken, kredi büroları ve risk merkezleri gibi farklı kaynaklardan yararlanır. Ayrıca faiz oranlarının ve teminat miktarlarının artırılması yoluna gidebilir (Erdoğan, 2008:15).

### **2.7.1. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Risk Merkezi**

Bir ülkede gerçek ve tüzel kişilere kredi sağlayan finansal kuruluşlar bu kişiler hakkında her daim bilgi sahibi olmak isterler. Böylece finans kuruluşlarının kredi

kullandıkları müşterilerinin mali yapılarını incelemelerinin yanı sıra, bu müşterilerin mevcutta bulunan güncel kredi risklerini bilmeleri de oldukça önemlidir. Türkiye’de bu bilgilerin elde edilmesini sağlayan kurumlar, T.C. Merkez Bankası bünyesinde bulunan Risk Merkezi ile bankalarca kurulan Kredi Kayıt Bürosu A.Ş.’dir. T.C. Merkez Bankası bünyesinde bulunan Risk Merkezi kapsamında gerçekleştirilen kredi izleme sisteminin temel hedefi; bankalar ve diğer mali kuruluşların kredi kullandıkları müşterilerinin sistemden kullanmış olduğu toplam kredi miktarına ulaşmalarını imkan tanıyarak, banka ve diğer mali kuruluşlara müşterileri hakkında güncel ve özel bilgiler sağlamak ve kredi kullandırma konusunda alınacak kararlara etkin bir şekilde destek olmaktır.

Risk Santralizasyonu Sistemi 1951 yılında T.C. Merkez Bankası tarafından kurulmuştur. 1211 Sayılı TCMB Kanunu’nun 44. Maddesi gereğince belirlenen tüm finansal kuruluşların sahip olduğu müşterilerine dair kredi limit ve risklerinin belirlenmesi ve risklerinin gerekli banka ve diğer kuruluşlara geri bildirilmesini kapsamaktadır.

Bankalar müşterilerinden elde ettiği tüm bilgileri, uygulanan talimatlara, istenilen süre ve formlere uygun olarak T.C. Merkez Bankası’na aktarmakla yükümlüdürler. Risk merkezinde saklanan tüm bu bilgiler kanunda belirtilen kurumlar dışında kimseyle paylaşılmamaktadır. Risk merkezleri banka müşterilerinin kullanmış olduğu kredi miktarlarının toplamını protestoda olan senet bilgilerini ve olumsuz bilgiler içeren bireysel kredileri sık sık güncelleştirerek bankalara iletir. Küçük esnaf ve sanatkarlar adı altında yer alan küçük işletmelerin ve adi ortaklıklarında risklerine dair bilgiler risk merkezleri kanalıyla elde edilebilir.

Bilgilerin verilmesinde bankalar için değerlendirmelerinde önemli katkı sağlayabilecek kredilerin vade grupları itibariyle (1-12 ay, 12-24 ay, 24+ ay) dağılımı bilgisi sağlanmaktadır Ayrıca bankalara gönderilen geri bildirimlerde tabloların il bazındaki istatistik raporları da mevcuttur.

Bankaların, risk santralizasyonu uygulamalarında sadece nakdi kredilerin değil, gayrinakdi olan kredilerin de sınıflandırılması hususunda da ayrıntılı bilgiler vardır. Ayrıca müşterilerin iflas ve konkordatoya dair bilgileri de bankaya verilen bildirimlerin

eklerinde yer almaktadır. Tüm bu bilgilerin edinilmesi bankalar için herhangi masraf yaratmadığı için istihbarat giderlerini de otomatik olarak düşürmektedir. Sahip olunan bu bilgiler ülkenin ekonomik konjontörü hakkında da önemli edinimler sağlar.

Risk merkezi sadece bilgilendirme amacı güden bir kuruluş olup, finansal kuruluşları zor duruma bırakan herhangi bir tarafı yoktur.

Örneğin, T.C. Merkez Bankası ve Bankalar arasında sürekli devam eden bilgi akışı neticesinde borcunu vadesi geldiğinde ödeyemeyen müşterilerin bilgileri Merkez Bankası'na aktarılırken, daha sonrasında müşterinin bu borçlarını ödemesi halinde bankalar tarafından Merkez Bankası'na yeniden bilgi aktarımı yapılmaktadır. Merkez Bankası'nın müşteriler tarafından yapılmış olan kredi başvurularının kabul edilmesi veya reddedilmesi konusunda herhangi bir yasal yetkisi bulunmamakta olup; bu yetki ve sorumlulukların tamamı bankaların yetki ve sorumluluğundadır.

T.C. Merkez Bankası yukarıda bahsedilen bu faaliyetleri doğrultusunda mali kesimlere oldukça katkı sağlayacak hizmetler vermektedir. Fakat tüm bu olumlu yanlarına rağmen risk santralizasyonunun TCMB'nin görev ve işlevine bakılarak değerlendirildiğinde bu kurumun bünyesinde bulunmasının çokta sağlıklı olmadığı anlaşılmaktadır.

İlk zamanlarda TCMB'nin denetim ve gözetim fonksiyonu kendisi üstlenirken, BDDK'nın açılmasının ardından denetim ve gözetim görevlerini bahsi geçen bu kuruma aktarmıştır. Bu çerçevede risk santralizasyonu işlevi, Merkez Bankası'nın aslen devam ettirdiği temel görevlerinin ve bu kapsamdaki görev alanının dışında yürüttüğü bir faaliyet halini almıştır. Ayrıca finans sektöründe meydana gelen sürekli değişimler sahip olunan bir takım yeniliklerle kendini geliştirmesi risk santralizasyonu işlevinin de sektörün içinde olan ve gelişmeleri yaşayan bir kurum aracılığı ile yapılmasını gerektirmektedir.

Diğer bir durum ise; risk santralizasyonunu kamu hizmeti olarak değerlendirmek yanlış olacaktır. Risk santralizasyonu finans kesiminin güvenli ve sağlam adımlarla çalışmasına fayda getirecek bir fonksiyondur denilebilir.

Bu doğrultuda,dönemin hükümetinin 2007 Yılı Üç Aylık Eylem Planında, finansal sistemin geliştirilmesine ve derinleştirmesine yönelik olarak, TCMB bünyesi kapsamında gerçekleştirilen Risk Merkezi faaliyetlerinin, büyük bir meslek kuruluşu olan Türkiye Bankalar Birliği (TBB)'ne devredilmesi düşünülmüştür. Bu çerçevede doğrultusunda risk santralizasyonu faaliyetlerinin doğrudan Türkiye Bankalar Birliği'ne devredilmesi düşünülebileceği gibi Bankalar Birliği koordinasyonu aracılığıyla sektörde yer alan bankaların ortak olarak katılabileceği ayrı bir firma kapsamında faaliyet göstermesi de gündeme gelmiştir. Bunun sonucunda sektörün ihtiyaçlarını karşılayabilen, sürekli yenilenebilen, etkin ve verimli çalışmalar yürüten bir kuruma dönüşecektir. Yine Türkiye Bankalar Birliği koordinasyonunda ilgili tüm finans sektörü temsilcilerinin katılımı ile bir yapılanma oluşturulması düşünülebilecektir.

Bu bağlamda bahsi geçen işlevlerin TCMB aracılığıyla yürütülmesi yerine yalnızca bu tür işlemlerle ilgilenecek olan bir kurum veya kuruluş tarafından yapılması sektöre daha da fazla yarar sağlayacağı düşüncesi söz konusu olmuştur (Babuşcu, 2005: 52).

### **2.7.2. Kredi Kayıt Bürosu (KKB)**

KKB, 11 Nisan 1995 yılında Türkiye'nin önde gelen 9 bankası ortaklığında kurulmuştur. Finans sektörünün köklü kuruluşları arasına adını yazdırmıştır. 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu'nun 73/4. Maddesi uyarınca en az beş banka ortaklığında kurulması gereken şirketler aracılığıyla yapacakları her türlü işlemlerden kaynaklanan bilgi ve belgeleri paylaşabilmek üzere kurulan KKB, 1999 Nisan ayından bu yana müşterilere ait bilgi ve belgeleri birbirleriyle paylaşmaktadır (KKB, 2018). Ayrıca KKB; mevduat bankaları, katılım bankaları, finansal kuruluşlar, sigortacılık, bireysel emeklilik, sermaye piyasası gibi konularda hizmet vermektedir.

KKB dokuz ortaklıdır. Bu ortaklar; Akbank, Denizbank, Şekerbank, Ziraat Bankası, Garanti Bankası, Halk Bankası, İş Bankası, Vakıflar Bankası ve YapıKredi Bankası'dır. KKB, 1999 senesinde Kredi Referans sistemini kurmuştur. Kredi Referans sisteminin kısaltması KRS'dir. Kredi Referans Sistemi üyesi olan kurumlar arasında bireysel kredi ürün, müşterilerine ait detaylı bilgiyi çağdaş teknolojik

yöntemler kullanarak, müşterinin risk faktörü belirlenmesi ve üyelerinin risk faktörünün küçültülmesi için bilgi paylaşımı yapmaktadır. KKB'ye bankalar, finansal kiralama, faktoring, forfaiting şirketleri, finans kurumları, tüketici finansman şirketleri üye olabilir ve şu an 177 üyesi vardır (KKB, 2017: 9).

Bankalar, müşterilerine kredi kartı ya da kredi ürünlerini tanımlarken müşteriler hakkında çeşitli incelemeler başlatır. Bu incelemeler esnasında birçok bilgi banka tarafından kontrol edilir. Bankalar, yapmış olduğu kontroller sonucunda müşterinin kredi ödeme riskini ortaya çıkarır. Bu riske göre müşteriye kredi kartının ya da kredinin verilip verilmeyeceği belirlenir. Bankalar inceleme yaparken KKB puanını kullanır.

Kredi Kayıt Bürosu tarafından tutulan KKB puanı risk analiz puanı olarak geçmektedir. Kredi Kayıt Bürosu şu anda ve daha önceden bankalarla yapmış olduğunuz ilişkilerinizi kontrol eder ve bu doğrultuda oluşabilecek puanınızı belirler. KKB puanınız ne kadar yükseklerde ise bankaların hizmetlerinden yararlanma şansınız da o kadar yüksek olur denilebilir. Hangi bankaya borcunuzun olduğu, borçlarınızın zamanında ödenip ödenmediği, kalan borç miktarınız, öğrenim durumunuz, gelir durumunuz, en son kredi kullandığınız tarihler gibi birçok faktör KKB puanında etkili olmaktadır.

Kredi Kayıt Bürosu'nun üyelerine sunduğu hizmetler aşağıda sıralanmıştır (KKB, 2011):

#### **2.7.2.1. Kredi Referans Sistemi(KRS)**

Bu sistem KKB'nin kuruluş amaçlarına göre yenilenip geliştirilmiş bir alt bilgi sistemidir. Üye olan kurumlar arasında paylaşılacak, ferdi kredi ürünlerine dair her türlü ayrıntılı bilgi bu alt bilgi sisteminden sağlanır. Yani böylece, finansal kuruluşlar müşterilerine dair genel risk kararını somut verilere dayanarak sunabilmektedirler.

KKB üyesi Bankalar ve diğer finans kurumları, Kredi Referans Sisteminde gerçekleştirdikleri sorgulama işlemi ile tüketicinin “borçlu” ve “kefil” konumunda olduğu bütün açık olan hesap bilgilerine, son beş yıl içindeki kapalı hesap olan

bilgilerine, son altı aydaki başvuru bilgilerine ve son otuz altı aylık döneme dair kredi geri ödeme bilgilerine sahip olabilirler. Bu sistemin sağladığı faydalardan bahsedilecek olursa; sistem, bireysel kredi riskinin azaltılmasını sağlar, ferdi kredi müşterilerini düzenli ödemeye teşvik etmiş olur, ferdi kredi kullanımının toplumda yaygınlaşmasına katkı sağlar yani kullandırılmış olan kredi hacmini yükseltir, kredi kararlarının daha pratik ve daha sağlam alınmasında yardımcı olur, sıkıntılı olan müşterileri KKB üyesi kurumların dışında tutar, mevcut müşterilerin yeni kredi limitlerini belirlemede doğru kararlar alınmasını sağlar.

### **2.7.2.2. Müşteri İtirazları Değerlendirme Sistemi (MİDES)**

Kredi Kayıt Bürosu'nun, müşteri ve bankaların itiraz/teyit işlemleri için MİDES adı altında değerlendirme ve itiraz sistemi vardır. Maksimum olarak 120 dakika içerisinde aşağıda açıklanan işlemlerin gerçekleşmesini sağlayacak şekilde hazırlanan MİDES'in çalışmaları sıralanacak olursa ;

- KKB'deki negatif kayıtlar bireylere göre doğru değil ise bu itirazı başvurunun reddedildiği bankaya yapmak gerekmektedir. Çünkü Kredi Kayıt Bürosu doğrudan müşteri ile irtibat kurmamaktadır.
- Banka, yapılan itirazı KKB'ye iletir ve KKB ise itiraz edilen olumsuz kayıt hangi bankayı alakadar ediyorsa o bankaya durumu bildirir.
- Olumsuz bilgiyi gönderen banka yeniden kredi hesaplarını kontrol eder.
- Kendi içinde konuyu analiz ettikten sonra da sonucu KKB'ye aktarır. Bu şekilde KKB'de hatalı bilgi varsa düzeltilir ya da yaşanan eksiklikler giderilir.
- KKB ise bu gelişmelerin sonunda neticeyi öncelikle itirazınızın iletildiği banka ile paylaşır. Banka onay verirse kişiye de durumu bildirir ya da müşteri doğrudan itirazı yaptığı bankadan sonucu öğrenebilir.

MİDES üzerinde yapılabilecek işlemler;

- Risk Raporu Teyit: Kredi notu raporunun doğruluğunun teyidi için kullanılır.



- Risk Raporu İtiraz Girişi: Risk raporunun referans numarası ile itirazın girildiği kısımdır.
- Risk Raporu İtiraz Sorgulama: Girilmiş olan itirazların sonucunu görmek için kullanılır.

### **2.7.2.3. Sahte Bilgi/Belge/Beyan/Başvuru Alarm Sistemi (SABAS)**

Sahte başvuru bilgi paylaşım servisi olarak hizmete başlayan SABAS, KKB üyelerinin sahtecilik olaylarına ilişkin yaşadığı ve müşterilerinden gelen bildirimlerin diğer üyeler ile paylaşıldığı bir hizmettir. Yaşanan dolandırıcılık olayları karşısında bilgi ve belge paylaşımı ile diğer üyelerin önlem alması mümkün hale gelmektedir. SABAS kullanan üyeler, kredi süreçlerinde başvuru sahibi ile ilgili yapacakları sorgulamada başvuru sahibine dair bilgi ve belgelere ulaşarak kurumlarının zarara uğramasını önleyebilmektedirler.

### **2.7.2.4. İnternet Sahtekârlıkları Alarm Sistemi (IFAS)**

Banka müşterilerinin internet şubelerine ait kullanıcı kodu, parola, şifre vb. bilgilerini ele geçiren sahtekârların, müşterilerin hesaplarına girerek hesaplarında olan paraları genellikle sahte olan belgelerle açtıkları hesaplara aktarması, son zamanlarda oldukça yaygınlaşan bir suç girişimidir. Bankalar tarafından bu tarz girişimleri engellemek üzere oldukça gelişmiş güvenlik sistemleri kullanılmasına karşın, kötü niyetli kişiler bu sistemleri devre dışı bırakan yeni yöntemler geliştirmeye devam etmektedir. KKB tarafından geliştirilen İnternet Sahtekârlıkları Alarm Sistemi (IFAS), öncelikli olarak internet vasıtasıyla yapılan sahtekârlıklarla ilgili üye kurumlar arasında iletişim kurulmasını amaçlamaktadır. Bu anlamda, sahtekârlık maksadıyla gerçekleştirilmiş para aktarımlarında hesabın bloke edilmesi talepleri IFAS tarafından iletilmektedir. Böylece, hem kurumlar arası iletişim daha işlevsel bir hal almakta hem de işlemlerle ilgili her türlü bilginin, bilgi işlem ortamında saklanması mümkün olmaktadır.

Gerçekleşen para hareketlerinin oldukça karmaşık haller alabileceği ihtimali göz önünde alınarak ve olayların daha da kolay incelenebilmesine imkan sağlamak amacıyla, sistemde otomatik grafik çizme özelliği de bulunmaktadır. Bu sayede

gerçekleşen bütün sahtekârlık için para hareketlerinin akış şeması elde edilebilmektedir. IFAS'ın diğer bir önem arz eden özelliği ise SABAS uygulaması ile bir bütün halinde çalışabilmesi durumudur. İnternet sahtekârlıklarında müşterilerin hesaplarından çıkarılmış olan paraların son noktada çekilebilmesi maksadıyla çoğunlukla sahte bilgiler kullanılarak mevduat hesapları açılmaktadır. Bu hesaplarla ilgili bilgiler SABAS kapsamında paylaşılarak, üye kurumların ilgili tüm birimlerinin erişimine açılabilir. Bu sayede sahtekârlık maksadıyla kullanılmış ve IFAS tarafından tespit edilmiş bilgilerin bir kez daha kullanılması kesin olarak önlenmiş olur (KKB, 2017: 72).

#### **2.7.2.5. Limit Kontrol Sistemi (LKS)**

Kredi Kayıt Bürosu tarafından kurulan gerçek zamanlı bir sistemdir. Bu sistem üye olan bankalara veya diğer kuruluşlara müşterilerin sahip oldukları kredi kartı hesapları için detaylı ve güncel bilgiler sunmaktadır. Bankalar ve kredi kartları kanunlarında BDDK tarafından yapılan düzenleme neticesinde, ilk defa kredi kartı kullanmaya başlayan müşterilerin, çalıştıkları bankalardan alabileceği tüm kredi kartlarının toplam limiti, ilk yıl için gelirinin iki katını, ikinci yıl için ise dört katını aşamaz. Bu düzenlemeleri uygulamak maksadıyla Limit Kontrol Sistemi (LKS) geliştirilmiş ve müşterilerin sahip olduğu kredi kartlarının limit bilgilerini güncel olarak derleyerek gerekli kurum ve kuruluşların erişebileceği şekilde bilgilerine sunmuştur. Böylelikle kredi kartı veren bankaların tek limit uygulamasına uymalarını sağlar. LKS'de gelire dayalı limit belirleme sistemi yalnızca kredi kartı kullanmaya yeni başlamış bireyler için geçerli olup, bundan önce açık kredi kartı bulunan müşteriler bu uygulamaya tabi tutulmamaktadır. Fakat bu müşterilerde mevcut olan ve gelirlerinin dört katını aşan limitlerini artırmak istediklerinde mevcut kredi kartlarından birini kapatması gerekebilir. İstenilen yeni bir kredi kartının onaylanması fakat herhangi bir limit oluşturulamaması LKS'deki limitinizin uygunluk vermediğinden ötürüdür.

Aşağıdaki istatistikler incelendiğinde; KKB'nin Türkiye Finans Sektörü etkin ve verimli şekilde çalışması için oldukça önemli bir kuruluş olduğu görülmektedir. Bu veritabanı uygulamalarının sadece yeni müşterilerin yanı sıra mevcut müşteriler içinde etkin şekilde kullanıldığı görülmektedir. Gerçek veya tüzel müşterilerin talep ettikleri

limit arttırma durumlarında, kredilerde risklerinin gözlemlenmesinde ve ödemelerdeki performanslarda bu veritabanları oldukça sık kullanılmaktadır.

#### **2.7.2.6. Findeks**

Findeks; Türkiye'deki finansal sistemin daha iyi çalışması misyonuyla KKB tarafından 2014 yılında başlatılan bir finansal hizmete verilen addır. Finans sektörünün uzun yıllar kullandığı kredibilite göstergelerinin hem şahıslara hem de firmalara Findeks üzerinden açılması sayesinde oldukça şeffaflık sağlanmış aynı zamanda finansal hayat yönetimi herkes için mümkün hale gelmiştir. Findeksin amacı; reel sektördeki firmaların finansal açıdan birbirlerini tanımasını, risk alma ve yönetme yeteneklerini geliştirmesini, sermayelerini ve itibarlarını korumayı ve satışlarını güvenli olarak artırarak onlara rekabet gücü kazandırmaktır. Bu amaçlar ve yetenekler sayesinde önemli bir enstrüman olarak ülkemiz ekonomisinde oldukça kısa bir süre zarfında güçlü bir yer elde etmiştir.

Findeks hizmetlerinin sağladığı avantajlar ışığında firmalar aktif kalitelerini büyük oranda artırarak gerek Türk finansal hayatına gerekse finans sektörüne önemli yararlar sağlamaktadır. Önde gelen tüm finansal göstergeleri içine alan Findeks; Kredi Notu, Risk Raporu, Çek Endeksi ve Çek Raporu temel ürünlerinin yanı sıra ; kredi notunun geliştirilmesi önerilerinin uzman danışmanlardan alındığı Not Danışmanım, kişilerin finansal ve kimlik bilgilerinin internette istenmedik yerlerde olup olmadığının tespit edildiği Takipçi ve kişinin belirlediği finansal şartlar olduğunda uyarı veren Uyarı Hizmeti gibi katma değerli hizmetlerle de önemli açıklar doldurulmuştur.

1 Ocak 2017 tarihi itibarıyla yasa gereği tüm çeklerde karekod uygulaması ve karekodlu çeklerin Findeks'in inovatif çalışmaları sonucunda hayata geçirilmiş olan Findeks Karekodlu Çek Sistemi'ne kaydedilmesi zorunlu olmuştur. Bu bahsi geçen uygulama ile; ticaretin daha açık ve güvenli olması, istihdamın, üretimin, refahın ve ticaret hacminin artırılması amaçlanmıştır. Ayrıca tüketicileri bilgilendirmek, ürün ve hizmetleri web sitesi paralelinde çağrı merkezi kanalından da sunabilmek üzere Müşteri İletişim Merkezi (MİM) oluşturulmuştur. MİM, Türkiye genelinde şu zamana kadar kredili herhangi bir üründen yararlanmış yaklaşık olarak 30 milyon bireyin

faaydalanabileceği etkin bir iletişim merkezidir. Kullanıcılarına geniş bir ürün yelpazesi sunan Findeks; web sitesi, internet şube, Findeks Mobil uygulaması, müşteri iletişim merkezi, bankalar ve stratejik iş ortaklıkları gibi kanallar yoluyla müşterilerine ulaşmakta ve bu kanalların verimi, geliştirilmesi ve artırılması hususunda etkin ve yoğun bir şekilde çalışmalarını sürdürmektedir (KKB, 2017: 100).

Aşağıda yer alan Tablo 2.1. incelendiğinde, yapılan alışmalar Türkiye’de KKB’nin bilgi paylaşımı konusunda önemli bir kuruluş olduğunu göstermektedir. KKB geliştirmiş olduğu söz konusu uygulamalarıyla sadece kredi riskinin düşmesine katkı sağlamakla kalmayıp; aynı zamanda niyeti kötü olan girişimcilerinde önüne geçmiştir (KKB, 2017).

KKB, 52 banka, 61 faktoring, 14 Tüketici Finansmanı, 25 finansal kiralama, 8 sigorta, 13 varlık yönetim şirketi ve 4 diğer üyeler olmak kaydıyla toplamda 177 üyeye sahiptir (KKB, 2017: 13).Ayrıca, KKB’nin bankalara sağlamış olduğu bireysel kredi bilgilerinin yeterli seviyeye geldiği görülmekte olup, kurumsal ve ticari türden kredi bilgilerinin henüz daha ziyade, limit, risk, takip ve tasfiye bilgisi açısından asgari düzeyde seyrettiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 2. 1.** 2013 – 2017 Yılı Operasyonel Göstergeler

<b>BAŞLICA OPERASYONEL GÖSTERGELER</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
BİREYSEL BÜRO SORGULAMA SAYISI (MİLYON ADET)	320	375	432	421	445
KURUMSAL BÜRO SORGULAMA SAYISI (MİLYON ADET)	6	12	24	18	30
BİREYSEL KREDİ NOTU SAYISI (MİLYON ADET)	279	317	366	365	375
AYLIK SORGULAMA SAYISI REKORLARI (MİLYON ADET)	32	46	52	45	46
MİDES'TE YAPILAN İTİRAZ SAYISI (BİN ADET)	279	221	303	267	288
LKS SORGULAMA SAYISI (MİLYON ADET)	37	99	136	140	173
ÜRETİLEN ÇEK RAPORU SAYISI (MİLYON ADET)	5	12	21	30	45
ÜRETİLEN RİSK RAPORU SAYISI (MİLYON ADET)	2	6	11	13	15

*Kaynak: KKB 2017 Faaliyet Raporu*

KKB sürekli gelişen yapısı ile bireysel kredi sektörüne sağladığı önemli katkılar sonucunda oluşabilecek riskleri asgari seviyeye indirmede oldukça yardımcı olur. Yine aynı amaç kapsamında ticari ayağı içinde çalışmalarını geliştirmektedir. Ticari ve bireysel nitelikteki müşterilerin sistemsal kredi borç bilgileri ve ödeme moraliteleri gibi önemli bilgilerin kısa süre içerisinde raporlanması sonucunda işlemlerin daha hızlı ve verimli şekilde yapılmasına katkı sağlar.

### 2.7.3. E-Devlet Veri Tabanları

E-devlet veri tabanları, yurttaşların demografik ya da devlet içerisinde belirlenen kurum ve kuruluşlara özgü bilgilerinin yer aldığı çoğunlukla beyaz ve pozitif nitelikteki bilgilerin yer aldığı veri tabanlarıdır. Bu veri tabanlarından belirli düzeyde ve ancak yasal olarak izin verilmiş kuruluşlar yararlanabilmektedir. Bu kapsamda, belirlenen kurum/kuruluşlar içerisinde önemli bir ağırlığı olan bankaların 5490 sayılı Nüfus Hizmetleri Kanunu'nda Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi (MERNİS) veri tabanında yer alan Kimlik ve Adres Paylaşım Sistemi'nden yararlanabilmektedir. Böylece, bankaların çalışmış olduğu gerçek ve tüzel statüdeki müşterilerinin adres ve kimlik bilgilerine kolaylıkla erişebilecek ve kötü niyetli müşterilerin suiistimallerine karşı koyabilecektir.

Müşterilerin yanlış beyanlı kimlik bilgileri, kimlik paylaşım sistemi aracılığıyla önlenemez böylece ters seçim sorununun da önüne geçilmiş olur. Ayrıca ikametgah adresleri tespit edilemeyen müşterilerin adres bilgilerinin temin edilmesi ise kredi geri ödenemezlik durumuna çözüm getirerek, ahlaki tehlike sorununun çözümüne de katkı sağlamış olur.

Bahsi geçen veri tabanı uygulamaları diğer finansal kuruluşların da karşılaşacağı sorunların çözülmesine katkı sağlar. Aynı zamanda iş ilişkisi içerisinde olan finansal kuruluşların vergi sicilleri ile alakalı yararlanabilecekleri veri kaynakları da mevcuttur. Bu ise müşterinin vergi borcu veya elde ettiği gelirleri konusunda yararlı bilgileri bankalara sunmaktadır. Ayrıca internet yoluyla ulaşılabilecek bir takım veri tabanları mevcuttur. Finansal kuruluşlar müşterilerinin sicillerinin ve beyan ettikleri bilgilerin doğruluğuna buradan ulaşabilmektedirler. Ayrıca Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nün yürütmüş olduğu gayrimenkullere ilişkin tapu kayıtlarının yer aldığı bir

veri tabanı projesi hayata geçirilmiştir. Bankalar veya diğer finansal kuruluşlar bu uygulama vasıtasıyla müşterilerinin beyan etmiş olduğu gayrimenkullerinin tapu kayıtlarına ulaşabilmektedir.

Söz konusu E-devlet uygulamaları, e-bankacılık uygulamalarının gelişmelerine ayak uydurması ve globalleşen dünyada etkin ve sağlıklı yürütülmesine fayda sağlar böylelikle asimetrik bilgi probleminin azaltılmasına da zemin hazırlar.



### **3. BÖLÜM BANKACILIK SEKTÖRÜNDE ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNU ÖNLEMeye YÖNELİK BANKA İÇİ GELENEKSEL UYGULAMALAR**

Çalışmanın birinci bölümünde genel olarak bankacılık sektörüne ilişkin bilgiler sunulmuş; ilk olarak banka ve bankacılık tanımları, fonksiyonları, sınıflandırılmaları ve faaliyet alanları üzerinde durulmuş, bankacılığın tarihçesine değinilerek, Türkiye’de bankacılığın tarihsel gelişim süreçleri açıklanmıştır. İkinci bölümde ise; asimetrik bilginin ne anlama geldiği ve bankacılık sektöründe ne gibi tehlikeler barındırdığı belirtilmiş olup, yaratmış olduğu sorunlara ilişkin çözüm önerileri açıklanmıştır. Ayrıca bu bölümde Türk bankacılık sektöründe asimetrik bilgi sorununu gidermeye yönelik ortak veri tabanı uygulamalarına da değinilmiştir. Bu bölümde ise, Tokat İli ve İlçeleri içerisinde bulunan tüm kamu ve özel bankalar (katılım bankaları hariç) ile yapılan anket çalışmaları sonucunda bankaların uygulamış oldukları geleneksel görüş ve yöntemler (veri tabanı uygulamaları hariç) ile bahsi geçen problemleri çözmede ne düzeyde etkili oldukları incelenmiştir.

Asimetrik bilgi probleminin en çok görüldüğü piyasanın, kredi piyasası oluşu ve söz konusu problemlerin makroekonomik etkilerinin büyük olmasından dolayı çalışmanın bu yönde yapılmasına karar verilmiştir. Genel olarak Türkiye’de bulunan tüm bankalar için geçerli olan ortak bir problem olmakla beraber, kapsam, zaman ve izin açısından bu tür bir genellemedense Tokat İli ve İlçeleri’nde çalışmanın yapılması uygun bulunmuştur. 3 kamu ve 9 özel banka olmak üzere toplam 12 bankanın çalışanları ile anket çalışması yapılmıştır.

#### **3.1. LİTERATÜR ÇALIŞMALARI**

Asimetrik bilgi sorunu tüm piyasalarda olmasına rağmen bu çalışmada sadece bankacılık ve finans sektörü üzerine yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Aklan ve Nargeleçekenler (2011), 1998-2001 Türkiye’de banka kredi kanallarının zayıfta olsa işlediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu araştırmaya göre asimetrik

enformasyonun geçerli olduğu piyasa koşullarında hem bankalar hem de ödünç alıcılar açısından aktifler arası ikame esnekliğinin tam olmadığı anlatılmaktadır.

Altunöz (2011)'e göre; Asimetrik bilgi sorunu piyasa mekanizmasının işleyişini engelleyen önemli bir unsurdur. Özellikle bankacılık ve finans kesiminde sıkça rastlanılan bu sorun, sonu finansal krizlere kadar gidebilecek tehlikeleri bünyesinde barındırmaktadır. Çalışmada insan davranışlarının oyunlar yoluyla açıklanabileceği fikrini ilk düşünen matematikçi John von Neumann'ın fikrinden yola çıkarak banka ve finans kurumlarında asimetrik bilginin oyun teorik olarak nasıl çözümlenebileceği irdelenmiştir. Aynı zamanda Türkiye için oyun teorisi analizi çerçevesinde asimetrik bilgi problemini incelediğimiz takdirde bankaların zarara uğramaması için Nash dengesinin ne olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Bankalar, müşteri profillerini gerektikleri gibi araştırıp sınıflandırmaları durumunda kredi verip vermemeleri konusunda daha net kararlar alabileceklerdir. Kredi kayıt bürosunun daha etkin çalışması ve tüm bankaların söz konusu sisteme üye olmaları, banka istihbarat birimlerinin daha etkin ve işbirliği içinde çalışmaları bu sürece olumlu katkı sağlayabilecektir.

Aras ve Müslümov (2004)'a göre; mali piyasalarda karar almaya temel oluşturacak bilginin her zaman tam ve doğru olarak elde edilememesi ve tarafların farklı bilgiye sahip olmaları piyasaların işleyişinde sorunlara ve aksaklıklara yol açmaktadır. Asimetrik bilgi piyasaların verimli işleyişini azaltmakta ve kredi piyasasında yanlış kredi kararları almaya neden olmaktadır. Bu durum ise, kredi tayinlemesini ve ekonomik etkinliğin azalması durumunu ortaya çıkarır. 1992 – 2001 yıllarını kapsayan dönemde çeyreklik veriler ışığında Granger Nedensellik tanımına dayalı Sims Testi'ni kullanarak Türk bankaların asimetrik bilgidan kaynaklanan ters seçim ve ahlaki tehlike sorunlarının giderilmesine yönelik olarak kredi tayinlemesinde buldukları sonucuna ulaşmışlardır.

Bekmez ve Çalış (2011)'a göre; asimetrik bilgi sorunu piyasa aksaklıklarına sebep olmaktadır. Bu durum olası krizleri de beraberinde getirmektedir. Bankalar ters seçim sorunu ve ahlaki tehlike sorunlarıyla karşılaştıklarında çok büyük maliyetlere katlanmak zorunda kalabilirler. Takipteki kredilerin artması ve bankaların öz kaynak



yapılarının bozulması kredi tayinlamasını da beraberinde getirir. Bankalar bu durumu engellemek adına iyi müşteriye kötü müşteriden ayırt ederek, iyi müşterileri kredilendirmesi ve akabinde takipteki kredi hacimlerini düşürmesi gerekmektedir.

Berndt ve Gupta (2009)'a göre; bankalar, gözlemlenemeyen özel bilgilere dayalı düşük kaliteli borçluların kaynaklarını kullanmakta (ters seçim) ve / veya kredi satışları, borçluları olumsuz etkileyen azaltılmış bir banka izlenmesine (ahlaki tehlike) yol açmaktadır. Bu sorunları giderecek düzenlemeler ise; kredi satışlarıyla ilgili düzenleyici kısıtlamalar, bilgi ağını genişletecek uygulamalar ve teminatlı ticari kredilerdir.

Bester (1985), bankaların faiz oranı ve teminatlandırmayı, firmanın risklilik derecelendirmelerinde birlikte kullanmaları halinde, kredi tayinlamasının ortaya çıkmayacağını teorik olarak açıklamıştır.

Cengiz (2010)'a göre; finansal piyasalarda asimetrik bilgi sorunu ters seçim ve ahlaki tehlike problemlerini ortaya çıkarır. Bu nedenle küçük ve orta ölçekli firmaların menkul kıymet piyasasından borçlanması zorlaşır ve alternatif olan piyasalarda eksik ikame sorunu ön plana çıkar. Ters seçimin önlenmesinde gerekli bilgi üretimi ve kontrolü konusunda önemli rol oynamaktadır.

Demirci (2014)' ye göre; asimetrik bilgi en önemli piyasa başarısızlıkları arasında yer almaktadır ve bu durum piyasaların tam rekabet koşullarının oluşmasını engellemektedir. Asimetrik bilgi sebebiyle piyasalar hatalı işlemler yapmakta ve etkin kararlar verememektedir. Buna ilaveten bankalar ise, borç verme konusunda yanlışa düşmektedir. Bahsi geçen bu durumlar ekonominin işleyişini bozarak büyük hatalar zincirine yol açar.

Dokur (2005)'e göre; tüm piyasalarda görülen asimetrik bilgi sorunu piyasanın genel konjonktürünü bozmaktadır. Söz konusu piyasalardan birisi de bankacılık sektörünü kapsayan kredi piyasalarıdır. Bankacılık sektöründe çeşitli piyasa düzenlemeleriyle asimetrik bilgi sorunu giderilmeye çalışılmaktadır. Yasal düzenlemeler ve denetimlerin yanında asimetrik bilgi sorununu ortadan kaldıracak çözüm önerilerinden biri, bankaların kendi aralarında veri tabanları oluşturmaları ve ya

profesyonelleşmiş bir takım kuruluşlar tarafından bilgi üretiminin gerçekleştirilmesi için bir sistem oluşturulması ve bilginin iyi denetlenen bu sistem üzerinden satış yoluyla sağlanmasıdır.

Erdoğan (2008)'e göre; asimetrik bilgi sorunu uzun zamandır araştırılan bir konudur. Kredi piyasalarında asimetrik bilgiyi ortadan kaldırmak için bankalar vermiş olduğu kredileri teminatlandırmaktadırlar. Bu durum kredinin geri dönmesine güvence sağlamış olur. Ayrıca kurulacak olan özel kredi büroları asimetrik bilgiyi önlemede etkili olacaktır. Böylelikle tam bilgiye ulaşmak için bankalar büyük maliyetler ödemeyecektir.

Jensen ve Meckling 1976 da kaleme aldıkları çalışma yöneticilerin amacı, şirket hisse senedinin değerini en yükseğe taşımaktır. Fakat yöneticiler kendi çıkarlarını kollayarak mesleklerini kaybetmemek için tutucu davranarak riskli yatırımlardan kaçınırlar. Bu nedenle daha çok öz kaynak kullanma yoluna giderek hissedarlarına ilave maliyetler oluştururlar.

Kutlar ve Sarıkaya (2003)'e göre kredi tayinlaması ve faiz oranlarındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Sonuç olarak ise; 1985-2002 yılları arasında kapsayan dönemde Türkiye'de kredi tayinlama sürecinin yaşandığını kısmen destekler bulgulara ulaşılmıştır.

Kuşgözoğlu (2010)'na göre; asimetrik bilgi sorunu piyasanın işleyişini bozan ve krizlere taban oluşturan önemli bir sorundur. Finansal piyasalarda ortaya çıkan bu sorun, bankalardan kaçışa, varlık fiyatlarındaki düşüşe ve kredi piyasalarında daralmalara sebep olur. Bu durum sonrasında tüm ekonomiye sıçrayabilir. Bunun önlenmesi için yasal düzenlemeler, piyasada var olan belirsizlikleri gidermeyi amaçlayan müdahaleler ve bilgi bankalarının oluşturulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Okuyan (2009), çalışmasında 1986 ile 2008 yılları arasındaki aylık verileri kullanarak ve Toda-Yamamoto Analizi çerçevesinde tasfiye olacak alacakların,

bankaların kredi verme eğilimlerini olumsuz yönde etkilediğini ve bu sürecin ise, kredi tayinlamasına neden olduğunu ortaya koymuştur.

Stiglitz ve Weiss 1981-1983 yılları arasını kapsayan çalışmada, banka ve finans kuruluşları, asimetrik bilginin olmadığı ortamlarda krediden kaynaklanan zararları en aza indirmek için faiz oranını yükselterek kredi talebini düşürme düşüncesini taşımazlar. Bunun yerine, kredi tayinlaması yoluyla kredi vermeyi durdurmanın daha rasyonel olabileceği düşüncesine kapılırlar sonucunu getirmiştir.

Tunçay (2008)'e göre; kurumsal kredi piyasasında risk yapısına duyarsız kalınması, reel sektör firmalarının devamlı olarak önceki borçlanmalarının geri ödemelerine yönelik bankacılık sisteminden yeni kaynak alma arayışına girmelerine, diğer bir ifadeyle Ponzi finansmanı uygulamalarına neden olmaktadır. Bankaların, sorunlu kredilere sahip firmaları özellikle rutin ticari kredilere oranla görece olarak daha yüksek faiz oranıyla tekrar kredilendirmelerinden elde ettikleri başta faiz geliri olmak üzere tüm kazanımlar, söz konusu fonlamanın maliyetlerinden fazla ise ve özellikle düşük faizli fon kaynağı yurt dışından elde edilebiliyorsa ve sorunlu kredilerin toplam kredilere olan oranı, sektör ortalamasının üzerinde değilse bu tür kredi plasman stratejisi rasyonel bir davranış olarak bankalar tarafından sürdürülebilecektir. Bankalar bu kredi plasman stratejilerini maliyetlerle karşılaştırarak kar sağladıkları sürece, söz konusu stratejiyi izlemeye devam etmeleri, Jaffe Russell Modeli'nin öngördüğü teorik temele uygun bir finansman yapısının bankalarca uygulandığı anlamına gelmektedir. Bankaların esas işlevleri olan kredilendirmeden sağladıkları karlarının artması için doğal olarak kredi faiz oranı ve plase edilen kredi miktarının artırılması gerekmektedir. Ancak, Ponzi finansmanı denilen finansman stratejisi, sisteme egemen olursa; sisteme yeni girecek risk alabilecek katılımcı bulunmadığında, diğer bir ifadeyle, tasfiye olunacak kredi oranlarıyla ilişkili risk faktörüne duyarlı bir bankacılık sektörünün varlığı halinde bu durum, reel sektörde iflaslara neden olabilecektir.

Vardareri ve Dursun (2008)'a göre; finans piyasalarında meydana gelen asimetrik bilgi, ahlaki tehlike ve ters seçim sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu durum piyasaların yüksek riskli çalışmasına sebep olur. Özellikle fonların verimli ve gerekli alanlara aktarılamaması yatırımların azalmasına ve ekonomide daralmalara yol açar.

Asimetrik bilgi sorunu 2008 krizine sebep olan önemli bir unsurdur. Ancak, bir daha bu yoğunlukta bir krizin yaşanmaması açısından, asimetrik bilgiyi azaltacak, ahlaki tehlike ve ters seçim problemini ortadan kaldıracak düzenlemelerin yapılması zorunluluktur.

Literatür çalışmalarından elde edilen ortak sonuç; asimetrik bilgidен kaynaklanan sorunlarının giderilmesi için yasal düzenlemelerin artırılması ve bilgi edinmeyi artırıcı uygulamaların geliştirilmesi gerektiğidir.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Bu çalışmanın amacı; kredi piyasalarında kreditor olarak tanımlanan bankaların, asimetrik bilgi problemini banka içi geleneksel yöntemlerle ne kadar engelleyebileceklerini görebilmektir. Bir diğer amacı ise; bu yöntemlerin kredi dönüş oranlarına ne derecede etki ettiğini ölçmek ve iyi müşteri ile kötü müşteriyi ayırt edebilmektir.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da niteliğinden kaynaklanan bir takım sınırlılıklar söz konusudur. Bu sınırlılıklar;

- Ankete verilen cevapların açık uçlu olmaması neticesinde, banka çalışanlarının sorular hakkındaki düşüncelerini yazılı olarak elle kayıt edememesi ve anket cevaplarıyla sınırlı kalması çalışma için bir sınırlılıktır.
- Bankada çalışanların yoğun iş tempoları neticesinde; anket sorularına ayırdıkları zamanın kısıtlı olması dolayısıyla anketlerin hızlı cevaplanması ve anket sorularını tam olarak anlayamamış olmaları çalışma açısından bir sınırlılıktır.
- Anket çalışması aşamasında başvuru bazı banka şubelerinin üst düzey yöneticilerinin müşteri ve banka içi uygulama gizliliğini öne sürerek çalışma yapılmasına izin vermemesi araştırmanın bir diğer sınırlılıklarındandır.

### 3.4. ARAŞTIRMANIN MATERYAL VE YÖNTEMİ

Çalışmada birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Tokat il genelinde banka çalışanlarıyla yüz yüze görüşme sonucu elde edilen veriler çalışmanın birincil verilerini oluşturmuştur. Konuyla ilgili daha önce yapılmış tezler, makaleler ve raporlardan yararlanılmıştır. Bunlar ikincil verileri oluşturur. Elde edilen verilerin analizinde yüzde ve frekans analiziyle birlikte çeşitli istatistikî testlerden yöntem olarak faydalanılmıştır.

Yapılan araştırma; düzeyi açısından uygulama, çevresi açısından alan ve yöntemi açısından çıkarımsal bir araştırmadır. İncelenen konu ise; bankacılık sektöründe asimetrik bilgi sorununu azaltmak için banka içi gelenekselleşen uygulamalardır. Araştırma anketi, 3 farklı kamu bankası ve 2 farklı özel bankada görev yapan uzman çalışanların bir araya gelerek uzun tartışmalar sonucu oluşturmuş olduğu 7 demografik, 36 banka içi gelenekselleşen görüş ve uygulamalarla alakalı sorulardan oluşmaktadır. Kullanılan anket, bilgisayar ortamında hazırlanıp çıktısı alınmış olup; öncelikle Tokat'ın Merkez ilçesindeki banka çalışanlarına 50 adet pilot anket uygulaması yapılarak cevapların anlamlı olup olmadığı gözden geçirilmiş, sonrasında Tokat İli ve İlçeleri'nde söz konusu tüm bankalara bizzati gidilerek satış pozisyonunda görev yapan ilgili banka çalışanlarına dağıtılmıştır.

Ankette Likert tipi beşli dereceleme ölçeği kullanılmıştır. Anket soruları; kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5) olarak gruplandırılıp değerlendirilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde “Mann-Whitney U Testi” ve “Kruskal-Wallis Testi” kullanılmıştır.

**Mann-Whitney U Testi:** t testinin parametrik olmayan eşdeğeri olarak düşünülebilir. Bu test için verinin dağılımı konusunda herhangi bir şart olmamakla birlikte verinin tesadüfi olarak toplanmış olması gerekmektedir. Analiz için verinin, aralık seviyesi olmasına gerek kalmaksızın ordinal (sıralama) seviyede olması da yeterli olmaktadır. Bu test yardımıyla bağımsız iki grubun aynı dağılıma sahip ana kitlelerden (popülasyondan) geldiği hipotezi test edilebilmektedir (Altunışık ve diğerleri, 2010: 204).

**Kruskal-Wallis Testi:** One-way (Tek Yönlü) Varyans Analizi olara da bilinmektedir. Uygulama olarak Mann-Whitney U Testi'ne benzemektedir. Ancak üç veya daha fazla grubun karşılaştırılmasında kullanılmaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2010: 210).

Araştırmanın ana kütesini; Tokat İli ve İlçeleri'nde mevcut şubesi bulunan kamu ve özel bankalardaki bireysel ve ticari krediler kanalında satış yapan banka çalışanları oluşturmaktadır. Yapılan ana kütle tespitine göre 312 adet satış pozisyonunda bulunan banka çalışanı tespit edilmiştir. Ana kütleyle; her bir banka şubelerinin müdürlerinden alınan personel sayısı rakamları neticesinde ulaşılmıştır. Çalışmada bazı banka şube müdürlerinin çalışanlarına anket yapılmasını kabul etmemesi, bazı personellerin yoğun çalışma temposundan dolayı anketi cevaplamayı reddetmesi ve bazı çalışanların ise izine ayrılmış olmaları neticesinde çalışma örneklemini toplam 268 kişiden oluşmuştur. Toplanan verilere gerekli analizler yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmanın güvenilirlik ve geçerlilik testini geçmesi için yaygınlaşan görüşe göre örneklem hacminin minimum olarak %20'sinden veri toplanmalıdır (Taşkın ve Akat, 2010: 22). Yapılan bu çalışmada ise örneklem büyüklüğü ana kütlelerin %85,89'unu oluşturmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik durumları için Cronbach Alpha güvenilirlik ölçütü kullanılmıştır.

- $0 \leq \alpha < 0,40$  ise, ölçek güvenilir değildir,
- $0,40 \leq \alpha < 0,60$  ise, ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise, ölçek güvenilir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

**Tablo 3. 1.** Anketin Güvenilirlik Katsayısı

Cronbach's Alpha Güvenilirlik Katsayısı	Soru Sayısı
,864	36

Yukarıdaki Tablo 3.1.'de anlaşılacağı üzere kullanılan anket yüksek derece güvenilir bulunmuştur.

### 3.5. BULGULAR

Anket çalışması sonucu elde edilen bulgular tablolar yardımıyla izah edilmiştir ve çeşitli çıkarımlarda bulunulmuştur.

**Tablo 3. 2.** Çalışanların Demografik Özelliklere Göre Frekans Dağılımları

DEĞİŞKEN		N	%	DEĞİŞKEN		N	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	105	39,2	<b>Eğitim Durumu</b>	Lise	8	3
	Erkek	163	60,8		Ön Lisans	17	6,3
<b>Medeni Durum</b>	Bekar	75	28		Lisans	210	78,4
	Evli	193	72		Y. Lisans	33	12,3
<b>Yaş</b>	18 -22	0	0		Doktora	0	0
	23 -27	23	8,6		<b>Hizmet Süresi</b>	0 - 5	74
	28 - 32	93	34,7	6 - 10		93	34,7
	33 - 37	87	32,5	11 -15		58	21,6
	38 - 42	41	15,3	16 -20		34	12,7
	43 - 47	20	7,5	21 ve Üstü		9	3,4
	48 ve Üstü	4	1,4				
<b>Yetkili Olunan Kredi Türü</b>	Bireysel Krediler	140	52,2	<b>Çalışılan Banka Türü</b>	Kamu Sermayeli Banka	127	47,4
	Ticari Krediler	128	47,8		Özel Sermayeli Banka	141	52,6
<b>Toplam</b>		268	100	<b>Toplam</b>		268	100

Araştırmaya katılan banka çalışanlarının frekans dağılımları yukarıda yer alan Tablo 3.2.'de verilmiştir. Tablo 3.2. incelendiğinde, ankete katılan 268 çalışanın 105'i (%39,2) kadın, 163'ü (%60,8) ise erkektir. Bu çalışanlardan 75'i (%28) bekâr ve 193'ü (%72) ise evlidir. Çalışanların yaş düzeyleri incelendiğinde en düşük orana 48 ve Üstü grup sahip olmaktadır (%1,4). En yüksek oransa %34,7 ile 28-32 yaş grubudur. Çalışılan banka türü incelendiğinde, kamu sermayeli bankada çalışan sayısı 127 (%47,4) iken özel sermayeli bankalarda çalışanların sayısı 141'dir (%52,6). Yine anket

çalışanlarının eğitim düzeyi incelendiğinde doktora mezununun hiç olmadığı ve en yüksek sayının 93 (%34,7) ile lisans mezunlarının oluşturduğu görülmüştür. Yetkili olunan kredi türünde, bireysel kredi de yetkili olanların sayısı 140 (52,2) iken, ticari kredilerde yetkili olanların sayısı 128'dir (%47,8). Son olarak çalışanların hizmet süreleri incelendiğinde, en yüksek sayıyı 93 ile (%34,7) 6-10 yıl grubu ve en düşük oranı ise 9'la (%3,4) 21 ve üstü grubunun oluşturduğu görülmektedir.

**Tablo 3. 3.** Beşli Likert Frekans Dağılımları

ASİMETRİK BİLGİ SORUNUNA DAİR İFADELER	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kredi başvurusunda bulunan müşterinin referanslı bir müşteri olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	4	1,5	47	17,5	17	6,3	160	59,7	40	14,9
Müşterinin eğitim düzeyi arttıkça, asimetrik bilgi sorunu azalır.	6	2,2	29	10,8	20	7,5	174	64,9	39	14,6
Müşterinin kamu sektöründe çalışıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	6	2,2	69	25,7	52	19,4	114	42,5	27	10,1
Müşterinin özel sektörde çalışıyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	7	2,6	79	29,5	69	25,7	103	38,4	10	3,7
Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	16	6	87	32,5	68	25,4	86	32,1	11	4,1
Ticari segmentli müşterinin faaliyet kolunun sektördeki durumu hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır.	2	0,7	30	11,2	29	10,8	169	63,1	38	14,2
Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	12	4,5	92	34,3	52	19,4	88	32,8	24	9
Müşterinin herhangi bir kurum/kuruluştaki üst düzey yönetici olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	7	2,6	75	28	45	16,8	111	41,4	30	11,2
Müşterinin genç yaşta olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	10	3,7	89	33,2	78	29,1	79	29,5	12	4,5
Müşterinin sektördeki deneyimi hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır.	4	1,5	24	9	39	14,6	176	62,3	34	12,7
Müşterinin cinsiyetinin erkek olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	64	23,9	122	45,5	53	19,8	25	9,3	4	1,5
Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	3	1,1	22	8,2	18	6,7	146	54,5	79	29,5
Müşterinin herhangi bir sivil toplum kuruluşunda etkin rol alması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	7	2,6	89	33,2	87	32,5	79	28,5	6	2,2
İşveren statülü müşterinin, çalışanlarına göstermiş olduğu olumlu davranışları asimetrik bilgi sorununu artırır.	33	12,3	99	36,9	61	22,8	67	25	8	3
Müşterinin fiziksel görünümündeki olağandışı değişiklikler asimetrik bilgi sorununu artırır.	17	6,3	86	32,1	80	29,9	82	30,6	3	1,1
Müşterinin faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesi asimetrik bilgi sorununu artırır.	4	1,5	55	20,5	59	22	121	45,1	29	10,8



Müşterinin, mesleği dışında başka bir işle uğraşıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	17	6,3	131	48,9	62	23,1	53	19,8	5	1,9
Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	3	1,1	27	10,1	34	12,7	172	64,2	32	11,9
Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	3	1,1	22	8,2	22	8,2	137	51,1	84	31,3
Müşterinin intiba ve güvenilirlik durumu hakkında bilgi sahibi olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	3	1,1	25	9,3	17	6,3	147	54,9	76	28,4
Müşterinin kendi işlerine gösterdiği ilgi, özen ve çabası asimetrik bilgi sorununu artırır.	41	15,3	110	41	36	13,4	64	23,9	17	6,3
Müşterinin aile şirketi olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	9	3,4	94	35,1	83	31	77	28,7	5	1,9
Müşterinin, şirket yapısının çok ortaklı olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	13	4,9	115	42,9	75	28	57	21,3	8	3
Müşterinin küçük ölçekli bir firma olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	7	2,6	103	38,4	75	28	75	28	8	3
Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	7	2,6	78	29,1	55	20,5	97	36,2	31	11,6
Müşterinin muhasebecisi ile irtibat halinde olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	5	1,9	40	14,9	30	11,2	158	59	35	13,1
Müşterinin talep ettiği kredinin hacmi büyüdükçe; asimetrik bilgi sorunu artar.	5	1,9	82	30,6	54	20,1	106	39,6	21	7,8
Müşterinin başka bir ilde ikamet ediyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	9	3,4	55	20,5	42	15,7	136	50,7	26	9,7
Müşterinin, yeni bir girişimci olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	6	2,2	34	12,7	64	23,9	144	53,7	20	7,5
Müşterinin büyük ölçekli bir firma olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	7	2,6	80	29,9	56	20,9	111	41,4	14	5,2
Müşterinin ithalat ve/veya ihracat yapıyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	8	3	92	34,3	66	24,6	91	34	11	4,1
Müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	13	4,9	70	26,1	48	17,9	112	41,8	25	9,3
Müşterinin, mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	4	1,5	35	13,1	59	22	154	57,5	16	6
Müşterinin bekar olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	26	9,7	96	35,8	86	32,1	53	19,8	7	2,6
Müşterinin cinsiyetinin kadın olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	48	17,9	120	44,8	71	26,5	20	7,5	9	3,4
Müşterinin evli olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	33	12,3	101	37,7	66	24,6	62	23,1	6	2,2

Tablo 3.3. incelendiğinde, “Kredi başvurusunda bulunan müşterinin referanslı bir müşteri olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.” İfadesine 268 katılımcıdan 4’ü (%1,5) “kesinlikle katılmıyorum” cevabını verirken; 160’ı (%59,7) ise “katılıyorum” cevabını vermiştir. Katılımcılar müşteri hakkında ön bilgiye sahip olmanın önemli olduğunu vurgulamışlardır. “Müşterinin eğitim düzeyi arttıkça; asimetrik bilgi sorunu azalır.” ifadesine katılımcıların 174’ü (%64,9) “katılıyorum” cevabı vererek en yüksek payı oluşturmuştur. Bunun nedeninin ise; çalışanların müşterilerden istemiş oldukları bilgi ve belgelerin anlaşılması durumunun eğitim düzeyiyle paralellik gösterdiği olarak tanımlanmasıdır. “Müşterinin kamu sektöründe çalışıyor olması asimetrik bilgi

*sorununu azaltır*” ifadesine 6 (%2,2) katılımcı “kesinlikle katılmıyorum” derken 114 (%42,5) katılımcı ise “katılıyorum” cevabını vermiştir. Bir diğer soru olan “*Müşterinin özel sektörde çalışıyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.*” ifadesinde en yüksek payı 103 (%38,4) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmuştur. “*Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.*” ifadesine 87 (%32,5) katılımcı “katılmıyorum” cevabını verirken; buna çok yakın bir oran olan 86 (%32,1) katılımcı ise “katılıyorum” cevabını vermiştir. Ayrıca bu ifadeye 68 %(25,4) katılımcı ise “kararsızım” demiştir. “*Ticari segmentli müşterinin faaliyet kolunun sektördeki durumu hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır.*”ifadesine 169 (%63,1) katılımcı “katılıyorum” derken, 2 (%0,7) katılımcının vermiş olduğu “kesinlikle katılmıyorum” cevabı ise ifadedeki en düşük oranı oluşturmaktadır. Hangi sektörün riskli hangisinin ise daha az riskli olduğunun bilinmesi kredi geri dönüşlerine olumlu yansıdığı düşünüldüğünde; katılımcıların yüksek oranla “katılıyorum” cevabını vermesi doğru bir çıkarım olmuştur. “*Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.*” ifadesine 92 (%34,3) katılımcı “katılmıyorum” cevabı vermişken, buna en yakın cevabı 88 (%32,8) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” düzeyi oluşturmaktadır. “*Müşterinin herhangi bir kurum/kuruluşta üst düzey yönetici olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.*” ifadesine 7 (%2,6) katılımcı “kesinlikle katılmıyorum” derken, 111 (%41,4) katılımcı ise “katılıyorum” cevabını vermiştir. “*Müşterinin genç yaşta olması asimetrik bilgi sorununu artırır.*”ifadesine 89 (%33,2) katılımcı “katılmıyorum” cevabını vermişken, 79 (%29,5) katılımcı “katılıyorum” cevabını vermiştir. Buna karşılık 78 (%29,1) katılımcı ise “kararsızım” cevabını vermiştir. “*Müşterinin sektördeki deneyimi hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır.*” ifadesinde en yüksek payı 176 (%62,3) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmuştur. “*Müşterinin cinsiyetinin erkek olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.*” ifadesine 122 (%45,5) katılımcı “katılmıyorum” düzeyinde cevap vermişken; 4 (%1,5) “kesinlikle katılıyorum” düzeyinde cevap vermiştir. “*Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.*”ifadesinde en yüksek payı 146 (%54,5) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmaktadır. “*Müşterinin herhangi bir sivil toplum kuruluşunda etkin rol alması asimetrik bilgi sorununu azaltır.*”ifadesinde 89 (%33,2) katılımcı “katılmıyorum” demişken, bunu 87 (32,5)

katılımcının vermiş olduğu “kararsızım” cevabı takip etmiştir. *“İşveren statülü müşterinin, çalışanlarına göstermiş olduğu olumlu davranışları asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde 99 (%36,9) katılımcı “katılmıyorum” cevabı vermişken, en düşük payı 8 (%3) katılımcının vermiş olduğu “kesinlikle katılıyorum” cevabı oluşturur. *“Müşterinin fiziksel görünümündeki olağandışı değişiklikler asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesine katılımcılar birbirlerine yakın oranlarda cevaplar vermiştir. Bu cevaplar ise; 86 (%32,1) katılımcıyla “katılmıyorum”, 82 (%30,6) katılımcıyla “katılıyorum” ve 80 (%29,9) katılımcıyla “kararsızım” düzeyidir.

*“Müşterinin faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesi asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde en yüksek payı 121 (%45,1) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmaktadır. *“Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesine katılımcıların 172’si (%64,2) “katılıyorum” derken, 32 (%11,9) katılımcı ise “kesinlikle katılıyorum” demiştir. *“Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesine 137 (%51,1) katılımcı “katılıyorum” derken, çalışanların 84’ü (%31,3) ise “kesinlikle katılıyorum” cevabını vermiştir. *“Müşterinin intiba ve güvenilirlik durumu hakkında bilgi sahibi olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesine 147 (%54,9) katılımcı “katılıyorum” derken, 25 (%9,3) katılımcı ise “katılmıyorum” cevabını vermiştir. *“Müşterinin kendi işlerine gösterdiği ilgi, özen ve çabası asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesine 110 (%41) çalışan “katılmıyorum” derken, 64 (%23,9) katılımcı ise “katılıyorum” cevabını vermiştir. *“Müşterinin aile şirketi olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesine katılımcılar birbirlerine yakın oranlarda cevaplar vermiştir. Bu cevaplar ise; 94 (%35,1) katılımcıyla “katılmıyorum”, 83 (%31) katılımcıyla “kararsızım” ve 77 (%28,7) katılımcıyla “katılıyorum” düzeyidir. *“Müşterinin, şirket yapısının çok ortaklı olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesinde en yüksek payı 115 (%42,9) katılımcının vermiş olduğu “katılmıyorum” cevabı oluşturmuştur. *“Müşterinin küçük ölçekli bir firma olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde iki eşit cevap sayısı mevcuttur. Bu cevaplar 75 (%28) katılımcının vermiş olduğu “kararsızım” ve “katılıyorum” cevaplarıdır. Ayrıca ifadede en yüksek payı 103 (%38,4) katılımcının verdiği “katılmıyorum” cevabı oluşturmuştur. *“Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetrik bilgi sorununu*

*azaltır.*” ifadesine katılımcıların 97’si (%36,2) “katılıyorum” derken, 78 (%29,1) katılımcı ise “katılmıyorum” demiştir. *“Müşterinin muhasebecisi ile irtibat halinde olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”*ifadesine 158 (%59) katılımcı “katılıyorum” cevabını vermiştir. *“Müşterinin talep ettiği kredinin hacmi büyüdükçe; asimetrik bilgi sorunu artar.”*ifadesine katılımcıların 106’sı (%39,6) “katılıyorum” derken, 82 (%30,6) katılımcı ise “katılmıyorum” demiştir. *“Müşterinin başka bir ilde ikamet ediyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde en yüksek payı 136 (%50,7) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmuştur. Bunun banka çalışanının müşterisini daha iyi tanıma fırsatı elde edememesinden kaynaklandığı düşünülebilir. *“Müşterinin, yeni bir girişimci olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”*ifadesinde en yüksek payı 144 (%53,7) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmuştur. Buna sebep olarak yeni yeni girişimcilerin genellikle büyük riskler üstlendiği gösterilebilir. *“Müşterinin büyük ölçekli bir firma olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”*ifadesinde en yüksek payı 111 (%41,4) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluştururken, bunu 80 (%29,9) katılımcının verdiği “katılmıyorum” cevabı takip etmiştir. *“Müşterinin ithalat ve/veya ihracat yapıyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır”* ifadesinde katılımcılar birbirlerine yakın oranlarda cevaplar vermiş olup; bu cevapların 92’si (%34,3) “katılıyorum”, 91’i (%34) ise “katılmıyorum” düzeyindedir. *“Müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde en yüksek payı 112 (%41,8) katılımcının vermiş olduğu “katılıyorum” cevabı oluşturmuştur. *“Müşterinin, mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesinde en düşük payı 4 (%1,5) katılımcının vermiş olduğu “kesinlikle katılmıyorum” cevabı oluşturuyorken, en yüksek payı ise 154 (%57,5) katılımcı ile “katılıyorum” cevabı oluşturur. *“Müşterinin bekâr olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde 96 (%35,8) katılımcı “katılmıyorum” derken, 86 (%32,1) katılımcı ise “kararsızım” cevabını vermiştir. *“Müşterinin cinsiyetinin kadın olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinde en düşük payı 9 (%3,4) katılımcının vermiş olduğu “kesinlikle katılıyorum” cevabı oluşturuyorken, en yüksek payı ise 120 (%44,8) katılımcı ile “katılmıyorum” cevabı oluşturur. Son olarak *“Müşterinin evli olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesinde katılımcıların 101’i (%37,7) “katılmıyorum” cevabını verirken, 66’sı (%24,6) “kararsızım” cevabını vermiştir. Bu ifadeye katılımcıların genellikle “katılıyorum” cevabını vermesinin nedeni, evli

müşterilerin borç ödeme performanslarının bekâr müşterilere göre daha yüksek olmasıdır.

Katılımcıların anketteki ifadelerine vermiş oldukları cevaplar ile cinsiyet, medeni durum, çalıştığı banka türü ve yetkili olduğu kredi türü ifadelerine ilişkin elde edilen veriler normal dağılım göstermediği için, asimetrik bilgi sorununu banka içi gelenekselleşen uygulamalar ile gruplar arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek üzere “Mann Whitney U Testi” uygulanmış ve söz konusu iki değişkenlerin arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını  $P \leq 0,05$  anlamlılık düzeyine bakılarak karar verilmiştir. Bu kapsam da hipotezler şu şekilde kurulur ;

**H<sub>0</sub>:** Gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

**H<sub>1</sub>:** Gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

**Tablo 3. 4.** Cinsiyet Durumuna Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Asimetrik Bilgi Sorununa Dair İfadeler	Sıra Ortalaması (SO)		Mann - Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
	Kadın (N:105)	Erkek (N:163)				
Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	111,00	149,64	6090,000	11655,000	-4,162	0,000
Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	115,72	146,60	6585,500	12150,500	-3,326	0,001
Müşterinin genç yaşta olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	122,69	142,11	7317,500	12882,500	-2,095	0,036
Müşterinin cinsiyetinin erkek olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	109,64	150,52	5947,000	11512,000	-4,484	0,000
Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	120,76	143,35	7114,500	12679,500	-2,432	0,015
Müşterinin bekâr olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	119,14	144,40	6944,500	12509,500	-2,726	0,006

Tablo 3.4.' de belirtilen Mann Whitney U testi sonucunda “*Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetric bilgi sorununu azaltır.*” ifadesi katılıcılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Erkek katılımcıların sıralama ortalaması kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $149,64 > 111,00$ ). Bu durumda erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre; müşterilerin sosyal medya hesaplarının takip edilmesinin asimetric bilgiyi azaltmada daha yüksek düzeyde etki ettiğini düşündükleri sonucu tespit edilmiştir. Buna sebep olarak da kadın katılımcıların, müşterilerinin sosyal medya hesaplarını çok fazla takip etmemeleri ve gerçeği yansıttığını düşünmemeleri olarak gösterilebilir. “*Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetric bilgi sorununu azaltır.*” ifadesi katılıcılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Erkek katılımcıların sıralama ortalaması kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $146,60 > 115,72$ ). Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre, müşterinin malvarlığının fazla olmasının asimetric bilgiyi daha çok azalttığını düşündükleri tespit edilmiştir.

“*Müşterinin genç yaşta olması asimetric bilgi sorununu artırır.*” ifadesi katılıcılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Erkek katılımcıların sıralama ortalaması kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $142,11 > 122,69$ ). Bu durumda erkek katılımcıların, müşterinin genç yaşta olmasının asimetric bilgi sorununu daha çok arttırdığını düşündükleri tespit edilmiştir.

“*Müşterinin cinsiyetinin erkek olması asimetric bilgi sorununu azaltır.*” ifadesi katılıcılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, erkek katılımcıların sıralama ortalamasının kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $150,52 > 109,64$ ). Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre, müşterinin erkek olmasının asimetric bilgi sorununu daha çok azalttığını düşündükleri sonucuna varılmıştır.

“*Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetric bilgi sorununu azaltır.*” ifadesi katılıcılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık

göstermektedir. ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, erkek katılımcıların sıralama ortalamasının kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $143,35 > 120,76$ ). Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre, müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olmasının asimetrik bilgi sorununu daha çok azalttığını düşündükleri sonucuna varılmıştır.

“Müşterinin bekâr olması asimetrik bilgi sorununu artırır.” ifadesi katılımcıların cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, erkek katılımcıların sıralama ortalamasının kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $144,40 > 119,14$ ). Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre, müşterinin bekâr olmasının asimetrik bilgi sorununu daha çok artırdığını düşündükleri sonucuna varılmıştır.

Katılımcılara sunulan ankette yer alan diğer soruların anlamlılık düzeylerine bakıldığında  $P > 0,05$  olduğu görülmüş ve söz konusu sorulara verilen cevapların katılımcıların cinsiyet dağılımlarına göre anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

**Tablo 3.5.** Medeni Durumuna Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Asimetrik Bilgi Sorununa Dair İfadeler	Sıra Ortalaması		Mann - Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
	Bekar (N:75)	Evli (N:193)				
Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	117,63	141,06	5972,000	8822,000	-2,321	0,020
Müşterinin fiziksel görünümündeki olağandışı değişiklikler asimetrik bilgi sorununu artırır.	111,59	143,40	5519,500	8369,500	-3,159	0,002
Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	114,17	142,40	5713,000	8563,000	-2,794	0,005

Tablo 3.5.'te belirtilen Mann Whitney U Testi sonucunda "*Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.*" ifadesi katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, evli katılımcıların sıralama ortalamasının bekar katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Evli} > SO_{Bekar}$ ,  $141,06 > 117,63$ ). Evli katılımcıların bekâr katılımcılara göre; müşterilerin sosyal medya hesaplarının takip edilmesinin asimetrik bilgiyi azaltmada daha fazla düzeyde etki ettiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

*Müşterinin fiziksel görünümündeki olağandışı değişiklikler asimetrik bilgi sorununu artırır.*" ifadesi katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, evli katılımcıların sıralama ortalamasının bekar katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $144,40 > 111,59$ ). Evli katılımcıların bekâr katılımcılara göre; müşterilerin fiziksel görünümündeki olağandışı değişikliklerin asimetrik bilgiyi arttırmada daha fazla düzeyde etki ettiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

*"Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetrik bilgi sorununu azaltır."* ifadesi katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, evli katılımcıların sıralama ortalamasının bekar katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Erkek} > SO_{Kadın}$ ,  $142,40 > 114,17$ ). Evli katılımcıların bekâr katılımcılara göre; müşterilerin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetrik bilgiyi azaltmada daha fazla düzeyde etki ettiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Katılımcılara sunulan ankette yer alan diğer ifadelerin anlamlılık düzeylerine bakıldığında  $P > 0,05$  olduğu görülmüş ve söz konusu sorulara verilen cevapların katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.



**Tablo 3. 6.** Yetkili Olunan Kredi Türüne Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Asimetrik Bilgi Sorununa Dair İfadeler	Sıra Ortalaması		Mann - Whitney U	Wilcoxon W	Z	P
	Bireysel Krediler (N:140)	Ticari Krediler (N:128)				
Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	117,35	153,27	6558,500	16428,500	-3,959	0,000
Ticari segmentli müşterinin faaliyet kolunun sektördeki durumu hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır	126,65	143,08	7861,500	17731,500	-2,010	0,044
Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	123,90	146,09	7476,000	17346,000	-2,446	0,014
Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	122,38	147,75	7263,500	17133,500	-2,971	0,003
Müşterinin faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesi asimetrik bilgi sorununu artırır.	123,66	146,36	7442,500	17312,500	-2,542	0,011
Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	125,73	144,09	7732,500	17602,500	-2,265	0,023
Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	126,33	143,43	7816,500	17686,500	-1,975	0,048
Müşterinin başka bir ilde ikamet ediyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	124,26	145,70	7526,500	17396,500	-2,445	0,014
Müşterinin, yeni bir girişimci olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	126,09	143,70	7782,000	17652,000	-2,042	0,041
Müşterinin, mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	125,70	144,12	7728,000	17598,000	-2,177	0,029
Müşterinin bekar olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	120,81	149,47	7044,000	16914,000	-3,165	0,002
Müşterinin evli olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	125,84	143,98	7747,000	17617,000	-1,998	0,046

Tablo 3.6.'da belirtilmiş olan Mann-Whitney U Testi sonucunda "*Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.*" ifadesi

katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $153,26 > 117,35$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterilerin sosyal medya hesaplarının takip edilmesinin asimetric bilgiyi azaltmada daha fazla düzeyde etki ettiğini düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Ticari segmentli müşterinin faaliyet kolunun sektördeki durumu hakkında bilgi sahibi olmak asimetric bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $143,08 > 126,65$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; ticari segmentli müşterinin faaliyet kolunun sektördeki durumu hakkında bilgi sahibi olmanın asimetric bilgiyi azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetric bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $146,09 > 123,90$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin mal varlığının fazla olmasının asimetric bilgiyi azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetric bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı

farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ , 147,75 > 122,38). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesinin asimetric bilgiyi azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesi asimetric bilgi sorununu artırır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ , 146,36 > 123,66). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesinin asimetric bilgiyi arttırmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetric bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ , 144,09 > 125,73). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunmasının asimetric bilgiyi azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetric bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ , 143,43 > 126,33). Ticari krediler kanalında çalışan

katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesinin asimetrik bilgiyi azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin başka bir ilde ikamet ediyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $145,70 > 124,26$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin başka bir ilde ikamet ediyor olmasının asimetrik bilgiyi arttırmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin, yeni bir girişimci olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $145,70 > 126,09$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin, yeni bir girişimci olmasının asimetrik bilgi sorununu arttırmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin, mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $144,12 > 125,70$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin, mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olmasının asimetrik bilgi sorununu azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin bekâr olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $149,47 > 120,81$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin bekâr olmasının asimetrik bilgi sorununu arttırmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin evli olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesi katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle,  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ortaya çıkan bu anlamlı farklılık, ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların sıralama ortalamasının bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre daha yüksek çıkmasından kaynaklanmıştır ( $SO_{Ticari} > SO_{Bireysel}$ ,  $143,98 > 125,84$ ). Ticari krediler kanalında çalışan katılımcıların bireysel krediler kanalında çalışan katılımcılara göre; müşterinin evli olmasının asimetrik bilgi sorununu azaltmada daha fazla etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

Katılımcılara sunulan ankette yer alan diğer soruların anlamlılık düzeylerine bakıldığında  $P > 0,05$  olduğu görülmüş ve söz konusu sorulara verilen cevapların katılımcıların yetkili oldukları kredi türüne göre anlamlı bir fark göstermediği tespit edilmiştir.

Ayrıca kamu sermayeli bankalarda çalışan katılımcılar ile özel sermayeli bankalarda çalışan katılımcıların ankete vermiş oldukları cevapların Mann Whitney U Testi'nde değerlendirilmesi sonucunda, cevapların hiçbirinde anlamlı bir fark olmadığı gözlemlenmiştir. Katılımcıların yaş, eğitim düzeyi ve hizmet süresi açısından bağımsız ikiden fazla değişkenleri istatistiksel olarak normal dağılım göstermemiştir. Dolayısıyla asimetrik bilgi sorununa dair banka içi gelenekselleşen uygulamalar ve görüşler ile gruplar arasında anlamlı farklılık olup olmadığına “Kruskal-Wallis Testi uygulanarak karar verilmiştir. Bu kapsam da hipotezler şu şekilde kurulmuştur;

**H<sub>0</sub>:** Gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

**H<sub>1</sub>:** Gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Aşağıdaki Tablo 3.7.'de “Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.”ifadesini yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis Testi sonucunda, yaş grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle H<sub>0</sub> hipotezi reddedilir.Tabloya göre 33-37 yaş grubundaki katılımcıların, diğer katılımcılara oranla,müşterinin mal varlığının fazla olmasının asimetrik bilgi sorununu azaltmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

**Tablo 3. 7.** Katılımcıların Yaşlarına Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Asimetrik Bilgi Sorununa Dair İfadeler	Sıralama Ortalaması						Ki Kare	df	P
	23-27 (N:23)	28-32 (N:93)	33-37 (N:87)	38-42 (N:41)	43-47 (N:20)	48 ve Üstü (N:4)			
Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.	92,15	124,99	153,53	138,11	141,70	112,00	15,403	5	0,009
Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	105,76	127,26	146,23	142,94	119,60	200,88	12,470	5	0,029
İşveren statülü müşterinin çalışanlarına göstermiş olduğu olumlu davranışları asimetrik bilgi sorununu artırır.	171,59	130,54	128,16	125,59	141,10	209,75	11,463	5	0,043
Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.	88,37	127,05	154,48	144,28	112,92	145,88	20,463	5	0,001
Müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	129,39	115,76	146,12	157,02	135,15	112,75	12,489	5	0,029

“Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.”ifadesinin yaş grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle H<sub>0</sub> hipotezi reddedilir. Tablo 3.7.'ye göre 48 ve Üstü yaş grubundaki katılımcıların, diğer katılımcılara oranla, müşterinin işyerinin rutin olarak

ziyaret edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“İşveren statülü müşterinin çalışanlarına göstermiş olduğu olumlu davranışları asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinin yaş grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle  $H_0$  hipotezi reddedilir. Tabloya göre 48 ve Üstü yaş grubundakikatılımcıların, diğer katılımcılara oranla, işveren statülü müşterinin çalışanlarına göstermiş olduğu olumlu davranışları asimetrik bilgi sorununu artırmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.”* ifadesinin yaş grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle  $H_0$  hipotezi reddedilir. Tabloya göre 33-37 yaş grubundaki katılımcıların diğer katılımcılara oranla, kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesinin asimetrik bilgi sorununu azaltmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

*“Müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetrik bilgi sorununu artırır.”* ifadesinin yaş grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle  $H_0$  hipotezi reddedilir. 38-42 yaş grubundaki katılımcıların, diğer katılımcılara oranla müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olmasının asimetrik bilgi sorununu arttırmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

Ankette yer alan diğer ifadeler ile katılımcıların yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $P > 0,05$ ). Dolayısıyla  $H_0$  hipotezi reddedilemez.

Aşağıdaki Tablo 3.8.’de yer alan “Müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetrik bilgi sorununu artırır.” ifadesinin eğitim düzeyi grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P < 0,05$ ). O nedenle  $H_0$  hipotezi reddedilir. Ön Lisans grubundaki katılımcıların diğer eğitim düzeyi gruplarına oranla, müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olmasının asimetrik bilgi sorununu arttırmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir. Ankette yer alan diğer ifadeler ile

katılımcıların eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $P>0,05$ ).  $H_0$  hipotezi kabul edilir.

**Tablo 3. 8.** Katılımcıların Eğitim Düzeylerine Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Asimetrik Bilgi Sorununa Dair İfadeler	Sıralama Ortalaması				Ki Kare	df	P
	Lise (N:8)	Ön Lisans (N:17)	Lisans (N:210)	Yüksek Lisans (N:33)			
Müşterinin, kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetrik bilgi sorununu artırır.	148,44	175,97	128,76	146,27	7,797	3	0,050

Aşağıdaki Tablo 3.9.'da "*Müşterinin herhangi bir sivil toplum kuruluşunda etkin rol alması asimetrik bilgi sorununu azaltır.*" ifadesinin hizmet süresi grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P\leq 0,05$ ). O nedenle  $H_0$  hipotezi reddedilir. 16-20 hizmet süresi grubunun diğer gruplara oranla; müşterinin herhangi bir sivil toplum kuruluşunda etkin rol almasının asimetrik bilgi sorununu azaltmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

**Tablo 3.9.** Katılımcıların Hizmet Sürelerine Göre Gruplar Arası Anlamlı Çıkan Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

Asimetrik Bilgi Sorununa Dair İfadeler	Sıralama Ortalaması					Ki Kare	df	P
	0-5 (N:74)	6-10 (N:93)	11-15 (N:58)	16-20 (N:34)	21 ve Üstü (N:9)			
Müşterinin herhangi bir sivil toplum kuruluşunda etkin rol alması asimetrik bilgi sorununu azaltır	128,28	138,16	122,05	165,88	109,56	9,613	4	0,047
Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetrik bilgi sorununu azaltır	119,24	128,92	159,37	141,63	130,39	13,184	4	0,010



*“Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetric bilgi sorununu azaltır”.*”ifadesinin hizmet süresi grupları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $P \leq 0,05$ ). O nedenle  $H_0$  hipotezi reddedilir. 11-15 hizmet süresi grubunun diğer gruplara oranla; müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunmasının asimetric bilgi sorununu azaltmada daha çok etkili olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

Ankette yer alan diğer ifadeler ile katılımcıların hizmet süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $P > 0,05$ ).  $H_0$  hipotezi kabul edilir.



## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Asimetrik bilgi, piyasalarda birçok aksaklıkları beraberinde getirmektedir. Finansal piyasaların geneli içinde büyük bir ağırlığa sahip olan bankacılık sektörü de asimetrik bilgiden kaynaklanan ters seçim ve ahlaki tehlike problemleri ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum maliyetleri yükseltip verimliliği azaltırken, kriz durumunda bankaların iflasına da yol açmaktadır. Türkiye’de 1994, 1999 ve 2000 yıllarında yaşanan ekonomik krizler incelendiğinde bunların hemen hemen hepsinde finans piyasalarda meydana gelen dengesizliklerin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir.

Türkiye’de 2013 – 2018 yılları arasında kullanılmış olan toplam krediler giderek artmış olup; buna paralel olarak takipteki krediler de sürekli artma eğilimi göstermiştir. Takipteki kredilerin geri ödenememesi durumu, bankaların öz kaynak yapılarının ve işlevselliklerinin bozulmasına sebep olmaktadır. O nedenle bankalar iyi müşteri ile kötü müşteriye birbirlerinden ayırt etmeli, almış oldukları krediyi zamanında ödeyebilen iyi müşterileri kredilendirmeleri gerekmektedir. Asimetrik bilgiden doğacak riskleri önleyebilmek için alınması gereken birden fazla tedbir söz konusu olmaktadır. Bunların başında müşterilerin tanınması, geçmişteki durumları, portföylerinin genişliği ve ödeme kapasitelerini belirlemek üzere bankaların kullanmış olduğu ortak veritabanı uygulamaları (TCMB Risk Merkezi, KKB, vb.) ve kamu bazlı bilgi edinme kaynakları (e-Devlet, vb.) gelmektedir. Bu sayede iyi müşteri ile kötü müşterinin belirlenmesi neticesinde etkin bir kredi politikası yürütebileceklerdir. Literatürde incelenen çalışmalar ve uygulamalar ışığı altında, bankacılık sektöründe asimetrik bilgi sorununa ilişkin uygulama sonucunda elde edilen sonuçlar ve sorunun çözümüne ilişkin önerilen izleyen paragraflarda sunulmuştur.

Aras ve Müslümov’ un da belirttiği gibi kredi piyasalarında asimetrik bilgi sorununun tek bir çözümü söz konusu değildir. Gerek kamu gerekse özel bankalarla yapılmış olan anket çalışması sonucunda, bankaların asimetrik bilgi sorununu azaltmak için veri tabanları dışında banka içi gelenekselleşen görüş ve uygulamaların tespiti amaçlanmıştır.

Anket sonuçları değerlendirildiğinde; kamu ve özel bankaların asimetrik bilgi sorununa dair ifadeler vermiş oldukları cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Sonuçların sağlıklı olarak değerlendirilmesi açısından bankaların; talep edilen krediyi vermeden önce ve krediyi verdikten sonra asimetrik bilgi sorununu azaltmak için yapılan geleneksel görüş ve uygulamalar ikiye ayrılmıştır.

İlk olarak krediyi vermeden önceki süreçte, gelenekselleşen banka içi uygulama ve görüşlere bakıldığında, müşterinin; referanslı olması, eğitim düzeyinin yüksek olması, sektördeki deneyiminin fazla olması, kamu sektöründe çalışıyor olması, herhangi bir kurum veya kuruluşta üst düzey yönetici olması veya mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olmasının asimetrik bilgi sorununu azalttığı sonucuna varılmıştır. Müşterinin yapmış olduğu işin faaliyet kolunun sektördeki durumu ve müşterinin intiba ve güvenilirlik durumu hakkında bilgi sahibi olunmasının da asimetrik bilgiyi azalttığı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra müşterinin sosyal medya hesaplarının takip edilmesi veya malvarlığına dair bilgi edinilmesi de asimetrik bilgi sorununu azaltmada kısmen etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca elde edilen veriler ışığında, müşterinin yeni bir girişimci olması veya başka bir ilde ikamet ediyor olmasının asimetrik bilgi sorununu arttırmada etkili olduğu yönünde görüşler söz konusudur. Asimetrik bilgiyi kısmen arttırdığı düşünülen görüşler ise; müşterinin kredi çekmeye oldukça istekli olması, talep ettiği kredi tutarının büyüklüğü, mesleği dışında farklı bir meslek ile uğraşıyor olması veya çok ortaklı olmasıdır.

Yapılan çalışma sonucunda müşterinin; erkek-kadın, evli-bekâr, genç-yaşlı olmasının, şirket yapısının küçük-büyük ölçekli veya şirketin aile şirketi olmasının asimetrik bilgi sorununu artırmak veya azaltmak konusunda çokta fazla etkili olmadığı görülmüştür.

Son olarak krediyi verdikten sonraki süreçte, gelenekselleşen banka içi görüş ve uygulamalara bakıldığında; müşterinin, faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesinin asimetrik bilgi sorunu arttırdığı görüşü hâkimken; müşterinin, kendi işine göstermiş olduğu özen, ilgi ve alaka veya çalışanlarına gösterdiği olumlu

davranış ve tutumların asimetrik bilgi sorununu azaltmada etkili olduğu sonuca varılmıştır. Ayrıca; müşterilerin işyerlerinin rutin olarak ziyaret edilmesi, ürün tedarikçileriyle ve muhasebecileriyle irtibat halinde olunması veya kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesinin asimetrik bilgi sorununu azalttığı sonucuna varılmıştır.

Bütün bunlardan yola çıkarak, asimetrik bilgi sorununun giderilmesinin, kredi piyasalarının etkinliği için ne kadar önem arz ettiği görülmüştür. Bankaların asimetrik bilgi neticesinde doğan ters seçim, ahlaki tehlike ve kredi tayınlaması gibi sorunları çözmek adına, günümüzde finans sektörünün artan riskleri ve yaşanan krizlerde asimetrik bilginin etkisini de azaltmak için yararlanmış oldukları ortak veri tabanı uygulamaları (TCMB Risk Merkezi, KKB,vb.) ve kamu bazlı bilgi kaynakları (e-Devlet, vb.)'na ait alt yapıların geliştirilmesine, bankacılık ve finans sektörünün ihtiyaçlarına güncel bilgilerle ve hızlı bir şekilde cevap verebilecek yapılanmaya yönelik çalışmalara hız verilmelidir. Aynı zaman da veri tabanı uygulamaları hariç yukarıda değinilen banka içi gelenekselleşen görüş ve uygulamalarla da asimetrik bilgi sorununun asgari seviyeye çekilmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak bilgi paylaşımının artması, tüm sektörlerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de meydana gelebilecek mali kayıpları azaltarak, bankaların yapılarını korumasını, kredi dönüş oranlarının artmasını ve kredi verilebilirliğinin devamını sağlayacaktır.

## KAYNAKLAR

- Akerlof, G. A. (1970). "The Market for Lemons": Quality, Uncertainty, and the Market Mechanism" The Quarter journal of Economics, Vol.84, No:3.
- Akgüç, Ö. (1989). *100 Soruda Türkiye'de Bankacılık*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Aklan, A. ve Nargeleçekenler, M. (2011). *Taylor Kuralı: Türkiye Üzerinde Bir Değerlendirme*. Ankara Üniversitesi S.B.E. Dergisi s. 63-72
- Alp, S. (2010). *Avusturya Okulu Bilgi Teorileri ve E-Ticaret Çerçevesinde Akerlof'un Limon Piyasa Modelinin Değerlendirilmesi*. Eskişehir Osmangazi Ün. İİBF Dergisi. 1(5): 176
- Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım, E. ve Bayraktaroğlu, S. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitapevi
- Altunöz, U. (2011). *Bankacılık Ve Finans Kesiminde Asimetrik Bilgi Sorunu*. Sermaye Piyasası. (7): 99-115
- Aras, G. ve Müslümov, A. (2004). *Kredi Piyasalarında Asimetrik Bilgi ve Bankacılık Sistemi Üzerindeki Etkileri*. İktisat, İşletme-Finans Dergisi. Sayı (222):57
- Bakan, S. (2001), *Osmanlı'dan Günümüze Türk Bankacılık Kesimi*, İktisat Dergisi, Sayı: 417;31,
- Bakdur, A. (2003). *Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları Ülke Uygulamaları Ve Türkiye İçin Öneri*. DPT Uzmanlık Tezi. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı
- Beknez, S. ve Çalış, F. (2011). *Oyun Teorisi Çerçevesinde Türk Bankacılık Sistemi Ve Asimetrik Bilgi Problemi*. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 16 (2): 79-96.

- Bankacılık Denetleme Ve Düzenleme Kurumu (BDDK) (2003). *Türk Bankacılık Sektöründe Aracılık Maliyetlerinin Azaltılması*. MSPD Çalışma Raporları, Özel Sayı, Kasım, Ankara.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) (2008). “*Türk Bankacılık Sektöründe Aracılık Maliyetlerinin Azaltılması*”. MSPD Çalışma Raporları, Özel Sayı, Kasım, Ankara.
- Bester, H. (1985). *Screening Rationing in Markets with vs. Rationing in Credit Markets*. The American Economic Review,75, 850-855.
- Bulut, K. (2015). *Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Finansal Yapısı Ve Bu Yapının Müşterine Tercihine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cengiz, V. (2010). *Finansal Piyasalarda Bilgi Problemlerinin Çözümünde Bankaların Rolü*. The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management, Volume: V- I, Kocaeli
- Çankaya, F. ve Öz, M. (2011). *Türkiye’de Kamu Bankalarının Özelleştirmesi*. İstanbul: TBB Yayınları.
- Çivi, H. (1985). *Türkiye’de Bankacılık : Teori, Uygulama ve Sonuçlar*. İstanbul : Cumhuriyet Üniversitesi Yardımcı Ders Kitabı Yayını.
- Çolak, Ö. F. ve Tezer, Ö. (1999). *Finansal Sistem ve Bankalar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Çolak, Ö. F. (2002). *Finansal Kriz Sürecinde Türk Bankacılık Sektörünün Durumu ve Sektörün Yeniden Yapılandırılması, Kriz ve IMF Politikaları*. İstanbul: Alkım Yayınevi.

- Demirkıran, B. (2006). *Sigorta Sektöründe Asimetrik Bilgi Problemi*. Sigorta Araştırmalar Dergisi. Sayı. 5(2): 126-127.
- Doğan, A. (2011). *Türkiye'de Bankacılık Sektöründe Şube Etkinliği*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dokur, İ. (2005). *Bankacılık Krizleri ve Asimetrik Bilgi Sorunu: Teori ve Türkiye Üzerine Uygulama*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, M. (2008). *Bankacılık Sektöründe Asimetrik Bilgi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s. (7-15).
- Ertuğrul, A. ve Zaim, O. (1996). *Türk Bankacılığında Etkinlik Tarihi Gelişim Kantitatif Analiz*. İşletme Ve Finans Yayınları, Ankara.
- Fidan, M. M. (2011). *KOBİ Kredi Piyasasında Asimetrik Bilgi ve Ahlaki Tehlike: Laleli Örneği*. Maliye Finans Yazıları. 25(90):42.
- Güney, A. (2007). *Banka İşlemleri*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Geylan, R. (1995). *Ticari Banka Yönetimi Ve Türk Ticari Bankaların Temel Yönetim Sorunları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Hess, J. D. (1984). *Imperfect Information and Credit rationing Comment*. Quarterly Journal of Economics, November, 865-868.
- Jaffe, D. M. and Russell, T. (1976). *Imperfect Information, Uncertainty and Credit Rationing*. Quarterly Journal of Economics, Volume 90, No: 4.
- Jensen, M. J. and Meckling, W. H. (1976). *The Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. Journal of Financial Economics. Vol 3, No 4, pp 41.

- Karahan, Ö. (2006). *Asimetrik Bilgi ve Para Politikasının Etkinliği, Yönetim ve Ekonomi*. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 13(2): 150-152
- Keskin, E. ve diğerleri (2008). *50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi (1958-2007)*. Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara.
- Kocaimamoğlu, S. (1985). *Bankacılık Ansiklopedisi*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Korukçu, Ü. (1998). *Bankacılığın Tarihsel Gelişimi*. Ankara: Bankalar Birliği Yayınları.
- Kuşgözoğlu, S. (2010). *2008 Finansal Krizinin Çıkışında Asimetrik Bilgi Sorununun İncelenmesi ve Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kutlar, A. ve Sarıkaya, M. (2003). *Asimetrik Enformasyon ve Marjinal Maliyet Fiyatlama Modeli Çerçevesinde Türkiye’de Kredi Tayinlaması ve Faiz Oranlarının Tahmini*. Cumhuriyet Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. 1(4).
- Kredi Kayıt Bürosu (KKB) (2004). “*Kredi Kayıt Bürosu Kavramını Türk Finans Sektörü ile Buluşturan Kurum: Kredi Kayıt Bürosu A.Ş.*”, Bankacılar Dergisi, İstanbul
- Kredi Kayıt Bürosu (KKB) (2010). *KKB A.Ş. 2010 Faaliyet Raporu*, İstanbul
- Kredi Kayıt Bürosu (KKB) (2011). Kredi Kayıt Bürosu Yasal Düzenleme. Ürünler, Tarihçe, Faaliyet Konusu”, <http://www.kkb.com.tr>, 19.04.2018.
- Kredi Kayıt Bürosu (KKB) (2017). *KKB A.Ş. 2010 Faaliyet Raporu*, İstanbul
- Kredi Kayıt Bürosu (KKB) (2018). *KKB A.Ş. 2010 Faaliyet Raporu*, İstanbul



Mishkin, F. S. (1992). *The Economics of Money Banking and Financial Markets*, Third Editions, Harper Collins Publisher, New York.

Mishkin, F. S. (1994). *Preventing Financial Crises: An International Perspective*, NBER (National Bureau of Economic Research) Working Papers Series, Working Paper No: 4636

Mishkin, F. S. (1994). *Understanding Financial Crises: A Developing Country Perspective*, Federal Reserve Bank of New York, Graduate School of Business, Columbia University and National Bureau of Economic Research NBER Working Paper Series Working Paper No: 5600

Mishkin, F. S. (2001). *Financial Policies and The Prevention of Financial Crises in Emerging Market Countries*. NBER (National Bureau of Economic Research) Working Papers Series, Working Paper No: 8087, January, USA

Müslümov, A. (2005). "Mevduat Sigorta Sistemi ve Ahlaki Tehlike: Türk Bankacılık Sektörü Örneği", İnternet Adresi: <http://www3.dogus.edu.tr/amuslumov/research/Article/Muslumov%20%20Deposit%20Insurance%20-%20Banka.pdf>, Erişim Tarihi: 06.04.2018

Okuyan, H. A. (2009). *The Effect of Assymmetric Information on Turkis Banking Sector and Credit Markets*. Paper presented at EconAnadolu 2009:Anadolu International Conference in Economics s. 17-19, Eskişehir.

Orhan, O. Z. ve Erdoğan, S. (2003). *Para politikası*. İstanbul: Kocaeli Üniversitesi Yayınevi.

Parasız, İ. (1998). *Türkiye Ekonomisi: 1923'ten Günümüze İktisat ve İstikrar Politikaları*, 1. Basım, Ezgi Kitapevi, Bursa.

Parasız, İ. (2005). *Para, Banka Ve Finansal Piyasalar*, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Parasız, İ. (2007). *Finansal Kurumlar ve Piyasalar*, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Parasız, İ. (2011). *Keynesyen Ve Keynes Sonrası Makroekonomi*, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Parasız, İ. (2014). *Modern Bankacılık Teori Ve Uygulama*, Ezgi Kitabevi, Bursa.

Padilla, J. A. ve Pagano, M. (1999). “*Sharing, Default Information as A Borrower Discipline Device*”, Centre for Studies in Economics and Finance, Working Paper:9-13, July, Fisciano.

Stiglitz, J. E. ve Weiss A. (1981). *Credit Rationing in Markets with Imperfect Information*. The American Economic Review, Vol 71, Issue:3.

Şahin, H. (2012). *Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişimi–Bugünkü Durumu*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Şen, A. (2006). “*Asimetrik Bilgi – Finansal Kriz İlişkisi*”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı (14): 36.

Tezer Ö. ve Ö. Faruk Çolak; “*Finansal Sistem ve Bankalar*”. Ankara, Nobel Yayın Dağıtım, 1999, s. 14-18 ).

Türkiye Bankalar Birliği (TBB); (2017). “Türkiye Bankalar Birliği Veri Sorgulama Sistemi”. TBB: <http://www.tbb.org.tr/tr/banka-vesektor-bilgileri/veri-sorgulama-sistemi/60>, (07.03.2018).

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (2002), *Risk Merkezi Hakkında Basın Duyurusu*, Sayı: 2002:78-24, Ankara.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (2007), *Finansal İstikrar Raporu*, Sayı:5, Kasım, Ankara.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (2009), *Finansal İstikrar Raporu*, Sayı:12, Mayıs, Ankara.

- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) (2011). *Finansal İstikrar Raporu*. Sayı:19, Mayıs Ankara.
- Ünsal, E. M. (2001), *Mikro İktisat*, Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Vandell, K. (1984). *Imperfect Information, Uncertainty and Credit Rationing : Comment and Extension*. Quarterly Journal of Economics, 79, 841-863.
- Vardareri, D. ve Dursun, G. (2008). Asimetrik Bilgi Çerçevesinde 2008 Küresel Krizinin İncelenmesi. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi. 5 (1).Varian, H. (1978). *Microeconomic Analysis*. W.W.Norton and Company, New York.
- Yıldırım, K., Eşkinat, R. ve Kabasakal, A. (2005). *Endüstriyel Ekonomi*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- Zirekoğlu, N. (2014). *Türk Bankacılık Sektöründe Yaşanan Gelişmelerin Hanehalkı Üzerinde Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Bilecik: Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

## EKLER

### Ek 1.1. Araştırma Anketi

<b>ARAŞTIRMA ANKETİ</b>						
<b>Asimetrik Bilgi:</b> Bir ekonomik ilişki içerisindeki taraflardan birinin diğerine göre daha az doğru bilgiye sahip olduğu durumu ifade eder.						
<b>Değerli Katılımcı;</b> Aşağıda yer alan anket formundaki bilgilerden Doç. Dr. Rüştü YAYAR danışmanlığında gerçekleştirilecek olan Yüksek Lisans Tez çalışmasında yararlanılacaktır. Anket soruları genel olarak değerlendirileceği için isminiz istenmeyecektir. Anketin amacı bankacılık sektöründe meydana gelen asimetrik bilgi sorununu ortadan kaldırmaya yönelik banka içi uygulamaları değerlendirmektir. Soruları samimiyetle yanıtlayarak yapacağınız katkıdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.						
<b>Çağrı ŞEN</b> Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi						
<b>DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER</b>						
<b>Cinsiyetiniz</b>	: ( ) Kadın ( ) Erkek					
<b>Medeni Durumunuz</b>	: ( ) Bekar ( ) Evli					
<b>Yaşınız</b>	: ( ) 18-22 ( ) 23-27 ( ) 28-32 ( ) 33-37 ( ) 38-42 : ( ) 43-47 ( ) 48 ve Üstü					
<b>Eğitim Durumunuz</b>	: ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans : ( ) Doktora					
<b>Hizmet Süreniz</b>	: ( ) 0-5 Yıl ( ) 6-10 Yıl ( ) 11-15 Yıl ( ) 16-20 Yıl : ( ) 21 Yıl ve Üstü					
<b>Çalıştığınız Banka Türü</b>	: ( ) Kamu Sermayeli Bankalar ( ) Özel Sermayeli Bankalar					
<b>Yetkili Olduğunuz Kredi Türü</b>	: ( ) Bireysel Krediler ( ) Ticari Krediler					
SIRA NO	ANKET SORULARI	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Kredi başvurusunda bulunan müşterinin referanslı bir müşteri olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
2.	Müşterinin eğitim düzeyi arttıkça; asimetrik bilgi sorununu azalır.					
3.	Müşterinin kamu sektöründe çalışıyor olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
4.	Müşterinin özel sektörde çalışıyor olması asimetrik bilgi sorununu artırır.					
5.	Müşterinin, sosyal medya hesaplarının takip edilmesi asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
6.	Ticari segmentli müşterinin faaliyet kolunun sektördeki durumu hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
7.	Müşterinin, mal varlığının fazla olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
8.	Müşterinin herhangi bir kurum/kuruluştaki üst düzey yönetici olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
9.	Müşterinin genç yaşta olması asimetrik bilgi sorununu artırır.					
10.	Müşterinin sektördeki deneyimi hakkında bilgi sahibi olmak asimetrik bilgi sorununu azaltır.					
11.	Müşterinin cinsiyetinin erkek olması asimetrik bilgi sorununu azaltır.					

SIRA NO	ANKET SORULARI	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
12.	Müşterinin işyerinin rutin olarak ziyaret edilmesi asimetric bilgi sorununu azaltır.					
13.	Müşterinin herhangi bir sivil toplum kuruluşunda etkin rol alması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
14.	İşveren statülü müşterinin, çalışanlarına göstermiş olduğu olumlu davranışları asimetric bilgi sorununu artırır.					
15.	Müşterinin fiziksel görünümündeki olağandışı değişiklikler asimetric bilgi sorununu artırır.					
16.	Müşterinin faaliyet gösterdiği sektör dışında başka bir sektöre de yönelmesi asimetric bilgi sorununu artırır.					
17.	Müşterinin, mesleği dışında başka bir işle uğraşiyor olması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
18.	Müşterinin ürün tedarikçileriyle irtibat halinde olunması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
19.	Müşterinin kredi kartı ve hesap hareketlerinin takip edilmesi asimetric bilgi sorununu azaltır.					
20.	Müşterinin intiba ve güvenilirlik durumu hakkında bilgi sahibi olunması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
21.	Müşterinin kendi işlerine gösterdiği ilgi, özen ve çabası asimetric bilgi sorununu artırır.					
22.	Müşterinin aile şirketi olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
23.	Müşterinin, şirket yapısının çok ortaklı olması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
24.	Müşterinin küçük ölçekli bir firma olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
25.	Müşterinin masraf ve faiz oranlarına aşırı duyarlı olması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
26.	Müşterinin muhasebecisi ile irtibat halinde olunması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
27.	Müşterinin talep ettiği kredinin hacmi büyüdükçe; asimetric bilgi sorunu artar.					
28.	Müşterinin başka bir ilde ikamet ediyor olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
29.	Müşterinin, yeni bir girişimci olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
30.	Müşterinin büyük ölçekli bir firma olması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
31.	Müşterinin ithalat ve/veya ihracat yapıyor olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
32.	Müşterinin kredi çekmek için oldukça istekli olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
33.	Müşterinin, mesleğinin gerektirdiği bir işle uğraşıyor olması asimetric bilgi sorununu azaltır.					
34.	Müşterinin bekar olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
35.	Müşterinin cinsiyetinin kadın olması asimetric bilgi sorununu artırır.					
36.	Müşterinin evli olması asimetric bilgi sorununu azaltır.					

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Çağrı ŞEN  
Doğum Yeri ve Tarihi : Tokat / 01.01.1990  
Medeni Durum : Evli

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Gaziosmanpaşa Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat  
Yüksek Lisans Öğrenimi : Gaziosmanpaşa Üniversitesi S. B. E. İktisat  
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce  
Bilimsel Faaliyetler :

### İş Deneyimi

Stajlar :  
Çalıştığı Kurumlar : Tokat İl Özel İdaresi - İhale Personeli (2013)  
Tokatspor Kulübü - Muhasebe Müdürü (2014)  
Türkiye Ekonomi Bankası - Bireysel Satış Yetkilisi(2015)  
T. Vakıflar Bankası T.A.O- Kobi Portföy Yöneticisi (2017)

### İletişim

Telefon : 0507 687 17 27  
E-mail : cagri.sen@vakifbank.com.tr