

COVID-19'UN EKONOMİK ETKİLERİ



Editör

Doç. Dr. Nur DİLBAZ ALACAHAN

Covid-19'un Ekonomik Etkileri

Editör:
Doç. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN

1. Baskı - Eylül 2021



HOLISTENCE
publications

Covid-19'un Ekonomik Etkileri

Holistence Publications Yayınları

Bu kitabın basım, yayın ve satış hakları Holistence Publications'a aittir.

Bütün hakları saklıdır. Kitabın tümü, bölüm/bölemleri Holistence Publications izni olmadan elektronik, optik, mekanik veya diğler yollarla çoğaltılamaz, dağıtılamaz, basılamaz ve bilgisayar ortamında tutulamaz.

Bu kitapta yayınlanan yazıların tüm sorumluluğı yazar(lar)a aittir.

Editör	Doç. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN
Grafik Tasarım	İlknur HERSEK SARI
Kapak Tasarım	Hayri ÇÜREN
1.Baskı	Eylül 2021
e-ISBN	978-625-7047-87-6
Yay. Sertifika No Yayın Hakları	51372 / HOLISTENCE PUBLICATIONS
Adres	Sarıcaeli Köyü, Sarıcaeli Yerleşkesi, ÇOMÜ Teknopark No:29 D. 119 Merkez/ÇANAKKALE / TÜRKİYE
Telefon	(+90) 530 638 70 17
Web	http://publications.holistence.com
E-mail	contact@holistence.com

ÖNSÖZ

2020'nin Mart Ayı'nda Dünya Sağlık Örgütü tarafından (WHO) tüm dünyada pandemi olarak ilan edilen Covid-19 Salgını, dünya ekonomilerini etkisi altına almıştır. Beklentileri, tüketici ve üretici davranışlarını etkilemesi nedeniyle bir çok sektör değişime gitmiştir.

Pandemi sürecinde yaşanan değişmelerin başında dijitalleşme gelmektedir. Şirketler bu süreçte tüketici ihtiyaçlarını karşılamak adına dijitalleşmeye önem vermiş, hane halkları da dijitalleşme sürecine girmiştir. Tüketiciler başta zorunlu ve zorunlu olmayan ihtiyaçlarını gidermek adına alışverişlerini online yollarla yapmış ve de hala yapmaktadır. Pek çok kamu dairelerinde yapılan işlemler e-devlet yoluyla yapılabilmiş ayrıca bankacılık sektöründe de dijital kanallar ve bu kanalların kullanımı artmıştır. Bu dijital dönüşüm sayesinde, bankalar müşterilerine şubelere gitmeden dijital dağıtım kanalları sayesinde işlem yapma yetkisi tanımıştır. Pandemi sürecinde şubelerde yapılan işlemlerin bir çoğu dijital bankacılık hizmetleri sayesinde yapılır hale gelmiştir. Dijital bankacılığı teşvik etmek amacı ile bazı bankalar işlem masraflarını en asgari düzeye düşürmüşlerdir.

Pandemi kaynaklı kısıtlamaların etkisi ile karayolu taşımacılığının yanında, havayolu, denizyolu, demiryolu ve kombine taşımacılıklarda gecikmeler yaşanmıştır. Gecikmelerin etkisi sonucunda dış ticaret olumsuz şekilde etkilemektedir. Gecikmelerden ve talep değişikliğinden dolayı bazı ürünler (yaş sebze, meyve vb.) kullanılamaz hale gelmiştir. Pandemiden dolayı Tedarik Zinciri içerisindeki fiziksel dağıtım stratejileri de değişmeye başlamaktadır. Dünya genelinde üretimde ve hizmet sektöründe zorluklar yaşanmıştır.

Pandeminin tüm dünyaya yayılmasıyla birlikte, ekonomik faaliyetler daralmış, hane halkları gelir kaybına uğramış, birçok sektörde talebin düşmesiyle birlikte üretim azalmıştır. Hükümetler ücret sübvansiyonları ve firmalara yönelik destekler sağlamış ve bu şekilde işsizliği azaltmaya çalışmıştır.

Ayrıca pandemi ithalat ve ihracat yapan ülkelerin ticari sermayelerinde daralmalara sebep olmuştur. Sokağa çıkma yasağı, sınır kapılarından geçişlerin yasaklanması, gümrük ve seyahat fiyatlarının artması ithalat ve ihracatı olumsuz etkilemiştir.

Pandemi küresel ekonomiyi ve finans piyasalarını etkilemenin yanında bu etkiler sonucu hükümetlerin de bir dizi önlem paketleri açmasına sebep olmuştur. Tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'yi de hem arz hem talep yoluyla etkilemiş bir takım önlemler Türkiye'de de alınmıştır. Özellikle yaklaşık 1.5 sene okulların online eğitim vermesi, bazı sektörlerde çalışanların home-ofis çalışması, mesai saatlerinin azaltılması, sosyal mesafeye dikkat edilerek belli saat aralıklarında marketlerden alışveriş yapılması, bazı iş yerlerinin kapatılması sayılabilecek en çarpıcı önlemler arasında yer almaktadır. Alınan bu önlemlerle vaka sayılarının düşmesi beklenmiştir.

Bu kitap çalışması, pandeminin Türkiye ekonomisini hangi boyutta ne ölçüde etkilediğini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Ayrıca durum değerlendirilmesine de yer verilmiştir. Her ne kadar pandemi başlangıçta negatif bir dışsal şok olarak görülse de bu negatif dışsal şoku fırsata çevirerek pandeminin ekonomilerin kalkınmasında ve büyümesinde bir fırsat olarak görülmesi tüm sektörler açısından önem arz etmektedir. Bu bilinçle bu konjonktüre ayak uydurulması her sektörün üzerine düşen görevi yapması gerekmektedir. Saygılarımla...

Doç. Dr. Nur DİLBAZ ALACAHAN

İçindekiler

ÖNSÖZ	IV
Pandemi sürecinde bankacılık sektöründe dijital bankacılık işlemlerinin boyutu, işlemlerin ekonomik etkileri ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesi ..	1
<i>Nur Dilbaz Alacahan & Yağmur Akarsu</i>	
Türkiye’de Covid-19 pandemisinin borsa İstanbul sektör endeks getirileri üzerindeki etkisi	23
<i>Esra Demirel</i>	
Covid-19’un tedarik zinciri yönetimine etkileri.....	35
<i>Ramazan Yıldız</i>	
Pandemi sürecinin istihdam ve işsizlik üzerindeki etkisi	55
<i>Ege Özer</i>	
Covid -19 makro ekonomiye etkisi	67
<i>Tuğba Bilcan</i>	
Covid 19’un bankacılık sektörüne etkisi ve getirdiği yenilikler	73
<i>Hanife Baydar & Sefer Baydar</i>	
Sonuç	117
Yazarlar Hakkında.....	119

Pandemi sürecinde bankacılık sektöründe dijital bankacılık işlemlerinin boyutu, işlemlerin ekonomik etkileri ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesi

Nur Dilbaz Alacahan¹

Yağmur Akarsu²

1. GİRİŞ

11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilen Covid-19 salgını, ilk kez Çin'in Wuhan kentinde görülmüş ve hızla tüm dünyada yayılarak ciddi zararlar vermiştir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve buna bağlı olarak mobil cihazların yaygınlaşması ile birlikte her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de gelişmeler yaşanmıştır. Dijital teknolojilerin son zamanlarda hızlı bir şekilde gelişmesi ve bu durumda tüketiciler tarafından hemen benimsenmesi müşterileri işlemlerini bankalara gitmeden yapmaya teşvik etmiştir. Bankalar bu değişen pazarlama ortamından verimli bir geri bildirim almak adına sürekli bir değişim ve gelişim içine girmektedirler.

Finansal sistemin düzenli çalışmasını ve ayakta kalmasını sağlayan bankalar var olan kaynakların doğru ve etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Geçmişten günümüze kadar pek çok salgın yaşanmış ve bu salgınlar sonucunda gerek sosyal gerek ekonomik gerekse kültürel anlamda değişikliklere gidilmiştir. Salgının etkisini azaltmak ya da görülebilecek zararı en aza indirmek amacıyla pek çok önlemler alınabilmektedir. Covid-19 salgını ile pek çok işletme çalışma saatlerinde değişikliklere gitmiş ya da çalışma şekillerini değiştirmek zorunda kalmıştır. Esnek çalışma saatlerinin

¹ Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, TÜRKİYE, e-mail: n_dilbaz@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9277-5019>

² Öğr. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, TÜRKİYE, e mail: yagmurakarsu@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8156-0020>

yanı sıra teknolojinin imkanlarından da bu dönemde çok fazla faydalanıldığı görülmektedir. Özellikle bankacılık sektöründeki değişimler ve gelişmeler bu durumu göstermektedir. Müşterin memnuniyetinin artması ve müşterilerinin ihtiyaçlarını aksatmadan yerine getirmek isteyen bankalar bu süreçte dijital işlemlerini daha fazla artırmıştır. Tabi ki işletmelerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri açısından müşteri memnuniyeti en önemli kavramlardan biri olarak görülmektedir.

Covid-19 pandemisi her ülkede olduğu gibi Türkiye'yi de hem arz hem de talep yoluyla etkilemiştir. Korku faktöründen yola çıkarak talepte düşüşler gerçekleşmiştir. Aynı zamanda sosyal etkileşim açısından kısıtlanan insanların tüketim anlayışlarında da değişikliklere gidilmiştir.

2. PANDEMİNİN DİJİTAL BANKACILIĞA ETKİLERİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Covid-19 pandemisi küresel ekonomiyi derinden etkilemiştir. Bunun yanı sıra, günlük hayatı, beklentileri, davranışları da etkileyen Covid-19 pandemisi pek çok sektörü değişime gitmeye yönlendirmiştir. Bu süreçte, müşterilerinin likiditede sıkıntı çekmemesi adına pek çok banka dijitalleşmeye yoluna giderek online ortamda kredi kullandırmaya başlamıştır. Covid-19'un bankacılık sektörü üzerindeki en önemli etkisi, dijital kanalların ve bu dijital kanalların kullanımının artması yer almaktadır. Bu değişim bankaların sadece kısa vadede değil aynı zamanda orta ve uzun vadeli stratejilerini de etkilemektedir (Baicu vd. 2020:535).

Şirketler özellikle pandemi sürecinde tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için dijitalleşmeye önem vermiştir (Dincă vd, 2019:800). Covid-19 pandemisinin doğal bir sonucu olarak çevrimiçi kullanımlar artmıştır. Dijital bankacılık hizmetlerinin kullanılması için tüketicilerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Sosyal mesafenin azaltılması, dijital bankacılığa güven duyulması, zaman tasarrufunun sağlanması, bankalarda oluşan gereksiz kuyrukların azaltılması gibi amaçlarla dijital bankacılığın öneminin özellikle bu pandemi sürecinde daha da vurgulanması gerekmektedir.

Covid-19 pandemisinin zorunlu olarak sosyal mesafeyi koruma şartından dolayı gerek tüketicilerin gerekse sektörlerin hızlı bir şekilde dijitalleşme sürecine girdiği görülmektedir. Bu dijital dönüşüm sayesinde, bankalar müşterilerine işlemlerini gerçekleştirmeleri amacı ile şubelere gitmeden dijital dağıtım kanalları sayesinde işlem yapma yetkisi tanımıştır. Pandemi

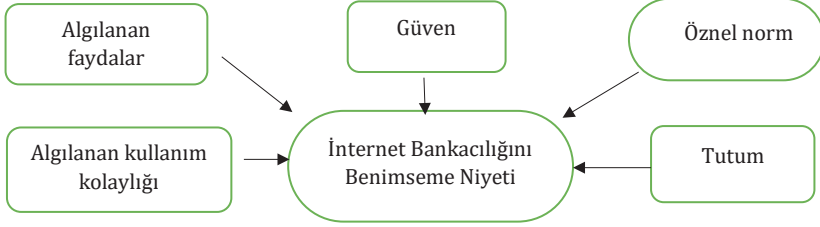
sürecinde şubelerde yapılan işlemlerin bir çoğu dijital bankacılık hizmetleri sayesinde yapılır hale gelmiştir. Dijital bankacılığı teşvik etmek amacı ile bazı bankalar işlem masraflarını en asgari düzeye düşürmüşlerdir. Türk bankacılık sektörü bu pandemi sürecinde müşteri memnuniyeti en üst seviyeye çıkarmak amacıyla başta kredi kartı daha sonra çağrı hizmetleri ve krediler konusunda yenilikler yapmıştır.

Bankacılık faaliyetlerin dijital bankacılık sistemine adaptasyonunun sağlanması için öncelikli olarak Müşteri faaliyetlerini desteklemeli, bununla ilgili hizmetleri düzgün bir şekilde sunmalı, müşterilere fayda sağlarken erişilebilir ve kullanım kolaylığını sağlaması gerekmektedir (Sudarsono, 2020:779). Para alışverişinin en sık kullanıldığı yer olan bankalar özellikle covid-19 sürecinde sosyal mesafenin korunması amacı ile bir çok işlemini (eğitim, ödemeler, kredi çekme gibi) dijital bankacılığa aktararak müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmuştur. Mckinsey 2021 raporuna göre, dijitalleşme sürecine en iyi entegre olan sektör %73 ile bankacılık sektörü olmuştur (<https://www.commencis.com>).

Türkiye’de faaliyet gösteren bankalar Covid-19 pandemi sürecinde müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek ve teması en aza indirmek amacıyla önlemler almıştır. Bunların başında, temassız işlem limitinin artırımı (250 TL’ye kadar), ortak ATM’lerden çekilen paralardan komisyon ücreti almama, 10.000 TL’ye kadar online kredi çekme imkanı, Covid-19 testi pozitif çıkan banka personellerine uzaktan çalışma imkanı, ATM’lerden para çekme ve para yatırma limitlerini artırma gelmektedir (Beybur ve Çetinkaya, 2020:153-154).

Covid-19 pandemisi mevcut bankacılık sisteminin yeniden kurulmasına neden olmuştur. Bankacılık sektörü mevcut finansal yapısının yanı sıra bu süreçte dijitalleşmeye daha fazla önem vermiştir. Gerek kısıtlamalar gerekse alınan diğer önlemler sağlık krizinin sayısallaştırmaya ağırlık kazandırdığını göstermektedir. Buna bağlı olarak Covid-19 pandemisi müşteri davranışlarının da değişmesine etki etmiştir. Bankacılık sisteminin dijital dönüşümü, esneklik özelliklerinin olduğu yeni finansal hizmetler sunarak müşteriler ile entegre bir sistem oluşturmayı amaçlamıştır. Dijital bankacılık hem tüketiciler için hem de kredi talebinde bulunacak kişiler için zaman tasarrufu sağlamaktadır (Schipor ve Duhnea, 2021:58).

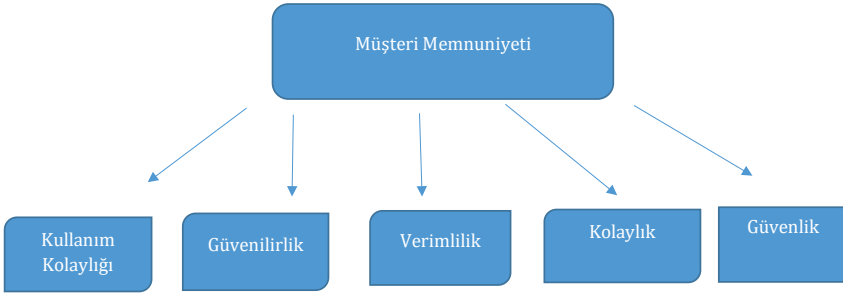
Şekil 1: İnternet Bankacılığının Benimsenmesi



Kaynak: Sudarsono, 2020:780

Şekil 1 internet bankacılığının covid-19 sürecinde nelere bağlı olarak benimsendiğini göstermektedir. Buna göre, internet bankacılığının benimsenmesi algılanan faydalara, kullanım kolaylığına, güvene dayalı bir sisteme bağlı olmaktadır.

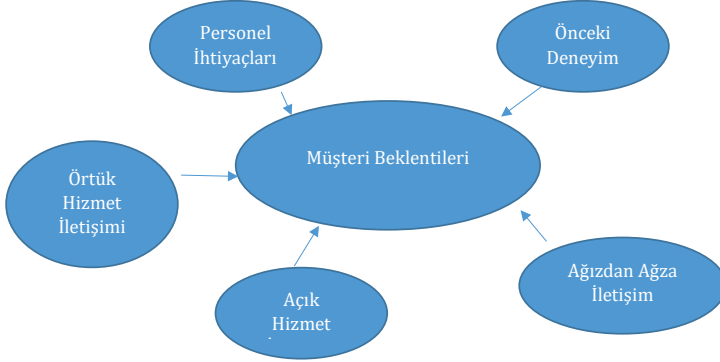
Şekil 2: Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Etmenler



Kaynak: Gunawardana vd. Impact of Self Service Technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Province in Sri Lankas: 2015:9

Şekil 2 müşteri memnuniyetini etkileyen etmenleri göstermektedir. Buna göre, kullanım kolaylığı, güvenilirlik, verimlilik, kolaylık ve güvenliğin olması müşteri memnuniyetini etkilemektedir.

Şekil 3: Müşteri Beklentilerinin Kaynakları



Kaynak: Che, An Assessment Of Customers' Satisfaction With Customer Communication In Banks: A Survey Of Selected Bank Customers In Fako Division, s: 2015:30

Şekil 3 müşteri beklentilerinin kaynaklarını göstermektedir. Açık hizmet, ağızdan ağıza iletişim, örtük hizmet iletişimi, açık hizmet, personel ihtiyaçları ve önceki deneyimler müşteri beklentilerinin kaynaklarını oluşturmaktadır.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Aydın ve Onaylı (2020), Covid-19 değişen bankacılık sektöründeki dijital dönüşüme karşı oluşan müşteri memnuniyetini araştırmıştır. Araştırmada, dijital bankacılığı kullanan 364 kişiye online anket uygulaması yapılmıştır. Veriler, PLS-SEM yöntemi ile analiz edilmiş olup araştırma sonucuna göre, dijital bankacılığın kullanım kolaylığı müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmıştır.

Ben Ghrbeia (2020), dijital bankacılığı kullanan müşterilerin memnuniyetini ölçmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmada toplanan veriler, t-testi ve varyans analizleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, dijital ödeme sistemleri ve bunun kolaylıkları arasında güçlü bir korelasyon vardır. Ayrıca, dijital ödeme sistemleri ve güven arasında orta düzeyde bir korelasyon olduğuna ulaşılmıştır.

Beybur ve Çetinkaya (2020), pandemi sürecinde dijital bankacılığın sunmuş olduğu hizmetlerin etkilerini araştırmıştır. Çalışmada, 2019-2020 dönem verileri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, Türkiye Bankalar Birliği ve Bankalararası Kart Merkezi'nden alınmıştır. Çalışma sonucuna göre, bu süreçte tüketicilerin online alışveriş işlemleri arttığından dolayı

internet yoluyla yapılan kartlı ödemelerde de Haziran 2020 yılı itibari ile %17,72 oranında bir artış gözlemlenmiştir. Ayrıca dijital bankacılık kullanım oranı da Eylül 2020 yılı itibari ile %11,39 oranında artış göstermiştir.

Cherukur ve Sivakumar (2020), çevrimiçi bankacılığa karşı olan müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Araştırma, 101 kişiye online anket uygulaması yapılmış olup verilerin analizi SPSS paket programı ile yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre, Covid-19 pandemisi çevrimiçi bankacılık işlemlerinin kullanılmasını artırmıştır.

Haq ve Avan (2020), Covid-19 pandemi sürecinde Pakistan'da e-bankacılık hizmetlerinin kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine bir çalışma yapmıştır. Çalışmada 976 kişiye online anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre, bankanın güvenilirliği ve web sitesi tasarımının müşteri sadakatini etkilediği ayrıca müşteri verilerinin gizliliği de e-bankacılık hizmetlerine olan güveni artırmaktadır.

Karakulle (2020), Covid-19 pandemi sürecinde bankaların almış oldukları önlemlerin müşteri memnuniyeti açısından değerlendirilmesine yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışmada online anket yöntemi uygulanmış olup 329 kişiye anket uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre, bankaların bu süreçte almış oldukları önlemlerin müşteri memnuniyeti sağladığı yönündedir.

Noyan ve Gavcar (2020), Covid-19 sürecinde dijital bankacılığın müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya toplamda 170 kişi katılmıştır. Araştırma sonucuna göre, dijital bankacılıkta güven müşteri memnuniyeti için en önemli faktör olarak bulunmuştur.

Yetiz (2020), Covid-19 pandemi sürecinin bankacılık sektörü ve müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Swot analizi yapılmış olan çalışmanın sonuçlarına göre, pandemi sürecinde alınan önlemlerin ve yapılan yeni düzenlemelerin özellikle dijital bankacılığın gelişmesinin müşteri açısından daha hızlı ve güvenli olduğuna ulaşılmıştır.

4. VERİ SETİ VE EKONOMETRİK METODOLOJİ

Çalışma için hazırlanan anket, Temmuz 2021 döneminde başta Çanakkale, İstanbul, İzmir ve Ankara olmak üzere Türkiye'nin diğer illerinde bulunan 185 kişiye uygulanmıştır. Anket çoktan seçmeli ve birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği sorulardan oluşmaktadır. Ankette toplamda 24

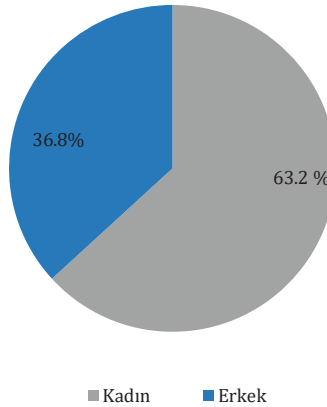
soru yer almaktadır. Anketin hazırlanmasında kısıtlama ve tedbirlerin yoğun olduğu dönemde hanehalkının bankacılık işlemlerini dijital boyutta gerçekleştirmesinden yola çıkılarak bu durumun ekonomik etkileri ve memnuniyet derecesinin ölçülmesine yönelik olarak sorular belirlenmiş ve herhangi bir ölçekten faydalanılmamıştır.

Bu çalışmanın amacı, Covid-19 pandemisi nedeniyle hanehalklarının gerekli kısıtlamalardan dolayı bankalara gidememesi ve bu durumda dijital bankacılığa yönelmesinden doğan durumu ortaya koymaktır. Diğer bir amaç ise, gelişen teknoloji ile birlikte bankacılık sisteminin de boyut değiştirerek dijitalleşmeye yönelmesinde kullanıcıların bu durumdan ne kadar memnun kaldığını göstermektir.

5. AMPİRİK BULGULAR

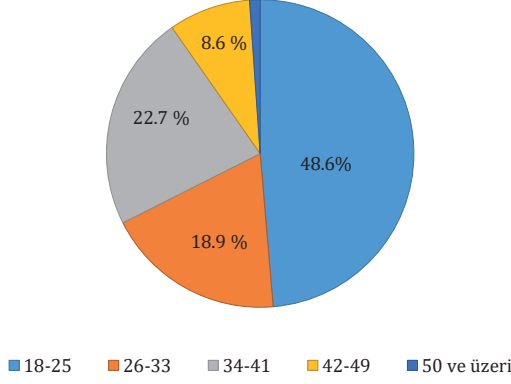
Uygulanan anket sorularının ilk kısmı demografik bilgilerden oluşmaktadır. Anketin diğer kısmında ise pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemlerinin boyutu, işlemlerin etkileri ve müşteri memnuniyetine yönelik sorulara yer verilmiştir. Anket sonuçları aşağıdaki grafiklerde ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir.

Grafik 1: Cinsiyet



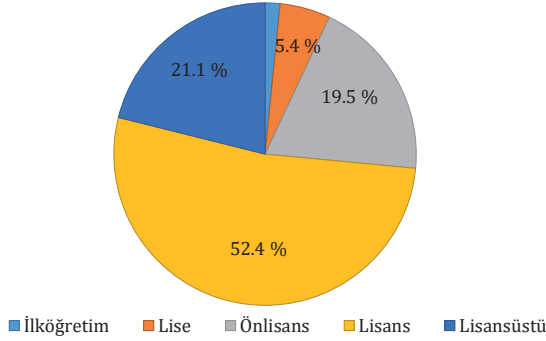
Tabloda ankete katılanların cinsiyetleri yer almaktadır. Ankete toplamda 185 kişi katılmıştır. Buna göre, ankete katılanların %63.2'si (117 kişi) kadın, %36.8'i (68 kişi) erkektir.

Grafik 2: Yaş



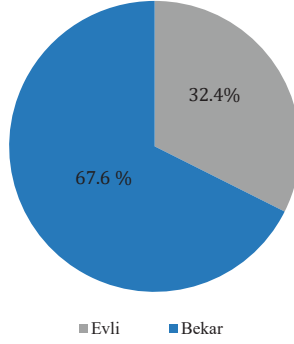
Yukarıdaki grafikte ankete katılanların yaş aralıklarına yer verilmiştir. Buna göre ankete katılanların %48.6'sı (90 kişi) 18-25, %18.9'u (35 kişi) 26-33, %22.7'si (42 kişi) 34-41, %8.6'sı (16 kişi) 42-49 ve %1.1'i (2 kişi) 50 ve üzeri yaş aralığındadır.

Grafik 3: Eğitim Durumu



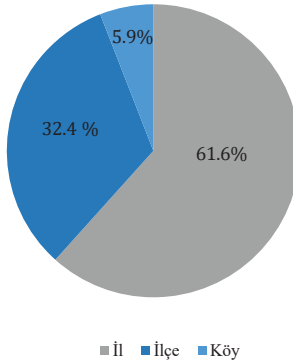
Yukarıdaki grafikte ankete katılanların eğitim durumlarına yer verilmiştir. Buna göre ankete katılanların %52.4'ü (97 kişi) lisans, %21.1'i (39 kişi) lisansüstü, %19.5'i önlisans (36 kişi) , %5.4'ü (10 kişi) lise ve %1.6'sı (3 kişi) ilköğretim eğitimi almıştır.

Grafik 4: Medeni Hal

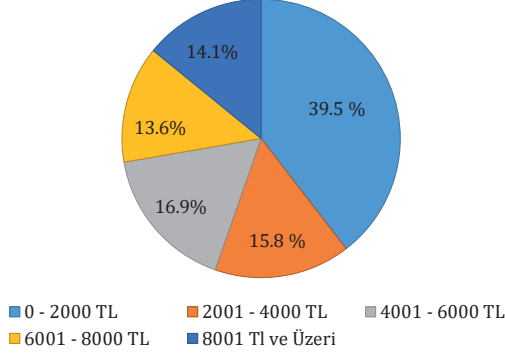


Yukarıdaki grafikte ankete katılanların medeni hallerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %67.6'sı (125 kişi) bekar, %32.4'ü (60 kişi) evlidir.

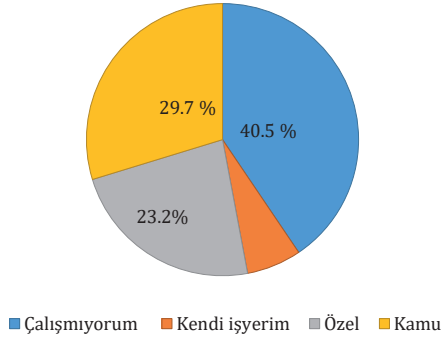
Grafik 5: Yaşanılan Yer



Yukarıdaki grafikte ankete katılanların yaşadıkları yerlere yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %61.6'sı (114 kişi) ilde, %32.4'ü (60 kişi) ilçede ve %5.9'u (11 kişi) ise köyde yaşamaktadır.

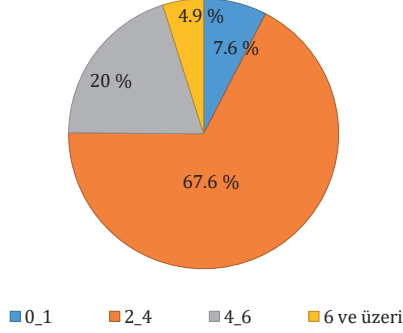
Grafik 6: Aylık Gelir

Yukarıdaki grafikte ankete katılanların aylık gelirlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %39.5'i 0-2000 TL, %15.8'i 2001-4000 TL, %16.9'u 4001-6000 TL, %13.6'sı 6001-8000 TL ve %14.1'i 8001 TL ve üzeri gelir elde etmektedir.

Grafik 7: Sektörler

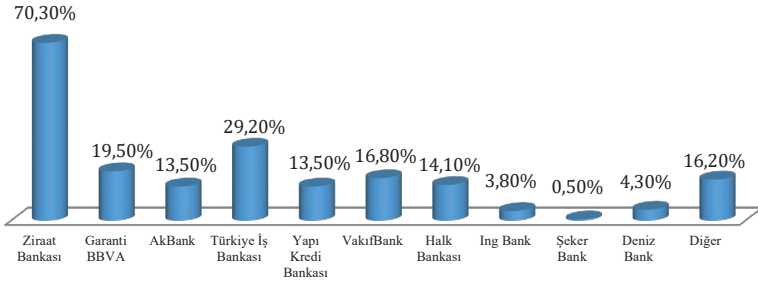
Grafikte ankete katılanların çalışma hayatlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların, %40.5'i çalışmamakta (75 kişi), %6.5'i (12 kişi) kendi işyerinde çalışmakta (43 kişi), %23.2'si özel sektörde çalışmakta (55 kişi) ve %29.7'si kamu sektöründe (55 kişi) çalışmaktadır.

Grafik 8: Ailedeki Birey Sayısı

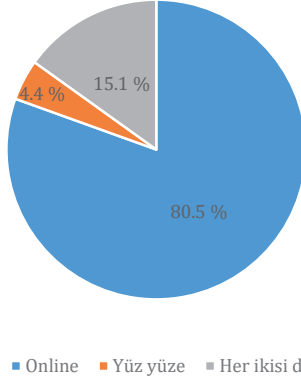


Grafikte ailedeki birey sayılarına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %67.6'sı (125 kişi) 2-4, %20'si (37 kişi) 4-6, %7.6'sı 0-1 (14 kişi) ve %4.9'u (9 kişi) ise 6 ve üzeri birey sayısına sahiptir.

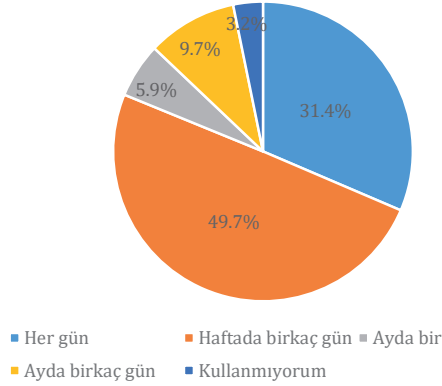
Grafik 9: Tercih Edilen Banka



Grafikte müşterilerin pandemi sürecinde tercih ettikleri bankalara yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %70.3'ü (130 kişi) Ziraat Bankası, %19.5'i (36 kişi) Garanti BBVA, %13.5'i AkBank (25 kişi) , %29.2'si (54 kişi) Türkiye İş Bankası, %13.5'i Yapı Kredi Bankası (25 kişi) , %16.8'i (31 kişi) VakıfBank, %14.1'i (26 kişi) Halk Bankası, %3.8'i (7 kişi) Ing Bank, %0.5'i (1 kişi) Şeker Bank, %4.3'ü (8 kişi) Deniz Bank ve %16.2'si (30 kişi) diğer bankaların müşterisidir.

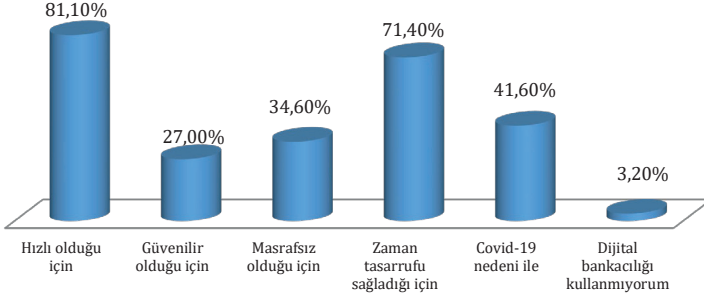
Grafik 10: Bankacılık İşlemlerinin Tercihi

Grafikte covid-19 pandemi sürecinde bankacılık işlemlerinin nasıl gerçekleştirildiğine dair olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %80.5'i (149 kişi) bankacılık işlemlerini online, %15.1'i (28 kişi) hem online hem yüz yüze, %4.4'ü (8 kişi) ise bankacılık işlemlerini bu süreçte yüz yüze gerçekleştirmektedir.

Grafik 11: Dijital Bankacılık Kullanım Sıklığı

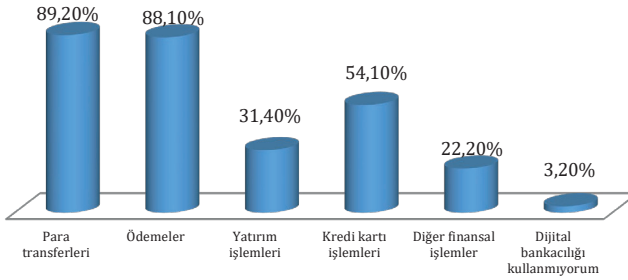
Grafikte dijital bankacılığın kullanılma sıklıklarına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %49.7'si (92 kişi) dijital bankacılığı haftada birkaç gün, %31.4'ü (58 kişi) her gün, %5.9'u (11 kişi) ayda bir, %9.7'si (18 kişi) ayda birkaç gün kullanırken, %3.2'si (6 kişi) ise dijital bankacılığı kullanmamaktadır.

Grafik 12: Dijital Bankacılığın Kullanım Sebepleri

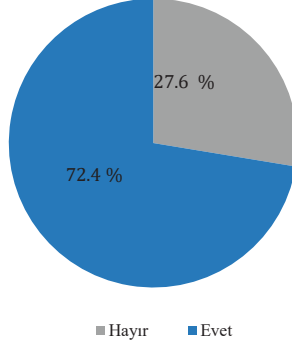


Grafikte pandemi sürecinde dijital bankacılığın kullanılma nedenlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %81,1'i (150 kişi) dijital bankacılığı hızlı olduğu için, %27'si (50 kişi) güvenilir olduğu için, %34,6'sı (64 kişi) masrafsız olduğu için, %71,4'ü (132 kişi) zaman tasarrufu sağladığı için, %41,6'sı (77 kişi) covid-19 nedeni ile kullanırken, %3,2'si (6 kişi) dijital bankacılığı kullanmamaktadır.

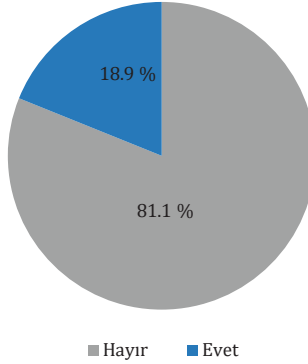
Grafik 13: Dijital Bankacılık Kullanım İşlemleri



Grafikte dijital bankacılığın kullanım sebeplerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %89,2'si (165 kişi) dijital bankacılığı para transferleri, %88,1'i (163 kişi) ödemeler, %31,4'ü (58 kişi) yatırım işlemleri, %54,1'i (100 kişi) kredi kartı işlemleri ve %22,2'si (41 kişi) diğer finansal işlemler için kullanırken, %3,2'si (6 kişi) dijital bankacılığı kullanmamaktadır.

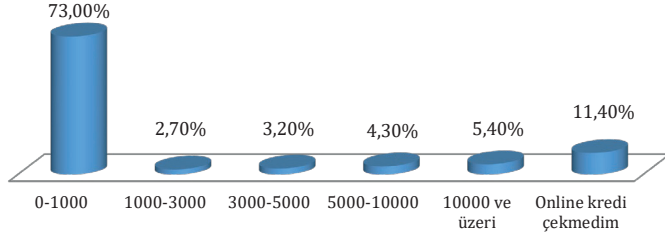
Grafik 14: Dijital Bankacılık İşlemlerinin Artıp Artmadığı

Grafikte pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemlerinin artıp artmadığına yönelik olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %72.4'ü (134 kişi) bu süreçte dijital bankacılık işlemlerinin arttığını söylerken, %27.6'sının (51 kişi) dijital bankacılık işlemleri bu süreçte artmamıştır.

Grafik 15: Online Kredi Çekme Durumu

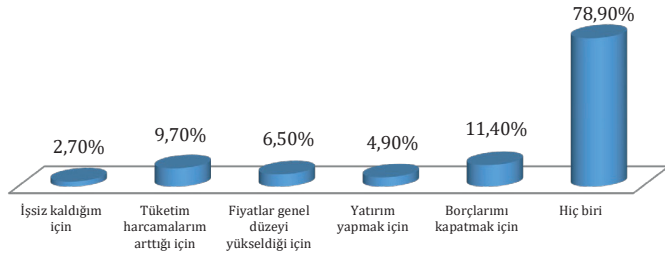
Grafikte pandemi sürecinde online kredi başvurusunda bulunup bulunulmadığına dair olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %81.1'i (150 kişi) pandemi sürecinde online kredi başvurusunda bulunmazken, %18.9'u (35 kişi) online kredi başvurusunda bulunmuştur.

Grafik 16: Online Kredi Limit Aralığı



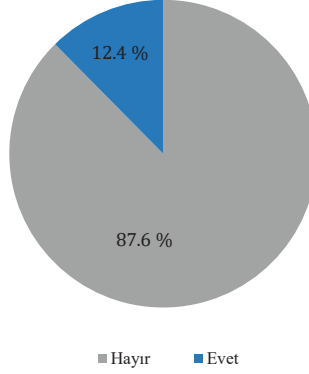
Grafikte pandemi sürecinde online kredi çekenlerin kredi çekme limitlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %73'ü (135 kişi) 0-1000 TL, %2.7'si (5 kişi) 1000-3000 TL, %3.2'si (6 kişi) 3000-5000 TL, %4.3'ü (8 kişi) 5000-10000 TL ve %5.4'ü (10 kişi) 10000 TL ve üzeri kredi çekerken, %11.4'ü (21 kişi) pandemi sürecinde online kredi çekmemiştir.

Grafik 17: Online Kredi Çekme Nedenleri



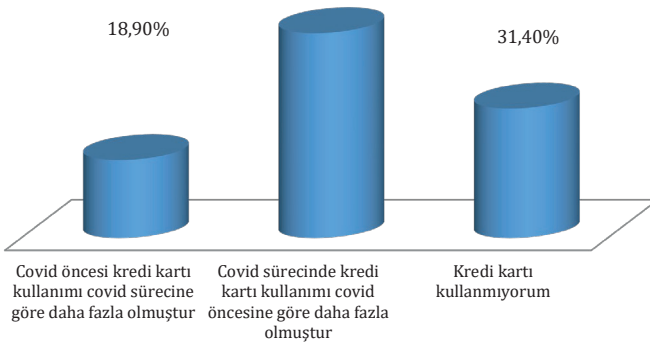
Grafikte pandemi sürecinde online kredi çekme nedenlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %2.7'si (5 kişi) işsiz kaldığı için, %9.7'si (18 kişi) tüketim harcamaları arttığı için, %6.5'i (12 kişi) fiyatlar genel düzeyi yükseldiği için, %4.9'u (9 kişi) yatırım yapmak için ve %11.4'ü (21 kişi) ise borçlarını kapatmak için online kredi başvurusunda bulunmuştur.

Grafik 18: Kredi Kartı Başvuru Durumu



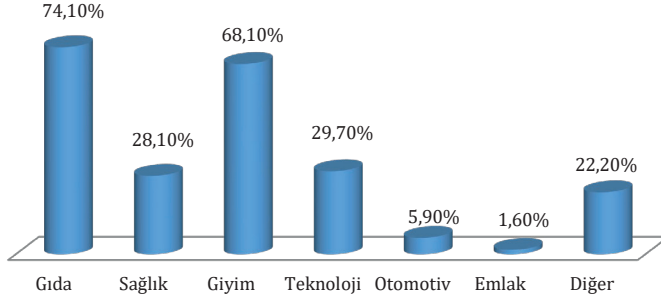
Grafikte pandemi sürecinde online kredi başvurusu yapıp yapılmadığına dair olarak sorulmuş sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %87.6'sı (162 kişi) pandemi sürecinde online kredi başvurusunda bulunmazken, %12.4'ü (23 kişi) online kredi başvurusunda bulunmuştur.

Grafik 19: Pandemi Öncesi ve Sonrası Kredi Kartı Kullanım Durumu



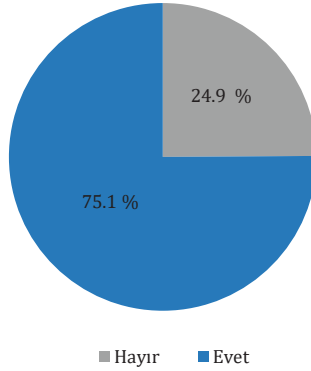
Grafikte Covid-19 pandemi öncesi ve sonrası kredi kartı kullanımına yönelik olarak sorulmuş olan sorunun cevaplarına yer verilmiştir. Buna göre ankete katılanların, %49.7'si (92 kişi) covid sürecinde kredi kartı kullanımının daha fazla olduğunu söylerken, %18.9'u (58 kişi) covid öncesi kredi kartı kullanımının fazla olduğunu söylemiştir. Ankete katılanların %31.4'ü (35 kişi) ise kredi kartı kullanmamaktadır.

Grafik 20: Kredi Kartı Sektör Harcamaları

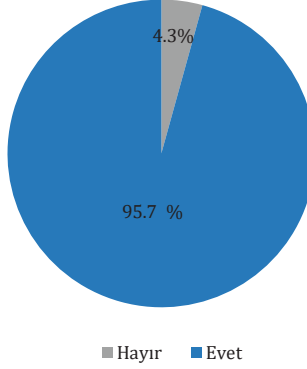


Grafikte Covid-19 pandemi sürecinde kredi kartı ile en fazla harcama yapılan sektörlerle ilişkin sorulan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %1.6'sı (3 kişi emlak sektörüne (8 kişi), %5.9'u (11 kişi) otomotiv sektörüne, %29.7'si (55 kişi) teknoloji sektörüne, %68.1'si (126 kişi) giyim sektörüne, %28.1'i (52 kişi) sağlık sektörüne, %74.1'i (137 kişi) gıda sektörüne ve %22.2'si (41 kişi) diğer sektörlerle harcama yapmıştır.

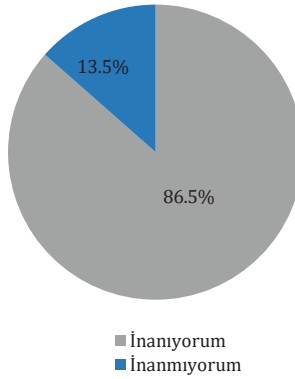
Grafik 21: Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Kalitesinin Artma Durumu



Grafikte pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesi artırıp arttırmadığına yönelik olarak sorulmuş sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %75.1'i (139 kişi) pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırdığını düşünürken, %24.9'u (46 kişi) pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırmadığını düşünmektedir.

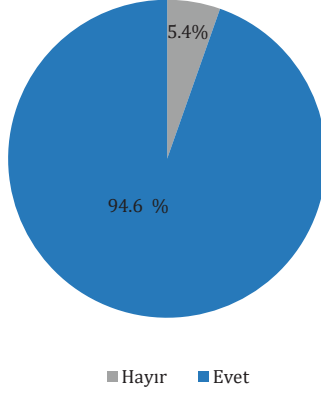
Grafik 22: Dijital Bankacılığın Pandemi Sonrası da Kullanılıp Kullanılmayacağı Durumu

Grafikte pandemi süreci geçtikten sonra da dijital bankacılığın kullanılıp kullanılmayacağına yönelik olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %95.7'si (177 kişi) pandemi sürecinden sonra da online bankacılık hizmetlerini kullanacağını söylerken, %4.3'ü (8 kişi) pandemi bittikten sonra online bankacılık hizmetlerinden faydalanmayacağını dile getirmiştir.

Grafik 23: Dijital Bankacılık Altyapı Durumu

Grafikte pandemi döneminde bankanızın online süreçte altyapısı olduğuna inanıyor musunuz sorusunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %86.5'i (160 kişi) bu süreçte bankalarının altyapısı olduğuna inanırken, %13.5'i (25 kişi) pandemi döneminde bankalarının altyapısı olduğuna inanmamaktadır.

Grafik 24: Online İşlemlerin Memnuniyet Derecesi



Grafikte pandemi sürecinde bankaların online işlemlerinden memnun olup olmadıklarına yönelik sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %94.6'sı (175 kişi) bankalarının online işlemlerinden memnunken, %5.4'ü (10 kişi) online bankacılık hizmetlerinden memnun olmadıklarını söylemiştir.

6. SONUÇ

Anket sonuçlarına göre; ankete katılanların %63.2'si kadın, %36.8'i erkektir. %48.6'sının yaşı 50 ve üzeri olup en yüksek ankete katılım oranıdır. Bu oranı %22.7 ile takip edenlerin yaş aralığı 34-41'dir. Eğitim durumlarına bakıldığında katılanların %52.4'ü lisans mezunudur. Katılanların 125'i bekar, % 61.6'sı ilde yaşamaktadır. Bu oranın fazla olması kullanım adına önemlidir. Çünkü köy ve ilçeye nazaran covid-19 illerde daha yoğun hissedilmiş olup bu durum kişilerin daha fazla sosyal mesafe koyarak bankacılık işlemlerinin dijital yapılmasına sebep olmuştur.

Tercih edilen bankalara bakıldığında ilk üç banka sırası ile Ziraat Bankası, İş Bankası ve Garanti Bankası'dır. Katılanların %80.5'i bankacılık işlemlerini online gerçekleştirmektedir. Dijital bankacılığın kullanım sıklığı genelde haftada birkaç gündür. Dijital bankacılığın kullanım sebebi hızlı olması ve zamandan tasarruf ettiği içindir. Üçüncü neden covid-19'dur. Dijital bankacılık en fazla para transferleri ve ödemeler için kullanılmıştır.

Önceki döneme göre pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemleri artmıştır. Pandemi sürecinde 35 kişi online kredi başvurusunda bulunmuştur. Kredi çekenlerin kredi çekme limiti 0-1000 TL arasındadır. Online kredi

çekmenin ana sebebi borçlarını kapatmaktır. Ankete katılanların 23'ü online kredi başvurusunda bulunmuştur. Gerek online kredi gerekse online kredi kartı başvurusunun az olmasının sebebi ankete katılanların %40.5'inin çalışmıyor olmasıdır. Covid sürecinde kredi kartı kullanımının önceki döneme göre daha fazla olmasının sebebi, online alışverişlerin fazla olması, kredi kartının taksitlendirme özelliğinin kullanılmak istenmesi ve bankaya gidip para çekmenin zorluğu olmuştur. Kredi kartı kullanan kişiler en fazla kredi kartı ile gıda sektörüne harcama yapmıştır.

Pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesini arttırdığı bir gerçektir. Ankete katılanların %95.7'si dijital bankacılığı pandemi sonrasında da kullanacağını belirtmiştir. Pandemi sürecinde dijital bankacılığı kesintisiz kullanana katılımcılar bankalarının dijital bankacılık altyapısının olduğuna inanmaktadır. %94.6'sı online işlemlerden memnundur.

Alınan bu sonuçlar ışığında pandeminin her ne kadar hastalık boyutunun ülkeye getirdiği maliyetleri olsa da, bu kriz ortamını fırsata çevirerek bankacılık işlemlerinin yürütülmesini sağlayan bir bankacılık sektörünün ülkeye güven vermesi ülke ekonomisi açısından son derece önemlidir. Çünkü bir ülke ekonomisi için bankacılık sektörü stratejik öneme sahiptir.

KAYNAKÇA

- Aydın: & Onaylı, E., (2020), "Bankacılıkta Dijital Dönüşümle Değişen Müşteri Deneyimi: Müşteri Sadakati, Memnuniyeti ve Tavsiye Eğilimine Yansımaları", Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 27(3), 645-663.
- Baicu, C.G., Gârdan, I. P., Gârdan, D.A. & Epuran, G., (2020), "The Impact of COVID-19 on Consumer Behavior in Retail Banking. Evidence from Romania", Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, 15, 534-556, DOI: 10.2478/mmcks-2020-0031.
- Ben Ghrbeia:, (2020), "Customer Perception Towards The Digital Payment", A Thesis Submitted to The Graduate School of Applied Sciences of Near East University, 1-91.
- Beybur, M. & Çetinkaya, M., (2020), "Covid-19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık Ürün Ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi", USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 4(2), 148-163.
- Che, E.C., (2015) ,An Assessment Of Customers' Satisfaction With Customer Communication In Banks: A Survey Of Selected Bank Customers In Fako Division, University Of BUEA, 1-203.
- Cherukur, B., R. & Sivakumar:, (2020), "A Study on Customers Perception Towards Online Banking During Covid-19", Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 26(2), 980-986.
- Dincă, V.M., Dima, A.M. & Rozsa, Z., (2019). Determinants of cloud computing adoption by Romanian SMEs in the digital economy. Journal of Business Economics and Management, 20(4), 798-820. <https://doi.org/10.3846/jbem.2019.9856>.
- Gunawardana, H.M.R.S.S., Kulathunga D., and W.L.M.V.Perera, (2015), "Impact of Self Service Technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Province in Sri Lanka", Gadjah Mada International Journal of Business, 17(1), 1-24.
- Haq, U, I. & Avan, M., T., (2020), "Impact of E-Banking Service Quality on E-Loyalty in Pandemic Times Through Interplay of E-Satisfaction", Vilakshan - XIMB Journal of Management, 17(1/2), 39-55.
- Karakulle, İ.,(2020), "Covid-19 Pandemisinde İşletmelerin Almış Oldukları Önlemlerin Müşteri Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma", Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, 5, 86-101.
- Noyan, E. & Gavcar, E., (2020), "Dijital Bankacılıkta Müşteri Memnuniyetinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi", MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(4), 2349-2363.
- Schipor, G.L. & Duhnea, C., (2021), "The Consumer Acceptance of the Digital Banking Services in Romania: An Empirical Investigation", Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, 7(3), 57-62.
- Sudarsono, H., (2020), "The Effect of Covid-19 Pandemic on the Adoption of Internet Banking

in Indonesia: Islamic Bank and Conventional Bank”, *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 789-800.

Yetiz, F. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (22), 109-117.

<https://www.commencis.com/wp-content/uploads/2021/01/2021-one-cikan-dijital-trendler.pdf> (Erişim Tarihi: 07.07.2021).

Türkiye’de Covid-19 pandemisinin Borsa İstanbul sektör endeks getirileri üzerindeki etkisi

Esra Demirel¹

1. GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından Covid-19 olarak adlandırılan koronavirüs salgını WHO tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir. Covid-19 pandemisinin küreselleşme hızının eşine daha önce dünyada rastlanılmadığı düşünülmektedir. Covid-19 virüsü ilk olarak Çin’in yedinci büyük şehri olan Wuhan’da Aralık 2019 tarihinde bildirilmiştir (Barua, 2021: 436).

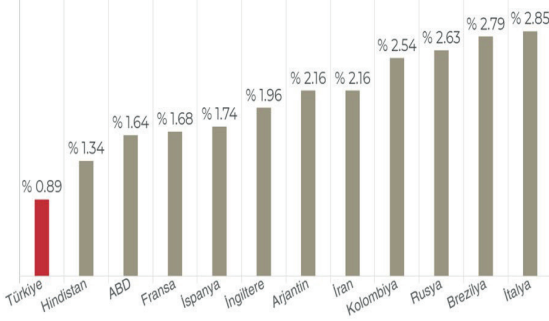
Covid-19 salgınının ekonomide ve finansal piyasalarda önemli etkileri oldu. Covid-19 pandemisi sadece küresel ekonomiyi ve finansal piyasaları etkilemekle kalmadı; hükümetlerin daha önce yapmadıkları bir dizi müdahalelerde bulunmasına da sebep olmuştur. İşyerlerinin kapatılması ya da konut hareketliliklerinin sınırlandırılması gibi politikalar enfeksiyonun yayılmasını engellemeye yardımcı oldu; ancak bu politikalara karşı ciddi ekonomik etkiler ortaya çıktı (Zaremba vd., 2020: 1-2).

Covid-19 sürecinde önemli kültürel ve destekleyici etkinlikler askıya alınmıştır. Bunun yanında hastalığa karşı benzeri görülmemiş ulusal düzeyde tepkiler oluşmuştur. Hükümetler, hastalığı kontrol altına almak için sosyal mesafe oluşturmak, testlere yatırım yapmak, şüpheli vakaları karantina-ya almak ve pozitif çıkanları tedavi etmek gibi acil durum önlemleri almıştır. Ayrıca Hükümetler, Maliye Bakanlıkları ve Merkez Bankaları aracılığıyla ekonomik zararı sınırlamak için destek ve teşvik paketleri hazırlamıştır (Ash-

¹ Arş. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Türkiye, e-mail: esrademirel@comu.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5264-978X>

raf, 2020: 1). Şekil 1'de dünyada en fazla tanı olan ülkelerdeki ölüm oranları gösterilmektedir.

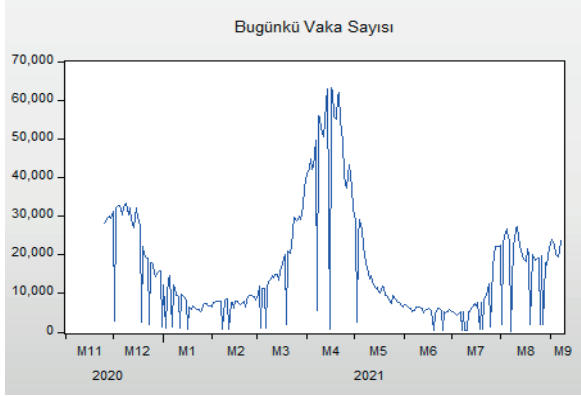
Şekil 1. Seçilen ülkelerin ölüm oranları



Kaynak: <https://corona.cbddo.gov.tr/Home/DeathConfirmedRatio> Erişim Tarihi: 31.08.2021.

Covid-19 salgınından Türkiye de diğer ülkeler gibi etkilenmiştir. Bu bağlamda zaman zaman kısıtlamalar yapılarak vaka sayılarının düşmesi sağlanmıştır. Şekil 2'de Türkiye'de vaka sayılarının grafiksel gösterimi verilmiştir.

Şekil 2. Türkiye'de Covid-19 vaka sayısı



Bu çalışmada 31 Aralık 2019 tarihinden çalışmanın hazırlandığı 24 Ağustos 2021 tarihine kadar Türkiye'de Covid-19 salgınının Borsa İstanbul'da bulunan sektör endekslerini nasıl etkilediği araştırılmaktadır. Giriş bölümünün ardından literatürde yapılan çalışmalara kısaca yer verilmiştir. Ardından sektör getirileri kapanış değerlerinden hesaplanarak grafiksel olarak gösterilmiştir. Ayrıca sektör getirilerinin ortalamaları alınarak çalışmanın yapıldığı süreç için ortalama getiriler karşılaştırılmıştır. Böylece en çok etkilenen sektörler tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Dünyada Covid-19'un patlak vermesiyle her ülke kendine göre kısıtlamalarla pandemiye kontrol altında tutmaya çalışmıştır. Bu kısıtlamaların sonucunda tüm dünya ekonomik olarak etkilenmiştir. Bu bağlamda Covid-19'un borsa endeksleri üzerindeki etkisini araştıran birçok çalışma yapılmıştır. Aşağıda bu çalışmalardan kısaca bahsedilmektedir.

Korkut ve diğerleri (2020) çalışmalarında Covid-19 vaka sayısı ve Covid-19 ölüm sayısının Borsa İstanbul turizm endeksi üzerindeki etkisini incelemiştir. Değişkenlerin $I(0)$ ve $I(1)$ bulunması sebebiyle yöntem olarak ARDL sınır testi yaklaşımı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Covid-19'un turizm sektörünü olumsuz olarak etkilediği bulunmuştur. Çalışmada turizm sektörüyle yapılan diğer çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Gümüş ve Hacıevliyagil (2020) çalışmalarında iki ayrı model kurarak Covid-19 hasta sayıları ve Covid-19 ölüm sayılarını bağımsız değişken kabul ederek Borsa İstanbul turizm endeksi ile ulaştırma endeksi üzerindeki etkisini araştırmıştır. Analizde ARDL sınır testi yaklaşımı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda vaka sayıları ile endeksler arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca ölüm sayıları ile endeksler arasında anlamlı ve negatif bir ilişkinin varlığı saptanmıştır.

Barut ve Yerdelen Kaygın (2020) Covid-19 vaka sayıları ile 11 dünya ülkesinden seçtikleri önemli borsa endeksleri arasındaki ilişkiyi Bayer ve Hanck eşbütünleşme analizi yöntemiyle araştırmıştır. Çalışma için seçilen ülkeler: Çin (Shangai), ABD (DOW 30), İngiltere (FTSE 100), İtalya (FTSE MIB), İspanya (IBEX 35), Almanya (DAX), Fransa (CAC 40), Belçika (BEL 20), Hollanda (AEX), İsviçre (SMI) ve Türkiye (BİST 100)'dir. Çalışmanın sonucunda Covid-19 vaka sayıları ile BİST 100, FTSE MIB, IBEX 35, AEX ve Shangai endeksleri arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu kalan diğer endekslerle eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı saptanmıştır.

Tayar ve diğerleri (2020) Covid-19 salgının Türkiye'deki sektörleri nasıl etkilediğini tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu araştırmada bağımsız değişken olarak vaka sayılarının günlük değişimi, bağımlı değişken olarak ise Borsa İstanbul sektör endekslerinin günlük değişimleri alınmıştır. Analiz için Borsa İstanbul'dan seçilen 10 sektör endeksi şunlardır: Elektrik, Ulaştırma, Mali, Sınai, Teknoloji, Gıda, Ticaret, Turizm, Hizmetler ve Tekstil Deri. Analizde 10 sektör analizi için 10 ayrı model kurularak basit lineer regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçta Ticaret sektörü hariç diğer tüm sektörler ile

Covid-19 vaka sayılarının günlük değişimi arasında olumsuz bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir.

Keleş (2020) yaptığı çalışmada Türkiye’de Covid-19’un pay piyasasına kısa vadede etkisini araştırmıştır. Bu bağlamda BİST 30’da yer alan tüm şirketlerin belirli günlerde nasıl bir değişim göstdiklerini incelemiştir. Sonuç olarak pay piyasasının 100. vaka, 1000. vaka ve 1000. Ölüme negatif bir tepki verdiği tespit edilmiştir. Bunun yanında vaka, ölüm ve tedbirler dikkate alındığında sektörlerin farklı farklı tepki verdiği saptanmıştır.

Ölmez ve Ekinci (2020), Covid-19 pandemisinin BİST 100 üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmada yöntem olarak olay çalışması ve GARCH analizi kullanılmıştır. Olay çalışması sonucunda Türkiye’de ilk vakanın tespit edildiği 10 Mart 2020 tarihinde BİST 100’ün anormal bir getiriye sahip olduğu saptanmıştır. Ayrıca GARCH yöntemi sonucuna göre BİST 100’ün volatiliyesinde artış olduğu tespit edilmiştir.

Bayraktar (2020) çalışmasında Covid-19 pandemisinin BİST imalat sektöründe bulunan hisse senetleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Sektördeki hisse senetlerinin getirileri günlük olarak incelendiğinde negatif getiriye sahip oldukları görülmüştür. Sonuç olarak dünya borsalarında yaşanan düşüşle birlikte BİST’te de bir düşüş yaşanmıştır. Çalışmada ilk vakanın duyurulduğu 11 Mart 2020 duyuru tarihi olarak belirlenmiş ve duyuru tarihinden 130 gün önce, 1 gün önce, 130 gün sonra, 1 gün sonra hisse senetlerinin getirileri incelenmiştir. Duyuru tarihinden 130 gün sonra hisse senetleri getiri ortalamasının %0.46’ya ulaştığı bulunmuştur. Bu bağlamda duyuru tarihinden 130 gün sonra imalat sektörü hisse senetlerinin pandeminin yaşattığı olumsuzlukları toparlamaya başladığı saptanmıştır.

Karaömer ve Kakilli Acaravcı (2021) yaptıkları çalışmada Borsa İstanbul’dan seçtikleri XBANK, XGIDA, XILTM ve XULAS endeksleri üzerinde Covid-19 pandemisinin etkisini araştırmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda yazarlar, Covid-19 salgınının araştırmaya konu olan sektör endekslerini etkilediğini bulmuştur. Bankacılık ve ulaşım sektörleri ilk vakanın açıklanmasından negatif etkilenirken yiyecek-icecek ve telekomünikasyon sektörleri olumlu olarak etkilenmiştir. Covid-19 vaka sayısının artışıyla birlikte bankacılık ve ulaşım sektörü gerileme, yiyecek-icecek ve telekomünikasyon sektörleri yükseliş yaşamıştır.

Sönmezler ve Gündüz (2021) yaptıkları çalışmada Covid-19'un BİST 30 endeksinde bulunan hisse senetleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Analiz için Karışıklık Matrisi yönteminden faydalanmışlardır. Çalışmanın sonucunda Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinden sonra kazanan sınıfında bulunan hisse senetleri performans ölçütlerinin birçoğundan yüksek değer elde etmiştir. Karışıklık matrisi sonucuna göre 8 hisse senedinin kaybeden sınıfına, 16 hisse senedinin kazanan sınıfına ait olduğu bulunmuştur.

Ege ve Metin (2021) olay çalışması yöntemi ile Borsa İstanbul'da gıda ve turizm sektör endeksleri üzerindeki Covid-19 salgının etkisini araştırmıştır. Analizin sonucunda ilk vakanın çıkması gıda sektöründeki şirketlerin hisse senedi getirilerinde pozitif ve anlamlı bir etki oluşturduğu saptanmıştır. Diğer yandan turizm sektöründe olan hisse senetlerinin getirileri Türkiye'deki ilk vakaya negatif ve anlamlı bir tepki vermiştir.

Ciner (2021) Covid-19 krizinde ABD hisse senedi getirileri için kur, tahvil ve emtia piyasalarından çok fazla değişkenin tahmin yeteneğini incelemiştir. Sonuç olarak yatırım derecesi ve yüksek tahvil getirisi olan şirketler Covid-19 krizi sürecinde ABD hisse senedi getirilerinin önemli tahmincileri olduğu tespit edilmiştir.

Xu (2021) yaptığı çalışmada Covid-19 vakalarındaki beklenmedik değişiklikte ve pandeminin yarattığı belirsizlikte hisse senetlerinin dinamik tepkisini araştırmıştır. Kanada ve ABD'deki günlük veriler kullanılarak, vaka sayılarındaki artışın borsaların genelinde negatif bir etkiye sebep olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Kanada'daki vakaların artışında ve azalışında hisse senedi getirilerinin tepkisinin asimetrik olduğu bulunmuştur. Diğer yandan pandeminin oluşturduğu belirsizliğin ABD borsasını çok az etkilediği saptanmıştır.

3. COVID-19'UN SEKTÖR ENDEKS GETİRİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Bu çalışmada Dünya Sağlık Örgütü'nün virüsü duyurduğu tarih olan 31 Aralık 2019 tarihinden çalışmanın hazırlandığı 24 Ağustos 2021 tarihine kadar geçen sürede sektör endeks getirileri hesaplanarak birbiriyle karşılaştırılmıştır. Covid-19 salgınından en çok etkilenen sektörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda tablo 1'de çalışmada incelenen 16 sektörün kodları ve açıklamaları verilmiştir.

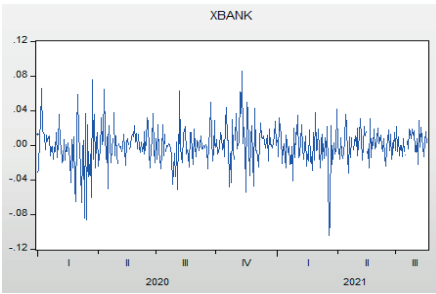
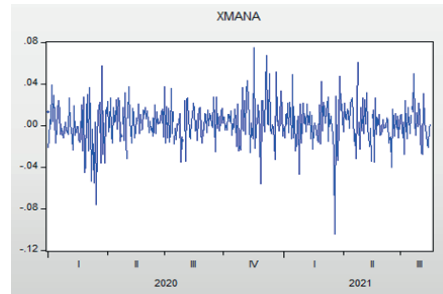
Tablo 1. Sektör Kodları ve Açıklamaları

Sektör Kodu	Açıklaması
XBANK	Bankalar
XMANA	Basit Metaller
XBLSM	Bilgi Teknolojileri
XELKT	Elektrik
XGMYO	Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları
XKMYA	Kimyasal, Petrol&Plastik
XFINK	Leasing ve Faktöring
XKAGT	Odun, Kağıt&Baskı
XSGRT	Sigorta
XSPOR	Spor
XUTEK	Teknoloji
XTEKS	Tekstil&Deri
XILTM	Telekomünikasyon
XTRZM	Turizm
XULAS	Ulaştırma
XGIDA	Yiyecek&İçecek

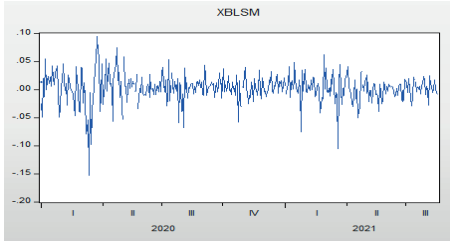
Sektörler için getiri serileri, sektörlerin günlük kapanış değerleri dik-kate alınarak

$$R_t = \ln P_t - \ln P_{t-1}$$

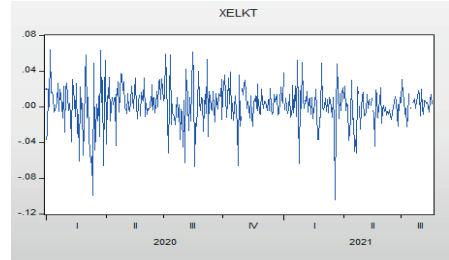
formülü ile hesaplanmıştır. Bu formülde R_t sektörün getiri serisini belirtir-ken, P_t sektör endeksinin t anındaki kapanış değerini, P_{t-1} sektör endeksi-nin $t-1$ anındaki kapanış değerini ifade etmektedir. Bu bağlamda tablo 1'de verilen sektörlerin endeks getirileri yukarıdaki formül ile hesaplanarak şekil 3'ten şekil 18'e aşağıdaki grafiklerde gösterilmiştir.

Şekil 3. Bankalar sektörü endeksi getirisi**Şekil 4.** Basit Metaller sektörü endeks getirisi

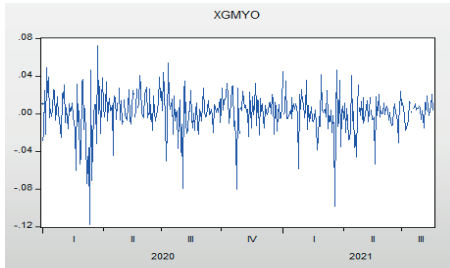
Şekil 5. Bilgi Teknolojileri sektörü endeks getirisi



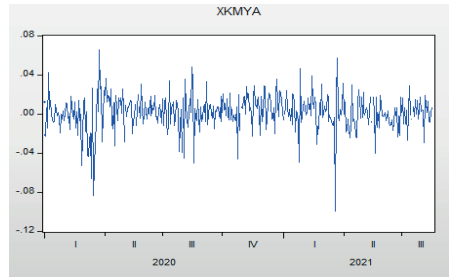
Şekil 6. Elektrik sektörü endeks getirisi



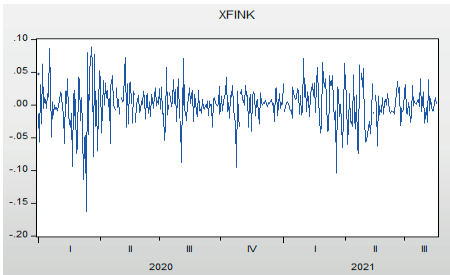
Şekil 7. Gayrimenkul yatırım ortaklıkları sektörü endeks getirisi



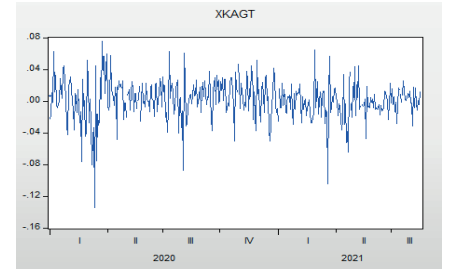
Şekil 8. Kimyasal sektörü endeks getirisi



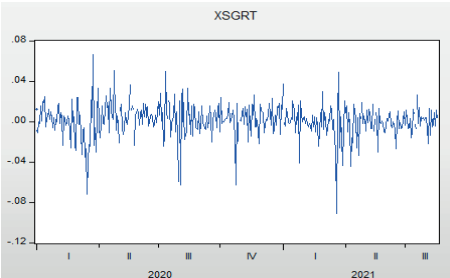
Şekil 9. Leasing ve faktöring sektörü endeks getirisi



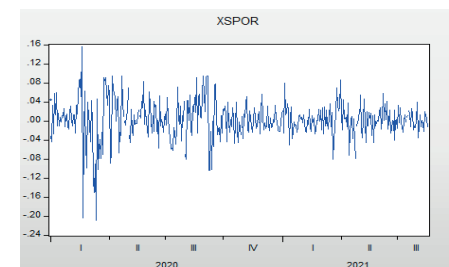
Şekil 10. Kağıt & Baskı sektörü endeks getirisi

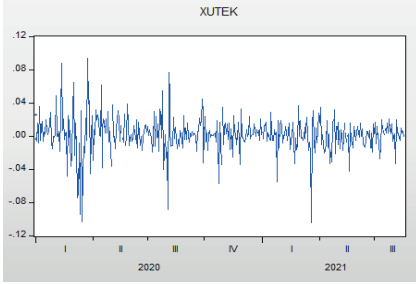
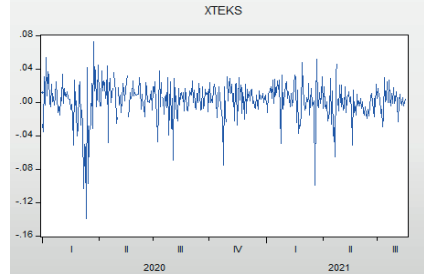
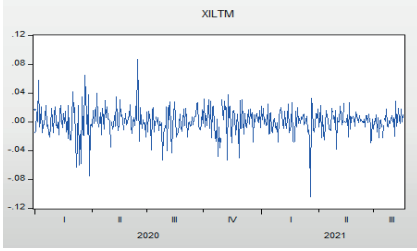
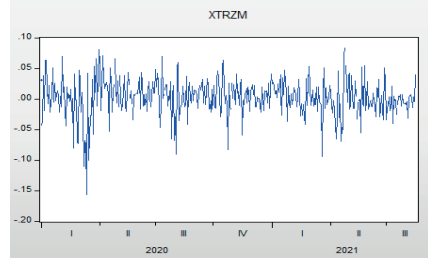
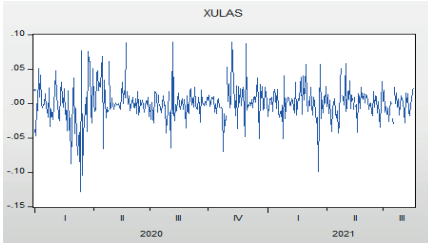
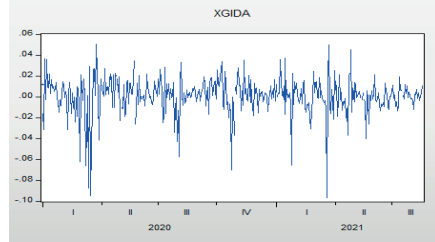


Şekil 11. Sigorta sektörü endeks getirisi



Şekil 12. Spor sektörü endeks getirisi



Şekil 13. Teknoloji sektörü endeks getirisi**Şekil 14.** Tekstil & Deri sektörü endeks getirisi**Şekil 15.** Telekomünikasyon sektörü endeks getirisi**Şekil 16.** Turizm sektörü endeks getirisi**Şekil 17.** Ulaştırma sektörü endeks getirisi**Şekil 18.** Yiyecek & İçecek sektörü endeks getirisi

Şekil 3'ten Şekil 18'e kadar verilen grafikler incelendiğinde tüm sektörlerin getirilerinin inişli çıkışlı bir davranış gösterdiği görülmektedir. Bu iniş çıkışların zaman zaman çok fazla olduğu grafiklerde açıkça görülmektedir. Ayrıca grafikler incelendiğinde çalışmanın yapıldığı zaman dilimi için sektörlerin volatilitelerinin yüksek olduğu da söylenebilir. Tablo 2'de koronavirüs salgınından sonra sektörlerin elde ettikleri getirilerin ortalamaları verilmiştir.

Tablo 2. Sektörlerin Ortalama Getirileri

Sektör Kodu	Ortalama Getiri
XBANK	-0.00070158
XMANA	0.002115
XBLSM	0.002263
XELKT	0.001436
XGMYO	0.000907
XKMYA	0.001161
XFINK	0.000449
XKAGT	0.001633
XSGRT	0.000991
XSPOR	0.002245
XUTEK	0.0015
XTEKS	0.001886
XILTM	0.000181
XTRZM	0.002443
XULAS	-0.00014
XGIDA	0.000807

Ortalama getiriler incelendiğinde bankalar sektör endeksi ve ulaştırma sektörü endeksi ortalama getirilerinin negatif olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ulaştırma sektörü ve bankalar sektörünün pandemi döneminde çalışmada yer alan sektörler baz alınarak değerlendirildiğinde en olumsuz etkilenen sektörler olduğu söylenebilir. Ayrıca tabloda en yüksek ortalama getirinin turizm sektörüne ait olduğu görülmektedir. Turizm sektörüne ait getiri grafiğini içerek şekil 16'ya bakıldığında pandeminin başında sektörün negatif olarak çok etkilendiği açıktır. 2021 yılının yazında aşının çıkmasıyla birlikte kısıtlamalar kalkmış, turizm sektöründe hareketlilik yaşanmıştır. Böylece sektör hızlıca toparlanarak ortalama getiri açısından olumlu yönde gelişme kaydetmiştir.

4. SONUÇ

2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 virüsü kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Covid-19'un küresel bazda etkilerinin ortaya çıkması kaçınılmaz bir hal alınca WHO pandemi ilan etmiştir. Covid-19'un pandemi ilan edilmesinden sonra hükümetler işin ciddiyetini fark ederek çeşitli kısıtlama kararları almıştır. Sinemaların, tiyatroların, kafelerin kapatılması gibi sosyal hayatı kısıtlayıcı tedbirlerle birlikte pandeminin etkisi sadece sağlıkla sınırlı kalmamıştır; ekonomik etkiler de devreye girmiştir.

Pandemi çoğu sektörü olumsuz olarak etkilerken tekstil, gıda gibi sektörleri ise ilk aşamada olumlu olarak etkilemiştir. Bunun sebebi pandemi başladığındaki belirsizlik, karantina gibi durumların insanları gıda stok-

lamaya yönlendirmesidir. Ayrıca maske takma zorunluluğunun gelmesi de maske üretiminin artmasına, temizliğin daha fazla önem kazanmasıyla dezenfektan, kolonya, sabun gibi temizlik malzemelerinin satışının artmasına sebep olmuştur.

Bu çalışmada 31 Aralık 2019 tarihinden çalışmanın hazırlandığı 24 Ağustos 2021 tarihine kadar Türkiye'de Covid-19 salgınının Borsa İstanbul'da bulunan 16 sektör endeks getirisini nasıl etkilediği araştırılmıştır. Sonuç olarak ulaştırma sektörü ve bankalar sektörünün pandemi döneminde çalışmada yer alan sektörler baz alınarak değerlendirildiğinde en olumsuz etkilenen sektörler olduğu söylenebilir. Ayrıca en yüksek ortalama getirinin turizm sektörüne ait olduğu tespit edilmiştir.

Pandeminin başında yapılan çalışmalarda turizm sektörü en olumsuz etkilenen sektörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Uygulanan karantina kuralları ve kısıtlamalar tatil ve gezilerin sınırlı olmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda sektörün getirisinde de büyük bir düşüş yaşanmıştır. Pandeminin ortaya çıkmasının üzerinden yaklaşık olarak 1.5 yıl geçmiştir ve aşı bulunarak Türkiye'de uygulanmaya başlanmıştır. 2021 yılının yazının 2020 yılının yazıyla kıyaslandığında turizm sektörü açısından getirinin olumlu yönde geliştiği söylenebilir. Bu bağlamda ortalama getirinin pozitif olması pandeminin başında yaşanan olumsuz etki tolere edilmiştir.

Aşının bulunması ve hızlı bir şekilde uygulanması kısıtlamaların yavaş yavaş ortadan kaldırılmasını sağlamıştır. Normalleşme süreciyle birlikte ekonominin de toparlanması beklenmektedir. Ortalama getiriler incelendiğinde ulaştırma ve bankalar sektörleri dışında tüm sektörlerin ortalama getirilerinin pozitif olduğu bulunmuştur. Bu bağlamda pandeminin başlamasından 1.5 yıl sonra Covid-19'un ekonomi üzerindeki olumsuz etkisi ortadan kalkmaya başlamıştır.

KAYNAKÇA

- Ashraf, B. N. (2020). Stock markets' reaction to COVID-19: Cases or fatalities?. *Research in International Business and Finance*, 54, 101249.
- Barua: (2021). Understanding Coronanomics: The Economic Implications of the Covid-19 Pandemic. *The Journal of Developing Areas*, 55(3), 435-450.
- Barut, A., & Kaygın, C. Y. (2020). Covid-19 Pandemisinin Seçilmiş Borsa Endeksleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 59-70.
- Bayraktar, A. (2020). COVID 19 Pandemisinin Finansal Etkileri: BİST İmalat Sektörü Uygulaması. *Electronic Turkish Studies*, 15(8).
- Ciner, C. (2021). Stock Return Predictability in the time of COVID-19. *Finance Research Letters*, 38, 101705.
- Ege, İ. & Metin: (2021). Türkiye'de İlk Covid-19 Vakası Haberinin Pay Piyasasına Etkisi: Bist Gıda Ve Turizm Endeksleri Üzerine Bir Uygulama. *İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi*, 3(1), 44-58.
- Gümüş, A., & Hacıevliyagil, N. (2020). Covid-19 salgın hastalığının borsaya etkisi: Turizm ve ulaştırma endeksleri üzerine bir uygulama. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 11(1), 76-97.
- Karaömer, Y., & Acaravcı: K. (2021). The impact of COVID-19 outbreak on Borsa İstanbul: an event study method. *Journal of Economic and Administrative Sciences*.
- Keleş, E. (2020). COVID-19 VE BİST-30 ENDEKSİ ÜZERİNE KISA DÖNEMLİ ETKİLERİ. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 42(1), 91-105.
- Korkut, Y., Eker, M., Zeren, F., & Altunışık, R. (2020). Covid-19 pandemisinin turizm üzerindeki etkileri: Borsa İstanbul turizm endeksi üzerine bir inceleme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 71-86.
- Ölmez, U., & Ekinci, A. A. (2020). Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Hisse Senedi Piyasasına Etkisi: BIST 100 Örneği. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(Özel Sayı), 225-239.
- Sönmezler, G. & Gündüz, İ. O. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin BİST-30 Hisse Senetlerine Etkilerinin Karışıklık Matrisi ile Analizi. *Maliye ve Finans Yazıları*, (Özel Sayı 2), 51-70.
- Tayar, T., Gümüştekin, E., Dayan, K., & Mandi, E. (2020). Covid-19 krizinin Türkiye'deki sektörler üzerinde etkileri: Borsa İstanbul sektör endeksleri araştırması. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı), 293-320.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi, <https://corona.cbddo.gov.tr/Home/DeathConfirmedRatio> (Erişim Tarihi: 31.08.2021).
- Zaremba, A., Kizys, R., Aharon, D. Y., & Demir, E. (2020). Infected markets: Novel coronavirus, government interventions, and stock return volatility around the globe. *Finance Research Letters*, 35, 101597.
- Xu, L. (2021). Stock Return and the COVID-19 pandemic: Evidence from Canada and the US. *Finance Research Letters*, 38, 101872.

Covid-19'un tedarik zinciri yönetimine etkileri

Ramazan Yıldız¹

1. GİRİŞ

Tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınının tedarik zinciri yönetimine ve dolayısı ile toplumlara önemli etkisi olmaktadır. Ülkelerin ekonomileri ve dünya ekonomisi önemli ölçüde etkilenmişlerdir.

Tedarik, ihtiyaçların bulunup karşılanması anlamında kullanılmaktadır. Bu ihtiyaçlar çemişten günümüze kadar çeşitlenerek artmaktadır. İhtiyaçların karşılanabilmesi için doğal kaynaklar kullanarak üretim yapılmakta ve müşterilere sunulmaktadır.

Tedarik zinciri yönetimi (TZY), müşteri ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması için gerekli olan hammadde malzemelerin üretim yerlerine getirilmesi ve üretilmiş olan ürünlerin müşteriye teslimatına varıncaya kadar bütün süreçlerin ekonomik ve etkin bir şekilde yönetilmesi olarak ifade edilmektedir.

Dünya çapında görülen belirli başlı salgınlar sonucunda (918'de influenza virüsü H1N1, 1957'de H2N2, 1968'de H3N2, 2009'da pandemik grip H1N1 ve COVID-19) insanların ekonomik ve ticari faaliyetleri durma noktasına gelmektedir. Bu salgınlar yüzünden insanların yaptıkları bazı faaliyetler (eğitim, çalışma saatlerinde, sosyal mesafe, yemek servisleri vb.) değişmeye uğramaktadır (Barman, vd. 2021: 1).

Geçmişten günümüze insanlığı etkisi altına alan birçok salgın hastalıkların ortaya çıkması ile gıda, ilaç vb. ihtiyaçlarının zamanında karşılanması

¹ Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Yenice Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Türkiye, e-mail: ramazanyildizahmet@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8437-8171>

sonucunda insanlık, sosyal ve ekonomik açıdan etkilenmektedir. Günümüzde bu hastalıklardan birisi olan ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınıdır. Salgın, 31 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan kentindeki canlı hayvan pazarında ortaya çıkarak, insandan insana solunum ve temas yoluyla bulaşmış ve tüm dünyaya yayılma göstermiştir (Göktürk, 2021: 1).

Tedarik zincirindeki aksaklıklar genellikle olarak doğal afetler veya krizler neticesinde ortaya çıkmaktadır. COVID-19 ile dünya çapında insanların ölümleri ile trajediye dönüşürken tedarik, üretim ve dağıtım faaliyetlerindeki değişimler sonucunda ekonomik sektör de etkilenmektedir. Salgında gıda, ilaç vb. ürünlerin ilgili yerlere zamanında ve temiz olarak ulaştırılması hayati öneme sahip olmaktadır. Bu açıdan tedarik zinciri (TZ) süreçlerinde acil durum planlarının oluşturulması, personellerin izlenmesi, çalışama yerlerinin ve tesislerin sterilize edilmesi gerekmektedir (Barman, vd. 2021: 1).

Salgının etkisi ile birçok işletmeler iflas etmiş, işsizlik sorunları ortaya çıkmış, acil ihtiyaçlar bazı bölgelerde zamanında karşılanamamış ve ülkelerin ekonomileri etkilenmiştir (Barman, vd. 2021: 1).

Çalışmanın bu bölümünde tedarik zinciri yönetiminin önemi, COVID-19 salgının karayolu taşımacılığına ve gıda tedarik zincirine etkisi incelenmiştir. Ayrıca salgının tedarik zincirindeki yapmış olduğu bozulmalardan bahsedilmiş ve bu konuda yapılan bilimsel çalışmalara değinilmiştir.

2. TEDARİK ZİNCİRİNİN ÖNEMİ

Tedarik zinciri yönetimi ihtiyaçların karşılanabilmesi için tedarik aşamasından nihai tüketicilere varınca kadar tüm süreçlerin aktif, verimli ve minimum maliyetle yönetilmesi olarak ifade edilmektedir. İhtiyaç duyulan ürünlerin ilgili yerlere ulaştırılamaması durumunda zincir içerisinde bir yerlerde sorun olduğu anlamına gelmektedir. Kar amacı güden işletmeler karlılıklarının arttırabilmek için, ya ürün fiyatlarında yükselmeye ya da maliyetleri düşürme eğilimine gitmektedirler. Maliyetlerini düşürmek isteyen işletmeler, faaliyetlerini optimize ederek verimliliklerini arttırabilmekte veya kullandıkları kaynakları daha uygun fiyata temin etme yollarına gidebilmektedirler. Ürün veya hizmetlerin zamanında istenilen yere ulaştırılma ihtiyacından dolayı, tedarik zincirinin işletmeler ve toplum açısından önemi büyük olmaktadır.

TZY kuruluşları arasında iyi işbirliği oluşturarak karlılıklarını arttırbilmektedirler. Zincir içerisinde işletmeler stratejik kararlar alarak, geleceğini olumlu yönde yönlendirebilmektedirler. İşletmeler iç ve dış tehditlere karşı kendilerini koruyabilmekte ve karşılıklı bilgi alışverişinde bulunabilmektedirler. TZY uygulamalarının işletmelere faydalarından bazıları aşağıda sıralanmaktadır (Polater 2015: 51-55).

- Daha düşük stokla çalışarak, depolama maliyetlerini düşürmek
- Nakit para aşında hızlanma
- Çalışanların performanslarında artışın sağlanması
- Ani müşteri taleplerinin karşılama esnekliğinin olması
- Esnek üretim yapabilme
- Lojistik maliyetlerde azalma
- Fire ve kayıpların azaltılması
- Ürünlerin zamanında müşteriye teslim edilmesi
- Tedarik maliyetlerinde düşüşün olması
- Toplam maliyetlerde azalma
- Karlılık oranlarında artış
- Kurumlar arasında işbirliği ve verimliliğin artması

TZY içerisindeki işletmeler birlikte hareket etmeleri durumunda, yeni pazarlara ulaşma olanaklarını çabuk yakalayabilmektedirler. Böylelikle ürünler, müşterilere en uygun fiyatla, zamanında ve doğru olarak ulaşabilmektedir. Zincir içerisindeki işletmelerin tek bir işleme gibi davranmaları durumunda maliyetlerini azaltabilmekte, yeni talepler elde edebilmekte ve karlılıklarını arttırabilmektedirler. Zincir içerisindeki oluşacak aksaklıktan dolayı ürünler müşteriye zamanında ulaşamama sorunu açığa çıktığı gibi bu aksaklıktan da zincirdeki işletmeler olumsuz etkilenebilmektedir (Çiçekdağı, 2019: 41).

TZY faaliyetlerinin toplum açısından önemine bakıldığında, insan ihtiyaçlarının zamanında karşılanması, bazı durumlarda hayati öneme sahip olmaktadır. Özellikle doğal afetler ve salgınlarda, gıda ve barınma ihtiyaçlarının ilgili yerlere zamanında ulaştırılması iyi bir TZY organizasyonu ile gerçekleşmektedir. COVID-19 salgının etkisi ile, gıda ürünlerinin talebinde, stoklanmasında, hazırlanmasında ve sevkiyatlarında sıkıntılar yaşanmıştır. Bazı ürünlerin taleplerinde daralmalar yaşanırken bazı ürünlere (temel gıda

ürünleri ve ihtiyaçlar) aşırı talepten dolayı raflar boş kalmıştır. Salgının ila-
nından sonra ekmeğe %76, sebze %52 oranında talep artarken alkollü
ürünlerde talep değişmemektedir (Barman, vd. 2021: 2).

TZY faaliyetlerinin iyi yürütülmesi sonucunda acil veya acil olmayan ihti-
yaçlar istenilen yerlere zamanında ulaşabilmektedir. Her açıdan bakıldığında TZY
faaliyetleri insan ihtiyaçlarının karşılanması için hayati öneme sahiptir.

TZ içerisinde ürünlerin müşterilere ulaştırılması süreçlerinde kara-
yolu, demiryolu, denizyolu, iç su yolu, havayolu, boru hattı taşımacılığı gibi
taşımacılık türlerinin yanında kombine veya multimodal taşımacılık türleri
de kullanılmaktadır.

3. SALGINININ KARAYOLU TAŞIMACILIĞINA ETKİLERİ

COVID-19 vakasının görülmesinden 2020 Eylül ayının başına kadar
dünya genelinde 25,9 milyon vaka tespit edilirken ölüm oranı 861,5 bini
bulmaktadır. Gelişmiş ülkelerde işsizlik oranları tek haneli iken pandemiden
dolayı çift hanelere çıkış ve binlerce kişi işsiz kalmıştır.

Kişisel veya işletme ihtiyaçların karşılanmasında önemli nokta ulaşım
hizmetleri olmaktadır. Salgından dolayı seyahat kısıtlamaları ile “evde kal”
sloganları ile hizmetlerin ve ürünlerin kişi veya kuruluşların ayağına kadar
getirilmesinde karayolu taşımacılığı daha da önem arz etmektedir. Karayolu
taşımacılığı başta ilaç, gıda, sıhhi ürünleri vb. istenilen yerlere ulaştırılma-
sında hayati öneme sahip olduğundan, durdurulamayan bir sektör olmakta-
dır. Kapanma nedeniyle üretim veya hizmet sektöründeki talep, önemli ölçü-
de daralmaktadır. Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Birliği (IRU) hazırlamış
olduğu raporda otomotiv parçaları, çiçek, giyim ve inşaat malzemeleri gibi
belirli sektörlerde taşımının durma noktasına geldiğinden bahsetmektedir.
Temel ürünlerin taşınması dahil, kara yolu taşımacılığında gelirlerin %40
oranında düştüğünden bahsedilmektedir (Osiniska, 2020:41).

Dünya nüfusunun %55'den fazlası şehir merkezlerinde yaşamakta
olup, 2050 yılında bu oran % 68'e kadar çıkacağı öngörülmektedir. Nüfusun
fazlaşması ile şehir merkezlerindeki ulaşımın daha detaylı planlamasının
yapılması gerektiğinden bahsedilmektedir. Bu planlar içerisinde şehrin sos-
yo-ekonomik gelişmesinde önemli faktör olan toplu taşımacılık yer almak-
tadır. Taşımacılıkta salgın hatalıkların bulaşma riski de yüksek olmaktadır.
Özellikle COVID-19 gibi salgın hatalıkta kişiler arasındaki mesafenin en az
2 m olması gerektiği durum toplu taşımacılığı güçleştirmektedir. Kısıtlama-

ların uygulanmakta olduğu yerlerde karayolu taşımacılığında %50 ila % 75 oranında düşme meydana gelmektedir (Tasari, 2021: 56).

Birçok ülke salgın kontrol altına alınamadığı için, işleri daha kolay hale getirmek ve insanların yaşamını kolaylaştırmak amacıyla vergi, faiz ve kısa vadeli ödemeleri öteleme ve nakit destek verme yoluna gitmektedirler. Salgının döneminde Polonya’da yapılan çalışmaya göre karayolu taşımacılığının etkinlik durumu analiz edilmektedir (Osiniska, 2020:42).

COVID-19 salgının etkisinden dolayı kısıtlamalar nedeniyle dünya genelinde üretimde ve hizmet sektöründe zorluklar yaşanmaktadır. Ekonomik olarak etkilenen ülkelerdeki ulaşım maliyetlerinde artma görölmektedir. Özellikle karantina ve kısıtlamalar nedeniyle, taşımacılık talebinin arzdan fazla olmasından dolayı taşımacı kuruluşlar ücretlerini arttırma yoluna gitmişlerdir. Bunların etkisi ile ürün veya hizmetlerin maliyetlerinde de artışa neden olmaktadır (Mogaji, 2020: 3).

Salgının ulaştırma sektörüne etkileri ile devletlerin uygulamış oldukları yardımlar hakkında literatürde yeterli kaynak bulunmamaktadır. Karantina dönemlerinde ulaştırma sektöründeki taleplerin düşmesine bağılı olarak, karantina sonrasında talepleri karşılamak için ne gibi önlemlerin alınması gerektiğı konusunda araştırmalar yapılmaktadır (Osiniska, 2020:42).

Polonya hükümetinin COVID-19 salgınındaki hedefleri ve destekleri şunlar olmaktadır (Osiniska, 2020:42).

- İşsizliğı azaltmak amacıyla işten çıkarmaları en eza indirilmesi
- İşletmelerin parasal yükümlölüklerini azaltmak
- Finansal likiditeyi arttırarak ekonomik rahatlama oluşturmak
- Salgından en çok etkilenen küçük işletmelerin (hizmet sektörü, turizm, yolcu taşımacılığı, vb.) kapanmasını önlemek
- Tüketiciler dahil olmak üzere iflas etmelerini önlemek
- Çalışanlar ve serbest meslek sahiplerinin maaş ödemeleri için sübvansiyona izin vermek
- Çalışma sürelerini, işletmenin durumuna ve ihtiyacına göre daha esnek hale getirmek
- Girişimcilere ve serbest meslek sahiplerine mikro kredi verilmesi (dokuz kişiye kadar çalışanı olan)

- COVID-19 salgınına durdurmaya çalışan işletmelere fon sağlamak
- Şirketin mali zararının muhasebeleştirilmesi için daha elverişli kurallar getirilmesi,
- Araç kiralama ve taksitlerinin geri ödenmesinde nakliye şirketlerine destek verilmesi
- Salgından dolayı çocuklarının ihtiyaçlarını (kişisel bakım ürünleri hariç) karşılayamayacak durumda olanlara sosyal yardımın yapılması
- Taşama sektörü için yabancı çalışanların izin ve çalışma sürelerini uzatmak
- Girişimcilerin yerel vergi yükümlülüklerini azaltmak
- Bankalar arası anlaşmalar ile işletmelerin mali kredilerini uzatmak

4. COVID-19 SALGINININ GIDA SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Salgın nedeniyle eğitim kurumlarının kapatılması, seyahat ve toplantılarda sınırlamalar, esnek çalışma gibi birçok kısıtlamalar getirilmiştir. Fakat gıda sektöründe çalışan kişilerin evde çalışma seçeneği bulunmamaktadır. Gıda sektörü her zaman aktif bir şekilde çalışması gerekmektedir. Bunun için bazı ülkeler gıda sektörüne yönelik (özellikle kırmızı ve beyaz et) kritik alt-yapı oluşturmaktadırlar (Aday, 2020: 168).

Gıda sektörü diğer sektörler gibi ekonominin en önemli dinamiklerinden birisi olmaktadır. Diğerlerinden en önemli farkı ise gündelik yaşamda kullanılan ürünleri üretmektedir. Gıda sektöründe işçilere ve distribütörlere salgın hastalığın bulaşması durumunda tüm insanlık risk altında olduğu anlamına gelmektedir. Pandemiden dolayı birçok gıda işletmesi iflas etmek zorunda kalmıştır (Aday, 2020: 168).

Gıda ürünlerinin tam zamanında ve istenilen yerlerde ulaştırılması için TZ içerisinde tüm tarafların katkılarıyla gerçekleşmektedir. Marketlerde rafların boş kalması için çiftçiler, üreticiler, dağıtıcılar ve perakendeciler yoğun olarak çalışmaktadırlar (Aday, 2020: 169).

COVID-19 nedeniyle mezbahaneler ve gıda işleme yapan işletmelerin iç mekânlarında çalışanlar virüsü kapma riskleri daha yüksek olmaktadır. Karantina nedeniyle bu tür işletmeler nisan ayının sonuna kadar kapanmıştır. Bu kapanma nedeniyle hayvancılık ve çiftçilik yapan bazı üreticiler

ürünlerini satamamış ve itilaf etmek zorunda kalmışlardır. Benzer şekilde çiftçilerin ürettikleri yaş sebze, meyve ve buğday gibi gıda ürünlerinde, TZ içerisindeki aksaklıktan dolayı zamanında satılamayıp tarlarda çürümek zorunda kalmıştır (Luckstead, vd. 2021: 384).

TZ yönetiminde gıda sektörü tarımsal üretim, hasat sonrası işleme, işleme, dağıtım-perakende-hizmet ve tüketim olmak üzere 5 bölüme ayrılmaktadır. TZ içerisinde gıdanın kalitesi ve güvenliği için ikili sistem bulunmaktadır. Bunlardan birincisi devlet tarafından konulan kurallar ve kanunlardan oluşmaktadır. İkincisi ise uluslar arası kuruluşlar veya pazar koşullarına göre kabul görmüş kurallardır. Her ikisi için gıdanın güvenli, kaliteli ve sürdürülebilir olması gerekmektedir. Gıda güvenliği için çalışanlarının sağlık sorunları, kişisel hijyen, kask ve eldiven gibi ekipmanların kullanılması ile yüzeylerin ve çalışma ortamlarının dezenfekte edilmesi gerekmektedir. Bunların yanında gıdaların güvenli elleçlenmesi, hazırlanması, teslim edilmesi, ve sosyal mesafenin korunması gerekmektedir kalmıştır (Aday, 2020: 169).

TZ içerisindeki riskler birçok bilim adamları tarafından operasyonel ve kesintili olarak ifade etmişlerdir. Operasyonel riskler tedarik süreleri ve talep dalgalanmaları ile ortaya çıkabilecek riskleri içermektedir. Kesintili riskler ise küçük frekanslı fakat yüksek etkiye sahip olayları içermektedir. Salgın hastalıklarda uzun vadeli belirsizlikleri içeren risk grubunda yer almaktadır. COVID-19 salgını da TZY içerisindeki çok etkili olan riskleri oluşturmaktadır. Salgın ile birlikte arz ve talep arasında dengesizlikler oluştuğu için birçok işletme zor durumda kalmaktadır. Bu kriz döneminde TZY faaliyetlerini esnek ve etkin yönetebilen işletmeler ayakta kalma şanslarını yakalamaktadırlar (Baz, 2021: 2).

Tedarik zincirindeki riskler ile başa çıkabilmek için diğer bir yaklaşım, proaktif ve reaktif stratejileri olmaktadır. Proaktif yaklaşım, kalite güvence gibi sorun ortaya çıkmadan önce gerekli önlemlerin alınması ile ilgili olmaktadır. Üretim öncesinde, üretimde ve dağıtımda oluşabilecek risklerin tespit edilmesi ve risklere karşı önlem alınmasını içermektedir. Reaktif yaklaşıma göre ise, problemlerin oluşması durumunda en az zarar ile nasıl başa çıkabileceği ile ilgili olmaktadır. Kriz zamanlarında üretim için gerekli kaynakların tam zamanında, fiyat ve miktar açısından temini dikkat edilmesi gereken konular arasında gelmektedir. Bunun için üreticilerin, aşağıdaki sorulara doğru cevap aramaları gerekmektedir. 1. Acil tedarik edilecek hammadde miktarı nedir? 2. Hangi ürünlerde değişikliğe gidilecek ve alternatif tedarikçiler

belirlendi mi? 3. Arz ve talep dengesinin bozulması durumunda alternatif siparişler nasıl karşılanır? İşletmeler pandemi koşullarında yukardaki bahsedilen sorulara uygun cevaplar bularak kendilerini ona göre hazırlamaları gerekmektedir (Chen, 2021: 1-3).

Pandeminin etkisi ile ülkelerin uygulamış olduğu kısıtlamalardan dolayı, iç ve dış piyasada ürünlerin müşterilere zamanında teslimatlarında gecikmeler yaşanmıştır. Hammadde ve malzeme tedarikinde, üretim yapan işletmelerde aksamalar yaşanmıştır. İşletmelerde sosyal mesafenin de korunması gerekliliği ile üretim verimliliklerinde azalma meydana gelmektedir. İşletmelerin performanslarında azalmalar meydana gelmiş ve toplam üretim ve hizmet miktarında %12,6 oranında azalma meydana gelmiştir. Bu oran küresel çapta uygulanan karantina nedeniyle % 26,8'e kadar çıkmaktadır. Tüm pandemi koşullarına bakıldığında bu tür aksaklıklarda dolayı işletmelerin üretim maliyetleri artmakta ve bu artış ürün fiyatlarına yansımaktadır (Chowdhury, vd. 2021: 10).

Kısıtlamaların etkisi ile karayolu taşımacılığının yanında, havayolu, denizyolu, demiryolu ve kombine taşımacılıklarda gecikmelere neden olmuştur. Gecikmelerin etkisi sonucunda dış ticaret olumsuz şekilde etkilemektedir. Gecikmelerden ve talep değişikliğinden dolayı bazı ürünler (yaş sebze, meyve vb.) kullanılamaz hale gelmiştir. Pandemiden dolayı TZ içerisindeki fiziksel dağıtım stratejileri de değişmeye başlamaktadır. İşletmeler online satış kapasitelerini arttırma yollarına gitmektedirler. Örnek olarak bazı işletmeler çevrim içi müşterilerine hemen hizmet vermek için planlanmış dağıtım merkezi olan "karanlık depolar" geliştirmektedirler (Chowdhury, vd. 2021: 10).

COVID-19 TZ ortakları arasında etkileşimde sorunlar yaşanmaktadır. Bunlar arasında en önemlisi netlik, kesinlik ve bilgi eksikliği yatmaktadır. Bunların yanında fırsatçı davranışlar sergilenerek fiyatlarda yükselmeler yapılmaktadır. Ürünlerin teslimatında yaşanan gecikmeler ve yönetsel sorunlar, TZ faaliyetlerinin esnek yönetilemediği anlamına gelmektedir (Chowdhury, vd. 2021: 10). Ayrıca TZ süreçlerinde malzeme kıtlıkları, ulaşım sistemlerinde sorunlar, küresel çaptaki TZ gelirlerindeki azalmalar, hizmet sektöründe aksaklıklar ve üretim miktarlarında azalmalar meydana gelmektedir (Karmaker, vd. 2021: 412).

Ağ yapısındaki bozulma ileri ve geri yönlü olurken TZ performanslarını da etkilemektedir.

COVID-19 salgının TY ve TZY performansları üzerinde birçok etkileri bulunmaktadır. Tablo 1’de bu etkilere bağlı olarak gerçekleşen faaliyetler bulunmaktadır (Fonseca ve Azevedo, 2020: 432-433).

Tablo 1. COVID-19'un etkisi ile oluşan beklenmedik durumun TZ performansı üzerindeki etkileri

COVID 19'un etkisi ile TZ performansı	TZY performansı üzerindeki etkisi	TZ performansı üzerindeki etkiler (kalite, esneklik, teslimat, maliyet/fiyat)
Dünya ekonomisinde daralma	Talebin azalması, kapasite fazlalığının oluşması	Gelir ve fiyat artışında azalma, düşük kullanım oranları
Teşvik planları, hükümetlerin ekonomi üzerindeki rolünün artması, işlerin korunmasına ve sürdürülebilirliğin sağlanması	Temel ihtiyaçların karşılanmasına vurgu, sağlık ve bakım sektörlerinin güçlendirilmesi, Ulusal ve bölgesel tedarikçilere odaklanma	TZ ağ yapısındaki değişikliğe gidilmesi
Acil durum planlarının uygunluğu	Kriz destek sistemlerinin koordinasyonu ve acil durum planları oluşturmak için TZ ortaklıkları	Geliştirilmiş esneklik ve teslimat güvenilirliği
Teslimat güvenilirliği kabulüne odaklanma	Fiyata karşı teslimat güvenilirliğinin vurgulanması, Fiyat yerine değere odaklanma	Daha yüksek tedarik maliyetleri
TZ aracılığıyla görünürlüğü iyileştirme, TZ risklerini anlamak, kritik öğeler için güvenlik	Doğal afetler, ekonomik şoklar, terörizm veya siber güvenlik riskleri gibi küresel çevresel riskleri değerlendirmek. Tedarikçi ağlarını, örneğin ulaşım ve lojistik sistemlerini ve tedarikçilerin organizasyonel ve	Geliştirilmiş esneklik ve teslimat güvenilirliği, Artan güvenlik stokları, Daha yüksek yanıt
stokları oluşturmak, operasyonların dayanıklılığını artırmak ve teslimat güvenilirliğini vurgulamak	finansal güçlerini değerlendirmek. TZ genelinde yeniden konumlandırma esnekliğini sürdürmek için alternatif tedarikçileri ve lojistik rotaları belirlemek ve test etmek. Küçük olmasına rağmen üretimi hızlı ve önemli ölçüde bozabilecek 2. ve 3. katman tedarikçilerin görünürlüğünü artırmak.	verme, Hızlanma kapasitesini artırmak, Daha yüksek tedarik maliyetleri
Uçtan uca dijital dönüşümü hızlandırmak	Zayıflıkları belirlemek ve kıyaslama yapmak için analitik aracılığıyla şeffaflık oluşturmak. Nesnelerin interneti, yapay zeka, büyük veri ve ilgili teknolojiler, TZ ağlarını yeni tedariklere dönüştürmek	İyileştirilmiş kalite, esneklik, teslimat, maliyet/fiyat

Kaynak: Fonseca, L.M. & Azevedo, A.L. (2020), "Covid- 19: Outcomes For Global Supply Chains", Management & Marketing: Challenges For The Knowledge Society, Vol. 15, No. Special Issue, Pp. 424-438, Doi: 10.2478/Mmcks-2020-0025.

TZ yönetiminin performans belirleyen unsurları TZ karmaşıklığı, iş yükleri, yeniden kullanım, proje türleri, dış kaynak kullanımı ve teknoloji deneyim bilgileri olarak ifade edilmektedir. Bunlara bağlı olarak uzunluk, konsantrasyon, şeffaflık ve hesap verebilirlik olarak ek boyutları ile performanslar değerlendirilmektedir (Fonseca ve Azevedo, 2020: 433).

TZ Yönetiminde COVID-19 sonrası tedarik ve talep ile ilgili eylemler aşağıda verilmektedir (Fonseca ve Azevedo, 2020: 433).

Tedarik ile ilgili eylemler

- Tedarik zincirini sürekli değerlendirme (Üretime ve tedarike devam etmek için)
- Kritik olan tedarikçilerle sürekli iletişim kurarak tedarik edileceklerin sürekliliğini sağlama ve yeteneklerini değerlendirme
- Alternatif tedarikçiler için acil eylem planı hazırlama
- Tedarik zincirinin esnekliğini geliştirme
- Farklı seviyeli kaynak kullanıma
- Görünürlüğü arttırma
- Fire ve kayıpları iyileştirme (Kritik tedarikçiler ve parçalar, bileşenler ve ürünler için)
- Kritik durumda olan malzemeler, parçalar, bileşenler ve ürünler için stok seviyelerini arttırma
- TZ stres testleri gerçekleştirme
- Dijital dönüşüm ve e-ticarete bağlılık
- B2C'yi tamamlamak için B2C'yi geliştirme
- Daha fazla iş analizi yapma ve büyük verilerden yararlanma
- Talep ile ilgili eylemler
- Görünürlüğü arttırma
- Müşteri beklentilerini yönetmek için, sürekli iletişimde olma
- İletişim kanallarını yeniden tanımla (daha fazla RRSS, çevrimiçi, etkileyiciler, topluluk grupları)
- Çevrimiçi SEO/SEM platformlarını kullanma

COVID-19 salgını küresel çapta TZ faaliyetlerini bozmaktadır. TZ içeri-
sindeki kesintilerin yaklaşık %94'ü salgın kaynaklı olmaktadır. Salgın, sağlık

krizinin yanında işgücü ve ekonomik krizleri birlikte doğurmaktadır. Pandemiyle birlikte Asya ve Pasifik bölgelerinde 125 milyondan fazla çalışanın çalışma saatlerinin %7,2'sini ortadan kalkmaktadır. Bangladeş'teki Hindistan Giyim Sanayinde 3,17 milyar ABD doları değerindeki siparişler ertelenerek bu durumdan 2,27 milyon işçi etkilenmektedir. Çin dünyanın fabrikası olarak bilinmektedir ve buradaki aksama, birçok işletmenin TZ faaliyetlerinin alt üst olması anlamına gelmektedir. COVID-19 salgınının öngörülememesi, TZ üzerindeki etkilerinin kesintili ve uzun vadeli olmasından dolayı, salgının TZ faaliyetlerine etkisi tam olarak öngörülememektedir. Araştırmacılar ve profesyoneller birçok açıdan bu konu üzerinde çalışmalar yapmaktadırlar (Karmaker, vd. 2021: 412).

Karantina süresince tedarik zincirinde ekonomik kayıplar çok büyük boyutlara ulaşmaktadır. Ekonomisi güçlü olan ülkeler etkilenirken, zayıf olan ülkelerde ekonomik sıkıntılar daha fazla ortaya çıkmaktadır. Salgının ortaya çıktığı Çin'deki ekonomik kayıplar ilk zamanlarda GSYH'sinin %16,7'si oranda gerileme yaşanmaktadır. Salgının diğer ülkelere de sıçraması ile tedarik zincirindeki etkilenmelerden dolayı kayıplara % 4,8 eklenerek yıllık katma değer % 21,5'i oranda değer kaybetmektedir. Diğer taraftan Amerika Birleşik Devletleri ve Yeni Zelanda, Çin'de 2 ay boyunca %80 oranda uygulanan karantinadan dolayı % 0,6 ve % 2,2 oranında katma değer kayıplarına maruz kalmaktadır. Bunlar ile birlikte Çin'deki tedarik zincirleriyle bağlantılı olan Vietnam, Malezya ve Nijerya gibi ülkeler de % 5,23 oranında düşüşler meydana gelmektedir. Ayrıca GSYİH oranlarında Kazakistan % 6,1 (enerji), Moğolistan % 4,2 (hayvancılık) ve Jamaika % 11 (turizm) alanlarında uzmanlaşmış ülkeler, büyük kayıplar yaşamaktadır. Çin'deki ekonomik kısıtlamalardan dolayı 6 aydaki toplam kaybı yaklaşık 5,77 trilyon ABD doları olduğu anlaşılmaktadır (Guan, vd. 2020: 581).

Mitrega ve Choi (2021) COVID-19'un küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) üzerinde etkileri üzerine çalışma yapmıştır. Salgından dolayı KOBİ'lerin cirolarında % 30 - %50 oranlarında düşme meydana gelmektedir. Kilit noktada olan müşteriler veya üreticiler operasyonlarını önemli ölçüde azaltmaktadırlar. İhtiyaç duyduklarında ise kargo taşımacılığını önemli ölçüde kullanmaktadırlar. Birçok işletme salgının etkisi ile ortaklıklarını da kaybetmiştir (Mitrega ve Choi, 2021: 3).

Sanayi devriminden günümüze kadar işletmelerin birçoğu doğrusal ekonomi modeli uygulamaktadır. Doğrusal ekonomi yaklaşımı ile doğal

kaynaklar sürekli tüketilirken geri dönüşüm az olduğu için çevre de daha fazla kirlenmektedir. Günümüzdeki rekabet koşulları, çevresel felaketler ve salgının etkisi ile işletmeler döngüsel ekonomiye geçmeleri gerekmektedir. Salgının etkisi ile birçok ülkelerin ekonomileri etkilenmiş ve bazı ülkeler zor durumda kalmışlardır. Döngüsel ekonomi fikir birliği olmaksızın küresel çapta gelişen bir kavramdır. Döngüsel ekonomi ile işletmeler kullanacakları kaynakları, yeni kaynaklardan ziyade kapalı döngüler ve geri dönüşümden sağlayarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Döngüsel ekonomi anlayışı ile hareket eden üreticiler kaynak tüketimini azaltma, yeniden kullanma, onarma, yenileme, yeniden üretme ve geri dönüşüm gibi kavramları göz önünde bulundurarak hareket etmektedir. COVID -19 krizi tüm dünyada döngüsel ekonomiye geçiş için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Döngüsel ekonominin işletmelerin kaynaklarının avantajına ve sürdürülebilir tedarik zincirine vermiş olduğu destekler aşağıda verilmektedir (Nandi, vd. 2021: 11-12).

- TZ içinde ve genelinde ürünleri, malzemeleri ve kaynakları kullanmak.
- Geri dönüşümü maksimum yapmak için kaynak tedarik döngülerini kısaltmak ve daraltmak.
- Daha uzun ömürlü ürünlerin üretilmesi
- Ömrü sonra ermiş olan ürünlerin daha kolay iadesinin olması
- İyileştirilmiş ürün tasarımlarının bulunması
- TZ aracılığı ile atıkların ve kirliliğin önlenmesi
- İstihdam oluşturma ve topluma fayda sağlamak
- Afetlere dayanaklı mekanizmaların kurulması

Pandeminin etkisi ile TZ içerisinde yaşanan sorunların çözülmesinde gerekli olan yöntemlerden bazıları; yerelleşme, çeviklik ve tedarik zincirinin dijitalleşmesi olup aşağıda açıklaması bulunmaktadır (Nandi, vd. 2021: 12-15).

Yerelleşme: Salgının etkisinden dolayı küresel çaptaki TZ faaliyetlerinde aksama olduğu için yerel kaynakların kullanılmasının önemi artmaktadır. Küresel TZ politik, sağlık ve ticari durumlardan dolayı çabuk etkilenmektedir. Salgından dolayı, iş ve sağlıkla ilgili endişeler bulunmaktadır. Ürünlerin paketlenme, sevkiyat veya seyahat yoluyla hastalığının yayılacağı tüm tarafları etkilemektedir.

Özellikle işletmelerin rekabet güçlerini arttıran satın alma, üretim ve AR-GE gibi faaliyetlerin yerelleşmesi büyük önem arz etmektedir. TZ içerisinde yeni teknolojileri geliştirmek, yatırımı ve istihdamı arttırmak, üretimi geliştirmek, dış kaynak kullanım maliyetlerini azaltmak ve TZ risklerini azaltmak yerelleşmenin nedenleri arasında sıralanabilmektedir.

Yerelleşme aynı zamanda sürdürülebilir TZ faaliyetlerine katkıda bulunabilmektedir. Taşıma mesafeleri daha kısa olacağı için karbon emisyon oranları yerelleşme ile azalabilmektedir. Yerelleşme ile yeni kaynaklar bulmak sınırlı olsa da yerel atıkları kullanma, yeniden üretme, yenileme, yeniden kullanma ve geri dönüşümler daha hızlı bir şekilde yapılabilir.

Yerelleşme ile herhangi bir salgın, savaş veya kıtlık durumlarda ülke içerisinde ihtiyaç duyulan gıda, ilaç ve kullanılan diğer ürünlerin zamanında karşılanması anlamına gelmektedir. Bu konuda devlet ile özel sektör işbirliği içerisinde çalışması gerekmektedir.

Çeviklik: Salgından dolayı işletmelerin ve tedarik zincirinin daha çevik olması gerektiği anlamındadır. Çeviklik değişen pazar, teknoloji, iç ve dış çevre koşullarına göre işletmelerin rekabet gücünün arttırabilmesi için müşteri ihtiyaçlarının zamanında karşılanması olarak ifade edilmektedir. Tedarik zincirindeki çeviklik ise talep veya arzda öngörülemeyen değişikliklere karşı ayak uydurabilme kabiliyeti olarak ifade edilmektedir.

Üretimde çeviklik ise değişimlerden fırsatlar oluşturarak yararlanma anlamına gelmektedir. Müşterilerin istemiş olduğu farklı özelliklerdeki ürünleri veya hizmetleri karşılayabilme kapasitesi olarak ifade edilmektedir. Üretimde çeviklik, makine, personel veya organizasyonel olarak beklenmeyen karşılanabilmesidir.

COVID-19 salgının etkisi ile ürün veya hizmetlere talep çok değişkenlik göstermektedir. Bazı ürünlere olan talepte çok daralma gözlenirken, bazılarına ise aşırı talep patlaması yaşanmaktadır. Talep dalgalanmalarına paketlenmiş gıda, tuvalet kağıdı, temizlik malzemeleri ve dezenfektan gibi ürünler örnek olarak verilebilmektedir. Bunların yanında kısıtlamalardan dolayı bilgisayar, ofis koltuğu, yazıcı, fotokopi makinası, egzersiz ekipmanları, bisiklet, masa oyunları gibi ürünlere talep artmaktadır.

Tedarik zincirinin dijitalleşmesi: Küresel salgının etkisi ile kısıtlamalardan dolayı iş hayatında toplantı ve görüşmeler ağırlıklı olarak sanal ortamda gerçekleşmeye başlamaktadır. Benzer şekilde eğitimde sanallaşmayla

birlikte uzaktan eğitime geçilmektedir. Daha fazla bilgisayar, dijital ekipmanlar, hoparlör, mikrofon, ofis araç ve gereçler kullanılmaktadır.

Dijital ekonomi denilen kavram bilginin sayısallaşması, bilgi ve iletişim altyapısına dayanan ekonomi olarak ifade edilmektedir. Dijitalleşme ile müşterilerin gerçek zamanlı bilgilerini kayıt altına alarak gerçek verilere anlık olarak ulaşılabilir. Böylelikle hatalara kızı zaman içerisinde müdahale fırsatı ortaya çıkabilmektedir. TZ içerisinde bilgi ve belgeler bir yerden başka yere dijital ortamda anlık olarak iletilmektedir. Bu durum TZ içerisinde daha az hata yapılmasına ve operasyonların hızlı gerçekleşmesini sağlamaktadır. Dijital ortamda birçok konuda birçok veri toplanabilirken, bu veriler kullanılarak çok iyi analizlerle önemli bilgilere ulaşılabilir. Bu bilgiler TZ faaliyetlerinin sağlıklı yürütülmesinde kullanılabilir.

6. SONUÇ

Endüstri 4.0 çağını yaşadığımız bu günlerde iletişimde, ulaşım, sanayi ve teknolojilerde büyük ilerlemeler sağlanmıştır. Birçok alanda ilerlemelerin etkisi ile, ihtiyaç duyulan ürünler ve insanlar bir yerden başka yerlere kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilmektedirler. Bu durumların olumsuz etkilerinden birisi, salgın hastalıkların ürünler veya seyahat eden insanlarla bir ülkeden başka ülkelere ulaşmasını mümkün hale getirmesidir. Öyle ki, Covid-19 salgını Aralık 2019 yılında başladıktan kısa bir zaman dilimi içerisinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır.

Ülkelerin birçoğu, Covid-19 salgınının etkisini hafifletmek, ölüm oranlarını azaltmak ve hastanede yatan kişi sayılarını azaltmak için tam ve kısmi zamanlı kapanmalara gitmişlerdir. Bu durumda insan ihtiyaçlarının tam ve zamanında karşılanması büyük önem arz etmiştir. Özellikle başta ilaç ve gıda ihtiyaçlarının zamanında karşılanmasında zaman zaman sıkıntılar yaşanmıştır. Salgından dolayı birçok insan hayatını kaybetmiş, işletmeler iflas etmiş ve binlerce kişi işinden olmuştur.

Salgının ve kısıtlamaların etkisi ile tedarik zincirinde görülen aksaklıklardan dolayı, bazı bölgelerdeki ürünler üreticilerin veya satıcıların elinde kalırken, bazı bölgelerde ise ihtiyaç duyulan ürünlere ulaşamamıştır. Ürünlerin satılmadığı yerlerde ürün fiyatları çok düşer iken, ihtiyaç duyulan yerlerde astronomik fiyatlarla çıkmaktadır. Buna örnek olarak, Covid-19 salgının Türkiye'de başladığı Mart 2020 yılının başlarında maskelerin fiyatları çok çok yüksek iken, üretim ve tedarik gerçekleştirildikçe fiyatı giderek azalmıştır.

Salgından dolayı TZ ađ yapısında bozulmalar meydana gelmiştir. Baz ürünlerale talep azalırken bazı ürünlere talep artışı görülmüştür. Bunlara bağlı olarak TZ performans etkenlerinden bazılarında (kalite, esneklik, teslimat, maliyet ve fiyat) ciddi değişimler meydana gelmiştir. Bu durumları etkisi ile tüm dünya ekonomisi ciddi şekilde etkilenmiştir.

KAYNAKÇA

- Aday: & Aday, M.S. (2020), "Impact Of COVID-19 On The Food Supply Chain", Food Quality And Safety, 4, 167–180, Doi:10.1093/Fqsafe/Fyaa024.
- Barman, A., Das, R. & De, P.K. (2021), "Impact Of COVID-19 İn Food Supply Chain: Disruptions And Recovery Strategy", Current Research İn Behavioral Sciences Volume 2, 100017.
- Baz, J.E. & Ruel: (2021), "Can Supply Chain Risk Management Practices Mitigate The Disruption İmpacts On Supply Chains' Resilience And Robustness? Evidence From An Empirical Survey İn A COVID-19 Outbreak Era", International Journal Of Production Economics, Volume 233, March 2021, 107972.
- Chen, J., Wang, H. & Zhong, R.Y. (2021), "A Supply Chain Disruption Recovery Strategy Considering Product Change Under COVID-19", Journal Of Manufacturing Systems, Volume 60, July 2021, Pages 920-927.
- Chowdhury, P., Paul:K. & Kaiser: (2021), "COVID-19 Pandemic Related Supply Chain Studies: A Systematic Review", Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review, Volume 148, April 2021, 102271.
- Çiçekdağı, M. (2019), "Otel İşletmelerinde Gıda Lojistiği Ve Tedarik Zinciri Yönetimi Stratejileri: Bir Araştırma", Doktora Tezi, T.C. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Bilim Dalı Otel, Konya.
- Fonseca, L.M. & Azevedo, A.L. (2020), "Covid- 19: Outcomes For Global Supply Chains", Management & Marketing: Challenges For The Knowledge Society, Vol. 15, No. Special Issue, Pp. 424-438, Doi: 10.2478/Mmcks-2020-0025.
- Göktürk, İ. (2021), "Tarihsel Süreçte Önemli Salgın Hastalıklar Ve Covid-19'un Sektörel Açidan Ekonomik Etkileri", Yüksek Lisans Tezi, T.C. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Politik Ekonomi Anabilim Dalı.
- Guan, D. At All (2020), "Global Supply-Chain Effects Of Covid-19 Control Measures", Nature Human Behaviour , Vol 4, June, 577–587.
- Karmaker, C.L., Ahmed, T., Ahmed:, Ali:M. Moktadir, M.A. & Kabir, G. (2021), "Improving Supply Chain Sustainability İn The Context Of COVID-19 Pandemic İn An Emerging Economy: Exploring Drivers Using An İntegrated Model", Sustainable Production And Consumption, Volume 26, April 2021, Pages 411-427.
- Li, Y., Chen, K., Collignon: & Ivanov, D. (2021), "Ripple effect in the supply chain network: Forward and backward disruption propagation, network health and firm vulnerability", European Journal of Operational Research, Volume 291, Issue 3, 16 June 2021, Pages 1117-1131.
- Luckstead, J., Jr, R.M.N. & Snell, H.A. (2021), "Labor Issues İn The Food Supply Chain Amid The COVID-19 Pandemic", Applied Economic Perspectives And Policy, Volume 43, Number 1, Pp. 382–400. Doi:10.1002/Aepp.13090.
- Mitrega, M. & Choi, T.M. (2021), "How Small-And-Medium Transportation Companies Handle Asymmetric Customer Relationships Under COVID-19 Pandemic: A Multi-Method Study", Transportation Research Part E: Logistics And Transportation Review, Volume 148, April 2021, 102249.
- Mogaji, E. (2020), "Impact Of COVID-19 On Transportation İn Lagos, Nigeria", Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, Volume 6, July 2020, 100154.

-
- Nandi, Sarkis, J., Hervani A.A. & Helms, M.M. (2021), "Redesigning Supply Chains using Block-chain-Enabled Circular Economy and COVID-19 Experiences", *Sustainable Production and Consumption*, Volume 27, July 2021, Pages 10-22.
- Osińska, M. & Zalewski, W. (2020), "Effectiveness Of The Anti-Crisis Policy In The Period Of COVID-19 Pandemic In The Road Transport Industry", *European Research Studies Journal*, Volume XXIII, Special Issue 2, 2020.
- Polater, A. (2015), "Sağlık Sektöründe Tedarik Zinciri Yönetimi Ve Müşteri Memnuniyetinin İncelenmesi: Bazı İllerde İkinci Ve Üçüncü Basamak Hastaneler Ve Tedarikçileri Üzerine Bir Uygulama", Doktora Tezi, T.C. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Erzurum.
- Tarasi, D., Daras, D., Tournaki: & Tsoutsos, T. (2021), "Transportation In The Mediterranean During The COVID-19 Pandemic Era", *Global Transitions* Volume, 3, 2021, Pages 55-71.

Pandemi sürecinin istihdam ve işsizlik üzerindeki etkisi

Ege Özer¹

1. GİRİŞ

Covid-19 salgını 2019 Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan bölgesinde ortaya çıkmış, kısa zamanda hızla yayılarak bütün dünyayı etkisi altına almış ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi olarak ilan edilmiştir. Ulusal sağlık sistemlerini zorlayan Covid-19 salgını, ülke ekonomilerini de büyük ölçüde etkilemiştir. Türkiye'de ilk Covid-19 vakası 10 Mart 2020'de bildirilmiştir. Mart 2020'den itibaren çeşitli önlemler alınmış ancak pandeminin etkisi bütün sektörlerde etkisini göstermeye başlamıştır.

Bu çalışmada ilk olarak istihdam ve işsizlik terimleri tanımlanmakta, daha sonra ise pandemi sürecinin dünyada ve Türkiye'de istihdam ve işsizlik üzerinde yarattığı etkiler ayrıntılı olarak incelenmektedir.

2. İSTİHDAM

2.1. İstihdam Nedir?

İstihdam, bir ülkedeki mevcut iş gücünün (çalışmaya hazır tüm yetişkin insanların) ekonomik faaliyetler içerisinde bulunması, iş bulup çalışmasıdır. İstihdam düzeyi ile milli gelir düzeyi arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır, bir ülkede istihdam düzeyi yükseldikçe milli gelir de artar. Çalışma şekilleri teknolojik gelişmeler, yasalar, hükümet kararları ve benzeri faktörler ile değişme gösterir, buna bağlı olarak istihdam türleri de değişmektedir. İstihdam türlerine örnek verilirse, daimi veya tam süreli çalışanlar, yarım

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Yüksek Lisans Programı, Türkiye, e-mail: ege789@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5486-4101>

gün çalışanlar, günlük çalışanlar, çıraklar, stajyerler, kendi işini işletenler sayılabilir.

2.2. İstihdam Standartları

İstihdamda asgari standartlar Çalışma Bakanlığı tarafından belirlenir. Bunlar asgari ücret, fazla mesai koşulları, güvenlik, çalışma süresi, mola süresi vb. konulardır. Ayrıca bu kurallara uymak koşuluyla, iş verenler de çalışanların sözleşmelerine çeşitli kurallar veya haklar ekleyebilirler

2.3. Eksik İstihdam

Eksik istihdam kavramı bir ekonomide hakkettiğinden az ücretle çalışanları yada eğitilmiş, yetenekli veya deneyimli olduğu halde az bilgi ve yetenek gerektiren işlerde çalışanları ve tam gün çalışmak istemesine rağmen yarım-gün yada kısıtlı süre için iş bulabilenleri kapsar.

2.4. Kayıt Dışı İstihdam

Kayıt dışı istihdam, kişilerin çalışmalarının gün veya ücret olarak ilgili kamu kurum ve kuruluşlarına hiç bildirilmemesi yada eksik bildirilmesi olarak tanımlanabilir.

2.5. İstihdam Oranı

İstihdam edilen nüfusun, toplam işgücüne (çalışma çağındaki, çalışabilir statüdeki aktif nüfus) oranına istihdam oranı denir. İstihdam Oranı: $(\text{Çalışan Nüfus} / \text{Toplam işgücü}) \times 100$ (<https://www.ekonomist.com.tr/genel/istihdam-nedir.html>)

3. İŞSİZLİK

3.1. İşsizlik Nedir?

İşsizlik, herhangi bir ekonomik toplumda, çalışmaya hazır yetişkinlerin, çalışmak istedikleri halde iş bulamaması durumuna denir.

3.2. İşsizlik Oranı

Bir ekonomideki işsizlerin, toplam işgücü içindeki payını ifade eder ve İşsizlik oranı (%) = $\text{İşsizlerin sayısı} / \text{Toplam işgücü} (\text{çalışanlar} + \text{işsizler}) \times 100$ şeklinde hesaplanır. (<https://acikders.ankara.edu.tr/>)

4. DÜNYA GENELİNDE PANDEMİNİN İSTİHDAM VE İŞSİZLİK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Covid-19'un tüm dünyaya yayılmasıyla birlikte, ekonomik faaliyetler daralmış, hane halkları gelir kaybına uğramış, birçok sektörde talebin düşmesiyle birlikte üretim durma noktasına gelmiştir. Hükümetler ücret sübvansiyonları ve firmalara yönelik destekler sağlamak ve bu şekilde işsizliği sınırlamaya çalışmaktadırlar. Buna rağmen, Covid-19 pandemisinin işgücü piyasası üzerinde ciddi bir etki yarattığı gözlenmektedir. Salgının düşük vasıflı, düşük ücretli işlere daha büyük zarar verirken yüksek vasıflı işleri daha az etkilediği görülmektedir ve bu nedenle gelir eşitsizliğinin de artması öngörülmektedir. (D. Göze Kaya, 2020)

Covid-19 salgınının yayılımını önlemek için insan hareketliliğini azaltmaya yönelik önlemler ve yasaklar ekonomik aktivitelerin kısıtlanmasına neden olmuştur. İşyerlerinin kapanması yada küçülmeye gitmesi, işgücüne olan talebi de azaltmaktadır. Ayrıca, Covid-19 salgını çalışanların da sağlığını tehdit ederek, emek arzını azaltmaktadır. Krizden etkilenen sektörlerde çalışanlar işlerini kaybetme, ücretsiz izne çıkarılma, haftalık çalışma saatlerinin düşmesi gibi risklerle yüz yüze gelmektedir. (E. Kara, 2020)

Bazı sektörler pandeminin getirdiği yeni koşullardan daha fazla etkilenmiştir ve dolayısıyla bu durum sektörde istihdam edilen kişilere de olumsuz olarak yansımıştır. Örneğin, turizm sektörünü ele alırsak, Covid-19 pandemisi turizm harcamalarında keskin bir düşüşe yol açmıştır. Covid-19 nedeniyle iptal edilen organizasyonlar da (konferanslar, ligler, olimpiyatlar, kongreler vb.) olumsuz etkiyi arttırmıştır. (G. Çetin: Göktepe, 2020)

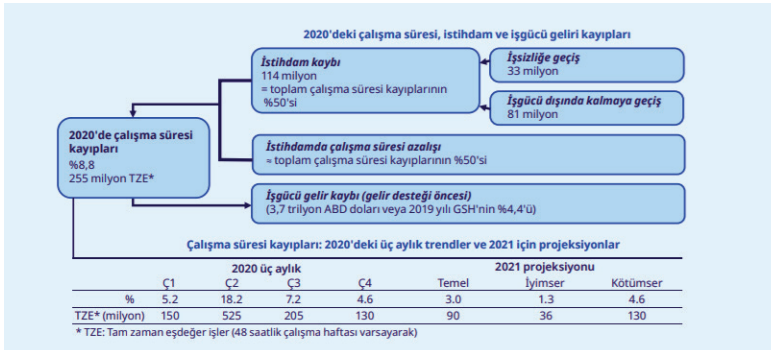
Bunun yanı sıra bazı sektörlerde de talep artışı doğmuştur. Örneğin, online oyun, eğlence, medya, alışveriş sektörleri, kargo sektörü mal ve hizmet talebinde artış görülen sektörlerdendir. Medikal mobilya, dezenfektan ve hijyen malzemesi üreticileri sektörlerinde de talep artışı yaşamıştır. (https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/coronada-hangi-sektor-kazandi-hangi-si-aybetti,cdnQdLzeOkWTw4T_RmObQQ/nPWrd1650k-GLFBi7L8AZg)

COVID-19 virüsü ve getirdiği ekonomik daralma çeşitli etkilere yol açmıştır. Bu etkiler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Virüs nedeniyle hayatını kaybedenlerin işgücü piyasasından ayrılması
- Virüsten enfekte olanların çalışma faaliyetlerini bir süre sürdürememesi
- Karantina önlemleri ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle işgücünün mobilitesinin kısıtlanması
- Mal ve hizmetlere olan talep düşüşü nedeniyle çalışanların işini kaybetmesi
- Çalışanların ücretsiz izine gönderilmesi, hala işinin olduğunu zannetmesi yada işini kaybetme korkusu yaşaması
- Çalışanların işini muhafaza edebilmek için ücret kesintisine rıza göstermesi
- Çalışma saatlerinde önemli ölçüde düşüş yaşanması
- İşgücünün sömürülmeye açık hale gelmesi, yıllık ücretli izinlerin zorla kullanılması, ücretlerde kesinti, fazla çalışma yapmaya zorlanma (Z, Erdem, 2020)

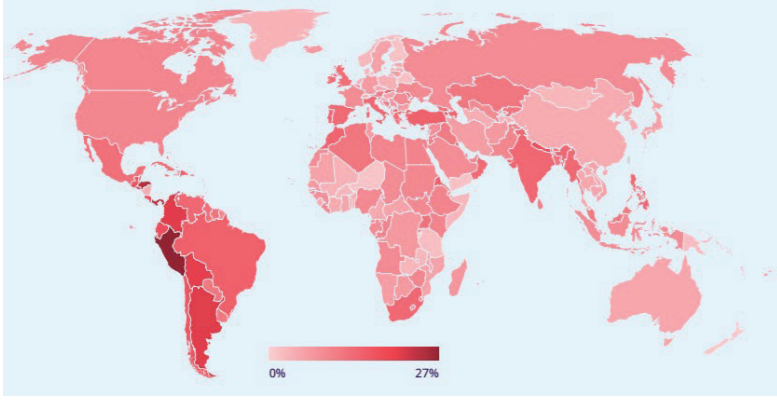
International Labour Organisation (ILO) tarafından yayınlanan analizler, dünyada işgücü piyasalarının 2020 yılında büyük bir ölçekte sekteye uğradığını göstermektedir. 2020 yılında gerçekleşen çalışma süresi kayıpları, 2009 yılındaki küresel finans krizi dönemindeki çalışma süresi kayıplardan yaklaşık dört kat daha fazladır. (International Labour Organisation, 2021)

Şekil 1: 2020'deki çalışma süresi, istihdam ve işgücü geliri kayıpları



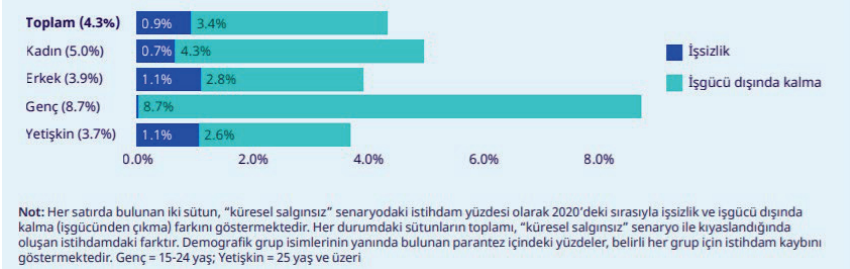
Kaynak: International Labour Organisation (ILO) Gözlem: COVID-19 ve Çalışma Yaşamı, 7. Baskı Erişim Tarihi:18.09.2021

Şekil 2: 2019'un 4. Çeyreğine kıyasla, 2020'de kaybedilen çalışma süresi (%)



Kaynak : International Labour Organisation (ILO) Gözlem: COVID-19 ve Çalışma Yaşamı, 7. Bas-
kısı Erişim Tarihi : 18.09.2021

Grafik 1: İşsizlik ve işgücü dışında kalma oranlarının cinsiyet ve yaşa göre gösterilmesi, 2020 (%)



Kaynak : International Labour Organisation (ILO) Gözlem: COVID-19 ve Çalışma Yaşamı, 7. Bas-
kısı Erişim Tarihi: 18.09.2021

2020 yılında, dünya düzeyinde yetişkinler %3,7 oranında istihdam kaybı yaşarken, bu oran gençlerde daha %8,7'ye çıkmıştır. Bu kriz, gençlerin işgücü piyasasından kopuşuna neden olmuş, gençler iş aramak yerine işgücüne girişlerini geciktirmiştir. (International Labour Organisation, 2021)

5. TÜRKİYE'DE PANDEMİNİN İSTİHDAM VE İŞSİZLİK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Türkiye'de yaşanan ekonomideki daralma, üretim hacminin düşmesi, hareketliliğin sınırlandırılması istihdam oranlarında azalmaya neden olmuştur. Covid-19 pandemisi doğrudan insan sağlığını etkilemektedir ve bu nedenle insan odaklı çalışma hayatını derinden etkilemiştir. (R. Bulut, C. Pınar, 2020)

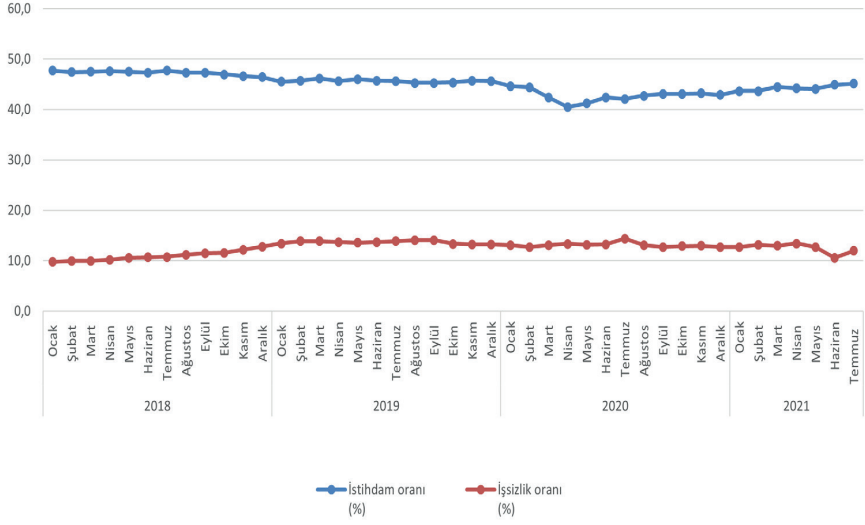
Türkiye'nin gelişmiş ekonomilere sahip ülkelere oranla daha genç bir nüfus yapısı bulunmaktadır, bu da işsizlik oranının bu ülkelere oranlara daha yüksek olmasının bir sebebidir. TÜİK tarafından açıklanan verilere göre Temmuz 2021 itibarıyla Türkiye'de genel işsizlik oranı %12,0 genç işsizlik oranı ise %23,1'dir.

Covid -19 pandemisi, alınan sağlık tedbirleri, mal ve hizmetlerin arzının ve talebinin düşmesi istihdamı ve çalışanları güçlü şekilde etkilemiştir. İş sağlığı ve güvenliği nedeniyle online-uzaktan çalışma sistemleri kullanılarak süreçlerin gerçekleştirilmesi yoluna gidilmiştir. Dijital sistemlere adapte olamayan yada müşterilere yakın temas yoluyla hizmet vermek zorunda olan sektörlerde ekonomik faaliyetler daralmış yada durdurulmuştur.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından sağlanan işgücü istatistikleri 2021 Ocak ayından itibaren istatistiki veriler Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ile eş zamanlı olarak ve International Labour Organization'ın (ILO) kararlarına, AB İstatistik Ofisi (Eurostat) formatına uygun şekilde toplanmakta ve derlenmektedir.

TÜİK tarafından sağlanan istatistiklere göre mevsim etkisinden arındırılmış istihdam ve işsizlik oranları aşağıdaki gibidir. (Ocak 2018- Temmuz 2021). 3,5 yılı kapsayan sürecin seçilmesinin amacı pandemi öncesi ve sonrası verileri karşılaştırma imkanı sağlamaktır. (TUIK, <https://www.tuik.gov.tr>)

Grafik 2: Mevsim etkisinden arındırılmış istihdam ve işsizlik oranları



Kaynak : TUIK, <https://www.tuik.gov.tr> Erişim Tarihi:18.09.2021

Tablo 1: Mevsim etkisinden arındırılmış temel işgücü göstergeleri

[15+ yaş - age]	(Bin kişi)							
Yıllar	15 ve daha yukarı yaştaki nüfus	İşgücü	İstihdam edilenler	İşsiz	İşgücüne dahil olmayan nüfus	İşgücüne katılma oranı (%)	İstihdam oranı (%)	İşsizlik oranı (%)
2018 Ocak	60,360	31,916	28,777	3,140	28,444	52,9	47,7	9,8
Şubat	60,415	31,819	28,648	3,170	28,596	52,7	47,4	10,0
Mart	60,464	31,873	28,699	3,174	28,591	52,7	47,5	10,0
Nisan	60,519	32,056	28,785	3,271	28,462	53,0	47,6	10,2
Mayıs	60,571	32,202	28,791	3,412	28,369	53,2	47,5	10,6
Haziran	60,626	32,129	28,689	3,440	28,497	53,0	47,3	10,7
Temmuz	60,679	32,457	28,955	3,502	28,222	53,5	47,7	10,8
Ağustos	60,734	32,325	28,708	3,616	28,409	53,2	47,3	11,2
Eylül	60,788	32,489	28,780	3,729	28,299	53,4	47,3	11,5
Ekim	60,841	32,324	28,574	3,749	28,517	53,1	47,0	11,6
Kasım	60,896	32,357	28,406	3,951	28,539	53,1	46,6	12,2
Aralık	60,949	32,395	28,258	4,137	28,554	53,2	46,4	12,8
2019 Ocak	61,017	32,074	27,737	4,337	28,943	52,6	45,5	13,5
Şubat	61,101	32,456	27,951	4,504	28,645	53,1	45,7	13,9
Mart	61,177	32,843	28,284	4,559	28,334	53,7	46,2	13,9
Nisan	61,261	32,335	27,906	4,429	28,926	52,8	45,6	13,7
Mayıs	61,342	32,662	28,205	4,457	28,680	53,2	46,0	13,6
Haziran	61,426	32,543	28,088	4,455	28,883	53,0	45,7	13,7
Temmuz	61,507	32,595	28,053	4,542	28,912	53,0	45,6	13,9
Ağustos	61,591	32,482	27,896	4,586	29,109	52,7	45,3	14,1
Eylül	61,675	32,510	27,928	4,582	29,165	52,7	45,3	14,1
Ekim	61,756	32,389	28,039	4,350	29,367	52,4	45,4	13,4
Kasım	61,840	32,588	28,243	4,345	29,252	52,7	45,7	13,3
Aralık	61,921	32,572	28,228	4,345	29,349	52,6	45,6	13,3
2020 Ocak	62,015	31,824	27,649	4,175	30,191	51,3	44,6	13,1
Şubat	62,119	31,616	27,592	4,024	30,503	50,9	44,4	12,7
Mart	62,216	30,350	26,388	3,962	31,867	48,8	42,4	13,1
Nisan	62,321	29,106	25,209	3,897	33,214	46,7	40,5	13,4
Mayıs	62,421	29,648	25,729	3,919	32,774	47,5	41,2	13,2
Haziran	62,525	30,580	26,513	4,067	31,945	48,9	42,4	13,3
Temmuz	62,626	30,828	26,379	4,449	31,798	49,2	42,1	14,4
Ağustos	62,730	30,870	26,830	4,040	31,860	49,2	42,8	13,1
Eylül	62,834	31,007	27,056	3,951	31,827	49,3	43,1	12,7
Ekim	62,935	31,127	27,097	4,030	31,808	49,5	43,1	12,9
Kasım	63,039	31,271	27,210	4,061	31,768	49,6	43,2	13,0
Aralık	63,140	31,013	27,071	3,942	32,127	49,1	42,9	12,7
2021 Ocak	63,236	31,644	27,640	4,004	31,592	50,0	43,7	12,7
Şubat	63,323	31,863	27,671	4,192	31,460	50,3	43,7	13,2
Mart	63,401	32,468	28,237	4,231	30,933	51,2	44,5	13,0
Nisan	63,488	32,454	28,082	4,372	31,035	51,1	44,2	13,5
Mayıs	63,572	32,113	28,022	4,091	31,460	50,5	44,1	12,7
Haziran	63,659	32,001	28,605	3,396	31,658	50,3	44,9	10,6
Temmuz	63,744	32,632	28,730	3,902	31,112	51,2	45,1	12,0

Kaynak: TÜİK, İşgücü İstatistikleri

Kaynak : TÜİK, <https://www.tuik.gov.tr> Erişim Tarihi:18.09.2021

6. SONUÇ

Aralık 2019'da Çin'den başlayarak dünyaya yayılan Covid-19 pandemisi bütün ülkeleri etkilemiş, karantina uygulamaları, sosyal mesafe kuralı, uzaktan-esnek çalışma şartları gibi çeşitli önlemler alınmıştır. Bu önlemler birçok sektörde firmaların üretimi/hizmeti yavaşlatmasına yada durdurmasına yol açmıştır. Arz-talep dengeleri bozulmuş, işgücü ve gelir kayıpları yaşanmıştır. Hükümetler, işsizliği önlemek, firmalara destek olmak için çeşitli destek paketleri uygulamak, piyasaya likidite girişi sağlamak zorunda kalmışlardır.

Pandeminin dünya ekonomisine verdiği zararlar konusunda çeşitli değerlendirmeler ve gelecek tahminleri yapılmaktadır. Kötümser varsayımlar dünya genelinde yüksek düzeyde ekonomik kayıplar öngörmekte, iyimser yaklaşımlar ise aşının yaygınlaşması ve hayatın normalleşmesi ile birlikte pandeminin kontrol altına alınacağı ve ekonomilerin kısa sürede toparlanacağını öngörmektedir.

Covid-19 pandemisi ekonomide hem arz hem de talep kaynaklı kriz yaratmıştır. Bu durum dünya çapında milyonlarca insanın işlerini kaybetmesi, gelir kaybı yada azalması yaşaması ile sonuçlanmıştır. Bu kriz insan sağlığı odaklı olduğu için, salgın tam anlamıyla kontrol altına alınmadan yapılacak müdahaleler kısa vadeli olacak, ekonomiyi toparlamaya yetmeyecektir.

Türkiye'de pandemi döneminde çeşitli ekonomik tedbirler alınmış, istihdama yönelik teşvik paketleri uygulanmıştır. Kamu sektörüne personel alınmış, özel sektörde işten çıkarma zorlaştırılmış, kısa çalışma ödeneği, nakdi destek gibi uygulamalara gidilmiştir. Bunun yanı sıra işletmeler için de çeşitli vergi indirimleri ve ötelemelerin ve kredi destek paketleri uygulanmıştır.

Covid-19 pandemisi aşı vb. sağlık yöntemleriyle kontrol altına alınsa bile, sosyal ve çalışma hayatındaki bazı geleneksel alışkanlıkların değişmesi beklenmektedir. İnsanların e-ticaret kanallarını tercih etmeye devam edecekleri, uzaktan eğitim modellerin gelişeceği, evden çalışma gibi sistemlerin kalıcı olacağı düşünülmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini mümkün olduğunca dijital ortamda yürütmeye devam edeceği öngörülmektedir.

Bu süreçte, hükümetlerin pandemiden etkilenen sektörlerle destek vermeleri, faaliyetlerinin devam etmesini teşvik etmeleri gerekmektedir. Ulusal önlemlerin yanı sıra, uluslararası önlemler de alınmalı, küresel boyut-

ta işbirliği yapılmalıdır. Sürdürülebilir istihdam koşullarının oluşması için devlet, üniversite, meslek kuruluşları, STK ve sendikaların eğitim, dayanışma, özdenetim gibi birçok konuda işbirliği yapması ekonominin toparlanması için gereklidir.

KAYNAKÇA

- International Labour Organisation, (2021), "ILO Gözlem: COVID-19 ve Çalışma Yaşamı, Güncellenmiş tahminler ve analiz", 7. Baskı, 25 Ocak 2021, Erişim linki : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/briefingnote/wcms_769693.pdf
- International Labour Organisation, (2020), "The impact of the COVID-19 pandemic on jobs and incomes in G20 economies", Erişimim linki : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_756331.pdf
- Kaya, D. G., (2020), "Koronavirüs Pandemisinin Küresel Ekonomideki İzleri: Kamu Finansman Dengesi, Ticaret Hacmi, Enflasyon, İşsizlik ve Ekonomik Büyüme" , Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (Asead), Cilt 7 Sayı 5 Yıl 2020, S 221-237, Erişim linki : <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1128104>
- Kara, E, (2020), "Covid-19 Pandemisi: İşgücü Üzerindeki Etkileri Ve İstihdam Tedbirleri", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), CİLT 7 SAYI 5 Yıl 2020, S 269-282, Erişim linki: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1128141>
- Bulut, R & Pınar,C, (2020), " Covid- 19 Pandemisi Döneminde Türkiye’de İstihdam ve İşsizlik", Oğuzhan Sosyal Bilimler Dergisi, 30.12.2020, Erişim linki: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1442992>
- Balcı, Y & Çetin, G, (2020), "Pandemi Sürecinin Türkiye’de İstihdama Etkileri Ve Kamu Açısından Alınması Gereken Tedbirler", İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı, Yıl:19 Sayı:37 Bahar (Özel Ek) s.40-58, Erişim linki <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1165930>
- Yükseler, Zafer. (2020), "Koronavirüs (Covid-19) Salgınının İstihdam Ve Büyümeye Etkisi", 10.13140/RG.2.2.23619.96802, Erişim linki : https://www.researchgate.net/publication/340511319_KORONAVIRUS_COVID-19_SALGINININ_ISTIHDA_M_VE_BUYUMEYE_ETKISI
- Demirbaş,D & Bozkurt,V & Yorğun S, (2020), "COVID-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri", İstanbul Üniversitesi Yayınevi, DOI: 10.26650/B/SS46.2020.005, Erişim linki : https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=covid-19_v2.pdf
- Çetin, G & Göktepe, S, (2020), "Covid-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkileri", DOI: 10.26650/B/SS46.2020.005.06, Erişim linki: https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=covid-19_v2.pdf, 88,
- Erdem, Z, (2020), "İşgücü Piyasası", DOI: 10.26650/B/SS46.2020.005.09, 137, Erişim linki : https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=covid-19_v2.pdf
- Blustein DL, Guarino PA. Work and Unemployment in the Time of COVID-19: The Existential Experience of Loss and Fear. *Journal of Humanistic Psychology*. 2020;60(5):702-709. doi:10.1177/0022167820934229, Erişim linki: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0022167820934229>
- Fana, M., Torrejón Pérez: & Fernández-Macías, E. Employment impact of Covid-19 crisis: from short term effects to long terms prospects. *J. Ind. Bus. Econ.* 47, 391-410 (2020). Erişim linki: <https://link.springer.com/article/10.1007/s40812-020-00168-5#citeas>
- Türkiye İstatistik Kurumu, (TUIK), <https://data.tuik.gov.tr/>, Erişim tarihi : 16.09.2021 ht-

[tps://www.ekonomist.com.tr/genel/istihdam-nedir.html](https://www.ekonomist.com.tr/genel/istihdam-nedir.html), Erişim tarihi : 16.09.2021 <https://acikders.ankara.edu.tr> , Erişim tarihi : 16.09.2021

https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/coronada-hangi-sektor-kazandi-hangisi-kaybetti,cdnQdLzeOkWTw4T_RmObQQ/nPWrd1650k-GLFBi7L8AZg , Erişim tarihi : 18.09.2021

<https://covid19.saglik.gov.tr/>, Erişim tarihi : 18.09.2021

<http://www.sgk.gov.tr> , Erişim tarihi : 18.09.2021

Covid -19 makro ekonomiye etkisi

Tuğba Bilcan¹

1. GİRİŞ

Covid – 19 tüm dünyaya yayılarak küresel ekonomiye etkilemesi kaçınılmaz bir hal almıştır. Arz-talep şokları, iş gücünün azalması, eğitim, sosyal ve çalışma hayatının bir çok yönde etkisi altına alıp ülkelerin refah düzeyleri olumsuz etkilemiştir. Bu değişimler yaşanırken hızla ilerleyerek salgın insan hayatını çıkmaz bir sona sokarak hastalığın önüne geçmek için sağlık çalışanları, bireyler ve ülkeler üzerine düşen görevleri yapmaya çalışmıştır.

2. COVID-19 SALGINI

Çin'in Wuhan kentinde başlayan salgın dünyayı etkisi altına alan yayılarak ölümlere sebep olmuştur. Bu salgın Covid-19 olarak bahsedilmektedir²². SARS – CoV2'nin neden olduğu düşünülen hastalık dünyayı etkisi altına alıp bir çok can kaybına sebep olmuştur. İnsanları etkisine alan hastalık ülkelerin ekonomilerini de derinde etkilemiştir. Devletlerin ekonomilerini olumsuz etkilerini azaltmak için makro düzeyde önlemler almaya çalışmıştır.

Frekanslar arası yaşanan bu kriz beklenmedik bir şekilde ülkelere dağılmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan bir çok ülkeler gelen bu kriz için önceden planlanmış ekonomiye aynı düzeyde canlı tutmak için devletlerin hazır-

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Yüksek Lisans Programı, Türkiye, e-mail: tubabilcan1@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8196-2321>

² İbrahim ARSLAN , İlyas BAYAR , Covid-19 Salgını, Ekonomik Etkileri ve Küresel Ekonominin Geleceği , Gaziantep University Journal of Social Sciences , 2020 , s: 87

lamış olduğu bir planı yoktur. Bir yandan yaşanan can kayıplarını önlemek, diğer yandan aşı araştırmaları yaparak ve ekonomiyi olumsuz etkilememek için çalışmalarda bulunulmuştur.

Covid -19 salgının yayılmasını önlemek için Türkiye'nin aldığı bazı önlemler :

- Yurt içi ve yurt dışı seyahatlere belirli kısıtlamalar gelmesi ,
- Hafta sonu tam kapama yapılması ,
- Hafta içi belirli saatlerden sonrası sokağa çıkmama yasağı ,
- 20 yaş altı ve 65 yaş üstü bireylere belirli saatlerde sokağa çıkmama yasağı ,
- Özel ve devlet kuruluşlarına online çalışma sistemi uygulaması,
- Maskesiz dolaşmasının yasaklanması ,
- Eğitim faaliyetlerin online olması ,
- Düğün , yemek ve nikah gibi faaliyetlerin kısıtlı yapılması gibi bu süreçte çeşitli kısıtlanma ve yasaklanma uygulanmıştır.

Bu yasaklar sebebiyle bizlere yeni alışkanlıklar kazandırmıştır. Bu yeni alışkanlıklar bize teknoloji ile içli dışlı olup farklı bir teknolojik döneme geçmeyi sağlamıştır. Teknolojinin hakim olduğu bu yeni düzende firmaların dijitalleşme ortamına taşınarak hayatımız da bazı kolaylıklar sağladı. Türkiye'nin koronavirüs seyri :

Tablo 1: Covid - 19 Türkiye'deki Durumu

Türkiye	Sayısı
Vefat Eden	60.641
Vaka Sayısı	6,74 Mn
1. 2. Ve 3. Doz Uygulanan	105.110.950

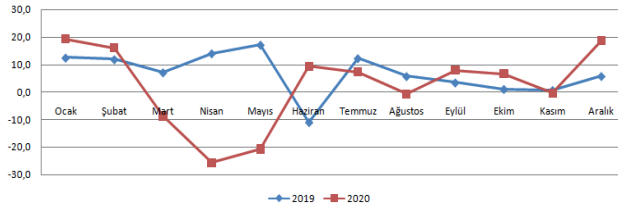
Kaynak : TCMB

Henüz Covid – 19 salgınını tam olarak atlatılamamıştır. Aşılama çalışmaları hızlı bir şekilde devam etmektedir. Bu süreçte bireyler, işletmeler ve devlet ekonominin iyileşmesi için çalışmalar yürütmüştür.

3. COVID -19 SALGININ TEMEL MAKRO EKONOMİK GÖSTERGELERE ETKİSİ

2019 yılında ortaya çıkan kısa zamanda dünyayı etkisi altına alan koronavirüs salgını her sektör de olumsuz etki bırakmıştır.Yaşanan bu olumsuz etkiler ekonomideki arz ve talep ilişkisinde daralmalara yol açmıştır. Ekonomideki bu daralmalar aynı zamanda iş gücündeki düşüş ile birlikte dünya da satın alma gücünün daralmasına yol açmış ve ülkelerin refah düzeyini derinden sarsmıştır. Bu durum firmaların üretimi durdurmasına neden olmuştur.

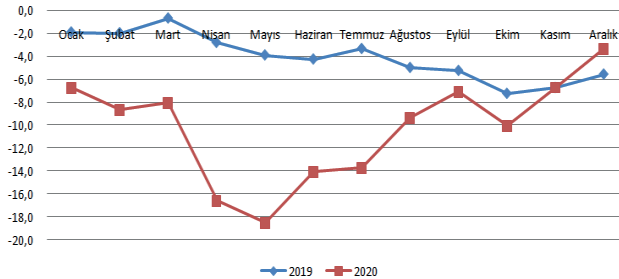
Grafik 1 : İhracat Miktar Endeksi, Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre Değişim (%)



Kaynak : TCMB

Grafiğe bakıldığında Covid -19 salgını süresi boyunca bir önceki yıllara göre ihracat miktarında azalmalar görülmektedir. 2019 yılı bir önceki yıla göre sadece Haziran ayında bir düşüş yaşamıştır. 2020 yılı ise 2019 yılına göre Mart ayında yaşanan kısıtlamalar sebebiyle Mart , Nisan ve Mayıs aylarında çok büyük bir düşüş yaşanmıştır. Aşılamaların artması, normalleşme süreci başlaması ile kısıtlamaların kalkması sonucu ihracat miktarı 2019 göre artış göstermiştir.

Grafik 2 : İthalat Miktar Endeksi, Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre Değişim (%)

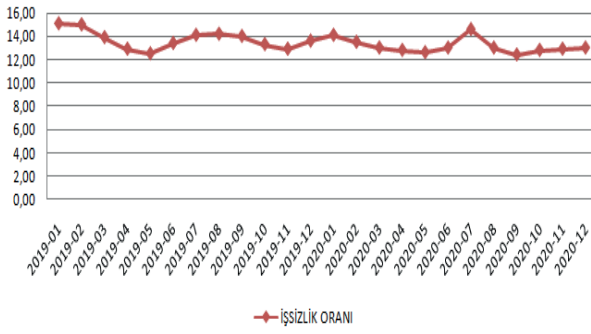


Kaynak : TCMB

Grafikte 2019 yılı bir önceki yılına göre Mart ayında sonra sürekli bir düşüş görülmektedir.2020 yılında ise 2019 yılına göre ithalat miktarında yıl boyunca düşüş yaşanmıştır.

Covid – 19 ithalat ve ihracat yapan ülkelerin ticari sermayelerinde daralmalara sebep olmuştur.Sokağa çıkma yasağı, sınır kapılarından geçişlerin yasaklanması, gümrük ve seyahat fiyatlarının artması ithalat ve ihracatı olumsuz etkilemiştir.

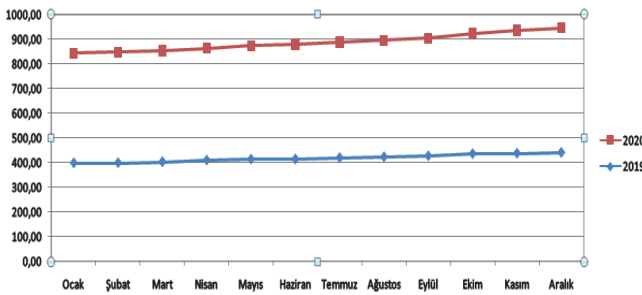
Grafik 3 : İşsizlik Oranı (%) Değerleri



Kaynak : TCMB

Dünya genelinde yaşanan negatif yönlü ekonomik daralmalar işsizlik sorununu da ortaya çıkarmıştır. Salgın çalışma hayatını olumsuz yönde etkilemiş ve ortaya yeni çalışma şekilleri çıkmıştır. 2019 – 2020 aylık işsizlik oranlarına baktığımızda artışlar gözükmemektedir.En çok artışın olduğu ay ise 2019 yılının Nisan ayı olmuştur.

Grafik 4: Tüketici Fiyat Endeksi Rakamları (2003=100)



Kaynak : TCMB

2019 yılına göre 2020 yılında Tüketim Fiyat Endeksi verilerinde artış görülmektedir. Bunun sebebi ise ülkenin kendi içinde arz – talep dengesinin karşılayamamasıdır. İşletmeler alım gücü düştü için üretimi miktarı azalmış, azalan üretim fiyatların artışına sebep olmuştur

4. SONUÇ

Covid-19 salgını ülkelere yayılarak bir çok ölüme sebep olmuştur. Dünya genelinde aşılama süreci hızlı bir şekilde devam ederken ülkelerin ekonomik durumları bu salgından olumsuz etkilenmiştir.

Çalışmada 2019-2020 yılının ihracat, ithalat, işsizlik ve tüketici fiyat endekslerin incelemesi yapılarak Covid-19 sürecinde Türkiye'nin makroekonomik değişkenlerinin değerlendirilmesi yapılmıştır.

2019-2020 yılında ihracat ve ithalat değişiminde düşüşler yaşanmıştır. Bunun sebebi salgın nedeniyle ülkeler arası geçişlere kısıtlamalar gelmesidir.

2019-2020 yılında salgın nedeniyle gelen yurt içi kısıtlamalar işsizlik oranları artırmıştır. Aynı zaman da tüketici fiyatlarında artışlar olmuştur. Sebebi Türkiye'nin kendi içinde arz-talep dengesini karşılayamamasıdır.

KAYNAKÇA

ARSLAN İbrahim & BAYAR İlyas (2020), Covid-19 Salgını, Ekonomik Etkileri ve Küresel Ekonominin Geleceği , Gaziantep University Journal of Social Sciences, s: 87 -104

TEKOĞLU AÇ S. (2020) , Covid-19 Salgını ve Dış Ticarete Kriz Yönetimi: Türkiye Örneği , Güm-rük Ticaret Dergisi , 7(22) , s: 32 -53

BULUT, R. & PINAR, C. (2020), Covid- 19 Pandemisi Döneminde Türkiye’de İstihdam Ve İşsiz-lik , Sosyal Bilimler Dergisi ,2020 , Cilt.2 Sayı. 2, s: 217 -225

TCMB <https://www.tcmb.gov.tr/> Erişim Tarihi : 20.09.2021

Covid 19'un bankacılık sektörüne etkisi ve getirdiği yenilikler

Hanife Baydar¹

Sefer Baydar²

1. GİRİŞ

Bankacılık sektörü günümüzde hızla ilerlemekte olan teknolojik gelişmelere paralel olarak, sürekli kendini yenileyen ve geliştirmek zorunda olan birimlerin başında gelmektedir. Son 10-15 yılda dünyadaki teknolojik alandaki gelişmelere ilaveten hukuki (1980'de serbest piyasa ekonomisine geçiş, 1983'de televizyon reklamlarının yasaklanması ile yazılı basına dönüş, uygulanan döviz kuru politikaları), sosyo-kültürel, politik, ekonomik alandaki değişiklikler (gelir düzeyinin değişmesi, harcama alışkanlıkları vb.) müşteri talep ve beklentilerini etkilemiş olup, bu durum, bölge bankacılığından, çok uluslu bankacılığa geçiş olmuş, sektördeki rekabet artışı pazarlama faaliyetlerinde yeni stratejiler oluşturmuştur. Gelişmelerden Türk bankacılık sistemi etkilemiştir.

Bankacılık sektöründe yapılan en önemli değişikliklerin başında alternatif dağıtım kanalları gelmektedir. Özellikle içinde bulunduğumuz pandemi sürecinden sonra alternatif dağıtım kanalları çok daha büyük öneme sahip duruma gelmiştir. Alternatif dağıtım kanalları, banka şubesini kullanmadan yapılabilecek bankacılık işlemleri olarak tanımlanabilir. Alternatif dağıtım kanallarını ana hatlarıyla inceleyecek olursak, internet, mobil, ATM, telefon

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, Türkiye, E-mail: Hanife.baydar@vakifbank.com.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6187-5087>

² Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Eğitim Yönetimi ve Denetimi, Türkiye, E-mail: seferbaydar@hotmail.com.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4279-9151>

bankacılığı olarak sıralayabiliriz. Bunlar, müşterilerin banka işlemlerini ihtiyaç duydukları anda, yer ve zaman kısıtı olmadan ulaşarak ihtiyaç ve taleplerini hızlı bir şekilde giderebildikleri dağıtım kanallarıdır. Müşteri tercihleri doğrultusunda bankalar, ileri teknoloji kullanımı yardımıyla alternatif dağıtım kanallarını geliştirerek, pazarda üstünlük sağlamak için çaba harcamaktadır.

Çalışmanın temel amacı; bankacılık sektöründe müşterilerin sıklıkla kullandıkları bankacılık hizmetleri ve alternatif dağıtım kanalları tercihinde etkili olan faktörlerin incelenmesidir. Bu amaçla banka müşterilerine yönelik bir anket çalışması yapıldı. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde bankacılık ve alternatif dağıtım kanalları ile ilgili genel bilgiler verilmektedir. Bu doğrultuda bankanın tanımı yapılarak, bankanın fonksiyonlarına, bankacılık tarihi gelişimine, banka türlerine ve başlıca alternatif dağıtım kanallarına değinilmiştir. İkinci bölümde araştırmanın amaç ve yöntemine değinilmiştir. Üçüncü bölümde, Çanakkale il merkezinde yapılan anket çalışması sonucu elde edilen bulgular ile katılımcılara gönderilen Google Formlar üzerinden gelen cevapların sayısı(f) ve yüzde değeri (%) Microsoft Office Excell ve Word programları kullanılarak oluşturulan tablolar ve her tabloya ait verilere yer verilmiştir. Tablolar bölümünde, katılımcılara ait demografik özellikler ve bankacılıkta alternatif dağıtım kanalı tercihleri incelenmiştir. Son olarak da dördüncü bölümde, çalışma sonuç ve öneriler bölümüyle neticelendirilmiştir.

2. BANKACILIK TANIMI VE TARİHİ GELİŞİMİ

Banka, mevduat toplayan, topladığı mevduatı en verimli şekilde çeşitli kredi işlemleri yardımıyla faaliyetlerinin esas konusu düzenli bir şekilde kredi almak ya da kredi vermek olan mali kuruluştur. Bankaların faaliyetleri incelendiğinde şöyle bir tanımlama yapılabilir: “Bankalar, faizle para alıp veren, kredi, iskonto, kambiyo işlemleri yapan, kasalarında para, değerli belge, eşya saklayan ve bunun dışındaki diğer ekonomik etkinliklerde bulunan kuruluşlardır.” Diğer tanımlara bakacak olursak: “Banka, para, kredi ve sermaye konularına giren her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen, özel veya kamusal kişilerle işletmelerin bu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerinde bulunan bir ekonomik birimdir”.

Bankaların üç temel fonksiyonundan söz edilebilir. Bunlar:

- Müşterilerden mevduat kabul etmek ve bu mevduatları değerlendirmek,
- Paranın bir hesaptan diğerine transferini sağlamak veya nakit olarak bankadan çekilmesini sağlamak,
- Toplanan mevduatın belirli bir bölümünü ihtiyacı olduğu için talepte bulunan müşterilere, belirli bir bedel karşılığında ödünç vermektir (Ayanoglu, 2013).

Banka kelimesi İtalyanca banca kelimesinden Türkçeye geçmiştir. Para bozma gişesi, para bozma yeri anlamına gelir. Bankacılığın gösterdiği tarihi gelişme, para kavramının gelişmesiyle yakından ilişkilidir. Bankacılık hakkında ilk çalışmalar milattan önce (M.Ö.) 3500 yıllarında Sümer ve Babil uygarlıklarında rastlanmaktadır. Sümerler 'de M.Ö. 3500 yılında kurulan ve 'Maket' olarak bilinen kurum ilk banka olarak kabul edilmektedir. Ancak bilinen en eski banka Mezopotamya'daki Kızıl Tapınak'tır. M.Ö. 2123-2081 tarihleri arasında Babil imparatoru Hammurabi Kanunları'nda tapınaklarda yapılacak borç verme işlemleri, borcun tahsil yöntemleri, alınacak faiz oranları ile rehin, ipotek ve kefalet şekillerini düzenlediği çeşitli hükümler bulunmaktadır. Sonraki yüzyıllarda bankacılık zengin ailelerin de uğraşmaya başladığı bir konu hâline geldi (Tarlan,1986).

Modern anlamda ise bankacılık etkinliğini gösteren ilk banka 1609 yılında kurulan Amsterdam Bankası'dır. Bunu takiben 1637'de Venedik Bankası kurulmuştur. Diğer ülkelerde olduğu gibi burada da bankacılık, ilk önce sarraf dükkânları ve kasaların 15 ve 16. yüzyılda gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. 19. Yüzyıla gelindiğinde bankalar ekonomik ve ticari faaliyetlerin yardımcısı ve hatta bu faaliyetleri geniş ölçüde düzenleyici kurumlar hâline gelmişler ve faaliyet alanlarına göre uzmanlaşmaya başlamışlardır. Bankaların, 1950'li yıllardan sonra dünyada yaşanan iç ve dış savaşların bitmesi ve ülkelerin kendilerini teknoloji ve ticaret alanında geliştirmeye başlamalarına neden olmuştur. Teknolojide yaşanan bu gelişme elektronik çağ denilen yeni bir çağın doğmasına, bu da sektörler içinde en fazla bankacılık sektörünü etkilemiş olup, sektörde farklı bir sistemin oluşturulmasına neden olmuştur. Görülüyor ki bankacılığın doğuş zamanı aslında net olarak bilinmemektedir. Fakat ticaret gereği kambiyo işlemlerin doğması çok eski zamanlara dayanmaktadır. Bununla birlikte ihtiyacı olmayandan ihtiyacı olana doğru bir akımın olması ve bunun karşılığında bir bedel alınması bankaların ortaya

çıkmasının en önemli nedenlerindendir (Tarlan,1986).

2.1. Türk Bankacılık Sektörünün Gelişimi

Türkiye’de bankalığın tarihsel gelişmesi yedi dönemde incelenebilir. Bunlar, Osmanlı dönemi (1847-1923), ulusal bankalar dönemi (1923-1932), kamu bankaları dönemi (1933-1944), özel bankalar dönemi (1945-1960), planlı dönem (1960- 1980), serbestleşme ve dışa açılma dönemi (1981-2001) ve yeniden yapılandırma dönemi (2002 ve Sonrası) olarak sayılabilir.

2.1.1. Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemi Bankacılık Dönemi:

Türkiye’de bankacılık oldukça yavaş gelişmiştir. Para değişimini Büyük kent merkezlerinde sarraflar üstlenmiştir. Tanzimat dönemine kadar banka veya banka gibi çalışan bir kurum mevcut değildir. Bunun sebebi Türklerin daha çok askerlik gibi işlerle uğraşması ve ticaret işlerini Müslüman olmayan tabakalara bırakmasıdır. Bir diğer sebep de sanayi devrimine uyum sağlayamayıp kapalı bir ekonomi yapısına sahip olmasıdır. İlk parayı 1840 yılında bütçe açığını kapatılması için basmışlardır.

Türk bankacılık tarihini incelediğimizde gelişim süreci Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerine kadar uzanmaktadır. Türkiye’de para piyasasında öteden beri gayri-müslimler etkindi. Müslümanlara yasak olan faiz işleri, Galata’lı bankerler’e ve ecnebi tüccarlar’a serbest olması sebebi ile para alım satımını yürütüyordu. Osmanlı İmparatorluğu’nda ilk banka 1847 yılında, İstanbul Bankası adıyla İstanbul’da kurulmuştur. Ödenmiş sermayesi olmayan banka 1850’lerde kapanmıştır. 1856’da kurulan Ottoman Bank, 1863’te Osmanlı Bankası adıyla çalışmaya başlamıştır. 1908’de iktidara gelen İttihat Terakki yönetimi Türk şirket ve bankalarının kurulmasını ve çalışmasını sağlamak için devlet desteği vermiştir. Yahudi, Rum, Ermeni tefecilerin hükümlerine son vermek ve büyük bir kalkınma hamlesi oluşturmak için kamu teşebbüsleri oluşturulmuştur. Mithat Paşa, Ziraat Bankasının çekirdeği olan “Memleket Sandıkları”nı kurmuştu. Bu dönemde de milli bankacılık girişimlerine devam etti (Kuzu, 2013 ve Tarlan,1986).

Cumhuriyet öncesinde 1911-1923 tarihleri arasında milli sermayeli 21 banka kurulmuş ancak sektördeki yabancı bankaların kredi piyasasına hakim olmaları karşısında faaliyetlerini sürdürmekte zorlanmışlardır. Bu bankalardan iflas ve tasfiyeler sonucu ancak 18’i Cumhuriyet dönemine geçebilmiştir (Kuzu, 2013 ve Tarlan,1986).

Ülkemizde, Cumhuriyetin ilanından sonra ekonomik kalkınmaya önem verilmiştir, sanayi ve ticari hayatı canlandırmak amacıyla ulusal bankacılığı geliştirmeye önem verilmiştir. Bankalar, Cumhuriyetin ilk kurulduğu yıllarda Özel kesimin yeterli sermayesi olmaması dolayısıyla devlet eliyle kurulmuştur. Bu bağlamda devlet teşvikiyle Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası, Türkiye İş Bankası gibi bankalar kurulmuştur (Tarlan,1986 ve Keskin,2008).

2.1.2. Ulusal Bankalar Dönemi (1923-1932):

Cumhuriyet'in ilk kurulduğu yıllarda, özel kesimin yeterli sermayesi olmaması dolayısıyla bankalar devlet teşvikiyle kurulmuştur. İzmir kongresine katılan tüccarların isteği üzerine ilk olarak 1924'de Türkiye İş Bankası özel sektör bankası olarak kurulmuştur. Kongreye katılan tarım temsilcilerinin talebi üzerine de Ziraat bankasının sermaye yapısı güçlendirilmiş ve kredi vermenin yanında her türlü bankacılık işleri de yapmaya başlamıştır. Konut kredisi vermek amacı ile de 1927'de Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur. Cumhuriyet döneminde bankacılık alanında atılan en büyük adımların başında 1930'da kurulan Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası gelmektedir. Bu gelişmeler doğrultusunda o yıllarda birçok yerel banka kurulmuş, fakat 1929 yılında meydana gelen 'Büyük Buhran' sonucunda bu bankalardan birçoğu batarak yok olmuştur.(Zarakolu,1973ve Keskin,2008).

2.1.3. Özel Amaçlı Devlet Bankaları Dönemi (1933-1944):

Büyük Buhranın ardından tüm dünyada etkisini göstermeye başlayan Keynesyen akım Türkiye'de etkisi altına almıştır. Bunun sonucunda özel sektör yaklaşımı terk edilerek, yatırımların devlet eliyle yapılması yaklaşımına geçilmiştir. Bu politika doğrultusunda büyük sermayeli devlet bankaları kurulmuştur. Birinci beş yıllık kalkınma planı da bu döneme aittir. Bu doğrultu da Sümerbank, İller Bankası, Etibank, Denizbank ve Halk Bankası gibi bankalar kurulmuştur (Kuzu, 2013ve Keskin,2008).

2.1.4. Özel Bankaların Geliştiği Dönem (1945-1960):

Demokrat Partinin iktidara geçmesi ile birlikte Liberal politikalar ağırlık kazanmaya başlamıştır, bunun sonucunda da kalkınmanın özel sektör aracılığı ile sağlanması benimsenmiştir. II. Dünya savaşı sonrasında sanayiciliğin hızla büyümesi sektörlerde, kredi alma, para transferi gibi birçok bankacılık işlemine ihtiyaç duyulmuştur. Bu gelişmeler ışığında da sırasıyla Yapı ve Kredi Bankası, Garanti Bankası, Akbank, Pamukbank, Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası kurulmuştur. Bunun yanında 1945-1960 yılları arasında 30

yeni banka kurulmuştur. Mevduat toplamaya yönelik oluşan derin rekabet, şubecilik kavramına geçilmiş ve bölge bankacılığı kavramına son vermiştir (Zarakolu,1973ve Keskin,2008).

2.1.5. Planlı Dönem (1960-1980):

1950'lerin sonunda yaşanan durgunluk dönemi liberal politikaların terkedilmesi ve yerine karma ekonomi politikasına geçilmesine neden olmuştur ve bunun sonucunda da bankacılık sektörü tekrar devlet kontrolüne geçmeye başlamıştır. Bununla birlikte bu dönemde yeni ticari banka kurulumuna birkaç özel durum dışında izin verilmemiştir. Bu dönemde faiz riski, döviz riski gibi risklerin bulunmaması dolayısı ile bankalar mevduat toplamaya yönelmiş ve maliyetlerini düşürmek için diğer küçük bankalarla birleşerek büyük bankalar haline gelmişlerdir. Bu dönemde 2'si ticaret ve 5'i kalkınma bankası olmak üzere toplam 7 yeni banka kurulmuştur (Kuzu, 2013ve Keskin,2008).

2.1.6. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1981-2001):

Türkiye ekonomisi açısında çok önemli bir tarih olan 24 Ocak 1980'de alınan kararlar ile birlikte Türkiye dışa açılan bir ekonomi haline gelmiştir. Bu yeni stratejiyi desteklemek için de serbest piyasa ekonomisi başlığı altında esnek döviz kuru, pozitif reel faiz politikası gibi politikalar uygulanmaya başlanmış ve mali piyasaların serbestleşmesi ve derinleşmesine yönelik politikalar benimsenmiştir. Sürekli değişen koşullara, bankacılık sektörünün düzeni için 1999'da yürürlükteki 4389 sayılı Bankalar Kanunu önem arz eder. Bu kanun ile birlikte bankacılık ile ilgili işlerin düzenlenmesi ve denetlenmesi Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kuruluna devredilmiştir.

2000'li yıllara girildiğinde enflasyonist etkiyi indirmek için bir takım döviz politikaları izlenmiştir. Bundan dolayı bankaların aktif yapısında bir yenilik yaşanmaya başlamıştır. Bundan dolayı kredilerin payında ciddi bir artış yaşanırken, likiditesi yüksek olan menkul kıymetlerin oranında azalma meydana gelmiştir. Bunun sonucunda 2000 yılının sonlarına gelindiğinde bankacılık sektörü kur ve faiz risklerine karşı kırılganlaşmıştır. 2000 yılının Kasım ayında meydana gelen kriz neticesinde faiz oranlarında aşırı bir artış görülmüş ve bankaların mali yapısında bozulmalar görülmüştür. Bunun sonucunda IMF ile stand-by anlaşması imzalanarak piyasaların yaşadığı kriz birazda olsa giderilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak Türk lirası döviz karşısında serbest bırakılmıştır (Keskin,2008).

2.1.7. Yeniden Yapılandırma Dönemi (2002 ve Sonrası):

Bu dönemde güçlü ekonomi programına doğru geçiş yapılmıştır. Dış etkilere karşı güçlü bir yapı, enflasyonun düşürülmesi, kamu borçlarının azaltılması, mali disiplinin sağlanması ve bankacılık sisteminin güçlendirilmesi bu programla gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. 2001 krizinde sermayelerini kaybeden bankalar önemli ölçüde kaybettikleri sermayelerini geri kazanarak güçlenmiş, birleşmeler yaşanmış veya TMSF'ye devredilmişlerdir.

Her kriz yaşayan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de banka sayılarında kriz sonrası azalma olmuştur. 2001'de 61 olan banka sayısı 2004'de 48 kadar düşmüştür. 2008 yılına gelindiğinde ise 2002 yılından beri yaşanan gelişim süreci yerini durgunluğa bırakmıştır. GSYİH daralmış, enflasyon ve faizler dalgalı bir seyir izlemiş, bütçe açığı artmış ve net sermaye girişleri azalmıştır. Bunun sonucunda beklentiler kötüleşmiş ve risk algısı artmıştır. 2007'de %4,7 büyüyen GSYİH 2008 yılına gelindiğinde sadece %0,7 büyüyebilmiştir.

Bu yaşanan olaylar küresel kriz sebebiyle olup neredeyse tüm dünyayı etkilemiştir. Alınan önlemler ile finansal piyasalar iyi tepkiler vermiş ve toparlanma sürecine girmiştir. Bunun yanında bu kriz tüm sektörleri kötü yönde etkilemiştir (Keskin,2008 ve Kuzu, 2013)

3. BANKA TÜRLERİ

3.1. Faaliyet Konularına Göre Bankalar

3.1.1. Tek Amaçlı Bankalar (Uzman Bankalar)

Müşterilerinden gelen büyük tutarlı kredi taleplerini karşılamak üzere başka firmalardan ve uluslar arası para ve sermaye piyasalarından büyük tutarlı fon sağlayan, çok geniş bir iş alanına sahip olan, müşterileriyle çok yakın ilişki içinde olan, hızlı karar alıp uygulayabilen, az sayıda şube ve uzmanla çalışan bankacılık sistemidir. Toptancı bankalar olarak da nitelendirilebilecek bu bankalar az sayıda şubeye sahip olup, çalışmalarını büyük ölçüde belli finansal merkezlerde sürdürmektedir (Ayanoğlu,2013).

3.1.2. Çok Amaçlı Bankalar (Perakendeci Bankalar)

Genellikle her türlü bankacılık hizmetini görebilecek bir yapıda örgütlenen bankalardır. Çok amaçlı bankaların bankacılık faaliyetleri, uzun ve kısa vadeli kredi, mevduat, yatırım, kalkınma, iş, uluslararası ticari işlemlere ara-

cılık ve benzeri alanlarda aynı banka çatısı altında faaliyet gösterme esasına dayanır (Yazıcı, 2011).

3.2.Örgütlenme Alanlarına Göre Bankalar

3.2.1. Yerel Bankalar

Yalnızca bir il ve ilçe merkezinde faaliyet yürüten bankalardır. Bu bankaların tek şubeli olması zorunlu değildir, fakat tüm şubeleri aynı bölgede faaliyet göstermektedir.

3.2.2. Bölgesel Bankalar

Çalışmalarını bir ülkenin belirli bir coğrafyasında yürüten bankalardır. Özellikle yüzölçümü büyük ülkelerde, bölgesel bankaların önemi artmaktadır. Çünkü bölgesel bankacılık sistemini kurabilen bölgeler, yerel kaynak ve tasarrufları kendi yerel ihtiyaçları ve projelerine kullanarak önemli kazanımlar elde edebilirler.

3.2.3. Ulusal Bankalar

Tüm ülke genelinde faaliyet yürüten bankalardır. En yaygın banka çeşidi olup, çoğunlukla çok şubelidir.

3.2.4. Uluslararası Bankalar

Uluslararası finans merkezlerinde faaliyet yürüten, dünya üzerinde yaygın bir şube ağı olan, işlem hacmi itibarıyla yerli ve yabancı müşterilerine toptancı veya perakendeci bankacılık faaliyetleri sunan bankalardır. Uluslararası bankacılık ağı, ülke dışında şube veya temsilcilik açılması, ticari banka kurulması, konsorsiyum banka oluşturulması veya muhabir bankacılık ilişkileri ile oluşturulabilir.

3.2.5. Kıyı Bankaları (Off-shore)

Denetlemenin ve vergilendirmenin asgari seviyede olduğu yerlerde dövizle çevrilebilir paralar üzerinden işlem yaparak, çok uluslu şirketlere ve uluslararası girişimlere hizmet verir. Bazı türleri mevduat sertifikası ihracıyla para piyasasına ağırlık vermekte, bazıları da interbank piyasasından fon sağlamak ya da gizli hesaplara sığınak oluşturmaktadır (Ayanoğlu, 2013 ve Yazıcı, 2011).

3.3. Mülkiyet Yapılarına Göre Bankalar

3.3.1. Özel Bankalar

Sermayesinde kamu payı bulunmayan, şahıs veya kuruluşların sahip olduğu bankalardır.

3.3.2. Kamu Bankaları

Sermayelerinin tamamı kamuya, yani kamu için hazineye ya da diğer kamu tüzel kişilerine ait bankalardır.

3.3.3. Karma Bankalar

Sermayeleri hem gerçek hem tüzel kişilerce, hem de kamu kurumlarınca sağlanan bankalardır.

3.3.4. Yabancı Bankalar

Sermayeleri yabancı kişi ve kuruluşlara ait olan bankalardır.

3.3.5. Holding Bankaları

Bir bankanın doğrudan veya dolaylı olarak, bir ya da birden çok bankayı yönetmesi olarak ifade edilebileceği gibi, bir bankanın yönetim ve denetiminin bir holdinge bağlı olması olarak da ifade edilebilir. Holding bankacılığına yönelmenin temelinde ise bankayı elinde bulunduran grup ve holdinglere daha kolay kaynak aktarma isteği yer almaktadır (Ayanoglu, 2013 ve Yazıcı, 2011).

3.4. Ekonomik Faaliyetlerine Göre Bankalar

3.4.1. Merkez Bankaları

Merkez Bankaları, ticaret bankalarının ortaya çıkmasından sonra, toplumdaki sosyal ve iktisadi gelişmelerin bir gereği olarak doğmuşlardır. Merkez bankaları ülkedeki bankacılık faaliyetinin ve parasal yapının düzenleyicisidir. Merkez bankalarının temel işlevleri şunlardır:

- Fiyat istikrarı sağlamak,
- Ülke içindeki para arzı dolayısıyla para piyasasını düzenlemek,
- Bankacılık sistemine yön veren kurum olarak ülkedeki kredi hacmini ve dağıtımına yön vermek,
- Ülkenin altın ve döviz rezervlerine yön vermek,
- Dış ödemeleri düzenlemek ve devletin veznedarlığını ya da mali ajanlığı işlevini yerine getirmektir.

3.4.2. Mevduat Bankaları (Ticari Bankalar)

Esas olarak klasik bankacılık işlemleti olan mevduat toplama ve kredi verme faaliyetlerini gerçekleştirirler. Başlıca fon kaynakları mevduat, verilen krediler ve öz kaynaklardır. Devlet sermayeli bankalar, buna benzer bankaların yaptıkları çalışmaları yapmakta olup; özel sermayeli millî ve yabancı bankaların pek çoğu da bu yönde faaliyetlerini yapmaktadır. Türkiye'de özel teşebbüs tarafından kurulan bankaların çoğu bu gruptadır.

3.4.3. Yatırım Bankaları

Devletlerin ya da şahısların uzun vadeli nakit ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için, onların hisse senedi ve tahvil gibi menkul kıymet ihraç etmelerine aracılık eden kurumlardır. Mevduat toplama yetkisine sahip değildirler. Tahvil ihraç etmek suretiyle ya da bankalardan kredi kullanarak eline geçirdikleri kaynakları, kendileri için ve hesaplarına menkul kıymet almak için ya da firmalara orta ve uzun vadeli kredi imkanı sağlamak için kullanırlar.

3.4.4. Kalkınma Bankaları

Özellikle az gelişmiş ekonomilerde, yatırım sermayesi eksikliğini gidermek ve kalkınmada öncelikli bölgelere finansman yaratmak için kurulurlar. Mevduat toplama yetkisine sahip olmayan bu bankalar, hükümetler ya da uluslararası kurumlar tarafından sağlanan fonlar yoluyla ve tahvil ihraç ederek kaynak temin ederler.

3.4.5. Katılım Bankaları

Katılım bankaları faiz yerine, kar ve zarara katılma esasına göre fon toplayan, doğrudan nakit kullandırma yerine ticaret ve ortaklık esasına göre fon kullandıran bankacılık türüdür. Fonksiyonel olarak mevduat bankalarına benzemektedir (Ayanoğlu,2013).

4.BANKA HİZMETLERİNİN DAĞITIM BİÇİMLERİ

- Şube, - Satış Elemanları, - Alternatif Dağıtım Kanalları

4.1. Banka Şubesi

Banka şubeleri, bankacılık hizmetlerinde doğrudan dağıtım kanallarıdır. En eski dağıtım kanalı olan şubeler, müşteriye birebir ,yüz yüze hizmet verildiği yerdir. Müşteriye en yakın kanal olan şubeler aracılığıyla, güven kazanılırken, yüz yüze satış yapılabilir. Hizmet sunumu müşteri davranışına göre ayarlanabilmektedir. Şubeler; bina seçimi, kiralama, demirbaş

alımı, reklâm, tanıtım, sistem kurulumu gibi yönleri nedeniyle banka idaresi için maliyet unsurlarıdır.

4.2. Satış Elemanları

Müşteri Temsilcisi” ünvanını taşıyan bu elemanlar, şirkette bankayı, bankada şirketi temsil eden kişiler olmaktadır. Müşteri temsilcileri banka hizmetlerinin müşteriye tanıtılması ve sunulmasında aktif rol oynamaktadır.

4.3. Alternatif Dağıtım Kanalları

Müşterilerin işlemleri için bankaya her zaman ve her yerden ulaşma imkanı sağlayan ve işlemlerini hızlı bir şekilde yapmalarını sağlayan dağıtım kanallarıdır. Maliyetleri şubelere nazaran daha düşük olan dağıtım kanalları müşterinin bankaya olan bağımlılığını da artırmaktadır.

5. BANKACILIKTA ALTERNATİF DAĞITIM KANALLARI

Günümüzde hemen her alanda görülen rekabet, rakiplerinden bir adım önde olabilmek ancak diğerlerinden farklı ve üstün yöntemler kullanmakla mümkündür. Hizmet sektöründe fark yaratabilmek ve üstünlük sağlayabilmenin en iyi yolu ise müşteri ihtiyaçlarının belirlenmesidir. Teknolojinin gelişimi eğitim, sağlık, bankacılık, otomotiv, tekstil gibi birçok sektör tarafından yakından takip edilmektedir. Banka şubeleri; belge teslimi, sözleşme düzenlenmesi ve büyük tutarlı nakit işlemleri gibi durumlar müşterilerle karşılıklı imza gerektiren vazgeçilmez öğelerdir. Fakat covid 19 hastalığı sonrası her alanda olduğu gibi bankacılık sektöründe çok etkilemiş farklı çalışma koşulları ve hizmetin farklı yollarla, daha çok dijital kanallardan müşterilere sunulmaya başlanmıştır. Hızla gelişen teknoloji, ve pandemi sürecinin zorunlu etkileri ile çalışma koşulları ve hizmet sunumunda değişiklikler meydana gelmiştir. Bu süreçte bir çok banka çalışanı evden çalışarak hizmet sunumu yapmıştır. Bu durum ileride şubelere olan ihtiyacın azalabileceğini ve uzaktan çalışma imkanının olabileceğini göstermiştir. Müşterinin kimlik belgelerinin alınması ve bankanın bilgisayar sistemine tanıtılması aşamasında şube işlemi gerekiyor iken yeni yüz tanıma sistemi ile müşterilere her yerden ve her zaman müşteri olabilme imkanı sağlamaktadır. Teknolojinin gelişimi ile dijital olanakların gelişmesine karşın, şube bankacılığı uygulamalarına tamamen son verilmesi mümkün değildir. Çünkü kuruluş koşullarının dışında şube bankacılığının sürdürülmesi için işlemlerin mahiyetinden kaynaklanan bazı zorunluluklar bulunmaktadır. Şöyle ki; ıslak imza gerektiren işlemler, yüksek tutarlı nakit hareketleri, belge ve ticari senet teslimatları, ancak şube

aracılığı ile halledilebilecek işlerdir. Tüm bankacılık işlemleri ve işlemin tüm aşamaları için şube dışı dağıtım kanallarından herhangi biri yeterli olmaya-bilir, bu nedenle bankacılık hizmetlerine uzaktan erişim bazı araçların kullanımı gerektirebilir. Buna karşın, şube dışı bankacılık uygulaması, özellikle pandemi süreci sonrası giderek artan oranda, önemli ölçüde kullanıma girmiştir.

Bankacılıkta alternatif dağıtım kanalları, elektronik kanallar vasıtasıyla bireysel ve kurumsal bankacılık mal ve hizmetlerinin sağlanması demektir (Scalzi, 2000). Müşteri ihtiyaçları ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda bankacılık sektörü, müşteriler için alternatif dağıtım kanalları her geçen gün arttırarak kullanmaya başlamıştır. Bankacılıkta sıklıkla kullanılan alternatif dağıtım kanalları (ADK) üç ana başlık altında toplanabilir. Bunlar:

- Otomatik Para Çekme Makineleri (ATM),
- Çağrı Merkezleri Aracılığı ile Telefon Bankacılığı,
- İnternet Bankacılığıdır.

Alternatif dağıtım kanalları sayesinde para çekmek dışında hemen hemen tüm işlemler bankaya gitmeden yapılabilmektedir. Bankacılık sektöründe mevcut müşteri memnuniyetini sürdürülebilir kılmak ve yeni müşteriler kazanmak için alternatif dağıtım kanalları geliştirmek oldukça önemlidir (Kimball,1997). Bu dağıtım kanalının önemi gün geçtikçe artmaktadır. İşlem ücretlerinin azalması, ulaşılabilirliğin kolaylaşması ve şube maliyetinin azalması açısından avantajlarından bazılarıdır (Ivatury,2008).Müşteriler açısından, alternatif dağıtım kanallarının en önemli avantajlarından biride, hızla geçen ve en çok ihtiyaç olan zamandan tasarruf sağlanmasıdır. Şubede bir dakikalık işlem için bazen saatlerce beklemek gerekirken, alternatif dağıtım kanalları aracılığı ile aynı işlem bir dakika bile sürmemektedir.

Alternatif dağıtım kanalları, gişe işlemleri azaltılabilmekte ve şubedeki mevcut personeli mümkün olduğunca satış odaklı hale getirilerek, banka şubesinde müşteri ve satış odaklı anlayışa yol açmaktadır. Günümüzde; bankaların en önemli hedefleri arasında, ciddi anlamda eleman ve iş yükü oluşturan gişe işlemlerinin azaltılması, müşterilerin alternatif dağıtım kanallarına yönlendirilmesi yer almaktadır.

Müşterilerin hangi bankalarla çalışacağı konusunda seçimlerini yaptıkları ATM'lerinin çokluğu, şubelerinin hemen her yerde kolay ulaşılabilmesi, telefon bankacılığının olması gibi çeşitli sebepler vardır. Bu sebeplerden

en önemlilerinden biri de kuşkusuz internet bankacılığı hizmetinin olmasıdır. Özellikle banka şubelerinin sınırlı çalışma saatlerinde kendi iş yerlerinde olmak zorunda olan müşterilerin tercih ettiği internet bankacılığı sağladığı kolaylıklar kadar bir takım tehlikeler de barındırmaktadır. İnternet Bankacılığında karşılaşılan tehlikelerden korunmak, sadece bankaların aldığı güvenlik önlemleriyle sınırlı kalmamakta, müşterilerin de internette bilinçli kullanıcı olmalarını gerekli kılmaktadır (Eriş,2013).

5.1. Alternatif Dağıtım Kanalları Türleri

5.1.1. Otomatik Vezne Makineleri

Personel ve banka şubesi gerektirmeyen, banka müşterilerinin finansal işlemlerini yapabilmelerini sağlayan ve bu işlemleri ilgili finansal kuruma ileten elektronik cihazdır. ATM'lere otomatik bankacılık makinesi, cashpoint, para makinesi, banka makinesi, bankomat, bankamatik de denmektedir. Bankacılıkta müşterinin banka şubesine gitmeden hesabından nakit gelmesini sağlayan sistemler (Cash Dispenser) 1967'de İngiltere'de Barclays Bank tarafından müşterilerin kullanımına sunulmuştur.

Bugünkü benzerlerinden farklı çalışan bu sistemi, 1968 yılından itibaren Fransa, İsveç, İsviçre, ABD ve Japon bankaları da kullanmaya başlamışlardır. Bu sistem zaman içinde geliştirilerek, para çekmenin yanı sıra hesaba para yatırma, başka bir hesaba havale yapma, başka banka hesabına eft yapma, hesap bakiyesi öğrenme, fatura ödeme vb. diğer bankacılık işlemlerinin de yapılabilmesine olanak verir hale getirilmiştir.

Bu şekilde 1983'den itibaren kullanıma giren ATM'ler, bankacılık işlemlerinde maliyetlerin büyük ölçüde düşmesine neden olmuştur. Ülkemizde ise ilk defa 1987 yılında ATM kullanımı gerçekleşmiştir (Kansu,2000) Bankamatik, Paramatik gibi ticari isimlerle de anılan ATM, her yere kurulabilen kabinlerde 24 saat kesintisiz hizmet sunmaya yarayan, müşterilerin bankacılık işlemlerini yerine getiren elektronik cihazdır. ATM'lerde bilgisayar ve bu bilgisayarı çalıştıran işletim sistemi bulunur. Bu işletim sistemi aracılığı ile müşteri, bankanın ana bilgisayarı ile iletişim kurar ve hesaplarına ulaşır bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilir. Bankalarda çalışması gereken personel sayısının azalmasını sağlayarak bankaların iş yükünün ve şube sayısının azalmasını sağlamıştır.

Her yere şube açmak yerine ATM koymak daha az maliyetlidir. Söz konusu bütün bu iyi yanlarının yanında müşteriye banka dışına yönlendir-

mesi sonrasında müşteriye bankaya çekme zorluğuna da sebep olmaktadır. İnternet ve telefon bankacılığının bankaya çok maliyeti olmasa da ATM'lerin bankalar için hem cihaz hem de içinde bulunması gereken para nedeniyle belli bir maliyeti vardır. ATM'ler internet ve telefon bankacılığına göre bankalar için daha maliyetlidir. Müşterinin bu hizmetlerden yararlanabilmesi için bankaya başvurarak bir şifre alması gerekmektedir.

Diğer kanallara nazaran hem altyapısal hem de donanımsal olarak farklılıklar gösteren ATM'lerin, konumlandırma ve fonksiyonel alanlarda da farklılıkları mevcuttur. Bu farklılıklardan faydalanabilmek adına, şubeler dışında herhangi bir lokasyonda konumlandırılabilen ATM'ler kurumlara reklam ve aktif ürün satışı imkanı sunmaktadır. Bunun yanında ATM'ler fiziksel lokasyonlar olmasından dolayı, banka dışı ürünlerin de satışına olanak sunmaktadır (bilet, kontör vs).

Daha önce sadece bakiye görüntüleme ve para çekme için kullanılan ATM'ler, yeni teknolojilerle birlikte para yatırma, fatura tahsilatı, bozuk para iadesi, çeşitli para transferleri, kredi kartlarıyla ilgili işlemler, hesap dökümlerinin alınması, şifrelerinin değiştirilmesi, fon, hisse senedi ya da döviz ile ilgili yatırım işlemleri gibi işlemleri yapabilir konuma gelmiştir (Eriş,2013).

Para yatırma - çekme gibi sıradan işlemler şubelerde operasyon yükü oluşturur. ATM'ler ilk olarak bu işlemlerin mümkün olduğu kadar gişelerden ATM'lere aktarılabilmesi için kullanılmaya başlamıştır.

Ancak özellikle ürün ve hizmet çeşitliliğinin artması ile birlikte her ürün ve hizmet için başvuru süreçlerinin ortaya çıkması ve ATM'lerin fonksiyonel olarak (sadece numerik karakter kullanılabilen klavyeleri dolayısıyla) sınırlı olması dolayısıyla, başvuru işlemleri ve ATM'lerden yapabilmenin mümkün olmadığı birçok işlem için ATM'lerden satış kabinlerine (web kioskulara) doğru bir yöneliş söz konusudur ve bu durum da ATM'lerle internet şubelerinin entegre çalışmasını gerekli kılmaktadır (Aydın,2006).

5.1.2.Telefon Bankacılığı

Telefon bankacılığı, bankaların “Çağrı Merkezi/Call Center” olarak adlandırılan bir merkezinde çalışan banka personeliyle canlı konuşma ve hatta görüntülü konuşma yapılarak gerçekleştirilebilen her türlü bireysel bankacılık işlemlerini yapabilecekleri bir birimdir.

Telefon bankacılığında sistem müşteriye verilen ve sadece kendisinin bildiği bir şifre ile kendi hesap bilgilerine ulaşması ve telefon tuşlarını kullanarak kendisini yönlendiren sesli uyarılar ile talep ettiği işlemi yerine getirmesidir. Bu uygulama hem bankaya zaman ve personel açısından tasarruf sağlamış hem de müşterilere büyük kolaylıklar getirmiştir.

Bu nedenle tüm bankaların birer telefon bankacılığı kanalı vardır. Telefonun hemen hemen her kişide, her işyerinde bulunabilen bir iletişim aracı olması nedeniyle ve zaten günlük hayatta da banka şubelerine telefon ederek işlem yaptırma alışkanlığı olduğundan ülkemizde ilk banka dışı hizmet dağıtımı bu yolla başlamış ve yaygınlaşmıştır. İlk başlarda sadece sayısal telefon santrali ve telefon tuşları ile banka bilgisayarına komut verilerek yapılan telefon bankacılığı, günümüzde kişiye özel çağrı merkezli bankacılığa dönüşmüştür.

Telekomünikasyon alt yapısının gelişmesiyle hizmete sokulan 444'le başlayan hatlar, bu tip şubesiz bankacılıkta oldukça fazla kullanılmaktadır. Telefon bankacılığı hizmetleri, müşterileri bu kanallara yönlendirebilmek amacıyla ücretsiz olarak hizmete açılmış, fakat artan kullanım oranları doğrultusunda ücretli uygulanmaya başlanmıştır. Bu uygulamada erişim güvenliğinin sağlanması dolayısıyla müşterinin kimliğinin saptanması ve doğrulanması amacıyla, müşterinin parola (Kişisel Tanımlama Numarası/PIN) girişinin yanı sıra gerektiğinde sadece müşterinin bilebileceği bazı sorularla kimlik doğrulaması yapılmaktadır.

Önceki yıllarda, telefon bankacılığının müşteriler tarafından bazı işlemlerde kullanılmamasının en önemli nedeni işlem sonunda kullanıcının elinde işlem ile ilgili belge bulunmaması idi. Günümüzde, bankalar ile yapılan görüşmelerin ispat yükümlülükleri, işlemin güvenliği ve daha sonra geri dönüş gerektirebilecek sorunlar açısından konuşmalar kayıt altına alınmaktadır.

Ayrıca bu işlemlerinin dekontları müşterinin isteği doğrultusunda, elektronik posta ya da faks yoluyla gönderilebilmektedir. Bu uygulamada kullanılan temel güvenlik önlemleri bankalar arasında farklılık gösterebilmektedir. Tüm bu güvenlik önlemlerine ilaveten, işlem anında müşterinin cep telefonuna her işlem için tek kullanımlık bir işlem doğrulama kodu gönderilmektedir(Kansu,2000) .

5.1.3. Kabin Bankacılığı

Kabin (Kiosk) Bankacılığı, alternatif dağıtım kanalları içinde biçimsel olarak yer almaktadır. Müşterilerin internete erişim sağlayarak, sadece bankacılık işlemleri yapabildikleri bilgisayarlar ile ATM kompozisyonundan oluşan birimler genellikle banka binalarının bir köşesinde, alışveriş merkezlerinde ve benzeri genel ortamlarda bulunmaktadır.

Bankaların bir bağlantı noktası olarak müşterilerin hizmet ürünlerine ve bilgilere hızlı ve etkin ulaşımını sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Bankalarca bu yolla, ayrıca önemli işgücü tasarrufu sağlamaktadır (Eriş,2013).

5.1.4.İnternet Bankacılığı

İnternet bankacılığı para yatırma ve çekme dışında tüm bankacılık işlemlerinin internetten yapabilmelerine olanak sağlayan sanal şube hizmeti sağlayan bankacılık hizmeti olarak tanımlanabilir. İnternet bankacılığı zaman ve yer sınırı olmaksızın bir bilgisayar ile bankacılık hizmetlerinin internet üzerinden sunulması için hazırlanan alternatif dağıtım kanalıdır(Dolanbay,2000).

Sürekli yenilenerek değişen teknoloji ve bankacılık organizasyonları arasındaki rekabet, internet kullanımının yaygınlaşması ve ucuzlaması ile çok daha çeşitli bankacılık ürün ve hizmetlerinin bireysel veya kurumsal müşteriler için daha kolay ulaşılabilir olmasını sağlamıştır. İnternet Bankacılığı'ndan yararlanabilmek için öncelikle bir bankanın müşterisi olunması, akabinde bankadan İnternet Bankacılığı kullanıcı kodu, parola ve şifresi edinilmesi gerekmektedir.

Şifre, sadece ilk girişte gerekmekte sonraki işlemlerde "Tek Kullanımlık Şifre/İşlem Doğrulama Kodu" girilmesi yeterli olmaktadır. Bu tek kullanımlık şifre, işlem başlangıcında işleme özgü olarak, müşterinin bankada kayıtlı olan cep telefonu numarasına SMS ile gönderilebildiği gibi müşterilere verilen ve sürekli şifre üreten bir cihazdan da sağlanabilmektedir. Bankaların kendilerine özgü ticari isimlerle tanıttıkları bu otomatik şifre üretim cihazları PIN kodu ile açılabilirdiğinden korumalı olup başkaları şifre üretmemekte ancak yitirilmesi durumunda bankaya bildirilerek, cihazın iptal edilerek, kullanıma kapatılmasının sağlanması gerekmektedir. Günümüzde cep telefonunun çok yaygın olarak kullanılması sebebi ile bu cihazlara olan ihtiyacın azalmasına sebep olmaktadır, fakat hala cep telefonunun kullanıl-

ması yasak olan kurumlarda bu cihazlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Cihazlardan üretilen şifreler kişiye özgü nitelikte olup kimseyle paylaşılması gerekmektedir.

Bireysel ve kurumsal müşteriler için, kendi ihtiyaçları doğrultusunda, kendilerine özgü işlemleri barındıran iki ayrı internet şubesi bulunur. İnternet erişimine sahip herhangi bir bilgisayar aracılığıyla 24 saat dünyanın her yerinde kullanılabilen bir hizmettir. Ancak; örneğin ödemelerde (EFT gibi), finansal yatırımlarda (pay seneti alım-satımı gibi) işlem zamanları belirlenmiş olan piyasalara bağlı hizmetlerin gerçekleşmesi anında olmayacaktır. Fakat çok yeni bir uygulama olan kolay adres sistemi (FAST) aracılığı ile eft işlemlerinde zaman kısıtı ortadan kalkmış bulunmaktadır. Yeni bir uygulama olması sebebi ile şuan işlem limitinin 1.000 TL ile sınırlı olmakta olup, kullanımının yaygınlaşması ile bu limit artırılması planlanmaktadır.

Kullanıcının çalışma saatlerinde banka şubesine gitme zorunluluğunu ortadan kaldıran, sıra bekleme sorunu olmayan, müşterilere zamandan tasarruf sağlayan, internetin olduğu her yerden erişilebilen, fiziksel para işlemleri dışında bütün bankacılık işlemlerinin yapılabildiği bankacılık hizmetleri, İnternet Bankacılığı olarak tanımlanabilir.

İnternet Bankacılığı, işlem maliyetinin düşüklüğü, kolaylığı, ürün çeşitliliği, hızlı bilgi değişimi gibi avantajlarıyla hem bankalar hem de tüketiciler için en cazip dağıtım kanalı olarak dikkat çekmekte ve bütün dünyada hızla yayılmaktadır (Eriş,2013).

İletişim teknolojisinin vardığı son nokta sayılan internetin tüm dünyada 1995 yılından itibaren yaygın olarak kullanılmaya başlanmasıyla, İnternet bankacılığının kullanımının yaygınlaşmaya başladığı görülmüştür.

Türkiye’de, özellikle büyük bankalar 1997’den itibaren, internet bankacılığın tüm ürünlerini sunmaya başlamıştır. Gartner Group’un 1999 yılındaki raporuna göre; Amerika, Almanya, Norveç ve İsveç’deki gibi Türkiye’de de kişisel bilgisayar, internet bankacılı, telefonla bankacılık gibi alanlar büyüme göstermektedir. Kullanıcılar kadar bu hizmeti sunan bankaların sayısı da artmaktadır.

Ülkemizde ilk internet şubesi 1998 yılında Türkiye İş Bankası tarafından devreye sokulmuştur. Ardından Garanti Bankası, Osmanlı Bankası ve Pamukbank da aynı yıl içerisinde internet üzerinden bankacılık hizmeti sun-

maya başlamıştır.

Günümüzde ise bütün bankaların internet şubesi bulunmaktadır (Doğanbay,2000).

İnternet bankacılığının bankalara sağladığı faydalar genel olarak; yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, yeni müşterileri kazanımı ve dolayısıyla satışların arttırılması, sahip olunan müşterilerin elde tutulması, marka imajının güçlendirilmesi, daha fazla sayıda müşteriye ulaşabilme ve müşteri sadakatinin arttırılması, ürünlerin pazarlanması, müşteri ilişkilerinde yaşanan kolaylıklar, daha etkin müşteri hizmetleri sunulması, piyasadaki değişikliklere daha hızlı bir biçimde adapte olabilme, şubelerde yaşanan yoğunluğun ve çalışan sayısının azaltılması şeklinde sıralanabilmektedir;ve dolayısıyla maliyetlerin azalmasını sağlamaktadır. (<http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgiimerkezi/02090405/9574>).

Bankaların, ürün ve hizmetlerini ADK'ların en yaygını olarak kabul gören internet üzerinden sunma isteği, ADK'lar arasında da en düşük işlem maliyetine internet bankacılığının sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

Tan ve Teo, (2000) internet bankacılığını benimsemeye altı faktörün çok etkili olduğunu bulmuşlardır:

- 1- Kişinin yaşam ve çalışma tarzına uygunluğu
- 2- Nispeten daha avantajlı olduğu algısı,
- 3- Güvenlik ve risk algısı,
- 4- İnternetle ilgili daha önceki deneyim,
- 5- İnternet gibi ulaşılabilir ve uygun bir dağıtım kanalına ihtiyaç hissetme,
- 6- İnterneti kullanma becerisi.

Müşteriler açısından bakıldığında internet bankacılığının sağladığı en önemli iki kazanç; zaman ve maliyettir. Şubeye kadar gitmeden sadece bilgisayar ve akıllı telefonlar aracılığı ile bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmek zaman tasarrufu sağlar. Şubelerde komisyon alınarak gerçekleştirilen birçok işlemin internet bankacılığı üzerinden herhangi bir ücret alınmadan gerçekleştirilebilmesi ise maddi kazanç sağlar.

İnternet bankacılığı, bireysel kullanıcıların yanı sıra, kurumsal müşteriler için de oldukça kullanışlı hale gelmektedir. Özellikle firmalar açısından

çok yorucu ve sorunlu geçen tahsilat dönemlerinde firmaların internet bankacılığının kullanılarak işlemlerini gerçekleştirmeleri, işletmelere zaman kazandırmanın yanında ekonomik olarak da son derece önemli bir yarar sağlamaktadır.

Dolayısıyla firma elemanları, şubeye gitmeden bu işlemleri daha kolay gerçekleştirebilmekte, firmanın maliyetlerini düşürmekte, işlemlere hız kazandırmakta ve hesaplarla ilgili tüm bilgilere kolayca ulaşım sağlama imkanını yaratmaktadır.

Ayrıca firmalar; hesaplarına ait tüm işlemleri takip edebilmekte, hava- le, EFT, yurtdışı para transferi yapabilmekte, ileri tarihli EFT talimatı verebilmektedirler. Bu işlemlere ilave olarak, her nevi hisse senedi, bono, tahvil, fon, repo, döviz alış-satış işlemlerini, fatura, vergi ve trafik cezası ödemeleri gibi işlemlerini yapabilmekte, firmaların bünyelerinde oluşturdukları yatırım portföylerinin değer ve değişimlerini anlık veya sürekli olarak izleyebilme ve işlemlerini hızlı bir şekilde gerçekleştirebilme olanağına sahip olmaktadır.

İnternet bankacılığı uygulamalarının ilk başladığı yıllarda az sayıda işlem gerçekleşmekteydi. İnternet bankacılığı aracılığıyla sunulan hizmetlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Özellikle covid 19 sonrası bütün alternatif dağıtım kanalları gibi internet bankacılığı da çok büyük önem kazanmıştır. Hasta olma riskini düşürmek, zorunlu kapanma dönemlerinde bankalara gidememe, banka şubelerinin açık olduğu dönemlerde, bankaların belli sayıda müşteri kabul etmesi sebebiyle çok uzun bekleme sürelerinin olması internet bankacılığının kullanımını çok daha arttırmış ve yaygınlaştırmıştır. Bankalar internet bankacılığı hizmet ürünlerini genişletmek için birbirleriyle yarış halindedirler.

Günümüzde internet bankacılığı ile şubeden yapılabilen para çekme ve ıslak imza gerektiren diğer işlemler haricinde, bütün işlemler internet şubesinden de gerçekleştirilebilmektedir. Günümüzdeki başlıca internet bankacılığı hizmetleri şunlardır:

Hesap Açılışları: Müşteriler, bankaların internet şubelerinde, vade- li hesap, vadesiz hesap ve yatırım hesabı açtırabilmektedirler. Bu hesaplar, ilgili bankanın, müşterinin istediği şubesine bağlı olarak açılabilir. Bu hesapların yanı sıra bankaların, farklı özellikler ve isimler altında müşterilerine sundukları hesap çeşitlerinin açılış işlemleri de internet üzerinden gerçekleştirilebilmektedir. Bu tür hesaplara örnek olarak Türkiye Vakıflar

Bankası'nın müşterilerine sunduğu "Arı hesap" verilebilir. Hesaplar TL veya istenilen döviz cinsiyle açılabilmeyle beraber vadeli döviz hesabı açtırabilmek için müşterilerin bankada vadesiz döviz hesabına sahip olmaları gerekmektedir. Arı hesap günlük faiz imkanı tanırken vade gününü bekleme gibi sorunu ortadan kaldırmaktadır. Müşteri dilediği zaman hesabından para çekebilir ve para yatırabilir, vade bozulması gibi bir sorunla karşılaşmamaktadır.

Para Transferleri: Bankalar, müşterilerine internet şubelerinden havale, EFT ve hesaplar arası transfer işlemlerini ücretsiz olarak yapabilme imkanı sunmaktadır. Bu işlemlerin yanı sıra, düzenli ödeme emri ve kayıtlı ve ileri tarihli havale/EFT emri verilebilmektedir. Her iki işlem için de isme veya hesap numarasına olmak üzere iki seçenek bulunmaktaydı. Fakat son dönemde faaliyete geçen FAST ile bireylerde T.C. no, kurumlarda vergi no ve cep telefonu bilgileri girilerek 7/24 para transferi yapılabilmektedir. İşlemler yapılırken her aşamada müşterinin onayı alınmakta ve bilgilerde düzeltme yapma imkânı sağlanmaktadır. İşlem sonucunda dekont anında düzenlenip müşterinin e-posta adresine gönderilmekte veya müşteri talep ettiği takdirde yazıcıdan anında dekontunun çıktısını alabilmektedir. Ayrıca, bankalar internet şubelerinde, bu işlemler için kayıt yapma, toplu havale gönderme gibi kolaylıkları da müşterilerine sunmaktadır.

Yatırım İşlemleri: Bankaların internet şubelerinden, yatırım fonu alım-satımı, repo, döviz alım-satımı, hisse senedi, hazine bonosu, vadeli hesap, halka arz, gibi yatırım işlemleri yapılabilmektedir. Bu işlemler için ileri tarihli alım-satım emri verme imkânı sağlayan bankalar, müşterilere büyük avantaj ve kolaylık sağlamaktadır. Yatırım işlemleri ile ilgilenen müşteriler internet şubesini yoğun olarak kullanılmaktadırlar. İşlemlerin anlık ve hızlı bir şekilde yapılabilmesi ve takip edilebilmesi açısından önemlidir.

Ödeme İşlemleri: Bankaların, internet şubeleri üzerinden sundukları ödeme hizmetleri, anlaşmalı oldukları kurumlara göre farklılıklar göstermektedir. Bankaların, sunduğu ödeme hizmetleri her geçen gün artmaktadır. Genel olarak, bankaların internet şubelerinden sunulan hizmetleri, Türk Telekom'a ait telefon faturaları, cep telefonları fatura ödemeleri, su ve elektrik faturaları olarak sıralanmaktadır. Henüz Türkiye'nin bütün şehirleri için geçerli olmayan su ve elektrik faturası ödemeleri bankalar arasında giderek daha da yaygınlaşmaktadır. Bu ödemelerin yanı sıra, vergi, sigorta, trafik cezalardan ve üniversite harcı ödemeleri ise, görülen uygulamalardır. Bu ödemeler

için otomatik ödeme talimatı verilebildiği gibi tesisat veya sözleşme numaraları ile de ödeme yapmak da mümkündür. Her ay düzenli ödemesi yapılan faturaların, internet üzerinden yapılabilmesi müşterilere büyük kolaylık sağlamaktadır. Bankaların, internet şubelerinde sundukları ajanda hizmeti ile kaydedilen faturalar müşterilere gününde hatırlatılmaktadır.

Kredi Kartı İşlemleri: Müşteriler, bankaya ait kredi kartı bilgilerine internet şubesinden erişebilmekte, ödemelerini yapabilmektedir. Müşteriler, kendi kredi kartlarının yanı sıra, üçüncü şahıslara ait veya başka bankalara ait kendi kredi kartı ödemelerini de internet üzerinden gerçekleştirebilmektedir. Ödeme hizmetlerinde olduğu gibi, kredi kartı ödemeleri için de otomatik ödeme talimatı da vermek mümkündür. Ayrıca, kredi kartı başvurusu da internet üzerinden yapılabilir.

Başvuru İşlemleri: İnternet şubelerinden, kredi (tüketici kredisi, taşıt kredisi gibi) başvurusu, firmaların elektronik ticaret başvuruları, telefon bankacılığı hizmetlerinden yararlanabilmek için başvurular yapılabilir. İnternet şubesinden yararlanabilmek için gerekli olan, şifre ve parola için de yine internet üzerinden kart bilgileri ile başvuruda bulunmak mümkündür.

Bilgi Hizmetleri: Bankaların internet şubeleri, bankacılık hizmetleri konusunda geniş bilgilere yer vermektedir. İnternet bankacılığı, sunulan hizmetler ve güvenlikle ilgili tüm bilgileri içeren ‘sıkça sorulan sorular’ bölümü bütün bankaların internet şubelerinde bulunmaktadır. Müşteri, bu bölümden istediği her konuda bilgi alabilmekte ve sorularını, elektronik postayla banka yetkililerine iletebilmektedir. Repo, faiz oranları, kredi faizleri, döviz alış ve satış fiyatları, kredi kartları faiz oranları gibi bilgiler de bankaların internet şubelerinde bulunmaktadır. Bankaların internet şubesinden, bankayla ilgili her türlü bilgiye (kuruluş, bilanço bilgileri gibi) , şube adres ve telefonları, günlük ekonomi haberlerine de ulaşılabilir.

Ayrıca birçok banka, oluşturdukları sanal mağazalar ile müşterilerine internet üzerinden alışveriş imkanı da sağlamaktadır.

İnternet bankacılığı sağladığı faydalara ilaveten olası tehditlere de sahiptir. İnternete bağlı ev kullanıcılarının bilgisayarlarında karşılaşılabilecekleri olası tehlikeler Zeydan (2006)’a göre şöyle sıralanmıştır:

- İşletim sistemi açıkları,
- Kullanıcı hesapları açıkları,

- Paylaşımlar ve hizmetler,
- Web tarayıcılarının açıkları,
- Güvensiz yazılımlar ve casus yazılımlar,

Ağ ve internet üzerinden gelebilecek tehlikeler: virüsler, solucanlar, truva atları ve hacker saldırıları,

- Tuş kaydediciler ve olta yöntemleri,
- Numara çeviriciler,
- Diğer olası tehlikeler,

Belirtilen tehlikelerin büyük çoğunluğu bilgisayar kullanıcılarının iyi bir bilgisayar ve internet okur-yazarı olmamalarından kaynaklanmaktadır. Bilinçsiz internet okur-yazarlığı dediğimiz bu bilgi eksikliği, yaşam boyu öğrenim kavramının hayata geçirilmesi ile giderilebilir.

Güvenlik konusunun ön plana çıkmasının sebebi kuşkusuz maddi yatırımların söz konusu olmasıdır. Müşteriler miktarı ne olursa olsun banka-daki yatırımının güvende olduğunu bilmek ister. İnternet bankacılığında ise güvenlik hem banka hem de müşteri tarafından sağlanmalıdır. Banka kendi sisteminin güvenliğinden sorumlu olurken, müşterinin de kullandığı bilgisayardan, şifresini gizli tutmaya kadar alması gereken birçok güvenlik önlemi bulunmaktadır. Kullanıcının gerekli tedbirleri almaması durumunda kullanıcıyı mağdur edecek kimlik hırsızlığı söz konusu olabilir (Demirer,2006).

İnternet Bankacılığı işlemlerinde müşterilerin dikkatli olması dışında bankalarca alınan çeşitli önlem uygulamaları vardır. Bu uygulamalar şu şekilde sıralanabilir:

1. Garanti Bankası ve İş Bankası “Güvenlik Kalkanı” ya da “Güvenlik Çemberi” adlarıyla tuş kaydedici ve ekran kaydedici yazılımların müşteri bilgisayarında çalışmasını önleyen programları kullanıcılarına zorunlu olarak kullandırmaktadır.

2. Yapı Kredi’nin uyguladığı, müşterilerin bankaya bağlandığı IP numaralarının kısıtlanması, kullanım zamanlarının belirlenmesi gibi önlemler;

3. Pek çok bankanın uyguladığı, para transferlerine sınırlamaların getirilmesi,

4. Müşterilerin bazı hesaplarının internette görünmemesi,

5. Türkiye Vakıflar Bankası, Garanti ve İş Bankası gibi bankaların sağ-

ladığı tek kullanımlık şifreler üreten “şifrematik” gibi cihazlarla internet şubelerinin güvenliği artırılmaya çalışılmaktadır.

Bu maddelere ek olarak, bugün birçok bankanın kullandığı “Sanal Klavye” ve “Resim doğrulama” uygulamaları da bulunmaktadır (Reis,2010).

İnternet Bankacılığı’nda güvenlik konusunda bankalara düşen görevler şu şekilde sıralanabilir:

- Müşterilerini bilinçlendirmek,
- Müşterilerine ve personeline gerekli eğitimleri vermek,
- Sistemini güvenli tutmaktır.

Burada kastedilen sistemin güvenliği; bankanın sadece kendi fiziksel alanı içinde kalan sisteminin güvenliği değil, aynı zamanda hizmet götürdüğü müşterilerinin kullandığı ile bütünleşen sistemdir (Zeydan,2006 ve Reis,2010).

5.1.5. Mobil Bankacılık

Telefon cihazlarıyla internete girerek bankacılık işlemi yapmak ya da telefon operatörlerinin sağladığı kısa mesaj servislerine dayalı olarak para transferleri gerçekleştirmek biçimindeki işlemler telefon bankacılığının dışında incelenmekte, “Mobil Bankacılık” olarak adlandırılmaktadır.

Mobil Bankacılık, telefon bankacılığı ile internet bankacılığının birlikte değerlendirildiği bir dağıtım kanalı uygulamasıdır. Cep telefonlarının ve tablet bilgisayarların kullanımına dayalı bankacılık işlemleri birbirinden oldukça farklı bilişim-iletişim teknikleriyle bağlantılı olarak yapılandırılmış olduğundan farklı birkaç uygulamayı kapsamaktadır.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen mobil bankacılık yoluyla; havale, EFT, döviz alım-satımı, vergi ödemesi, fon ve pay senedi alım-satımı gibi çok çeşitli hizmetler yapılabilir.

Cep telefonu piyasasının dünyada son yıllarda en hızlı büyüyen piyasa olduğu göz önüne alındığında, üstelik Türkiye’de kentsel kesimdeki cep telefonu pazarı penetrasyon oranının da %65’ler düzeyinde olup bu düzeyin Finlandiya, Norveç gibi penetrasyonun çok yüksek olduğu ülkelerin hemen ardından gelen Belçika, Danimarka, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerle eş seviye olduğu da düşünülürse, mobil bankacılık uygulamalarını geleceğin en önemli kanallarından biri olacağını ön görmek çok zor değildir.

Özellikle cep telefonu teknolojilerinde yaşanan önemli gelişmeler ve bu gelişmelerin tüketiciye de olumlu bir şekilde yansımalarıyla birlikte, mobil finans uygulamalarına geçiş sürecinin çok hızlı ve etkili bir şekilde olabileceğini söylemek doğru olacaktır. Özellikle “akıllı telefon (smartphone)” denen üzerinde Windows işletim sistemi de bulunduran ve bir nevi bilgisayar özelliği taşıyan cep telefonları ile birlikte, halihazırda internet kullanımına aşina olan kullanıcıların bu cep telefonları ile mobil finans uygulamalarını rahatlıkla benimseyecekleri ve kullanacakları düşünülmektedir (Eriş,2013).

Mobil telefon kullanıcısı SMS iletisi aldığı anda telefonunun alarmı ile uyarılır. Alıcı iletiyi okuduğunda buna cevap verebilir, saklayabilir veya başka bir telefona yönlendirebilir. Önceki yıllara göre kullanım alanları artan ve gelişen mobil mesaj (ileti) özellikle çabuk, pratik, kişiden kişiye özel olması, ucuzluğu, sınırsız kullanım alanları ile birçok alanda kullanılmaya başlamıştır. Finans sektöründe de mobil uygulamalar arasında en hızlı ilerleyen alan olan sms ile günümüzde birçok hizmet vermeye başlanmıştır. Bunlardan bazıları şunlardır:

- Fon fiyatları, repo oranları, döviz kuru bilgilerinin sms ile gönderimi
- Hesap ve kredi kartı bakiyesi öğrenme
- İnternet şubesine her girişte farklı bir şifre üretilerek sms ile kullanıcının cep telefonuna gönderilmesi
- Borsadaki ve piyasadaki anlık değişimlerin ve son dakika gelişmelerin sms ile gönderilmesi
- Müşterinin hesaplarındaki hareketlerin sadece bilgilendirme veya onay amaçlı müşterinin cep telefonuna uyarı mesajı ile iletilmesi
- Kişilerin arasında cep telefonlarından para transferidir(<http://www1.ericsson.com.tr/mobilityworld/articles/essentials/103801>).

“Türkiye Bankalar Birliği’nin “İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri” Mart 2020 raporuna İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı Aralık2020 itibarıyla, 65 milyon 677 bin kişi olmuştur. Ekim-Aralık 2020 dönemi içinde az bir kez giriş (log-in) işlemi yapmış aktif bireysel dijital bankacılık müşteri sayısı 62 milyon 827 bin kişidir. Bu sayının 2 milyon 493 bin kişisi “sadece internet bankacılığı” işlemi yaparken 51 milyon 753 bin kişisi “sadece mobil bankacılık” işlemi yapmıştır. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 8 milyon 581 kişidir. Toplam (bireysel

ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısında bir önceki yıla göre 12 milyon 520 bin kişi artış olmuştur. Aktif bireysel dijital bankacılık müşterileri, yaklaşık 43 milyon erkek (yüzde 68), 20 milyon kadın (yüzde 32) müşterilerden oluşmaktadır. Ekim-Aralık 2020 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş grupları bazında dağılımında ilk sırayı 25 milyon 237 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 18 milyon 204 bin kişi ile 26-35 yaş grubu izlemektedir. Ekim-Aralık 2020 dönemi içinde az bir kez giriş(log-in) işlemi yapmış aktif kurumsal dijital bankacılık müşteri sayısı 2 milyon 850 bin kişidir. Ekim-Aralık 2020 dönemi içinde en az bir kez internet bankacılığı giriş işlemi yapmış aktif bireysel müşteri sayısı 11 milyon 74 bin kişidir. Bu miktar kayıtlı olan toplam bireysel müşteri sayısının yüzde 15'ini oluşturmaktadır.

(<https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>).

Rakamlar mobil bankacılığın alternatif bir kanal olmaktan çıktığını ve Türk bankalarının genç kesimi hedef alarak geliştirdiği inovatif ürünler ile birlikte yüksek büyüme imkanlarını barındırdığını gösteriyor. Türkiye'deki mobil bankacılık hizmetlerinden yararlananların sayısındaki hızlı artış bu alana yönelik yatırımlarda da artışa yol açacağı düşünülmektedir.

5.2. Alternatif Dağıtım Kanallarının Avantaj ve Dezavantajları

Alternatif dağıtım kanalları şube dışı hizmet sunmanın tüm avantajlarını sağlamaktadır:

- Şube yoğunlukları ve kuyruklar azaltılarak, bir şubenin esas hizmet vermesi gereken kendi müşterisine daha rahat hizmet verebilmesi mümkün olmaktadır.
- Müşterilere verilen hizmetin kalitesi artmakta ve bu da beraberinde müşteri memnuniyetinin artmasına yardımcı olmaktadır.
- Gün boyunca gişe işlemleri ile uğraşmak zorunda kalan çalışanlar, zihinsel yorgunluk yaratan bu işlemlerden kurtularak daha verimli hale gelmekte ve bu sayede esas müşterilere karşı daha güler yüzlü ve sıcak davranabilmektedir.
- Gişe asistanı ihtiyacının azalmasıyla, ya mevcut gişe asistanlarından bazıları daha çok satış ve pazarlama odaklı çalıştırılabilmekte, ya da bu kişilerin yerine satış ve pazarlama odaklı çalışabilecek daha kalifiye çalışanlar

konumlandırılabilir. konumlandırılabilir.

- Daha karlı müşterilere daha fazla zaman ayrılabilmesiyle şube verimliliği artırılabilir.

- Müşteri memnuniyetinin üst seviyelere çıkartılmasıyla sadık müşterilerin sayısı artmaktadır.

- Daha fazla satış ve pazarlama odaklı çalışabilecek eleman sayısının artmasıyla şube hedefleri daha yüksek seviyelere çıkartılabilir, ürün kullanım oranları artırılabilir.

- Mevcut müşterilerin yanı sıra yeni müşteri kazanımlarıyla daha çok ve çeşitli müşterilere ulaşabilmek mümkün olabilmektedir (Korkmaz,2005).

Bu sayılan avantajların yanı sıra alternatif dağıtım kanalları bazı dezavantajlar da getirmektedir:

a. Bankaların pahalı teknoloji yatırımları artmakta, bu tür yatırımların ekonomik ömrü kısa olduğundan sürekli yenilenmesi gerekmektedir. Yazılımların da sürekli geliştirilmesi gerekmektedir.

b. Teknoloji alışkanlığı ve deneyimi az olan müşterilerin bilgilendirilmesi, eğitilmesi gerekmektedir.

c. Güvenliğin sağlanması gerekmekte, korsan saldırı ve teknolojik hırsızlıklara karşı güvenlik programlarına gereksinim duyulmaktadır (Zeydan,2006).

6. COVID 19'UN BANKACILIK SEKTÖRÜNE ETKİSİ

6.1 Covid-19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık Ürün Ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi

Hayat kayıplarına neden olabilen hem insanlarda hem de hayvanlarda ciddi hastalıklara yol açabilen ve pek çok çeşidi bulunan virüsler koronavirüs olarak tanımlanmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi olarak ilan edilen COVID-19 (koronavirüs)'ün ilk ortaya çıkışı 27 Aralık 2019 tarihidir. İlk kez Çin'in Vuhan şehrindeki bir hastaneye ağır pnömoni tanısıyla üç hasta yatırılmış ve ilk hastalık vakası, Vuhan şehri hayvan pazarındaki 49 yaşındaki kadın bir balık satıcısı olarak tarihe geçmiştir. Çok kısa bir süre içerisinde ise Çin'den hemen sonra dünyadaki birçok ülkeye yayılmıştır. Covid-19 salgını 2020 yılının Mart ayından Türkiye'de de ilk vaka görülmüştür. Salgın döneminde tüketiciler ödeme yaparken elden ele dolaşan ve en kirli

araç olarak bilinen, banknotları kullanmak yerine kredi kartı kullanmayı ve hatta kredi kartlarının temassız özelliği ile dijital ödeme seçeneklerini kullanarak ödeme yapmayı tercih etmişlerdir. Yine yüz yüze alışveriş yapmak yerine daha çok online alışveriş yapmayı tercih ederek salgından korunmayı hedeflemişlerdir. Bankacılık sektörü ise hizmet sunduğu müşterilere dijital bankacılık kanallarından çeşitli kredi ve kredi kartı hizmetleri sunarak hem pandeminin etkisini azaltmayı amaçlamış, hem de dijital kanalların müşteriler tarafından kullanımını sağlayarak salgının bulaşıcılığını azaltmayı amaçlamışlardır.

6.1.1 Dijital Bankacılık Teorik Çerçeve

Kartlı ödeme sistemleri, ATM cihazları, kredi kartları, telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve mobil bankacılık gibi dijital gelişmeler bankacılık sektörü için dijital yenilikler olarak adlandırılmaktadır. Zamanla gelişen bankacılık sektörü günümüzde hizmetlerinin büyük bir kısmını dijital olarak vermektedir.

Dijital bankacılık; geniş anlamda müşterilerin bankacılık işlemlerini teknolojik imkânlar kullanarak gerçekleştirmesi anlamına gelmektedir. Başka bir ifadeyle, müşterilere sunulan hizmetin herhangi bir fiziki mekân olmadan, banka personelleri ile yüz yüze teması girmeden, teknoloji tabanlı cihaz ve uygulamalar aracılığı ile sunulması olarak ifade edilmektedir. Dijital bankacılık anlayışında geleneksel bankacılık anlayışının tersine müşterilerin ihtiyaçlarına karşılayabilmek için dijital ürün ve hizmetlerin sunumu ve bu işleri yapabilmek için de alanında uzman bilgi teknolojileri uzmanlarının istihdam edilmesi gerekmektedir (Sardana & Singhanian, 2018:29).

Dijital bankacılık uygulamalarının ilki 1967 yılında İngiltere’de Barclays Bank tarafından, müşterinin bankaya gitmeden hesabına para gelmesine olanak sağlayan ve üzerinde delik olan bir kart kullanılmasına imkân veren “Cash Dispenser” sistemi olarak kabul edilmektedir (Korkmaz & Gövdeli, 2005:4). Bu sistem uzun yıllar sonra hayatımıza giren, ATM cihazlarının ilk uygulaması olarak kabul edilmektedir. Türkiye’de ise ilk ATM cihazı 1987 yılında İş Bankası tarafından Bankamatik adıyla kullanıma sunulmuştur (Yurtadur & Süzen, 2016:97).

Bankacılık sektöründe dijital yeniliklerden bir diğeri telefon bankacılığıdır. İlk olarak 1980’li yıllarda Amerika’da uygulanmaya başlayan telefon bankacılığı, bankaya ait bir telefon numarasının banka müşterisi tarafından

aranarak bankacılık işlemlerini gerçekleştirebildiği bir sistemi ifade etmektedir (Ouren, Singer, Stephenson, & Weinberg, 1998:102).

Dijital bankacılık yeniliklerinden telefon bankacılığını takip eden, bankacılık sektöründe ödeme sistemleri içerisinde yer alan POS cihazlarıdır. 1973 yılında IBM firması tarafından geliştirilen yazarkasa ile entegre halinde çalışan bu sistem, 1974 yılında ABD’de kullanılmaya başlamıştır ancak ülkemizde ilk olarak kullanılması 1991 yılını bulmuştur (Kaya, 2009:15). POS sistemi müşterinin üzerinde nakit para olmasa bile bankada hesabında para olması durumunda banka kartı (Bankomat Kart) veya kredi kartı aracılığı ile alışveriş yapmasına imkân veren bir sistemi ifade etmektedir.

Dijital bankacılık gelişiminde POS sistemlerini internet bankacılığı takip etmektedir. İnternet bankacılığı müşterinin internete bağlanan bir teknolojik cihaz vasıtasıyla bankaya ait bir web sitesine giriş yapması ve bu kanaldan bankacılık işlemlerini geliştirmesine imkân veren bir sistemdir (Altınışik, 2010:10). İlk olarak 1980’li yıllarda yabancı ülkelerde, daha sonra 1991 yılında ülkemizde Garanti Bankası tarafından müşterilerin kullanımına sunulan internet bankacılığı müşterilere zaman ve mekân kısıtlamasına maruz kalmadan bankacılık işlemlerini gerçekleştirme olanağı sunmaktadır. Bununla birlikte müşterilerin internet bankacılığı üzerinden yapabileceği işlemler bankaların belirlemiş olduğu limitler ve saatler dahilinde sınırlandırılmaktadır (Eriş, 2013:171).

İnternet bankacılığı, müşterilere sunulduğu ilk dönemlerde bankacılık sektörü açısından bir devrim niteliğindedir ancak buna rağmen akıllı telefonların icadı ve bu akıllı telefonlarda internet hizmetinin yaygınlaşması internet bankacılığının kullanımını önemli derecede azaltmıştır. Teknolojik gelişmeler sonucunda bankacılık sektörünün hizmet sunuş biçimi internet bankacılığından mobil bankacılığa doğru gelişim göstermiştir. Mobil bankacılık, akıllı telefonların sürekli elimizin altında olması ve internete bağlanmanın yer ve zaman kısıtı olmadan erişimin kolay olması sebebiyle, internet bankacılığı kullanıcılarının tercih ettiği bir platform haline gelmiştir.

Mobil bankacılık taşınabilir bir teknolojik cihaz aracılığı ile bankaların mobil uygulamalarına giriş yapılarak bankacılık işlemlerinin yapılabilmesine olanak verdiği için daha çok tercih edilmesini sağlamaktadır. 2002 yılında 3G teknolojisinin kullanılmaya başlaması ve akabinde 2007 yılında ilk akıllı telefon olan Iphone cihazının tanıtılması bankacılık sektörünü de hizmet

sunuş biçimi açısından değişime mecbur bırakmıştır (Dunnewijk & Hultén, 2007: 167). Zaman içerisinde bankaların hepsi internet bankacılığında olduğu gibi mobil uygulama yazılımları yapmak ve bunları uygulama mağazaları vasıtasıyla müşterilerin kullanımına sunmak zorunda kalmışlardır. Mobil bankacılık sayesinde banka müşterileri zaman ve mekân fark etmeksizin istedikleri saatte ve istedikleri yerde bankacılık hizmetlerine erişme imkânına sahip olmaktadır (Vurucu & Arı, 2015: 274).

Bankacılık sektörü rekabet edebilmek ve güçlenebilmek için, dijital yenilikleri yakından takip eden ve zaman geçirmeksizin bu yeniliklere uygun ürün ve hizmetlerini geliştirerek müşterilerine sunmaya devam eden bir sektördür. Covid-19 pandemisinde bulaşıcılığın önüne geçilebilmesi için alınabilecek tedbirlerin başında olabildiğince temastan kaçınılması gerekliliği ön plana çıkmıştır. Bankacılık sektörü para alışverişi üzerine kurulu bir sektör olduğundan dolayı yüz yüze iletişimin en yoğun yaşandığı sektörlerden de biri konumundadır. İnsanların gerek yapmış oldukları alışverişlerde gerekse kredi başvurusu, kredi kartı başvurusu, EFT, havale gibi bankacılık işlemlerinde temastan kaçındıkları pandemi sürecinden oldukça etkilenmiştir.

6.1.2 Covid-19 Pandemisi Sürecinde Türkiye'deki Bankaların Dijital Bankacılık Konusunda Almış Olduğu Önlemler

Salgın sürecinde ülkeler mecburi olarak ekonomilerinin kapılarını dış dünyaya kapatmış ve bunun sonucunda eğitimden turizme, bankacılıktan ulaştırmaya kadar birçok sektör bu salgından olumsuz yönde etkilenmiştir (Duran & Acar, 2020: 57). Salgının bulaşıcılığının önüne geçilmesi için alınan tedbirlerin başında temastan kaçınma gelmektedir. Salgın öncesi dönemde yüz yüze yapılan özellikle ticaret, eğitim, bankacılık gibi işlemler, salgın döneminde dijital olarak online kanallardan yapılmak zorunda kalmıştır. Hem hizmeti sunanlar hem de hizmeti satın alanlar işlemlerini evden dijital kanallar aracılığı ile yapmak zorunda kalmışlardır (Müftüler-Baç, 2020: 21). Pandemi döneminde hem işletmeler hem de şahıslar dijital dönüşüm zorunluluğu ile karşı karşıya kalmışlardır. Bankacılık sektörü dijitalleşmeyi yakından takip eden bir sektör olmasına rağmen, bu süreçte pandemi dijitalleşmeyi hızlandırıcı bir katalizör olarak görev yapmıştır (Akca & Tepe Küçüköğlü, 2020:77). Pandemi sürecinde bankacılık sektörü pandeminin etkilerini azaltmak adına dijital bankacılık alanında bir takım önlemler almıştır. Bankacılık sektörünün dijital bankacılık alanında kat ettiği yolu bir avantaj

olarak kullanarak söz konusu süreçte almış olduğu önlemler aşağıdaki gibidir;

i. Türkiye’de 1 Ekim 2009’da uygulanmaya başlayan ortak ATM projesi banka fark etmeksizin bir müşterinin herhangi bir bankanın ATM cihazını kullanarak belli bir işlem ücreti karşılığında işlem yapmasına imkân veren bir sistemdir. Pandemi döneminde bankaların bir kısmı ortak ATM’lerin ücretsiz olarak kullanılmasını sağlayarak müşterilerin temastan olabildiğince kaçınmasını ve daha hızlı hizmet almasını sağlamıştır,

ii. Pandemi sürecinde alınan ekonomik tedbirler kapsamında vatandaşlara kullandırılan 10.000 TL’ye varan, temel ihtiyaç kredisi başvurularının şubelerde oluşturacağı yoğunluk ve yoğun temas öngörülerek söz konusu dönemde kredi başvurularının internet bankacılığı ve mobil bankacılık kanallarından yapılması imkanı sağlanarak, uzaktan elektronik kredi kullanımı yapılmıştır.

iii. Belirli bir tutarın altında olan harcamalar için kredi kartına şifre girilmesi zorunluluğu bulunmadan kullanılmasını sağlayan temassız işlem limitleri, pandemi döneminde BDDK’nın almış olduğu kararla 250 TL’ye yükseltilerek müşterilerin temasını olabildiğince azaltmaları sağlanmıştır, Bu durum temassız kullanımın alışkanlığa dönüşerek, temassız kullanımı yaygınlaşmıştır.

iv. Bankacılık sektörü yapısı gereği önceleri daha çok müşteri ile yüzyüze teması gerektiren bir sektör olmasına karşılık pandemi döneminde pozitif, temassız veya kronik rahatsızlığı olan personellerin evden çalışmasına izin vererek hem personellerini hem de müşterilerini korumayı amaçlamıştır,

v. Her bankanın ATM cihazlarından belirli bir tutarın üzerinde para yatırma/çekme işlem limiti bulunan bankacılık sektörü, pandemi sürecinde ATM cihazlarından para yatırma ve çekme limitlerini arttırarak şubelerdeki yoğunluğu azaltmak ve bu şekilde teması minimum seviyede tutarak salgını önlemeyi amaçlamıştır,

vi. Birçok banka internet bankacılığı, mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve ATM cihazlarından yapılan EFT, havale gibi bankacılık işlemlerinden ücret almasına karşılık, pandemi döneminde yukarıda bahsedilen dijital kanallardan yapılan bankacılık işlemlerinden ücret alınmamasını sağlayarak müşterilerin daha kolay işlem yapmasını ve banka ile olan temasını azaltma-

yı amaçlamıştır. Yukarıda da bahsedildiği üzere bankacılık sektörü Covid-19 pandemi döneminde daha önce oluşturmuş olduğu dijital altyapılardan faydalanarak pandeminin olumsuz sonuçlarını azaltmaya çalışmıştır. Alınan bu önlemler dijital bankacılık kanalları olarak adlandırılan internet bankacılığı, mobil bankacılık, ATM cihazları, POS cihazları aracılığı ile alınmıştır.

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi hem şahısları, hem işletmeleri hem de ülkeleri zor bir duruma sokmuştur. Pandeminin getirdiği belki de en alışılmaz durumlarından biri olan temastan kaçınma, bu durumu yaşayan her kesimin dijitalleşmesini veya dijitalleşmeye ayak uydurmasını zorunlu kılmıştır. Dijitalleşme konusunda ağır davranan gerek sektörler gerekse şahıslar pandemi döneminde kendilerini hızlı bir dijital dönüşüm içerisinde bulmuşlar ve zorunlu da olsa dijitalleşme süreçlerini hızlandırmışlardır.

Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankalara ait internet kanalıyla yapılan kartlı ödeme işlem sayısı, aktif dijital bankacılık müşteri sayısı, aktif internet bankacılığı müşteri sayısı, internet bankacılığı üzerinden yapılan kredi kullandırım adedi, aktif mobil bankacılık müşteri sayısı ve mobil bankacılık üzerinden yapılan kredi kullandırım adedine dair veriler analiz edilmiştir. Bu veriler arasında internette yapılan kartlı ödeme işlem adedi verileri Bankalararası Kart Merkezi'nden, geri kalan inceleme verileri Türkiye Bankalar Birliği'nden alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda;

İnternet kanalıyla yapılan kartlı ödeme işlem adedinin; 2020 yılı Eylül döneminde, Türkiye'de pandeminin başlamış olduğu 2020 yılı Mart dönemine göre %22,71 oranında ve bir önceki dönem olan 2020 yılı Haziran dönemine göre %17,72 oranında artış gösterdiği gözlenmektedir. Pandemi sürecinde özellikle 2020 yılı Mart-Haziran dönemleri arasında uygulanan kısıtlamalar sonucunda tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarını değiştirerek online alışveriş sitelerini tercih ettikleri, devam eden süreçte de tüketicilerin bu alışkanlıklarını devam ettirdikleri düşünülmektedir. Dolayısıyla internet kanalıyla yapılan kartlı ödeme işlem adedinde göze çarpan bu artışın, tüketicilerin değişen alışveriş alışkanlıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Aktif dijital bankacılık müşteri sayısının; 2020 yılı Eylül döneminde, 2020 yılı Mart dönemine göre %11,39 oranında ve bir önceki döneme göre ise %9,52 oranında artış gösterdiği görülmektedir. Söz konusu dönemde bankalar müşterilerine sms bildirimleri göndererek bankacılık işlemleri için

dijital kanalları kullanmaları konusunda yönlendirmelerde bulunmuştur. Bununla birlikte müşteriler de temastan kaçınmak adına bankacılık işlemlerini daha çok dijital kanallardan yapmayı tercih etmişlerdir. Aktif dijital bankacılık müşteri sayısının alınan bu önlemler sonucunda artmış olduğu düşünülmektedir. Aktif internet bankacılığı müşteri sayısının; özellikle 2020 yılı Haziran döneminde Türkiye’de pandeminin başlamış olduğu 2020 yılı Mart dönemine göre %8,13 oranında artış olduğu görülmektedir. Pandeminin yıkıcı ekonomik etkilerinin azaltılmasını sağlamak üzere kamu bankaları tarafından kullandırılan temel ihtiyaç kredisinin başvurularının sadece internet bankacılığı ve mobil bankacılık kanallarından alınmasının, söz konusu dönemde aktif internet bankacılığı müşteri sayısında artışa neden olduğu gözlemlenmiştir.

İnternet bankacılığı üzerinden yapılan anlık kredi kullandırımının; özellikle 2020 Haziran döneminde, 2020 yılı Mart dönemine göre %113,39 oranında artış gösterdiği görülmektedir. Söz konusu bu artışın temel ihtiyaç kredilerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Aktif mobil bankacılık müşteri sayısının; 2020 yılı Eylül döneminde, 2020 yılı Mart dönemine göre %13,12 oranında artış gösterdiği gözlenmektedir. Diğer taraftan 2020 yılı Haziran döneminde 2020 yılı Mart dönemine göre %10,72 oranında artış gösterdiği göze çarpmaktadır. Pandemi sürecinde bankalarla temastan kaçınma güdüsü ile hareket eden müşterilerin bankacılık işlemleri için mobil bankacılık kanalını kullanmaları ve özellikle temel ihtiyaç kredisi başvurularının dijital kanallar kullanılarak yapılması zorunluluğundan kaynaklı olarak aktif mobil bankacılık müşteri sayısında artış yaşandığı düşünülmektedir.

Mobil bankacılık üzerinden yapılan anlık kredi kullandırımalarında; 2020 yılı Eylül döneminde 2020 yılı Mart dönemine göre %14,11 oranında artış gözlenmektedir. Bununla birlikte 2020 yılı Haziran döneminde 2020 yılı Mart dönemine göre mobil bankacılık üzerinden yapılan anlık kredi kullandırımında %195,84 oranında artışın yaşandığı göze çarpmaktadır. Bu artışın en büyük sebeplerinden birinin temel ihtiyaç kredisi kullandırımından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çalışmamızda yer alan analiz sonuçları göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye’de pandeminin başlamış olduğu 2020 yılı Mart döneminden bu yana bankacılık sektöründe dijital bankacılık kanallarının tamamının aktif

bir şekilde kullanıldığı ve bu şekilde pandeminin bankacılık sektörü üzerinde yaratacağı olumsuz etkilerin azaltıldığı görülmektedir. Hemen hemen her sektörün pandeminin etkilerinin görüldüğü bu süreçte, bankacılık sektörü gerek teknoloji altyapısıyla gerekse müşterilerine yapmış olduğu duyurular ile dijital kanallarını aktif bir şekilde kullanmıştır.

Özellikle pandemi sürecinde gerek online alışverişlerdeki kredi kartı kullanımındaki artış, gerek dijital bankacılık kanallarındaki aktif müşteri sayısındaki artış gerekse dijital kanallardan yapılan anlık kredi kullandırmalarındaki artış göz önünde bulundurulduğunda bankacılık sektörünün teknolojik ve inavasyon altyapısı sebebiyle pandemi sürecine kolay adapte olarak işlemleri doğru ve hızlı kanalize ederek pandemi sürecinden olumsuz olarak fazla etkilenmediği söylenebilmektedir.

Buna rağmen 2020 yılı Haziran döneminde yaşanan büyük artışlara dikkat edilmesinde fayda olduğu düşünülmektedir. Söz konusu dönemde hem aktif dijital bankacılık müşteri sayısında, hem aktif internet bankacılığı ve mobil bankacılık müşteri sayısında, hem de internet bankacılığı ve mobil bankacılık üzerinden kullandırılan anlık kredi kullandırmalarında ciddi artışlar yaşanmıştır. Tüm bu alanlardaki artışın büyük bir bölümünün temel ihtiyaç kredisi başvurularının sadece dijital bankacılık kanallarından yapılabilmesinin zorunlu tutulmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Temel ihtiyaç kredisi başvuruları 1 Nisan 2020 – 29 Mayıs 2020 tarihleri arasında ve sadece dijital kanallar üzerinden alınmıştır. 2020 yılı Haziran dönemini takip eden süreçte yukarıda zikredilen alanların hepsinde yeniden normalleşme gözlenmekte ve hatta internet bankacılığı kanalı müşterilerinde ve kredi kullandırmalarında düşüş yaşandığı göze çarpmaktadır. Bu nedenle söz konusu dönemde artışa neden olan müşterilerin birçoğunun dijital bankacılık kanallarını sürekli şekilde kullanmaktan kaçınarak sadece zorunluluktan dolayı kullanmış oldukları düşünülmektedir.

İçinde bulunduğumuz pandemi süreci, daha önce alışmış olduğumuz yüksek temaslı yaşam biçimine geri dönmemizin pek mümkün olamayacağını ve bu yeni normalin yaşam şartlarına alışmamız gerektiğini ortaya koymaktadır. Bunun bir sonucu olarak da, gerek insan gerekse para temasının en çok yaşandığı bankacılık sektöründe dijitalleşmenin, her fert ve her kurum tarafından yeniden ele alınması ve dijitalleşmenin bir yaşam biçimine dönüştürülmesi gerektiği düşünülmektedir.

Çalışmada yer alan verilere göre bankacılık sektörünün dijitalleştiği ancak buna karşılık banka müşterilerinin bu dijital kanalların kullanımını hayatın doğal akışı şeklinde değil de zorunlu kılındığında kullanılan bir gereklilik gibi gördükleri söylenebilir. Bu nedenle bankaların müşterilerini dijital bankacılık kanallarına daha fazla yönlendirecek şekilde tanıtım ve bilgilendirme çalışmaları yapmaları gerektiği düşünülmektedir.

6.2 Covid-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına Ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi

Koronavirüs tedbirleri kapsamında insanlar önlem amaçlı ve kısıtlama sebebi ile sokağa çıkmamış, işyerlerine gitme kısıtlaması getirilmiş, bazı işletmelerin faaliyetlerine geçici bir süre ara verilmiş, kurumlarda esnek çalışma sistemlerine veya evden çalışma sistemine geçilmiştir. Salgın hastalık ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda pek çok alanı olumsuz yönde etkilemiştir. COVID-19 nedeniyle birçok ülkede sosyal, kültürel ve ekonomik yaşam durma noktasına gelmiştir.

Ekonomik anlamda birçok alanda olumsuz etki oluşturan COVID-19 salgınının, BIST sektör endeks getirileri üzerinde de önemli olumsuz etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sektörler içinde tekstil ve turizm sektörlerinin en çok olumsuz etkiye maruz kaldığı fakat, ticaret sektörünün ise salgın süreci boyunca pozitif getiri sağladığını tespit etmiştir.

6.2.1 Covid-19'un Bankacılık Sektörüne Etkileri

Küresel bir salgın olan, COVID19 salgınının ekonomideki pek çok sektör üzerinde etkilerinin olduğu görülmüştür. Eğitimlere ara verilmiş veya uzaktan eğitim sistemine geçilmiş, iş hayatında evden çalışma sistemine geçilmiş, seyahatler yasaklanmış, geçici süreliğine alışveriş merkezleri, restoranlar kapatılmış, bankacılık sektöründe ise yeni çalışma planlarına geçilmiştir. Alınan önlemler ile COVID-19'un olumsuz etkilerinin hafifletilmeye çalışılması amaçlanmıştır.

Bankalar kredi verdikleri bireyleri, kobi, ticari ve kurumsal kuruluşların mali durumlarını, faaliyetlerini yakından izlemekte ve takip etmektedir. Tüm bunlara rağmen yine de geri dönmeyen krediler olabilmektedir (Araacı ve Yücel, 2020:206). Bankaların kredi hizmetleri, risk ve karlılığı ifade etmektedir. Amaç hem risk hem de getiri dengesinin sağlanmasıdır. Bu bağlamda bankacılık sisteminde karşılaşılan en önemli sorun kredi riski olmaktadır. Borçlunun yapılan sözleşmenin gerekliliklerine uymaması durumu

kredi riski olarak tanımlanır (Babuşçu, 2005). Kredi riskinin COVID-19 hastalığı sürecinde bankaların en çok karşılaştığı risk tipi olduğu söylenebilir.

6.2.2 Türk Bankacılık Sisteminde Stratejik Pandemi Yönetimi Faaliyetleri

Ülkemizde COVID-19 salgınından korunma amaçlı bankalar çalışanlarının aynı zamanda müşterilerinin sağlığını ön planda tutma amaçlı çalışma faaliyetlerini yeniden düzenlemiştir. Çalışanların sağlığına korumaya yönelik uzaktan çalışma ve sürekli erişilebilir olma konusunda gerekli altyapı sistemlerini kurmuşlardır. Gerekli teknoloji ve alt yapı sistemlerini oluşturarak evden çalışma sistemi ile banka çalışanların büyük bir kısmı mesailerini uzaktan erişim modeliyle evden sürdürmüşlerdir. Bankalar daha çok şubelerde müşteri ile yüz yüze iletişimi gerektiren bir çalışma sistemini yürütürken, pandemi döneminde sonuçları pozitif çıkan ve temaslı olan ya da kronik rahatsızlığı olan personellerinin evden çalışmasına izin vererek sadece personellerini değil aynı zamanda müşterilerini korumayı amaçlamıştır (Beybur ve Çetinkaya, 2020:153).

Bankalar personellerinin seyahatlerini durdurma kararı almış, personellerin çoğunun evden çalışmasını kolaylaştıracak şekilde çalışma sistemlerini değiştirmiştir. Bazı bankalar vardiya çalışma sistemini uygulamıştır. Bu kapsamda bazı personellerin sahada iki hafta süreyle çalışması, diğer personellerin ise uzaktan çalışmaya devam etmesi ve sonraki haftalarda ise vardiyayı değiştirmeleri şeklinde bir sistemi tercit etmişlerdir (KPMG,2020).

Bilim Kurulu tarafından banka çalışanlarının maske takması önerisi alınan önlemler arasındadır. Bu süreçte bankalarda çalışanlara eldiven dağıtımı yapılmış, maske kullanımını teşvik edilmiş, para ile temas eden banko personellerine ise eldiven kullanma zorunluluğu getirilmiştir.

Bankalar salgın hastalığın yayılımını azaltmak için Genel müdürlük, Bölge müdürlüğü ve Şube birimlerinde hizmet veren ve Sağlık Bakanlığı'nın tanımladığı yüksek risk grubunda olan çalışanlarına idari izin kullandırmıştır. Çalışanlarının tüm yurt dışı iş seyahatleri, tüm müşteri ziyaretleri, toplantı, seminer, eğitim gibi etkinlik katılımlarını, sürecin gelişimini dikkate alacak şekilde yeniden düzenlemek kaydıyla geçici olarak durdurulmuştur. Bir diğer önemli uygulama ise çalışanların veya çalışanların aileleri eğer yurt dışına seyahatte bulunmuş ise bu çalışanların 14 gün boyunca bankadaki görev yerlerine giriş yapmamaları sağlanmıştır (İş Bankası,2020).

6.2.3 Bankacılık Faaliyetlerinde Artan Teknoloji ve İnovasyon Uygulamaları

Müşteri talepleri veya beklentilerinde yaşanan hızlı değişim ve teknolojik değişimlerin hızla yaygınlaşması ile zamanla müşteri çağrı merkezleri, internet bankacılığı, mobil bankacılık kanalları gibi kanallar devreye girmiş böylece şubelerin kullanım ağırlığı azalmaya başlamıştır.

İnternet ve internetin özellikleri bankacılık ürünleri ile hizmetlerinin sunulmasında ideal bir ortam oluşturmaktadır. Ürün ve hizmetlerin yenilikçi bir şekilde müşterilere ulaştırılmasını da kolaylaştırmaktadır (Kayakuş, 2020: 156-157). Dijitalleşme sürecinin pek çok sektörde öne çıkacağı tahmin edilmektedir. Özellikle yapay zekâ ve robotikle ilgili teknolojiler aracılığı ile dijitalleşmenin finans ve hizmet sektörlerinde daha fazla yayılması sağlanabilecektir. (Okur, 2020:319).

Bankacılık işlemlerinin hızlı bir şekilde yapılabilmesi için ATM'lerde günlük para çekme limitleri artırılmış ve ATM'ler düzenli olarak günlük dezenfekte edilmiştir. Banka müşterilerinin dijital kanalları tercih etmeye teşvik etmek için ise 2.000 TL ile 3.000 TL arasında değişkenlik gösteren ATM'lerden günlük para çekme limiti, bankalar tarafından 5.000 TL'ye çıkarılmıştır(www.vakifbank.com.tr;www.akbank.com.tr).

Bankalar, müşterilerinin işlemlerini şubelere gelmedende yapabilmeleri açısından dijital dağıtım kanallarında mobil, internet bankacılığı, ATM ve müşteri hizmetleri çağrı merkezleri aracılığı ile daha kolay yapılabilmesi için teknolojiden yararlanarak değişiklikler ve düzenlemeler yapmışlardır. Bu amaçla banka şubelerinde yapılan işlemlerin birçoğu bu kanallardan yapılır hale getirilmiştir. Dijital kanallar için uygulanan günlük işlem limitleri artırılmış, işlem masrafları da minimum seviyelere indirilmiş hatta bankalar bu zorlu süreçle mücadelede bazı işlemlerde ücret talep etmemişlerdir (www.ziraatbank.com.tr;www.halkbank.com.tr;www.vakifbank.com.tr). Ayrıca bankalar internet ve mobil bankacılığıyla ve ATM'den gerçekleştirilen işlemlerin ücretsiz yapılabilmesine olanak sağlamıştır (TBB,2020).

Bankacılık sistemi dijital teknolojileri çok yakından takip etmeye çalışan bir sektör olmasına rağmen, bu süreçte salgın hastalığın dijitalleşmeyi hızlandırıcı bir görev yaptığı görülmektedir (Akca & Tepe Küçükoğlu, 2020: 77).

Salgın hastalığın olumsuz etkilerinden korunma kapsamında müşterilere kullandırılan 10.000 TL'ye kadar olan temel ihtiyaç kredisi başvurularının internet bankacılığı ve mobil bankacılık kanalları aracılığıyla yapılması sağlanmıştır (Beybur ve Çetinkaya, 2020:153).

6.2.4 Bankaların Hizmet Biriminde Farklılaşan Uygulamalar

Bankalarda Genel müdürlük hizmet binaları, Bölge Koordinatörlüğü hizmet binaları ve şubeler sürekli olarak dezenfekte edilmiştir. Genel Müdürlük, Bölge ve Şube birimlerinde çalışanların oturma planları, masa düzenleri sosyal mesafe ve hastalığın bulaşıcılığını azaltmak için yeniden düzenlenmiştir.

Müşteriler banka içerisinde bekleme alanında iken yakın mesafede oturtulmamıştır. Bekleme alanlarında en fazla işlem bankosu mesafesi kadar müşterinin bulunmasına izin verilmiştir. Müşteriler ile bankanın diğer müşteriler arasında ve bankoda görev yapan banka görevlisi arasında en az bir metre mesafe bırakılarak işlem yapılmasına izin verilmiştir (COVID-19 Banka Şubelerinde Korunma ve Kontrol Önlemleri, 2020:2).

Bazı kamu ve özel bankaların önlerine 'sosyal mesafe' bariyerleri kurulmuş, şube lokasyonlarında ise sosyal mesafeyi gösteren amblemlili zemin alanı yüzey kaplamaları oluşturulmuştur. Şubelerde bilgilendirme amaçlı Sağlık Bakanlığı tarafından önerilen hastalıktan korunma ve hijyene yönelik afişler asılmıştır.

Teknolojik altyapılarını daha fazla kullanan ve revize eden bankalar şubelerinin lobi alanına kontrollü sayıda sayılı müşteri kabul ederek işlemlerini gerçekleştirmişlerdir. Gerekli olmadıkça işlemler şubelerden yapılmaya özen gösterilmiştir. Bu süreçte sağlık açısından müşteriler ATM'lere, alternatif kanallardan internet şubeleri ile çağrı merkezlerine daha sık yönlendirilmiştir.

Yeni tip corona virüs (COVID-19) salgını sonrasında Türkiye'de Koronavirüs Bilim Kurulu'nun önerileri dikkate alınarak, Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan "Banka Şubelerinde Korunma ve Kontrol Önlemleri" başlıklı rehber ile bankalara yeni işleyiş kriterleri getirilmiştir. Bu kapsamda şube içerisinde sürekli insanlarla yüz yüze iletişimde bulunan ve arada 1 metre veya daha az mesafe kalacak şekilde temasta bulunan çalışanların tıbbi maske takması zorunlu olmuştur. Maskelerin ise ağız, burun ve çeneyi de kapatacak şekilde takılması zorunlu hale gelmiştir. Numaratörlerin sadece cer-

rahi maske kullanan tek bir kişi tarafından kullanılmasına özen gösterilmiş, sabah ve akşam dezenfekte edilerek temizliği sağlanmıştır. Çalışma birimlerinde alkol içerikli el antiseptiklerinin salgının yayılmasına engel olmak için ulaşılabilir noktalarda bulundurularak el hijyenin sağlanmasına özen gösterilmiştir (Covid- 2019 Banka Şubelerinde Korunma ve Kontrol Önlemleri, 2020:1). Müşteriler banka şubelerine hes kodu uygulaması ile alınmaktadır. Riskli görülen müşteriler şube içerisine alınmamaktadır.

Bankalarda uzaktan çalışma uygulamaları ile fiziksel bankacılığa erişimi sınırlandırılacak şekilde çeşitli önlemler alınmıştır. Bu bağlamda birçok banka, geçici süreliğine bazı şubelerini kapatarak evden çalışma sistemiyle faaliyetlerine devam etmiştir. COVID-19 salgının yayılımında teması en aza indirmek için önemli tedbirler almak amaçlı bazı bankaların çalışma saatlerinde değişiklik yapılmıştır. Türkiye Bankalar Birliği (TBB)'nin önerisi ile bankalara tavsiye kapsamında yeni mesai saatlerinin 12.00 ile 17.00 arası olarak belirlenmesi kararlaştırılmıştır. Risk durumuna göre bazı bankalar bu çalışma saatlerini uygulamış, bazı bankalar ise eski çalışma sistemlerine gerekli önlemleri alarak devam etmiştir.

6.2.5 Türk Bankacılık Sisteminde Pandemi Krizi Yönetiminde Finansal Destekler

Türkiye’de COVID-19 döneminde ekonomik ve sosyal hayatın asgari seviyede etkilenmesi amacıyla alınan tedbirlere bakıldığında ilk olarak 18.03.2020 tarihinde açıklanan “Ekonomik İstikrar Kalkanı” (EİK) planı dikkat çekmektedir. EİK paketinin içeriğinde bankacılık sektörünün sağladığı finansal destekleri içeren hususlarda yer almaktadır (Akbulak, 2020):

- COVID-19 salgını döneminde nakit akışı bozulan firmaların hizmet aldığı bankalara olan kredi, faiz ve anapara faiz ödemeleri asgari 3 ay ötelenmiştir ve gerektiğinde bunlara ilaveten finansman desteği sağlanmıştır.
- Esnaf ve sanatkârların Türkiye Halk Bankası’na olan kredi borçlarının, Nisan, Mayıs, Haziran aylarına ait hem anapara hem de faiz ödemeleri 3 ay süreyle, faizsiz olacak şekilde ertelenmiştir.
- Salgın döneminde ihracattaki geçici süre ortaya çıkan yavaşlama sürecinde ihracatı desteklemek amacıyla ihracatçıya stok finansmanı desteği verilmiştir.

-
- 500 bin liranın altındaki konutlarda kredilendirilebilir konut kredisi miktarı yüzde 80'den yüzde 90'a çıkartılmış ve asgari peşinatı ise yüzde 10'a düşürülmüştür.
 - Kredi Garanti Fonu kredi limiti 25 milyar lira iken bu limit 50 milyar liraya çıkartılmış, kredilerde öncelik ise bu zorlu süreçte gelişmelerden olumsuz yönde etkilendiği için likidite ihtiyacı ortaya çıkan ve teminat açığı bulunan firmalar ile KOBİ'lere destek amaçlı verilmiştir.

COVID-19 salgınının küresel anlamda ciddiye alınması gereken bir hastalık olduğu ve alınan önlemlerin en üst düzeye çıkarılması gerektiği Dünya Sağlık Örgütü tarafından vurgulanmıştır. Salgınla mücadelede ekonomik, sosyal ve finansal alanda çeşitli önlemler, yerinde tedbirler alınmış ve düzenlemeler yapılmıştır. COVID-19 salgın hastalığı ülkemiz ve dünya ekonomisinde bütün sektörlerde olduğu gibi bankacılık sektörünü de önemli ölçüde etkilemiştir. Bu bağlamda çalışmada Türkiye'nin bankacılık sisteminin koronavirüs sürecinde karşılaştığı zorlu durumlar incelenmiştir. Bankalar tarafından alınan önlemler, destek paketleri ve bankacılık faaliyetlerinde güncel durumlara göre değişen hizmetlerin neler olduğu detaylıca açıklanmıştır.

Yeni tip koronavirüsün oluşturduğu, ekonomik sorunsalın çözümü için bankalar birbiri ardına önlemler almaya çalışmışlardır. Bankacılıkta banka çalışanlarının çalışma sistemlerine ve saatlerine yönelik düzenleyici uygulamalar, mevcut ve yeni müşterilere yönelik alınan yeni aksiyonlar, şube lokasyonlarının mimari açıdan sosyal mesafeyi dikkate alacak şekilde yeniden düzenlenmesi, bankaların bilgi ve teknoloji sistemlerine yönelik alt yapı sistemlerini güncellemeleri, sağlık ve hijyen uygulamaları ve çeşitli finansal ürün ile yeniliklerin oluşturulması yönünde birçok adım atılmıştır. Ayrıca yapılan düzenlemeler kapsamında bankacılık faaliyetlerinin birçoğu şubelere gitmeye gerek kalmadan sadece internet ve dijital ortamlarda hızlıca yapılmasına ve hizmetlerde daha güvenli sistemlerin oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. Türk bankacılık sistemi yenilenen teknolojik uygulamaları aktif bir şekilde kullanarak, güncel duruma göre banka hedef ve politikalarını revize etmiştir. Böylece müşterilerine sağlıklı ve kesintisiz hizmetler sunmaya devam etmiştir.

Yapılan düzenlemelerin bankalara aşırı yük getirmediği ve bankaların hareket kabiliyetini azaltmadığı ve düzenlemelerin dengeli bir şekilde yapıldığı söylenebilir. Böylece, bankalar kendilerinden beklenen fonksiyonları bu salgın sürecinde tam olarak yerine getirebilmiş, yatırımları ve ekonomik aktiviteleri hızlı bir şekilde finanse etmeye devam ederek ekonomik büyümeye destek olmaya devam etmiştir. Türkiye’de ilk koronavirüs (COVID-19) vaka-sının laboratuvar ortamında onaylanmasıyla birlikte Türkiye’de bankacılık sektörü yeni tip koronavirüs ile mücadelede değişen koşullara vakit kaybetmeden güvenli bir şekilde uyum sağlamıştır. Sonuç olarak, Dünyanın yaşadığı salgın hastalık krizine en hazır sektörlerden birinin ülkemizde bankacılık sektörü olduğu söylenebilir.

7. SONUÇ

Bankacılık sektöründe müşterilerin sıklıkla kullandıkları bankacılık hizmetleri ve alternatif dağıtım kanalları tercihinde etkili olan faktörlerin irdelenmesine yönelik bu çalışmada Balıkesir şehir merkezindeki banka müşterileriyle yüz yüze görüşme yapıldı. Araştırmada ilk olarak anket uygulamasına katılan banka müşterilerinin demografik özellikleri ve alternatif dağıtım kanalları kullanım bilgileri sunuldu. Demografik özelliklere bakıldığında; katılımcıların profilinin ağırlıklı olarak genç (40 yaş altı %57), erkek (%61), evli (%67,3), orta tahsilli (ilköğretim-lise-önlisans %69.1) ve orta gelirli (1.300-4500 TL arası geliri olan %75.8) oldukları söylenebilir.

Araştırmaya katılan banka müşterilerinin bankacılık işlemlerinde alternatif dağıtım kanalları kullanım oranlarına bakıldığında; %87.5 oranında katılımcının alternatif dağıtım kanalı kullanımını tercih ettiklerini, %12.5 oranında katılımcının ise şubeye gitmeyi tercih ettikleri saptandı. Kişilerin alternatif dağıtım kanalı tercihleri değerlendirildiğinde bankacılık işlemlerini en fazla ATM (%36.57) ve İnternet bankacılığı (%35.42) aracılığıyla gerçekleştirdikleri anlaşıldı. Araştırma kapsamında anketi yanıtlayan katılımcıların, alternatif dağıtım kanalı olarak ATM tercih edenlerin en sık gerçekleştirdikleri işlemin ‘Hesaba para yatırma/çekme’ (%38.2) olduğu saptandı. Araştırma kapsamında anketi yanıtlayan katılımcıların, alternatif dağıtım kanalı olarak İnternet Bankacılığı tercih edenlerin en sık gerçekleştirdikleri işlemin ‘Hesaptan para gönderme (Havale/EFT)’ (%35.5) olduğu saptandı. Bu durum, banka şubasından yapılacak işlemlerde alınacak masrafin, aynı işlemin internet bankacılığı ile gerçekleştirilmesi durumunda alınacak masraftan çok fazla olmasından kaynaklanabilir. Alternatif dağı-

tım kanallarından en sık Mobil Bankacılık kullananların gerçekleştirdikleri işlemlere bakıldığında kullanıcıların en sık 'Hesap bakiyesi görüntüleme' işlemi (%36.7) ve 'kredi kartı borcu ödeme' (%27.6) işlemlerini gerçekleştirdikleri saptandı. Anket çalışmasına katılan katılımcılardan hiç birisinin en sık kullandığı alternatif dağıtım kanalı 'Telefon Bankacılığı' olarak saptanmadı. Kişilerin en sık kullandığı ADK olmamasına rağmen, ADK kullanan 350 kişinin 'Telefon Bankacılığı' ile en sık yapılan işlemlere bakıldığında; en sık 'şifre işlemleri' (%58.5) ve 'Kayıp, çalıntı ve şüpheli işlem bildirme' (%35.8) olduğu saptandı.

Araştırma, bankacılıkta alternatif dağıtım kanallarının banka müşterileri tarafından kullanımının değerlendirilmesini içermesinden dolayı, bu hizmetin pazarlaması konusunda literatüre katkı sağlamaktadır. Banka müşterilerin beklentilerinin zamanla farklılaşması nedeniyle; farklı coğrafi bölgelerde yapılacak yeni çalışmalar konuyu güncelleme açısından fayda sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akbulak, Y. (2020). COVID-19 salgınının ekonomik etkileri için ne yaptık? <https://www.dunya.com/kose-yazisi/covid-19-salgininekonomik-etkileri-icin-ne-yaptik/470268>, Erişim Tarihi:14.05.2020
- Akca, M., & Tepe Küçüköğlu, M. (2020). COVID-19 ve İş Yaşamına Etkileri: Evden Çalışma. *Journal of International Management, Educational and Economics Perspectives*, 8(1), 71-81
- ALTAN, Mikail ve Fehmi KARASİOĞLU(2004). , "İnternet Bankacılığının Toplum Katmanlarıncı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiri Kitabı, 25 - 26 KASIM 2004, Eskişehir .
- Altınışık, F. (2010). Şimdi On-Line Bankacılık Moda. *Bankacılık Dergisi: Dünya Dosyaları(-Mart)*, 10-12.
- Arabacı H.& Yücel D.(2020). COVID-19 Pandemisinin Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Etkisi, *Social Sciences Research Journal*, 9 (3), 196-208.
- Aydın, N. (2006). Bankacılık Uygulamaları, Anadolu Üniversitesi Yayın No 1711, Eskişehir.
- Ayanoğlu, Y. (2013). Bankaların Yönetimi ve Denetimi. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2746, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1704. Eskişehir.
- Babuşcu, Ş. (2005). Basel II Düzenlemeleri Çerçevesinde Bankalarda Risk Yönetimi. 1. Baskı. Ankara: Akademi Consulting and Training.
- Beybur, M., Çetinkaya, M. (2020). Covid 19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 148-163
- Dolanbay, C. (2000). Yeni Ekonomide Başarının Anahtarı E-Ticaret Strateji ve Yöntemler. Meteksan AŞ. Ankara.s.18.
- Dunnewijk, T., & Hultén: (2007). A Brief History of Mobile Communication in Europe. *Teleomatics and Informatics*, 24(3), 164-179. DOI: 10.1016/j.tele.2007.01.013
- Elhadeif: ve Hatipoğlu, M. (2012). "Global Bireysel Bankacılık Araştırması Türkiye Raporu," Ernst & Young Corp., 2012.
- Eriş, H. (2013). TC Anadolu Üniversitesi Yayını no: 2953 Açıköğretim Fakültesi Yayını no: 1908. Bankacılık hizmet ürünleri. Eskişehir.s.170-7.
- İş Bankası (2020). <https://www.isbank.com.tr> / Erişim Tarihi:18.05.2020.
- Kansu, M. (2000). "Telefon Bankacılığı", Banka ve Para Teknolojileri Dergisi:10: 20.
- Kaya, F. (2009, 01). Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması. *Türkiye Bankalar Birliği*(263): 11. www.tbb.org.tr. adresinden alındı.
- Kayakuş, M. (2020). Bankacılık ve Finans Alanında Faaliyet Gösteren Kuruluşların İnternet Bankacılığı Altyapısının Araştırılması, İş Dünyası Metaforları: Akademik Değerlendirmeler, SRA Academic Publishing, Klaipeda, pp.153-172.
- Korkmaz:, & Gövdeli, Y. E. (2005). Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi. *Endüstriyel Sanatlar*

- Keskin, E. ve İnanc, E. A. (2008). 50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türk Bankacılık Site-mi."1958 – 2007". Türkiye Bankalar Birliği Yayınları. İstanbul.s: 1-20.
- Korkmaz: ve Gövdeli, Y, E. (2005). Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürün-leri İle Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi. Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, 15(1-20).
- KPMG (2020). COVID-19 Krizinde İki Temel Bankacılık Aracı /<https://home.kpmg/tr/tr/home/gorusler/2020/03/covid-19-krizinde-iki-temel-bankacilik-araci.html/> Erişim Ta-rihi: 30.05.2020
- Okur, M. A. (2020). COVID-19 Salgını, Dünya Düzeni ve Türkiye. Akademik Hassasiyetler, 7 (13), 311-335.
- Kuzu, Ö., H. (2013). Türk Bankacılık Sektöründeki Yeniden Yapılandırmaların Tarihsel Gelişim İçerisinde Analitik Olarak İncelenmesi, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakül-tesi Dergisi, c.2:4:29-30.
- Polatoğlu, V. Nui ve Ekin: (2001), " An Empirical Investigation of Turkish Consumers' Acceptance of Internet Banking Services", Interneational Journal of Bank Marketing, 19(4), 156-65.
- Ouren, J., Singer, M., Stephenson, J., & Weinberg, A. L. (1998). Electronic Bill Payment and Pre-sentment: The Options for Banks Are Becoming Clear. The McKinsey Quartely(4), 98-106
- Reis, Z. A. ve Gülseçen: ve Bayrakdar, B. (2010). Akademik Bilişim'10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri 10 - 12 Şubat Muğla Üniversitesi.
- Sardana, V., & Singhania: (2018). Digital Technology in the Realm of Banking: A Review of Literature. International Journal of Research in Finance and Management, 1(2), 28- 32.
- TAN, Margaret and Thompson S. H. TEO, (2000), "Factors influencing the adoption of internet banking", Journal of the Association for Information Systems, Vol. 1 No. 5.
- Tarlan: (1986). Tarihte Bankacılık. Başbakanlık Basımevi. Ankara; s:29.
- TBB (2020). Koronavirüsü Salgını Nedeniyle Ekonomik Faaliyetin Desteklenmesi Amacıyla Bankacılık Sektöründe Alınan Önlemler ve Uygulamalar, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/7668/Onlemler_ve_Uygulamalar_050620.pdf/ Erişim tari-hi:10.09.2020.
- Uzundağ, Ş. (2013). Türkiye'de İnternet Bankacılığının Gelişimi Ve İnternet Bankacılığına İliş-kin Tüketici Davranışları Analizi.Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üni-versitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yazıcı, M. (2011). Bankacılığa Giriş, Beta Yayınları, 1. Baskı, İstanbul. s:25.
- Yurttadır, M., & Süzen, E. (2016). Türkiye'de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yak-laşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama. Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergi-si, 8(1), 93-120.

Zarakolu, A. (1973). 'Cumhuriyet'in 50. Yılında Memleketimizde Bankacılık', TBB, Ankara, No:61: 28

Zeydan, Ö. (2006). Kişisel Bilgisayarlar Ve İnternet Güvenliği. XI. Türkiye'de İnternet Konferansı.

<http://www1.ericsson.com.tr/mobilityworld/articles/essentials/103801-28082001.htm>
28.08.2001

<https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59>

SONUÇ

Covid-19 salgını Aralık 2019 yılında başladıktan kısa bir zaman dilimi içerisinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Özellikle dünya ekonomilerini etkisi altına alması sonucu bu alana yapılan yayınlarda artış gözlenmiştir. Çalışmada bu etkinin nasıl olduğu ve hangi boyutlara ulaştığı incelenmiştir. Ayrıca çalışma sonucunda pandemi öncesi dönemle karşılaştırıldığında bazı sektörlerin salgından olumsuz etkilendiği görülürken, bazı sektörlerin gerek pandeminin gerekliliği nedeniyle gerekse de pandemiye ayak uydurması sebebiyle parladığı görülmüştür. Yapılan çalışmada bulgular şu yöndedir:

-Önceki döneme göre pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemleri artmıştır. Pandeminin her ne kadar hastalık boyutunun ülkeye getirdiği maliyetleri olsa da, bu kriz ortamını fırsata çevirerek bankacılık işlemlerinin yürütülmesini sağlayan, ülke ekonomisi için stratejik öneme sahip olan bir bankacılık sektörünün ülkeye güven vermesi ülke ekonomisi açısından son derece önemlidir.

- Pandemi çoğu sektörü olumsuz olarak etkilerken tekstil, gıda gibi sektörleri ise ilk aşamada olumlu olarak etkilemiştir. Bunun sebebi pandemi başladığındaki belirsizlik, karantina gibi durumların hane halklarını gıda stoklamaya yönlendirmesidir. Pandeminin başında yapılan çalışmalarda turizm sektörünün en olumsuz etkilenen sektörlerden biri olarak görülmesinin sebebi uygulanan karantina kuralları ve kısıtlamalar, tatil ve gezilerdeki sınırlamalardır. Bu bağlamda sektörün getirisinde de büyük bir düşüş yaşanmıştır. Ancak daha sonra kısıtlamaların azaltılması/kaldırılması sonucu en yüksek ortalama getirinin turizm sektörüne ait olduğu tespit edilmiştir.

- Pandemiden dolayı TZ ağ yapısında bozulmalar meydana gelmiştir. Bazı ürünlere talep azalırken bazı ürünlerde talep artışları görülmüştür. Bunlara bağlı olarak TZ performans etkenlerinden bazılarında (kalite, esneklik, teslimat, maliyet ve fiyat) ciddi değişimler meydana gelmiştir. Bu durumları etkisi ile tüm dünya ekonomisi ciddi şekilde etkilenmiştir.

- Türkiye’de pandemi döneminde çeşitli ekonomik tedbirler alınmış, istihdama yönelik teşvik paketleri uygulanmıştır. Kamu sektörüne personel alınmış, özel sektörde işten çıkarma zorlaştırılmış, kısa çalışma ödeneği, nakdi destek gibi uygulamalara gidilmiştir. Bunun yanı sıra işletmeler için de çeşitli vergi indirimleri ve ötelemelerin ve kredi destek paketleri uygulanmıştır.

YAZARLAR HAKKINDA

Doç. Dr. Nur DİLBAZ ALACAHAN

Lisans eğitimini 1999-2003 yılları arasında Trakya Üniversitesi İİBF İktisat bölümünde tamamladı. Yüksek Lisansı'na 2003 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü iktisat bölümünde başladı. 2004 yılında Comu Biga İİBF'ye iktisat bölümüne araştırma görevlisi olarak atandı. 2006'da yüksek lisans eğitimini tamamlayarak doktora eğitimini İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü iktisat bölümünde yaptı. Doktora eğitimini de 2011'de tamamlayarak 2014 yılında Comu Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nde Yrd. Doç. Dr. oldu. 2018 yılında doçentliğini alarak Doç. Dr. oldu. Halen Comu Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nde Bankacılık ve Finans Bölümü'nde Doç. Dr. olarak görev yapmaktadır.

Öğr. Gör. Yağmur AKARSU

11.06.1987 yılında doğan Yağmur AKARSU, 2005 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünden mezun oldu. Yüksek lisans eğitimini 2016 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İktisat bölümünde tamamladı. 2014 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Gökçeada Meslek Yüksek Okulu'nda 31. maddeden çalışmaya başladı. 2017 yılında Gökçeada Meslek Yüksek Okulu'na Öğretim Görevlisi olarak atandı. Halen Öğretim Görevlisi olarak Yönetim ve Organizasyon bölümünde çalışmaktadır.

Arş. Gör. Dr. Esra DEMİREL

Lisansını 2011 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Matematik Mühendisliği Bölümünde tamamladı. Yüksek lisansını 2013-2016 yılları arasında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Matematik Bölümü'nde yaptı. 2017 yılında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü'nde doktora başlayarak 2021 yılında mezun oldu. 2012 yılından beri Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümünde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

Öğr. Gör. Dr. Ramazan YILDIZ

1978 yılı Mersin İli Erdemli İlçesi'nde doğdu. Balıkesir Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Endüstri Mühendisliği'nde lisansını bitirdi. Yüksek lisans eğitimini Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstri Mühendisliği'nde tamamladı. Doktora öğrenimini, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme alanında tamamladı. Yaklaşık 3 yıl yurt dışında çok uluslu uluslararası şirkette olmak üzere, uzun süre yurt içinde farklı işletmelerde, "üretim ve lojistik mühendisi", "üretim planlama mühendisi", "üretim planlama şefi" ve kısa süreliğine fabrika müdürlüğü yaptı. 2012 yılından başlamak üzere, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yenice Meslek Yüksekokulu Yönetim ve Organizasyon Bölümü'nde öğretim görevlisi olarak görev yapmaktadır.

Ege ÖZER

1996 yılında Londra'da doğdu. Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümünden 2019 yılında mezun oldu. Şu anda Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bankacılık ve Finans Bölümünde yüksek lisans yapmaktadır. Ekim 2020 tarihinden itibaren, Troya Çevre Derneği bünyesinde, AB Horizon 2020 Programı kapsamındaki VPP4Islands Projesi'nde proje asistanı olarak çalışmaktadır.

Tuğba BİLCAN

2014 yılında Hacı Fatma Bodur Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde Bilişim Teknolojileri / Web Tasarım bölümünü dördüncülükle bitirdi. Eğitiminin son sınıfında Türkiye Kömür İşletmesi Çanakkale / Çan firmasının İnsan Kaynakları departmanında dokuz aylık bir süreçte staj yapma imkanı buldu. 2016 yılında Balıkesir Üniversitesi / Bilgisayar Programcılığı bölümünden mezun oldu. Bu eğitiminin birinci sınıfın yaz dönemindeki 30 iş günü kadar olan bir süreçte stajını Kaleseramik Fabrikası Çanakkale / Çan firmasında Bilgi İşlem departmanında tamamladı. 2020 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi / İşletme bölümünü dördüncülükle bitirdi. Eğitiminin son sınıfının güz döneminde de isteğe bağlı olarak Vakıfbank Trakya Bölge Müdürlüğündeki Bölge Krediler biriminde stajını tamamladı. 2020 yılında Çanakkale 18 Mart Üniversitesi / Bankacılık ve Finans bölümünde tezli yüksek

lisansa başladı. Yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. Ayrıca Balıkesir/ Bandırma Hidrojen Peroksit A.Ş. firmasında Muhasebe departmanında çalışmaktadır.

Hanife BAYDAR

12.01.1984 yılı Çanakkale Yenice doğdu. İlköğretim ve lise hayatını Yenice’de tamamladı. 2002-2006 yıllarında Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye bölümünü bitirdi. 2007 yılında Vakıfbank’ta çalışmaya başladı ve halen bu görevi yerine getirmektedir. 2016-2018 Atatürk Üniversitesi Adalet Bölümü’nü bitirdi. 2020-2021 yılları arası Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bankacılık ve Finans Bölümü Tezsiz Yüksek Lisansını tamamladı. Evli ve 2 çocuk annesidir.

Sefer BAYDAR

02.09.1982 Malkara doğumludur. İlköğretim ve lise hayatını Malkara’da tamamladı. 2001-2005 yıllarında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sınıf Öğretmenliği bölümünü tamamladı. 2005 yılında Çanakkale’nin Yenice ilçesinde öğretmenlik mesleğine başladı. 2010-2021 yılları arasında Çan’da öğretmenlik yaptıktan sonra Lapseki Umurbey İlkokulunda müdür yardımcısı olarak çalışmaya başladı ve halen bu görevde çalışmaktayım. 2021 yılında başladığı Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Ekonomisi üzerine yüksek lisans öğrenimini sürdürmektedir.



HOLISTENCE publications

Adres

Sarıcaeli Köyü, Sarıcaeli Yerleşkesi
ÇOMÜ Teknopark No:29 D. 119
Merkez/ÇANAKKALE / TÜRKİYE

Telefon

(+90) 530 638 70 17

Web

<http://publications.holistence.com>

E-mail

contact@holistence.com

978-625-7047-86-9



9 786257 047869



holistence

