

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TÜRKİYE’DE KULLANILAN ÖDEME VE FİNANSAL YATIRIM
ARAÇLARI ÜZERİNDE KUŞAKLARARASI FARKLILIĞIN ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
DUYGU MADENOĞLU
1641040006

DANIŞMAN
Prof. Dr. ALİ BAYRAKDAROĞLU

Şubat, 2020
MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE KULLANILAN ÖDEME VE FİNANSAL YATIRIM
ARAÇLARI ÜZERİNDE KUŞAKLARARASI FARKLILIĞIN ANALİZİ

DUYGU MADENOĞLU

Sosyal Bilimler Enstitüsünce
Tezli Yüksek Lisans
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 25./02/2020

Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 03/02/2020

Tez Danışmanı: Prof.Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU

Jüri Üyesi : Prof.Dr. Famil ŞAMİLOĞLU

Jüri Üyesi : Prof.Dr. İlhan EGE

Enstitü Müdürü: Prof.Dr. Bayram COŞKUN

ŞUBAT, 2020
MUĞLA

TUTANAK

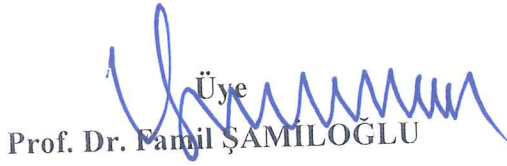
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 25/12/2019 tarih ve 921/2 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, İşletme Anabilim Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** öğrencisi Duygu Madenoğlu'nun "**Türkiye'de Kullanılan Ödeme ve Finansal Yatırım Araçları Üzerinde Kuşaklararası Farklılığın Analizi**" adlı tezini incelemiş ve aday 03/02/2020 tarihinde saat 14:30'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin **kabul** edildiğine **oy birliği** ile karar verildi.



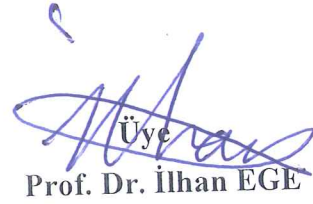
Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU



Üye

Prof. Dr. Famiil ŞAMILOĞLU



Üye

Prof. Dr. İlhan EGE

YEMİN

Yüksek Lisans/Doktora tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Kullanılan Ödeme ve Finansal Yatırım Araçları Üzerinde Kuşaklararası Farklılığın Analizi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

03/02/2020

DUYGU MADENOĞLU

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

Soyadı : Madenoğlu

Adı : Duygu

Referans No: 10327630

TEZİN ADI

**Türkçe: Türkiye’de Kullanılan Ödeme ve Finansal Yatırım Araçları Üzerinde
Kuşaklararası Farklılığın Analizi**

**Y. Dil: Analysis of Intergenerational Differences on Payment and Financial Investment
Instruments Used in Turkey**

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans

Doktora

Sanatta Yeterlilik

X

O

O

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Fakülte :

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Diğer Kuruluşlar :

Tarih : 03/02/2020

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayınlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : Ali Bayrakdaroğlu

Unvanı : Prof. Dr.

TEZİN YAZILDIĞI DİL : Türkçe

TEZİN SAYFA SAYISI: 159

TEZİN KONUSU (KONULARI) : Kuşaklararası Farklılıkların İncelenmesi, Ödeme Araçları, Finansal Yatırım Araçları

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELEER (En az üç en fazla beş adet):

1. Kuşak kavramı
2. Kuşaklararası Farklılıklar
3. Yatırım Araçları
4. Ödeme Araçları
- 5.

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELEER:

1. Concept of Generation
2. Differences Between Generations
3. Investment Instruments
4. Payment Instruments
- 5.

- | | |
|---|---|
| 1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum | X |
| 2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir | O |
| 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir | O |

Yazarın İmzası :



Tarih : 03 /02/2020

ÖZET

Kuşak, nesil veya bir diğer adıyla jenerasyon kavramı; aynı zaman diliminde doğmuş ve aynı dönemin sunduğu şartlarda büyüyerek, benzer deneyimlere tanıklık etmiş ve benzer sorumlulukların yüklenmiş olduğu kişiler topluluğuna denilmektedir. Geçmişte 15 ile 20 yıllık zaman diliminde kuşakların değiştiği gözlemlenirken, günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle bu zaman aralığında kısalma yaşanmaya başlanmıştır.

Her kuşak grubu yaşadığı dönemin teknolojik, ekonomik, siyasi ve sosyal alanda meydana gelen gelişmelerden etkilenecek toplumların kültürel yapılarında bazı farklılıklara yol açmaktadır. Oluşan bu farklılıklara bağlı olarak kuşakların karakteristik özellikleri birbirinden farklılaşarak tasarruflarını değerlendirmede kullanacakları yatırım araçları, değiş-tokuşu gerçekleştirirken tercih edecekleri ödeme araçları, finansal okur-yazarlık düzeyleri birbirlerinden farklılaşma göstermektedir.

Bu çalışmada, teknolojiyle birlikte hayatımıza giren yeni yatırım araçları ve ödeme araçlarını, kuşaklararası farklılıkları göz önünde bulundurarak finansal yönetime etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi seçilmiştir ve 716 denekten araştırma verileri toplanarak, parametrik olmayan istatistik yöntemlerinden birisi olan ki-kare bağımsızlık testleri uygulanmıştır. Sonuç olarak yapılan testler ile kuşaklararası farklılığın, ödeme ve yatırım araçları üzerinde etkisinin olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kuşak Kavramı, Kuşaklararası Farklılıklar, Yatırım Araçları, Ödeme Araçları

ABSTRACT

Posterity, peers or also known as generation is the name given to the whole community of people who are born in approximately in the same time period, witnessed the same life experiences and are held responsible for similar responsibilities. It is observed in the past that these generations have been changing in 15 or 20 years; however, length of these periods are shortened because of current technological developments and globalization. Each generation affects the cultural structures of the society while being affected by technological, economical, political and social developments. Characteristics vary, derived from the difference between the generations, in investment instruments that they use while making use of their savings, payment methods whilst conducting trade and their levels of financial literacy.

In this study, effects on financial management are tried to be determined while taking new investment and payment instruments in our lives and differences between generations in consideration.

Data in this paper was gathered using the questionnaire method and chi square independence testing technique, which is one of the non-parametric statistical techniques, was applied gathering data from 716 participants. As a result with the tests conducted it is determined that difference between generations has an effect on the payment and investment instruments.

Keywords: Concept of Generation, Differences Between Generations, Investment Instruments, Payment Instruments.

ÖNSÖZ

Tez konusunu seçerken isteklerimi göz önünde bulunduran ve bu zorlu tez sürecinde desteğini ve katkılarını benden esirgemeyerek, yanımda olan değerli hocam ve tez danışmanım Prof. Dr. Ali BAYRAKDAROĞLU'na teşekkürlerimi sunarım.

Muğla, 2020

Duygu MADENOĞLU



İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	I
İÇİNDEKİLER	II
TABLolar LİSTESİ.....	V
KISALTMALAR	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KUŞAKLAR

1.1. Kuşak kavramı.....	4
1.2. Kuşakların Sınıflandırılması.....	9
1.2.1 Sessiz Kuşak (Gelenekselciler).....	12
1.2.2. Baby Boomers (Patlama) Kuşağı.....	15
1.2.3. X Kuşağı (Baby Busters)	17
1.2.4. Y Kuşağı (Echo Boom/Next Generation).....	20
1.2.5. Milenyum Kuşağı (Millenials).....	22
1.2.6. Z Kuşağı.....	23
1.3. Kuşaklararası Farklılıklar	25

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARI

2.1. Finansal Yatırım Araçları Kavramı	33
2.2. Finansal Yatırım Araçları Sınıflandırılması	34
2.2.1. Pay (hisse) senetleri	35
2.2.1.1. Pay Senedi Türevleri	41
2.2.1.1.1. Katılma İntifa Senetleri (KİS)	41
2.2.1.1.2. Kar-Zarar Ortaklığı Belgeleri (KZOB)	42

2.2.1.1.3. Oydan Yoksun Pay Senetleri (OYPS).....	43
2.2.2. Tahviller.....	45
2.2.2.1. Tahvil Türevleri	49
2.2.2.1.1.Rüçhan Haklı Tahviller	49
2.2.2.1.2. Kara İştirakli Tahviller	49
2.2.2.1.3. Hisse Senetleri ile Değiştirilebilir Tahviller.....	50
2.2.3. Bonolar.....	52
2.2.3.1. Hazine Bonosu	52
2.2.3.2. Finansman Bonosu	53
2.2.3.3. Banka Bonoları ve Banka Getirili Bonolar	55
2.2.3.4. Kıymetli Maden Bonoları	56
2.2.4. Gelir Ortaklığı Senetleri (GOS).....	56
2.2.5. Gayrimenkul Sertifikaları	57
2.2.6. Varlığa Dayalı Menkul Kıymetler (VDMK)	58
2.2.7. Yatırım Fonu Katılma Belgeleri	59
2.2.8. Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası Araçları (VİOP)	61
2.2.9. İpoteğe Dayalı Menkul Kıymetler	63
2.2.10. Varantlar	64
2.2.11. Kira Sertifikası (Sukuk).....	67
2.2.12. Borsa Yatırım Fonları	69
2.1.13. Kıymetli Madenler ve Kıymetli Taşlar	70

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖDEME ARAÇLARI

3.1. Ödeme Araçları Kavramı	71
3.2. Ödeme Araçlarının Sınıflandırılması	71

3.2.1. Kartlı Ödeme Araçları	75
3.2.2. Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT) ve Havale Ödeme Araçları	81
3.2.3. Online ve Mobil Cüzdanlar.....	82
3.2.4. GSM Tabanlı Ödeme Araçları.....	92
3.2.5. Yeni Nesil Ödeme Araçları (Sanal POS).....	96

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KUŞAKLARA GÖRE YATIRIM VE ÖDEME ARAÇLARININ FARKLILIĞININ İNCELENMESİ

4.1. Araştırmanın Amacı	106
4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem Süreci	106
4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı	107
4.4. Araştırma Hipotezleri	107
4.5. Verilerin Analizi.....	108
4.6. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi	108
4.6.1. Tanımlayıcı İstatistik Bulguları	108
4.6.2. Ki-Kare Bağımsızlık Testi	117
4.6.2.1. X ve Y Kuşağı İçerisinde Ki-kare Bağımsızlık Testleri	123
4.6.2.1.1. X İçerisinde Ki-kare Bağımsızlık Testleri.....	124
4.6.2.1.2. Y İçerisinde Ki-kare Bağımsızlık Testleri.....	127
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	130
KAYNAKÇA	135

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Kuşakların Sınıflandırılması	11
Tablo 2. 1929 Türkiye Verileri	13
Tablo 3. 1945 Türkiye Verileri	15
Tablo 4. 1964 Türkiye Verileri	17
Tablo 5. 1979 Türkiye Verileri	19
Tablo 6. 1994 Türkiye Verileri	22
Tablo 7. 2002 Türkiye Verileri	23
Tablo 8. 2010 Türkiye Verileri	24
Tablo 9. Dünya Literatüründeki Kuşakların Özellikleri	27
Tablo 10. Dünya Literatüründeki Kuşakların Yaşadıkları Önemli Olaylar	28
Tablo 11. Kuşaklar Arasındaki Farklılıkların Düzeyi	29
Tablo 12. Kuşakların Örgüt İçerisindeki Farklılıkları	30
Tablo 13. Türkiye’de Nüfusun Kuşaklara Göre Dağılımı	32
Tablo 14. Pay Senedi İşlem Hacmi 2018	38
Tablo 15. Yıllara Göre Pay Senetlerinin İşlem ve Hacimleri	44
Tablo 16. Yıllara Göre Pay Senetleri İşlem Hacimleri (Milyon TL).	44
Tablo 17. Tahvillerin Derecelendirilmesi	51
Tablo 18. Varant Fiyatına Etki Eden Unsurlar	65
Tablo 19. Varant ile Opsiyonun Temel Farklılıkları	66
Tablo 20. 2009-2018 Yılları Arasında Tedavülde Bulunan Banknot Tutarı ve Adet Sayısı	73
Tablo 21. Türkiye’de 2017-2018 Para Arzı Karşılaştırılması	74
Tablo 22. Yıllara Göre ATM, POS, Banka ve Kredi Kartı Sayıları	77
Tablo 23. Kart Sayıları ve Kartlı Ödeme Tutarındaki Gelişmeler	78

Tablo 24. Sektörlere Göre Kartlı Ödeme Tutarı	78
Tablo 25. Kağıt Para, Elektronik Para ve Banka Kartlarının Karakteristik Özellikleri	80
Tablo 26. Vodafone Nakit Kart Bakiye Yükleme Fiyatlandırılması	89
Tablo 27. DenizBank FastPay İşlem Limitleri.....	90
Tablo 28. İnternet Servis Sağlayıcısı Sıralaması.....	97
Tablo 29. Asseco SEE Şirketinin 2016-2017 Yılları Arasındaki Mali Değişimler .	100
Tablo 30. Iyzico Uygulamasında Alıcı ve Satıcı Güvenliği	102
Tablo 31. 2014 ile 2015 Yıllarında PayU Kullanımının Kategorisel Olarak Değerlendirilmesi.....	104
Tablo 32. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Dağılımları.....	109
Tablo 33. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik ve Finansal-Teknolojik Yatırım Bulguları	110
Tablo 34. Katılımcıların Finansal Yatırımlara Yönelik Bulguları (1)	111
Tablo 35. Katılımcıların Finansal Yatırımlara Yönelik Bulguları (2).....	112
Tablo 35. Katılımcıların Finansal Yatırımlara ve Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları (2).....	112
Tablo 36. Katılımcıların Finansal Yatırımlara ve Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları (3).....	113
Tablo 37. Katılımcıların Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları (4).....	114
Tablo 38. Katılımcıların Online Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları.....	115
Tablo 39. Katılımcıların Nakit Dışı Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları	116
Tablo 40. Kuşaklara Göre Finansal Eğitim Düzeyi	117
Tablo 41. Kuşaklara Göre Finansal Yatırım Yapma Düzeyi	118
Tablo 42. Kuşakların Finansal Yatırımlardan Temel Beklentileri.....	118
Tablo 43. Kuşaklara Göre En Sık Tercih Edilen Finansal Yatırım Araçları	119

Tablo 44. Kuşakların Yatırım Kararı Almalarında ve Portföylerini İzlemede Kullandıkları Bilgi Kaynakları	119
Tablo 45. Kuşaklara Göre Yatırım Kararlarında Bilgi Alma Sıklığı	120
Tablo 46. Kuşaklara Göre Yatırım Yapma Amaçları	121
Tablo 47. Kuşaklara Göre Yatırım Yaparken Risk Alma Düzeyi	121
Tablo 48. Kuşakların En Sık Kullandığı Ödeme Araçları	122
Tablo 49. Kuşaklara Göre Online Ödeme Araçları Kullanımı	122
Tablo 50. Teknolojinin ve İnternetin Finansal Yatırım ve Ödeme Araçlarına Etkisine Olan İnanç ile Akıllı Telefon ile Ödeme Yapma	123
Tablo 51. Cinsiyete Göre Finansal Yatırım Durumu	124
Tablo 52. Yaşa Göre Finansal Yatırım Durumu	124
Tablo 53. Medeni Duruma Göre Finansal Yatırım Durumu.....	124
Tablo 54. Eğitim Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu	125
Tablo 55. Meslek Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu	125
Tablo 56. Mevcut İstihdam Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu.....	126
Tablo 57. Gelir Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu.....	126
Tablo 58. Cinsiyete Göre Finansal Yatırım Durumu	127
Tablo 59. Yaşa Göre Finansal Yatırım Durumu	127
Tablo 60. Medeni Duruma Göre Finansal Yatırım Durumu.....	127
Tablo 61. Eğitim Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu	128
Tablo 62. Meslek Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu	128
Tablo 63. Mevcut İstihdam Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu.....	129
Tablo 64. Gelir Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu.....	129

KISALTMALAR

ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
ATM:	Otomatik Vezne Makinesi
BB:	Baby Boomers
BDDK:	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BIST:	Borsa İstanbul A.Ş.
BKM:	Bankalararası Kart Merkezi
EFT:	Elektronik Fon Transferi
GOS:	Gelir Ortaklığı Senetleri
KİS:	Katılma İntifa Senetleri
KZOB:	Kar- Zarar Ortaklığı Belgeleri
İMKB:	İstanbul Menkul Kıymet Borsası
OYPS:	Oydan Yoksun Pay Senetleri
POS:	Satış Noktası Terminali
S&P:	Standart&Poor's Corporation
SPK:	Sermaye Piyasası Kurulu
TCMB:	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TDK:	Türk Dil Kurumu
TSPB:	Türkiye Sermaye Piyasası Birliği
TTK:	Türk Ticaret Kanunu
TÜFE:	Tüketici Fiyat Endeksi
VDMK:	Varlığa Dayalı Menkul Kıymet
VİOP:	Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası
VKŞ:	Varlık Kiralama Şirketi

GİRİŞ

Kuşak olgusu tarihsel süreçte incelendiğinde, bazı yazılı kaynaklarda tartışmanın Antik Yunan'da yapıldığı görülürken, bazı kaynaklar ise eski Mısır Medeniyetlerine kadar dayandığını dile getirmektedir. Eski Mısır'da kuşakları ifade etmek için dini ve edebi karakterler kullanılırken, Antik Yunan'da Cronos soyunu taşıyanlara *altın kuşak*, Olympians soyunu taşıyanlara *gümüş kuşak*, savaşçı topluluklara *bronz kuşak* ve kahramanlara *demir kuşak* adı verilerek yaş aralıklarına bakılmadan, kronolojik olmayan bir sınıflandırma yapıldığı görülmektedir (Joshi ve Diğerleri, 2011: 179). Tarihsel süreçte günümüze dek birçok kültürel değişim yaşanmış olup, bu durum toplumsal ve bireysel anlamda düşünce ve tutumların sürekli değişmesine sebep olmuştur. Böylece insanlık tarihi boyunca aynı toplumun ve kültürün üyesi olsalar dahi, yaşanan/dünyaya geline zaman dilimine kriter olarak alındığında değişik zaman dilimlerinde yaşamış bireyler arasında önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde ekonomik ve politik uygulamalar, vergi politikaları, finansal durum ve krizler, özelleştirme politikaları, piyasaların yapısı ve işleyişi, global etkiler, ticaret politikaları, toplumsal yapı ve teknolojik ilerleme ülke sınırları içerisinde yaşayan bireylerin tutumları üzerinde temel belirleyici faktörleri oluşturmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde bu faktörlerdeki meydana gelen değişimler, bu tarihsel süreç içerisinde farklı zaman dilimlerinde dünyaya gelen/büyüyen bireylerin tutum ve davranışlarına da yansımaktadır. Dünya savaşları, ekonomik bunalımlar, siyasi ve toplumsal olayların sıklığı toplumsal değerleri ve bireysel tutumları sarsmakta, farklı zaman dilimlerinde yaşamış yeni ve yetişkin kuşaklar arasında kopukluklara ve tercihlerinde farklılıklara neden olmaktadır (Erden, 2012: 173).

Nesiller arasında görülen bu farklılıklar kuşak kavramının ortaya çıkmasına ve bu farklılıkların daha açık bir şekilde ortaya konulabilmesi amacıyla kuşaklar ekonomik, demografik, politik, psikolojik ve sosyolojik açılardan üzerinde uzun süredir incelenmektedir (Alwin ve McCammon, 2007: 219). Belli bir zaman aralığında doğan ve içinde yaşadığı zaman diliminde meydana gelen ekonomik, politik, toplumsal ve teknolojik değişimlere bağlı olarak bireylerin algıları, beklentileri ve davranışları benzerlik gösterdiği için bu bireyler aynı kuşak/jenerasyon içinde değerlendirilmektedir. Dünya genelinde ortalama 20 yıllık bir süreçte toplumsal

değerler anlamında birbirine benzer ama bir önceki zaman diliminden farklı bir kuşak ortaya çıkmaktadır.

Toplumsal yapıyı ve davranışları açıklayabilmek için öncelikle tarihsel süreçteki dönemleri anlamak ve bunun için de farklı zaman dilimlerinde yaşamış olan kuşakları inceleme altına almak gerekmektedir (Altuntuğ, 2012: 203). İlk olarak 19. yüzyılda başlayan kuşak kavramı üzerine çalışmalar, 20. yüzyılın ortalarında teorik bir yapıya kavuşmuş ve son 50-60 yıllık dönemde artarak devam etmektedir (Alwin ve McCammon, 2007: 219). Kuşak teorisi diğer birçok kurama nazaran yeni bir teori olmasına karşın, günümüz küresel dünyasının değişim hızı, bu teorinin araştırılma ihtiyacını doğurmuştur (Yalçın ve Diğerleri, 2013: 136). Böylece kuşaklararası farklılıklara neden olan faktörler üzerinde duran, kuşakları sınıflandıran ve sahip oldukları karakteristik özellikleri inceleyen araştırmaların yapılması neticesinde kuşak teorisi literatüre girmiştir.

Türkiye, 1980’li yıllardan günümüze kadar gerçekleşen zaman diliminde ekonomi alanında büyük değişiklikler kaydetmiş, ithal ikame stratejisine dayalı büyüme modeli yerine dışa dönük ve piyasa odaklı bir büyüme modelinin geliştirilmesiyle ekonomi dışa açılmıştır. Bu süreci hızlandırabilmek amacıyla yabancı sermaye yatırımları teşvik edilmiş ve farklı değişimler görülmüştür. Bankaların uluslar arası işleyiş koşuluna denk getirebilmek amacıyla denetimi tek bir yerden yapmak için, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) 23.06.1999 tarihinde kurulmuştur. Meydana gelen 2001 Türkiye ekonomik krizi sonucu banka faaliyetlerinin sistemi gözden geçirilmiş, gelişimi hızlandırmak adına bankalar yeni teknolojilere geçerek kullanım alanları ve hızlarını artırmıştır (TCMB, 2014: 1).

Teknolojik gelişmelere paralel olarak küreselleşme ve finansal piyasalardaki gelişmeler özellikle ödeme sistemlerinde önemli değişikliklere neden olmuştur. Finansal faaliyette büyüme ve buna bağlı olarak ödeme işlemlerinin miktar ve tutar olarak artması, bunun sonucunda bu işlemleri gerçekleştirecek daha çok elemana gereksinim duyulması, maliyetlerin sürekli yükselmesi, bilgi ve belgenin sürekli etkinliğinin artırılmasına yönelik arayışlar ödeme sistemlerinin gelişmesine ve buna bağlı olarak ödeme araçları ile yatırım araçlarının çeşitlenmesine ortam hazırlamıştır (Öz, 2011: 23). Yüksek kapasiteli telekomünikasyon hatları, güçlü bilgisayar

donanımları ve özel finans ağırları ile teknolojinin finans dünyasına sağlamış olduğu imkanlar sonucunda, özellikle bankalar olmak üzere birçok kuruluşun bilgiye ulaşması ve değerlendirmesi çok kolaylaşmış, uzaklık sorunu olmaktan çıkmış ve aktiviteler çeşitlilik kazanmıştır. Çeklerin, elektronik fon transferlerinin (EFT), kartlı ödeme araçları gibi alternatif ödeme araçlarının veya faiz ve döviz swapları, hisse senedi endeksli futures piyasaları gibi yatırım araçlarının çıkması da bu gelişmelerin sonucudur (Alponat, 2006: 18).

Kuşaklararası farklılıkların, bireylerin finansal yatırım ve ödeme araçları tercihlerindeki etkilerini ortaya koymak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada öncelikli literatür taraması yapılarak birinci bölümde kuşak kavramı açıklanacak, karakteristik özellikleri, benzerlik ve farklılıkları açıklanacak ve karşılaştırmalara yer verilecektir. İkinci bölümünde, finansal yatırım araçları ve üçüncü bölümünde ödeme araçları kavramları açıklanarak, fonksiyonları, özellikleri ve sınıflandırmalarına ilişkin bilgiler sunulacaktır. Çalışmanın dördüncü bölümü ise, yapılan saha araştırmasının konusu, amacı, yöntemi, evreni ve örneklemini ile araştırmadan elde edilen bulgular ve bulguların analiz edilmesinden oluşacaktır. Çalışmada kuşaklar kronolojik olarak; *Sessiz Kuşak* (1925-1945), *Baby Boomers Kuşağı* (1946-1964), *X Kuşağı* (1965-1979), *Y Kuşağı* (1980-1994), *Milenyum Kuşağı* (1995-2002) ve *Z Kuşağı* (2003 ve sonrası) şeklindeki bir sınıflandırma ile inceleme altına alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KUŞAKLAR

1.1. Kuşak kavramı

Kuşak, nesil ya da başka bir ifade ile jenerasyon kavramının kökeni Latince “*generare*” kelimesinden gelmektedir. Fransızcada “*generation*” şeklini alan bu kelime; doğuş, soy ve nesil anlamlarına gelirken, akrabalık terminolojisinde ise ebeveyn-çocuk ilişkisinin dönemsel olarak belirlenmesini ifade etmektedir (Oral, 2013: 2). TDK ise kuşak kelimesini “*birbirine yakın yıllarda dünyaya gelmiş, aynı dönemin sunduğu şartlarda büyüyen, bunun sonucunda benzer sıkıntılara ve olaylara tanıklık eden, benzer sorumlulukların yüklenmiş olduğu kişiler topluluğu*” olmak üzere tanımı yapılmaktadır (<http://sozluk.gov.tr/>). Yine TDK tarafından yayımlanan sözlüklerden birisi olan toplumbilim terimleri sözlüğünde kuşak kavramı; *yaklaşık olarak 25-30 yıllık yaş kümeleri oluşturan bireyler öbeği* olarak tanımlanmakta, *nesil* veya *jenerasyon* kelimeleri ile ifade edilmektedir. Felsefe terimleri sözlüğünde; “*aşağı yukarı aynı yıllarda doğmuş olup, aynı çağın koşullarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, yazgıları yaşamış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğu*” şeklinde tanımlanmaktadır. Tarih felsefesi ve kültür sözlüğünde ise; “*yeni bir anlayışta yeni bir yaşama duygusunda, yeni biçimlerde birleşen, eskiden belirgin çizgilerle ayrılan kişilerin topluluğu*” olarak tanımlanmaktadır (<http://tdk.gov.tr/>).

Biyolojik açıdan kuşak kavramı; ebeveynlerin ve çocukların doğumları arasındaki ortalama olarak zaman aralığını belirtmektedir (Keleş, 2011: 130). Geçmişte kuşakları belirleyen zaman aralıkları 20-25 yıllık döngüler iken, günümüzde çocuk sahibi olma ve evlenme yaşının ötelenmesinden dolayı kuşakların belli bir zaman aralığına göre belirlenmesi geçerliliğini yitirmiştir. Biyolojik tanımlama yerine sosyolojik olarak kuşakları tanımlamak, kuşakların karakteristik özelliklerini tanımlanması ve açıklanması açısından genel bir kabul görmüştür (Tekin, 2015: 4). Kupperschmidt kuşak kavramını belli bir zaman aralığında dünyaya gelen, yaşları, toplumsal alanları, gelişimlerinde rol oynayan önemli olayların ortak olduğu insan grubu olarak ifade ederken; kuşakları da kendi içinde ilk dalga, çekirdek grup ve son

dalga olmak üzere 5'er yıllık alt gruplara ayırmaktadır (Constanza ve Diğerleri, 2012: 377).

İnsanın sergilemekte olduğu davranış biçimleri, 1950'li yıllarda ABD'de ortaya çıkan *yaşam seyri teorisine* göre ilk kez biyolojik, psikolojik ve sosyolojik olmak üzere üç alanda sistematik olarak araştırılmıştır (Toruntay, 2011: 64). *Kuşak teorisi* ise aynı zaman aralıklarında, toplumlarda meydana gelen önemli olaylar, siyasi tehdit oluşturabilecek sorunlar, sosyal ve ekonomik alanlarda yaşanan değişimler, kıtlık veya güvenlik sorunları gibi konularda bireylerin sergiledikleri ortak tutum ve düşünceleri ifade etmektedir (Lamm ve Meeks, 2009: 615). Bu yüzden kuşakları, yalnızca yaşadıkları zaman aralığına göre sınıflandırmak yeterli olmayıp, coğrafi ve kültürel farklılıkları da göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Zemke ve Diğerleri, 2013: 4). Bilimsel literatüre bakıldığında doğum oranı ve yaşanan belirgin olaylar, kuşakları tanımlamadaki esas kriterler olarak karşımıza çıkmaktadır (Crumpacker ve Crumpacker, 2007: 351). Lower her kuşağın kendine ait tutum ve düşünceleri olacağı üzere, iyi ve kötü yönlerinin de olacağını dile getirmektedir (Keleş, 2011: 131). Burke çalışmasında yeni bir kuşağa aktarılan her şeyin, aktarım sırasında değişerek yeniden oluştuğunu savunmaktadır (Altuntuğ, 2012: 204).

Kuşaklar üzerine bilimsel çalışmalar ilk olarak 1830 ve 1840 yılları aralığında Auguste Comte tarafından yapılmıştır (Şalap, 2016: 7). Comte, kuşaklararası gerçekleşen farklılıkların zamanın getirdiği bir sonuç olduğunu vurgulayarak, kuşakların elde ettikleri bilgileri kendisinden sonra gelen kuşağa aktararak, toplumsal düzenin sağlanacağını öne sürmüştür. Özellikle kötü olayların sonucunda edinilen deneyimlerin aktarılması; eğitim, sosyal yaşam, hukuk, demokrasi gibi kavramlara duyulan gereksinimlerin karşılanmasında etkili bir araç olarak kullanılabilir. Örneğin; savaşa tanıklık eden kuşak bireyleri, kendinden sonra gelecek kuşağa bu tür olumsuzlukların yaşanmaması için barış ve refah ortamının gerekliliğini aktarabilirler (Comte, 1974: 635-641).

Yirminci yüzyılda kuşak kavramı üzerinde artan çalışmaları 1952'de Alman sosyolog Karl Mannheim tarafından kaleme alınan *The Problem of Generation/Kuşaklar Sorunu* kitabı izlemiştir. Çoklu kuşak kavramının da ilk kez ele alındığı bu çalışma kuşak kavramını bilimsel yöntemlerle ele alan ilk ana eser

niteliğindedir (Karaaslan, 2014: 31). Mannheim kuşakları biyolojik ve kronolojik sıralamaya alırken, toplumsal sınıflarını ve sosyal statülerini de (sosyolojik faktörleri) göz önünde bulundurmıştır. Mannheim, ortak alışkanlıklara ve ortak kültüre sahip kuşak üyelerinin olaylar karşısında sergiledikleri davranışların da benzerlik gösterdiğini ve bu ortak tavrın gelecekteki davranışlarına da etki ettiğini belirterek; tarihsel mirasın bu konudaki belirleyiciliğini vurgulamıştır (Gilleard, 2004: 108). Mannheim ayrıca, biyolojik ve kronolojik durumların ilişkisinin, coğrafi durumla ve kültürel süreçle birleştirilmesi ile yeni katılımcıların edildiğini, zaman içinde eski kuşakların yerini yenilerinin aldığını, dil ve bilgide gelişen alıp-verme ilişkisinin kuşaklara geçme sürekliliği olarak belirtmektedir (Pilcher, 1994: 482).

Mannheim'a göre kuşak kavramının tanımı yapılırken *kuşak konumu/generation location*, *gerçeklik olarak kuşak/generation as actuality* ve *kuşak birimi/generation unit* olarak adlandırdığı üç sosyolojik faktörün de üzerinde durulması gerekmektedir. Kuşak konumu; bireylerin aynı tarihsel ortamda dünyaya gelerek, yaşama süresi, ölüm ve aile kurma yaşları gibi ortak sosyal faktörlerin sonucu olarak benzer deneyimlere sahip olmalarını ifade etmektedir (Karaaslan, 2014: 33). Ancak kuşak konumu, kavramı açıklamada tek başına yeterli olamayacağından, kuşak katılımcılarının daha somut bir yakınlığını içeren, aynı tarihsel bölgelerde doğması ve bir anlamda aynı kaderi paylaşmalarının da göz önünde bulundurulmasını ise gerçeklik olarak kuşak kavramı olarak ifade etmiştir. Örneğin; 1500'lü yıllarda Osmanlı'da yaşayan bir Türk genci ile yine o tarihte İngiltere'de yaşayan bir genç aynı tarihsel topluma ait olmadıklarından, ortak bir kuşağın katılımcıları konumunda değillerdir. Aynı toplumda, köy-şehir hayatı gibi mesafelerden dolayı birbirinden uzakta yaşayan gençler benzer olaylardan etkilenemeyeceği için de gerçeklik olarak aynı kuşak içerisinde olamayacaktır (Mannheim, 1952: 302; Gilleard, 2004: 108). Gerçeklik olarak aynı kuşak içerisinde yer alan ve ortak deneyimleri paylaşan katılımcılar bazı durumlarda yaşadıklarını birbirinden farklı yorumlamaktadırlar. Karşıt görüşlü olan bu katılımcılar ise kuşak birimlerini oluşturmaktadırlar (Schuman ve Scott, 1989: 360). Ülkemizde 27 Mayıs darbesinden sonra yaşanan sağ-sol çatışmaları bu duruma bir örnek teşkil etmektedir. Açıklanan üç faktörü de ele almadan yapılan bir kuşak tanımı sadece, kuşağın biyolojik ve kronolojik

özelliklerini tanımlayabileceğinden eksik bir açıklama olacaktır (Dereli ve Toruntay, 2015: 3).

Mannheim'e göre aynı kuşağın katılımcısı; tüm toplumsal süreçlerde, aynı ortak paydayı paylaşan bireyler olarak belirli kronolojik aralıklarla sınıflandırabilme özelliklerini göstermektedir. Ryder ise katılımcıların doğum yıllarını ön plana alarak Mannheim'in teorisinin üzerine demografik özellikleri de eklemiştir. "*Aynı zaman aralığında aynı olaylara tanıklık eden*" bireyleri, büyük toplumsal ve global değişimlerdeki doğum yıllarını temel alarak gruplara ayırmıştır (Costanza ve Diğerleri, 2012: 376). Mannheim'in öne sürmüş olduğu kuramsal tartışmalara ek olarak kuşak kavramı ve teorileri asıl popülerliğini, Inglehart tarafından 1977 yılında ve Strauss ve Howe tarafından 1991 yılında yapılan çalışmalarla kazanmıştır (Keskindemir, 2016: 6; Gürbüz, 2015: 41). Inglehart tarihsel süreçte genç ve yaşlı kuşakların birbirlerinden ayrılan taraflarını incelerken, Strauss ve Howe sistematik kuşak kuramları üzerine teoriler geliştirmiştir (Şalap, 2016: 11).

Strauss ve Howe ABD tarihini esas alarak kuşakları doğum yıllarına göre sınıflandırdıkları çalışmalarında, 1584 yılından başlayarak sınıflandırdıkları 25 farklı kuşağı 1991 yılında, *Generations-Kuşaklar* isimli kitaplarında dile getirmişlerdir. Strauss ve Howe, kuşağın oluşması için ortak inanç ve ortak davranışlar, aidiyet algısı ve ortak mekân olmak üzere üç faktörün aynı anda bulunması gerektiğini dile getirmektedirler (Reeves ve Oh, 2008: 297). 1997 yılındaki *Dördüncü Bölüm/The Fourth Turning* isimli eserlerinde ise, nesillerin hepsini birbirlerini takip eden ve izleyen dört farklı devir olarak gruplara ayırarak değerlendirmişlerdir (Topgül, 2015: 12). Son 80-90 yılı kapsayan 15-20 yıl aralıklar ile 4 kuşak tanımlamışlar ve bu kuşakların kendilerini tekrarlamakta olduğunu öne sürmüşlerdir. Çalışmada kuşaklar "*tarihin mevsimleri*" olarak ele alınmakta; ilkbahar *yükselme dönemi*, yaz *uyanış dönemi* sonbahar *çözülme dönemi*, kış ise *kriz dönemi* temsil etmektedir (Çorum, 2012: 11).

- *Yükselme Dönemi*; 1945-1964 yıllarını kapsayan ve "*Amerikan Yükselişi*" olarak da adlandırılan bu dönemin katılımcıları, kriz sonrası kurulan yeni düzende kurumların bekçiliğini yapan bireylerden oluşmaktadır. Katılımcıların bireysel menfaatlerini düşünmeyi (rasyonel davranışlarını)

askıya aldığı ve daha iyi bir gelecek oluşturmak adına bu düzenin korunmasına kendilerini adanmış dönem olarak tasvir edilmektedir. Dönemin katılımcıları “*sanatçı*” olarak açıklanan karakter yapısına sahip olup; erken yaşta evlenme, aynı işte süreklilik gösterme ve yeni yerleşim yerlerine göç etme eğilimi göstermektedirler.

- *Uyanış Dönemi*; toplumsal kurumların ve ortaya çıkış/varoluş sebeplerinin sorgulandığı, ahlaki ve etik değerlere olan ilgide artışın gözlemlendiği dönem olarak değerlendirilmektedir. İçinde bulundukları dönemin sorumlusu olarak kendisinden önceki kuşağı sorumlu tutmaları, bireyselleşme çabalarının artışına neden olmaktadır. 1964 ile 1984 yıllarını kapsayan bu dönem aynı zamanda “*bilinç devrimi*” olarak adlandırılmakta olup, döneminin katılımcılarının karakter yapısı “*peygamber*” şeklinde açıklanmaktadır.
- *Çözülme Dönemi*; yükselme döneminin aksine toplumsal kurumlara olan güvenin azaldığı, toplumsal düzende aksaklıkların yaşandığı ve bireysel menfaatlere olan eğilimin arttığı üçüncü dönemdir. 1985 ve sonrası kapsayan bu dönem “*kültür savaşları*” olarak isimlendirilirken, henüz doğmamış olan katılımcıların da varsayıldığından aynı zamanda döneme “*milenyum krizi*” adı da verilmiştir. Katılımcıların karakter yapısı “*göçebe*” olarak açıklanmaktadır.
- *Kriz Dönemi*; “*kahraman*” karakterinde tasvir edilen bu dönemin katılımcıları, toplumsal kurumlar ve onlardan gelebilecek tehditlere karşı sivil toplum otorite ile bir araya gelerek mevcut değerlerin yerine yenilerinin getirilmesi konusunda mücadele verenler olarak tanımlanmaktadır (Strauss ve Howe, 1997: 19).

Kuşak teorisi alanındaki en sistematik ve kapsamlı çalışma Strauus ve Howe’a ait olup, sosyolojik olarak kuşak katılımcılarının davranışlarını açıklamaya çalışır. 2005 sonrasında ise kuşak teorisi birçok batılı kuramcının çalışmalarına konu olmuş, ayrıca teoriye yönelik birtakım eleştiriler de ortaya atılmıştır (Şalap, 2016: 14).

- Bunlardan ilki kuşak teorisi üzerine yapılan çalışmaların ve sınıflandırmaların ABD kökenli oluşu, örneklemin sonuçlarının tüm toplumlara genellenimin mümkün olmadığı iddiasıdır (Gürbüz, 2015: 40). Sanayileşme Batılı

toplumlarda 18. yüzyılda başlarken, geç sanayileşen ülkelerin toplumsal, ekonomik ve kültürel yapıları farklılık göstermektedir (Şalap, 2016: 23).

- İkincisi eleştiri ise kuşak teorisi üzerine yapılan çalışmaların çoğunlunun aktüel çalışmalar olması, alanda akademik çalışmalara nadir olarak rastlanmasıdır (Gioncila, 2006: 33; Costanza ve Finkelstein, 2015: 309). Bu durum ise sınırlı sayıdaki akademik çalışmanın alanın açıklanması için yeterli olmamasına ve kuşaklar arası farklılıkların belirgin bir şekilde ortaya konamamasına neden olmaktadır (Robbins ve Judge, 2013: 148).
- Üçüncüsü eleştiride, belirli zaman aralıklarını esas alınarak yapılan kuşaklar arası sınıflandırmanın sakıncasına vurgu yapılmaktadır. (Robbins ve Judge, 2013: 148). Örneğin; 1945 yılında yaşayan bir birey ile 1965'te dünyaya gelen birey arasında benzerlikler görülebilmektedir (Aka, 2017: 10).

Ancak günümüzde son birkaç yıl içinde yapılan çalışmalara gözlemlendiğinde, kuşak teorisi üzerine yapılan çalışmaların sayıların artışta olduğu ve bu ivmenin devam edeceği söylenebilmektedir.

1.2. Kuşakların Sınıflandırılması

Hesiodos, Plato, Aristoteles, Peter the Hermit gibi ünlü düşünürlerin de ortak birleştikleri noktalardan biri; tüm nesillerin kendinden önceki nesilleri daha tutucu ve gerici, kendinden sonraki nesilleri ise daha sorumsuz ve saygısız olarak nitelendirmeleridir. Ekonomik, toplumsal, kültürel, sanatsal ve teknolojik birçok alanda ortaya çıkan yenilikler insanların bakış açılarını ve neticesinde tutum ve davranışlarını etkilemektedir (Haaberle ve Diğerleri, 2009: 62). Farklı zaman dilimlerinde, farklı toplumsal koşullar içinde yetişen bireylerin, kendilerinden önce yaşamış olan bireylerden daha değişik bakış açılarına ve değer yargılarına sahip oldukları yüzlerce yıldır gözlenmektedir (Aka, 2017: 21). Bireylerin bakış açıları ve değer yargıları üzerinde oluşan bu değişimler ise kuşak teorisinin de ana fikrini oluşturduğundan, tarihsel sürecin kuşaklara ayrılmasında da, bu değişimler esas alınmaktadır (Çelik, 2014: 4). Ancak bu değişimler içinde bulunan sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal, coğrafi vb. birçok faktöre de bağlı olarak toplumdan topluma farklılıklar da gösterebilmektedir (Zemke ve Diğerleri, 2013: 4). Örneğin; tarihsel sürecin kuşaklara ayrılmasında İsrail'de savaşlar baz alınırken, ABD'de ise doğum

oranları ve toplumsal hareketler dikkate alınmıştır (Özer ve Diğerleri, 2013: 125). Ülkemizde ise siyasi çalkantılar ve süreçlerin sınıflandırmada rol oynayan esas faktör olmuştur (Tekin, 2015: 7).

Toplumlar arasında görülen bu farklılıklar kuşakların sadece doğum yıllarına göre kronolojik olarak ayrımını yetersiz kıldığından bu ayrım konusunda da çeşitli fikir ayrılıklarına neden olmuştur (Zemke ve Diğerleri, 2000: 4). Lower her kuşağın kendine has değer yargıları, bakış açıları, güçlü ve zayıf yönleri ve bunlara bağlı olarak farklı tutumlarının olduğunu belirtmektedir. Fakat aynı zamanda bir kuşağı betimlerken o kuşağa ait kalıplaşmış özelliklerin varlığı da inkar edilememekle beraber bunun yanında bu kalıplaşmış özelliklerin bir kuşağın tüm katılımcıları tarafından taşındığını söylenememektedir (Adıgüzel ve Diğerleri, 2014: 170).

Arsenault'a göre bir kuşağın ayrımına neden olan faktörler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Politik sebeplerden dolayı toplumun etkilendiği olaylar,
- Nüfus yoğunluk oranlarının değişiklik göstermesi ve kaynak dağılımları,
- Toplum yapısında meydana gelen olumlu veya olumsuz dönüm noktaları,
- Büyük kitleleri kontrol etme kabiliyetine sahip liderlerin sergilediği tavır ve davranış biçimleri ve
- Teknolojik alanındaki gelişmelerdir (2004: 128).

Kuşakların ayrımında dikkate alınan yukarıda sıralanan kriterlerdeki değişimlerin ve farklılıkların etkilerinin ve önceliğinin kişiden kişiye değişmesi, kuşakların kronolojik sınıflandırılması hususunda fikir ayrılıklarının yaşanmasına sebep olmaktadır (Reeves ve Oh, 2008: 296). Bir kuşağın hangi yıllarda oluştuğuna dair bazı görüşler aşağıda ki Tablo.1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Kuşakların Sınıflandırılması

Yazarlar	Sessiz Kuşak	BB	X Kuşağı	Y Kuşağı	M Kuşağı	Z Kuşağı
Ayhün(2013)	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1980-1994	1995-2002	2003- ∞
Berk (2013)	∞ -1946	1947-1965	1966-1981	1982-1996		
Brown(2003)	1900-1945	1946-1964	1965-1980		1981-1999	2000-2021
Egri&Ralston (2004)	1925-1940	1946-1959	1965-1975			
Crumpacker&Crumpacker.(2007)	1929-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999		
Howe&Strauss (1992)	1925-1945	1945-1964	1964-1984	1985-2005	2005- ∞	
Haeberle vd. (2009)	1930-1944	1945-1964	1965-1979	1980-1999	1999- ∞	
Keleş(2011)		1946-1964	1965-1979	1980-1999		
Kuran(2010)	1927-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999		2000-2020
Kupperschmidt (2000)	1900-1940	1940-1960	1960-1980			
Kyles(2005)	1900-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999		
Krywulak&Roberts(2009)		1945-1964	1965-1979	1980-1991		
Lancaster&Stillman(2002)	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1999		
Lyons(2007)	∞- 1945	1945-1964	1965-1979	1980- ∞		
Martin&Tulgan (2002)	1925-1942	1946-1960	1965-1977	1978-2000		
Oblinger&Oblinger (2005)	∞ -1946	1947-1964	1965-1980	1981-1995	1995- ∞	
Salahuddin (2010)	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-2000		
Seçkin(2005)	∞- 1945	1946-1964	1965-1980	1980-1995	1995- ∞	
Şenbir(2004)	1929-1939	1945-1965	1965-1976	1977-1994	1994-2003	2003- ∞
Sessa(2007)	1925-1945	1946-1963	1964-1982	1983- ∞		
Spitznas(1998)	1925-1945	1946-1964	1965-1980			
Tapscoot(1998)		1946-1964	1965-1975	1976-2000		
Tek&Orel (2006)	∞- 1946	1946-1964	1965-1976	1977-1994	1995-2002	2003-2023
Twenge vd. (2010)	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1980-2000		2000- ∞
Trower(2009)	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1981-2000		
Tsui(2001)	1925-1945	1946-1964	1965-1975	1976-1981	1982-2002	
Washburn (2000)	1926-1945	1946-1964	1965-1981	1982-2003		
Yeltikalan&Altın(2010)	1925-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994		
Zemke vd. (1999)	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-1999		
Zhang&Bonk (2010)	∞- 1946	1946-1964	1965-1976	1977-1994		1994- ∞

Kaynak: Ayhün, 2013: 96-97; Brown, 2003: 561; Crumpacker ve Crumpacker, 2007: 351; Çelik, 2014: 6; Egri ve Ralston, 2004: 215; Haeberle vd. 2009: 62; Keleş, 2011:131; Kerse, 2016: 5; Keskindemir, 2016: 11; Kupperschmidt, 2000: 66; Kyles, 2005: 54; Krywulak ve Roberts, 2009: 5; Lancaster ve Stillman, 2002: 59; Reeves ve

Oh, 2008: 296-297; Spitznas, 1998: 4; Salahuddin, 2010: 2 Akt. Aka, 2017: 23; Seçkin, 2005: 112; Şenbir, 2004: 22-26; Şalap, 2017: 17; Tsui ve Hughes, 2001: 16; Twenge, 2010: 205; Yelkikalan ve Altın, 2010: 1-2; Washburn, 2000: 54; Zemke vd. 1999: 3.

Tablo.1’de de görüldüğü üzere literatür de kuşakların kronolojik ayırımına ilişkin birçok farklı görüş ortaya atılmış, çalışma da yer verilecek kuşakların kronolojik ayırımı aşağıdaki şekilde ele alınmıştır.

- Sessiz Kuşak (1925-1945)
- Baby Boomers Kuşağı (1946-1964)
- X kuşağı (1965-1979)
- Y kuşağı (1980-1994),
- Milenyum kuşağı (1995-2002)
- Z kuşağı (2003 yılı ve sonrası).

1.2.1 Sessiz Kuşak (Gelenekselciler)

1945’li yıllardan önce dünyaya gelen bireylerden oluşan *sessiz kuşak/silent generation* ayrıca, *gelenekselciler/traditionalists*, *bebek patlaması öncesi kuşak*, *pre-bebek patlaması*, *gaziler*, *tecrübeliler/veteranlar* veya *erişkinler/matures* gibi isimlerle de anılmaktadır (Kyles, 2005: 54). Türkiye’de sessiz kuşak katılımcılarının içinde bulundukları zaman diliminde yaşadıkları esas alınacak olursa; *büyük değişim kuşağı*, *birinci savaş kuşağı*, *ümit kuşağı*, *büyük buhran kuşağı* şeklindeki ifadeler de karşımıza çıkmaktadır (Ayhün, 2013: 97). Söz konusu dönemde yaşanan zorlu süreçler, ekonomik ve politik belirsizliklerden dolayı gelenekselciler, diğer kuşaklara nazaran emin olamadıkları durumlarda, çok daha dikkatli davranmakta ve daha az riske eğilim göstermektedir (Adıgüzel ve Diğerleri, 2014: 171). Bunun en büyük sebebi ise 1930’lu yıllarda yaşanan Büyük Buhran ve sonrasında II. Dünya Savaşı’nın yarattığı ekonomik sıkıntıların halkı bu duruma itmiş olmasıdır (Şalap, 2016: 17). Savaş ortamında büyümenin sessiz kuşak üzerinde ortaya çıkardığı bir diğer özellik ise yardımlaşma, fedakârlık gibi duyguların gelişmiş ve sade bir yaşamı benimsemiş olmalarıdır (Çınar, 2016: 5; Daloğlu, 2013: 32). Devletçiliği de kapsayan milli duygularla bu kuşak, vatanseverliği en çok hisseden ve benimseyen kuşaktır (Washburn, 2000: 54). Kalabalık aile yapısı, küçük ve yerel sosyal gruplar, yoğun komşuluk ilişkileri bu kuşağın kültürünü yansıtan diğer özellikleridir

(Demirkaya ve Diğerleri, 2013: 14). Ekonomik zorluklar içerisinde yetişmek onlara; çok fazla çalışmanın gerektiğini düşündürmekte, emir komuta zincirini benimseyen, yerlerini koruma içgüdüsüne sahip muhafazakâr bir yapıya bürümekte ve karar alma, tartışma gibi konularda özgüvensiz davranışlar sergilemeye itmektedir (Ceylan, 2014: 8; Berkup, 2015: 65; Çorum, 2012: 14; Heselbarth, 1999: 10). Geniş aile yapıları ve bir arada yaşamaları gelenek ve göreneklerine oldukça bağlı kalmalarını ve yaşatmalarını sağlarken, muhafazakâr toplum yapısı da yüksek iş ahlakını benimsemelerine neden olmuştur (Keskindemir, 2016: 14; Anıl, 2011: 36).

Sessiz kuşak dünya genelinde kendi içinde 3 ayrı grupta;

- Büyük Değişim Kuşağı: 1900-1914,
- I. Savaş Kuşağı: 1914-1918 ve
- Ümit Kuşağı: 1918-1929 şeklinde ele alınmaktadır (Tekin, 2015: 42).

Büyük değişim kuşağının katılımcıları, 20. yüzyıla gelindiğinde Sanayi Devrimi'nin bir sonucu ekonomik, sosyal, siyasal ve toplumsal konularda büyük değişimlerin gerçekleşeceğini daha önceden öngörmüştür (Erden, 2012: 8). *I. Savaş Kuşağı* ise I. Dünya Savaşı'nın etkilerinin bir sonucu olarak güven duygularını kaybetmiş ve davranış biçimlerine bu güvensizliği yansıtmıştır (Dereli ve Toruntay, 2015: 3). *Ümit Kuşağının* katılımcıları ise savaşın birçok yıkıcı etkisinin geride kalmasının ardından yeni ümitler besleyerek Dünya'ya gelmişlerdir. Ülkemizde ümit kuşağının 1923-1929 yılları arası olarak ele alınmasının sebebi; Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasının ardından 1923 yılında Cumhuriyet'in ilanının vermiş olduğu büyük ümittir (İşçimen, 2012: 4). Bu dönemde Türkiye'nin durumuna ilişkin göstergeler aşağıdaki Tablo.2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. 1929 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	14 milyon yaklaşık
Taşra Yerleşim Oranı	% 86
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	74\$
Hasta Sayısı / Doktor	12.971
İlkokul Mezunu / Toplam Öğrenci	26.275 kişi/ % 4
Ortaokul Mezunu / Toplam Öğrenci	2.650 kişi/ % 11
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	390 kişi/ % 9
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	18
Yüksek Öğretim Mezunu/ Toplam Öğrenci	575 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22/10/2018)

Tablo.2’de görüldüğü üzere ülkemizde 1929 yılında eğitim oranı bir hayli düşük seviyededir. Bunun birinci nedeni o yıllarda eğitilmiş olmanın getirisinin düşük olması iken, diğer bir nedeni evliliklerin erken yaşlarda yapılması ve genç yaşta çocuk sahibi olunması olup bir başka neden ise nüfusun %90’ına yakın bir kısmını kırsal kesimlerde yaşamını sürdürmesidir. Sağlık sektöründe geri kalmışlığın sebebi ise, savaşın izlerinin hala sürmekte olmasıdır (Bezirci, 2012: 10).

Bu kuşağın 1929 ve 1945 yılları arasında doğan bireyleri Türkiye’de yine kendi içerisinde 2’ye ayırmak mümkündür. Bunlar;

- 1929-1939 yılları Buhran Kuşağı
- 1939-1945 yılları II. Savaş Kuşağı şeklindedir.

1. Dünya Savaşı bitiminden sonra “24 Ekim 1929 Kara Perşembe” adı da verilen Ekonomik Buhran zamanında dünyaya gelenler, geleceğe karşı hayatlarında hep endişe ile yaklaşan bir kuşaktır ve Buhran Kuşağı ismi verilmiştir (Dereli ve Toruntay, 2015: 4). Ayrıca bu kuşağa “Cumhuriyet Kuşağı” adı da verilmektedir (Tekin, 2015: 43). Bu kuşak bireyleri Dünya’nın her yerinde etkisini gösterdiği adına Büyük Buhran denildiği işsizlik ve güvenlik sorunların üst düzeyde yaşandığı, dünyada yine savaşın her an çıkabilecek bir ortamın bulunduğu dönemin insanlarını ifade etmektedir.

Dünyada Soğuk Savaş Dönemi’nin yaşandığı 1939 ile 1945 yıllarında doğanları ifade eden II. Savaş Kuşağı, savaş sonucunda ki yıkımın ardından güvenlik ve hayatta kalmanın ne kadar önemli olduğunu anlayarak yetişmişlerdir. Önem verdikleri birincil konu ise, hayatta kalabilmektir. Devlet savaş esnasında sıkı ekonomik politikaları uygulamış ve savaş öncesinde uygulamaya sokulan yatırıma dayalı uygulamalara ara vererek bütçeyi, savunma harcamalarına aktarmıştır. Bunun sonucunda yerli üretim kapasitesi azalmış, ithalat daralmalar sonucunda düşüşe geçmiş ve enflasyon rakamlarında yükselme yaşanmıştır.

6 Mayıs 1937 yılında ABD’de yaşanan ve tarihin en büyük zeplin kazası olan Hindenburg Felaketi ile dünyada modern havacılık tarihi başlamıştır. 24 Ekim 1945 yılında dünyada barış ortamını korumak ve ekonomik, sosyal konularda uluslar arası işbirliği yapmak amacı ile Birleşmiş Milletler (BM) kurulmuştur. Dünya’da ilk nükleer saldırı olarak kabul edilen Hiroşima Nükleer Saldırısı ise 6 Ağustos 1945’te

gerçekleşmiştir (Aka, 2017: 30). Türkiye’de resmi radyo yayını ise 6 Mayıs 1927’de gerçekleşmiştir (Oral, 2013: 14).

Türkiye’de 1929 yıllarına göre kıyaslandığında nüfus, ekonomi, eğitim gibi konular da yol katedilmiş gözükse de, günümüze göre bu oranlar düşük seyir etmiştir. Bu rakamlar Tablo.3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. 1945 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	19 milyon yaklaşık
Taşra Yerleşim Oranı	%89
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	224\$
Hasta Sayısı / Doktor	9.629 kişi
İlkokul Mezunu / Toplam Öğrenci	90.657 kişi/ %4
Ortaokul Mezunu / Toplam Öğrenci	11.803 kişi/ %11
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	5.652 kişi/ %9
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	28
Yüksek Öğretim Mezunu/ Toplam Öğrenci	2.221 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 25/10/2018)

1945’li yılların sonlarına doğru tabloda gözükeceği üzere nüfus, sağlık ve eğitim alanlarında bazı değişimler yaşanmasına rağmen günümüz koşulları ile kıyaslandığında oldukça düşük düzeyde olduğu fark edilmektedir (Erden, 2012: 10). Olumlu özellikler arasında ise radyonun icadı ve otomobil yapımında seri üretime geçilmesi gösterilebilir.

1.2.2. Baby Boomers (Patlama) Kuşağı

II. Dünya Savaşı sonrasında, 1949 ile 1964 yılları arasında yaşanan hızlı doğum oranları nedeni ile nüfus patlaması yaşanmış ve bu yıllarda doğan 1 milyar bebek bu adı almıştır (Ayhün, 2013: 39). Ayrıca bu bebeklere “*Soğuk Savaş Dönemi Çocukları*” adı da verilmektedir (Erden, 2012: 11). Bu da artık ekonomik buhranın son bulduğu, artık insanların bebek yapma isteğini engellemediği, refah ve huzur ortamına giriş yapıldığının kanıtıdır (İşçimen, 2012: 5). Kuşak, çocuklarına ve bir önceki kuşağa mensup ebeveynlerine baktıklarından dolayı “*Sandviç Kuşağı*” da denilmektedir (Kızıldağ ve Metin, 2017:343; Kuyucu, 2014: 57). Otoriteyi önemseyen, devletin iradesi ve güvenliğini kendilerinden daha üst seviyede tutan

Sessiz kuşak bireylerinin aksine sadece kendilerine ve geleceklerine odaklandıkları için “*Me Generation*” (Ben kuşağı) olarak adlandırılmaktadırlar (Aka, 2017: 32).

Kuşak katılımcılarının sayıca oldukça fazla olması onlara, topluma yön verecek kabiliyeti kazandırmıştır (Aydın ve Başol, 2014: 3). Baby Boomers Kuşağı; toplumsal cinsiyet eşitliğine inanan, çevreye karşı duyarlı, ırkçı söylemlere karşı bir duruş sergilemektedir ve toplumsal bilinç seviyesi en fazla olan kuşak olarak bilinirler (Saracel ve Diğerleri, 2016: 51; Etlican, 2012: 4). Yenilikçi ve esnek tutumlarının yanında, kültürlerine ve otoriteye bağlı, kanaatkâr bir yapıları olup, topluca yaptıkları aktivitelerle dikkat çekmektedirler (Zemke ve Diğerleri, 2000: 54; Arslan ve Staup, 2015: 6; Twenge, 2009: 71). Kuşak katılımcıları iş yaşamlarında işi her şeyin üstünde tutmakta, “*ne gerekiyorsa onu yap*” davranış biçimini ve “*çalışmak için yaşamak*” felsefesini benimsemişlerdir (Eriş ve Diğerleri, 2013: 126; Mercan, 2016: 62; Yalçın ve Diğerleri, 2013: 144). Benimsedikleri diğer bir felsefe, şimdi çok çalışmaları halinde ileride bunun karşılığını kesin olarak alacaklarını düşünmeleridir. Ayrıca iş kurumlarında güç hiyerarşisine önem vermekte, çalışanlar ile bilgi ve deneyim paylaşma (mentorluk) konusunda oldukça titiz davranmaktadırlar (Acılioğlu, 2015: 25).

The Harris Poll isimli kuruluşun yapmış olduğu bir kamuoyu araştırmasına göre Baby Boomers kuşağı; toplum yapısı üzerinde en fazla olumlu etki bırakan, toplumsal bilincinin en çok görüldüğü ve üretkenlik açısından en üst seviyenin gözlemlendiği kuşak olarak belirtilmektedir (İzmirlioğlu, 2008: 44). Baby Boomers Kuşağı; Dünya’da 1 Kasım 1955’de yaşanan Vietnam Savaşı’na, 4 Ekim 1957’de SSCB’nin uzaya ilk uyduları olan Sputnik 1’i göndermesine, 22 Kasım 1963 yılında ABD Başkanı John F. Kennedy suikastına tanıklık etmiştir (Berkup, 2015: 68; Topgül, 2015: 19). Dünya genelinde sol görüş oranı artarken, dine alternatif bir yaklaşım olan “*New Age*” akımları ortaya çıkmıştır (Bayhan, 2014: 13). Ülkemizde ise 1946 yılında Demokrat Parti’nin kurulmasının ardından çok partili döneme geçilmiş, 27 Mayıs 1960 tarihinde ise Türkiye Cumhuriyeti tarihinin ilk askeri darbesi gerçekleşmiş, birçok devlet adamının tutuklanması ve idamı edilmesine yol açmıştır. Bu olayların mağduru veya yakınları olan kuşak katılımcıları, içlerine dönük ve dış dünyada yaşanan gelişmelere karşı ilgisiz bir tutumla yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Türk, 2013: 18).

Dünya genelinde bu yıllarda tarım ve sanayi alanlarında yaşanan gelişmeler Türkiye’de de üretim ve verimliliğin artmasını sağlamıştır. Makineleşen tarım sektöründe işgücü ihtiyacı azalırken, sanayileşen şehirlerde istihdam kapasitesi artmış ve bu durum köylerden şehirlere olan göçleri arttırmıştır. Ulaşımın demiryollarından, karayollarına kayması da köylerle iletişimi arttırdığı gibi bu göçü hızlandıran bir diğer faktördür (Tekin, 2015: 48). Bu dönemde Türkiye’nin durumuna ilişkin göstergeler aşağıdaki Tablo.4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. 1964 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	31 milyon yaklaşık
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	258 \$
Hasta Sayısı / Doktor	3.024 kişi
İlkokul Mezunu / Toplam Öğrenci	391.989 kişi/ %11
Ortaokul Mezunu / Toplam Öğrenci	66.661 kişi/ %19
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	19.578 kişi/ %19
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	83
Yüksek Öğretim Mezunu / Toplam Öğrenci	7.988 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 07/11/2018)

Tablo.4’de görüldüğü üzere bir önceki kuşağın yaşamış olduğu savaşın olumsuz etkileri azalmaya başlamış, üretim ve refah düzeyi artmıştır. Bu durum eğitimin daha fazla desteklenmesine olanak sağlamış, eskiden çoğunlukla elit tabakaya özgü olan eğitim almak, daha geniş bir yüzeye yayılmıştır. Göç sonucu nüfusu artan kentlerde eğitim alma fırsatlarının genişletilmesi sonucu ülkenin okur-yazarlık ve eğitim oranının arttığı gözlemlenmektedir.

1.2.3. X Kuşağı (Baby Busters)

1965 ve 1979 zaman diliminde doğan bireylerin meydana getirdiği bu kuşağa, X kuşağı adı verilmekte olup, ilk olarak 1991 yılında Douglas Coupland’ın “*Generation X: Tales For An Accelerated Culture*” çalışmasında X Kuşağı ifadesini kullanması bir sonraki kuşakların Y ve Z olarak betimlenmesinin zeminini oluşturmuştur (Tolbize, 2008: 3). Coupland’ın yapmış olduğu X tanımı; kimse tarafından önemsenmeyen veya kendisine ait bir kimliği bulunmayan kişi anlamına gelmektedir (İliç ve Yakın, 2017: 137). Özgüven sahibi bir kuşak olarak nitelenen Baby Boomers

Kuşağı tarafından yetiştirildikleri ve onların karşısında daha silik/özgüvensiz kaldıkları için *shadow generation/gölge kuşak* bir başka isimlendirme şekilleridir. Bir başka ele alınış şekli ise, önceki kuşağın yüksek doğum oranları ile kıyaslandığında daha az doğum oranı gerçekleştiği için *baby buster/nüfus azalması kuşağı* olarak ortaya çıkmaktadır. Dünya genelinde uygulanmakta olan ekonomik sistemlerde sosyalizmin gerileyişi ve liberalizmin yükselişi yaşandığı için *geçiş dönemi çocukları* bu kuşağa atfedilen bir başka isimdir (Şenbir, 2004: 24). *Ara kuşak* olarak da isimlendirilen geçiş dönemi çocukları, geçmişten sıkılan ve şimdiki zamandan bir çıkış yolu arayan kuşak olarak tanımlanabilmektedir (Yalçın ve Diğerleri, 2013: 148).

Evlenme ve doğum sayılarında azalma görüldüğü, aile birliklerine son verilen boşanma oranlarında artışın olduğu bu kuşak grubu, Francis Fukuyama tarafından *büyük çözülme kuşağı* olarak adlandırılmaktadır (Erden, 2012: 13). *Post boomers/patlama sonrasılar* ve *the thirteens* (ABD'nin kuruluşundan itibaren on üçüncü kuşak oldukları için) kuşağa verilen diğer isimlerdir (Latif ve Serbest, 2014: 139; Toruntay, 2011: 72).

Bu kuşak yaygın olarak X Kuşağı ya da geçiş dönemi çocukları olarak adlandırılmaktadır ve değişen dünyanın mekanizmaları ile acımasızca yüzleşen, özgürlüğüne düşkün, idealist bir kuşaktır (Ayhün, 2013: 100). Buna karşın, kendinden önceki kuşaklara göre hızla değişen dünya şartlarına ve teknolojiye daha hızlı bir şekilde uyum göstermek durumunda kalmışlardır (Crumpacker ve Curumpacker, 2007: 354). İş yaşamlarında kanaatkâr bir tutum sergileyen X Kuşağı işine sadık ve tedbirli bir kuşaktır (Keleş, 2013: 28) Baby Boomers Kuşağı'nın “*çalışmak için yaşamak*” anlayışları, X Kuşağı'nda “*yaşamak için çalışmak*” şeklini almıştır (Özer ve Diğerleri, 2014:126). Coupland'a göre gelecek korkusu taşıdıkları için bu kuşak bireyleri daha fazla çalışarak, kariyer yapmayı hedeflemişlerdir ve bu hedef onlara kuşkucu bir nitelik edindirmiştir (Çetin ve Karalar, 2016: 160). X Kuşağı; genel hatlarıyla; kendini topluma karşı ters gören, politik konularda sert bir tutumlar benimseyen, farklı yaşam biçimlerine sahip olmaya çalışan, otoriteye karşı kuşkucu ama üstlerine karşı saygılı bir kuşak olarak tanımlanmaktadır (Pekala, 2001: 34).

İlk kişisel bilgisayarlar bu dönemde satışa sunulmuş ve kullanımına başlanmış olup, teknolojik ilerlemenin alt yapısının hazırlanmasında bu kuşağın rolü oldukça önemlidir (Adıgüzel, 2014: 173). Bilişim ve iletişim alanında ortaya çıkan bu hızla değişim aynı zamanda X Kuşağı'nda kadınların iş hayatında rol almasına ve geleneksel aile modelindeki algıların değişmesine sebep olmuştur (Altıntuğ, 2012: 5).

Türkiye’de bu zaman diliminde “68 Kuşağı” olarak adlandırılan yeni bir ortaya çıkmış, üniversiteler ve diğer mecralarda siyasi fikir ayrılıkları bu kuşak katılımcıları içinde çatışmalara sebep olurken, radyo ve televizyon kullanımının yaygınlaşması politik olayların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamıştır (Karaaslan, 2014: 46; Berkup, 2015: 80; Bulgan ve Göktaş, 2016: 27). 1975 yılında yürürlüğe giren *Nüfus Planlaması Kanunu* ile bir önceki kuşağa nazaran doğum oranlarının ve nüfus artış oranlarının azaldığı görülmektedir (Şalap, 2016: 34). Dünya genelinde 1973 yılında yaşanan petrol krizi ülkemizde uygulanan ekonomi politikaları gereğince tüketiciye yansıtılmamış ve bu kriz ertelenen ekonomik etkisini 1977 yılında göstermiştir (Borotav, 2005: 129). Bu kuşağın ülkemizde şahitlik ettiği en önemli olaylardan bir diğeri ise 1974 yılında yaşanan Kıbrıs Barış Harekatı’dır (Aka, 2017: 39). Bu dönemde Türkiye’nin durumuna ilişkin göstergeler aşağıdaki Tablo.5’de gösterilmiştir.

Tablo 5. 1979 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	44 milyon yaklaşık
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	1.877 \$
Hasta Sayısı / Doktor	1.655 kişi
İlkokul Mezunu / Toplam Öğrenci	912.154 kişi/ %16
Ortaokul Mezunu / Toplam Öğrenci	289.293 kişi/ %26
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	126.175 kişi/ %26
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	361
Yüksek Öğretim Mezunu / Toplam Öğrenci	65.006 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 19/11/2018)

Tablo.5’de görüldüğü üzere bu 14 yıllık zaman aralığında eğitim, gelir, nüfus ve sağlık alanlarında büyük değişimler yaşanmış ve refah düzeyi artmıştır. Bu pozitif gelişmeler, ekonomik kalkınmanın dışında bireylerin davranışlarında olumlu

gelişmeler yaratmıştır. Bu durum Gelenekselciler ve BB Kuşaklar'ının önem verdiği maddi durum yerine, sosyal hayatın ve sosyal ilişkilerin daha ön planda alındığı anlamına gelmektedir (Washburn, 2000: 54).

1.2.4. Y Kuşağı (Echo Boom/Next Generation)

1980-1994 yılların da doğanları temsil eden bu kuşak toplumsal değerleri ve sistemleri sürekli sorguladıkları ve araştırmaya meraklı oldukları için, İngilizce'de “*Why/Neden, Niçin*” anlamını çağrıştıran “Y” harfinden ismini almıştır (Çorum, 2012: 12; Kuyucu, 2014: 58). Her türlü konuda bilgi edinme arzusunda olan Y Kuşağı elde ettiği tüm bilgileri sorgulamakta ve derinlemesine araştırmaktadır (Aka, 2017: 44). Ancak Y harfinin kullanılma sebebi, daha önceki kuşağın X Kuşağı olarak adlandırılmasından kaynaklandığına dair yaygın bir kabul bulunmakta iken (Strauss ve Howe, 1992: 54); Lower, bu kuşağa mensup bireylerin doğum zamanlarını hiçbir değişken ile sınırlandırmamıştır (Adıgüzel ve Diğerleri, 2014: 173). Dünya’da teknolojiyi aktif olarak kullanan ilk kuşak olmaları ve bu konudaki kabiliyetleri, bu kuşağa olarak “*Generation www./www. Kuşağı*” denmesinin sebebidir (Jain ve Pant, 2012: 58). BB Kuşağı’ndan sonraki en yüksek doğum oranına sahip kuşak olmasından dolayı “*Echo Boomers*” ve X Kuşağı’ndan sonra dünyaya geldikleri için “*Nexters*” (Bir Sonrakiler) denilmektedir (Kavalcı ve Ünal, 2016: 1035). Y Kuşağı’nın sürekli ebeveynlerinin gözetimi altında büyümesi ve korumacı bir baskı altında yetişmelerinden dolayı “*Helicopter Parents/Helikopter Ebeveynler*” bu kuşağın betimlenmesinde kullanılan bir başka isimdir (Kayabaşı ve Diğerleri, 2016: 32). *Generation Y, Generation Next/Gelecek Kuşak, Digital Generation/Dijital Kuşak* verilen farklı isimlerdir (Kuru, 2014: 2).

Kupperschmidt (2000), Y Kuşağı’nı üç gruba ayırmıştır:

- “İlk Dalga” 1979-1984,
- “Çekirdek Grup” 1985-1989,
- “Son Dalga” 1990-1994 şeklinde sıralanmaktadır (Çelik, 2014: 37).

Y Kuşağı değişime çok hızlı ayak uydurabilirken bunun yanında işine eğlence katmakta ve takım çalışmalarında iyi bir performans sergilemektedir (Adıgüzel ve Diğerleri, 2014: 173). Diğer kuşaklara göre daha refah bir toplumsal ve ekonomik bir

ortamda yetiştikleri için yaşamın her anından tat almaya yönelik felsefeyi benimsemişlerdir (Acılioğlu, 2015: 29) ve bu durum tüketim harcamalarını yükseltmiştir (Oral, 2013: 18). Kariyer elde etme çabalarını bu kuşakta kendilerinin yapmakta oldukları görülmektedir (Gürbüz, 2015: 42). İş yaşamında kendinden önceki kuşaklardan rehberlik bekleyen bu kuşak katılımcıları pragmatist ve iç girişimci özellikler sergilemektedir (Ekşili ve Antalyalı, 2017: 96). Teknoloji ve kişisel bilgisayarlar yaşamlarının bir parçası haline gelirken, bu sayede dış dünya ile ilişkilerini hiç koparmamaktadırlar (Wong ve Diğerleri, 2008:802; Topçuoğlu, 2017: 18). Bilişim teknolojisinin bu kullanımı Y Kuşağı'nda daha yenilikçi ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Keleş, 2011: 132). Kullanmaya başladıkları teknoloji sayesinde tecrübeli olmadıkları alanlarda dahi ihtiyaç duydukları bilgiye daha hızlı erişip, bu bilgileri daha doğru yorumlayabilme yetilerini bir avantaja çevirmişlerdir (Keleş, 2013: 29). İnternet teknolojisinin sağladığı kolaylıklar bu kuşağın diğer kuşaklara kıyasla harcama kimliklerini değiştirmiş, marka bağlılıkları ve bireysel tüketici kimliğini ortaya koyan alışveriş alışkanlıkları başlamıştır (Arnould ve Diğerleri, 2004: 506). X ve Y Kuşağı'nı birbirinden ayıran en büyük fark ise teknolojik kullanımı olarak ortaya çıkmaktadır (Aksu ve Yücebalkan, 2013: 19).

Türk, Y Kuşağı'nı; otorite ve bürokrasiden uzak durmaya çalışan, sorumluluk almaktan çekinmeyen, küreselleşmenin sebebi ırkçı söylemlere hoşgörü ile yaklaşan, iyimser, sorgulayıcı ve tartışmacı bir bakış açısı olan, sabırsız, hırslı ve uzun vadeli planlar yapmayan bireyler olarak tanımlamıştır (Türk, 2013: 66).

Bu kuşağın katılımcıları, 1990 yılında Körfez Savaşı, 1991 yılında Berlin Duvarı'nın yıkılması, 1992 yılında SSCB'nin dağılışı gibi sosyal ve politik anlamda önemli olaylara tanıklık etmişlerdir (Türk, 2013: 18). Amerika'da farklı etnik grupların ve ırksal çeşitliliğin artması sonucunda sınıflararası farklılaşma ortaya çıkmıştır (Ekşili ve Antalyalı, 2017: 93).

Türkiye'de 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında devletin benimsediği ithal ikameci politikanın yerini dışa açık büyüme politikası almıştır. 1980 yılında alınan 24 Ocak Kararları ile serbest piyasa ekonomisine geçilmiş, böylece ticari alanda olan birçok sınırlandırma ortadan kalkmıştır. Bu durum Y Kuşağı üzerinde olumlu/olumsuz

birçok etkiye neden olmuştur (Toruntay, 2011: 76). Bu dönemde Türkiye'nin durumuna ilişkin göstergeler aşağıdaki Tablo.6'da yer verilmiştir.

Tablo 6. 1994 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	57 milyon yaklaşık
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	2.184 \$
Hasta Sayısı / Doktor	894 kişi
İlkokul Mezunu / Toplam Öğrenci	1.218.225 kişi/ %19
Ortaokul Mezunu / Toplam Öğrenci	695.931 kişi/ %30
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	289.529 kişi/ %27
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	625
Yüksek Öğretim Mezunu / Toplam Öğrenci	116.878 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 04/12/2018)

Y Kuşağı, başarının yeni bilgiler edinerek sağlanabileceğini düşündükleri için eğitim alanında diğer kuşaklara kıyasla daha fazla akademik odaklı ilerlemişlerdir (Spirou, 2006: 16). Tablo.6'da gözükeceği üzere üniversite sayılarının, doktora ve yüksek lisans yapan öğrenci sayısının artışı bu görüşü destekler niteliktedir. Ayrıca Y Kuşağı, diğer kuşaklar ile ekonomik anlamda kıyaslandığında ilk kez bu kadar fark gözle görülür derecededir (Toruntay, 2011: 77).

1.2.5. Milenyum Kuşağı (Millenials)

1995-2002 yılları arasında doğan Milenyum Kuşağı aynı zamanda “*İnternet Çocukları*” ya da “*Dijital Kuşak*” olarak da isimlendirilmektedir (Şenbir, 2004: 26). Aynı anda birden fazla görevi yerine getirebilme yeteneğine sahip olduklarını gösteren araştırmalar sonucunda *multitasking/çoklu görev* kavramını simgeleyen “M” harfi ile de gösterilebilmektedir (Toruntay, 2011: 15). Küçük yaşlarda teknoloji ile tanışmaları onlara bu kabiliyeti kazandırmıştır (Oblinger ve Oblinger, 2005: 13). Sosyal ağların gücünün farkına varan Milenyum Kuşağı internet girişimciliği alanında da oldukça başarılıdır (Yelkikalan ve Diğerleri, 2010: 503). Ebeveynlerinin aksine bilgisayar ve telefonun hayatlarında önemli bir rol oynaması onları önceki kuşaklardan ayırmakta ve bir ara kuşak niteliği kazandırmaktadır. Milenyum Kuşağı tarihsel süreçte 15-20 yıllık zaman aralıklarında ortaya çıkan kuşaklar artık daha kısa

sürede değıştikleri kabul edilmektedir ve bu durum aynı zamanda adaptasyon sorununu da beraberinde getirmiştir (Seçkin, 2005: 112).

Milenyum Kuşağı bağımsız, sorgulamadan kararlar almayan, kimsenin etkisine kolay girmeyen, bilgiye araştırarak ve ampirik deneylerle elde eden bir kuşaktır. İnternet kullanmanın verdiği avantaj ile bilgiye çok daha kolay ve hızlı erişebilmeleri, dijital okuryazarlıkları ve görsel öğrenme yetenekleri onları bu konuda güçlü kılmıştır (Combes, 2006: 40). Ülkemizde Milenyum Kuşağı'nın yaşadığı yıllara ait göstergeler aşağıdaki Tablo.7'de yer verilmiştir.

Tablo 7. 2002 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	68 milyon yaklaşık
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	2.598 \$
Hasta Sayısı / Doktor	693 kişi
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	329.926 kişi/ %20
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	1131
Yüksek Öğretim Mezunu/Toplam Öğrenci	267.791 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 23/12/2018)

Tablo.7'de gözükeceği üzere zaman ilerledikçe refah düzeyinin artması sonucunda eğitim, nüfus, sağlık, gelir alanlarında yaşanan değışimler bir önceki kuşağa kıyasla daha şanslı bir dönemde yaşadıklarını göstermektedir (Erden, 2012: 17). Bu değışimler ise davranışlarına yansyarak; daha fazla özgüvenli, otoriteye karşı bağımsız, sosyal, güçlü bakış açısına sahip ve teknolojik becerisi yüksek bir kuşak ortaya çıkarmıştır (Combes, 2006: 40).

1.2.6. Z Kuşağı

2003 yılı ve sonrasında doğanlar Z Kuşağı'nı oluşturmaktadır. Strauus ve Howe'a göre bu kuşak diğerlerine nazaran çok daha bireysel ve yalnız yaşadıkları için daha önceki Sessiz Kuşak'tan sonra gelen yeni bir sessiz kuşak olmalarını ifade eden “*The New Silent Generation/Yeni Sessiz Kuşak*” olarak betimlenmektedir (Çamsarı, 2013: 26). Teknolojinin geliştiği bir çağda dünyaya gelen bu kuşağın katılımcıları teknoloji ile iç içe yetiştikleri için aynı zamanda internet kuşağı anlamına gelen

“Kuşak I”, “Next Generation” ya da “iGen” adlarını almaktadır. Bir diğer isimleri ise “Instant Online/ Her Daim Çevrimiçi Kuşağı” (Levicate, 2010: 173), “Suskun Kuşak” (Kızıldağ ve Metin, 2017:345), “Network Gençleri” (Yalçın ve Diğerleri, 2013: 157), “Kristal Nesil” (Demirdöğmez ve Diğerleri, 2017: 1037) olarak belirtilmektedir. Ayrıca “Z-Tipi Cezaevi” olarak da nitelendirilmektedirler (Keskindemir, 2016: 17).

Milenyum Kuşağı’ndan farklı olarak network gençleri, sosyal medya aracılığı ile işlerini yürütebilmekte, toplumdan bağımsız hayatlarını sürdürebilecekleri düşünülmektedir (Adıgüzel ve Diğerleri, 2014: 174). Konuşmadan önce bilgisayar kullanmayı öğrenen Z Kuşağı (Lauzon, 2010: 44), haklarında tahmin yürütülemeyen, yakın geleceğin gizemli çocukları olarak nitelendirilmektedir. Hayal güçlerinin kuvvetli olduğu gözlenen Z Kuşağı’nın bir diğer özelliği önceki kuşaklara göre çok daha yaratıcı olmalarıdır (Şenbir, 2004: 27). El, göz, kulak gibi motor becerilerinin en gelişmiş olduğu kuşak olarak ifade edilmektedir (Keleş, 2011: 132). Z Kuşağı dünyevi zevklere diğer kuşaklara göre daha fazla düşkün olan, işlerini kısa sürede bitirmeye meyilli sabırsız bir kuşak olarak görülmektedir (Ayhün, 2013: 102).

Çok hızlı tüketim yapan ve ihtiyaçları olan her şeye çabuk ulaşmayı arzulayan bir tüketim bağımlısı kuşak olarak karşımıza çıkmaktadır (Altuntuğ, 2012: 206). İş hayatında süreklilik sağlayamayacakları, hırslı olmadıklarından dolayı çabuk sıkılabilecekleri, standart işleri yerine kişiselleştirilmiş işleri tercih edecekleri düşünülmektedir (Toruntay, 2011: 83; Aydın ve Başol, 2014: 3). Bu dönemde Türkiye’nin durumunu gösteren göstergeler aşağıdaki Tablo.8’de yer verilmiştir.

Tablo 8. 2010 Türkiye Verileri

Ülkede Yaşayan Kişi Sayısı	74 milyon yaklaşık
Toplam Gelir / Ülke Nüfusu	5.477 \$
Hasta Sayısı / Doktor	591 kişi
Lise Mezunu / Toplam Öğrenci	399.478 kişi/ %17
Yüksek Öğretim Okul Sayısı	1.617
Yüksek Öğretim Mezunu/Toplam Öğrenci	520.614 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 14/01/2019)

Tablo.8'deki verilere göre refahın artmasının sonucunda nüfus artışı görülmüştür ve sağlık anlamında olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Okur-yazarlık oranı, okulların artması ile paralellik göstererek doğru orantılı bir ilişki yaşanmıştır.

1.3. Kuşaklararası Farklılıklar

Bireylerin dünyaya geldikleri zaman dilimi; onların karakterlerini, beklentilerini, endişelerini ve dolayısıyla tutumlarını önemli ölçüde etkilemektedir (Aka, 2017: 57). Bir toplumda yaşanan kültürel farklılıkların en büyük sebebi; cinsiyet, gelir, ırk veya teknolojik gelişme ayrımı değil kuşaklar arasındaki farklılıklardan kaynaklanmaktadır. Genç kuşaklarda, yaşlı kuşaklara oranla %20 artış ile depresyonların daha fazla görüldüğü, 1950'li yıllara kıyasla endişe duygusunun %85 olarak arttığı, intihar eyleminin ise iki katı bir şekilde yaşandığı ortaya konulmuştur (Twenge, 2001: 135). Kültürel açıdan ortaya çıkan bu değişiklikler mevcut kuşakların, önceki kuşak gruplarına eleştirel açıdan bakmalarına neden olmaktadır. Örneğin; Y kuşağına mensup bir birey teknolojik gelişmelere adapte olup ona göre hayatına hızlıca alıp uygulayabilirken, bir sessiz kuşak yani gelenekselcilere ait birey bu konuda ona göre daha az başarılı olması kaçınılmazdır. Bir başka örnek ise Z kuşağı gibi özgürlüğüne düşkün, yalnızlaşmaya meyilli bir kuşak, X kuşağındaki toplumsal birlik ve beraberlik düşüncesinde olamayacaktır (Çelik, 2014: 15).

Kuşaklararası ayrımlar, kuşak ve dönem yönlerinin bıraktıkları etkiler olmak üzere iki farklı açıdan incelenmektedir. *Kuşak etkisi*; benzer zaman aralığında doğan kişilerin ergenlik, evlilik, okula başlama, ölüm gibi toplumsal gerçeklikleri aynı anda yaşadıklarını ifade etmektedir. *Dönem etkisi* ise kuşakların aynı tarihte aynı olaylara tanıklık ettiklerini, siyasi ve kültürel eğilimlerden benzer şekilde etkilendiklerini dile getirmektedir (Newman, 2013: 217). Bu iki etki insanların hayata bakış açılarını değiştirmektedir. Örneğin; refah düzeyi yüksek bir dönemde yaşayan bireyler ile savaş döneminde dünyaya gelen bireyler arasında veya hak ve özgürlüklerini rahatlıkla elde eden bireyler arasında farklılıklar gözükmemektedir (Bayhan, 2014: 11). Twenge; 1991-1993 yılları arasında Amerikalı kadınların girişimcilik potansiyellerini değişken olarak alıp yaptığı araştırmada ulaştığı bulgular kadınların kuşaktan kuşağa daha aktif olarak iş hayatına atıldıklarını ortaya koymuştur (Twenge, 2001: 133).

Krywulak ve Roberts (2009: 8), yaptıkları araştırmalarında kuşaklar arası farklılıkları beş farklı kategoride değerlendirmişlerdir.

- *Uyumluluk*: Her kuşak kendini uyumlu olarak tanımlasa bile; X ve Y Kuşağı, Baby Boomers Kuşağı'nı uyum sağlamada yetersiz, yeniliklere kapalı ve iletişimde fazla gelenekselci olarak görmektedir.
- *Ynetilebilirlik*: Y Kuşağı teknoloji ile tanışan ilk kuşak olup, tutum ve davranışlarında bireysel kararlarını ön planda tutmakta, bu yüzden BB ve X Kuşakları'nın otoriter ve hiyerarşık anlayışlarını reddetmektedir.
- *Ekip alışması*: Her bir farklı kuşak grubunun kendine özgü meslek ahlakı ve davranış biçimi bulunmaktadır ve genelde birbirileri ile uyumlu bir takım olabildiklerini düşünmelerine rağmen X Kuşağı, Y Kuşağı'nı iş konusunda daha az çaba gösteren ve fazla gayret etmeyen bireyler olarak görmektedirler.
- *Denge*: Baby Boomers Kuşağı'na mensup bireyler içinde bulundukları ortamdan dolayı daha disiplinli, daha itaatkar bir yapıya sahiptirler ve bu iş hayatlarındaki ast-üst ilişkilerine de yansımaktadır. Ancak X ve Y Kuşakları bunun tam tersine daha az resmiyet, eşitlikten yana tutumlarını sergilemektedirler.
- *Bağlılık*: Kurumlar söz konusu olduklarında her kuşak kendini o örgüte karşı daha güvenilir ve sadık görmektedirler.

Zemke ve Diğerleri (2000: 94-98), çalışmalarında kuşakların temel özelliklerini aşağıdaki gibi karşılaştırmaktadır;

- *Sessiz Kuşak*; uyumlu olarak tanınır ve genel özellikleri pratik ve rasyonel olmalarıdır. Karakteristik zellikleri ise iktidara, dinine ve kurallarına bağlı, muhafazakar ve disiplinli bir yapıya sahiptirler.
- *BB Kuşağı*; kurallara bağlı olarak tanınır ve genel özellikleri iyimser, pozitif olmalarıdır. Karakteristik zellikleri ise iktidarı sorgulayan, katılım ve müdahalelerde bulunan, akılcı düşünen ben merkezli ve hırslı bir yapıya sahiptirler.
- *X Kuşağı*; rekabetçi olarak tanınır ve genel özellikleri şüpheci, dikkatli olmalarıdır. Karakteristik zellikleri ise iktidarı sorgulayan ve kurallardan

bağımsız, açık görüşlü, diğer görüşlere saygılı, yaratıcı ve özgürlükçü bir yapıya sahiptirler.

- *Y Kuşağı*; yaratıcı olarak tanınır ve genel özellikleri umutlu, güvenli olmalarıdır. Karakteristik özellikleri ise iktidara güveni olmayan ve uyumsuz bir yapı sergileyen, özgüveni yüksek, sürekli sorgulayarak gerçeği arayan ve sosyal bilince sahip bir yapıları vardır. Dijital ve teknolojik ortamda büyümeleri, değişimlere hızlı ayak uydurmalarını sağlarken aynı zamanda sonuç odaklı, sabırsız bireyler olmalarına neden olmaktadır.
- *Z Kuşağı*; derin duygusal olarak tanınır ve genel özellikleri 7/24 çevrimiçi olmalarıdır. Karakteristik özellikleri ise iktidar ile henüz bir ilişkiye girmeyen bu kuşak küresel dünyanın bir vatandaşı olarak teknolojik çağda dünyaya gelmişlerdir. Teknolojik ilerleme ve hızı, sabırsız olmalarına, çoklu dijital ortamlarda bulunmalarına dolayısıyla asosyalleşmelerine neden olmuştur.

Söz konusu farklılıkların, kuşaklar arasındaki farklı kriterlere göre değerlendirilmesi aşağıdaki Tablo.9'da yer almaktadır.

Tablo 9. Dünya Literatüründeki Kuşakların Özellikleri

	Sessiz Kuşak (1925-1945)	BB Kuşağı (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1979)	Y Kuşağı (1980-1994)
İcatlar	Otomobil	Televizyon	Kişisel Bilgisayar	Tablet/Akıllı Telefon
Haberleşme	Mektup/Telgraf	Telgraf/Telefon	Telefon/e-posta	SMS/Sosyal Medya
Tutum	İtaatkar	İyimser	Sorgulayan	Gelecekte beklenen
İşe Bakışı	İş her şeyden önce	İş önemli	İş ve sosyal hayat	Kendine güvenen
Yönetim	Hiyerarşik zincir	Çoğunluk	Yetenek	Yaratıcı
İlişki	Özverili	Saygılı	İsteksiz	Sadakatsiz
İş Etiği	İş tatmini, güvenlik ile mümkündür	Maddiyat, şöhret, prestij	İş tatmini, özgür iş ortamı ile sağlanır.	Misyon odaklı
Örgüt İçi Eğitim Anlayışı	Deneyimler ile eğitim	Sınırlı eğitim	Sınırsız eğitim	Devamlı eğitim

Kaynak: Tolbize, 2008: 8-9; Fenzel, 2013: 22-23

Tablo.9'da Dünya genelinde kuşaklara ait karakteristik özellikler görülmektedir. Y Kuşağı, diğer kuşaklar ile kıyaslandığında otoriteyi daha az benimseyen, eğitim

düzeyi çok daha yüksek ve teknoloji çağında doğduğu için çoğu konuda sabırsız davranmaktadır (İliç ve Yalçın, 2017: 137). Sessiz Kuşağa mensup bireyler, örgütlerde hiyerarşik düzeni benimser iken, X Kuşağı yeterlilik ve becerinin ön planda olması gerektiğini savunmaktadır. Zaman içerisinde kuşaklara yön veren önemli üretim ve iletişim araçları da teknolojik gelişmelerin sonucunda farklılaşma göstermiştir. Tablo.10'da kuşakların Dünya ve Türkiye'de yaşadıkları önemli olaylara yer verilmiştir.

Tablo 10. Dünya Literatüründeki Kuşakların Yaşadıkları Önemli Olaylar

Büyük Gelişmeler	Sessiz Kuşak(1925-1945)	Baby Boomers Kuşağı (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1979)	Y Kuşağı (1980-1994)
Dünya Geneli	1930'larda; -Büyük Buhran -Sinema 1940'larda; -Kore Savaşı -İşçi Sendikası	1950'ler; -TV -Sivil Toplum Hareketleri -Sputnik uydusu 1960'lar; -Vietnam Savaşı -Küba Krizi -Kennedy suikastı	1960'lar; -Che'nin ölümü -M.Luther suikastı -Sorbonne Üniv. İsyanı -Aya ilk adım -Woodstock festivali 1970'ler; -Kadın hareketleri -Watergate krizi -İlk kişisel bilgisayar üretimi	1980'ler; -Music TV'nin ortaya çıkışı -AIDS virüsü -Challenger Afeti -İnternet erişimi 1990'lar; -Berlin Duvarının yıkılması -Oklahoma'ya yapılan bombalı saldırı -Clinton ile Lewinsky arasında geçen skandal
Türkiye	1920'ler; -Cumhuriyet ilan edildi -İnkılaplar 1930'lar; -İnkılaplar devam -Atatürk'ün ölümü -Tek Partili Dönem	1940'lar; -Çok partili dönem -Türkiye, UNESCO üyesi. -İnsan Hakları Bildirgesi'nin kabulü 1950'ler -DP iktidarı, -Devletçilik 1960'lar; , -27 Mayıs Askeri Darbesi -1961 Anayasası -Liberalizm	1970'ler; -12 Mart askeri muhtıra verilmesi -Kıbrıs Barış Harekatı 1980'ler -12 Eylül Askeri Darbesi	1980'ler; -1982 Anayasası -Siyasi Sınırlamalar -Özal Hükümeti -Serbest piyasa ekonomisine geçiş -PKK Terör örgütü

Kaynak: Tolbize, 2008: 8-9; Fenzel, 2013: 22-23

Tablo.10'da yer alan Dünya ve Türkiye genelinde yaşanan büyük gelişmelere bakıldığında, kuşakların ayrımının toplumdan topluma değişiklik gösterdiği görülmektedir. Örneğin; BB Kuşağı'nın bitmesine rol oynayan olay Amerika'da

John F.Kennedy suikastı iken Türkiye’de, 27 Mayıs 1960 İhtilali ile 1961 Anayasa değişikliği olmuştur. Y Kuşağı’nda ise Berlin Duvarı’nın yıkılması önemli etkiler yaratırken, Türkiye bu zamanlarda terör ile mücadele vermektedir. X Kuşağı döneminde ülkemizde 1974 yılında yaşanan Kıbrıs Barış Harekatı’nın etkileri görülmekteyken, Amerika, Watergate skandalı ile çalkalanmaktadır.

Kuşakların yaşamlarını sürdürdükleri zamanın şartlarından etkilenmelerinin sonucunda; davranış biçimleri, değer yargıları ve tutumları gibi kriterlerinin de etkilendiği görülmektedir. Kuşakların birbirleri ile farklılık gösterdiği değişkenler aşağıdaki Tablo.11’de yer verilmiştir.

Tablo 11. Kuşaklar Arasındaki Farklılıkların Düzeyi

Kuşaklar/Kriterler	BB Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı
Özgürlük Seviyesi	Orta	Orta	Çok Fazla
Sosyallik Seviyesi	Orta	Orta	Az
Doygunluk Seviyesi	Fazla	Orta	Az
Faaliyet Seviyesi	Çok Fazla	Orta	Az
Tutku Seviyesi	Fazla	Orta	Az
Egoistlik Seviyesi	Az	Orta	Çok Fazla
Açık Sözlü Olma	Orta	Orta	Çok Fazla
Duygusallık Seviyesi	Çok Fazla	Orta	Az
Eleştirme Seviyesi	Az	Orta	Fazla
Bağlılık Seviyesi	Çok Fazla	Orta	Çok Az
İnanç Seviyesi	Fazla	Orta	Çok Az
Örf ve Adetlere Duyarlılık	Fazla	Orta	Çok Az

Kaynak: Rodoplu, 2003: 467; Erden, 2012: 27

Tablo.11’e bakıldığında her kuşağın ifade edilen kriterler doğrultusunda da farklı davranış biçimleri ortaya koyduğu gözlemlenmektedir. BB’lar; çalışkanlık, duygusallık ve sadakat davranışları çok yüksek olarak görülür iken Y Kuşağı; özgürlük, bencillik ve açık sözlülük davranışlarında yükseklik göstermiştir. Y Kuşağı’nın eleştirel ve özgürlüğüne düşkün bireyler olmasının nedeni, teknolojik düzeyin yüksek olduğu ortamlarda yetişmesinden kaynaklanmaktadır. X Kuşağı’nın

yetiştirdiği toplumlarda yaşanan siyasi sorunlar, davranış ve bakış açılarını diğer iki kuşağa kıyasla daha dengeli olarak sergilemesine neden olmuştur. I. ve II. Dünya Savaşları'nın sonunda dünyaya gelen Baby Boomers Kuşağı, savaşın etkileri ile büyüdüğü için özgürlük konusunda dengeli bir yaşayış biçimini benimsemişlerdir. İşkolik olarak adlandırılan BB Kuşağı ile kadınların iş hayatında aktif rol üstlenmeye başladığı X Kuşağı, çalışkanlık düzeyinde Y Kuşağı'na göre daha fazla çaba gösterdiği görülmektedir. Bunun sebebi, Y Kuşağı'nın teknolojik bilgisini ve yaratıcılık özelliğini kullanarak daha az çaba ile istediklerini daha kolay elde edebilmesinden kaynaklanmaktadır. Kuşakların iş yerindeki tutumları aşağıdaki Tablo.12'de yer verilmiştir.

Tablo 12. Kuşakların Örgüt İçerisindeki Farklılıkları

BB	X	Y	Z
Bağlılıkları fazla	Bağlılıkları değişken	Bağlılıkları az	-
İşine aşırı derecede düşkün	Örgütte disipline saygı duyan	Örgütte disiplini zor kabullenen	-
Ekip çalışması önemli	Toplumsal konularda hassas	Özgürlüğü önemli	-
İnançlı	Motivasyon seviyesi fazla	Sıklıkla farklı iş arayışı	Yaratıcı
Rekabet etme	Kanaatkar davranış	Bireysel davranış	İşbirlikçi
Teknolojik seviye yok	Teknolojik seviye düşük	Teknolojik ortamda büyüyen	Teknolojik ortamda doğan

Kaynak: Saracel vd, 2016: 55

Tablo.12'de kuşakların iş yaşamlarında benimsedikleri düşünce ve davranışlar, diğer olgular da olduğu gibi değişiklik göstermektedir. Bu farklılıklar daha detaylı belirtilecek olur ise (Aka, 2017: 59);

- *Sessiz Kuşak*; yaşamları için faaliyetlerinde emek harcayan, toplumların kural ve iktidara saygılı, itaatkar, önlem alarak davranışlarını sergilemek işe karşı anahtar kelimeleridir. Örgütsel bağlılıkları son derecede yüksek olup, işletmeye karşı sadakat gösterirler. Yaşamları boyunca aynı işte kalma istekleri vardır ve farklı bir işe geçmeyi utanç verici bir olay olarak görmektedirler.

- *Baby Boomers Kuşağı*; faaliyetlerini gerçekleştirebilmek amacıyla çalışmayı sürdüren, ideallerine bağlı, başarı için işinde çabalayan, otoriteye sadık ancak varlığından hazetmeyen, aldıkları kararlara göre davranmaları işe karşı anahtar kelimeleridir. Örgütlerde kariyerlerine bağlılık gösterirler ve işletmede bir ilerleme göremediklerinde iş değiştirmeyi hızlı bir şekilde gerçekleştirirler.
- *X Kuşağı*; daha iyi yaşayabilmek için çalışmayı tercih eden, ekip çalışması ile zaman tasarrufu sağlayan, kurallardan hoşlanmayan, kuşkulu ancak motivasyon seviyelerinin fazla olması işe karşı anahtar kelimeleridir. Örgütlerde ilişkilerine sadakat duygusunu benimsemişlerdir ve hislerini takip ederek gerektiğini düşündükleri anda işlerini değiştirirler. Uyumluluk ve uzlaşma konularında güçlü bir tutum sergilemektedirler.
- *Y Kuşağı*; hayatlarında öncelikleri yaşam, ardından ise çalışma düşüncesine sahip, özgüven ve yaratıcılık seviyesi yüksek, girişimci ruhları sonucunda aynı anda birçok işi yerine getirebilme, iş yerinde eğlenceyi isteyen, kolay uyum sağlayabilen ve farklılıklara hoşgörülü davranmaları işe karşı anahtar kelimeleridir. Örgütsel bağlılıkları kendilerine ve ilişkileri doğrultusunda sadakat göstermektedir. İş değiştirme diğer kuşaklar ile karşılaştırıldığında beklenen bir eylemdir ve aynı zaman içerisinde birden çok iş yapma istekleri ile teknoloji konularındaki becerileri daha yüksek olarak görülmektedir.

Teknoloji kullanılması ve uyum süreci ile ilgili BB Kuşağı %57, X Kuşağı %87 ve Y Kuşağı %84 oranında kendilerini uyumlu görmektedir. Takım çalışması konusunda ise BB Kuşağı %62, X Kuşağı %62 ve Y Kuşağı %67 oranlarında isteklilik göstermektedir (Keskindemir, 2016: 19). Türkiye’de yaşayan toplam nüfusun kuşaklara göre dağılımı ve toplam sayıları aşağıdaki Tablo.13’de ayrıntılı olarak verilmektedir.

Tablo 13. Türkiye’de Nüfusun Kuşaklara Göre Dağılımı

Kuşaklar	Oran	Toplam Nüfus	Yaş Aralığı	Nüfus
Z Kuşağı	%23	19.203.791	0-4	6.544.781 kişi
			5-9	6.336.787 kişi
			10-14	6.322.223 kişi
Milenyum Kuşağı	%16	12.926.652	15-19	6.402.806 kişi
			20-24	6.523.846 kişi
Y Kuşağı	%23	19.139.056	25-29	6.256.609 kişi
			30-34	6.319.097 kişi
			35-39	6.563.350 kişi
X Kuşağı	%19	15.832.599	40-44	5.836.212 kişi
			45-49	5.302.832 kişi
			50-54	4.693.555 kişi
Baby Boomers Kuşağı	%13	10.206.747	55-59	4.163.996 kişi
			60-64	3.437.773 kişi
			65-69	2.604.978 kişi
Sessiz Kuşak	%6	4.558.376	70-74	1.849.910 kişi
			75+	2.708.466 kişi

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22/03/2019)

Tablo.13’e göre Türkiye nüfusu 2018 yılı sonu itibariyle bir önceki yıla kıyasla 1.193.357 kişi artması sonucunda, 82.003.882 kişi sayısına ulaşmıştır. Erkek nüfus 41.139.980 rakamı ile toplam nüfusun %50,2’sini oluşturur iken, kadınlar ise 40.863.902 rakamı ile toplam nüfusun %49,8’sini oluşturduğu gözlemlenmiştir. Türkiye nüfusunun en fazla nüfus oranına sahip ve 0-14 yaş aralığında olan Z Kuşağı toplam 19.203.791 kişiden oluşmaktadır. Z Kuşağı’nı toplam nüfusta az bir farkla Y Kuşağı takip ederken, yaş aralıklarından dolayı en az nüfus sayısına sahip Sessiz Kuşak olarak görülmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

FİNANSAL YATIRIM ARAÇLARI

2.1. Finansal Yatırım Araçları Kavramı

1980’li yıllardan önce Ülkemizde istenilen ekonomik seviyelere gelinebilmesinin ardından çıkarılan 24 Ocak 1980 Kararları ile Türkiye’de ekonomik istikrarın sağlanması ve finansal piyasaların oluşturulması hedeflenmiştir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 61). Bu gelişmeler, beraberinde daha aktif finansal piyasalardan oluşan bir sermaye piyasası ihtiyacını doğurmuştur (Apak ve Demirel, 2009: 22). Bu ihtiyaçtan doğan gereksinimlerin karşılanmasını hedeflemek üzere, fon arz edenler ile tasarruf sahipleri ve bunu sağlayan araç ve kurumların bir araya gelmesi sonucunda finansal piyasalar oluşmuştur (Yüksel ve Rodoplu, 1980: 3).

Piyasa mekanizmasında yer alan bu ekonomik birimler arasında fon alışverişini sağlayan finansal piyasaların vadelerini göz önünde bulundurarak; türev, para ve sermaye piyasaları olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Uzunoglu, 2000: 22). Sermaye piyasalarını kısaca orta ve uzun vadeli fon arz ve talebinin karşılaştığı piyasalar olarak tanımlamak mümkündür (Kidwell ve Peterson, 1981: 25). Sermaye piyasaları; tasarruf sahiplerinin yatırıma yöneldiği, bu işlemleri yürüten kuruluşların bulunduğu ve yasalarda belirtilen şartları sağlayan şirketlerin menkul kıymet ihraç ettiği piyasalardır (Rodoplu, 1993: 9). Sermaye piyasası, taşınabilir kıymetli evraklardan oluştuğu için menkul kıymet piyasası olarak da belirtilir (Korkmaz ve Ceylan, 2006: 179).

Sermaye piyasası araçlarının, vadesinden dolayı diğer finansal yatırım araçlarına göre maruz kaldığı risk ve faiz oranı daha fazladır. Bunun sebebi, fon arz edenlerin uzun süre için fonlarını devretmesi ve kullananların ise tasarruflarını uzun dönemli yatırımlara bağlamasından kaynaklanan faiz oranı ve geri ödeme belirsizliklerinden kaynaklanmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 57). Ancak finansal yatırım aracının riskinin yüksek olması, tasarruf sahipleri açısından, bu araçlardan sağlanacak getirisinin de fazla olması anlamına gelmektedir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 50).

Sermaye piyasasının türev ve para piyasalarından farkı; vadesinin 1 yıldan uzun olması, fon aktarım sisteminin doğrudan gerçekleşmesi ve kamuoyunu aydınlatma kuralı olmak üzere üç özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. 2012 yılında yürürlüğe

giren 6362 sayılı kanun ile sermaye piyasalarını denetlemek ve düzenlemek için görevlendiren tek yetkili kurum, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) olarak belirlenmiştir (<https://www2.tbmm.gov.tr/>).

Sermaye piyasalarının en önemli ögesini menkul kıymet borsaları oluşturmakla beraber, bankalar, aracı kurumlar, girişim sermayesi yatırım ortaklıkları, yatırım ortaklıkları, gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve portföy yönetim şirketleri de bu piyasada yer almaktadır (Ünsal, 2014: 7). Sermaye piyasası finansal yatırım araçları ise hisse senetleri, bonolar, tahviller, gelir ortaklığı senetleri, varlığa dayalı menkul kıymetler, gayrimenkul sertifikaları, yatırım fonu katılma belgeleri, varantlar gibi geniş bir portföyden oluşmaktadır (Aydın ve Diğerleri, 2012: 5).

Yatırımcılar tasarruflarına değer katmak ve risklerini azaltmak için birden çok finansal yatırım aracına yönelmektedir. Üstlenebilecekleri risk durumuna göre de çeşitli yatırım araçlarını kullanarak kendilerine en uygun portföyleri oluşturmaktadırlar. İhraççılar fon ihtiyacını karşılarken, yatırımcılar tasarruflarını değerlendirmekte ve gelecekte likit para talep etmeleri halinde buna olanak veren finansal yatırım araçlarını kullanmaktadırlar (Ertuğrul ve Diğerleri, 2012: 3).

2.2. Finansal Yatırım Araçları Sınıflandırılması

Sermaye piyasasında finansal yatırım araçlarını veya bir diğer ifadeyle menkul kıymetleri, ihraççılar tarafından çıkartılan ve tasarruf sahiplerine gelir imkanı ile gelecek zamanda yatırılan tutarı talep etme hakkı sağlayan soyut kıymetler olarak tanımlamak mümkündür (Sayılır ve Diğerleri, 2012: 3). Tasarruf sahibi kişiler, birikimlerine değer katmak maksadı ile sahip oldukları sermayeyi çeşitli finansal yatırım araçlarına yatırmaktadırlar. Seçtikleri strateji ve göze aldıkları riskler doğrultusunda kendilerine en uygun yatırım araçlarını seçerek portföylerini oluşturma yoluna giderler. Bu davranışı gerçekleştiren yatırımcı, sermaye piyasalarının gelişimine katkıda bulunurken, bu davranış ülkenin ekonomik kalkınması içinde kilit role sahiptir.

Sermaye piyasasında, tasarruf sahiplerinin yatırım yapabileceği ya da portföylerini oluşturabileceği finansal yatırım araçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Pay Senetleri
- Tahviller
- Bonolar
- Gelir Ortaklığı Senetleri
- Gayrimenkul Sertifikası
- Varlığa Dayalı Menkul Kıymet
- Yatırım Fonu Katılma Belgeleri
- Vadeli İşlem ve Opsiyon Sözleşmeleri
- İpotekli Sermaye Piyasası Araçları
- Varantlar
- Kira Sertifikası (Sukuk)
- Borsa Yatırım Fonları
- Kıymetli Madenler ve Kıymetli Taşlar olmak üzere 13 gruba ayrılmıştır.

2.2.1. Pay (hisse) senetleri

Pay senetleri, anonim ortaklıkların çıkardığı, anonim ortaklık sermaye payını temsil eden kıymetli evrak niteliğinde bir menkul kıymettir (Apak ve Demirel, 2009: 165). Finansal piyasalarda en fazla işlem hacmine sahip finansal yatırım araçlarından biridir (Yurtoğulları, 2013: 44).

2011 yılında 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile hisse senetlerinin adında değişikliğe gidilerek pay senedi adını almıştır (Ünsal, 2014: 8, Korkmaz ve Ceylan, 2018: 141). Yeni pay tebliğinde ise hisse senedinin kesin tanımı yapılmak yerine taşıdığı genel özellikler belirtilmiştir. Ayrıca literatürde aksiyon veya esham olarak da adlandırılmaktadır (Öz, 2010: 2).

Pay senedini çıkaran ortaklığın çıkarmış olduğu tüm payların toplam değeri, şirketin kendi esas sermayesine eşittir (Özcan, 2017: 18). Pay senedi çıkarabilecek kuruluşlar; anonim şirketler, sermayesi bölünmüş komandit şirketler, özel kanunlar ile kurulan kuruluşlar ile toplu konut ve kamu ortaklığı idari başkanlığı olmak üzere 4'e ayrılmaktadır (Aydın, 2017: 3). Burada belirtilen Özel Kanun ile kurulan

kuruluşlar arasında; TCMB, bankalar, Kamu İktisadi Devlet Teşekkülleri, anonim şirket olarak kurulmuş iktisadi devlet teşekkülleri, sigorta şirketleri ve bağlı ortaklıklar yer almaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 241). Kooperatifler kıymetli evrak özelliği taşımayan pay senedi çıkartabilirken, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketler kıymetli evrak özelliği taşıyan pay senedi çıkartmalarına karşın bunu halka arz ile satamamaktadırlar (Konuralp, 2005: 31).

Pay senetlerinin ekonomik işlevlerini ise şu şekilde belirtmek mümkündür (İMKB, 2011: 202);

- Küçük tasarruf sahiplerini, büyük işletmeler yararına bir araya getirerek, şirket için gereken paranın kısa sürede temini ve kalkınmasını sağlamaktadır.
- Geniş kitlelere kendi hisse senetlerini dağıttığından dolayı geniş tabana yayılarak ekonomik denge ortamı oluşturmaktadır.
- Pay senetlerine sahip olan tasarruf sahibi ülkenin ekonomik kararlarında söz alabilmekte ve demokrasinin güçlendirilmesine olanak tanınmaktadır.
- Yatırımcıya tasarrufu enflasyon kanalı ile sağlamaya çalıştığından tasarruf sahibi iki türlü kazanç elde ederek, yatırım ve gelirinin değerini gerçekleştirebilecek olan enflasyondan korumuş olmaktadır.
- Aracılık faaliyetini ortadan kaldıran finansman aracı olmasının sonucunda, direkt arz sahibi olan ile beraber karşılıklı iletişim kurduğu için aracılık maliyeti gibi bir zarar kalemi ile karşılaşmamaktadır.

Pay senetleri sahiplerine; temettü (ortaklıktan kar payı alma), şirket yönetimine katılma, bedelsiz hisse senedi alma, rüçhan (yeni pay alma), genel kurulda oy kullanma, tasfiye karından pay alma hakkı sağlamaktadır (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 360). Buna karşılık pay senetleri sahiplerine; sermaye borcu, bilgi alma hakkı ve sır saklama borcu yükümlülükleri altına sokmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 421). Bu haklar içerisinde bulunan rüçhan hakkı, en az 15 gün ve en fazla 60 günden fazla olmamak kaydı ile genel kurul veya yönetim kurulundan alınacak karar ile kısmen ya da tamamen kısıtlanabilmektedir.

Tasarruf sahibi açısından hangi pay senedine yatırım yapacağı konusunda bir fikir sahibi edinebilmesi için pay senedi değer ve fiyat tanımlamaları büyük öneme sahiptir (Apak ve Demirel, 2009: 172). Buna göre fiyat tanımlamaları;

- *Nominal (İtibari) Fiyat*; ortakların pay senedini ilk çıkarttığında toplam sermaye miktarını belirtmek ve muhasebe kayıtlarında kullanabilmesi amacı ile pay senedinin üzerinde yazılı olan fiyattır. Değerinin alt limiti 1 TL'dir ve katları şeklinde arttırılması mümkündür (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 361).
- *Piyasa Fiyatı*; sermaye piyasasında oluşan arz ve talep sonucunda pay senedi için oluşan fiyattır (Chambers, 2009: 6).
- *Emisyon Fiyatı*; genellikle pay senetleri nominal fiyatları ile ihraç edilmesine karşılık işletmenin borsa değerinin yüksek olması gibi durumlarda halka arz sürecinde pay senedi için belirlediği fiyata denilmektedir (Apak ve Demirel, 2009: 173).

Değer tanımı ise daha kapsamlı olarak pay senedinin taşınması gerektiği değeri gösterir ve pay senedinin verimliliği ile getirisinin hesaplanmasında önemli rol taşımaktadır (Memişoğlu, 1997: 11). Pay senedi değer tanımlamalarına aşağıda yer verilmiştir. Bunlar;

- *Defter (Bilanço) Değeri*; şirketin öz sermaye toplamının, çıkarmış olduğu pay senedi sayısına bölünmesi ile bulunmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 431) ve işletmenin, ortaklarından sağladığı sermayenin tutarını gösteren geçmişe dönük bir ölçüdür (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 242).
- *İşleyen Teşebbüs Değeri*; işletmenin piyasadaki prestij değerini de içine alarak, bir bütün halinde çalışır iken devredilmesi durumunda ki değerine verilen addır (Poyraz, 2013: 371-372).
- *Tasfiye (Likidasyon) Değeri*; işletmenin tasfiye edilmesi söz konusu olduğunda varlıklarının paraya çevrildikten sonra tüm borçlarının çıkarılarak elde edilen tutarın, pay senedi sayısına bölünmesi ile elde edilen değerdir (Ataman ve Kibar, 1999: 70). Bu değer bir diğer adı likidasyon değeri olarak belirtilmektedir. Tasfiye değeri şirketin paylarının piyasada ki değerinin alt sınırını oluşturur iken işleyen teşebbüs değeri üst sınırını oluşturmaktadır (Chambers, 2009: 209). Piyasa değerinin tasfiye değerinin altına düştüğü zamanlarda işletme daha likit hale dönüşebilmek için yatırımcılara daha düşük fiyatlardan pay senetlerini satabilmektedirler ve

yatırımcı yüksek kazanç elde etme imkanı bulmaktadır (Konuralp, 2005: 178).

- *Gerçek Değer*; tasarruf sahibinin işletme bilançosunda bulunan varlıkları, sermaye yapısını, karlılık durumu gibi değişkenleri dikkate alarak pay senedi için belirlediği değerdir (Canbaş ve Doğukanlı, 2007: 45).

Dünya genelinde 2018 yılı verilerine göre pay senedi işlem hacmi %21 artış göstererek toplam 141 trilyon dolara ulaşmıştır. Borsa İstanbul ise 2018 yılında pay senedi işlem hacmi 419 milyar dolar ile Dünya piyasasında 22. Sırada bulunmaktadır. Buna ilişkin detaylara aşağıdaki Tablo.14’de yer verilmektedir.

Tablo 14. Pay Senedi İşlem Hacmi 2018

		İşlem Hacmi (milyar dolar)	İşlem Hacmi Payı	Hacim/Piyasa Değeri
1	Nasdaq OMX	43,656	% 30,9	% 447,4
2	New York Borsası	22,942	% 16,2	% 110,9
3	BATS ABD	16,036	% 11,3	-
4	BATS Chi-x Avrupa	11,786	% 8,3	-
5	Senzhen Borsası	7,600	% 5,4	% 316
6	Japonya Borsası	7,207	% 5,1	% 136,1
7	Şanghai Borsası	6,140	% 4,3	% 156,7
8	Londra Borsası Grubu	4,768	% 3,4	% 131,1
9	Kore Borsası	2,559	% 1,8	% 181
10	Hong Kong Borsası	2,349	% 1,8	% 65
22	Borsa İstanbul	419	% 0,3	% 280,8
	Toplam	141,417	%100	% 185,2

Kaynak: TSPB, 2018: 15

Tablo.14’e göre Dünya’da Nasdaq OMX 43,656 trilyon dolar ile ilk sırayı alır iken, ikinci sırada kendisini 22,942 trilyon dolarlık işlem hacmi ile New York Borsası takip etmektedir. Son yıllarda daha düşük maliyet, yatırımcı bilgilerinin saklanması, hızlı işlem ve aynı yerden farklı piyasalara ulaşabilme imkanı sağlayan alternatif işlem platformlarından en önemlilerinden olan ABD merkezli BATS Global Market ise yapılan işlemlerin %20’sine sahiptir. İşlem hacminin piyasa değerine bölünmesi ile bulunan pay senedi devir hızı oranının fazla olması likit bir piyasayı ve kısa

vadeli portföy değerlendirmelerini ifade etmektedir. Bunun sonucunda en likit 4. Piyasa, %280,8 değerinde ki Borsa İstanbul olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pay senedi türleri 5 kategoride incelenmektedir. Bunlar; tedavül bakımından *nama ve hamiline yazılı pay senetleri*, sahiplerine sağladığı haklar açısından *adi ve imtiyazlı pay senetleri*, sermaye artışlarına göre *bedelli ve bedelsiz pay senetleri*, prime göre *primli ve primsiz pay senetleri*, şirketle ilgili olanlara göre *kurucu ve intifa pay senetleri*dir. Bunları ayrıntılı olarak inceleyecek olursak;

1. *Nama ve Hamiline Yazılı Pay Senedi*; bir pay senedi özel veya tüzel gözetilmeksizin belirli bir kişinin adına yazılmış ise bu kıymetli evrak *nama yazılı pay senedi* olarak adlandırılmaktadır. Sözleşmede zaten aksi bulunmuyor ise anonim şirketlerin çıkardığı pay senetlerinin şekli her zaman bu şekilde olmaktadır. Eğer bu kıymetli evrakın üstünde herhangi bir isim belirtilmiyor ise *hamiline yazılı pay senedi* olarak geçer ve bu hisse senetlerini kim taşıyorsa, kıymetli evrakın üstündeki tüm haklar o kişiye ait olmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 422).

Nama ve hamiline yazılı pay senetlerinde ki diğer bir fark ise devir işlemlerine yöneliktir (Poyraz, 2013: 453). Nama yazılı pay senedi sahibi, pay senedinin kaybolması, çalınması gibi durumlarda kendi hakkını savunabilir iken hamiline yazılı pay senedi sahibi bunu kanıtlamakta zorluklar çekmektedir (Aydın, 2017: 5). Hamiline yazılı pay senedinde devir ancak teslim ile gerçekleşebiliyor iken, nama yazılı pay senedinde sözleşmede aksi bir karar bulunmadığı takdirde her zaman devir işlemi ciro veya teslim yolu ile yapılabilir (Özerol, 2012: 2010). Nama yazılı pay senedi sahibine, şirketin ortaklarını bilme bilgisi, vergi kaybı olmasını engelleme gibi olumlu özellikleri bulunur iken halka açılmayı engelleme, kimliğini gizli tutamamak gibi dezavantajları bulunmaktadır.

Pay senetlerinin borsada işlem görebilmesi için hamiline olarak düzenlenmesi gerekir ve hamiline düzenleme de bedelinin tamamının ödenmiş olması gerekmektedir. Hamiline yazılı pay senedi sahibinin ise diğer pay senedi ile karşılaştırıldığında genel kurul toplantısına katılma gibi bir hakkı oldukça düşüktür.

2. *Adi ve İmtiyazlı Pay Senedi*; pay senedi sahiplerine ana sözleşmede aksine bir hüküm bulunmadıkça eşit haklar sağlayan paylara adi pay senedi adı verilir

iken sözleşmede kara iştirak, kardan pay alma ve genel kurulda oy kullanma gibi haklar verilir ise imtiyazlı pay senedi adı verilmektedir (Apak ve Demirel, 2009: 165). Pay senetlerinde ki bu iki ayrım sahibine sağladığı çıkar açısından bu şekilde değerlendirilmektedir. Eğer bir pay senedi sahibine özel ayrıcalıklar tanıyor ise imtiyazlı hisse senedi, eğer tanımıyor ise adi pay senedi adını almaktadır.

TTK md. 434’de adi pay senedi kavramı belirtilmemiş olmasına karşılık “her pay sahibi sadece bir oy hakkına sahip olur” ifadesine yer verilmiştir. Yine aynı madde imtiyazlı pay senedine dair kar payı, rüçhan, tasfiye ve oy hakkı gibi imtiyazlar verilebileceğini belirtmiştir (Bolak, 2001: 130).

İmtiyazlı hisse senedi; adi pay senedi ile tahvilin özelliğini taşıyan bir kıymetli evraktır (Öz, 2010: 5). Temettü hakkı bakımından adi pay senedine, sabit getiri ve sağlanacak kazançtan pay isteme hakkının olması bakımından da tahvile benzemektedir. İmtiyazlı pay senet sahibi temettüden ilk pay alma hakkına sahip iken adi pay senedi sahibi ancak temettüler ödendikten sonra kalan kısmından kendi payına düşecek olanı olabilir. Bu vergi hususunda da geçerli olmaktadır. İmtiyazlı pay senedi çıkaramayacak kuruluşlar ise menkul kıymet yatırım ortaklıkları olarak belirtilmektedir (Yurtoğulları, 2013: 45).

3. *Bedelli ve Bedelsiz Pay Senetleri*; bu iki senet arasındaki temel ayrım sermaye artışları ile ilgilidir. Bedelli pay senetleri, ödeme veya taahhüt yoluyla bedelli artırım yapabilecek pay senetlerine denir. Kuruluş aşamasında veya daha sonradan üçüncü kişilere halka arz yolu ile çıkarılan bu bedelli pay senetleri iki türlüde alındığı zaman işletmeye dışarıdan bir tasarruf gelmektedir.

Bedelsiz pay senetlerinde ise bedelli pay senedinin aksine şirkete para girişi olmadan bir ödeme yapılması söz konusu değildir. Bazı işletmeler dağıtılmayan kardan veya şirketin gayrimenkul alım-satımından kazandığını ortaklarına dağıtmak yerine şirketin daha da fazla gelişimi adına şirkette bırakır ve dağıtması gereken tutarı; bu bedel olmadan ortaklara verildiğinden bunlara bedelsiz pay senetleri adı verilmektedir (Aydın, 2017: 6).

4. *Primli ve Primsiz Pay Senedi*; hukuk sistemimiz de yer alan kanuna göre bir pay senedi kendi nominal yani itibari değerinin altında satılamaz. Bu kural haksız rekabeti önlemek amacıyla koyulmuştur. Bunun sonucunda eğer bir pay senedi kendi üzerinde yazılı bir değer ile satılıyorsa primsiz pay senedi, eğer kendi değeri üzerinde ihraç edilmekte ise buna da primli pay senedi denmektedir.
5. *Kurucu ve İntifa Pay Senedi*; belirli bir sermaye payını temsil etmeden, şirket genel kurul kararı ile o şirkete emek veya hizmette bulunmuş kimseler, kuruluştan sonra verilen ve şirket yönetimine katılma hakkı vermeyen pay senetlerine intifa hisse senedi denmektedir (Parasız, 2007: 238). Ancak alınacak genel kurul kararı ile bu paya sahip olan kişilere, net kar veya tasfiye sonucu kalan tutara katılma hakkı verilebilmektedir (Ünsal, 2014: 12). Kurucu intifa pay senedi ise sermayede ki belirli bir payı temsil etmektedir.

2.2.1.1. Pay Senedi Türevleri

Türevler, pay senetlerine nitelik olarak benzerlik gösterirken aynı hakları sağlama konusunda bazı farklılıkları vardır. Sahiplerine bazı imtiyazlar sağlayan ancak ortaklık hakkı vermeyen menkul kıymetlere, pay senedi türevleri adı verilmektedir. Bu türevler; katılma intifa senetleri, kar-zarar ortaklığı belgesi ve oydan yoksun pay senedi olmak üzere 3 tür olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.1.1.1. Katılma İntifa Senetleri (KİS)

KİS'ler sahibine, ortaklığın ortaklık haklarına sahip olmadan sadece finansal haklar tanıyan, hisse senedi gibi ortaklık hakkı tanımadığından şirket yönetiminin oy açısından dengesini bozmayan, şirket tasfiyesi gerçekleştiğinde o bakiyeden hak almasını sağlayan ve yeni pay alma gibi mali haklar tanıyan kıymetli evrak özelliğine sahip paylar olarak karşımıza çıkmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 314). Katılma İntifa Senetleri, belirli nominal değere sahip ve nakit karşılığı çıkarılması zorunlu bir menkul kıymettir (Berk, 2005: 339). Belli bir sermayeyi temsil etmediklerinden dolayı yatırımcıya şirket yönetiminde oy kullanma ve yönetime katılma, iptal davası açma gibi haklara sahip değildir (Öz, 2010: 26).

KİS'leri genellikle tercih eden kişiler, halka açılmayı tercih etmeyen ama öz sermaye sağlamak isteyen aile işletmeleri ile faiz kazancı veya ortaklık yönetimine katılmak

istemeyerek kar payı ile ilgilenen tasarruf sahipleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Akgüç, 1998: 775).

İşletmenin, daha önceden kar edip etmeyeceği veya bu durumda ne kadar ödeyeceği konusu belli olmadığı için katılma intifa senetlerinde baştan yatırımcıya bir taahhütte bulunulamamaktadır. Ancak yatırımcı zarara katılmamaktadır (Sancak, 2014: 192).

Ortaklıkların çıkarabilmesinin mümkün olduğu KİS'lerin tutarı, ödenmiş sermaye ile yedek akçelerin toplamından daha fazla ve bu toplamın 1/6'sından az olmaması gerekmektedir (Aydın, 2017: 8). Katılma intifa senetleri süresiz olmak üzere, nama ve hamiline yazılı olarak çıkarılabilmektedir (Yurtoğulları, 2013: 54). Taban fiyatları 1000 TL veya bunun katları olmak üzere değer ile belirlenmektedirler (Özcan, 2017: 39) ve satış süreleri en fazla 3 ay ile sınırlandırılmıştır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 428). KİS'ler ihraç edildikten 2 yıl süre geçtiğinde, toplam sermayelerinin %10'unu aşmamak kaydıyla tekrar satın alınabilmektedir.

2.2.1.1.2. Kar-Zarar Ortaklığı Belgeleri (KZOB)

Kar- Zarar ortaklığı belgesi, yatırımcının faiz yerine kar payından kazanç veya zarara katılmayı ettiklerinde seçtiği bir araç olarak ortaya çıkmaktadır (Karabulut, 2012: 15). KZOB'ların ilk ihracı 1982'de yapılmıştır ve çıkarılması için Sermaye Piyasası Kurulu'ndan izin alınması gerekmektedir (Öz, 2010: 21). Finansman sağlanması amacı ile yönetimi paylaşmayı tercih etmemek için pay senedi çıkaramayan ancak krediye ihtiyaç duyan şirketlerin kullandıkları görülmektedir (Canbaş ve Doğukanlı, 1997: 53).

Bu belgeler sahip olduğu tasarruf sahibine ortaklık hakkı, kara veya zarara katılma hakkı vermektedir. Bu belgede kar ve zarara ortak olma kavramı, faiz kavramının yerine kullanılmaktadır (Günel, 1987: 107). Ancak buna rağmen hisse senedi sayılmamalarının nedeni ise vadeli olmaları, şirket yönetiminde kendilerini temsil edebilecek bir oy haklarının bulunmaması ve nama veya hamiline yazılı olarak ihraç edilebilme özelliklerinden kaynaklanmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 313).

KZOB'ların ihraç eden kuruluşlara sağladığı en önemli avantaj; ortaya çıkan kardan yatırımcıya verilen pay tutarını finansman gideri olarak göstererek, kurumlar vergisini düşürebilmelerine imkan tanımlarındır (Ünsal, 2014: 19). Bu özellikleri

sonucunda tahvil ile aralarında görülen farklılık ise, faiz ödeme yükümlülüklerinin bulunmamasından kaynaklanmaktadır (Bolak, 2001: 120).

KZOB'ların satışın da halka arz edilerek ihracı söz konusu ise hamiline yazılı, halka arz edilmeden ihraç edilenlerin de nama yazılı olmak üzere ihraç edilmesi şartı bulunmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 425-426). Kar-Zarar ortaklığı belgeleri nama ve hamiline yazılı olmak üzere en az 3 ay ve en fazla 7 yıl vadeli olmak üzere 250.000 TL veya katları şeklinde ihraç edilebilmektedirler (Özcan, 2017: 40).

2.2.1.1.3. Oydan Yoksun Pay Senetleri (OYPS)

Sahiplerine oy hakkı hariç olmak üzere; kar payına katılma hakkı veren, tasfiye veya ortaklık haklarından istediğinde imtiyazlı olarak yararlanabilme olanağı sağlayan kıymetli evraklardır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 427). Ortakların çıkarması mümkün olan oydan yoksun pay senetlerinin değeri belirlenir iken toplam tutarın ödenmiş veya çıkarılmış olan sermayenin %75'ini geçemez koşulu bulunmaktadır ve limitin de ise daha önceden ihraç edilen OYPS' nin miktarı hesaba katılmaktadır.

OYPS'ler sahibine yönetimi kaybetmeme ve kar payı anlamında ortaklıklarına daha fazla bir getiri sağlama avantajı kazandırmaktadır. Adi hisse senetleri ile karşılaştırıldıkların da piyasa fiyatları daha düşük olduğu için sermaye kazancından beklentileri de o aranda daha düşük olduğu görülmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2004: 161).

Oydan Yoksun Pay Senetleri nama veya hamiline yazılı olarak ihraç edilebilmektedir. İşletme izleyen üç yıl boyunca kar dağıtmaz ise izleyen yıl esas sermayeye katılmaları ile oy hakkı elde edebilmektedir. Bunun sonucunda da dağıtılmayan karlar neticesinde elinde bulunan kağıt, adi pay senedine dönüşmüş olacaktır.

BIST 100 Endeksi 2018 yılında bir önceki yıla kıyas ile %21 oranında düşerek 91.270 puanda yılı kapatmıştır. Buna ilişkin BIST piyasa değeri, şirket sayısı ve toplam pay senedi sayısı aşağıdaki Tablo.15'de gösterilmiştir.

Tablo 15. Yıllara Göre Pay Senetlerinin İşlem ve Hacimleri

	BIST Piyasa Değeri (Milyar TL)	Toplam Şirket Sayısı	Toplam Menkul Kıymet Sayısı
2014	627.365	376	1077
2015	554.884	369	1276
2016	614.069	358	1485
2017	880.241	355	2007
2018	794.823	353	1956
2017/2018 Piyasa Değeri Değişimi		-%9,7	

Kaynak: TSPB, 2018: 28-29.

Tablo.15’de belirtildiği üzere, global ekonomiye duyulan endişe ve Türkiye’de ekonomik etkinliğin hız kaybetmesi ile 2018 yılında piyasa değeri %10 değer kaybederek 880 milyar TL’den, 795 milyar TL seviyesine gelmiştir (TSPB, 2018: 26). 2017 ile 2018 yılları arasında ki piyasa değeri değişimi ile -%9,7 olarak görülmektedir. Toplam şirket sayısı 2014 yılında 376 şirket ile en fazla seviyeyi görür iken, 2018 yılında bir önceki yıla oranla 355’ten 353 şirket sayısına inerek %0,3 oranında bir azalma gözlenmiştir (TSPB, 2018: 29).

Pay senedi işlem hacmi 2018 yılında %36 oranında artış göstererek 2 trilyon TL rakamını bulmuştur (TSPB, 2018: 26). Yıllara göre günlük ve toplam işlem hacimleri aşağıdaki Tablo.16’da verilmiştir.

Tablo 16. Yıllara Göre Pay Senetleri İşlem Hacimleri (Milyon TL).

	2014	2015	2016	2017	2018	2018/2017 Değişim
<i>Günlük İşlem Hacmi</i>	3.478	4.039	4.038	5.802	7.941	%36,9
Toplam İşlem Hacmi	872.931	1.025.874	1.013.562	1.468.001	1.993.296	%35,8

Kaynak: TSPB, 2018: 31

Tablo.16’yı incelediğimizde 2018 yılında gerçekleşen önemli değişikliğin nedenleri arasında, Yıldız Pazardaki işlem hacminin %47 artışla 1,8 trilyon TL’ye ulaşması ve Gelişen İşletmeler Pazarındaki (GİP) işlem hacminin 17 şirketin kote olması ile %186’lık bir artış ile 6,8 milyar TL seviyesini bulmasından kaynaklanmaktadır

(TSPB, 2018: 30-31). Son 5 yıllık veriler incelendiğinde ise her yıl artış yaşandığı gözle görülmektedir.

2.2.2. Tahviller

Türkiye’de tahvil ihracı 1970’li yılların başlarında özel sektör kuruluşlarının artması ile başlamış ve günümüzde yaygın olarak kullanılan bir pazar oluşturmuştur (Apak ve Demirel, 2009: 89). İhraççıların Borçlanma Araçları Tebliği hükümlerine göre ödünç para bulmak adına borçlu sıfatıyla düzenleyip sattığı orta veya uzun vadeli olan borçlanma araçlarına tahvil adı verilmektedir (SPL, 2017: 60). TTK’nın 420. maddesine göre tahvil “Anonim şirketlerin ödünç para tedariki için nominal değerleri eşit ve ibareleri aynı olmak üzere ihraç ettikleri borç senetlerine denir.” olarak ifade edilmiştir (Sarıkamış, 1998: 37). Tahvillerin üzerinde bulunan nominal değerleri, vade sonunda ödenecek anaparayı göstermektedir ve faiz hesaplamalarında kullanılmaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 502). Tahviller yer alan mevzuat uyarınca menkul kıymet sınıfına girmektedir. Tahvil çıkartma yetkisi TTK tarafından anonim ortaklıklara verilmiş olmasına rağmen özel yasalar ile bazı kamu kurumlarına da bu hak tanınabilmektedir. Anonim ortaklıklar tahvil ihraç ettiğinde SPK’dan izin alması gerekir iken Kamu Kuruluşları’nın kuruldan izin alması gerekmemektedir (Özcan, 2017: 29).

Tahvillerin arz ve taleplerini etkilemekte olan piyasa değerleri, piyasa da uygulanan faiz oranlarına göre belirlenmektedir. Faizlerin son yıllarda dalgalanmalar göstermesi sonucunda kamu kuruluşların çıkardığı tahvillerin vadesinin 2 yıldan daha uzun süreli olması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Özel sektör tahvil ihracının da azalmasının önüne geçilebilmesi için ekonomideki kırılganlıkların düzeltilmesi ile gerçekleşecektir.

Yatırımcı tahvil ihraç eden kuruluşun uzun dönemli alacaklısı konumundadır. Pay senetlerinden farklı olarak, kar ve zarara katılma riskine maruz kalmadığı için gelirleri belli ve sabittir (Yurtoğulları, 2013: 48). Pay senedine göre daha az riskli olan tahviller, sabit veya değişken faizli olmak üzere ihraç edilebilmektedir. Pay senetlerinde, senet sahibi değişse bile aralarında ki bağıllık neticesinde vade yoktur. Ancak tahviller de vade bulunmaktadır ve vade sonunda anaparanın ödenmesiyle aralarında ki hukuki ilişki de sona ermektedir (Öz, 2010: 15). Pay senetleri, nominal

fiyatlarının altında ki fiyat ile ihraç edilemez fakat tahviller altında ki değerle ihraç edilebilmektedirler. Bir başka farklılık ise tahvil verdikleri borcun karşılığı olarak sadece dönemsel faiz geliri elde etme hakkına sahip iken pay senetleri sahiplerine ortaklık, kar payı ve şirket yönetiminde söz hakkı edinme gibi ayrıcalıkları bulunmaktadır.

Tahviller anonim ortaklığın ödünç para bulmak için çıkardıkları bir araç olduğu için paradan başka olan borç ve alacaklar için düzenlenmesi mümkün değildir. Eğer düzenleniyor ise adi senet adını almaktadır (Domaniç, 1978: 991).

Tahvillerin vadesi, 14.07.1992 tarihli ve 21284 sayılı mükerrer RG’de yayımlanan tahvillerin kurul kaydına alınmasına ilişkin esaslar tebliğinde 2 yıldan az ve 7 yıldan fazla olmamak şartı ile serbestçe belirlenebilmektedir. Satış süresinin son günü ise vade başlangıç tarihi olarak kabul edilmektedir (<https://www.kobirate.com.tr/>).

Tahvil sahipleri; Anonim ortaklığın iflası veya tasfiye edilmesi durumunda önce borçların ödemesi yapılacağı için, ortaklardan önce alacaklarını alabilmektedir. Bu avantaja rağmen taşıdıkları riskler; faiz oranı riski, yeniden yatırım riski, geri çağırma riski, borcun ödenmemesi riski, getiri eğrisi riski, enflasyon riski, likidite riski, değişkenlik riski, politik risk ve sektör risk olarak görülmektedir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 273).

Sermaye Piyasası Kurulu tarafından tahvil sahiplerinin anaparayı geri almak için belirlediği zamanaşımı süresi en son yapılan kupon vadesinden veya itfaya konu olmuş ise itfa tarihinden sonra 10 yıldır. Tahvilin faiz alacakların da ise süre 5 yıl olarak belirlenmiştir (SPK, 2016: 7).

Anonim şirketlerinin çıkardığı tahviller şekil bakımından bazı koşulları bulundurmak zorundadır. Bunlar (Karlı, 1989: 270);

- Şirketin ticaret sicil numarası, ünvanı, faaliyet alanı,
- Ana sermayesi,
- Esas sözleşme tarihi,
- İtfa planı,
- Şirketi temsil etme yetkisi olan en az iki imza,
- Genel kurulun tahvil kararının tescillendiği ve ilan edildiği tarih,

- İtfa şekilleri, vadesi, faiz oranı,
- Tahvillere karşılık şirketin daha önce teminatta bulunup bulunmadığı gibi özelliklerdir.

Tahviller çıkarılan kuruluşlar açısından, ortaya koydukları teminatları açısından, vade tutarının değişebilmesi açısından ve taşıdıkları kupon faiz ödemeleri veya oranları açısından farklı tahvil türleri ortaya çıkmıştır (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 382). Tahvil ihracında bulunacak şirketler, kendilerine daha fazla tasarruf sahibi bireyleri çekebilmek adına bu tahvillerin türlerini çeşitlendirerek her tarz insanın ilgisini çekmeye çalışmaktadır. Bu tahvil türlerini kısaca başlıklar ile sayacak olursak bunlar;

1. *Devlet Tahvilleri ve Özel Sektör Tahvilleri*; Hazine Müsteşarlığı tarafından ve Merkez Bankası'nın aracılığı ile devletin orta veya uzun süreli borçlanma ihtiyacının karşılamak için hamiline yazılı olarak ihraç edilen tahvillere Devlet Tahvilleri adı verilmektedir ve ödenmeme riski sıfıra yakın görülmektedir (Poyraz, 2013: 463). Kamu Kuruluşları'nın dışında anonim ortakların borçlanma gereksinimlerini karşılamak üzere çıkarılan ve genellikle bankaların tercih ettikleri borç senetlerine ise Özel sektör tahvilleri denilmektedir.

Özel sektör tahvillerinde, şirketin iflası ve faiz ile anapara ödeme de temerrüde düşebilme ihtimalinden dolayı devlet tahvillerine göre daha fazla risk taşımaktadırlar. Ancak buna karşılık özel sektör tahvilleri, daha yüksek faiz geliri imkanı sunmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 273).

2. *Primli, İskontolu ve Başabaş Tahviller*; tahvil üzerinde yazılı olan nominal değer ile ihraç ediliyor ise buna Başabaş Tahvil, nominal değerinden en fazla %5 kadar düşük bir bedelle satışa çıkarılıyorsa Primli Tahvil adı verilmektedir (Akgüç, 1998: 649). Tahvillerin, ihraç ve itfa primi gibi nominal değerinden daha yüksek olarak ihraç edilmesi söz konusu ise bu tahvil türüne de İskontolu Tahvil adı denilmektedir. (Karşlı, 1989: 291).
3. *İkramiyeli Tahvil*; tahvillerin satışını daha cazip kılmak için faiz ve erken satış primi olanaklarının dışında, kura yolu ile farklı ikramiye ödeme vaadi veren tahviller İkramiyeli Tahvil adını almaktadır (Sarıkamış, 1998: 40).

TCMB'nin 01.07.1987'de yayınladığı karara göre ikramiyelerin niteliği nakdi çekilişler dahil olmak üzere faiz dışında olamamaktadır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 504).

4. *Nama ve Hamiline Yazılı Tahviller*; pay senetlerinde olduğu gibi eğer tahvilin üzerinde kendi adı, soyadı veya ticaret unvanı yer alıyor ise bu tahvil Nama Yazılı Tahvil, eğer bunlar yazmıyor ise Hamiline Yazılı Tahvil olarak geçmektedir (Apak ve Demirel, 2009: 93). Nama yazılı tahvillerin, işletmeler açısından borçlu olan şahsı bilmeleri ve kaybolmaları durumunda sahibi olduğunu kanıtlama gereksiniminin bulunmaması gibi sağladığı avantajları bulunmaktadır (Karan, 2004: 377). Ancak Türkiye'de genellikle hamiline yazılı şekilde ihraç edildiği görülmektedir (Karabıyık, 1997: 33).
5. *Paraya Çevrilme Kolaylığı Olan Tahviller*; Mevzuata göre 2 yıldan az ve 7 yıldan çok olmamak kaydı ile çıkarılan tahvil tutarlarının belirli bir süre geçtikten sonra istenildiği zaman işlenmiş günlük faiz ile parasını geri çekebilme imkanı tanıyan tahvillere denilmektedir. Ancak bu işlem aynı anda bütün tutarın ödenmesi şeklinde olmayarak taksitlere bölünme kaydı ile sahibine verilmektedir (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 506).
6. *Garantili Tahviller ve Garantisiz Tahviller*; tahvillerin faiz getirisinin ve anapara ödemelerinin vade sonunda ödenmesi konusunda bir varlığa bağlı olarak teminat güvencesi taşıyan tahvillere Garantili Tahvil denilmektedir. Tahvil ihraç eden kurumun ödeyemez durumuna düştüğünde güvenceye alınan gayrimenkul veya diğer varlıklar satılarak gerekli ödeme tahvil sahibine yapılmaktadır (Poyraz, 2013: 463). Teminat güvencesi taşımayan, kuruluşun kişisel tanınırlığı veya kredi değerinin yüksek olmasından dolayı teminat güvencesi taşımayan tahvillere ise Garantisiz Tahvil adı verilmektedir (Sarıkamış, 1998: 39).
7. *Sabit ve Değişken Faizli Tahviller*; tahvilin vade sonuna kadar ihraç edildiği tarihte belirlenen faiz oranından hesaplanan tahvillere Sabit Faizli Tahviller denir. Tahvil faiz tutarının enflasyon riskinden etkilenmemesi adına önceden belirlenen değişkenlere göre faiz oranlarının ödeme dönemlerinde tekrar hesaplanmasına imkan sağlayan tahvillere ise Değişken Faizli Tahvil adı verilir (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 385).

8. *İndeksli Tahviller*; anaparanın zarar görmemesi adına döviz, kıymetli maden, TÜFE, enerji fiyatı gibi değişkenlere bağlayarak çıkarılan tahvillere İndeksli Tahvil adı verilmektedir. Sabit ve değişken faizli tahviller de faiz oranı enflasyona karşı korunurken, indeksli tahviller de anapara korunmaya çalışılmaktadır. Bunun sonucunda örneğin; indeks enflasyona göre belirlenmiş ise enflasyonda azalma görüldüğü zaman işletmenin de doğru orantılı olarak ödeyeceği faiz azalacak, tam tersi durumda da yatırımcının zarara uğraşması önlenmiş olunacaktır.

Türkiye’de faiz gelirini enflasyona karşı korumak için gerçekleşen ilk tahvil ihracı 1 Temmuz 1981 yılında ve dövizde endeksli tahvil ihracına ise Petkim Şirketi ile 1987 yılında uygulanmaya başlamıştır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 279). TÜFE’ye endeksli tahvil ihracını 19.02.2007 tarihinde gerçekleştirerek, enflasyonu anaparaya karşı korumanın yanı sıra satın alma gücünü de korumuştur (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 505). Finlandiya, Brezilya, Fransa, ABD, İsveç, İsrail ve İngiltere’de tahviller bir endekse bağlanarak ihraç edilmektedir (Sarıkamış ve Diğerleri, 2004: 45).

2.2.2.1. Tahvil Türevleri

Tahvile tanınan haklar ile daha düşük faizli borçlanma imkanı sunmak amacı veya tahvil satışını daha kolay hale getirebilmek için alacak hakkı ve faiz gelirlerine ek olarak bazı olanaklar ile çıkarılan borçlanma araçları tahvil türevleri adını almaktadır. Tahvil türevleri; rüçhan haklı tahviller, kara iştirakli tahviller ve hisse senedi ile değiştirilebilir tahviller olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır.

2.2.2.1.1. Rüçhan Haklı Tahviller

Bazı şirketlerin fon bulabilmeyi yani tahvil satışını kolaylaştırmak için tahvilin tümü veya bir kısmı için belirlenen limit ya da yüzde oranını geçtiğinde şirketin ilk sermaye artırımından pay alma hakkı tanıyan tahvillere Rüçhan Haklı Tahviller denilmektedir (Özcan, 2017: 36-37).

2.2.2.1.2. Kara İştirakli Tahviller

İşletmelerin, tahvillere belli bir kupon faiz oranını garanti etmeleri ve kara katılma hakkı tanınmaları sonucunda oluşan borçlanma araçlarına kara iştirakli tahviller adı verilmektedir (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 385). İşletmenin kar elde etmemesi

durumunda yatırımcı faiz tutarı kadar gelir elde eder ve pay senetlerinde olduğu gibi bir kaybı taşımayacaktır. Kar durumunda ise sahiplerine ödeme yapılacağı için imtiyazlı pay senetleri ile benzerlik göstermektedir. Ancak imtiyazlı pay senetlerinde ödenen faiz tutarı vergi matrahından düşülememiği için birbirlerinden ayrılmaktadırlar (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 277). Kara iştirakli tahvillerin normal tahvillerden farkı; sabit faiz tutarı üzerinden birde şirketin karına katılıp oradan bir hak kazanmasıdır. Yatırımcı açısından riske katlanmadan kar payı ile daha yüksek getiri imkanı sunduğu için tercih edilme oranı yüksektir.

2.2.2.1.3. Hisse Senetleri ile Değiştirilebilir Tahviller

Yatırımcılara sözleşmede belirtilen fiyat ve değiştirme oranlarından tahvil anaparasını almaktan vazgeçerek, sermayeyi belirten pay senetleri ile değiştirmesine olanak sağlayan tahvillerdir (Karşlı, 1989: 323).

Şirketlerin genellikle kuruluşlarının ilk yılında kar payı dağıtımını yapma zorunluluğu olmadan veya öz kaynak kullanımının cazip olmadığı durumlarda işletmeye daha düşük maliyet ile borç bulmasını sağlamaktadır (Karaşin, 1987: 38). Ortaklıkların pay senetleriyle değiştirilebilir tahviller çıkarmasının diğer nedeni, faiz yükünden ileride kurtulmak istemelerinden kaynaklanmaktadır (Karan, 2004: 380). Yatırımcıya ise doğrudan pay senedi olarak zarara uğrama riski yerine “bekle gör” süresi olarak, şirketin faaliyetlerini izleme hakkı tanıyan ve sonucunda izlenimleri olumlu ise şirket ortaklığı sunmaktadır (Ünsal, 2014: 6).

Tahvillerin kalitesini bağımsız derecelendirme kuruluşları tarafından anapara, faiz ve diğer yükümlülüklerinin vade sonunda karşılanabilme riskini belirleyebilmek amacı ile yapılan sınıflandırmalara derecelendirme işlemi adı verilmektedir. Tahvil çıkartan kurumun finansal gücü ve istikrarı, yatırımcının düzenli faiz elde etme talebinin ve vade sonunda anaparanın geri ödeneceği konusunda güvence oluşturmaktadır (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 401). Devlet tahvillerin de risk sıfıra yakın bir düzeyde iken işletmelerin ihraç ettikleri tahvillerde bu garanti sağlanamamaktadır. Özel sektör tahvilleri bu risklerin sonucunda daha yüksek getiri sunmaya çalışmaktadır. Globalleşen dünya ekonomisinde fon bulmak amacı ile farklı ülkelerde yer alan kurumlar farklı sermaye piyasalarından borçlarını karşılama yoluna gidebilmektedir. S&P, Moody's ve Fitch gibi uluslararası bağımsız

derecelendirme kuruluşlarının yaptığı bu derecelendirmelerin sonucunda yatırımcı bilgilendirilmektedir. Buna göre aşağıdaki Tablo.17’de Standart&Poors Corporation ve Moody’s Investors Service tarafından dereceleme sistemleri ve taşıdıkları anlamlara yer verilmektedir.

Tablo 17. Tahvillerin Derecelendirilmesi

Standart&Poor’s	Moody’s	Derecelendirme Anlamı
AAA	Aaa	Yükümlülükleri yerine getirmede en yüksek kalite
AA+,AA,AA-	Aa1,Aa2,Aa3	Yükümlülükleri yerine getirmede yüksek kalite
A+,A,A-	A1,A2,A3	Faiz ödemeleri ve anapara geri ödemesi yapma açısından yüksek kapasite ancak gelecekte aksamalar olabilir
BBB+,BBB,BBB-	Baa1,Baa2,Baa3	Yükümlülükleri yerine getirmede orta düzey kalite
BB+,BB,BB-	Ba1,Ba2,Ba3	Faiz ödemeleri ve anapara geri ödemesi ne yüksek ölçüde güvende ne de çok riskli
B+,B,B-	B1,B2,B3	Spekülatif/Bu kategoride daha düşük dereceler spekülatif karakterler taşımakta
CCC+,CCC,CCC-	Caaa	Belirsizliği yüksek spekülatif tahviller
CC	Ca	Güvenilirliği zayıf borç, borcu ödeyememe riski var
DDD	C	Ödeyememe durumu

Kaynak: Korkmaz ve Ceylan, 2018: 286; Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012:402

Tablo.17’ye göre S&P’nin en yüksek derecelendirme notu; AAA, Moody’s de Aaa olduğu görülmektedir. Bu iki uluslararası bağımsız derecelendirme kuruluşları arasında ki sembol farklılıkları S&P; (+) ve (-)’yi kullanır iken Moody’s 1, 2 ve 3 rakamlarını tercih etmektedir. Örneğin; AA+ birinci yöntemle göre AA derecesi içinde en yüksek olanı, Aa1 de ikinci yöntemle göre Aa derecesi içerisinde en başta olanı göstermektedir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 285).

Kredi notu yüksek kurumlar güvenilirlikleri sonucunda daha az faiz tutarı yani düşük maliyet ile borç bulabilirken, düşük nota sahip kuruluşlar daha yüksek kupon faizleri ödemek zorunda kalmaktadırlar. Banka ve kuruluşların yatırım konusunda güvenilirlik oluşturacak notlar; Standart&Poor’s için BBB, Moody’s’e göre Baa ve üzeri olarak kabul edilmektedir. Türkiye’nin kredi notu ise BB- derecesindedir.

2.2.3. Bonolar

İhraç eden kuruluşların borçlu sıfatı ile düzenleyerek satışa sunduğu ve itibari değerinin vade sonunda tasarruf sahibine ödenmesi taahhüdünü içeren, 1 yıldan fazla vadeye sahip olmayan menkul kıymetlere bono adı verilmektedir (SPK, 2016: 7). Bir başka tanıma göre; ödeme kolaylığı sağlayan ve nakit yerine geçen emre yazılı kambiyo senetlerine veya sermaye piyasaları ile finansman sağlamak için ihraç edilen sabit getirili menkul kıymetlere bono denilmektedir.

Bonolar, ihraççı tarafından sözleşmede belirtilen vade tutarına göre uygun iskonto oranları ile iskonto edilir ve hesaplanan fiyattan satışa sunulur. Ayrıca kupon ödemeleri olarak da ihracı yapılabilmektedir.

Sabit getiri sağlayan, risksiz veya düşük riskli bonolar ise devlet veya özel şirketler tarafından halka arz edilen Hazine Bonosu, Kıymetli Maden Bonosu, Finansman Bonosu, Banka Bonoları ve Banka Getirili Bonolar gibi çeşitleri olan yatırım araçları arasına girmektedir.

2.2.3.1. Hazine Bonosu

Devletin kısa vadeli fon ihtiyacını karşılamak ve kamu açıklarını finanse etmek için iç borçlanma yoluyla ihraç ettikleri menkul kıymetlere hazine bonosu adı verilmektedir (Uludağ, 1990: 341). Devlet tahvillerinden farkı vadesinin kısa süreli olmasından kaynaklanmaktadır.

Devlet iç borçlanma senetlerinin içerisinde bulunan finansman bonoları Hazine Müsteşarlığı tarafından çıkarılarak, TCMB tarafından ihale veya halka arz şeklinde satılmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 31). Hazine bonosu ihalede iskontolu olmak üzere en yüksek fiyatı ve en düşük faiz oranını teklif edene satışı yapılmaktadır. Buradan çıkartılan sonuca göre piyasada oluşan faiz oranları ile menkul kıymet değeri arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Faiz oranlarının artması ile değeri düşen hazine bonosu istenildiğin de nakde çevrilebilmektedir (Poyraz, 2013: 366).

Kamunun kısa vadeli borcunu ifade eden hazine bonoları 91, 182, 273 ve 364 gün vadeli olmak üzere iskontolu satışa sunulur ve vade bitiminde nominal değerleri TCMB tarafından yatırımcıya ödenmektedir (Karaşin, 1989: 21). Risksiz finansal

yatırım aracı olarak görülmekte olan finansman bonolarının iskontolu fiyat ve itibari değer arasındaki farkı, tasarruf sahibinin faiz gelirini belirtmektedir.

Devlet uzun yıllar boyunca kendi ihraç ettiği hazine bonolarının satışını kolaylaştırmak ve ikincil piyasadaki likiditesini arttırmak amacı ile piyasa yapıcılığı sistemini uygulamıştır. Devletin sağlamakta olduğu risksiz ve yüksek getiri oranlı menkul kıymet ihraçları ile özel sektörün sermaye piyasasında etkin bir rol oynamasına engel olmuştur (Özcan, 2017: 45).

Kurumsal veya bireysel tasarruf sahipleri, hazine bonolarını birincil ve ikincil piyasalardan alım yapması mümkündür. Hazinesin halka arz ile yaptığı satışta yatırımcı doğrudan halka arzdan yararlanabilirken, halka arz edilmeksizin satışta ihaleye teklif tutarının %1'ini teminat yatırarak doğrudan katılım hakkına sahiptir.

2.2.3.2. Finansman Bonosu

Finansman bonusu, kuruluşların kısa vadeli fon ihtiyaçlarını karşılayabilmek için aracı kurumlara veya doğrudan tasarruf sahiplerine ihraç ettikleri borç senetleridir (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 491). Vadelerinin kısa süreli olmasından kaynaklı olarak para piyasası aracı olmakla beraber Türkiye'de sermaye piyasası araçlarının arasında yerini almaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 295). SPK finansman bonusu ihraç edecek kuruluşları; anonim ortaklıklar, özelleştirme kapsamındaki kamu iktisadi teşebbüsleri ve mahalli idariler olmak üzere belirlemiştir (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 232). Tahvil gibi finansman bonusu da borçlanma senedi olmasına rağmen birbirlerinden ayrıldıkları farklılıklar finansman bonosunda vadenin daha az ve nominal değerin daha fazla olmasından kaynaklanmaktadır.

Finansman bonoları genellikle kredi riski düşük ve piyasa da iyi duruma sahip büyük işletmelerin; mevsimlik işlere sermaye sağlamada ve fabrika genişletmede, gemi yapımı veya barajların yapımı gibi büyük projelerde geçici olarak finansman sağlamak amacı ile çıkardıkları menkul kıymet araçlarıdır (Canbaş ve Doğukanlı, 1997: 60).

Finansman bonolarının vadesi 30 günden az, 364 günden çok olmamak üzere ihraççı tarafından belirlenmektedir (Türko, 1994: 232). Finansman bonolarının nominal değeri anapara ile faizini gösterir ve iskonto edilerek satışı bedeli bulunmaktadır

(Ünsal, 2014: 17). ABD’de finansman bonolarının ihraç limitleri 10.000 \$, 100.000 \$ ve katları şeklinde, 5 ile 50 gün arası vadeli olarak ihraç edilmektedir.

İşletmenin ihraç ettiği finansman bonoları iptal edilip satılmadığı sürece, yeni finansman bonusu çıkarmaya hakları bulunmamaktadır (Öz, 2010: 22). Satışa sunulan finansman bonolarının satış süresi içerisinde satılmaması durumunda, sürenin bitiminden itibaren 6 gün içinde noter tarafından iptal edilir (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 492). Emre veya hamiline yazılı şekilde ihraç edilebilen finansman bonolarının bir başkasına devredilmesi de mümkündür.

Finansman bonolarının sağladığı güvenceye göre aşağıdaki tiplere ayrılmaktadır. Bunlar (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 492; Öz, 2010: 23);

- A Tipi; garanti taşımayan finansman bonoları,
- B Tipi; ihraççıya karşı banka kredisi ile desteklenmiş finansman bonoları,
- C Tipi; banka garantisi taşımayan finansman bonoları,
- D Tipi; varlıklarla teminat gösterilmiş finansman bonoları ancak daha sonradan uygulamadan kaldırılmıştır.
- E Tipi; hazine garantisi içeren finansman bonoları,
- F Tipi; anonim ortaklığın borçlu ve sorumlu olan ödeme vaadini içeren finansman bonoları olmak üzere karşımıza çıkmaktadır.

Finansman bonoları ile işletme diğer alternatif yöntemlere göre daha düşük maliyet ile fon ihtiyacını karşılayabilmektedir. Bankaların kredi faizi, komisyon bedelleri gibi çıkardıkları kredi maliyetleri kısa vadeli satışa sunulan bono maliyetinden daha yüksek olabilmektedir (Özcan, 2017: 43). Bonolar da; uzun formalite işlemlerine ve zaman kaybına gerek kalmadan fon sağlanabilmektedir. Bankalardan talep edilen kredilerin tutarı, yasa ve banka yönetimi tarafından sınırlandırmaları var iken ihraç edilecek finansman bonolarında böyle bir sınır bulunmamaktadır. Ayrıca, bonoların ikincil piyasadaki dolaşımı bonoyu ihraç eden kuruluşa prestij ve ismini duyurması gibi avantajlar sunmaktadır (Akgüç, 1998: 545).

Finansman bonusu ihracı ile fon sağlamanın dezavantajları ise itibari değeri yüksek, tanınmış işletmelerin yararlanabilmesidir. Vadeleri kısa süreli oldukları için alıcıları sınırlıdır ve işlem gördükleri geniş bir piyasaya sahip değildir. Bunun yanı sıra finansman bonusu ihraç eden işletme, alıcıya vade sonunda ödeme yapması

zorunludur. Ancak banka kredilerinde işletmenin kredi süresini uzatma veya yenileyebilme haklarına sahiptir (Akgüç, 1998: 546).

2.2.3.3. Banka Bonoları ve Banka Getirili Bonolar

Kalkınma veya Yatırım bankaları tarafından borçlu sıfatı ile düzenlenen ve Kurul'ca kaydının alınmasından sonra satışa sunduğu emre veya hamiline yazılı kıymetli evrak niteliğine sahip menkul kıymet aracına banka bonusu denilmektedir (Babuşcu ve Hazar, 2007: 50). Banka garantili bonolar ise Kalkınma veya Yatırım bankalarından kredi kullanmayı talep eden ortaklıkların, bu kredi tutarını borçlu olarak düzenleyerek teminat olarak alacaklı bankaya verdikleri kıymetli evraktır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 495). Bankaların bono çıkartmalarının nedeni, sermaye piyasalarından fon ihtiyaçlarını karşılamak ve tasarruf sahiplerine alternatif bir getiri olanağı sunmaktır.

Bankalar satışa sundukları banka garantili bonoların içerdiği mali yükümlülüklerle karşı sorumludur ve güvence altına almaktadırlar (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 297). Banka bonolarının halka arz yolu ile satılması durumunda uygun iskonto oranı yıllık bazda hesaplanarak, banka tarafından satışın yapılacağı yerlerde veya günlük gazetelerde bildirilmektedir (Yurtoğulları, 2013: 56).

Tahvil ihracına göre banka bonolarının çıkartılması daha pratik, formalite işlemleri az ve düşük maliyetle fon sağlama imkanı sunmaktadır (Özcan, 2017: 40). Tahvillerde olduğu gibi seri çıkartmanın ve düzenli gelirin söz konusu olmadığı, ikili ilişki sonucunda yüksek miktarlar ile çıkartılarak belli yerlere yatırım yapılmakta kullanılan kıymetli evraklardır (Karlı, 2003: 311).

Bankaların ihraç ettiği bonoların getiri, vergi ve likidite olmak üzere üç türlü avantajı bulunmaktadır. Banka bonusu; mevduat, devlet tahvili ve hazine bonosuna kıyasla daha yüksek getiri kazandırmaktadır. Bu ek getirinin miktarı vade süresinin dolduğunda belli olur ve devlet iç borçlanma senetlerinin faiz oranından daha fazla bir getiri sunar. Mevduat hesaplarında uygulanmakta olan %15 stopaj oranı, banka oranlarında %10 oranındadır ve bu da vergi avantajı sağlamaktadır. İkincil piyasalarda işlem gördüğü için ihtiyaç duyulduğunda vade süresini beklemeden nakde çevrilebilme özelliği ile likidite avantajı bulunmaktadır.

2.2.3.4. Kıymetli Maden Bonoları

Kıymetli madenlerin alım-satımının yapıldığı borsalara üye bankalar ve kıymetli maden aracı kurumlarının iskontolu veya iskontosuz olmak üzere kıymetli maden cinsinden satışını yaptığı bonolara denilmektedir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 294). Bonoların vadesi 30 günden az ve 364 günden fazla olamaz. Kıymetli maden bonolarının satış bedelleri; TL, döviz veya kıymetli maden olmak üzere ödemesi yapılmaktadır (Ünsal, 2014: 18).

2.2.4. Gelir Ortaklığı Senetleri (GOS)

Ülkeye yapılacak olan köprü, karayolu, demiryolu, baraj, elektrik santrali, sivil kullanıma yönelik hava ve deniz limanları, telekomünikasyon sistemleri gibi alt yapı sistemlerinin yapılacağı zamanlarda gelirlere katılabilmek için ve ayrıca kamu yatırımlarını da hızlandırabilmek için çıkarılan senetlere Gelir Ortaklığı Senetleri adı verilmektedir (Sağcan, 1987: 39). Anonim ortakların ihraç etmeye yetkisinin bulunmadığı GOS'ler, 13.09.1984 tarih ve 18514 sayılı resmi gazetede yayınlanan Kamu Ortaklığı Fonu Yönetmeliği ile düzenlenmiştir.

Bu senedin isminde ortaklık kelimesi geçmesine rağmen, senedi alanlara tesisin işletme veya mülkiyeti ile ilgili bir hak tanınmamaktadır (Karabulut, 2012: 12). Sadece işletmenin gelirlerinden çıkar sağlamaktadır ve değişik faizli tahvil gibi işlem görmektedir (Yurtoğulları, 2013: 53). Faiz gelirlerine sıcak bakmayan tasarruf sahiplerini, soyut nitelik taşıyan hazine bonusu ve devlet tahvillerine yatırım yerine daha somut niteliğe sahip köprü ve baraj isimlerini öne çıkartarak piyasaya çekmek amaçlanmaktadır.

Yatırımcıya sağladığı vergi avantajı ve teminat olarak kullanılabilmesinin yanında dezavantaj olarak devlet yatırımcıya enflasyon oranı üzerinden gelir sağlamayı taahhüt ettiği için kamunun sermaye maliyetine ağır bir yük getirmektedir. Bu durum sonucunda eğer fonlar bir an önce yatırıma dönüşülmez ise kamu hizmetlerinin fiyatlarına yansarak, daha pahalı hizmetlere neden olmaktadır (Öz, 2010: 25).

Hazine Müsteşarlığı tarafından hamiline yazılı olarak genellikle üç veya beş yıl vadeli olmak üzere, gelirleri altı aylık dönemlerde dağıtılan ve başlangıç yıllarında vergiden muaf olmak üzere çıkartılmaktadırlar (Özcan, 2017: 43). İstenildiğinde

nakde çevrilme veya teminat olarak kullanılma avantajına sahiptir. Vadelerinin uzun süreli olması yönü ile GOS'lar tahvil türüne benzemektedir.

29.02.1984 yılında yayınlanan 2983 sayılı kanunun 3. Maddesi ile yürürlüğe girdiğinden sonraki ilk uygulama alanı 10 milyar TL bütçeyle İstanbul Boğaziçi Köprüsü ve ardından 40 milyar TL değerinde ki Keban Barajı gelir ortaklığı senetleri satışa çıkarılmıştır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 496).

2.2.5. Gayrimenkul Sertifikaları

Anonim ortaklıkların inşa edilmekte olan veya inşa edilecek gayrimenkul projelerini finanse etmek için satışa sundukları ve nominal değeri eşit olmak üzere 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nun 3. maddesinde ki niteliklere sahip hamiline yazılı menkul kıymetler olarak tanımlanmaktadır (Günel, 1997: 128). İşletmelerin yapmakta olduğu gayrimenkullere fon sağlamanın dışında yatırımcıyı konut sahibi yapabilme amacı da taşımaktadırlar.

Gayrimenkul sertifikaları, Devlet güvencesi içeren toplu konut projeleri bazında Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı İdaresi tarafından ihraç edilmekte olan ve metrekare olarak hisse satın alma yoluyla gayrimenkullerde pay sahibi olunmasına imkan tanıyan faizsiz bir finansal yatırım aracıdır (www.borsaistanbul.com). Her sertifika, projede bulunan 1 metrekarelik konuta eşdeğerdir. Sertifikaların vade süresi 5 yıl olmakla beraber, ikincil piyasalarda işlem görmektedir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 298).

İhraççılar her bir proje tutarının %50'si kadar kısmını ihraç edebilmekte, geri kalan fon ihtiyacını ise farklı alternatif yollar ile temin edebilmektedir. Sertifika satışından kazanılan tutarlar bir bankanın özel hesabında toplanarak, banka tarafından bu para yatırımcının gelir elde edeceği şekilde değerlendirilir (Yurtoğulları, 2013: 55). Gayrimenkul sertifikasına sahip yatırımcı sözleşmede belli olan vadelerde almak istediği tutardaki sertifikayı ibraz etmek ve ihraççıda belirtilen sürede gayrimenkulün yatırımcıya teslimini yapmakla yükümlüdür (Tekin ve Kartaloğlu, 2006: 50).

Gayrimenkul projelerinin sertifikalar yoluyla alım satıma konu ederek, proje sayılarında artış ve çeşitlilik kazanılmıştır. Yatırımcı açısından ise birikimlerini değerlendirebilecekleri ve tasarrufa yönlendirebilecekleri bir yatırım enstrümanı halini almıştır. Sertifikaların borsada işlem görmesi ve el değiştirmelerinin

sonucunda, yatırımcı farklı projelerin gidişatını inceleyerek rekabet ortamında daha nitelikli ve kaliteli projelerin oluşması sağlanacaktır. Sertifikayı ihraç eden kuruluş açısından; projenin tamamlanmasında ki daire satışı, banka kredisi geri ödemeleri gibi zorluklarla karşılaşılmayarak proje sürecinde bulunan nakit akışları planlamaları daha iyi bir şekilde oluşturabilecektir.

2.2.6. Varlığa Dayalı Menkul Kıymetler (VDMK)

Türkiye’de 31.07.1991 tarih ve 21301 sayılı tebliğ ile yürürlüğe giren Varlığa Dayalı Menkul Kıymetler, işletmelerin ticari faaliyetleri sonucunda doğan alacakları veya devraldıkları alacaklarının karşılığında ihraç ettikleri menkul kıymetlere verilen addır (Aksoy ve Tanrıöven, 2014: 498). Bir başka tanıma göre VDMK’ler; bir işletmenin bünyesinde bulunan alacaklarını, duran varlıklarını ve başka maddi getiri olarak sunabileceği varlıklarını teminat olarak göstererek, bankalar veya diğer finansal kurumlar ile birlikte çıkardıkları borçlanma senetlerine verilen addır (Konuralp, 2005: 36). Varlık finansmanı fonu, bu teminat gösterilen menkul kıymetlerden toplanan paralar ile varlığa dayalı menkul kıymet sahipleri hesabında oluşturulan malvarlığıdır ve tüzel kişiliğe sahip değildir (Öz, 2010: 27).

09.01.2014 tarihli ve 28877 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan Varlığa veya İpoteğe Dayalı Menkul Kıymetler Tebliği’nin 4. Maddesi uyarınca fonun Türkiye’de kurulması zorunlu tutulmuştur (<https://www.resmigazete.gov.tr/>). VDMK’ler aslen sermaye piyasası aracı olmasına rağmen Türkiye’de kısa vadeli olarak çıkarıldığı için para piyasası aracı olarak kullanılmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 300). VDMK’ler diğer menkul kıymetlerin aksine bilançonun aktiflerine bağlı olarak çıkartılmaktadır (Can ve Güner, 1999: 348). İkincil el piyasada alım satımı serbest olan VDMK’lar, iskonto esasına göre ihraç edilebilecekleri gibi dönemsel veya değişken faiz ödemeli olarak da satışa sunulabilmektedir (Karan, 2004: 403).

VDMK ihracının amacı, menkul kıymetleştirme uygulamasıyla varlıkları daha likit hale getirmek ve daha uygun maliyetle kaynak yaratılmak istenmesidir. Bunun bir diğer ifadesi ise varlıkların alacak süresinden önce nakde çevrilmesidir (Canbaş ve Doğukanlı, 1997: 69).

İşleme konu olabilecek alacak türleri; bankaların gerçek veya tüzel kişilere verdikleri tüketici kredileri, konut kredileri, ihracattan doğan alacaklar, finansal kiralama

(leasing) sözleşmelerinden doğan alacaklar, ihracat işlemlerinden doğan alacaklar, gayrimenkul yatırım ortaklıklarının sözleşmelerinde senede bağlanmış olan alacakları ve tarım kredi kooperatifi ile verilen bireysel kredilerin TC Ziraat Bankası'nın senede bağlanmış alacakları olarak gösterilebilmektedir (Apak ve Demirel, 2009: 103). VDMK ihraç etmeye yetkisi bulunan kuruluşlar ise bankalar, leasing şirketleri, genel finans ortaklıkları, gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve finansman şirketleridir (Yurtoğulları, 2013: 57).

2.2.7. Yatırım Fonu Katılma Belgeleri

Tasarruf sahiplerinden toplanan paralar karşılığında katılma belgesi verilmek suretiyle, belge sahiplerinin hesabında riski dağıtmak ve inançlı mülkiyet esasına göre sermaye piyasası araçlarından oluşturulan portföyü işletmek amacıyla kurulan malvarlığına yatırım fonu denilmektedir (Apak ve Demirel, 2009: 257). Yatırımcının elinde bulunan her bir katılma belgesi, bu fona ne oranda ortak olduğunu göstermektedir. İçlerinde yer alan menkul kıymetin çeşitliliği ve oranlarına göre getiri ve risk faktörünün birbirinden farklı olduğu yatırım sepetleridir. Bu konuda görevli olan kurumlar sermaye piyasası araçlarını dengeli bir şekilde oranlayarak, toplanan kaynakların daha verimli bir sonuç getirmesini sağlamaktadır.

Yatırım fonu katılma belgelerini yöneten kuruluşlar, küçük tasarruf sahiplerinin de riski minimize ederek yatırım yapmasına olanak sağlayarak sermaye piyasasının gelişmesinde kilit rol üstlenmektedir (Sancak, 2014: 455). Küçük tasarruf sahipleri için; küçük tutarlarda alım satımına izin vermesi, profesyonellerce yönetilmeleri, kolaylıkla nakde çevrilmesi ve istenilen riske uygun seçeneklerin bulunması gibi avantajları bulunmaktadır (<https://www.tspb.org.tr/>).

Yatırım fonları; fonu işletecek uzman kuruluş, fon varlığını saklayacak banka ve katılma belgesi sahipleri olmak üzere üç tarafın ilişkisiyle oluşmaktadır (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 125). Yatırım fonlarının yasal yapıları ortaklık yerine sözleşme ile faaliyetler yürütüldüğü için tüzel kişiliğe sahip değildirler (Ünsal, 2014: 18). Yatırım fonu katılma belgelerinin değeri günlük olarak portföyün piyasa değerine göre ilan edilir ve ikinci el piyasa da işlem görmediklerinden dolayı fona iade yoluyla elden çıkarılabilmektedirler (Yurtoğulları, 2013: 53).

Yatırım fonu ilk olarak 1868 tarihinde Londra’da kurulmuştur ve ABD’de gelişimi 1920’li yıllarda gerçekleşmiştir (Korkmaz ve Ceylan, 2018: 117). Ülkemizde 28.07.1981 yılında 2499 sayılı kanun ile SPK’nda yer verilmiş ve 13.12.1986 yılında tebliğ yayınlanmıştır (Apak ve Demirel, 2009: 260). İlk yatırım fonu ise 06.07.1987 tarihinde İş Bankası tarafından oluşturulmuştur. Türkiye’de uygulamaya geç başlanılmasının sebebi; İMKB’nin kurulmasında yaşanan gecikme, katılma belgelerinin 1986’da yürürlüğe girmesi ve son olarak da vergi mevzuatında yaşanan problemlerden kaynaklanmıştır.

Yatırım fonu katılma belgeleri içtüzükte yer alan tanımlamalara göre aşağıdaki modeller şeklinde kurulması mümkündür. Bunlar (TSPAKB, 2011: 25-26):

- *Tahvil ve Bono Fonu*; %51’den az olmamak kaydıyla portföylerin de tahvil ve bonoya yer veren, yüksek risk düzeyindeki fonlardır.
- *Pay Senedi Fonu*; portföyün en az %51’i Türk pay senetlerinden meydana gelmektedir.
- *Sektör Fonu*; belli sektördeki ortakların menkul kıymetlerine en az %51 oranında yatırım yapılması sonucunda oluşturulan fondur.
- *İştirak Fonu*; iştirakler aracılığıyla ihraç edilen menkul kıymetlere yatırım yapılması ile oluşmaktadır.
- *Grup Fonu*; belli bir topluluğun ihraç ettiği menkul kıymetlere yatırım yapılmasıdır.
- *Yabancı Menkul Kıymetler Fonu*; yabancı özel ve kamu sektörü olmak üzere menkul kıymetlere %51’den az olmamak kaydıyla yatırılmakta olan fonlardır.
- *Altın ve Diğer Kıymetli Madenler Fonu*; ulusal veya uluslararası borsalarda alım satıma konu olan altın ve diğer kıymetli madenler ile bunlara dayalı sermaye piyasası araçlarından en az %51 oranında bulundurulması ile oluşan fonlardır.
- *Karma Fon*; en az farklı iki sermaye piyasası aracından meydana gelen ve her bir menkul kıymetin ağırlılık oluşturmaması için değerinin %20’den az olmamak kaydıyla düzenlenen fon çeşididir. Risk sevmeyen yatırımcılar için uygundur.

- *Likit Fon*; vade süresine 90 günden az kalmış piyasa araçlarından oluşan, orta risk düzeyindeki fonlardır.
- *Değişken Fon*; yukarıdaki diğer yatırım fonu türlerine kıyasla hiçbir portföy sınıflandırmasına girmeyen fon çeşididir.
- *Özel Fon*; önceden tespit edilen kişi veya kurumlara katılma belgelerinin verilmekte olduğu fon modelidir.
- *Endeks Fon*; SPK'nca uygun görülen bir endeksin, en az %80'inin endeks kapsamındaki menkul kıymetlerle veya örnekleme yöntemi ile seçilen belirli bir kısımdan oluşmuş fonlara denilmektedir.

Yatırım fonları, portföyde bulundurdıkları menkul kıymet ve taşıdıkları risk oranları açısından A ve B tipi olarak sınıflandırılmıştır. A tipi yatırım fonu; portföy değerinin en az %25'inin Türk şirketlerinin pay senetlerine yatırım yapan fonlardır. Örnek olarak, hisse senedi ve değişken fon modelleri verilebilir. Portföyünde pay senedine yer vermeyen fonlara ise B tipi yatırım fonu denilmektedir. Likit, değişken, hazine ve bono fonu bu tipe örnek gösterilebilir (Ünsal, 2014: 18).

A tipi fonlar portföylerin de pay senedi içerdiğinden ve borsalardaki fiyat dalgalanmalarından etkilenebilecekleri için *risk yönünden* B tipine göre daha yüksek risk taşımaktadırlar. B tipi yatırım fonlarından sağlanan gelir üzerinden %11 Gelir Vergisi stopajı ve kar payı kesileceği için, A tipi fonlara göre *vergisel yönden* dezavantaj içermektedir. Portföylerinde en az %51 Türk şirketine yer veren A tipi fonlar, yılsonunda değerlendirme dışında tutulduğundan fondan elde ettikleri gelirleri vergilendirme konusunda erteleyebilme hakkına sahiptir. Bu açıdan B tipi fonlara kıyasla *katılma belgesi sahibi yönünden* avantajlı konumdadırlar (Apak ve Demirel, 2009: 266).

2.2.8. Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası Araçları (VİOP)

Türev piyasalar, spot/nakit piyasaların aksine anlaşmanın bugünün tarihinden yapıldığı ancak sözleşme yükümlülüklerinin gelecek zamanda yerine getirilmesini sağlayan piyasa türüdür (Erol, 1999: 1-2). Değerini başka bir finansal varlığa veya emtia değerine bağlanak işlem gören finansal araçlara ise türev araç adı verilmektedir (Çiftçi, 2011: 1). Klasik yöntemler kullanarak; faiz, döviz ve piyasada oluşan fiyat farklılıklarından kaynaklanan riskten korunma gerçekleştirilemediği için türev

araçlar ortaya çıkmıştır (Sevilengül, 2001: 26). Gerçek piyasa ve dayanak varlığı doğrudan baz alarak, değerlerini baz alınan araca göre değişebilecek olduğu için türev kelimesi kullanılmaktadır (Şamiloğlu ve Diğerleri, 2012: 440). Bu tanımlardan çıkarılacak sonuca göre türev piyasalar, vadeli işlem ve opsiyon sözleşmelerinin alım-satımının yapılmakta olduğu piyasa veya borsaları kapsamaktadır.

Tarımsal ürünlerin alım ve satımının bir merkezde gerçekleşebilmesi amacı ile 1848 yılında 82 tüccar bir araya gelerek Chicago Board Trade (CBOT)'i kurmuşlardır. İlk vadeli işlem sözleşmesi ise 3000 kile mısırın 13.03.1851 yılında Chicago'da tesliminin yapılmasıyla gerçekleşmiştir. Chicago Mercantile Exchange(CME) bünyesinde International Monetary Market'in (IMM) kurulması sonucunda o yıla kadar sadece tarımsal ürünler işleme tabi tutulurken, faiz ve döviz kurlarındaki değişimi engellemek amacı ile faize dayalı ilk vadeli sözleşmeler işleme konu olmuştur. 1975 yılında CBOT bünyesinde Government National Mortgage Association (GNMA) sözleşmeleri ile ilk faize dayalı vadeli işlemler ve 24.02.1982'de hisse senedi endeksi üzerine ilk vadeli işlemler takip etmiştir. Türkiye'de VİOP, Borsa İstanbul'un bünyesinde işlem görmek üzere 21.12.2012 tarihinde kurularak ilk işlemini Pay Vadeli İşlem ve Opsiyon Sözleşmeleri ile gerçekleştirmiştir. Ardından 05.04.2013'te Endeks Opsiyon Sözleşmeleri işlemleri devreye girmiştir (BIST, 2017: 7-9).

Türev piyasaların, risk yönetimi ve geleceğe yönelik fiyat oluşumu olmak üzere iki temel fonksiyona sahiptirler. Türev araçlar; geleceğe yönelik sözleşmeler (forward), vadeli işlem sözleşmeleri (futures), opsiyon sözleşmeleri (options) ve takas sözleşmeleri (swap) olmak üzere dört çeşit olarak görülmektedir (Kütük, 2014: 4).

Vadeli işlem sözleşmeleri (futures); taraflarca belirlenen gelecek bir vadede, anlaşılan fiyattan, miktarı standart bir malı veya finansal aracı, alma ya da satma yükümlülüğü yükleyen sözleşmelere denilmektedir (Karatepe, 2000: 11). Vadeli işlem sözleşmelerinde taraflar; alıcı, satıcı, vadeli işlem borsası, takas kurumu ve arası kurumlardan meydana gelmektedir (Kıllı ve Evci, 2017: 128). Alıcı vadeli işlem sözleşmesinde uzun pozisyona sahiptir ve vade sonunda kısa pozisyona sahip satıcıdan yükümlülüğünü yerine getirerek anlaştıkları malı veya finansal göstergiyi satın almak zorundadır (Doğukanlı, 2008: 137). Uzun pozisyona sahip yatırımcı

fiyatın yükseleceği beklentisi taşır iken kısa pozisyonundaki satıcı düşmesi yönünde beklentiye girmektedir.

Geleceğe yönelik sözleşmelerde (forward) taraflar; kalite, miktar, fiyat, teslim yeri ve vade süresini aralarında anlaşma yoluyla serbestçe belirleyebilir iken vadeli işlem sözleşmelerinde bu değişkenler standarttır (Yalçiner ve Diğerleri, 2011: 160). Tek değişkenlik gösterebilecek unsur borsadaki piyasa değerine göre belirlenen, sözleşmenin fiyatıdır (Durmuş, 2016: 18).

Vadeli işlem sözleşmelerinin, standart ve teminata göre yapılmasının sonucunda spekülör yatırımcılar piyasaya girmiştir (Bilgin, 2011: 1). Piyasadaki kaldıraç sisteminin avantajı ile birlikte spekülörler, piyasa fiyatlarının yönünü tahmin ederek alım ve satımdaki fiyatların dalgalanmasına neden olmaktadır (Parlakkaya, 2003: 12). Arbitraj işlemi yapmakta olan yatırımcılar ise fiyat dengesizliklerinden yararlanarak, ucuz malı satın alarak daha pahalıya satma yolu ile risksiz kar sağlamaya çalışmaktadırlar (Dönmez, 2002: 9).

Henüz sahip olmadığımız ve ileride sahip olmak isteyebileceğimiz mal veya hizmetin gelecekte oluşabilecek fiyat belirsizliğinden kaynaklanan riskine maruz kalmamak amacıyla vadeli işlem sözleşmelerine başvurulmuştur (Özşahin, 1999: 4). Bu işlemlerin garanti sağlayabilmesi içinde borsa çatısında toplanarak güven ortamı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Opsiyon sözleşmelerinin piyasalarda işlem görmesinin sonucunda yatırımcı düşük işlem maliyeti, kaldıraç, farklı stratejiler kullanarak işlem yapma olanağı, arbitraj ve korunma (hedge) olmak üzere birçok avantajdan yararlanabilme imkanına ulaşmıştır (Çelik, 2012: 9). Arbitraj, spekülatif amaçlar ve risklerden korunma amaçları ile kullanılması sonucunda türev araçların işlem hacimlerinde artış gerçekleşmiştir (Kurar ve Çetin, 2016: 404).

2.2.9. İpoteğe Dayalı Menkul Kıymetler

İpoteğe dayalı menkul kıymetler; konut finansmanı kuruluşları ve ipotek finansman kuruluşları tarafından bir taşınmazı ipotek ettirmek suretiyle ihraç edilen, üzerinde belli bir değer ve faiz oranı bulunan borçlanma aracı niteliği taşıyan bir sermaye piyasası aracıdır (Ünsal, 2014: 21).

Konut finansmanı kuruluşları, konutlara fon bulmak için tüketiciye doğrudan kredi kullandıran veya finansal kiralama yapan bankalar ile BDDK tarafından izin verilen finansal kiralama ve finansal şirketlerini kapsamaktadır. Konut finansman fonu, ipoteğe dayalı menkul kıymetlerin karşılığında toplanan paralarla, fon sahibinin hesabına iç tüzüğe uygun olarak kurulmuş olan ve tüzel kişiliğe sahip olmayan mal varlığıdır. İpotek finansman kuruluşları; konut ve varlıklara fon bulma kapsamında varlıkların devralınması ve devredilmesi, devralınan varlıkların yönetimi ile teminat olarak gösterilen varlıkların yükümlülüklerini sağlamak için kurulan anonim ortaklıklara denilmektedir (<https://www.borsaistanbul.com/>).

İpoteğe dayalı menkul kıymetlerin diğer özel borçlanma araçlarından farklı sadece finansal kurumlar tarafından ihraç edilebilmesidir. İhraç eden kurum ile kredi sağlayan kurum aynı kişilerden oluşmaktadır. İpoteğe dayalı menkul kıymetleri ihraç eden kurum ihraççıyı iflas riskinden ve ödeme yükümlülüklerini yerine getirememesi durumlarından korumuştur. Bunun sonucunda iflasın söz konusu olması halinde bu menkul kıymetler iflasa tabi edilememektedir (Dönmez, 2008: 83-84). Fonlar süreli veya süresiz olmak üzere kurulması mümkündür. Ancak ihraç amaçlarının dışında kurulamaz, tasarruf edilemez, rehnedilemez ve kamu alacakları da dahil haczedilemez.

2.2.10. Varantlar

Sahibine dayanak varlığı veya finansal göstergeyi, belirli bir vadede ya da vade tarihine kadar önceden belirlenmiş bir fiyattan alım-satım hakkı veren ve bu hakkı nakit uzlaşısı ya da kaydı teslimat ile yapıldığı menkul kıymet niteliğine sahip sermaye piyasası aracına varant adı verilmektedir (Zor, 2013: 219-220). Varantı satın alan kişi, ödediği paranın karşılığında dayanak varlık yerine o varlığın alım veya satım hakkını satın almış olmaktadır (Gündoğdu, 2012: 58). Varantların alma veya satma hakkı vermekte olduğu dayanak varlık tek bir paydan oluşabileceği gibi birden çok paydan da oluşabilir (Özpeynirci ve Kalaycı, 2013: 376).

Türev ürünler de geçerli olan yatırımcı yükümlülükleri varantlar da geçerli değildir. Varant yatırımcısı vade süresinin bitiminde hiçbir sorumluluk altına girmemektedir ve varanta yatılan sermaye tutarından daha fazlasını kaybedemez (Öz, 2010: 17-18). Sahip olunmayan finansal varlığın başka bir tasarruf sahibinden ödünç alınarak

satılması ve daha sonra faizi ile beraber ödenmesi olarak gerçekleşen açığa satış işlemi, varantlarda yapılmasına izin verilmemektedir. Varant yatırımcısı; kredili ve ödünç işlemlere konu olamayacağı için sadece elinde bulundurduğu sermaye kadar yatırım yapma hakkına sahiptir (Arasan, 2016: 11-12).

Varantların değeri dayanak varlığın küçük bir kısmını temsil ettiğinden dolayı genellikle küçük tutarlarda kuruş üzerinden işlem görmektedirler ve nominal değeri 1 TL'nin altında olamaz. Varantlar yatırımcına yükselen ve düşen piyasalarda piyasa beklentilerine göre iki farklı alternatif ile yatırım yapma imkanı sağlamaktadır. Bunlardan birincisi olan *alım (call) varantında*, yatırımcı dayanak varlığın fiyatında artış beklediğinden dolayı alma yönünde eğilim göstermektedir. İkincisi ise *satım (pull) varantında*, yatırımcı dayanak varlığın fiyatında düşüş öngördüğü için satma hakkını almak istemektedir. Varant fiyatına etki eden unsurlar Tablo.18'de gösterilmiştir.

Tablo 18. Varant Fiyatına Etki Eden Unsurlar

Etkileyen Faktörler	Alım (call) Varantı	Satım (pull) Varantı
Dayanak Varlık Fiyatı	Evet	Hayır
Kullanım Fiyatı	Hayır	Evet
Vadeye Kalan Süre	Evet	Evet
Risksiz Faiz Oranı	Evet	Hayır
Volatilité	Evet	Evet
Nakit Akımı (Temettü)	Hayır	Evet
Vergi ve İşlem Maliyetleri	Hayır	Hayır

Kaynak: Arasan, 2016: 21

Varantlar, dayanak varlığın fiyatında meydana gelebilecek fiyat değişimlerinin yarattığı risklerden korunma (hedging), kar sağlama ve kaldıraç etkisinden yararlanmak için yatırımcı tarafından tercih edilmektedir (Aksu ve Sakarya, 2016: 23). Varant türlerinin kullanılış biçimine göre, satın alma veya satma açısından opsiyonlara benzemektedir. Opsiyon sözleşmelerinin menkul kıymetleştirilmiş hali olmak ile beraber aralarındaki fark Tablo.19'da gösterilmektedir.

Tablo 19. Varant ile Opsiyonun Temel Farklılıkları

Farklılıklar	Varantlar	Opsiyonlar
Piyasa	Spot menkul kıymet piyasaları	Tezgaüstü Piyasalar (OTC) ve Vadeli İşlem Piyasaları
Finansal Nitelik Açısından	Menkul Kıymet	Vadeli İşlem Sözleşmesi
İhraç Yöntemleri	Aracı Kurumlar Tarafından	İlgili Vadeli İşlem Borsası Tarafından
İhraç Şartları	İhraççı tarafından şartları izahnamede belirtilir	Borsa Tipi: İlgili Borsa Tarafından belirlenir. Standart ürünlerdir.
		OTC: Aracılar arasında serbestçe belirlenir. Standart değildir.
Vade sonunda yükümlülük şekli	Genellikle nakdi uzlaşşı şeklinde	Fiziksel teslim ağırlıklı olmak üzere, nakdi uzlaşşı da tercih edilir.
Vade	2 aydan az ve 5 yıldan fazla olmamak üzere ihraççı tarafından belirlenir.	Borsa Tipi: İlgili borsa tarafından belirlenir.
		OTC: Taraflar arasında serbestçe belirlenebilir.
Prim	Prim ödemesi yoktur.	Prim ödemesi vardır.
İşlem Sınırı	Minimum işlem sınırı 1 adet(lot) büyüklüğündedir.	Minimum işlem sınırı vardır.
Piyasa Yapıcı	Vardır.	Genellikle yoktur.
Teslim Garantisi	Teslim garantisi yoktur	Borsa tipi: Takasbank garantisindedir.
		OTC: Teslim garantisi yoktur.
Bekleme Süresi Açısından	Kısa vadeli yatırıma uygundur.	Kısa vade haricinde, orta ve uzun vadeli olarak işlem yapılabilir.
Kaldıraç Etkisi	Mevcuttur.	Mevcuttur.
Manipülasyon riski	Piyasa yapıcılığından dolayı yoktur.	Likidite problemlerinden dolayı borsa opsiyonları için bazı sözleşmelerde mevcuttur.
Vazgeçme Hakkı	Yoktur.	Opsiyon primi nedeniyle mevcuttur.

Kaynak: Kuşuoğlu, 2012: 144–145

“Varantlar ve Yatırım Kuruluşu Sertifikaları Tebliği”, 10.09.2013 tarihinde 28761 sayılı RG’de yayımlanarak ortaklık varantları ile aracı kuruluş varantlarını mevzuatta tek bir çatı altında toplayarak sadeleştirmeye çalışılmıştır (<https://www.resmigazete.gov.tr/>). Türkiye’de ilk varant ihracı ise 13.08.2010 tarihinde Deutsche Bank tarafından gerçekleştirilmiştir. İlk başlarda sadece BIST 30 Endeksi’nde yer alan pay senetlerine göre düzenlenen varantlar daha sonrasında emtia, döviz, yurtdışı endeks varantları da ihraç edilmeye başlanmıştır.

2.2.11. Kira Sertifikası (Sukuk)

Günümüzde inançlarından dolayı faizli borçlanma araçlarını tercih etmeyen tasarruf sahiplerinin, fonlarını ekonomiye kazandırılması amacıyla sukuk ortaya çıkarılmıştır ve genellikle Müslümanların çoğunlukta yaşadığı ülkelerde yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (Gökgöz, 2015: 151-152). Arapça’da, sertifika veya vesika anlamını taşıyan “sak” kökünden türetilerek “sukuk” kelimesi elde edilmiştir (Yiğiter ve Diğerleri, 2018: 75). “Faizsiz Bono”, “İslami Tahvil” veya “Faizsiz Tahvil” olarak belirtilen sukuk Türkiye’de kira sertifikası olarak adlandırılmaktadır (Çebi ve Ünkaya, 2018: 9). Kira sertifikası, her türlü dayanak varlık veya hak üzerinden fon bulabilmek için SPK Kurulu’nun izni ile kurulan Varlık Kiralama Şirketleri (VKŞ) tarafından ihracı gerçekleştirilen ve bu sertifikaya sahip kişilerin varlık veya haklardan elde edilmekte olan getirilerden payları kadar yararlanabilmelerini sağlayan bir menkul kıymet aracıdır(<https://www.borsaistanbul.com/>).

Sukuk sisteminde gerçek ticari ilişkiler veya leasing sözleşmelerinden doğan alacaklar dayanak varlık olarak kabul edildiğinden dolayı sukuklar, varlığa dayalı tahvil niteliği taşımaktadırlar (İçellioğlu, 2019: 46). Sukuk, dayanak varlığa konu olan mal, hizmet veya menfaat üzerinde ortak payı ifade etmektedir ve getirisi, kira geliri veya kar payı şeklinde olmaktadır (Gökgöz, 2015: 154). Bu sayede sukuklar, kur veya faiz artışı gibi olumsuz durumlardan etkilenmesi söz konusu olmamaktadır. İslami prensipler doğrultusunda oluşturulan sukuklarda belirsizlik gibi risk faktörü olarak görülen konularda işlem yapılmamaktadır (Alpaslan, 2014: 16). Vadeleri, orta veya uzun olarak belirlenen sukukların ikincil piyasalarda işlem görmesi mümkündür (Aydın ve Ayyıldırım, 2015: 45). Likit bir finansal araç olmasının sonucunda sahibine düzenli olarak gelir imkanı sağlamaktadır. (Tekin, 2017: 163).

Sukuk ihracı ile oluşturulan fonların helal kabul edilen kaynaklarda kullanılması ve ihraç edenin genel finansman gereksinimleri için kullanılmaması bakımından tahvillerden farklılaşmaktadır (Yakar ve Diğerleri, 2013: 74). Sukuk ihraç edildiğinde belli bir vade ile sınırlandırılması ve şirketin bir kısmının mülkiyetine sahip olunması açısından pay senetlerinden ayrılmaktadır (Küçükçolak, 2008: 27). Bono ve diğer borçlanma araçlardan ayrılmasının sebebi ise likidite ve nakit akışının

yanında mülkiyet ile yararlanma hakkını da içinde barındırmasından kaynaklanmaktadır (Kasımoğlu ve Diğerleri, 2018: 8; Sevinç, 2018: 79).

Sukukun aşamaları; dayanak varlığa konu olan mal, hizmet veya menfaat VKŞ'ye kiralanmak suretiyle satışı gerçekleştirilir. Satıcı taraf, satılan dayanak varlık kadar kiralama şirketinden karşılık gelen tutarı talep eder ve ardından VKŞ, satıcı firmaya tekrar dayanak varlığı kiralayarak sözleşme tutarında yazan kira bedelini tahsil yoluna gider. Bu dayanak varlık bedelinin finansını sağlamak amacıyla VKŞ'ler kira sertifikaları çıkartarak tasarruf sahiplerinden kaynak toplamaktadır (Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, 2012: 3-4). Bunun sonucunda satıcı firma, sahip olduğu dayanak varlık kadar faizsiz fon temin etmiş bulunmaktadır. Yatırımcı ise düzenli ödemeler ile faizsiz kira bedeli elde edeceklerdir.

Sukuk aracılığı ile bankacılık kredilerine göre daha az maliyetli ve uzun vadede fon sağlanabilmesi firmanın finansman alternatiflerini geliştirmesine olanak sağlar (Kasımoğlu ve Diğerleri, 2018: 10-11). Belirli bir süre elde tutma şartı bulunmayan kira sertifikaların gelirleri, menkul sermaye iradı olarak kabul görüldükleri için vergiye tabi değildirler. Ayrıca damga vergisi, KDV ve harçlardan da istisna tutuldukları için yatırımcılar vergi konusunda avantajlı bir pozisyona sahiptir.

Körfez ülkelerinde 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlanıldığı görüldüğü sukuk uygulaması, gerçek anlamda ilk olarak 2001 yılında Malezya Hükümeti tarafından 500 milyon \$ değerinde sukuk ihracı ile gerçekleşmiştir (Gökgöz, 2015: 153). Ülkemizde 2010 yılında SPK tarafından yayınlanan "Kira Sertifikalarına ve Varlık Kiralama Şirketlerine İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğ" ile uygulamaya başlanmıştır. Bu Tebliğ'de kira sertifikaları, kira sukuku ile sınırlandırılarak sadece varlık finansmanında kullanılacağı belirtilmiştir. 2012 yılında çıkarılan daha kapsamlı SPK Kanunu'nda ise bu konu geliştirilerek kira sertifikalarında dayanak varlık dışındaki her türlü varlık ve hakkın da finansmanı amacıyla ihraç edilebilecekleri öngörülmüştür (<https://www.spk.gov.tr/>). Bunun ardından 2012 yılının Ekim ayında TL ve ABD Doları para birimi cinsinden kira sertifikaları ihraç edilmeye başlanmıştır.

Türkiye’de 2010 ile 2019 yılları arasında katılım bankaları tarafından gerçekleştirilen sukuk ihraçları, yurtiçinde 53 milyon TL ve yurtdışında 4.476 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. 2012 ile 2019 yıllarına gelindiğinde hazinenin sukuk ihraç oranları; yurtiçinde 32.381 milyon TL ve yurtdışında 8.000 milyon \$ olduğu görülmüştür (<http://www.tkbb.org.tr/>).

Uygulama alanlarında sadece kiralamaya endeksli olmayan sukukların; “*Mudaraba Sukuk*”, “*Muşaraka Sukuk*”, “*Murabaha Sukuk*”, “*Selem Sukuk*”, “*İstisna Sukuk*” ve “*İcara Sukuk*” olmak üzere altı farklı çeşidi bulunmaktadır (Alpaslan, 2014: 18-19; Aydın ve Ayyıldırım, 2015: 46-47; Çebi ve Ünkaya, 2018: 11; İçellioğlu, 2019: 45; Tekin, 2017: 164-166; Sevinç, 2018: 80-81; Yakar ve Diğerleri, 2013: 77-83). Türkiye’de kira sertifikalarının ise *Sahipliğe*, *Yönetim Sözleşmesine*, *Alım-Satıma*, *Ortaklığa* ve *Eser Sözleşmesi*’ne olmak üzere beş farklı çeşitte uygulandığı görülmektedir (<https://www.borsaistanbul.com/>).

2.2.12. Borsa Yatırım Fonları

Borsa yatırım fonları, bir endeksi temel alarak, temel almakta bulunduğu endeksin performansını fon sahiplerine en iyi şekilde göstermeye çabalayan ve payları borsada işlem görmekte olan bir yatırım fonudur (<https://www.borsaistanbul.com/>). Borsa yatırım fonları, SPK’nın izin verdiği yetkili aracı kuruluşları veya anonim şirketler aracılığıyla bir endeksi dayanak alarak çıkartılmakta ve temel alınan endekste ki ağırlıklar oranında yatırım yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Tasarruf sahibi nakit ile aldığı menkul kıymetlerinin getiri ve riskine ortak olmaktadır (Dönmez, 2002: 46).

Borsa yatırım fonları ile yatırımcının riskini çeşitlendirme yöntemi ile azaltılması sağlanmaktadır (Altın, 2016: 68). Borsa yatırım fonlarının borsalarda işlem görebilmesi ile gün boyunca işlem yapma ve günlük izleme imkanı sunabilmektedirler. (Özotraç, 2009: 23). Aynı zamanda borsa yatırım fonlarının avantajları; işlem yapabilme kolaylığı, düşük maliyet ve şeffaflık imkanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Aysan, 2007: 20).

Pay senedi ve yatırım fonlarının olumlu yönlerinin tek bir çatıda toplandığı borsa yatırım fonları, Türkiye’de ilk kez 2005 yılında halka arzı gerçekleşmiştir. Pay

senetleri ile ortak özellikleri borsada işlem yapılabilmesinden kaynaklanmaktadır. (Korkmaz ve Uygurtürk, 2009: 2). Endeks finansal yatırım aracı niteliklerine sahip olan borsa yatırım fonlarının piyasada işlem görmeye başlamasının sonucunda, bilgi kalitesi ve çeşitliliğinde artış gözlemlenerek bu alanda daha fazla yatırımın yapılması ile piyasanın daha etkin yapıya gelmesi sağlanmıştır (Karahana ve Kayalı, 2015: 130).

2.1.13. Kıymetli Madenler ve Kıymetli Taşlar

Hazine Müsteşarlığı izni ile altın, gümüş, platin ve paladyum gibi kıymetli maden ürünleri üzerinden işlem yapılmasına olanak sağlayan piyasalara denilmektedir (Arymbaev, 2010: 97). Kıymetli madenler piyasası ile fon sahiplerine alternatif araç sunarak, portföylerini çeşitlendirmeleri amaçlanmaktadır (Çelik ve Diğerleri, 2018: 220).

Kıymetli madenlerin, fiyat hareketliliklerinde yaşanabilecek değişimlerin kolaylıkla tahmin edilebilecek boyutta oldukları için yatırımcıyı riskten korur ve güvenilir bir enstrüman olarak karşımıza çıkmaktadır (Asil, 2010: 137). Böylelikle minimum risk alınarak yüksek getiri imkanı sunmaktadır. Kıymetli madenlere yatırım; fiziki olarak, tezgahüstü piyasalardan veya fiziki olmayan şekilde finans piyasalarından eş zamanlı olmak üzere iki türlü yapılabilir.

Altının fiyatın belirleyebilmek ve ithalat ile ihracatını arttırmak amacı ile 1993 yılında alınan karar ile serbestleştirilme yoluna gidilmiştir. Bu kolaylıkların sağlanmasının sonucunda altın sektöründe yaşanan hızlı değişimler piyasanın tekrardan yapılandırılmasını doğurmuş ve yeni kararların alınmasına zemin sağlamıştır. 1993'te "Kıymetli Madenler Borsalarının Kuruluş ve Çalışma Esasları Hakkında Genel Yönetmelik" yayımlanarak 1995 yılında İstanbul Altın Borsası faaliyetlerine başlamıştır. 2013 yılına gelindiğinde İMKB ile İstanbul Altın Borsası tek bir çatıda yani BİST altında toplanarak, Kıymetli Madenler ve Kıymetli Taşlar Piyasası buradan işlemlerini gerçekleştirmeye devam etmiştir (<https://www.borsaistanbul.com/>).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ÖDEME ARAÇLARI

3.1. Ödeme Araçları Kavramı

Ülke ekonomilerinin ekonomik ve finansal alt yapısını oluşturan ödeme sistemleri ve bu sistemin içerisinde işlem gören ödeme araçları, ödemelerin kaynağından hedefine ulaştırmayı sağlayan mekanizmalardır. TCMB ödeme sistemini “*hane halkı, firma ve devlet arasında mal ve hizmetlerin birbiri ile değiş tokuşuna olanak sağlayan araçları, yasal yönetmelik ve prosedürleri, kurum ve örgütte gerçekleşen ilişkiyi, işletim süreçlerini ve haberleşme ağını kapsamaktadır*” olmak üzere tanımını yapmaktadır (<http://www.tcmb.gov.tr/>). Ödeme sistemleri; finansal sistem ve ekonomik düzenin duraksamadan devam edebilmesi için önemlidir (Rumelili, 2006: 8). Ekonomide düzgün işleyen bir ödeme sisteminin bulunmaması; ödemelerin hedefine hızlı, güvenli ve risksiz ulaşımını engelleyecektir. Böyle bir durum ise ödemelerin gecikmesine, mutabakat risklerinin artmasına ve genel olarak ekonomik etkinliğin azalmasına yol açacaktır (Öz, 2011: 24).

Ödeme hizmetlerine ilişkin 2007/64/EC sayılı Ödeme Hizmetleri Direktifi Kanunu’na göre ödeme işlemi geniş bir tanımla “Gönderme emrini veren veya alma emrini veren kişilerin talebine uygun bir şekilde gerçekleştirilen fon yatırma, aktarma veya çekme faaliyetlerini” kapsar iken ödeme aracı ise “Ödeme hizmeti sunan ile bunu kullanmayı talep eden arasında kararlaştırılan ve talep edenin bu ödeme emrini vermek için kullandığı kredi kartı, mobil uygulama, şifre gibi şahsa özel her türlü araç” olarak tanımlanmaktadır (<https://www.basbakanlik.gov.tr/>).

Bu kişisel araç ve yöntem denince ilk akla gelen çek, kredi kartı gibi klasik ödeme araçlarının yanı sıra artık özellikle mobil ödeme araçları da dikkate alınınca cep telefonları veya şifreler de birer araç haline gelmiştir. Bu noktada bir aracın ödeme aracı olup olmasını belirleyen en önemli husus, ödeme emrinin verilmesini başlatmak için kullanılıp kullanılmamasıdır (Kirdaban, 2011: 5).

3.2. Ödeme Araçlarının Sınıflandırılması

Ödeme araçları; kaynağın ödeyici kanalından çıkarak alacaklıya geçişini sağlayan zaman döngüsü veya bir araç olarak tanımlı yapılmaktadır. Borçlu ile alacaklı

arasında geçen işlemin türü ve yapılma şekline göre ödeme araçları çeşitlilik göstermektedir (ECB, 2010: 33).

Son 15-20 yıllık süreçte yaşanan ekonomik ve teknolojik gelişmeler tüketicileri nakit dışı veya elektronik ödeme araçları kullanımına itmiştir. Bu araçlar ile zaman ve mekan kavramı ortadan kalkarak tüketici istediği yer ve zamanda rahatlıkla bu çeşitlilikten yararlanarak kolaylık elde etmiştir (Özer ve Diğerleri, 2019: 736).

Bu ödeme araçlarını sınıflandıracak olursak, bunlar;

- Kartlı Ödeme Araçları
- Elektronik Fon Transferi ve Havale Ödeme Araçları
- Online ve Mobil Cüzdanlar
- GSM Tabanlı Ödeme Araçları
- Yeni Nesil Ödeme Araçları (Sanal POS) olmak üzere 5 gruba ayrılmaktadır.

Nakit ödeme aracını tanımlayacak olursak, nakit ödeme; işleme konu olan mal ve hizmet satın alımlarında paranın cash yani nakit olarak verilmesidir (Duramaz ve Dündar, 2014: 25). İşlem miktarı açısından diğer ödeme araçları ile karşılaştırıldığında en çok kullanılan yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. VISA kredi kart kuruluşunun tüketicinin ödeme araçlarına ilişkin yaptığı araştırma sonucunda diğer ödeme araçlarında gerçekleşen yeniliklere rağmen Türk tüketicinin %77 oranında nakit kullandığı ortaya konulmuştur (Kirdaban, 2005: 5). Tüketicinin nakit kullanımını; faiz oranları, gelir, tüketim alışkanlıkları, ATM noktalarının ve POS makinelerinin sıklığı, nakit dışı ödeme araçlarının ne sıklıkla kullanıldığı gibi faktörler belirlemektedir. Peşin ödeme ile nakit ödeme arasındaki fark, peşin ödemede kart veya farklı bir ödeme aracı kullanılabilecek iken nakit ödeme peşin olarak yapılmaktadır.

Tüketicilerin nakit ödeme kullanımı ile katlandıkları üç tür maliyet söz konusudur. Birincisi, likit para taşıma miktarının faiz maliyetidir. İkincisi, “shoe leather cost” denilmekte olan ATM’ye gidiş süresinin tüketiciye olan maliyetidir ve son olarak üçüncü maliyet ise nakit kullanılarak yapılan ödemede kasada beklenen zamanın maliyetidir. TCMB’nin nakit kullanımı ile maliyeti ise banknot basmakta kullandığı kağıt, personel ve ulaşım giderleri, vergi resmi harçlar, sosyal giderler gibi katlanmakta olduğu maliyet kalemleridir. Sektörde nakit kullanılmasının maliyeti ise

nakit ödemedeki zaman kaybı, bu nakdin sayılarak düzenlenmesi gibi giderler oluşturmaktan kaynaklanmaktadır. Bunların dışında nakit ödemede, sahte para kullanılması riskinin maliyeti de söz konusu olmaktadır (Elgin ve Diğerleri, 2015: 11-13).

Nakit ödeme işlemi gerçekleştirmek üzere kullanılmakta olan madeni para ve kağıt paralarını Darphane ve Damga Matbaası Genel müdürlüğü piyasaya sürmektedir. Bu kuruluş ise TCMB ve Hazine Müsteşarlığı'na bağlı olarak çalışmalarını yürütmektedir. Aşağıdaki Tablo.20'de son on yıllık tedavülde bulunan banknot tutarı ve adet sayısına yer verilmiştir.

Tablo 20. 2009-2018 Yılları Arasında Tedavülde Bulunan Banknot Tutarı ve Adet Sayısı

	Banknot Tutarı	Banknot Tutarı Değişim	Dolaşımdaki Banknot Adedi	Banknot Adedi Değişim
2009	38.2 milyar TL	%20,8	803,3 milyon	%13,4
2010	48,9 milyar TL	%27,6	1.062,4 milyon	%20
2011	55.1 milyar TL	%12,6	1.080,2 milyon	%2
2012	60.5 milyar TL	%9,8	1.139,4 milyon	%3,5
2013	74.8 milyar TL	%23,6	1.315,7 milyon	%15,5
2014	85.1 milyar TL	%13,8	1.426,6 milyon	%8,4
2015	103 milyar TL	%21,1	1.633,7 milyon	%14,5
2016	123 milyar TL	%19,3	1.783,3 milyon	%9,2
2017	131.4 milyar TL	%6,9	1.920 milyon	%7,7
2018	132.3 milyar TL	%0,6	1.914,2 milyon	- %0,3

Kaynak: www.tcmb.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 18/07/2019)

Tablo.20'deki verilere göre, emisyon hacmi 2018 yılının sonunda %0,6 oranında artış göstererek 132,3 milyar TL'ye ve dolaşımdaki banknot adedi ise 0,3 oranında azalarak 1,914 milyon adede ulaşmıştır. Banknot tutarındaki değişimlerin en çok yaşandığı yıllar %27,6 oranı ile 2010 yılı ve %23,6 oranı ile 2013 yılı izlemektedir. Banknot adedindeki değişimler ise son 10 yıllık verilerde sadece negatif görünümlü olan 2018 yılında -%0,3 oranı ve ardından 2011 yılı %2 oranıyla takip etmiştir. Son 5 yıllık emisyon hacmi verilerine bakıldığında ortalama %12,3 ve dolaşımdaki banknot

adedi ortalama %7,9 oranında artış göstermiştir. Tablo.21’de 2017-2018 para arzı karşılaştırılmasına yer verilmiştir.

Tablo 21. Türkiye’de 2017-2018 Para Arzı Karşılaştırılması

Milyar TL	30.06.2017	29.06.2018
M0= Dolaşımdaki Para	119,2	135,4
Dolaşıma Çıkan Banknot + Madeni Para	133,8	149,4
Banka Kasalarındaki Para (-)	14,6	14,0
M1	449,6	513,7
M0	119,2	135,4
Vadesiz TL Mevduat	177,9	192,0
Vadesiz YP Mevduat	152,5	186,3

Kaynak: <http://www.mahfiegilmez.com/> (Erişim Tarihi: 23/07/2019).

Tablo.21’de bulunmakta olan M0 dolaşımdaki parayı yani nakit kullanımı temsil ederken, M1 dolaşımdaki paraya bankalarda bulunan vadesiz mevduatların eklenip, toplanması ile bulunmaktadır. M0 (Dolaşımdaki para) 2018 yılına gelindiğinde; 135,4 milyar TL rakamına ulaşmıştır. M0’ın, M1’de ki yeri nakit ödemenin ağırlığını belirlemektedir. Ekonomi de yeterli likiditenin sağlanabilmesi için kağıt ve madeni paranın yani dolaşımdaki paranın aktarılması işleyiş için önem taşımaktadır. Ancak ekonomiye fazla nakit paranın aktarılması, paranın değerinin düşmesine bir başka ifade ile enflasyona sebep olmaktadır (Eken ve Kale, 2018: 179).

Teknoloji kullanımının yaygınlaşması ile beraber bankaların sunduğu ürün ve hizmetlerin çeşitliliğinde artış yaşanmıştır. Tüketicilerin ödemelerinde otomatik ve elektronik ödeme araçlarını tercih etmelerinin sonucunda nakit ödemeye alternatif olarak farklı elektronik ödeme araç türleri ortaya çıkmıştır (Duramaz ve Dündar, 2014: 24-25). Birey ve kurumların ödemeye konu olan hizmet veya malı, cash yani nakit para yerine farklı ödeme türleri ile yerine getirdiği araçlara nakit dışı ödeme araçları denilmektedir. Bunlar; Kartlı ve EFT/ Havale ödeme araçları, online ve mobil cüzdanlar, GSM tabanlı ödeme araçları ve yeni nesil ödeme araçları (Sanal POS) olarak değişkenlik göstermektedir.

3.2.1. Kartlı Ödeme Araçları

Dünya tarihine bakıldığında American Express Buffalo'nun 1850 yılında kendi talimatıyla devreye girmiştir. 1894 yılına gelindiğinde ise önemli iş adamlarına özel sadece belli otellerde konaklama veya yiyecek alanında geçebilecek Hotel Credit Letter Company ilk kez insanların nakit dışında kullanabileceği bir ödeme aracı ortaya çıkartmıştır (Güngördü ve Diğerleri, 2013: 132). Bu gelişmeyi sırasıyla 1914 yılında Texaco, 1958 yılında Bank Americard uygulamaya koymuştur.

Türkiye'ye kartlı ödeme araçlarının gelmesi ise 1968 yıllarında gerçekleşmiştir. Koç grubuna ait olan firma, ABD'den özel izin alarak Türkiye'ye Diners Clup kartını sokmaya hak kazanmıştır (Duramaz ve Dünder, 2014: 26). Bu Diners kart sadece alışveriş yapabilmekte ve kısa süre içerisinde de geri ödenmesinin yapılması gerekiyordu (Çavuş, 2016: 174). Daha sonrasında 1975 yılında Eurocard, Access ve Mastercard kredi kartları Türkiye'de kullanımına başlanmıştır. Kredi kartlarının olanaklarından faydalanmaya başlayan firma sayıları arttıkça ve buna güven verici büyük bankalar ile anlaşılması sonucunda ülkemize 1980'li yıllardan sonra hızlı bir gelişme yaşanmıştır (BKM, 1997: 1).

1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının bir araya gelip ortaklık kurmaları sonucunda ise Bankalararası Kart Merkezi (BKM) kurulmuştur. Bu kurumun amaç ve görevleri; tüketiciyi riskten korumak, yapılan işlem hacmini genişletip çeşitlendirmek, tüm işlem akışı için gerekli alt yapıları oluşturmak gibi çeşitli görevler üstlenmiştir. Ayrıca, kart kullanımı ile kayıt dışı ekonomi kayıt altına alınması amaçlanmıştır (Elgin ve Diğerleri, 2015: 16). Bu kurumun kurulmasının akabinde 1991 yılında ilk POS sisteminin kurulması Türkiye'nin kartlı ödeme araçları kullanımındaki yerini giderek artırmaya başlamıştır. Ülkemizde kullanılmakta olan kartlı ödeme araçlarını aşağıdaki gibi tanımlamak mümkündür.

1. *Kredi Kartları*; kartı veren finansal kuruluş tarafından belli limitler dahilinde belirlenerek tanınan, nakide ihtiyaç duyulmadan mal ve hizmet alımına imkan veren ödeme aracıdır (Parasız, 1992: 12). Bir başka tanıma göre kredi kartları; bankalar ve buna yetkisi bulunan kuruluşlar tarafından tüketicilere belirli limitte açtıkları hesaplar ile nakit kullanmaksızın mal ve hizmet alımı, nakit kredi çekme imkanı sağlamak için verilen bir ödeme aracıdır (Avcı ve

Diğerleri, 2007: 284). Kredi kartları; üzerinde sahibinin adı, vadesi ve karıştırılmaması adına belli bir numerolojisi olan plastik kartlardır (Güngördü, 2013: 135).

Kredi kartlarının tarafları; alıcı, satıcı, bankalar ve aracı kurumlardır (Yurtoğulları, 2013: 86). Kredi kartları ekonomik gösterge olarak ödeme aracı olarak, sahibine nüfuz yani itibar katma aracı olarak ve fon sağlayıcı şeklinde işlevleri bulunmaktadır (Çavuş, 2006: 176). Sahibine para taşıması zorunluluğunu ortadan kaldırması, üye iş yerlerine ciro arttırabilme fırsatı sağlaması, nakit idaresinde ve harcamalarını kontrol etmekte sağladığı kolaylık gibi çeşitli avantajları bulunmaktadır (Duramaz ve Dündar, 2014: 26). Kredi kartları bu özellikleri neticesinde alıcı ve satıcı arasındaki ilişkiyi daha hızlı, güvenilir bir hale getirmiştir (Kirdaban, 2005: 12).

Dünya’da sanayi, yönetim ve bilimsel alanlarda, teknik işlerde insan emeği olmadan otomatik araçların yapılmasının artması ve bu gelişmelerden Türkiye’nin yararlanmak istemesi sonucunda kredi kartları 1980’li yıllarda gelişmesine ivme kazanmıştır. Kredi kartlarının ülkeye döviz girdisi sağlaması, piyasa hareketçilerinin bu avantajlardan yararlanmak istemesi sonucunda bankalar kredi kartı faaliyetlerini hızlandırarak müşterilerine bu hizmeti verme yoluna gitmişlerdir.

Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi’nin 2018 yılı Ağustos’ta açıkladığı veriler sonucunda 25,4 milyon kişi kredi kartı bulundurmak üzere 61,7 milyon bireysel kredi kartı vardır ve bu da kredi kartı sahiplerinin cüzdanlarında ortalama 2,2 oranında kredi kartı taşıdıklarını ortaya koymaktadır (<https://bkm.com.tr/>).

2. *Banka Kartları/ Debit Kartlar*; kart sahibinin mevduat hesabı ile bağlı olarak kullanılabilen kart çeşitidir (Vergi Konseyi, 2011: 11) Elektronik paranın bilinen ilk şeklini oluşturmaktadır (Öztürk ve Koç, 2006: 223). Mal alım ve satımında elektronik ortamda otomatik olarak kendi hesaplarından, karşı tarafa para çıkışı olması yönünden banka kartları kredi kartlarına özellik olarak benzetilmektedirler. Banka kartları nakit para kullanımına göre daha hızlı çalışmaktadır ve kredi kartının kullanıldığı her ortamda geçerliliği bulunmaktadır.

Banka kartlarının ülkemizde ki faaliyet alanları, bankadaki bir veya daha çok vadesiz hesaba bağlı ve içerisindeki kullanılabilir bakiye kadar işlem yapmak, ATM

(Otomatik Vezne Makinesi) ile para çekme ve POS (Satış Noktası Terminali) ile alışveriş yapma işlemleri olarak görülmektedir. Buna bağlı olarak son yıllara ait banka kartı, POS, ATM ve kredi kartı verileri aşağıdaki Tablo.22’de verilmektedir.

Tablo 22. Yıllara Göre ATM, POS, Banka ve Kredi Kartı Sayıları

Yıllar	POS	ATM	Banka Kartı	Kredi Kartı
2013	2,3 milyon	42 bin	100 milyon	57 milyon
2014	2,2 milyon	46 bin	106 milyon	57 milyon
2015	2,2 milyon	48 bin	112 milyon	58 milyon
2016	1,7 milyon	48 bin	117 milyon	59 milyon
2017	1,7 milyon	50 bin	132 milyon	62 milyon
2018	1,6 milyon	52 bin	146 milyon	66,3 milyon

Kaynak:<https://bkm.com.tr/> (Erişim Tarihi: 27/07/2019).

Tablo.22’ye göre Türkiye’de banka kartı adedi sayısı, 2013’te bir önceki yıla göre %10 oranında artış göstererek 100 milyon adede ulaşmıştır ve banka kartları ise bir önceki yıla kıyasla %5’lik büyüme ile 57 milyon adede ulaşmıştır (BKM, 2013: 33). 2018 yılına gelindiğinde ise taksit, puan uygulamaları gibi ek avantajlar sayesinde kredi kartları ile alışveriş bir önceki yıla göre %18 oranında artış göstererek 66,3 milyon adede çıkmıştır. Banka kartı ile alışverişteki artış ise 2018 yılında bir önceki yılda %38 oranında artmıştır ve %11 büyüme ile 146 milyon adede ulaşmıştır (BKM, 2018: 43). 2018 yılında sayısı 1,6 milyona ulaşan POS’lardan banka ve kredi kartları ile gerçekleşen işlem adedi 5,6 milyar ve toplam işlem cirosu 840 milyar TL’ye ulaşmıştır (BKM, 2018: 45).

Finansal okuryazarlığın artması, banka hesabına sahip olabilecek olan nüfusun artış göstermesi, e-ticaret konusunda yaşanan gelişmeler ve kart kullanmanın sağladığı avantajlar neticesinde BKM’nin 2018 yılının ilk 6 aylık verilerine göre ödemelerde kart kullanımı %20 oranında büyüme göstermiştir. Buna ilişkin verilere aşağıda ki Tablo.23’de yer verilmiştir.

Tablo 23. Kart Sayıları ve Kartlı Ödeme Tutarındaki Gelişmeler

	2017 Haziran	2018 Haziran	Değişim
Banka kartı sayısı	124,2 milyon	136,4 milyon	%10
Kredi kartı sayısı	60,4 milyon	64,8 milyon	%7
Toplam	184,6 milyon	201,2 milyon	%9
Banka kartı ödeme tutarı	32 milyar	44 milyar	%39
Kredi kartı ödeme tutarı	285 milyar	336 milyar	%18
Toplam	317 milyar	380 milyar	%20

Kaynak: <https://bkm.com.tr/> (Erişim Tarihi: 23/05/2019)

Tablo.23’de verilen BKM 2018 Haziran ayı verilerine göre Türkiye’de %10’luk artış ile 136,4 milyon banka kartı ve %7’lik büyüme ile 64,8 milyon kredi kartı adedine ulaşılmıştır. Toplam kart sayısı ise 201,2 milyon adede ulaşarak, %9 oranında artış göstermiştir. Günümüzde kartlı ödeme alanlarının genişlemesi sonucunda para üstü derdini ortadan kaldıran, nakit taşımaya gerek kalmadan işlem yapılmasına olanak sağlayan, zaman tasarrufu ve esneklik gibi avantajları neticesinde kartlar ile ödeme yapılması yaygınlık kazanmıştır. Tablo.23’de gözükeceği üzere 2018 yılının ilk döneminde önceki yıla oranla kartlarla ödeme tutarı %20 artış göstererek 380 milyar TL tutarına ulaşmıştır. Kartlı ödemelerdeki artışın detaylarını sektörel olarak incelediğimizde, bu konudaki tutarın en çok havayolu sektöründe artış olduğu görülmektedir. Buna ilişkin detaylar aşağıdaki Tablo.24’de verilmektedir.

Tablo 24. Sektörlere Göre Kartlı Ödeme Tutarı

Sektörel Kartlı Ödeme Tutarı	2017	2018	Değişim
Hava Yolları	6,8 milyar	9,1 milyar	%34
Yemek	13,1 milyar	16,7 milyar	%28
Akaryakıt İstasyonları	28 milyar	34,8 milyar	%24
Sağlık/Sağlık Ürünleri/Kozmetik	12,1 milyar	15,0 milyar	%24
Giyim ve Aksesuar	26,1 milyar	31,5 milyar	%21

Kaynak: <https://bkm.com.tr/> (Erişim Tarihi: 24/05/2019)

Tablo.24’de 2018 Haziran ayının verileri bir önceki yıl ile kıyaslandığında en fazla artış gösteren hava yollarını, yemek %28, akaryakıt istasyonları ve sağlık/sağlık ürünleri/kozmetik %24, giyim ve aksesuar %21 oranlarında takip ettiğini

görmekteyiz. Ödeme tutarının en fazla olduğu sektör ise 34,8 milyar TL ile akaryakıt istasyonları alanları yer almaktadır.

İnternette yapılan kartlı ödemeler 2018 yılında %37 büyüyerek 61 milyar TL tutarında gerçekleşmiştir. Bu veri 2017 yılı ile karşılaştırıldığında, toplam kartlı ödemeler içerisinde %14'lük paya sahip internette kartlı ödemeleri, 2018'de payını %16'ya çıkarmıştır. Yabancı kartlar ile yapılan ödemelere bakıldığında ise 2018 yılında %67 oranında artarak 16 milyar TL tutarına ulaşmıştır. Yapılmakta olan işlem başına kartlı ödeme tutarı da 457 TL'den 573 TL tutarında gerçekleşmeye başlamıştır.

3. *Ön Ödemeli/Prepaid Kartlar*; Ön ödemeli diğer adıyla prepaid kartlar, değeri daha önceden hazırlanarak depolanmış kartlardır (Koç ve Öztürk, 2006: 223). Kredi kartı kullanmamak veya harcamalarınızı sınırlandırarak daha bilinçli bir tüketim sergilemek adına kişinin kendisinin veya bir başkasının para yükleyebildiği ve internet ile POS cihazının olduğu her yerde geçerliliğinin olduğu bir ödeme kartıdır (Bilir ve Çay, 2016: 23). Yani, Visa ve Mastercard uygulaması bulunan her yerde geçerliliği bulunmaktadır.

Ön ödemeli kart; nakit paradan daha avantajlı olmak üzere kaybolma, çalınma gibi durumlarda daha güvenilirdir. Banka kartlarında olduğu gibi prepaid kartlarda bir limit bulunmamaktadır. Karta yüklenen bakiyenin tutarı kadar harcamada kullanılabilir. Ön ödemeli kartlar, telefon kartları ve otobüs kartlarında olduğu gibi önceden ödeme yaptığı tutar kadar harcamaya izin veren bir uygulamadır. Tek sefer veya istediğiniz süre kadar bu kartı kullanmanız mümkündür. İçindeki bakiye bittiğinde, bir daha yükleme yapmayabilirsiniz. Kredi kartı veya banka kartı kullanmak istemeyenler veya günlük alışverişlerini takip etmekte zorlananlar için ideal bir uygulamadır (Özdemir, 2006: 92).

Bu kartların alternatif olarak kullanıldığı çeşitleri; hediye kartları, ön ödemeli sanal kartlar, harçlık kartları olmak üzere çeşitleri vardır. Seçilen kart türüne göre ise kullan-at veya kullan-doldur şeklinde kullanılabilir.

Hediye kartları (gift cards); hediye çeklerinin daha modernize edilmiş halidir. Hediye almakta güçlük çeken bireyler doğum günü, düğün veya tatil gibi özel günlerde bütçeye uygun olarak içine belli bir miktar para yükleyerek bu şekilde karşı

tarafa verilmesi mümkündür. Ayrıca çocukların harcama eğitimi vermek ve kontrol altında tutmak için de kullanılmaktadır. Çocuklu ailelerin %70'i bu ödeme kartlarının çocuklara harcama yönetimini öğretmek için uygun bir seçenek olduğunu düşünmektedir. Hediye kartları; ilgili mağazalardan, internet veya bankalardan temin edilmesi mümkündür ve kullan-at ödeme tipine girmektedir.

Ön ödemeli sanal kartlar; internetten mal ve hizmet satın almak için özel tasarlanmış ön ödemeli kartlardır (Öztürk ve Koç, 2006: 223). İnternette alışveriş yapmak istememelerine rağmen kredi kartı uygulamasını kullanmayan kişiler için en uygun yöntemdir. Burada banka tarafından elinize bir plastik kart göndermek yerine sadece kart numarası, güvenlik numarası gibi bilgiler tarafa iletilmektedir. İnternet sitelerine kredi kartı bilgilerinin verilmesinden endişe duyan tüketiciler için güvenilirlik teşkil eder. Bu e-para sistemlerinde en çok kullanılan yöntemler; e-cash, cybercash, mondex ve netcash olarak görülmektedir.

Ön ödemeli kartı, kredi kartından ayıran en önemli noktası taksit yapma imkanının bulunmamasıdır. Ancak bu yönü ile bilinçsiz yapılan harcamaların önüne geçilir ve bütçeye uygun davranılmış olunmaktadır (Çay, 2015: 24). Bunun dışında kağıt para, elektronik para ve banka kartının taşıdığı karakteristik özelliklere aşağıdaki Tablo.25'de ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

Tablo 25. Kağıt Para, Elektronik Para ve Banka Kartlarının Karakteristik Özellikleri

Özellikler	Kağıt Para	Elektronik Para	Banka Kartı
Yasal Tedavül	Evet	Hayır	Evet
Kabul edirlilik (Geçerlilik)	Yaygın	??	Sınırlı
İşlem başına marjinal maliyet	Orta	Düşük	Orta
Ödemenin anında sonuçlanması (yüz yüze işlemlerde)	Evet	Evet	Hayır
Ödemenin anında sonuçlanması (yüz yüze olmayan işlemlerde)	Hayır	Evet	Hayır
İsimsiz kullanım	Evet	Evet	Hayır

Kaynak: Akşehirlioğlu, 2002: 13

Tablo 25. incelendiğinde görüleceği üzere yasal geçerlilik anlamında en kabul gören ödeme aracı kağıt paradır ve elektronik para ile banka kartın tedavülde bulunma özelliği bulunmamaktadır. Ödemenin yüz yüze olmayan işlemlerde tek elektronik

para ile gerçekleştirilebilir iken diğer ödeme araçlarında bu mümkün olmamaktadır. Tüketicilerin kimliğini belirtme konusunda kağıt para ve elektronik para buna imkan sağlarken, banka kartında bilgilerin belirtilmesi gerekliliği vardır.

3.2.2. Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT) ve Havale Ödeme Araçları

Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT); Türk Lirası üzerinden yapılan ödeme işlemlerinin elektronik ortamda eş zamanlı netleştirme olmaksızın, sırasıyla yapılmasını sağlayan bir sistemdir (TCMB, 2014: 3). Bankadan verilen EFT ödeme emri; önce Merkez Bankası'na tutar düşer ve ardından diğer bankanın hesabına aktarılır. Hesapta yeterli tutarın olması ile ödeme emirleri yerine getirilmektedir. Eğer yeterli tutar hesapta bulunmuyor ise tutar tamamlanana kadar ödeme emri sırada bekletilmeye devam edilir. Bu durumda tarafların kredi riskini yani ödeyememesi sonucunda oluşabilecek risk unsurunu ortadan kaldırılmış olmaktadır (Işın, 2006: 109). EFT ve Havale aslında ödeme sistemi olarak geçmesine rağmen ülkemizde sıklıkla halk arasında ödeme aracı olarak görüldüğü için çalışmada bu şekilde ele alınmıştır.

EFT ve havale işlemi; geleneksel bankacılıkta kullanılan nakit, çek gibi ödeme araçlarının yerine daha hızlı ve kısa sürede bilgisayar ortamından faydalanılarak parasal fonların bir yerden diğer yere kaydı para olarak transferinin sağlanması işlemidir (Güngördü ve Zengin, 2013: 136). EFT sistemi; TCMB'nin sahibi ve işleticisi olduğu bir sistem olarak hizmet verir. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Nisan 1992 yılında EFT sistemini işleme açmıştır (TCMB, 2006: 1). Bu tip sistemler İngiltere'de olduğu gibi 7 gün 24 saat hizmet verebilir veya Türkiye'de olduğu gibi resmi tatiller dışında sadece mesai saatleri içerisinde aktif olacak şekilde de tasarlanmış olabilmektedir (Çay, 2015: 42). Elektronik Fon Transfer (EFT) sisteminde; açık piyasa işlemleri, para piyasası işlemleri, döviz ve efektif piyasaları işlemleri, döviz devirleri ve bankalar arası fon aktarımları, menkul kıymet piyasaları işlemleri ile diğer işlemler yürütülmektedir.

Havale, gerçek zamanlı olarak aynı banka içerisindeki bir hesaptan diğer hesap arası para transfer edilmesi işlemine denilmektedir. Elektronik fon transferi farklı bankalar arasındaki para transferini sağlar iken havale aynı bankaya ait farklı hesaplar arasındaki fon transferinde kullanım sağlamaktadır. Havale aynı bankanın farklı

hesapları arasında yapıldığı için EFT’de olduğu gibi süre kısıtlaması bulunmamaktadır. ATM, internet bankacılığı veya mobil bankacılık ile 7/24 havale işlemi gerçekleştirilebilmektedir. EFT’ye kıyasla onay süresi daha uzundur ancak işlem ücreti çok daha uygun ve hatta çoğu zaman ücretsiz yapılmaktadır.

3.2.3. Online ve Mobil Cüzdanlar

Online cüzdanlar; tüketicinin ilk kayıt anında vermiş olduğu kredi kartı bilgilerini saklayarak, e-ticaret işlemini gerçekleştirmek istediğinde bu bilgilerin otomatik olarak girilmesini sağlayan bir sistemdir (Gökgül, 2014: 58). Genellikle internet alışverişleri için kullanımına rastlanılmaktadır. Online cüzdan veya e-cüzdan olarak geçen bu yazılım, kullanıcı bilgisayarına sadece başlangıç aşamasında tek seferlik sorulması ile bilgilerini kaydeder ve bir daha sormadığından yapılacak tüm işlemler bu yazılım ile çok daha hızlı gerçekleştirilebilmektedir (Yurtoğulları, 2013: 91). Telefon ya da bilgisayar aracılığıyla cüzdan özelliği oluşturarak, kredi kartı okuyucusuna dönüşmektedir (Güngördü ve Zengin, 2013: 137). Bu cüzdanın kullanılmasındaki temel amaç, tutarı küçük olan işlemlerde maliyeti azaltmaktır (Kirdaban, 2005: 21).

Online cüzdan kullanarak; fatura ödeme, bilet alım-satım işlemleri, ulaşım, mobil cihazlardan yapılan alışverişler, otopark ödemeleri, ev anahtarı gibi birçok konuda hizmet vermektedir. BKM Express, Paypal, iPara online (dijital) cüzdanlara örnektir. Bunları daha ayrıntılı açıklamak gerekirse;

1. *BKM Express*; tüketicinin internet üzerinden yaptığı alışverişlerde müşteri kart bilgilerini satıcı ile paylaşmadan ve ek ücret ödemeden işlemi sağlayan bir ödeme sistemidir (Duramaz ve Dündar, 2014: 30). Bu sistemden yararlanabilmek için BKM Express’e üye olmak ve sadece bir kere kart bilgilerinin girilmesi yeterli olacaktır. Ödül/Puan kazanma ve taksit imkanı, kampanyalardan haberdar olup yararlanabilme imkanı, kartınızı yanınızda taşımadan hızlı erişim imkanı, Banka kartıyla da işlemleri gerçekleştirebilme imkanı sunmaktadır (<https://www.payu.com.tr/>). BKM Express'in mobil uygulamasını indirerek, iPhone ve Android cihazlarda da kullanabilirsiniz. Bu uygulama ile diğer kartlara para gönderimi yapılabilir veya gönderilen paraları kabul edebilirsiniz.

2. *iPara*; kullanıcılarına e-ticaret sitelerinden kredi kartı kullanmadan alışveriş yapmalarına imkan veren, bilgi ve ürün güvenliğini korumayı amaçlayan bir online ödeme sistemidir. Türkiye'nin ilk online ödeme hizmeti sağlayan şirketi olarak %100 Türk sermayesi ve bilgi birikimi ile 2012 yılında iPara Bilgi Teknolojileri A.Ş. adıyla kurulmuştur (<https://ipara.com.tr/>). Online cüzdan ve sanal POS altyapısı ile internet ortamındaki alışverişlerin artmasını sağlamıştır. 23.08.2017 tarihinde ise Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) lisansını almıştır. İpara alışveriş yapılan sitenin ödeme sayfasından farklı bir sayfaya yönlendirme yapılmadan ödemeye imkan tanıyarak, kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır. Sektördeki 7 önemli bankanın kredi kartının avantajlarından yararlanarak uygun taksit ve komisyon oranları, müşteri hizmetleri desteği, ödeme güvenilirliği gibi avantajları bulunmaktadır.
3. PayPal; e-ticarete dünyanın en büyük online ödeme altyapısı sunan online bankacılık sistemidir. PayPal; kredi kartı, banka kartı ve cash paraları e-cüzdan da saklayarak bu bilgileri başkaları ile paylaşmadan işlem yapma imkanı veren ve kullanımında gözüken kolaylıklar sayesinde son zamanlarda ülkemizde de yaygınlaşan bir ödeme yöntemidir (Altun, 2016: 26-27). Bireyler her seferinde alışverişlerinde ödeme ve adres bilgisi gibi bilgileri her seferinde girmeden, sadece ödemeyi onaylamaları ile işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler (Gökgül, 2014: 59). PayPal, online ödeme sistemlerine göre bazı farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar, şirket olma zorunluluğu yoktur ve herkes 18 yaşını doldurmamış bir birey bile kolaylıkla hesap açarak ödeme işlemlerini kullanabilmektedir. Bunun sonucunda güven konusunda endişeler meydana gelebilmektedir. Bir diğer güvenlik konusu ise ödemelerin kendi sitenizde değil de PayPal sayfasında gerçekleştiği hususuna yöneliktir. Ayrıca müşterinin haklarının korunması programları ile ürününün istediği özelliklerde olmayan veya gelmeyen tüketicileri ticari aldatmacalara karşı korur.

Teknoloji alanındaki hızlı gelişmeler, internet ve akıllı telefon kullanımının hızla yaygınlaşması ile değişen müşteri beklentilerinden hareketle ödeme dünyasındaki değişimlere uygun ürün ve hizmetler geliştirilmektedir. *Mobil cüzdan*; akıllı

telefonlar üzerinden cüzdanımızda bulunan tüm kredi kartı ya da banka kartlarını entegre ederek dijital ortama taşınması ile hızlı, güvenilir, fırsatlar sunan ve kolay alışverişin yapılmasına olanak sağlayan, yanımızda kart yaşama gerekliliğini ortadan kaldıran bir uygulamadır (Gözener, 2009: 11).

Mobil cüzdan uygulamasının akıllı telefona indirilerek, gerekli bilgilerin girildikten sonra tanımlı kartlar ile temassız ödeme de dahil para transferi veya alınan ürünün ödemesi yapılabilmektedir. Mobil cüzdan uygulamasının oluşturulma amacı; cüzdanlarımızın akıllı telefonlara taşınarak, bu kanal ile ödeme yapılabilmesidir (İşler ve Gülaç, 2017: 57-58). Mobil cüzdan, kartların kopyalanma veya çalınma riskini ortadan kaldırarak, telefon kaybolursa dahi telefonda kartın ilk 6 ve son 4 hanesi bulunduğundan bu ortada kalan bilgileri tek tüketici bildiği için mobil cüzdanlara erişiminin farklı bir kişi tarafından kullanılması gerçekleşmemektedir. Kartın tüm bilgileri kayıt altında olmadığı için diğer plastik kartlardaki güvenlik riski burada görülmemektedir. Ayrıca mobil işlemlerde tek seferlik kodların kullanılması veya ödemenin onaylanması için parmak izi teknolojisinin kullanılması da mobil cüzdan uygulamasının güvenliğini arttırmaktadır (<https://bkm.com.tr/>).

Mobil cüzdan kişiye özel olarak, NFC (Near Field Communication) uygulaması ile birleştirilmiştir. NFC teknolojisi; temassız alışveriş anlamına gelen, iki cihazın birbirlerine 1-2 cm kadar yakın tutularak veri aktarımı yapılmasını sağlayarak temassız ödemeye olanak veren bir uygulamadır (Karabulut, 2018: 12). Mobil cüzdan uygulamasındaki işleyişe değinirsek; ilk olarak kredi veya banka kartlarının mobil cüzdan hesabına kaydedilmesi ve adres bilgilerinin bir kereliğine mahsus sisteme girilmesiyle oluşmaktadır. Ardından kredi kartı bilgisi yerine alışveriş sırasında iken e-mail, telefon veya cep telefonunun NFC sistemi yardımıyla okutulması gerekir. Daha sonra şifre, sms onayı veya parmak izi onayı girilmesi ve ödeme onayı verilmesi ile teslimat bilgileri otomatik olarak satıcıya aktarılır (Özdemir, 2006: 96).

Kredi kartı bilgileri; kart bilgileri yerine mobil cüzdan hesap ismi olan e-posta, telefon numarası, takma ad kullanıldığından veya NFC (temassız işlem) kullanıldığından gizli kalmaktadır. Alışverişlerde kasa önünde sıra beklemenin önüne geçerek, bu sorunu azaltır. Ayrıca mobil cüzdan kullanıcısına; alışveriş yapılacak

yerin uyguladığı indirim, taksit veya promosyon gibi fırsatlar konusunda bilgilendirme yapmaktadır.

Mobil cüzdan uygulamasının diğer bir avantajı QR Kod teknolojisini kullanarak yemek üzerine olan yerlerde anında kodu okutarak sipariş ve ödeme yapabilme imkanına ulaşılabilir. Bilginin akışını hızlandırmaya dönük teknolojik bir uygulama olan QR Kod uygulaması ile bir dergi ilanında, AVM’de, bir mağazada veya yolda ilerlerken dikkatinizi çeken bir ilan veya bir yazının bilgilerini akıllı telefona yüklenecek bir uygulama ile kayıt altına alınarak, istenildiğinde ulaşılabilir (Göl ve Ediz, 2019: 5).

Mobil cüzdanın üye iş yerlerine sağlamakta olduğu avantajları; kredi kartı sahteciliği ve dolandırılmasına karşı koruma sağlaması, ödemeyi gerçekleştirirken karşılaşılabilecek personel hatalarını azaltmak, reklam veya pazarlama gibi bulunulacak faaliyetlerde daha ekonomik bir alan yaratılmasını sağlamak, karmaşık Sanal POS süreçlerine son vermesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Aytekin ve Yücel, 2017: 105). Ayrıca teknolojik kapsam sonucunda personel maliyetlerinin azalması ve bilgilendirme uygulamalarının bu alana taşınması sonucundan operasyonel maliyetlerinde düşmesi faydaları bulunmaktadır (Kaplan, 2018: 56). Mobil cüzdan çeşitlerine aşağıda yer verilmektedir.

1. *İş Bankası Parakod*; Türkiye İş Bankası karta gereksinim duymadan, İş Cep uygulamasında ödemelerin QR kodu kullanılarak gerçekleştiği Parakod adı verilen yeni alışveriş yöntemini 2012 yılında Türkiye’de ilk kullanıma sunan bankadır. Bu uygulamaya erişim sağlayabilmek için IOS veya Android işletim sistemine sahip olan akıllı cep telefonlarına uygulamanın indirilmesi yeterli olmaktadır. Daha sonrasında uygulamada kullanmak istediğiniz kredi kartı, bankamatik kartı veya MaxiPara kartlarını seçerek yeni özellikler kullanıma açılır ve bilgiler bir kereliğine mahsus uygulamaya tanıtılır.

Parakod kullanılarak ödeme yapılmak istenildiğinde kasiyere parakod ile ödeme yapmak istediğinizi söyleyerek ve ardından İş Cep uygulamasını açıp Parakod’a tıklayarak giriş yapın. Daha sonra akıllı telefonunuzun kamerası ile QR kodunu sadece POS cihazına okutmak yeterli olmaktadır. Türkiye İş Bankası POS’ları ve online anlaşmalı mağazalarda da bu şekilde ödeme yapılabilir.

2. *TTNET & Avea Mobilexpress*; 2012 yılında mobil alışveriş ve ödeme platformu olmak üzere, TTNET ve Avea'nın işbirliği sonucunda ortaya çıkardığı Mobilexpress uygulaması; TTNET ve Avea'ya üye olan aboneler, kendilerine sunulmakta olan ürün ve hizmet bedel tutarlarını daha kolay, hızlı ve güvenli bir ödeme yapılabilmesi için ortaya çıkardıkları bir uygulamadır. Mobilexpress ile diğer tüm operatörleri kullanan kişilere de açık olarak hizmet verilmektedir ve operatör veya bankalardan bağımsız bir şekilde sadece akıllı telefon ve kredi kartına sahip herkesin karşılığında ücret ödemeyeceği hizmetten faydalanabilmesi imkanı sunulmaktadır (Gider, 2014: 36-37).

TTNET'liler internet ortamında gerçekleştirdiği alışverişlerini TTNET faturalarına yansıtılarak ödeme yapabilecekleri ve bu sayede tek bir fatura ile daha güvenli alışveriş sonucu elde edebileceklerdir (<https://www.bthaber.com/>). Ayrıca TTNET kullanıcıları sadece bir mesaj atarak ya da sadece cep telefonu numaralarını girerek ödemelerini gerçekleştirebilmektedir. Bu da işlemlerin hız oranını arttırmıştır. Mobilexpress uygulaması kullanıcı ve iş ortaklarına akıllı telefonlardan fatura ödeme, TL yükleme, alışveriş hizmeti bedellerini sadece SMS veya QR kodunu kullanarak ödemelerini yapma imkanı vererek, işlemlerin hız oranında artış sağlamıştır. Kullanıcılar, mobilexpress uygulamasına; anlaşmalı iş yerlerinin ödeme sayfalarından, Iphone uygulamasından, mobilexpress'e tanımlı web sitesinden veya müşteri hizmetlerini aramak suretiyle kayıt olabilmektedir. Daha sonra kredi veya banka kartlarını kaydederek, sonraki işlemlerinde bu bilgileri tekrar girmesine gerek kalmadan tek tıkla işlemlerini gerçekleştirebilmektedir.

Mobilexpress dünyanın en üst kredi kartı ve işlem güvenliği düzey standardına sahip, Payment Card Industry (PCI) DDS Level 1'e uyumlu bir sistem olarak işlerini yürütmektedir. Bu PCI sertifikası; American Express, Visa, MasterCard gibi dünyanın her yerinde geçerli olan kredi kartı firmalarının oluşturduğu bir kurul tarafından tüketicinin her türlü bilgisinin korunması için belirlenen tüm teknik ve operasyonel sorumlulukları kapsamaktadır. Bu veri güvenliği standardı ile kart ve kart sahibinin bilgileri güvence altına alınmaktadır (<https://www.mobilexpress.com.tr/>).

3. *Turkcell Cüzdan*; kredi kartı veya nakite ihtiyaç duyulmadan sadece kullanıcının cep telefon numarasının girilmesi suretiyle ödeme yapılmasına olanak sağlayan bir uygulamadır. Turkcell kullanıcılarının yararlanacağı bu uygulamada alışveriş bedeli eğer faturalı hat sahibi ise Turkcell faturasına, eğer faturasız hat sahibi ise TL bakiyesinden düşerek işlemektedir (<https://www.turkcell.com.tr/>). Kısacası Turkcell cüzdan, kredi kartından bağımsız olarak telefon numarası girilerek ödeme yapma olanağı sağlayan bir uygulamadır. Turkcell'in sunduğu bu uygulama Paycell adıyla geçmektedir ve hızlı, kolay, güvenilir alışveriş imkanı sunmaktadır.

Turkcell'in verdiği bu hizmeti karşılamak adına çıkarılan ve Paycell olarak adlandırılan bu hizmetten, Paycell Kart veya elde bulunan kredi kartı bilgilerini onaylatarak faydalanılmaktadır. Paycell ile tüketicide bulunan cash para, Turkcell'e ait hizmet yerlerinde dijital paraya çevrilebilmesi mümkündür. Ayrıca Paycell kart ile 7 gün 24 saat ücretsiz para transferi, tüm fatura ödeme hizmetleri, Turkcell TL yükleme işlemleri, temassız işlemler yapılabilmektedir (<https://paycell.com.tr>). Temassız ödeme işlemi yapabilmeyi de sunan bu uygulamadan yararlanabilmek için akıllı telefonunuzun NFC desteğine sahip olması yeterlidir. Aynı zamanda anlaşmalı üye iş yerlerinin sunduğu kampanya ve fırsatlardan bilgilendirme hizmeti de alınabilmektedir.

4. *iGaranti*; Doğuş Holding bünyesinde hizmet veren Garanti Bankası gelişen teknolojik değişimler ve bankacılık işlemlerinin internet ortamına yansması sonucunda 2013 yılında iGaranti uygulamasını oluşturmuştur. iGaranti uygulaması günlük bankacılık işlemlerini, ödemeleri, alışveriş kampanya ve fırsatların ve birikim konusunda alınan planları akıllı telefona taşıyan bir mobil cüzdan uygulamasıdır (<https://www.garanti.com.tr/>). Başka bir tanıma göre iGaranti; sık kullanılmakta olan fonksiyon özelliklerinde kişiselleştirme özelliği sunan sosyal bir bankacılık uygulamasıdır.

Ücretsiz havale ve EFT imkanları sunmasının yanı sıra birikim hesabı ile para biriktirme gibi istekler konusunda bilgilendirmeleri cep telefonlarına taşıması en önemli avantajları arasında bulunmaktadır (<https://konupara.com/>). Yapılan ödemeleri kolayca takip edilmenin dışında vakti yaklaşan ödemeler konusunda da

bilgilendirme yapılmaktadır. Kredi ve kredi kartı başvurusu yapabilir veya vadeli hesap açarak, hesabınızı yönetebilirsiniz. Garanti Bankası kullanıcıları, iGaranti mobil uygulamasını iPhone veya Android işletim sistemine sahip akıllı telefonlarına App Store ve Google Play mağazalarından indirerek kullanmaya hemen başlayabilmektedir. Garanti Bankası müşterisi olmayan bireyler ise uygulamada bulunan üyelik sözleşmesindeki gerekli bilgileri doldurarak ve ardından adrese gelen sözleşmeyi imzalayarak üye olabilmektedirler. iGaranti uygulamasının ana menüsünde; akıllı fırsatlar, akıllı teklifler, iGaranti sosyal ağı, hesaplarım, para transferleri, iCüzdan, QR ile ödeme, ödemelerim, paramatik, harcamalarım ve birikimlerim başlıkları bulunmaktadır.

Garanti Bankası 2016 yılında iGaranti uygulamasını, Garantione olarak güncellemede bulunmuştur. iGaranti’de ki tüm işlemlerin yapılması devam ederken değişikliğin nedeni yaş gruplu olup, 18 ile 25 yaş aralığındaki kişilerin hedeflenmesidir. Görüleceği üzere Garantione ile gençlere hizmet etmeye yönelik bir politika benimsenmiştir. Teşvik edilmesi amacıyla çeşitli hediye ve kampanyalarla stratejiler uygulanmaktadır. Yaş sınırına uygun olmayan ancak daha önce bu uygulamayı kullanan kişiler hala uygulamayı kullanmaya devam edebilmektedir. Eskiden çok geniş bir kitleyi kapsayan ve yönetilmesi, davranışlarının belirlenmesi zor olan iGaranti uygulamasına göre şimdi hedef kitle daraltıldığı için Garantione da bunları belirlemek çok daha kolaydır.

5. *Vodafone Cep Cüzdan veya Vodafone Nakit Kart*; içine yüklemiş olduğunuz tutar kadar harcama yapılmasına olanak veren bir ödeme aracıdır. Bu uygulamaya üye iş yerleri ile yapılan ödemeler de akıllı telefona göre SMS’in onaylanması sonucunda ödeme gerçekleşmektedir. Faturalı hatlar için alışveriş tutarı faturaya yansıtılırken, faturasız hatlar da ise tutar hattın bakiyesinden düşülmektedir. Vodafone Cep Cüzdan uygulamasını kullanan kişi istediği kişinin telefon numarasını girerek para aktarabileceği gibi, karşı taraftan para da talep edilebilir.

Vodafone Cep Cüzdan uygulamasının özellikleri; 20.000’nin üzerinde anlaşmalı restaurant ağı, istenilen bankanın kredi kartını tanımlama, QR kodu ile temassız ödeme yapılması, sosyal ağlarda deneyimi paylaşma özelliği, çeşitli kurumun

faturasını ödeyebilme imkanı, HGS bakiyesi yükleme, Eye Verify yani gözle doğrulama sisteminin kullanılabilmesi olarak sıralanabilir. Vodafone nakit kart bakiye yükleme fiyatlandırmalarına aşağıdaki Tablo.26’da yer verilmiştir.

Tablo 26. Vodafone Nakit Kart Bakiye Yükleme Fiyatlandırılması

Tavsiye edilen kart satış ücreti	5 TL
Aylık kart kullanım ücreti	2 TL
Para yükleme ücreti (Kart numarasına EFT)	2 TL+ %1 komisyon
Para yükleme ücreti (EFT DenizBank)	1 TL+ %1 komisyon
Para yükleme ücreti (Vodafone Cüzdan uygulaması)	1 TL

Kaynak: <https://www.vodafone.com.tr/> (Erişim Tarihi: 25/08/2019).

Vodafone Mobil Ödeme Servisinde bazı limit kısıtlandırılmaları bulunmaktadır. Bu limitler; tek seferlik işlemlerde 120 TL, günlük işlemlerde maksimum 200 TL ve aylık toplam 300 TL olarak belirlenmiştir.

6. *DenizBank fastPay*; DenizBank’ın mobil ödeme aracı olarak sunduğu fastPay uygulaması, ilgili bankanın müşterisi olma zorunluluğu bulunmadan mevcut kredi kartlarından herhangi birini kullanarak cepten cebe istenildiği zaman para gönderimi yapabileceğiniz, ATM’den karta gerek kalmadan para çekme imkanı veren ve uygulamaya üye yerlerde ödeme yapılmasını sağlayan bir mobil cüzdandır (<https://www.denizbank.com/>). Bir başka tanıma göre (<https://www.fastpay.com.tr/>); istenilen kişiye 7 gün 24 saat sadece telefon numarası girerek cepten cebe ücretsiz para gönderimi, üye kurumların faturalarının karşılığında komisyon ödemediği işlemi gerçekleştirebilme, otomatik ödeme verebilme imkanı, ATM’den kartsız para çekme ve nakit para taşımaya bile gerek kalmadan QR kodu ile ödemelerin yapılabilmesini sağlamaktadır.

FastPay uygulamasını kullanan üye işyerlerine, anlaşmalı bulundukları yedi yüz binin aşkındaki müşteriye işyerlerinin reklamını yapabilme fırsatı, güvenli ödemeleriyle kart bilgilerini koruma hizmeti gibi başka avantajları da bulunmaktadır (<https://www.kobideniz.com/>). FastPay uygulamasını, App Store veya Google Play Store’den bankanın müşterisi olduğuna bakılmaksızın ücretsiz olarak akıllı telefona

indirerek, uygulamaya kayıt olunmaktadır. Kayıt olurken uygulamaya TC kimlik numaranız ile herhangi belirleyeceğiniz altı haneli pin şifresini girmeniz yeterlidir. Ayrıca 3280’e SMS atarak da üye olunabilmektedir.

FastPay’e para yüklenmesi gerektiğinde yapılabilecek işlemler şu şekilde olabilmektedir; istenilen bankaya ait kredi kartı veya Denizbank vadesiz hesap bilgilerini cüzdan kısmından ekleyerek, Denizbank ATM’sine giderek, farklı bir FastPay kullanıcısının para transferi yapmasıyla ve diğer bankaların EFT özelliğini kullanarak yapılabilmektedir. DenizBank FastPay işlem limitleri aşağıdaki Tablo.27’de belirtilmiştir.

Tablo 27. DenizBank FastPay İşlem Limitleri

FastPay İşlem Limitleri	İş Yeri Ödeme	Para Gönderme	Para Çekme
DenizBank müşterisi için	Günlük 19.990 TL	İşlem başına 490 TL	Günlük 200 TL
DenizBank müşterisi olmayan için	Günlük 1.990 TL, Yıllık 19.990 TL FastPay bakiyesi günlük 750 TL ve yıllık 9.000 TL Hızlı ödeme ile FastPay PIN kodu girmeden günlük 150 TL	Tarafından en az biri DenizBank müşterisi ise; -Günlük 500 TL ve 2 işlem, -Haftalık 1000 TL ve 4 işlem, -Aylık 1500 TL ve 6 işlem	-Günlük 500 TL ve 2 işlem, -Haftalık 1000 TL ve 4 işlem, -Aylık 1500 TL ve 6 işlem

Kaynak:<https://www.denizbank.com/> (Erişim Tarihi: 27/08/2019)

Tablo.27’de görüldüğü üzere FastPay işlem yapma limitleri, yapılan işleme ve işlemin havale veya EFT oluşuna göre değişiklikler göstermektedir. Ayrıca bu limitlerin başlıca belirleyici unsuru DenizBank müşterisi olup olunmamasına göre belirlenmektedir.

7. *Öde.al*; 27.06.2013 yılında çıkan 6493 sayılı Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları kanunundaki, BDDK Lisansı ile faaliyet göstermekte olan Ödeal Ödeme Kuruluş A.Ş. %100 Türk sermayeli olmak üzere 2014 senesinde kurulmuştur. 2019 yılının Mayıs ayına gelindiğinde 45 kişiden oluşan çalışma ekibi ile 30.000’i aşkın üye iş yeri bulundurmasıyla hızla büyüme kaydetmektedir.

Ödeal uygulaması akıllı telefonları POS makinesine çevirerek; esnaf, küçük ve orta boyllu işletmeler (KOBİ) ve serbest/bağımsız meslek sahibine mensup kişilerin başka bir aygıtı gerek kalmadan, akıllı telefon kullanarak kredi kartı ödemesi ve tahsilat yapmalarını sağlamaktadır (Onar, 2018: 90-91).

İş yeri sahiplerinin birçok POS makinesi bulundurması yerine herkesin kullanmakta olduğu akıllı telefonlar ile entegre olmuş bir sistemi kullanarak yanında sürekli taşınmasına ve POS cihazı yükünü azaltma veya hep yanında bulunmaması gibi riskleri ortadan kaldıran bir imkan sunmaktadır. Uygulamada yerli ve yabancı banka kartları ayırt edilmeden tüm kartlar ile ödeme alınabilmektedir. Müşterilerin ödeme tutarlarının fazla olduğu durumlarda taksit yaptırmak istediğinde farklı bir kredi kartına sahip olmasının bu uygulamada bir etkisi bulunmamaktadır ve bu yüzden farklı bankalarla çalışarak başka maddi yükümlülüklerin altına girilmesine gerek kalmamaktadır. Tek bir sistem üzerinden başka banka anlaşmasına gerek kalmadan taksitlendirme yapılabilir. Ayrıca, tahsilat ve dönüş hızının artmasını sağlamıştır.

Ödeal uygulamasını kullanarak uzaktan sadece bir SMS ile kart bilgilerini verme gerekliliği olmadan ödeme alabilme, farklı banka kartlarına taksit imkanlarının değişiklik gösterebilmesi, büyük tutarların ödemelerinde zorluk çekmeden taksitlendirme yapılabilmesi gibi olumlu yanları bulunmaktadır. Aylık kota, sabit maliyetler gibi ek maliyete katlanmadan bu hizmetten yararlanabilme imkanı sunmaktadır. Kullanıcılarına 03.11.2015 tarihi itibari ile sattıkları ürün veya hizmetlerin bedellerini 2, 3, 6 veya 9 taksit yapma seçeneği sunmaktadır. Bu taksit imkanı sunabilme özelliği üye iş yeri sahiplerinin iş potansiyellerinin artmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca küçük işletmelerin ek maliyetler yüzünden POS cihazı alamayıp, kredi kartı ödemelerini kabul edememesi durumunu ortadan kaldırarak müşteri kaybetmelerinin de önüne geçmektedir. Tahsilatlar da karşı tarafın yapacağı ödemeler Uluslararası Güvenlik Platformu (3D Secure sistemi) ile güvence altına alınmıştır. Bu sistemle ödeme yapılırken, banka kendi müşterisine göndereceği bir şifre ile kimliğini doğrulamaya çalışmaktadır. Böylelikle iki tarafta olası tehdit veya olumsuz duruma karşı korunmuş olmaktadır.

Uygulamanın çözüm odaklı ürün ve hizmet portföyleri; 2014 yılında çıkan *Ödeal Cepte POS*, 2017 yılında çıkan *Ödeal POS* ve 2018 yılında çıkan *Ödeal Yazar Kasa POS* olmak üzere üç seçenekten oluşmaktadır. Cepte Point of Sales (POS) uygulaması olan *Ödeal*; akıllı telefonunuza ücretsiz olmak üzere hiçbir aidat, verimsizlik veya taahhüt gibi ekstra ücretler ödemediğinizde indirebilirsiniz. Sadece yapılan işlem başına alınan komisyona dayalı bir model benimsenmiştir. Vergiler dahil komisyon oranı %2,75 olarak belirlenmiştir. *Ödeal POS* ve *Yazar Kasa Pos* uygulamaları için ise aylık sabit bir ücret tutarı ve işlem başına komisyon alınmaktadır.

Ödeal uygulaması yerli finansal teknoloji (FinTech) girişimi ile yatırım ve mobil bankacılık için uygulama üzerinden akıllı cihazları kullanarak ödeme yapılmasını sağlamaktadır. *Ödeal* yerli fintech girişimi 2014 ile 2018 yılları arasında yatırım miktarı 20 milyon TL tutarında ve üye iş yeri sayısı 24.500 rakamına çıkartılmıştır. 2017 senesi 2016 yılına göre kıyaslandığında işlem hacmi %166 oranında ve üye iş yeri sayısı %70 oranında artarak, işlem hacmi 100 milyon TL'yi bulmuştur. 2017 verilerine göre *Ödeal*'i kullanan iş yerlerinin %71'i şahıs şirketleri ile bireysel girişimciler tarafından oluşmaktadır, geriye kalan %29'luk dilimi ise kooperatifler, dernekler ve limited şirketler oluşturmaktadır (<https://www.haberturk.com/>). BDDK'dan lisanslı şirketler olarak Halkbank ile bir *Ödeal* iş ortaklığı yaparak Türkiye'de bir ilki gerçekleştirmiş ve Halkbank şubelerinde *Ödeal* sözleşmesi sonucu yazarkasa satımına başlanmıştır.

3.2.4. GSM Tabanlı Ödeme Araçları

Teknolojik gelişmeler sonucunda iletişim araçlarında yaşanan değişiklikler önceden sadece nakit para ile alım yapmanın ötesine geçerek sanal cüzdanlar, banka ve kredi kartları, mobil ödeme gibi çeşitli uygulamaları devreye sokarak ödeme kolaylıkları sağlamıştır. Operatörler tarafından sunulmakta olan bu hizmetler üye iş yerlerinde yapılmış anlaşmalara uygun bir şekilde ödeme yapılmasına imkan vermektedir. Çevrimiçi alışverişlerde sadece kullanıcıya gönderilmiş bulunan SMS'e onay vererek veya SMS yoluyla gönderilen kodu göstererek ödemeyi gerçekleştirilebilir ve bu tutar hesabınıza yansıtılmaktadır. Faturasız bir hat kullanıyorsanız ödeme tutarı bulunan bakiyenizden düşülür, eğer faturalı bir hat kullanıyorsanız ise operatörünüz

ödeme tutarınızı faturaya yansıtmaktadır. Bu ödemelerde operatörünüz cüzi bir işlem ücreti almaktadır.

GSM operatörüne abone olan müşteriler kredi kartı bilgisi vermeden, bekleme yapmadan sadece telefon numarasını belirtmeleri ile faturalı veya faturasız hat sahibi olmasına bakılmaksızın GSM tabanını kullanarak SMS ile ödeme yapabilmektedir (İşler ve Gülaç, 2017:61). Bu ödeme yönteminde teknolojiyi yeterince iyi kullanamayan, uzakta ikamet eden veya zaman problemlerinden ötürü ödemeyi gerçekleştirmeyen müşterilere sadece bir link/bağlantı gönderimi ile bu problemler ortadan kalkmaktadır (<https://payfull.com/tr/>).

Mobil ödeme ile anlaşmalı üye iş yerlerinin fırsat, anlık indirim seçenekleri ve kampanyalarından faydalanma avantajı elde edebilirsiniz. Güvensiz bir ödeme aracı olan mail order sistemine gerek kalmadan ödemelerin güvenli gerçekleşmesini sağlamaktadır. Ayrıca aktif olmayan kullanıcıları da aktif etme olanağı sunmaktadır. İşlemlerde gönderilen SMS, az bir maliyete sahip olduğu için firmaları veya kullanıcıyı muhasebe ve tahsilat maliyetlerinden tasarruf edilmesini sağlamaktadır. Ödeme hatırlatmaları ile zamandan tasarruf elde edilmektedir. GSM tabanlı ödeme yöntemi diğer ödeme araçlarına kıyasla daha hızlıdır.

Kullanıcı aldığı hizmet ve ürün bedelinin karşılığında ödeme yaparken kredi veya banka kartı bilgilerini paylaşmak istemediğinden güvenilir seçenek olarak SMS ile ödeme alma yolunu kullanmayı tercih etmektedir. Üye iş yerinin, müşteriye göndereceği bağlantıyı seçerek kullanıcı ödeme tutarını ve bunun tüm içeriğini görerek akıllı telefonundan ödemeyi gerçekleştirebilmektedir.

Mobil ödeme sisteminde işleyiş; kullanıcının kullandığı GSM operatöründen, SMS servisi veya web ara yüzünü tercih ederek, mobil ödemeyi seçmesi ile kullanıma hazır olmaktadır. GSM tabanlı ödeme yolunu kullanarak yapılan ödemeler, online ve SMS-Keyword olarak ikiye ayrılmaktadır. Online ödemede müşteri internet sayfasında satın almayı düşündüğü hizmet veya ürün için sayfada belirtilen alana GSM numarasını girerek, gelen SMS'e onay vermektedir. SMS-Keyword de ise internet sayfasındaki ürün kodunu yine sayfada belirtilen GSM numarasına SMS atarak, gelen kısa mesajı onaylama yoluyla olmaktadır (Kaplan, 2018: 52-53). GSM

tabanlı ödeme araçları; Mikro Ödeme/3 Pay ve PaytoGo olmak üzere iki çeşidi mevcuttur.

1. *Mikro Ödeme/3 Pay*; 1 ile 12 dolar arasında bulunan ufak miktarlardaki ödemeler için kullanılmaktadır. Türkiye’de mikro ödeme GSM operatörlerinin sağladığı hizmet sonucu gönderilen SMS sonucunda ödeme alınması şeklinde yapılmaktadır. Bu hizmetten faturalı veya faturasız hat sahibi fark etmeden herkes yararlanabilmektedir. İşlem bedel tutarının sabit ve düşük olması diğer büyük ödemelerden ayıran kriterler arasındadır. Ayrıca şarkı, online dergiler, filmler, oyun gibi internet ürünleri satın almada da kullanıldığı için işlem hızının fazla olması gerekir. Bunun sebebi müşteri bu işlemlerin bedelini ödediği anda; şarkısını dinlemek veya oyununa devam edebilmek ister. Ufak tutarlı ürünler söz konusunu olduğu için bu ürünlerin satıldığı mikro ödeme sistemlerine kullanıcı kolay üye olmak ve ürünü kısa, basit adımlarla satın almak istemektedir.

Mikro Ödeme/3 Pay markası 2014 Kasım ayında, finansal hizmet ve teknoloji firması olan Wirecard AG tarafından satın alınarak adını Wirecard Türkiye olmak üzere değiştirmiştir. Wirecard AG firmasının 17 yıllık dünya pazarındaki deneyimi ve Mikro Ödeme/3 Pay markasının 10 yıllık Türkiye denemi ile birleştiğinde ödeme hizmetleri konusunda uzman bir teknoloji ortaya çıkmış ve müşterilerine uluslararası alanda kendilerine uygun bir ödeme stratejisi geliştirmelerine olanak sağlamıştır. Wirecard Türkiye, Mastercard ve VISA Card ile iş ortağıdır. Ayrıca Bankacılık Düzenleme ve Denetim Kurulu E-para ve Ödeme lisansına sahip bulunmaktadır (<https://www.wirecard.com.tr/>). Türkiye’de bu lisansa sahip yedi şirketten biridir. Uluslar arası en büyük Fintech (Finansal teknoloji) şirketleri arasında bulunmakta olan Wirecard sahip olduğu bu lisans ile kendi elektronik parasını üretebilecek pozisyonadadır.

2016 verilerine göre işlem hacmi Wirecard Türkiye’nin 840 milyon TL, aylık olarak işlem sayısı 3.4 milyon TL ve toplam işlem sayısı 51 milyon TL tutarını bulduğu bilinmektedir. 2017 verilerine bakıldığında ise şirketin Türkiye’deki yıllık büyüme oranı %36 civarında olduğu görülmektedir (<https://epnext.com/>). Wirecard 2019 yılı itibariyle; 200 uluslararası ödeme ağı, 25.000’den fazla müşteri, 120 farklı para

birimi, 3.500 çalışan ve 200'ün üstünde uluslar arası ödeme ağına bağlantısı bulunarak portföy ve ödeme teknolojilerini her geçen gün geliştirmektedir.

Wirecard Türkiye; Payment Card Industry–Data Security Standart (PCI-DSS) adı ile bilinen uluslar arası pazarda en fazla kabul edilen ve üst kademe veri güvenliği standardı sertifikasına sahip bulunmaktadır. Bu sertifika ile müşteri güvenliğine öncelik veren bir anlayışı benimsemiştir. PCI-DSS sertifikası dünyanın en prestijli standardı olarak tutulduğundan sürekli güvenlik açısından yeni değişimleri yakalar, denetimleri sıklaştırarak bu güncel bilgileri bu anlayışa sahip firmalar ile paylaşmaktadır. Bunun sonucunda Wirecard Türkiye bu uygulamaları yakından takip ederek, müşterilerine güvenlik konusunda garanti verecek duruma gelebilmektedir.

Ödeme sistemleri konusuna dair Wirecard Türkiye çeşitli ödeme çözümlerini kendi yapısında bulundurmaktadır. Bu ödeme çözümleri; taksitli veya tek çekim olmak üzere kartlardan ödeme alınmasına imkan veren *Sanal POS*, GSM numarasını girerek ödeme alınmasını sağlayan *Mobil Ödeme*, nakit paraların elektronik ortamda işlem yapmasını sağlayan *E-Para*, e-mail veya SMS'e gönderilebilecek *Link ile Ödeme* olmak üzere farklı alternatifler sunarak işlemlerin gerçekleşmesini sağlamaktadır.

Yapılan bir çalışmaya göre mikro ödemeyi en yaygın kullanan ülkeler sırasıyla; İngiltere, Almanya ve Amerika'dır. Mikro ödeme de en fazla tutarda işlem yapanlar ise Amerika, İspanya ve İngiltere olarak ortaya çıkmaktadır.

2. *PaytoGo*; 2002 senesinde kurulmuş olan PaytoGo, üyelerine çevrimiçi ödeme ve mobil ödeme hizmeti sunmakta olan bir uygulamadır. 2014 yılına gelindiğinde Klon Ödeme A.Ş. iştiraki ile DenizBank ortaklık imzalayarak ön ödemeli kart sistemine giriş yapmıştır. Bunun sonucunda ortaya çıkan PayByMe Kart, 2013 yılında DenizBank işbirliği ile yürütülmekte olan ön ödemeli bir karttır (<https://card.payby.me/>). Online ödeme ve mobil ödeme hizmeti sunmakta olan PaytoGo, akıllı telefon aracılığıyla kullanıcıların alacağı ürünler için SMS göndererek ödeme aracı olarak kullanmasına izin veren bir servistir. 18 yaşını doldurmayan bireylerinde internetten alışveriş yapabilmelerini sağlayan bu kart genellikle oyun veya türevi alışverişlerde, anlaşmalı olan yerlerden yapılabilmektedir. Ön ödemeli bir kart özelliği taşıdığı için sadece içindeki bakiye tutarı kadar alışveriş yapılmasını

sağlayabilmektedir. Bu da kontrollü harcama ve ebeveynlerin çocuklarının alışveriş tutarlarını takip edebilme avantajını sunmaktadır.

Kullanıcılarına; uluslararası pazarlarda ve sanal oyun ağlarında tecrübe, ödeme çözümleri türetme, sistemlere entegre olmayı öğretme, güvenilir ve kesinti olmaksızın fatura ödeme, kampanyalardan yararlanma, müşteri hizmetleri gibi özel destek hattı, proje yönetimi konusunda tecrübelerini sunma gibi bilgilerini aktarmaktadır.

Abonelik gerektirmeden, satın alınan ürün bedeli ve atılan SMS kadar ücretlendirmeye tabi tutulur. Taksitlendirme ile ürün satımı yapılamamaktadır. Kullanılan hat mobil ödemeye açık olduğu sürece kurumsal hatlardan da alışveriş yapılabilir. Bu ürün bedeli faturalı sahiplerinde faturaya yansır, faturasız hat sahiplerinde ise bakiyelerinde düşülmektedir. PayByMe Kart'a ücretsiz sahip olunabilmektedir ve DenizBank ATM'lerini kullanarak kartın içerisine para yatırılmaktadır. Yatırılacak tutar ilk sefer maksimum 490 TL ve yılda 5.000 TL tutarında gerçekleşmektedir (<https://technoclock.wordpress.com/>). PaytoGo'nun en fazla kullanıldığı alan; oyun içi harcamalar ve sosyal ağlardaki alışverişlerdir. Türkiye'de PaytoGo yerli 1.800'den fazla üye iş yeri ile çalışmaktadır ve 37 ülkede hizmetlerine %5 ile %45 komisyon oranları ile hizmet vermektedir. 2016 yılında ise Türkiye'deki hizmetlerine son vermiş bulunmaktadır (<https://webrazzi.com/>).

3.2.5. Yeni Nesil Ödeme Araçları (Sanal POS)

Altyapı Sağlayıcıları yada İnternet Servis Sağlayıcısı (ISS), İngilizce'de ki adı İnternet Service Provider (ISP) olmak üzere; özel veya tüzel kişilere, şirketlere belli bir hizmet karşılığında internet bağlantısı sunan kurumlara verilen isimdir. Bu hizmeti telefon hatları (çevirmeli) veya kablolu/kablosuz hatlar ile sağlamaktadır. Yeni nesil ödeme araçlarının kullanımına imkan veren İnternet Servis Sağlayıcıları içerisinde, birçok sesli veya görsel barındıran web sitelerine, e-posta hesaplarına yer vermektedir. İnternete erişim sağlayabilmek için ISS kurumundan şifre ve telefon numarası alındıktan sonra kurum bilgisayar için bir IP (İnternet Protocol) adresi belirlemektedir. Daha sonrasında bu bilgileri girmek, internete bağlanmanızı sağlar. ISS kurumunun hat kapasitesinin araştırılarak seçilmesi, internet hızınız konusunda avantaj elde edilmesini sağlamaktadır.

ISS'nin internet bağlantısı sunmasının yanı sıra başka hizmetler de vermektedir (<https://fibernettelekom.com.tr/>). Bunlar; *ADSL, Kablolı İnternet, Genişbant, Wi-Fi* (Wireless Fidelity), *E-Posta, Sunucu Barındırma (Co-location), Paylaşımsız tek bir kişi veya şirkete hizmet veren Sunucular (DedicatedServer), Veri Merkezi Hizmetleri (Datacenter), IP üzerinden telefon görüşmesinin sağlanması (VoIP), 3G ve GPRS* gibi kablosuz servis sağlayıcıları hizmetlerine de yer vermektedir.

Netflix'in Türkiye'deki en iyi internet servis sağlayıcısını bulmak için yaptığı araştırma sıralaması aşağıdaki Tablo.28'de verilmiştir.

Tablo 28. İnternet Servis Sağlayıcısı Sıralaması

İnternet Servis Sağlayıcısı	Ortalama Hız
Turknet	3.30 Mbps
Turkcell Supperonline	3.27 Mbps
Vodafone	3.24 Mbps
Türksat Kablo	3.12 Mbps
D-Smart	2.70 Mbps
Türk Telekom	2.33 Mbps

Kaynak: <https://www.cnnturk.com/> (Erişim Tarihi: 21/09/2019)

E-Ticaret ile uğraşan her işletmede müşteri ve işlemlerini desteklemek adına altyapı sağlayıcısı seçme konusu büyük önem taşımaktadır. Uygun bir altyapı seçimi, işin verimliliğini arttırmaya yardımcı olur. Zaman içerisinde teknolojideki gelişmeler sonucunda geleneksel e-ticaret anlayışının yerini geniş ve esnek bir online e-ticaret anlayışı almıştır. Bu değişimin sonucunda da şirketler yeni sisteme uyacak şekilde sitelerini değiştirme yoluna gitmiş ve burada da altyapı sağlayıcılarının önemi anlaşılmıştır. E-ticarete seçilecek altyapı sağlayıcılar için dikkate alınacak belli başlı unsurlar vardır. Bunlar (Zerenler, 2013: 105);

- Web sitesinin tam kapasitede çalışıyor olmasını ifade eden; *erişilebilirlik*,
- Gecikmelerin en az ve güvenilir olmasını sağlayan; *yedekleme*,
- Yetkisiz erişime izin vermeyen ve iletişimi doğrudan sağlayıp müşteri bilgilerini paylaşmayacak veri tabanını sunan; *güvenlik*,
- Alıcı ve satıcı arasındaki ilişkiyi ifade eden; *şeffaflık ve çeviklik*,

- Alıcının yaptığı alışveriş sistemini onarıcı ve kolaylaştırıcı etki sunmasını sağlayan; *optimizasyon*,
- Optimizasyon ile sağlanan; *işlemlerin kolaylaştırılması*,
- İş sürekliliğini sağlamak amacıyla yapılmakta olan; *sorun çözümleme*

olmak üzere belirtilmektedir.

23.05.2007 tarihinde 5651 sayılı kanun ile internet hukukunu en geniş kapsamlı bir düzenleme getirmiştir. Bu kanunun başlığı “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” olarak geçmektedir. İçeriği ise “*Erişim sağlayıcı, kendisi aracılığıyla erişilen bilgilerin içeriklerinin hukuka aykırı olup olmadıklarını ve sorumluluğu gerektirip gerektirmediğini kontrol etmekle yükümlü değildir.*” Bu şekilde olup devamında erişim sağlayıcılarının sunduğu hizmette ki bilgileri gizliliğini koruyarak 6 ay ile 2 yıl süreleri arasında yönetmelikte belirtildiği gibi saklamakla yükümlüdür. Yükümlülüklere uymayan erişim sağlayıcılarına 10.000 TL-50.000 TL fiyat aralığında idari para cezası, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanı tarafından verilecektir (<http://internet.btk.gov.tr/>).

Bu kanun ile ilk kez internet sunucuları açıklanarak hak ve sorumlulukları belirtilmiş, internette haklarına müdahale olduğunu iddia eden kişilere tanınacak haklara değinilmiş, suç görülen veya zarar vereceği düşünülen içeriklere kısıtlama öngörülmüş ve suçları şikayet edilebilecek bir platform olan internet bilgi ihbar merkezi kurulmuştur. Kanunun 8.inci maddesinde hangi suçların erişimi engelleyebileceği gayet açıkça belirtilmiştir.

Bu altyapı sağlayıcılarını kullanarak geliştirilen yeni nesil ödeme araçlarına (Sanal POS) aşağıda değinilmiştir.

1. *Asseco SEE/EST*; bilgi birikimi ve pazar konusunda tecrübesi 1991’li yıllardan günümüze devam etmekte olan ASEE Türkiye, Güneydoğu Avrupa Bölgesi’nde liderlik pozisyonlarından birine sahip olan Asseco South Eastern Europe (ASEE) çatısında faaliyetlerini göstermektedir. İletişim Teknolojileri Danışmanlık Tic. A.Ş. (ITD) ile Elektronik Sanal Ticaret Bilişim Hiz. A.Ş. (EST)’nin 30.07.2010 yılında imzaladığı anlaşma sonucu Asseco SEE’ye devredilmiştir. Üçüncü stratejik satın alma ise projelerde çözüm yönetimi

hizmeti sunan Sigma Danışmanlık'ı 2013 yılında devralmasıdır. Bu başarılı üç şirketin alınması ile büyümesi ivme kazanmıştır (<https://tr.asseco.com/>). Asseco South Eastern Europe (ASEE) 2017 yılında pazarın ödeme hizmetleri alanında ki ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verebilmek adına Payten firması ile şirketleşme kararı almıştır. Bilgisayar ve İletişim Teknolojileri sektöründe bulunan Payten Teknoloji A.Ş. kartlı veya kartsız işlemler olmak üzere mobil ödeme, e-ticaret, ATM (Automatic Teller Machine) ve POS (Point Of Sales) hizmetleri sunarak ödeme sektörü içerisinde geniş bir çözüm ağı bulunmaktadır.

Polonya merkezli Asseco South Eastern Europe (ASEE) Teknoloji A.Ş. şirket bölünmesi yaşamasının sonucunda 02.01.2019 tarihinden sonra artık ASEE Bilişim Teknolojiler A.Ş. adını taşımaya başlamıştır. ASEE Türkiye 13 farklı ülkede işlerini 1.500'ün üzerinde çalışanı ile 8 farklı dilde yürüterek, Asseco SEE Group'un içerisinde faaliyetlerine devam etmektedir. Asseco SEE Group ise 40 farklı ülkede, 18.000'den fazla kişiye iş imkanı sunmaktadır.

ASEE Türkiye, kalitesi yüksek olan yazılımlar ile kullanıcılarına hizmet vermeyi hedefleyen bir anlayışa sahiptir. Banka kuruluşlarına, bireysel emeklilik ve sigorta hizmeti veren şirketlere, leasing şirketlerine, havayolu taşımacılığı yapan şirketlere, telekomünikasyon hizmeti veren operatörlere ve piyasadaki benzer firmalara yazılım çözüm hizmeti ve çağrı merkezi hizmeti sunmaktadır.

Verilmekte olan yazılım hizmetleri ve stratejik işbirlikleri 6 farklı çeşidi bulunmaktadır. Bunlar; uyum ihlalleri, çoklu dolandırıcılık saldırı girişimleri, işlemlerde yapılan suistimalleri belirlemek ve sonucunda bu işlemleri önlemek amacıyla uygulanan, *InACT® Kurumsal Sahtekarlık Yönetimi*; finansal ve operasyonel leasing işlemlerinde web üzerinden karşı taraf ile güçlü ilişki kurabilmeyi sağlayamaya yönelik olan, *LeaseFlex*; kurumlara, varlık ve gider yönetimi ile tasarruf yapabilmelerini sağlayan, *Fidelity*; suça dair gelirlerin engellenmesi veya tespitinin yapılarak şüpheli işlemleri önlemeye olanak tanıyan, *AML (Anti-Money Laundering)/ Kara Para Aklamayı Önleme*; çok kanallı iletişim ve ses senaryolarını tek bir yerde toplanması hizmeti olan, *Omni-Channel İletişim*;

Uygulama Performans Yönetimi (Application Performance Management-APM) alanında uzman olan Dynatrace firması ile çalışmalarını sürdürmektedir.

Asseco SEE Şirketinin 2016 ile 2017 yılları arasındaki mali değişimlerine aşağıdaki Tablo.29'da yer verilmiştir.

Tablo 29. Asseco SEE Şirketinin 2016-2017 Yılları Arasındaki Mali Değişimler

Asseco SEE	2016	2017	Değişim
Faaliyet Karı	12,4 milyon €	15,5 milyon €	+ 20
Satış Geliri	130,465 milyon €	134,5 milyon €	+ %3
Ödeme İş Birimi Satış Geliri	45 milyon €	49,9 milyon €	+ %10
Bankacılık İş Birimi Satış Geliri	33,387 milyon €	35,9 milyon €	+ %7
Sistem Entegrasyonu	46,265 milyon €	48,7 milyon €	- %5
Net Kar	11,7 milyon €	13 milyon €	+ %10

Kaynak: <http://fintechtime.com/tr/> (Erişim Tarihi: 24/09/2019)

Tablo.29'a göre 2016-2017 yılları karşılaştırıldığında tek düşüşün yaşandığı alan Sistem Entegrasyonu'dur. Ancak Asseco SEE Şirketi'nin fikri haklarına sadece kendisinin sahip olduğu yazılım programlarının satış gelirini 0,8 milyon € artarak kendi ürün ve hizmetlerinin paylarını %60,9'dan, %65,8'e çıkarmıştır. Ayrıca 2017 yılında ASEE Group'un faaliyet karlılığı %11,5'e ulaşmıştır.

2. *Iyzico*; 2012 yılında iki Türk yatırımcı olan Barbaros Özbuğutu ve Tahsin Işın işbirliği ile ödeme alma hizmeti faaliyetleri gerçekleştirmek üzere kurulmuştur. Hız ve verimliliği misyon edinerek uyarlanan bu hizmet "Easy Check Out" yani kolay ödeme anlamı taşıyan kelimelerin Türkçe okunuş biçimine göre kısaltılarak 'Iyzico' adını almıştır (<https://www.iyzico.com/>). Ödeme sistemlerinin yaşanan teknolojik gelişmeler ve pazarlardaki hizmet çeşitliliği sonucunda karmaşık bir boyuta gelen sistemi tek bir yerde birleştirerek yine tek bir arayüz yani API (*Application Programming Interface*) kullanarak E-Ticaret faaliyetlerinde bulunan şirketlere sunmaktadır (<https://webrazzi.com/>). 2013 yılında ortaya çıkardığı kredi kartı saklama hizmeti ile müşterilerine tek tuş kullanmanın yeterli olduğu gayet kolay bir biçimde ödeme yapabilme imkanı sunmuştur. Bilgilerin her

seferinde alışveriş yapılan sitelere girilmesini bu özelliği ile ortadan kaldırmaktadır.

Taksitli satışa da imkan sunan Iyzico uygulaması ile yapılan alışverişlerde yurtdışı kanalları da seçebilir ve Dünya'nın her yerinden ödeme alabilirsiniz (<https://www.tsoft.com.tr/>). Ayrıca satıcı açısından tüm ürün ve hizmetlerini Dünya'daki istediği herhangi bir yere satışını yaparak, 15 farklı para biriminden ödeme alınması avantajı bulunmaktadır. Iyzico; PCI Veri Güvenliği Standardı Level 1 sertifikası ile BDDK lisansına sahip olan bir şirkettir. Firmanın bünyesinde bir entegrasyon sistemi bulunmasa dahi link ile ödeme alabileceğinden, kendini ve satışını güvence altına almış olmaktadır. Ayrıca Iyzico'nun yapay zeka uygulaması ile ödemeler sahtecilik gibi olası tehditlere karşı korunmaktadır. Ödeme konusunda sunulan hızlı destek hattı ile satıcının her türlü sorununa çözüm bulunmaya çalışılmaktadır.

Sanal POS hizmeti veren bu firma; online olarak alınan ürün ve hizmet tutarlarının karşılığını, fiziksel POS'u internet ortamına taşıyarak sanallaştırmıştır. E-ticaret alanında faaliyetini gösteren şirketlerin bulundurmamak zorunda olduğu Sanal POS'un banka kanalıyla temin edildiğinde yaşanan zorluklar, zaman kaybı ve ekonomik olmayan sürecin de önüne geçmiş olunur. Iyzico'nun sunduğu Sanal POS ile müşteri farklı bankalar ile ayrı ayrı anlaşma yapmak zorunda kalmamaktadır.

Kolay ve güvenli ödeme altyapı sunan Iyzico'ya abone ücreti ve kurulum bedeli olmadan kolaylıkla internet üzerinden başvuru yöntemi ile kaydolunabilmektedir. Sonucunda Iyzico tarafından verilen bazı kodlar ile üye olmak isteyen iş yerinin web sayfasına entegre edilir ve bütün banka veya kredi kartları ile kullanım gerçekleştirilmektedir. Bankaların uyguladığı ek ücret, aidat bedeli veya komisyonlar gibi yüksek tutarlardaki maliyetler yerine yapılan işlem başına belli bir tutarda komisyon ile işlem ücreti talep etmektedir. Talep edilen komisyon oranı %3,69 ve işlem ücreti ise 0,25 TL'dir (<https://www.izyico.com/>). Aylık 20.000 TL üzeri alışveriş satış tutarı olan bir firma ise Iyzico yetkilileri ile görüşerek farklı bir komisyon bedeli talep edebilir. Alıcı ve satıcı güvenliği açısından Iyzico uygulamasının özellikleri Tablo.30'da verilmiştir.

Tablo 30. Iyzico Uygulamasında Alıcı ve Satıcı Güvenliği

Alıcı Güvenliği	Satıcı Güvenliği
Hızlı ödeme biçimi	Iyzico destek ekibi
Tek bir tıkla ödeme işleminde kolaylık	Yapay zeka uygulaması
Güvenli alışveriş imkanı	PCI-DSS 1.Level Sertifikası ile güvenli ödeme alma
Farklı para birimleri ile ödeme imkanı	Dünya'nın her yerine ürün satabilme
Link ile ödeme gerçekleştiğinden, kart bilgisi paylaşımı yapılamaz	Müşteri portföyünü artırma

Kaynak: <https://www.iyzico.com/> (Erişim Tarihi: 26/10/2019)

Iyzico; firma sahibi olmayan ancak internet üzerinden veya sosyal medya uygulamalarından satış yapmak isteyen kişilere çözüm olarak *IyziLink Sistemi*'ni hayat geçirmiştir. Bu sistem ile istenilen ürün link yardımı ile satılabilmektedir. IyziLink Sistemin de kişilere verilen hizmette bulunan farklar; komisyon oranlarının firmalara göre daha çok olması ve taksitlendirme imkanının bulunmamasıdır. IyziLink ile web sayfası veya teknik bir konuda bilgiye gerek kalmadan, ödemeler güvence altına alınmış olur.

3. *PayU*; Naspers firmasının iştiraki olarak Hollanda merkezli olmak üzere 2002 yılında kurulan PayU internet kullanıcılarına çevrimiçi ödeme seçenekleri sunan fintech teknolojisine uygun bir şirkettir. Naspers ise 1915 yılından bu yana Güney Afrika merkezli olarak, 133 farklı ülkede, 15.000 kişilik ekibi ile internet ve medya üzerine faaliyetlerini gerçekleştirmekte olan bir firmadır. PayU Türkiye; 2011 yılında hizmet vermeye başlamıştır ve Visa, MasterCard tarafından izin verilip, onaylanması yapılan Türkiye'nin ilk ödeme servis hizmeti veren uygulamasıdır. PayU Türkiye, Ödeme ve Elektronik Para Derneği (ÖDED)' e 2015 yılında üye olmuş ve 2016 yılında da Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun ödeme lisansını alarak faaliyetlerini o doğrultuda yapmaya ve geliştirmeye başlamıştır.

PayU Türkiye; e-ticaret işi ile meşgul olan veya e-ticaret faaliyetleri yürütmeyi hedefleyen firmalar ile Türkiye'deki önemli bankalar aracılığı ve MasterCard, VISA'nın da işbirliği ile güvenli ödeme sistemleri önererek onlara hizmet vermeyi amaçlamaktadır. Müşterilerine Dünya üzerinde 250'yi aşkın seçenekleri ile hızlı, kolay ve işlevsel etkileri bulunan ödeme sürecini hedeflemektedir. Bu seçeneklerden

bazıları ise yerli veya uluslar arası banka ve kredi kartları, mobil cüzdan, ön ödemeli kartlar, cash ödeme, taksit imkanları, EFT ve havale işlemleri vb. olarak sayılabilmektedir. Dünya'nın çeşitli yerlerinde (Avrupa, Asya, Afrika, Ortadoğu, Latin Amerika) hizmet veren ekipleri ile kullanıcıların ihtiyaçları belirlenerek, bulundukları coğrafyaya uygun yeni çözüm yöntemleri üretmek amacıyla çalışmalarını sürdürmektedirler. PayU; Euro, USD, Çek Korunası, TL, Nijerya Nairası, Rus Rublesi, Güney Afrika Randı, Brezilya Reali, Arjantin Pezосу gibi 25'den fazla ülkeye ait farklı döviz kurları ile ödeme yapılmasına imkan vermektedir (<https://www.payu.com.tr/>).

PayU uygulaması ile hiçbir bankaya gidip anlaşma için başvuru yapılmasına gerek kalmadan daha kolay ve hızlı bir şekilde Sanal POS hizmeti alınabilmektedir. Belli bir komisyon bedeli üzerinden kullanılmakta olan Sanal POS hizmetini anlaşmalı bankalar üzerinden farklı vade farkları için farklı taksitlendirme seçenekleri veya taksitsiz tahsilat seçenekleri ile kullanılabilmektedir (Altun, 2016: 29). PayU Türkiye; anlaşmaya tabi olduğu World, Axess, Bonus, Maximum, CardFinans, Avantaje ve Paraf olmak üzere 7 bankaya ait kartlarla ödeme yapılmasına imkan vermektedir.

PayU'nun kullanıcılarına sağladığı çeşitli avantajları bulunmaktadır. Bunlardan bazıları (<https://webrazzi.com/>);

- Kredi kartı kullanmayan bireylere banka kartı ile alışveriş yapabilme imkanı,
- Kredi kartı ödül puanı biriktirebilmelerine olanak,
- PCI-DSS ve SSL Sertifikaları ile işlemlerini sundukları için güvenlik standartları konusunda gelişmişlerdir.
- Güvenlik önlemleri ile üye iş yerlerini mali ve operasyonel harcamalardan kurtarmaktadır,
- Sahtecilik önleme/güvenlik (fraud) filtreleri,
- 7/24 hizmette bulunan müşteri destek ekibi hizmetleri,
- Farklı döviz kurları ile çevrimiçi satışa imkan vererek müşteri portföyünü genişletebilme imkanı,
- Çalışmakta bulunan bütün banka işlemleri için ayrı ayrı dosya almak yerine bir tane mutakabat dosyası verilerek işlemlerin kolaylığı,

- Ödemeleri kişiye özel web sayfası ara yüzü oluşturulmasında yardımcı olmak gibi özellikleri bulunmaktadır.

One Click Payment diğer adı ile Tek Tıkla Ödeme özelliği bulunan PayU uygulaması alışveriş tamamlanmak istediğinde ve kredi veya banka kredi kartı bilgilerini girdikten sonra Application Programming Interface (API) veya PayU ortak ödeme sayfasına yönlendirilerek ödemesini gerçekleştirmektedir.

İşlem inceleme sonucunda onay bilgisi müşteriye bildirilir ve kart bilgilerinin kayıt altına alınmasının istenilip istenilmediği sorulur. Cevap olumlu yönde ise müşteri artık diğer alışverişlerinde banka veya kredi kartı bilgilerini girmek zorunda kalmayarak hızlı alışveriş imkanından yararlanır. Sadece bir tane kart tanımlama değil birden daha fazla kart bilgilerinin tanımlanmasına izin verilebilmektedir.

E-Ticaret Piyasası'nda 2015 yılı içerisinde PayU Türkiye kendi özel güvenlik önlemleri sayesinde 41 milyon tutarında ki sahtecilik işlemlerini %99,6'lık oran ile engelleyerek 800 web sayfası ile 28.000 civarında kart sahibini dolandırma girişimlerinden kurtarmıştır. 2014 yılında bu tutar ise 22 milyon TL civarında idi. Bu tutarların ışığında gözükeceği üzere ileri fintech teknolojisi ile güvenli çözümler ile zarar ve riskleri en aza indirmektedir. 2014 ile 2015 yıllarında PayU'nun kullanıldığı kategoriler ve oranları Tablo.31'de yer verilmiştir.

Tablo 31. 2014 ile 2015 Yıllarında PayU Kullanımının Kategorisel Olarak Değerlendirilmesi

2014		2015	
Tespit 22 milyon TL		Tespit 41 milyon TL	
Elektronik	% 55	Elektronik	%37
Katalog	% 24	Katalog	%25
Giyim	% 4	Giyim	%6
Turizm	% 3	Turizm	%13
Diğer	% 14	Mobilya	%8
		Diğer	%11

Kaynak: <https://webrazzi.com/> (Erişim Tarihi: 30/10/2019)

Tablo.31'de görüldüğü üzere 2014 yılında en çok dolandırıcılık (fraud) girişimi %55'lik oranla elektronik sektörde meydana gelir iken, 2015 yılında bu tutar

%18’lik bir azalma ile %37 oranında yine elektronik sektörü olarak öne çıkmaktadır. 2014 yılı içerisinde turizm sektöründeki sahtecilik işlemleri %3 olarak en az girişimin olduğu sektör olarak kaydedilirken, 2015 yılında %10’luk bir artış ile %13 oranını bulması bu sıralamayı bozmuştur. Bozulan sıralama sonucunda 2015 yılında en az dolandırıcılık girişiminin gerçekleştiği sektör %6 oranı ile Giyim sektörü olmuştur.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

KUŞAKLARA GÖRE YATIRIM VE ÖDEME ARAÇLARININ FARKLILIĞININ İNCELENMESİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Gelişen teknoloji ile beraber bireylerin kullandıkları ödeme ve finansal yatırım araçları hızla değişmektedir. Bu değişimle beraber bireyler istedikleri yerden faturalarını ödeyebildikleri gibi bir tuşa basarak ellerinde ki sermayelerini çok değişik yatırım araçlarına yönlendirebilmektedirler. Bu durumun anlaşılması ve en iyi şekilde organize edilerek yönetilmesi ülke ekonomileri ve özellikle ülkelerin daha güçlü ve kontrol edilebilir bir finansal yapıya kavuşturulmasına da yardımcı olacaktır.

Bu amaçla toplumu oluşturan bireylerin farklı yaş grupları başka bir ifadeyle farklı kuşak yapılarına göre finansal yatırım ve ödeme araçlarının tercih ve davranışlarının anlaşılması bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu öğrenilen bilgi sayesinde ülkemiz açısından daha güçlü bir finansal sistemin kurulması ve işletilmesinin mümkün olabileceğine inanılmaktadır.

Bu çalışmada; farklı kuşaklardan katılımcıların finansal yatırım araçları ve ödeme araçları konularındaki bilgi, kullanım ve tutumlarının anlaşılması amacıyla toplanan veriler değerlendirilerek bir sonuca ulaşılmaya çalışılmaktadır.

4.2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklem Süreci

Araştırmanın evreni Türkiye'de yaşayan tüm insanlardan oluşmaktadır. Ülkemizin nüfusu 31 Aralık 2018 tarihi itibarıyla 82.003.882 olarak açıklanmıştır (<http://www.tuik.gov.tr/>). Belirli bir anlamlılık düzeyinde t tablosuna göre bulunan teorik değer %5 hata payı ile 1,96, N: Hedef kitledeki birey sayısı (82.003.882), p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı (0,5), q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (0,5) ve d: Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen örneklem hatası (%5) olmak üzere aşağıdaki formüle göre hesaplanmıştır (Baş, 2005: 45).

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{82003882 \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 \cdot (82003882 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} \cong 384$$

olarak hesaplanmıştır. Zaten, Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 50); 100.000.000'dan fazla evren büyüklüğünde 384 örneklem sayısının yeterli olduğunu belirtmektedirler. Çalışmanın veri kalitesini arttırmak amacıyla 716 örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır. Örneklem dahil edilen bireylerin belirlenmesinde olasılıksız örneklem yöntemlerinden birisi olan kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında olasılıksız yöntem tercih edilmiş olması araştırmanın en büyük kısıtını oluştururken araştırma sonuçlarının genellenmesini de imkansızlaştırmaktadır.

4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırma verilerinin toplanması için anket yöntemi seçilmiştir. Muğla Menteşe ilçesinde yüz yüze anket yöntemi olmak üzere 500 ve internet üzerinden gönderilen anket katılım davetini kabul etmeleri yoluyla 216 anket verisi toplanarak, 716 denekten araştırma verileri toplanmıştır. Verilerin toplanma zamanı Ağustos 2019 ile Eylül 2019 aralığında yapılmıştır.

Anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; katılımcıların yaş, gelir, eğitim, medeni durum ve meslek bilgilerinin yer aldığı demografik sorular bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise, katılımcıların finansal ödeme ve yatırım araçlarına yönelik bilgi, kullanım düzeyi ve tutumlarının anlaşılmasına yönelik sorular yer almıştır.

4.4 Araştırma Hipotezleri

Araştırma probleminin daha iyi anlaşılması amacıyla kurulan araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H1: Kuşaklararası alınan finansal eğitim açısından farklılık vardır.

H2: Kuşaklararası demografik değişkenler ile yatırım yapma arasında farklılık vardır.

H3: Kuşaklararası yatırım yapma niyetleri arasında farklılık vardır.

H4: Kuşaklara göre en sık tercih edilen yatırım araçları arasında farklılık vardır.

H5a: Yatırım kararı alırken kuşakların kullandıkları bilgi kaynakları farklılık gösterir.

H5b: Yatırım kararı alırken kuşakların bilgi kaynaklarından yararlanma sıklıkları farklılık gösterir.

H6: Kuşakların yatırım yapma amaçları birbirine göre farklılık gösterir.

H7: Kuşaklara göre yatırım kararlarında risk alma durumu farklılık gösterir.

H8: Kuşakların kullandıkları finansal ödeme araçları açısından farklılık vardır.

H9: Kuşaklara göre online ödeme araçları kullanımları farklılık gösterir.

H10: Teknolojinin ve internetin finansal yatırım ve ödeme araçlarına etkisine olan inancın akıllı telefon ile ödeme yapmaya olan etkisi farklılık gösterir.

4.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS programının 23.0 sürümü kullanılmıştır. Katılımcıların finansal ödeme ve yatırım araçlarına yönelik kullanım ve tutumlarının anlaşılması amacıyla Frekans dağılımları ve araştırma hipotezlerinin sınanması amacıyla bazı grupsal karşılaştırmaların yapılmasında verilerin kategorik yapıda olmasından dolayı parametrik olmayan istatistik yöntemlerden birisi olan Ki-kare bağımsızlık testleri uygulanmıştır.

4.6. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi

4.6.1. Tanımlayıcı İstatistiki Bulguları

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durumu, eğitim durumu vb. bilgilerine ilişkin istatistiki bilgiler aşağıdaki tablolardaki gibidir.

Tablo.32’de yer alan araştırma sonuçlarına göre, anket katılımcılarının demografik özellikleri kriter alınarak bakıldığında; katılımcıların %38,83’ü kadın, %56,01’i erkek iken, %56,01’inin bekar, %38,83’ünün ise evli olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %27,09’u asgari ücret ve altı, %41,90’ının asgari ücret üzeri, %15,78’inin 5.500 TL üzeri, %5,73’ünün 10.000 TL üzeri, %3,63’ünün 15.000 TL üzeri ve %4,19’unun 25.000 TL üzeri gelir düzeyindedir. Katılımcıların %7,82’si ilköğretim kurumu mezunu, %25’i lise, %12,43’ünün ön lisans, %43,58’i lisans, %9,50’si yüksek lisans, %0,97’si doktora mezunu iken, % 31,84’lük finansal eğitim alanların oranına karşın, %67,34’lük almayanların oranı bulunmaktadır. Ankete katılan bireylerin kuşak teorisine göre oransal dağılımı ise; %9,22 Baby Boomers

Kuşağı, %18,99 X Kuşağı, %68,16 Y Kuşağı, %2,51 Milenyum Kuşağı şeklinde gerçekleşmiş ve Sessiz Kuşak ile Z Kuşağı katılımcılarıyla anket yapılamamıştır.

Tablo 32. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Dağılımları

Cinsiyet	Kişi	%	Eğitim	Kişi	%
Kadın	278	38,83	İlköğretim	56	7,82
Erkek	401	56,01	Lise	179	25,00
Cevapsız	37	5,16	Ön Lisans	89	12,43
Toplam	716	100,0	Lisans	312	43,58
Kuşaklar	Kişi	%	Yüksek Lisans	68	9,50
Baby Boomers Kuşağı	66	9,22	Doktora	7	0,97
X Kuşağı	136	18,99	Cevapsız	5	0,70
Y Kuşağı	488	68,16	Toplam	716	100,0
Milenyum Kuşağı	18	2,51	Medeni Durum	Kişi	%
Cevapsız	8	1,12	Evli	307	38,83
Toplam	716	100,0	Bekar	401	56,01
Gelir Düzeyi	Kişi	%	Cevapsız	8	5,16
2020 TL ve altı	194	27,09	Toplam	716	100,0
2020 TL -5500TL	300	41,90	Finans Eğitimi Aldınız mı?	Kişi	%
5 501 TL - 10 000 TL	113	15,78	Evet	228	31,84
10 001 TL – 15 000 TL	41	5,73	Hayır	482	67,32
15 501 TL – 25 000 TL	26	3,63	Cevapsız	6	0,84
25 001 TL ve üzeri	30	4,19	Toplam	716	100,0
Cevapsız	12	1,68			
Toplam	716	100,0			

Tablo 33. verilerine göre; 716 kişilik toplam katılımcının %90,64'lük büyük bir çoğunluğunun teknolojiye ihtiyaç duyması, günümüz yaşamı ve teknolojinin sıkı bağıını gözler önüne sermektedir. Bu ankete katılan kişilerin %91,23'ü teknolojik gelişmelerin ve internetin, yapılan yatırım ve kullanılan ödeme araçlarında faydasının olduğunu düşünmektedir. Meslek grupları tercihlerinde en fazla %36,31 oranında özel sektör dikkate çarparken, bunu %24,86 diğer grubu ve ardından %17,88 ile özel sektör takip etmektedir. Katılımcıların %12,43'lük kısmının 2 ile 5 yıl arasında yatırımları olması, finansal yatırım araçlarına olan ilginin çok kısa bir geçmişi olduğu ve toplumun halen başka yatırım araçlarına ilgi gösterdiği düşünülebilir. Bu seviyelerin düşük seyretmesinin nedeni olarak mevcut istihdamı öğrenci olan kişilerin %23,04 olarak görülmesi ve gelir düzeylerinin yetersiz olduğundan kaynaklandığı da söylenebilmesi mümkündür.

Tablo 33. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik ve Finansal-Teknolojik Yatırım Bulguları

Yaş	Kişi	%	Yaş	Kişi	%	Meslek	Kişi	%
15-19	18	2,51	45-49	37	5,17	Kamu sektörü	98	13,69
20-24	186	25,98	50-54	34	4,75	Özel sektör	260	36,31
25-29	120	16,76	55-59	27	3,77	Ekonomist	16	2,23
30-34	92	12,85	60-64	24	3,35	Serbest meslek	128	17,88
35-39	90	12,57	65-69	10	1,40	Ev hanımı	26	3,63
40-44	65	9,08	70-74	5	0,70	Diğer	178	24,86
Cevapsız				8	1,11	Cevapsız	10	1,40
Toplam				716	100	Toplam	716	100
Teknolojik gelişmelerin ve internetin, yapılan yatırım ve kullanılan ödeme araçlarında faydasının olduğunu düşünüyor musunuz?				Kişi	%	Teknoloji kullanmaya ihtiyaç duyuyor musunuz?	Kişi	%
						Evet	649	90,64
						Hayır	56	7,82
Evet				655	91,23	Cevapsız	11	1,54
Hayır				52	7,24	Toplam	705	100
Cevapsız				9	1,53	Kaç yıldır Finansal Araçlara Yatırım yapıyorsunuz?	Kişi	%
Toplam				716	100			
Mevcut İstihdam				Kişi	%			
Çalışıyor				451	62,99	0-1 yıl	61	8,52
İş aramıyor				51	7,12	2-5 yıl	89	12,43
İş arıyor				18	2,51	6-10 yıl	47	6,56
Öğrenci				165	23,04	11-15 yıl	18	2,51
Diğer				29	4,05	15 yıl ve üzeri	11	1,54
Cevapsız				2	0,29	Yapmıyorum	478	66,76
Toplam				716	100	Cevapsız	12	1,68
						Toplam	716	100

Tablo.34'ten görüldüğü üzere katılımcıların %62,57'si gibi bir çoğunluğun finansal yatırım araçlarına yönelmemekte, yatırım yapanların ise %12 oranında genellikle pay senetlerini tercih ettikleri görülmektedir. Portföy oluşturulurken daha riskli yatırımlarda bulunulduğu 1 ile 3 çeşit aralığının %17,88 seviyesinde olduğundan anlaşılabilmektedir. Yatırım kararlarının alınmasında ve portföy izlemede teknolojik gelişmelere ayak uydurulmasının sonucunda bilgi kaynağının, internet olarak seçildiği sonuçtan görülmektedir. Finansal yatırım yapmayan kişi sayısının %75,42 ve yatırım araçlarını tercih etmeyenlerin %62,57 olarak ortaya çıkması ülkemizde finansal bilgi seviyesi konusunda eksikliklerin olduğunu göstermektedir.

Tablo 34. Katılımcıların Finansal Yatırımlara Yönelik Bulguları (1)

En sık kullandığınız finansal yatırım aracı nedir?	Kişi	%	Portföyleriniz kaç çeşit finansal yatırım aracı bulunmaktadır?	Kişi	%
Pay Senedi	86	12,01	1	65	9,08
Tahvil	7	0,98	1 ile 3	128	17,88
Bono	6	0,84	4 ile 6	35	4,89
Gelir Ortaklığı Senedi	7	0,98	7 ile 10	15	2,09
Gayrimenkul Sertifikası	18	2,51	10 ve üzeri	7	0,98
VDMK	14	1,96	Hiç	451	62,99
Yat. Fonu Katılma Belg.	9	1,26	Cevapsız	15	2,09
VIOP	25	3,49	Toplam	716	100
İpot. Serm. Piy. Aracı	2	0,28	Finansal yatırım (pay senedi, tahvil vb.) yapıyor musunuz?	Kişi	%
Varant	6	0,84			
Tercih Etmiyorum	448	62,57			
Cevapsız	88	12,28	Evet	169	23,6
Toplam	716	100	Hayır	540	75,42
Yatırım kararlarınızda ve portföy izlemede kullandığınız bilgi kaynakları nedir?	Kişi	%	Cevapsız	7	0,98
			Toplam	716	100
			Finansal piyasaları takip etme sıklığınız nedir?	Kişi	%
İnternet	254	35,47			
Gazete/TV	24	3,35			
Kendi Değerlendirmelerim	53	7,4	Her gün	117	16,34
Sosyal Çevre	39	5,45	Haftada birkaç kez	131	18,3
Aracı Kurumlar	10	1,4	Haftada bir kez	57	7,96
Diğer	19	2,65	Ayda bir kez	64	8,94
Fikrim Yok	166	23,18	Yılda bir kez	14	1,96
Çok Kaynaklı	140	19,55	Bir yıldan uzun	3	0,42
Cevapsız	11	1,55	Ayda birkaç kez	74	10,34
Toplam	716	100	Yılda birkaç kez	52	7,26
			Hiçbir zaman	194	27,09
			Cevapsız	10	1,39
			Toplam	716	100

Tablo 35. verilerine göre; katılımcıların %13,69'unun pay senedi alırken her zaman her zaman bilgi aldıkları; %13,97'sinin finansal varlıkları bir ay elde tuttıkları; %26,40'inin yüksek getiri beklentisi ile finansal varlıklara yatırım yaptıkları; %29,47'sinin temel yatırım amacının aile ve kendilerini koruma isteğine sahip oldukları; %50,14'unun psikolojik nedenlerle pay senedi almadıkları; %28,21'inin yatırımda yüksek kazancın temel faktörünün risk almak olduğuna inandıkları; %54,33'ünün ödeme aracı olarak nakit parayı daha fazla önemsedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 35. Katılımcıların Finansal Yatırımlara ve Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları (2)

Pay senedi alırken bir kaynaktan bilgi alırmısınız?	Kişi	%	Finansal varlıkları elde tutma süreniz?	Kişi	%
Her zaman	98	13,69	1 hafta	24	3,35
Bazen	76	10,61	1 ay	100	13,97
Genellikle	69	9,64	1 yıl	75	10,47
Hiçbir zaman	52	7,26	2 ile 5 yıl	53	7,40
Almıyorum	404	56,42	5 yıl ve üzeri	40	5,59
Cevapsız	17	2,38	Elde tutmuyorum	385	53,77
Toplam	716	100	Cevapsız	39	5,45
			Toplam	716	100
Finansal yatırımlardaki temel beklentiniz nedir?	Kişi	%	Yatırım yapma amacınız nedir?	Kişi	%
Yüksek getiri	189	26,4	Ailemi ve kendimi ekonomik koruma	211	29,47
Anaparayı korumu arzusu	48	6,7	Çocuklarımla geleceği	54	7,54
Devamlı gelir elde isteği	147	20,53	Yatırım yapmıyorum	219	30,59
Portföy riskini azaltma	9	1,26	Paramı daha iyi kullanabilmek için	218	30,45
Uzun vadeli para biriktirmek	80	11,17	Cevapsız	14	1,95
Beklentim yok	220	30,73	Toplam	716	100
Cevapsız	23	3,21			
Toplam	716	100			
Davranışsal finans; açıklanması zor piyasa hareketlerinin, insan psikolojisine bağlı alınan yatırım kararlarından kaynaklandığını söylemektedir. Katılıyorsunuz musunuz?	Kişi	%	Yatırımda yüksek kazanç için gerekliliğine inandığınız temel faktör nedir?	Kişi	%
Evet	321	44,83	Bilgi	167	23,32
Hayır	359	50,14	Risk alabilme	202	28,21
Cevapsız	36	5,03	Temkinli davranma	58	8,1
Toplam	716	100	Tecrübe	177	24,72
Nakit para, diğer ödeme araçlarını kullanmaktan daha iyidir. Görüşüne katılıyor musunuz?	Kişi	%	Şans	49	6,85
			Diğer	41	5,73
			Cevapsız	22	3,07
			Toplam	716	100
Evet	389	54,33			
Hayır	317	44,27			
Cevapsız	10	1,4			
Toplam	716	100			

Tablo 36. Katılımcıların Finansal Yatırımlara ve Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları (3)

Yatırım yaparken risk alır mısınız?	Kişi	%	Kamuoyunda bilinen şirketlerin pay senetleri güvenlidir. Katılıyorsunuz mu?	Kişi	%
Evet	399	55,73	Evet	291	40,64
Hayır	303	42,32	Hayır	388	54,19
Cevapsız	14	1,95	Cevapsız	37	5,17
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Kendinizi diğer yatırımcılara göre nasıl bulursunuz?	Kişi	%	Kredi/banka kartı gibi (online/mobil cüzdan, GSM, sanal POS) nakit dışı ödeme araçlarını önceden kullandınız mı?	Kişi	%
Ortalamadan daha iyi	147	20,53	Evet	588	82,1
Ortalama düzeydeyim	208	29,05			
Ortalamadan daha kötü	87	12,15			
Fikrim yok	259	36,17	Hayır	115	16,1
Cevapsız	15	2,1	Cevapsız	13	1,8
Toplam	716	100	Toplam	716	100
En çok hangi sektörün pay senedini alırsınız?	Kişi	%	Eğer kartlı ödeme araçlarını kullanmıyorsanız, nedeni nedir?	Kişi	%
İnşaat	24	3,35	Hiç başvuru yapmadım	43	6,01
Sportif	27	3,77	Kullanmayı bilmiyorum	14	1,96
Bankacılık	65	9,08	Başvurularım reddedildi	3	0,42
Gıda	18	2,51	İhtiyaç duymuyorum	52	7,26
Otomotiv	28	3,91	Güvenli bulmuyorum	44	6,15
Diğer	103	14,39	Kullanıyorum	490	68,44
Hiçbiri	371	51,82	Diğer	27	3,77
Birden fazla	61	8,52	Cevapsız	43	5,99
Cevapsız	19	2,65	Toplam	716	100
Toplam	716	100			
Daha önce akıllı telefonla ödeme yaptınız mı?				Kişi	%
Evet				528	73,74
Hayır				176	24,58
Cevapsız				12	1,68
Toplam				716	100

Katılımcıların Tablo.36’da verdiği cevaplarına göre %55,73’lük bir oranının yatırımlarında risk almayı tercih etmelerine karşın, %29’unun kendilerini ortalama bir yatırımcı düzeyinde gördükleri ve %54,19’unun kamuoyunda bilinen şirketlerin pay senetlerini güvenli bulmadıkları ve tercih etmedikleri görülmektedir. Anket

katılan bireylerin %82,1'lik büyük bir kısmı kredi kartı, banka kartı gibi ödeme araçlarını kullandıklarını belirtirken, %73,74'ü ise akıllı telefonunu kullanarak ödeme yapmayı deneyimlediğini belirtmektedir. Buna karşılık %54,33'ünün nakit para kullanımının, nakit dışı ödeme araçlarından daha iyi olduğunu düşünmelerine rağmen uygulamada nakit dışı ödeme araçlarına çağın gerekliliğinin sonucunda daha fazla yöneldikleri değerlendirilebilir.

Tablo 37. Katılımcıların Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları (4)

İnternette kredi kartı, mobil cüzdan gibi araçlarla ödeme yapmak güvenli midir?	Kişi	%	Gelişen teknoloji döneminde, nakit dışı ödeme araçlarının tercihindeki engeller nedir?	Kişi	%
Evet	413	57,68	Tic. işletmelerin hizmetlerinde yaygın kullanılmaması	69	9,64
Hayır	289	40,36			
Cevapsız	14	1,96			
Toplam	716	100	POS ve internet kullanımında bilgisizlik	51	7,12
Nakit dışı ödeme araçlarını kullanma sebebiniz nedir?	Kişi	%	Kişisel bilgi(TC,kart bilgisi vb) paylaşılması istenilmemesi	97	13,55
Kullanımı rahat ve kolay buluyorum.	386	53,91	Güvenilir bulunmaması ve sürekli erişim sağlanamaması	72	10,06
Hızlı ve esnek olması	135	18,85			
Maaşım o şekilde yattığı için zorunda kalıyorum.	27	3,77	Dolandırıcılık gibi kötü konulara maruz kalabilme düşüncesi	245	34,22
Diğer	51	7,12			
Kullanmıyorum	100	13,97			
Cevapsız	17	2,38	İşlemin kontrol edilme süresinin uzunluğu	14	1,96
Toplam	716	100			
Aylık nakit ve nakit dışı ödemelerinizi hangi yüzde ortalamasıyla kullanmaktasınız?	Kişi	%	İşlemden ek ücret talebi	22	3,07
			Engel yoktur	115	16,06
			Cevapsız	31	4,32
			Toplam	716	100
Nakit %80, nakit dışı %20	197	27,51	Hangi aracı daha sık kullanmaktasınız?	Kişi	%
Nakit %50, nakit dışı %50	217	30,31	Kredi kartları	388	54,19
Nakit %20, nakit dışı %80	198	27,65	Banka/debit kartlar	209	29,19
Nakit %100	65	9,08	Ön ödemeli/prepaid kart	5	0,70
Nakit dışı %100	18	2,51	EFT/Havale	23	3,21
Cevapsız	21	2,94	Fikrim yok	70	9,78
Toplam	716	100	Cevapsız	21	2,93
			Toplam	716	100

Tablo.37’de görüldüğü üzere katılımcıların çoğunluğu nakit dışı ödeme araçlarını kullanırken %53,91’i bunun sebebini kolaylık olarak tercih etmekte, dolandırıcılık korkusu ve bilgi yetersizliği ise nakit dışı ödeme araçlarının tercih edilmesine başlıca engelleri olarak gözükmektedir. En çok tercih edilen nakit dışı ödeme araçları ise %54,9’luk oranı ile kredi kartları ve %29,19 oranı ile banka kartlarıdır.

Tablo 38. Katılımcıların Online Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları

Online cüzdan (BKM)	Kişi	%	Mobil cüzdan(iGaranti)	Kişi	%
Evet	72	10,06	Evet	93	12,99
Hayır	12	1,68	Hayır	13	1,82
Cevapsız	632	88,26	Cevapsız	610	85,19
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Online cüzdan (Paypal)	Kişi	%	Mobil Cüzdan(TTNET & Avea Mobilexpress)	Kişi	%
Evet	77	10,75	Evet	25	3,49
Hayır	13	1,82	Hayır	9	1,26
Cevapsız	626	87,43	Cevapsız	682	95,25
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Online cüzdan (iPara)	Kişi	%	MC.(İş bankası parakod)	Kişi	%
Evet	32	4,47	Evet	108	15,08
Hayır	10	1,40	Hayır	9	1,26
Cevapsız	674	94,13	Cevapsız	599	83,66
Toplam	716	100	Toplam	716	100
MC. (turkcell cüzdan)	Kişi	%	MC.(DenizBank fastpay)	Kişi	%
Evet	19	2,65	Evet	18	2,51
Hayır	13	1,82	Hayır	10	1,40
Cevapsız	684	95,53	Cevapsız	688	96,09
Toplam	716	100	Toplam	716	100
MC.(vodafone cep cüzd.)	Kişi	%	Mobil cüzdan (Öde.al)	Kişi	%
Evet	19	2,65	Evet	27	3,77
Hayır	4	0,56	Hayır	1	0,14
Cevapsız	693	96,79	Cevapsız	688	96,09
Toplam	716	100	Toplam	716	100
GSM (Paytogo)	Kişi	%	GSM(Mikro ödeme/3pay)	Kişi	%
Evet	39	5,45	Evet	87	12,15
Hayır	8	1,12	Hayır	3	0,42
Cevapsız	669	93,43	Cevapsız	626	87,43
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Sanal POS (Asseco SEE/EST)	Kişi	%	Sanal POS (payU)	Kişi	%
Evet	34	4,75	Evet	51	7,12
Hayır	4	0,56	Hayır	12	1,68
Cevapsız	678	94,69	Cevapsız	653	91,20
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Sanal POS (Iyzico)	Kişi	%	(Iyzico)	Kişi	%
Evet	42	5,87	Hayır	10	1,40
Cevapsız	664	92,73	Toplam	716	100

Tablo 38. verilerinde katılımcıların online ödeme araçları kullanım bulguları yer almaktadır. Bu bulgulara göre; katılımcıların %10'u online cüzdan BKM uygulamasını; %4,47'si ipara uygulamasını; %10,75 Paypal; %3,49 TTNNet uygulamasını %15'i İşbankası Parakod uygulamasını; %12,99'u iGaranti uygulamasını; %2,65 Turkcell cüzdanı; %2,51 Denizbank fastpay uygulamasını; %2,65 Vodafone cep cüzdan uygulamasını; %3,77 ödeal uygulamasını tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun yanında, GSM tabanlı ödeme araçları güvenilirliği açısından katılımcıların %12,15'i mikro ödemeyi; %5,45 paytogo uygulamasını tercih ettiklerini ifade ederken, yeni nesil ödeme araçları yani sanal POS kullanıcıları kullanım tercihi olarak en çok %7,12 ile payU uygulamasını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 39. Katılımcıların Nakit Dışı Ödeme Araçlarına Yönelik Bulguları

e-Para (Paypal, BKM,Mobil Express vb.)	Kişi	%	Banka/Kredi kartları, havale	Kişi	%
Evet	29	4,05	Evet	374	52,23
Hayır	6	0,84	Hayır	32	4,47
Cevapsız	681	95,11	Cevapsız	310	43,30
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Mobil bankacılık	Kişi	%	İnternet bankacılığı	Kişi	%
Evet	112	15,64	Evet	97	13,55
Hayır	40	5,59	Hayır	64	8,94
Cevapsız	564	78,77	Cevapsız	555	77,51
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Ürün ve hizmet satın alırken (Banka kartı)	Kişi	%	Ürün ve hizmet satın alırken(Kredi kartı)	Kişi	%
Evet	203	15,64	Evet	321	45,40
Hayır	23	5,59	Hayır	46	6,51
Cevapsız	490	78,77	Cevapsız	340	48,09
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Ürün ve hizmet satın alırken (İnternet bankacılığı)	Kişi	%	Ürün ve hizmet satın alırken(e-Para)	Kişi	%
Evet	62	8,66	Evet	5	0,70
Hayır	50	6,98	Hayır	4	0,56
Cevapsız	604	84,36	Cevapsız	707	98,74
Toplam	716	100	Toplam	716	100
Ürün ve hizmet satın alırken (Mobil internet)			Kişi	%	
Evet			34	4,75	
Hayır			20	2,79	
Cevapsız			662	92,46	
Toplam			716	100	

Tablo.39'da nakit dışı ödeme araçları kullanım öncelik bulguları verilmektedir. Buna göre; %52,23 öncelikte en sık kullanılan nakit dışı ödeme aracının banka ve kredi kartları olduğu, %15,64 mobil bankacılığın; daha sonra ise %13,55 ile internet bankacılığının sıralandığı; %4 civarında bir katılımcının ise Paypal, E-para gibi uygulamaları tercih ettikleri görülmektedir. Katılımcıların ürün ve hizmet satın almalarında ise; %45,4 ile kredi kartının ilk sırada olduğu; onu % 28,35 ile banka kartı takip ettiği anlaşılmaktadır.

4.6.2. Ki-Kare Bağımsızlık Testi

Araştırmaya katılan katılımcıların finansal ödeme ve yatırım araçlarına yönelik; bilgi, davranış ve tutumlarının, kuşaklar ve bazı demografik, sosyo ekonomik ve finansal davranış şekillerine göre farklılıklarının var olup olmadığının araştırılması amacıyla parametrik olmayan istatistik yöntemlerden Pearson Ki-kare Bağımsızlık Testi yapılmıştır. Araştırma hipotezlerinin aynı zamanda sınanması amacıyla yararlanılacak olan Pearson Ki-kare Bağımsızlık testinin uygulanması gerekçesi araştırma değişkenlerine ait verilerinin kategorik yapıda olmasındandır. Böylesi kategorik yapıda elde edilmiş değişken verilerinin karşılaştırmalı analizlerinde Ki-kare Bağımsızlık Testi oldukça fazla kullanılan bir istatistik yöntemidir.

Tablo 40. Kuşaklara Göre Finansal Eğitim Düzeyi

Kuşaklar	Finans Eğitimi Aldınız mı?		
	Evet	Hayır	Toplam
BB Kuşağı	7	58	65
X Kuşağı	32	102	134
Y Kuşağı	186	299	485
M Kuşağı	1	17	18
Toplam	226	476	702
χ^2	32,183		
P	0,001		

%5 hata payında kuşaklara göre alınan finansal eğitim birbirlerinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_1 hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre alınan finansal eğitim düzeyi birbirinden farklılık göstermektedir. Bu durum, kuşakların içinde bulundukları sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerden kaynaklanan nedenlerle, finansal yatırım anlayışı ve bu anlayışı destekleyen finansal eğitim alma

ihtiyacını da doğrudan etkilediği düşünülmektedir. Özellikle günümüz teknolojileriyle donanmış, bir klavye tıklaması ile yatırım yapabilen insanların böylesi yatırım ve finansal araçları daha kolay sahip olma ve yönetebilme ihtiyaçlarını da doğrudan etkilemektedir.

Tablo 41. Kuşaklara Göre Finansal Yatırım Yapma Düzeyi

Kuşaklar	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz ?		
	Evet	Hayır	Toplam
BB Kuşağı	2	63	65
X Kuşağı	38	97	135
Y Kuşağı	120	364	484
M Kuşağı	4	14	18
Toplam	164	538	702
χ^2	17,233		
P	0,0001		

%5 hata payında kuşaklara göre finansal yatırım yapma durumu birbirlerinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_2 hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre finansal yatırım yapma düzeyi birbirinden farklılık göstermektedir. Tablo 41. verileri incelendiğinde; Y kuşağı bireylerinin %24,79 (120/484) oranında finansal yatırım yaptıkları; buna karşın Baby Boomers Kuşağı üyelerinin ise %3 (2/65) finansal yatırım yaptıkları görülecektir. Buradan büyüme çağında teknoloji ile tanışmış ve günümüzde teknolojinin getirdiği rahatlık ve kolaylığı kullanabilen, eğitim seviyeleri önceki kuşaklara göre daha yüksek olan bireylerin geçmiş kuşaklara göre daha fazla finansal yatırım yaptıkları söylenebilir.

Tablo 42. Kuşakların Finansal Yatırımlardan Temel Beklentileri

Beklenti/ Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
Yüksek getiri beklentisi	10	34	137	6	187
Sermayeyi(ana parayı) koruma arzusu	1	8	37	1	47
Devamlı gelir elde etme isteği	18	38	84	5	145
Portföy riskini azaltma	0	4	5	0	9
Uzun vadeli para biriktirmek	1	12	66	1	80
Beklentim yok	36	39	139	4	218
Toplam	66	135	468	17	686
χ^2	41,492				
P	0,0001				

%5 hata payında kuşaklara göre finansal yatırımlardan beklenen beklentiler birbirlerinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_3 hipotezi kabul edilir. Yani

kuşaklara göre finansal yatırımlardaki temel beklentiler birbirinden farklılık göstermektedir.

Tablo 43. Kuşaklara Göre En Sık Tercih Edilen Finansal Yatırım Araçları

Finansal Yatırım Araçları/Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
Pay Senedi	1	20	58	4	83
Tahvil	1	3	3	0	7
Bono	0	2	2	1	5
Gelir Ortaklığı Senedi	1	1	5	0	7
Gayrimenkul Sertifikası	1	3	14	0	18
Varlığa Dayalı Menkul Kıymet	1	4	8	1	14
Yatırım Fonu Katılma Belgesi	0	1	8	0	9
Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası	0	3	21	0	24
İpotekli Sermaye Piyasası Aracı	0	1	1	0	2
Varant	0	1	4	1	6
Tercih Etmiyorum	57	82	299	8	446
Toplam	62	121	423	15	621
χ^2	47,565				
P	0,094				

%5 hata payında kuşaklara göre en sık tercih edilen finansal yatırım araçları birbirlerinden bağımsızdır. Bu amaçla kurulan H_4 hipotezi reddedilir. Yani kuşaklara göre en sık tercih edilen finansal yatırım araçları birbirinden farklılık göstermemektedir. Tablonun bize yansıttığı bu sonuçlardan bireylerin yatırım kararları alırken beklentilerinin, ihtiyaçlarının, toplumsal ve ekonomik kriterlerin ve üstlenmek istedikleri risk gibi nedenlerin ortak özellikler taşımasından dolayı tercih edilen yatırım araçlarının farklılık göstermediği şeklinde ifade edilebilir.

Tablo 44. Kuşakların Yatırım Kararı Almalarında ve Portföylerini İzlemede Kullandıkları Bilgi Kaynakları

Bilgi Kaynakları/Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
İnternet	2	37	204	9	252
Gazete/TV	5	8	9	2	24
Kendi Değerlendirmelerim	17	12	24	0	53
Sosyal Çevre	12	12	15	0	39
Aracı Kurumlar	0	3	7	0	10
Diğer	5	11	3	0	19
Fikrim Yok	24	30	106	4	164
Çok Kaynaklı	1	23	110	3	137
Toplam	66	136	478	18	698
χ^2	153,281				
P	0,0001				

%5 hata payında kuşaklara göre yatırım kararlarının alınmasında kullanılan bilgi kaynakları birbirinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_{5a} hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre yararlanılan bilgi kaynakları farklılık göstermektedir.

Bu sonuca göre; Y ve M gibi genç kuşakların daha teknoloji ağırlıklı yetiştirmeleri ve eğitim almaları nedeniyle bu kuşak bireylerinin yararlandıkları bilgi kaynaklarının da teknoloji ağırlıklı olması beklenen bir sonuçtur. Özellikle akıllı telefon ve tablet uygulamaları, internet bağımlılığı konusunda sosyal ve tıbbi araştırmalara konu olmuş bu genç kuşakların, her sabah evine bir ekmek ve bir gazete alan diğer yaşlı kuşaklara göre farklılaşması ise bir diğer kaçınılmaz sonucu oluşturmaktadır.

Tablo 45. Kuşaklara Göre Yatırım Kararlarında Bilgi Alma Sıklığı

Bilgi Alma Sıklığı/ Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
Her zaman	2	18	74	3	97
Bazen	1	13	58	4	76
Genellikle	4	15	45	3	67
Hiçbir Zaman	9	8	35	0	52
Almıyorum	50	82	261	7	400
Toplam	66	136	473	17	692
χ^2	28,115				
P	0,005				

%5 hata payında kuşaklara göre yatırım yapılırken herhangi bir kaynaktan bilgi alınması sıklığı durumları birbirinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_{5b} hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre yapılan yatırımlarda bilgi kaynaklarından yararlanma sıklıkları farklılık göstermektedir. Yatırım kararları alırken bilgi edinme sıklığının kuşaklararası farklılaşmasındaki belirleyici rolün yine teknoloji ve bunun yanında eğitim olduğu söylenebilir. X ve Y gibi eğitim seviyesi yüksek, teknolojiyi kullanabilen yetişkin genç kuşaklar yaşlı kuşaklara göre bu bilgilere çok daha fazla kolaylıkla erişmesi mümkündür.

Tablo 46. Kuşaklara Göre Yatırım Yapma Amaçları

Yatırım Yapma Amacı/ Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
Ailemi ve kendimi ekonomik olarak koruma	30	51	121	6	208
Çocuklarımın geleceği için	5	22	24	2	53
Paramı daha iyi kullanabilmek için	4	23	184	5	216
Yatırım yapmıyorum	25	39	148	5	217
Toplam	64	135	477	18	694
χ^2	61,540				
P	0,0001				

%5 hata payında kuşaklara göre finansal yatırım amaçları birbirlerinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_6 hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara finansal yatırım amaçları birbirinden farklılık göstermektedir. Yaşlı kuşak olan BB’lerde neredeyse katılımcıların yarısı %46,8 (30/64) oranında ailesini koruma içgüdüsüyle davrandığını belirtirken; Y Kuşağı bireylerinde bu oran %25,36 (121/477)’a gerilerken birikimine değer katma amacı %38,57 (184/477) oranına çıktığı görülmektedir. Bu durum genç kuşakların daha çok kendisi için yatırım yapmak ve yaşamak istediği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 47. Kuşaklara Göre Yatırım Yaparken Risk Alma Düzeyi

Risk Alma/ Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
Evet	9	67	309	8	393
Hayır	57	67	170	7	301
Toplam	66	134	479	15	694
χ^2	64,245				
P	0,0001				

%5 hata payında kuşaklara göre yatırım yapma konusunda risk alma durumları birbirinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_7 hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre finansal yatırım yaparken risk alma durumları birbirinden farklılık göstermektedir. Muhafazakar tutum ve ailesine bağlı olarak dikkat çeken BB Kuşağı bireyleri %86,36 (57/66) oranında yatırım yaparken risk almaya “Hayır” derken, Y Kuşağı’nın ise %64,5 (309/479) oranında “Evet” dediği görülmektedir. Ortada kalan X Kuşağı’nın ise yatırımın riskine %50 oranında “Evet” ve “Hayır” demeleri dikkat çekicidir. Y Kuşağı’nın önceki kuşaklara nazaran daha korkusuz ve cesaretli

davranması, yüksek kazanç beklemesi değişmekte olan toplumsal yapının ve kültürel değerlerin bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Tablo 48. Kuşakların En Sık Kullandığı Ödeme Araçları

Ödeme Araçları/ Kuşaklar	BB	X	Y	M	Toplam
Kredi Kartları	11	84	256	6	357
Banka Kartları/ Debit Kartları	34	21	168	7	230
Ön Ödemeli/ Prepaid Kartlar	0	1	4	9	14
Elektronik Fon Transferi(EFT)/Havale	1	4	17	1	23
Fikrim Yok	20	22	27	0	69
Toplam	66	132	472	23	693
χ^2	65,142				
P	0,0001				

%5 hata payında kuşaklara göre kullanılan ödeme araçları birbirinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_8 hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre kullanılan ödeme araçları farklılık göstermektedir. Tablo 16. verileri dikkatli incelendiğinde, BB Kuşağı üyeleri %51,51 (34/66) banka ve debit kartlarını; X Kuşağı üyeleri %63,63 (84/132) kredi kartlarını; Y Kuşağı %54,23 (256/472) kredi kartlarını ve M Kuşağı %39,13 (9/23) oranında ön ödemeli/prepaid kartlarını kullandıkları göze çarpmaktadır. Bu bize eski kuşakların daha fazla nakde olan güvenlerini, para kazanmadan harcamama isteğinin çok belirgin olarak gösterirken, toplumsal yapı ve değerlerdeki değişimin bir başka göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Tablo 49. Kuşaklara Göre Online Ödeme Araçları Kullanımı

Kuşaklar	Kredi kartı, banka kartı gibi nakit dışı ödeme araçlarını (online cüzdanlar, mobil cüzdanlar, GSM ile ödeme, sanal POS) daha önceden hiç kullandınız mı?		
	Evet	Hayır	Toplam
BB Kuşağı	46	17	63
X Kuşağı	106	28	134
Y Kuşağı	420	61	481
M Kuşağı	10	8	18
Toplam	582	114	696
χ^2	22,321		
P	0,0001		

%5 hata payında kuşaklara göre daha online ödeme araçlarını kullanma durumları birbirinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_9 hipotezi kabul edilir. Yani kuşaklara göre online ödeme araçları kullanımları arasında farklılık vardır. Tablo 49.

verilerine şu açıdan bakmakta yarar olabilir; Baby Boomers Kuşağı üyelerinden 17 kişi (%26,9) halen online ödeme aracıyla bir ödeme yapmadığını ifade ederken; Y Kuşağı üyelerinden 61 kişi (%12,68) bu araçları kullanmadığını ifade etmiştir. Tablo 49. finansal araçların kullanımına dair teknoloji ve eğitimin rolünün belirleyiciliğine dair en önemli göstergelerden biri olarak kabul edilebilir.

Tablo 50. Teknolojinin ve İnternetin Finansal Yatırım ve Ödeme Araçlarına Etkisine Olan İnanç ile Akıllı Telefon ile Ödeme Yapma

Teknolojik gelişmelerin ve internetin yapılan yatırımlarda ve kullanılan ödeme araçlarında faydasının olduğunu düşünüyor musunuz?	Daha önce akıllı telefonunuzu kullanarak ödeme yaptınız mı?		
	Evet	Hayır	Toplam
Evet	514	136	650
Hayır	12	39	51
Toplam	526	175	701
χ^2	77,895		
P	0,0001		

%5 hata payında teknolojik gelişmelerin ve internetin yapılan yatırımlarda ve kullanılan ödeme araçlarında faydasına olan inanç ile akıllı telefon ile ödeme yapma durumları birbirinden bağımsız değildir. Bu amaçla kurulan H_{10} hipotezi kabul edilir. Yani teknolojik gelişmelerin ve internetin yapılan yatırımlarda ve kullanılan ödeme araçlarında faydasına olan inanç ile akıllı telefon ile ödeme yapma durumları arasında farklılık vardır. Bu sonuca göre; teknolojik faydaya olan inanç düzeyinin artmasına bağlı olarak bu teknolojiyi kullanma eğiliminin de arttığı ifade edilebilir. Kısaca toplumsal anlamda bireylerin teknoloji seviyelerinin yükseltilmesi bu anlamda kullanılan ödeme ve finansal araç kullanımı üzerinde pozitif bir etki sağlayacağı düşünülmektedir.

4.6.2.1. X ve Y Kuşağı İçerisinde Ki-kare Bağımsızlık Testleri

Araştırma hipotezlerinden bağımsız olarak finansal yatırım yapma durumuna ilişkin kuşakların kendi demografik ve sosyal değişkenlerine göre farklılıklarının sorgulanması bu araştırmanın bir sonraki adımını oluşturmaktadır. Ancak 716 anket veri setine bakıldığında Baby Boomers (66 kişi) ve Milenyum Kuşağı (18 kişi) üyelerinin kendi içerisinde istatistiki güvenilirlik seviyesinde karşılaştırmaya imkan vermeyen sayıda olması nedeniyle bu başlık altında sadece X ve Y Kuşağının kendi

içerisindeki bazı sosyal ve ayrımsal sınıfsal değişkenlere göre karşılaştırma yapılmasına imkan vermiştir.

4.6.2.1.1. X İçerisinde Ki-kare Bağımsızlık Testleri

Tablo 51. Cinsiyete Göre Finansal Yatırım Durumu

Cinsiyet	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Kadın	13	37	50
Erkek	24	55	79
Toplam	37	92	129
χ^2	0,287		
P	0,371		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) cinsiyet değişkeninden bağımsızdır. Yani X Kuşağı içerisinde cinsiyet değişkeninin ile yatırım yapma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

Tablo 52. Yaşa Göre Finansal Yatırım Durumu

Yaş	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
40-44	20	45	65
45-49	13	24	37
50-54	5	28	33
Toplam	38	97	135
χ^2	3,870		
P	0,144		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) yaş grupları dağılımları açısından birbirinden bağımsızdır. Yani X Kuşağı yaş grupları arasında yatırım yapma niyeti açısından anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 53. Medeni Duruma Göre Finansal Yatırım Durumu

Medeni Durum	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Evli	30	70	100
Bekar	7	23	30
Toplam	37	93	130
χ^2	0,504		
P	0,321		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile medeni durum değişkenleri birbirinden bağımsızdır. Yani yatırım yapma niyeti ile medeni durum değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 54. Eğitim Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Eğitim Durumu	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
İlköğretim	0	15	15
Lise	12	41	53
Ön Lisans	8	15	23
Lisans	13	13	26
Yüksek Lisans	4	12	16
Doktora	1	1	2
Toplam	38	97	135
χ^2	13,861		
P	0,017		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile eğitim değişkenleri birbirinden bağımsız değildir. Yani yatırım yapma niyetinin eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Örneğin; Lisans mezunu bireylerin %50 si yatırım yaparken, İlköğretim mezunları içerisinde yatırım yapanın olmadığı, Lise mezunlarında ise %22,64 (12/53) oranında yatırım yapıldığı görülmektedir. Bu durum eğitim düzeyinin yükselmesine bağlı olarak bireylerin yatırım kararlarını olumlu etkilediğini göstermektedir.

Tablo 55. Meslek Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Meslek	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Kamu	11	18	29
Özel sektör	16	40	56
Ekonomist	2	1	3
Serbest meslek	6	22	28
Ev hanımı	2	9	11
Diğer	1	7	8
Toplam	38	97	135
χ^2	5,712		
P	0,335		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile meslek grupları birbirinden bağımsızdır. Yani yatırım yapma niyeti üzerinde meslek gruplarının anlamlı bir etkisi yoktur.

Tablo 56. Mevcut İstihdam Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Mevcut İstihdam Durumu	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Çalışıyor	31	74	105
İş aramıyor	6	14	20
İş arıyor	1	2	3
Öğrenci	0	1	1
Diğer	0	6	6
Toplam	38	97	135
χ^2	2,914		
P	0,572		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile istihdam edilme değişkeni birbirinden bağımsızdır. Yani yatırım yapma niyetlerinin bireylerin mevcut istihdam durumlarından etkilenmediği söylenebilir.

Tablo 57. Gelir Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Gelir Durumu	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
2 020 TL ve altı	1	18	19
2 020 TL – 5 500 TL arası	12	49	61
5 501 TL – 10 000 TL arası	8	19	27
10 001 TL – 15 000 TL arası	8	7	15
15 501 TL – 25 000 TL arası	5	2	7
25 001 TL ve üzeri	4	2	6
Toplam	38	97	135
χ^2	22,705		
P	0,0001		

%5 hata payında X Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile gelir grupları birbirinden bağımsız değildir. Buna göre yatırım yapma niyetinin gelir gruplarına göre farklılaştığı, gelirin yatırım niyetine etkisinin olduğu söylenebilir. Bu sonuç zaten bilinen ve beklenen bir durumdur. Tablo 57'deki gelir düzeylerine bakıldığında; 2.020 TL ve altı gelirli insanların neredeyse hiç yatırımları olmaz iken gelire bağlı olarak yapılan tasarrufların finansal yatırımlara yönlendiği açıkça görülmektedir.

4.6.2.1.2. Y İçerisinde Ki-kare Bağımsızlık Testleri

Tablo 58. Cinsiyete Göre Finansal Yatırım Durumu

Cinsiyet	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Kadın	44	154	198
Erkek	75	205	280
Toplam	119	359	478
χ^2	1,292		
P	0,152		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) cinsiyet değişkeninden bağımsızdır. Yani Y Kuşağı içerisinde cinsiyet değişkeni ile yatırım yapma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

Tablo 59. Yaşa Göre Finansal Yatırım Durumu

Yaş	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
25-29	32	88	120
30-34	29	63	92
35-39	34	54	88
Toplam	95	205	300
χ^2	23,896		
P	0,0001		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) yaş grupları dağılımları açısından birbirinden bağımsız değildir. Yani Y Kuşağı yaş grupları arasında yatırım yapma niyeti açısından anlamlı bir farklılık vardır. Bu kuşak bireylerinin yaşları ilerledikçe finansal yatırımlara daha fazla girdikleri ifade edilebilir.

Tablo 60. Medeni Duruma Göre Finansal Yatırım Durumu

Medeni Durum	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Evli	25	96	121
Bekar	87	255	342
Toplam	112	351	463
χ^2	1,112		
P	0,176		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile medeni durum değişkenleri birbirinden bağımsızdır. Yani yatırım yapma niyeti ile medeni durum değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 61. Eğitim Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Eğitim Durumu	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
İlköğretim	2	14	16
Lise	20	67	87
Ön Lisans	13	46	59
Lisans	59	205	264
Yüksek Lisans	25	26	51
Doktora	1	1	2
Toplam	120	363	483
χ^2	20,560		
P	0,004		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile eğitim değişkenleri birbirinden bağımsız değildir. Yani yatırım yapma niyetinin eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu durum benzer şekilde X Kuşağı üyeleri için de aynı elde edildiğinden ayrıca bir yoruma gerek görülmemektedir.

Tablo 62. Meslek Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Meslek	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Kamu	17	45	62
Özel sektör	64	124	188
Ekonomist	7	6	13
Serbest meslek	17	46	63
Ev hanımı	0	10	10
Diğer	15	126	141
Toplam	120	357	477
χ^2	32,993		
P	0,0001		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile meslek grupları birbirinden bağımsız değildir. Yani yatırım yapma niyeti üzerinde meslek gruplarının anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu durum X Kuşağı içerisindeki dağılıma göre tam tersi bir şekilde çıkmıştır. Tablo 62. verileri incelendiğinde; özellikle ev hanımlarının hiçbir finansal yatırımlarının olmaması oldukça ilginçtir.

Tablo 63. Mevcut İstihdam Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Mevcut İstihdam Durumu	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
Çalışıyor	92	200	292
İş aramıyor	5	12	17
İş arıyor	1	14	15
Öğrenci	18	133	151
Diğer	4	3	7
Toplam	120	362	482
χ^2	27,166		
P	0,0001		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile istihdam edilme değişkeni birbirinden bağımsız değildir. Yani yatırım yapma niyetlerinin bireylerin mevcut istihdam durumlarından etkilendiği söylenebilir. Bu durum yine X Kuşağın da farklı çıkmıştır.

Tablo 64. Gelir Durumuna Göre Finansal Yatırım Durumu

Gelir Durumu	Finansal yatırım (Pay senedi, tahvil vs.) yapıyor musunuz?		
	Evet	Hayır	Toplam
2 020 TL ve altı	14	141	155
2 020 TL – 5 500 TL arası	34	152	186
5 501 TL – 10 000 TL arası	31	42	73
10 001 TL – 15 000 TL arası	10	14	24
15 501 TL – 25 000 TL arası	16	3	19
25 001 TL ve üzeri	15	5	20
Toplam	120	357	477
χ^2	102,747		
P	0,0001		

%5 hata payında Y Kuşağı bireyleri içinde yatırım yapma (niyeti) ile gelir grupları birbirinden bağımsız değildir. Buna göre yatırım yapma niyetinin gelir gruplarına göre farklılaştığı, gelirin yatırım niyetine etkisinin olduğu söylenebilir. Bu sonuç zaten bilinen ve beklenen bir durum olup, X Kuşağı için de benzer bir durum ortaya çıkmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya’da meydana gelen ekonomik büyüme ve gelişme sonucunda, sermaye piyasası ve yatırım araçları da paralel bir şekilde gelişim göstermektedir. Uluslar arası piyasaların önlerindeki engellerin kalkması ve 24 saatlik kesintisiz işleme olanak tanıyan bir sistemin varlığı finansal etkileşimi artırarak, yatırım ve ödeme araçlarında bireylerin istek ve ihtiyaçlarına göre düzenlenmesini ortaya sunmuştur. Değişen ihtiyaçlara göre şekillenen çeşitli yeni yatırım araçları ile asıl sağlanmak istenen Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde tasarrufların toplanarak, uygun yerlere dağıtımını sağlamaktır.

Tasarruf sahibi bireyler, birikimlerini değerlendirmek düşüncesi ile ellerinde var olan sermayeyi çeşitli finansal yatırım araçlarına yatırarak istedikleri tutarlarda bulunan birikimlere ulaşmayı hedefler. Seçtikleri strateji ve göze aldıkları riskler doğrultusunda da kendilerine en uygun yatırım araçlarını seçerek portföylerini oluşturma yoluna giderler. Bu davranışı gerçekleştiren yatırımcı, sermaye piyasalarının gelişimine öncülük eder. Bu da ekonomik kalkınma için kilit role sahiptir.

Gavcar ve Karataş (2001: 42) çalışmasında bireylere ait çeşitli demografik özelliklerin seçilen finansal yatırım araçlarına etkisi olduğunu belirtmiştir. Buna göre şehirde ikamet eden bireyler tasarruflarını değerlendirmek amacıyla; döviz, tahvil, borsa, kıymetli maden vb. araçlarda yoğunlaşır iken kırsal bölgelerde ikamet eden bireylerin; tarıma, yönelik yatırım veya gayrimenkul gibi yatırım enstrümanlarını seçtiğini söylemektedir. Ayrıca ekonomik belirsizliğin olduğu ortamlarda düşük gelir seviyesine sahip bireylerin en az riske sahip yatırım araçlarını seçme davranışının bulunduğu da bir başka söylemleri arasında yer almaktadır. Ödeme araçları tercihlerinde ise teknolojik gelişmeleri yakından takip eden bireyler ile etmeyen bireyler arasında farklı yöntemlerin uygulandığı gözlemlenmiştir.

Ekonomik ve politik kararlar, uygulanacak vergi politikaları, krizler, özelleştirme politikaları, piyasaların yapısı ve işleyişine ilişkin politikalar ve ticaret politikalarına ilişkin düzenlemeler, ülke sınırları içerisinde yaşamlarını devam ettiren bireyler üzerinde temel belirleyicilerden en önemlilerini oluşturmaktadır. Farklı dönemlerin beraberinde getireceği ekonomik ve politik faktörlerdeki değişimler, söz konusu

dönemlerde büyüyen bireylerin, davranış özelliklerinde birtakım değişimleri beraberinde getirmektedir. Dünya savaşları, ekonomik bunalımlar, siyasi ve toplumsal devrimler gibi olayların sıklığı toplumsal değerleri sarsmakta, farklı zaman dilimlerinde yaşamış yeni ve yetişkin kuşaklar arasında kopukluklara ve tercihlerinde farklılıklara neden olmaktadır (Erden, 2012:173).

Bu çalışmada, farklı kuşaklara mensup bireylerin tercih ettikleri finansal yatırım araçları ve ödeme araçlarının anlaşılması amaçlanmıştır. Araştırmada katılımcıların finansal yatırım ve ödeme davranışlarını anlayabilmek adına sorular sorulmuş, betimleyici istatistiklerin yanında karşılaştırmalar yapılmasında Peasron ki-kare testi uygulanmıştır.

Anket katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; katılımcıların %56,01'i erkek, medeni durumları %56,01 oranında bekar, en fazla meslek grubu %36,31 oranında özel sektöre ait iken gelir durumu en fazla %41,90 oranında 2020 TL ile 5500 TL aralığında olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların eğitim durumunun en fazla gözüktüğü oran %43,58 lisans mezunu, finansal okur-yazarlık eğitimleri ise %31,84 düzeyindedir.

Kuşakların teknolojik gelişmeler ve yaşadıkları dönemin sonucu olarak finansal eğitim alma düzeyleri Y Kuşağı'nda en fazla görülür iken onu X Kuşağı takip etmiş, BB Kuşağı'nın ise eğitim düzeyinde yetersiz kaldığı sonucuna varılmıştır. BB'lerin döneminde savaşın olumsuz etkilerinin yavaşça azalması, eskiden elit tabakaya özgü olan eğitim olanaklarının daha geniş bir yüzeye yayılmaya başlanması, göç sonucu nüfusu artan kentlerde eğitim alma fırsatı genişletilmeye çalışılsa da sonuçlar Y Kuşağı'nın yaşadığı dönemdeki gibi gerçekleşmemiştir. Y Kuşağı'nın BB'lere kıyasla, başarının yeni bilgiler öğrenerek sağlanabileceğini düşündükleri için eğitim alanında diğer kuşaklara göre daha fazla akademik odaklı ilerlemişlerdir. Üniversite sayılarının, doktora ve yüksek lisans yapan öğrenci sayılarında yaşanan hızlı artış bunu destekler niteliktedir. Y Kuşağı'nın bu olanaklar içerisinde yetişmiş olması finansal yatırım anlayışlarında birbirine göre farklılaşmaya itmiştir. Teknoloji ile daha içli dışlı olarak yetişen Y Kuşağı, teknolojiyi daha rahat ve kolaylıkla kullanabildikleri için önceki kuşaklara kıyasla daha fazla yatırım yaptıkları söylenebilmektedir.

Kuşakların finansal yatırımlardan temel beklentileri BB ve X Kuşağı'nda devamlı gelir elde etme isteği olarak karşımıza çıkar iken Y ve M Kuşağı bireylerinde yüksek getiri beklentisi olmuştur. Bu sonuç ile birbirlerini takip eden kuşakların yatırımda benzer özellikleri gösterebildikleri ve Y ile M Kuşağı'nın daha lüks tüketime düşkün oldukları için daha fazla gelire sahip olmak istedikleri görülmektedir. Ayrıca daha düzenli ve istikrarlı bir hayat yaşamakta olan BB Kuşağı bireyleri bu hayatlarını sorunsuz olarak sürdürebilme isteği içerisindedirler. Finansal yatırım yapan kuşakların büyük bir çoğunluğu portföylerinde %12 oranında pay senetlerini tercih ettiği görülmektedir. Bunun nedeni olarak pay senetlerinin sağlamakta olduğu düşük işlem maliyeti, çeşitlendirme fırsatı, farklı iki taraf arasında ortaya çıkabilecek bilgi farklılığını yani bilgi asimetrisinin azalması gibi avantajlar olarak sıralanabilir. Türk sermaye piyasasında kuşak dağılımları açısından yatırımcı sayıları itibariyle en düşük grubun Milenyum Kuşağı olduğu görülmüştür. Bu durumun genç ve gelir birikimlerinin düşük olmasından kaynaklandığı için tutarlı bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Kuşakların yatırım kararı almalarında ve portföylerini izlemeye kullandıkları bilgi kaynakları X ve Y Kuşağı'nda internet olarak göze çarpmaktadır. İlk kişisel bilgisayarların X Kuşağı zamanında satışa sunulması ve kullanılmaya başlanmış olması onları bu cevaba iter iken Y Kuşağı'nda ise bu teknoloji yaşamlarının bir parçası haline gelmeye başlamasından kaynaklanmaktadır. Kültürlerine ve otoriteye bağlı, kanaatkar yapıya sahip olan Baby Boomers Kuşağı ise bilgi kaynağı olarak en fazla kendi değerlendirmelerini tercih etmektedir. Buna bağlı olarak yatırımlarında kendine güveninin fazla olduğu görülen BB Kuşağı yatırım kararlarında bilgi alma sıklığı olarak hiçbir zaman almadığını belirtmesi ile önceki ifadeleriyle doğru orantılı davranış sergilemektedir. X, Y ve M Kuşağı bireylerinde ise teknolojiye hızla erişim sağlayabilmeleri sonucunda her zaman bilgi almayı tercih ettikleri görülmüştür. Bilgi alma sıklığında gözlemlenen farklılaşmanın belirleyici rolü olarak yine eğitim seviyesi ve teknoloji olduğu söylenebilmektedir.

Çocuklarına ve bir önceki kuşak döneminden olan ebeveynlerine bakmalarından dolayı Sandviç Kuşağı olarak da adlandırılan BB'ler bu durumu destekleyecek şekilde yatırımlarını, ailelerini ve kendilerini ekonomik olarak koruma amacı ile yaptığı görülmektedir. Diğer kuşaklara göre daha refah bir toplumda ve ekonomik

ortamda büyükleri için yaşamın her anından tat almaya yönelik felsefeyi benimseyen Y Kuşağı ise yatırım yapma amacı olarak paralarını daha iyi kullanabilmeyi amaçlamıştır. Bunun sonucunda Y Kuşağı, daha fazla getiri ile tüketim harcamalarını daha iyi bir şekilde gerçekleştirmeyi hedefleyerek diğer kuşaklardan farklılaşma göstermiştir.

Ailesine bağlı, muhafazakar yapıya sahip ve ilerleyen yaşlarına bağlı olarak BB Kuşağı yatırım yaparken risk almadığını ifade etmiştir. Özgüven sahibi bir kuşak olarak nitelendirilen BB'ler tarafından yetiştirildikleri ve onların karşısında silik/özümsüz kaldıkları için Gölge Kuşak adı ile anılan X Kuşağı, yaşamları boyunca tedbiri elden bırakmamış ve bu da yatırımlarına yansarak risk alma düzeyleri %50 oranında evet ve hayır olarak görülmüştür. Sabırsız, hırslı ve uzun vadeli planlar yapmamakla tanınan Y Kuşağı'nın ise yüksek kazanç beklentisi içerisinde bulunması sonucunda yatırım yaparken en fazla risk almayı tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Bu bilgiler ışığında kuşakların içerisinde bulundukları dönemin şartlarından etkilenecek risk konusunda da farklılaşma gösterdiği kanısına ulaşılmıştır.

Katılımcılardan %54,33'lük kısım nakit ödeme kullanımının, nakit dışı ödeme araçlarına kıyasla daha iyi olduğunu düşünmelerine rağmen uygulamada nakit dışı ödeme araçlarına çağın gerekliliğinin sonucunda daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Kuşakların en sık kullandığı finansal ödeme araçlarına bakıldığında ise BB Kuşağı üyeleri %51,51 banka ve debit kartlarını; X Kuşağı üyeleri %63,63 kredi kartlarını; Y Kuşağı %54,23 kredi kartlarını ve M Kuşağı %39,13 (9/23) oranında ön ödemeli/prepaid kartlarını tercih ettikleri sonucuna varılmaktadır. Bu bize eski kuşakların daha fazla nakde olan güvenlerini, para kazanmadan harcamama isteğinin çok belirgin olarak gösterirken, toplumsal yapı ve değerlerdeki değişimin bir başka göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ayrıca M Kuşağı bireylerinin ön ödemeli/prepaid kartlarını tercih etmelerinin sebebi yaşlarından ötürü ekonomik seviyelerinin yetersiz kalması ve buna bağlı olarak tutarlı olarak harcama yapabilmelerinden kaynaklanmaktadır.

Kredi kartı, banka kartı gibi nakit dışı ödeme araçlarının (online cüzdanlar, mobil cüzdanlar, GSM ile ödeme, yeni nesil ödeme/sanal POS) kullanma düzeylerinde ise

kuşakların değişimine paralel olarak artış gözlemlenmiştir. Teknolojiden uzak kalarak nakit dışı ödeme araçlarını tercih etmeyen BB'lerin aksine nakit dışı ödeme araçlarını en fazla kullanan kuşak grubu 420 evet cevabını vererek Y Kuşağı olmuştur.

Bu kapsamda ayrıca yeterli veri yapısına sahip olan X ve Y Kuşakları'nın kendi içerisindeki bazı demografik ve sosyal değişkenlere göre finansal yatırım yapma durumuna ilişkin karşılaştırmalar yapılarak çalışmada farklı bir alana ışık tutulmaya çalışılmıştır. X Kuşağı açısından şu sonuçlar ifade edilebilir: Cinsiyet, yaş, medeni durum, meslek ve istihdam durumları grup değişkenlerinin yatırım yapma durumları üzerinde etkisinin olmadığı; ancak gelir ve eğitim gruplarının ise yatırım yapma üzerinde etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Eğitimin artmasına bağlı olarak finansal yatırım ve teknolojik araçların öğrenilerek kullanıldığı; yine gelire bağlı olarak yapılan tasarrufların finansal yatırımlara yönlendiği açıkça belirtilebilir. Y Kuşağı açısından ise elde edilen sonuçlar: Cinsiyet ve medeni durum gruplarının yatırım yapma durumları üzerinde etkisinin olmadığı; ancak yaş, eğitim durumu, meslek, istihdam durumu ve gelir gruplarının ise yatırım yapma üzerinde etkisi olduğu ifade edilebilmektedir.

Çalışma sonucunda; demografik ve sosyoekonomik değişkenler ile kuşakların finansal yatırım ve ödeme araçlarındaki tercihleri, tutum ve davranışları incelendiğinde kuşaklararası farklılığın görüldüğü tespit edilmiştir. Eski kuşaklarda yer alan yatırımcıların yaş durumuna bağlı olarak teknolojik yenilikler ve gelişmeleri yakalayamadığı için kullandıkları ödeme araçlarında yetersiz kaldıkları gözlemlenir iken yeni kuşakların teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, finansal yatırım eğilimlerinde ve ödemelerinde uyguladıkları görülmüştür. İleride yapılacak başka çalışmalarda kuşaklar arasındaki başka farklılık düzeyleri de incelenerek çalışmanın sonuçları ile kıyaslanabilir.

KAYNAKÇA

- Acılioğlu, İ. (2015). *İş'te Y Kuşağı*, Elma Yayınevi, 1. Baskı: Ankara.
- Adıgüzel, O., Batur, H.Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:19, Cilt:1, s: 165-179.
- Aka, B. (2017). Kamu ve Özel Sektörde Çalışan Yöneticilerin Kuşak Farklılıkları ve Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir İlinde Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İzmir.
- Akdemir, A., Konakay, G., Demirkaya, H. vd. (2013). Y Kuşağının Kariyer Algısı, Kariyer Değişimi ve Liderlik Tarzı Beklentilerinin Araştırılması, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2, s: 13-23.
- Akgüç, Ö. (1998). *Finansal Yönetim*, 7. Baskı, Avcıol Basım Yayın: İstanbul.
- Aksoy, A. ve Tanrıöven, C. (2014) *Sermaye Piyasası Yatırım Araçları ve Analizi*, 5.Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Aksu, B. ve Yücebalkan, B. (2013). Potansiyel İşgücü Olarak Y Kuşağının Transformasyonel Liderlerle Çalışabilirliğine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, s:16-20.
- Aksu, M. ve Sakarya, Ş. (2016). Pay Senetlerinin Varantlara Dayanak Varlık Oluşunun Pay Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi: Olay Çalışması Yöntemi ile BIST'te Bir Uygulama, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:19, Sayı:36, s: 21-26.
- Akşehirlioğlu, O. (2002). Elektronik Para ve Ekonomi Üzerindeki Etkileri, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü*: İstanbul.
- Alpaslan, H.İ. (2014). Yeni Bir Finansman Aracı Olarak Sukuk (Kira Sözleşmesi) ve Muhasebeleştirilmesi, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt:6, Sayı:11, s: 15-24.

Altın, H. (2016). Borsa İstanbul'da İşlem Gören Yatırım Fonlarının Performanslarının Değerlendirilmesi, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:8, Sayı:3, s: 67-70.

Altun, Ö. (2016). Elektronik Ticaret, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi ve Türkiye Uygulaması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Balıkesir.

Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, s: 203-211.

Alponat, T. (2006). Kartlı Ödeme Sistemlerinin Ekonomiye Etkisi ve Türkiye'de Kartlı Ödeme Sistemleri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Alwin, D.F. ve McCammon, R.J. (2007). Rethinking Generations, *Research in Human Development*, Cilt:3, Sayı:4, s: 219-370.

Anıl, H.A. (2011). Kültürel Değişme Açısından Kuşaklararası Çatışma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.

Apak, S. ve Demirel, E. (2009). *Finansal Yönetim Cilt.1 Sermaye Piyasaları*, Papatya Yayıncılık: İstanbul.

Arasan, O. (2016). Bistech Geçişinin Varantlara Getirdiği Yenilikler ve Varant Yatırımcılarının Deneyimlerinin Karşılaştırılması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Arnould, E., Price, L., ve Zinkhan, G., (2004). *Consumers*, 2. Baskı, McGraw Hill: New York.

Arsenault, P.M. (2004). Validating Generational Differences A Legitimate Diversity and Leadership Issue, *The Leadership & Organization Development Journal*, Cilt: 25, Sayı: 2, s: 124-141.

Arslan, A. ve Staub, S. (2015). Kuşak Teorisi ve İçgirişimcilik Üzerine Bir Araştırma, *KAÜ İİBF Dergisi*, Cilt:6, Sayı:11, s: 1-16.

Arslan, Y. Ve Polat, S. (2016) Eğitim Örgütlerinde Kuşakları Arası Çatışma: Nedenleri ve Başa Çıkma Yolları, *KEFAD*, Cilt:17, Sayı:1, s: 265-267.

- Arymbaev, J. (2010). Türkiye’de Altın Piyasasının Yeniden Yapılandırılmasında İstanbul Altın Borsası’nın Yeri ve Finans Sektörüne Katkıları, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Asil, Ü. (2010). Kıymetli Madenlerin Sermaye Piyasasında Fon ve Portföy Oluşturulmasında Kullanılması, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü*: İstanbul.
- Ataman, Ü. ve Kibar, H. (1999). *Pay Senetlerinin Gerçek Değerinin Hesaplanması*, 1. Baskı, Türkmen Kitabevi: İstanbul.
- Avcı, N. Kaymakçı, O. ve Şen, R. (2007). *Uluslararası Ticarete Giriş*, Nobel Yayın Dağıtım: İstanbul.
- Aydın, E. (2017). Temel Analiz Yöntemiyle Pay Senedi Değerlemesi ve BIST’te İşlem Gören Kimya Sektöründeki Şirketler Üzerine Bir Uygulama, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Aydın, G.Ç. ve Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?, *Electronic Journal of Vocational Colleges, Cilt:4, Sayı:4*, s: 1-12.
- Aydın, E. ve Ayyıldırım, K. (2015). Kira Sertifikalarının ve Varlık Kiralama Şirketlerinin Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi Bakımından Değerlendirilmesi, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı:46*, s: 43-69.
- Aydın, N. Kayacan, M. Sayılır, Ö. Taylan, S. ve Afşar, A. (2012). *Borsaların Yapısı ve İşleyişi*, TC. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2532, Açıköğretim Fakültesi Yayınları 1503: Eskişehir.
- Ayhün, S.E. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, Cilt:2, Sayı:1*, s: 93-109.
- Aysan, N. (2007). Borsa Yatırım Fonları, Borsa Yatırım Fonları’nın Gelişmekte Olan Ülke Borsalarının Etkinliğine ve Derinliğine Etkisi, İMKB Örneği ve İMKB’de Uygulanışı, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Aytekin, A. ve Yücel, Y.B. (2017). Yeni Ödeme Teknolojilerinin İş Hayatına Etkileri, *ASEAD, Cilt: 4, Sayı: 12*, s: 93-106.

Babuşçu, Ş. ve Hazar, A. (2007) *Menkul Kıymetler ve Diğer Sermaye Piyasası Araçları*, 1. Baskı, Akademi Consulting-Training: Ankara.

Baş, T. (2005). *Anket Nasıl Hazırlanır, Uygulanır, Değerlendirilir*, Seçkin Yayıncılık: Ankara.

Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı (2012). *Kira Sertifikası Yatırımcı Kılavuzu*, s: 1-5.

<https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2018/11/Sabit-Kira-%C3%96demeli-Kira-Sertifika%C4%B1-Yat%C4%B1r%C4%B1mc%C4%B1-K%C4%B1lavuzu.pdf>

(Erişim Tarihi: 04/12/2019)

Bayhan, V. (2014) Milenyum veya Y Kuşağı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, s: 90-108.

Berk, N. (2005). *Finansal Yönetim*, 8. Baskı, Türkmen Kitabevi: İstanbul.

Berkup, S. B. (2015). Sosyal Ağlarda Bireysel Mahremiyet Paylaşımı: X ve Y Kuşakları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İzmir.

Bezirci, S.Ş. (2012). Farklı Kuşaklardaki Hemşirelerin Meslekten ve İşten Ayrılma Niyetleri ile İş Doyumlarının İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü: İzmir.

BIST (2017) *Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası, Borsa İstanbul Vadeli İşlem ve Opsiyon Piyasası (VİOP)*, <https://www.borsaistanbul.com/data/kilavuzlar/VIOP-Hakkinda-SSS.pdf> (Erişim Tarihi: 17/09/2019)

Bilgin, U.G. (2011). Vadeli İşlem Piyasalarında Arbitraj ve Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası (VOB) İçin Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Bilir, H. ve Çay, Şerif. (2016). Elektronik Para ve Finansal Piyasalar Arasındaki İlişki, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 2, s: 21-24.

Bolak, M. (2001). *Sermaye Piyasası: Menkul Kıymetler ve Portföy Analizi*, 2.Baskı, Beta Yayınevi: İstanbul.

Boratav, K. (2005). *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*, 8. Baskı, İmge Yayınevi: Ankara.

- Brown, D. (2003). Ways Dietitians of Different Generations can Work Together, *Journal of the American Dietetic Association*, Cilt:11, Sayı:103, s: 1461-1462.
- Bulgan, G. ve Göktaş, P. (2016). X, Y ve Z Kuşağı Engellilerinin Turizme Erişilebilirliğinin Karşılaştırılması, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1, s: 26-28.
- Can, H. ve Güner, S. (1999). *Kıymetli Evrak Hukuku*, 1. Baskı, Siyasal Kitabevi: Ankara.
- Canbaş, S. ve Doğukanlı, H. (1997). *Finansal Pazarlar*, 2. Baskı, Beta Basım Yayım: İstanbul.
- Canbaş, S. ve Doğukanlı, H. (2007). *Finansal Pazarlar: Finansal Kurumlar ve Sermaye Pazarı Analizleri*, 3. Baskı, Karahan Kitabevi: Adana.
- Ceylan, A. ve Korkmaz, T. (2004). *Sermaye Piyasası ve Menkul Değer Analizi*, 2.Baskı, Ekin Kitabevi: Bursa.
- Ceylan, A. (2014). X ve Y Kuşağı Öğretmenlerin İdeal Liderlik Algıları: Fatih İlçesi İlköğretim Okullarında Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.
- Chambers, N. (2009). *Firma Değerlemesi*, 2. Baskı, Beta Basım: İstanbul.
- Chen, H. (2010). Advertising And Generational Identity: A Theoretical Model, *American Academy of Advertising Conference Proceedings*, s: 132-140.
- Combes, B. (2006). Techno Savvy Or Techno Oriented: Who Are The Net Generation?, *A-LIEP*, s: 401-407.
- Comte, A.(1974). *The Positive Philosophy*, 1. Baskı, AMS Press: New York.
- Costanza, D.P., Badger, J., Fraser, R., Severt, J. ve Gade, P. (2012). Generational Differences in Work-Related Attitudes: A Meta-Analysis. *Journal of Business and Psychology*, Sayı:27, Cit:4, s: 375-394.
- Costanza, D. P. ve Finkelstein, L. M. (2015). Generationally Based Differences in the Workplace: Is There a There There?, *Industrial and Organizational Psychology*, Cilt:8, Sayı:3, s: 308-323.

Coşar, Ö. (2011). Görsel İşitsel Medyanın Gelişimi, *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, Sayı: 442, s: 47-50.

Coupland, D. (1989). The Young and Restless Work Force Following the Baby Boom: Generation X, (<https://joelclark.org/dossiers/GenerationX.pdf>) (Erişim Tarihi: 05/08/2018).

Crumpacker, D.M. ve Crumpacker, J.M. (2007). Succession Planning and Generational Stereotypes: Should HR Consider Age-Based Values and Attitudes a Relevant Factor or a Passing Fad?, *Public Personnel Management*, Cilt: 36, Sayı: 4, s: 349-369.

Çamsarı, U.M. (2013) “Z Kuşağı Çocukları”, *Genç Haber Dergisi*, Cilt:1, Sayı:1, 26-28.

Çarıkçı, İ.H. ve Göktaş, P. (2015). Kuşakların Siyasal İletişim Kültür ve Liderlik Açısından Değerlendirilmesi, *MAKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:2, Sayı:3, s: 7-28

Çay, Ş. (2015). Elektronik Ödeme Sistemlerinin Finansal Piyasalara Etkisi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Çavuş, M.F. (2006). Bireysel Finansmanın Temininde Kredi Kartları: Türkiye’de Kredi Kartı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, s: 173-187.

Çebi, A. ve Ünkaya, G. (2018). Finansman Modeli Olarak Murabaha Sukuk: Türkiye’deki Uygulaması ve Muhasebeleştirilmesi, *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, Cilt:10, Sayı:4, s: 9-13.

Çelik, İ. (2012) Vadeli İşlem Piyasasında Fiyat Keşfi: İzmir Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsasında Ampirik Bir Uygulama, Elma Basım: Ankara. <https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/794/vadeliKitap.pdf> (Erişim Tarihi: 09/10/2019)

- Çelik, M. (2014). Hizmet Sektöründeki Y Kuşağı Çalışanlarının İş Hayatındaki Beklentileri (İstanbul Örneği), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Çelik, İ. Özdemir, A. Gürsoy, S. ve Ünlü, H.U. (2018). Gelişmekte Olan Pay Senedi Piyasaları ile Kıymetli Madenler Arasındaki Getiri ve Volatilite Yayılımı, *Ege Akademik Bakış, Cilt: 2, Sayı: 2*, s: 217-220.
- Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:14, Sayı:28*, s: 157-197.
- Çınar, E.S. (2016). Farklı Kuşaklardaki Hemşirelerin Çalışma Ortamları Algısı ile İşten ve Meslekten Ayrılma Niyetinin İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İzmir.
- Çiftçi, Ö.H. (2011). Türev Piyasalar ve Türk Bankacılık Sektöründeki Uygulamalar, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Isparta.
- Çorum, A.A. (2012). Y Kuşağına Yönelik İnsan Kaynakları Uygulamaları ve Bir Şirket Örneği, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Daloğlu, E.S. (2013). Çalışma Algısı Üzerine Kuşaklar Arası Bir Analiz, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İzmir.
- Demirdöğmez, M., Küçükoğlu, M. ve Taş, H.Y. (2017). Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Cilt:7, Sayı:13*, s: 1031-1044.
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E. ve Atan, Ö. (2015). Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırması, *Journal of Business Research-Türk, Cilt:7, Sayı:1*, s: 186-204.
- Dereli, B. ve Toruntay, H. (2015). Örgütlerde Kuşakların İş Değerleri, Motivasyon ve Mentorluk Kavramlarına Dayalı Yönetimi, *Tartışma Metinleri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü*: İstanbul.

Duramaz, S. ve Dündar, S. (2014). Elektronik Ödeme Sistemlerinin Karşılaştırılması: Türkiye ve İtalya Örneği, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1, s: 24-37.

Durmuş, Ö. (2016). Türev Ürün Kullanımını Belirleyen Faktörler: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Denizli.

Domaniç, H. (1978). *Anonim Şirketler*, 1. Baskı, Eğitim Yayınları: İstanbul.

Doğukanlı, H. (2008). *Uluslararası Finans*, 1. Baskı, Karahan Kitapevi: Adana.

Dönmez, Ç.A. (2002). Türkiye’de Yatırım Fonlarının Geliştirilmesi İçin Bir Uygulama Önerisi: Borsa Fonları (Exchange Traded Funds), *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, Cilt:5, Sayı:26, s: 42-49.

Dönmez, Ç.A. vd. (2002). *Finansal Vadeli İşlem Piyasalarına Giriş*, İMKB Yayınları: İstanbul.

Dönmez, İ. (2008). Konut Finansmanında İpoteğe Dayalı ve İpotek Teminatlı Menkul Kıymetler ve Türkiye Uygulaması, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Egri, C. P. ve Ralston, D. A. (2004). Generation Cohorts and Personal Values: A Comparison of China and the United States, *Organization Science*, Cilt:15, Sayı:2, s: 210-220.

Eken, M.H. ve Kale, S. (2018). Finans Teorisi Kapsamında Para Arzı Bileşenleri Üzerine Bir İnceleme: TCMB Örneği, *Kırklareli Üniversitesi İİBF Fakültesi Dergisi*, Cilt:7, Sayı:3, S: 176-187.

Ekşili, N. ve Antalyalı, Ö.L. (2017). Türkiye’de Y Kuşağı Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma: Okul Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma, *NWSAHS*, Cilt:12, Sayı:3, s: 91-96.

Elgin, C., Erzan, R. ve Kuzubaş, U. (2015) Türkiye’de Nakit ve Kart Ödemelerinin Karşılaştırmalı Maliyeti, Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi ve Ekonometri Merkezi <https://newsroom.mastercard.com/eu/files/2015/06/MasterCard-Arastirma-NakitsizYasam-131013.pdf> (Erişim Tarihi: 19/07/2019).

- Erden, S. (2012.) Kültürel Değişimlerin Örgütlerde Çatışmalara Etkisinin İncelenmesi: Akademisyenlere Yönelik Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Çanakkale.*
- Ertuğrul, M. Sayılır, Ö. ve Ulutekin, M. (2012). *Menkul Kıymet Yatırımları, Açıköğretim Fakültesi Yayınları: Eskişehir.*
- Erol, Ü. (1999). *Vadeli İşlem Piyasaları Teorik ve Pratik*, 1. Baskı, İMKB Yayınları: İstanbul.
- Etlican, G. (2012). X ve Y Kuşaklarının Online Eğitim Teknolojilerine Karşı Tutumlarının Karşılaştırılması, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.*
- European Central Bank (ECB) (2010). *The Payment System-Payments, Securities and Derivatives and the Role of The Eurosystem*, ECB Report, Editor: Tom Kokkola <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/paymentsystem201009en.pdf> (Erişim Tarihi: 09/07/2019).
- Fenzel, J. L. (2013). Examining Generational Differences in the Workplace: Work Centrality, Narcissism, and Their Relation to Employee Work Engagement, <https://dc.uwm.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1355&context=etd>, (Erişim Tarihi: 06/07/2019).
- Gavcar, E. ve Karataş, M. (2001). Bazı Meslek Gruplarının Tasarruf Eğilimlerinin Araştırılması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, Sayfa: 38-46.*
- Gider, A. (2014). Mobil Pazarlama ve Üniversite Öğrencilerinin Mobil Pazarlama Algısı: Nazilli'deki Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Aydın.*
- Gilleard, C. (2004). Cohorts and Generations in the Study of Social Change, *Social Theory and Health, Cilt:2, Sayı:1, s: 106–119.*
- Giancola, F. (2006). The Generation Gap: More Myth than Reality, *Human Resource Planning, Cilt:29, Sayı:4, s: 32-37.*

Gökgöz, A. (2015). Kira Sertifikalarının (Sukukun) Muhasebeleştirilmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:66, s: 151-160.

Gökgül, M. (2014). Türkiye’de Elektronik Ticaret ve İşletmelere, Tüketicilere Sağladığı Avantajlar, Dejavantajlar, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.

Göl, B. ve Ediz, Ç. (2019). Toplu Ulaşımında Akıllı kart Kullanımının Değerlendirilmesi ve Seul Örneği, *Akıllı Ulaşım Sistemleri ve Uygulamaları Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 1, s: 2-5.

Gözener, E. (2009). Mobil Ödeme, Mobil Ödeme Sistemlerinin Çalışma Şeklinin İncelenmesi ve Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü*: İstanbul.

Günel, V. (1987). *Sermaye Piyasası Hukuk*, SPK Yayın: Ankara.

Gündoğdu, A. (2012). Türk Sermaye Piyasasında Yapılandırılmış Yeni Bir Finansal Ürün: Varant, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt:4, Sayı:1, s: 58-64.

Gürbüz, S. (2015). Kuşak Farklılıkları: Mit mi, Gerçek mi?, *İş ve İnsan Dergisi*, Cilt:2, Sayı:1, s: 39-43.

Haeberle, K., Herzberg, J. ve Hobby, T. (2009). Leading the Multigenerational Work Force, *Healthcare Executive*, Cilt.24, Sayı.5, s: 62-67.

Heselbarth, R. (1999). Good Managers Must Cross-Millennial Generation Gap, *Contractor Magazine*, Cilt: 46, Sayı: 7, 1999, s: 10-12.

Howe, N. ve Strauss, W. (1997) *The Fourth Turning: an American Prophecy*, Broadway Books: New York.

Işın, F.B. (2006). Teknoloji Araçlarının Bankacılık Sektöründe Uygulanabilirliği ve Türkiye’deki Bu Doğrultudaki Bankacılık Uygulamalarının Değerlendirilmesi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 20, Sayı: 2, s: 108-114.

İçellioğlu, C.Ş. (2019). Bir Sermaye Piyasası Aracı Olarak Sukuk: S&P Sukuk Endeksi ve Geleneksel Tahvil Endeksi Üzerine Bir Uygulama, *BAİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt:19, Sayı:1, s: 44-53.

İliç, D.K. ve Yalçın, B. (2017). Y Jenerasyonun Farklılaşan İş Değerleri ve Liderlik Algılamaları, *Journal of Yaşar University*, Cilt:12, Sayı:46, s: 136-156.

İMKB Yayınları (2011). *Sermaye Piyasası ve Borsa Temel Bilgiler Kılavuzu*, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları: İstanbul.

İşçimen, D.S. (2012). Y Kuşağı Çalışanların İş Yaşamından Beklentilerinin Karşılama Düzeyi ile Kurumsal Bağlılık Arasındaki İlişkiye Bir Örnek Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.

İşler, B. ve Gülaç, H. (2017). Mobil Ödemeler, Güvenlik Sorunları ve Çözüm Önerileri, *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 2*, s: 53-60.

İzmirlioğlu, K. (2008). Konumlandırmada Kuşak Analizi Yardımıyla Tüketici

Algılarının Tespiti: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Muğla.

Jain, V. ve Pant, S. (2012). Navigating Generation Y For Effective Mobile Marketing In India: A Conceptual Framework, *Mobile Marketing Association IJMM, Cilt:7, Sayı:3*, s: 58-59.

Joshi, A. Dencker, J.C. ve Franz, G. (2011). Generations in Organizations, *Research in Organizational Behavior, Sayı:31*, s: 177-205.

Kaplan, E.A. (2018). Mobil Bankacılık Kullanım Niyeti ve Davranışında Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi-2 ve Güven Faktörlerinin Etkisinin Araştırılması, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Niğde.

Karaaslan, S. (2014) Kuşaklararası Farklılıkları Örgütler Üzerinden Anlamak: Bir Alan Araştırması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.

Karabıyık, L.E. (1997). *Menkul Kıymetler Borsası ve Diğer Yatırım Alternatifleri*, 1. Baskı, Marmara Kitabevi: Bursa.

Karabulut, M.F. (2012). Gelir Vergisi Kanunu'na Göre Gerçek Kişilerin Menkul Kıymetler ile Diğer Sermaye Piyasası Araçlarının Vergilendirilmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.

Karabulut, Z.E. (2018). Mobil Sistemler Üzerinde, Biyometrik, NFC ve Konum Bilgilerini Kullanarak Kişi Tanıma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü*: İstanbul.

Karahan, F. ve Kayalı, M.M. (2015) Borsa Yatırım Fonlarının Endeks Piyasalarda Uzun Dönemli İlişki Üzerindeki Etkisi: İMKB-30 Endeksi Üzerine Bir Uygulama, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:46*, s: 129-131.

Karan, M.B. (2004).*Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi*, 1.Baskı, Gazi Kitabevi: Ankara.

Karaşin, A.G. (1989). *Sermaye Piyasası Analizleri*, 1.Baskı, SPK Yayınları: Ankara.

Karatepe, Y. (2000). *Türev Piyasaları*, 1. Baskı, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını: Ankara.

Karşlı, M. (1989). *Sermaye Piyasası: Borsa, Menkul Kıymetler*, 3.Baskı, Beta Basım Yayın: İstanbul.

Karşlı, M. (2003) *Sermaye Piyasası, Borsa, Menkul Kıymetler, 5. Baskı, Alfa Yayınları: İstanbul*

Kasımoğlu, M. Yetgin, F. ve Küçükçolak, A. (2018). Kira Sertifikaları, Türkiye Tecrübesi ve Bir Vaka Çalışması, *İstanbul İktisat Dergisi, Cilt:68, Sayı:1*, s: 1-25.

Kavalcı, K. ve Ünal, S. (2016). Y ve Z Kuşaklarının Öğrenme Stilleri ve Tüketici Karar Verme Tarzları Açısından Karşılaştırılması, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:20, Sayı:3*, s: 1034-1036.

Kayabaşı, A., Taşkın, E. ve Kayık, M. (2016). Y Kuşağının Türk ve Yabancı Firmalara Ynelik Algıları: Çok Boyutlu Ölçekleme ile Analiz, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:49*, s: 29-32.

Keleş, H.N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt:3, Sayı:2*, s: 129-133

Keleş, H.N. (2013). Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi, *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:13, Sayı:26*, s: 23-29.

Kerse, G. (2016). Motivasyon Araçlarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Kamu Kurumlarındaki X ve Y Kuşağı Karşılaştırması, *BMSIS, Cilt:4, Sayı:1*, s: 1-23.

Keskindemir, S.T. (2016). İş Sağlığı Güvenliği Düzenleme ve Uygulamalarına İlişkin Kuşaklar Arası Farklılıklara Dair Mavi Yakalı Çalışanlar Özelinde Manisa İlinde Bir Uygulama, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.

Kıllı, M. ve Evcı, S. (2017). Altın Vadeli İşlem Sözleşmelerinin Muhasebeleştirilmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:76*, s: 127-131

Kidwell, D.S. ve Peterson, R.L. (1981). *Financial Institutions, Markets and Money*, 1.Baskı, Dryden Press: Chicago.

Kirdaban, M.İ. (2005). Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler ve Ödeme Sistemlerinin Finansal Sistem İstikrarı Üzerindeki Etkileri, *Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü*: Ankara.

Kirdaban, M.İ. (2011). Finansal Sistem İçerisinde Ödeme Sistemleri ve Hizmetleri: Türkiye Örneğinde Gözetim ve Avrupa Birliği Uyum Süreci, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.

Korkmaz, Tufan. ve Uygurtürk, H. (2009). Türkiye’de İşlem Gören Pay Senedi Ağırlıklı Yatırım Fonlarının Performans Karşılaştırması, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), Cilt:1, Sayı:1*, s: 1-4.

Kuğuoğlu, Y. (2012) Türkiye’de Türev Piyasaları Çerçevesinde Vadeli İşlemler ve Varant Piyasaları (Malatya Örneği), *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Malatya.

Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management, *The Health Care Manager, Cilt:19, Sayı:1*, s: 65-76.

Kurar, İ. ve Çetin, A.C. (2016). Türev Araçlarının Risk Yönetim Fonksiyonu: Vadeli İşlem Piyasası Risk Yönetimi Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:21, Sayı:2*, s: 403-425.

- Kuru, İ. (2014). Y Kuşağı ve İş Yaşam Dengesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Kuyucu, M. (2014). Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:13, Sayı:49*, s: 55-65.
- Küçükçolak, Necla (2008). Faizsiz Finansman Sertifikası Sukuk'un Türk Sermaye Piyasası Açısından Değerlendirilmesi, *Finans Politik&Ekonomik Yorumlar Dergisi, Cilt:45, Sayı:520*, s: 23-34.
- Kütük, Ö. (2014). Türev Araçlar ve Türk Bankacılık Sektöründeki Uygulamaları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.
- Konuralp, G. (2005). *Sermaye Piyasaları: Analizler, Kurumlar ve Portföy Yönetimi*, 2.Baskı, Alfa Yayınları: İstanbul.
- Korkmaz T. ve Ceylan, A. (2006). *Sermaye Piyasası ve Menkul Değer Analizi*, 3.Baskı, Ekin Kitabevi: Bursa.
- Korkmaz, T. ve Ceylan, A. (2018) *Sermaye Piyasası Temel Konular*, 2. Baskı, Ekin Kitabevi: Bursa.
- Krywulak, T. ve Roberts, M. (2009). *Winning the "Generation Wars": Making the Most of Generational Differences and Similarities in the Workplace*, The Conference Board of Canada: Canada.
- Kyles, D. (2005). Managing your Multigenerational Workforce, *Human Resource Management International Digest, Cilt:14, Sayı:3*, s: 52-55.
- Lamm, E. ve Meeks, M.D. (2009). Workplace Fun: The Moderating Effects Of Generational Differences, *Employee Relations, Cilt: 31, Sayı: 6*, s: 613-631.
- Latif, H. ve Serbest, S. (2014).Türkiye'de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı, *Gençlik Araştırmaları Dergisi, Cilt:2, Sayı:4*, s: 132-154.
- Lauzon, E. (2010). Are You Ready For Generation Z?, *Enterprise Innovation, Cilt: 6, Sayı: 2*, s: 44-46.

- Levickaite, R. (2010). Generations X Y Z: How Social Networks Form the Concept of the World Without Borders the Case of Lithuania, *LIMES, Cilt: 3, Sayı:2*, s: 170-183.
- Lower, Judith (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y, *Critical Care Nurse, Cilt:28, Sayı:5*, s: 80-84.
- Mannheim, K (1952). The Problem Of Generations, Ed. Paul Kecskemeti, *Essays in the Sociology of Knowledge, Routledge&Kegan Paul Ltd.*, s: 276-320.
- Martin, C.A. ve Tulgan, B. (2006). *Managing the Generation Mix: From Urgency to Opportunity*, 2. Baskı, HRD Press: ABD.
- McCann, G. ve Sullivan, L. (2010). Gen Y: Engaging or Enraging?, *Family Business, Cilt: 21, Sayı: 4*, s: 67-69.
- Memişoğlu, M. (1997). Pay Senedi Değerlemede Temel ve Teknik Analiz Yöntemlerinin Karşılaştırılması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Kayseri.
- Mercan, N. (2016). X, Y ve Z Kuşağı Kadınlarının Farklı Tüketim Alışkanlıklarının Modern Dünyada İnşa Edilmesi, *KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, Cilt:2, Sayı:1*, s: 59-65.
- Metin, S.ve Kızıldağ, D. (2017) X ve Y Kuşaklarının Kariyer Beklentilerinin Farklılaşması: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:14, Sayı:40*, s: 340-363.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2016). *SPSS Uygulamalı Pazarlama Araştırmalarına Giriş*, Beşinci Baskı, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Newman, D.M. (2013). *Sociology*, 3.Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.
- Oblinger, D. ve Oblinger, J. (2005). *Educating the Net Generation*, 1. Baskı, EDUCASE: USA.
- Onar, A. (2018). Sanal Organizasyonlarda Elektronik Ticaret Stratejileri ve Uygulamaları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çankaya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.

- Oral, G.A. (2013.) Çalışma Hayatında Kuşaklar ve Çatışmalar, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Öz, A. (2010).İMKB ile Yatırım Araçları Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Öz, E. (2011). Ödeme Sistemlerinde Merkez Bankalarının Rolü ve Türkiye Örneği, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Özcan, D. (2017). Türkiye’de Menkul Kıymetler Piyasası ve Yatırımcıların Tercihleri Üzerine Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.
- Özdemir, N. (2006). E-Ticaret Çerçevesinde Mobil Ticaret’in İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkileri: Türk Finans Sektörü Uygulamaları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Konya.
- Özer, P.S. Eriş, E.D.,Neczan, Ö. ve Özmen, T. (2013). Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:10, Sayı:38, s: 123-126*.
- Özer, A.C., Poyraz, E. ve Kızgın, Y. (2019). Nakitsiz Toplum Yaratmada Elektronik Ödeme Araçlarının Benimsenmesi, *BMIJ, Cilt: 7, Sayı: 2, s: 735-738*.
- Özerol, H. (2012). *Finansçı Olmayanlar İçin Finans*. 11. Baskı, Elma Yayınevi: Ankara.
- Özpeynirci, R. ve Kalaycı, E. (2013).Aracı Kuruluş Varant İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:13, Sayı:26, s: 372-392*.
- Özşahin, A. K. (1999). *Vadeli İşlem Sözleşmesinin Hukuki Niteliği*, SPK Yayın No:163: Ankara.
- Öztürk, N. ve Koç, A. (2006) Elektronik Para, Diğer Para Türleriyle Karşılaştırılması ve Olası Etkileri, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:6, Sayı:11, s: 207-243*.

- Özotraç, B. (2009). Borsa Yatırım Fonları, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Dönem Projesi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.
- Parasız, İ. (1992). *Para, Banka ve Finansal Piyasalar*, Ezgi Yayınevi: Bursa.
- Parlakkaya, R. (2003). *Finansal Türev Ürünler ile Mali Risk Yönetimi ve Muhasebe Uygulamaları*, Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Pekala, N. (2001). Conquering The Generational Dividel, *Journal of Property Management*, Cilt: 66, Sayı: 6, s: 30-38.
- Pilcher, J. (1994). Mannheim's sociology of generations: An undervalued legacy. *British Journal of Sociology*, Cilt:45, Sayı:3, s: 481-495.
- Poyraz, E. (2013). *Finansal Yönetim*, 2. Baskı, Ekin Yayınevi: Bursa.
- Reeves, T.C. ve Oh, E. (2008). *Generational Differences, In Handbook of Research on Educational Communications and Technology*, 3. Baskı, Taylor&Francis Group: New York.
- Robbins, S.P. ve Judge, T. (2012) *Örgütsel davranış*.(çev. Prof.Dr. İnci ERDEM), 14.Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık: İstanbul.
- Rodoplu, G. (1993). *Türkiye’de Sermaye Piyasası İşlemleri*, Marmara Üniversitesi Nihad Sayar Eğitim Vakfı: İstanbul.
- Rodoplu, D. (2003). *Örgütlerde Farklı İnsan Kaynakları Kuşaklarına Yönlendirilmiş Yönetim Yaklaşımları Geliştirme*, 2. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F. Bildiriler Kitabı: İzmit.
- Rumelili, Ö.M. (2006). Ödeme Sistemlerinde Bilgi Teknolojileri Riskleri, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.
- Sağcan, M. (1987). *Menkul Kıymetler ve Pay Senetleri*, 1. Baskı, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları: İzmir.
- Sancak, E. (2014). *Sermaye Piyasası Sözlüğü*, 1. Baskı, Scala Yayıncılık: İstanbul.

- Saracel, N. Taşseven, Ö. ve Kaynak, E. (2016). Türkiye’de Çalışan Y Kuşağında İş Tatmini-Motivasyon İlişkisi, *Social Sciences Research Journal*, Cilt:5, Sayı:1, s: 50-55.
- Sarıkamış, C. (1998). *Sermaye Pazarları*, 3. Baskı, Alfa Kitabevi: İstanbul.
- Sarıkamış, C. vd. (2004). *Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar*, TC. Anadolu Üniversitesi Yayını No. 1581: Eskişehir.
- Sarısakal, M.N. ve Aydın, M.A. (2003). E-Ticaretin Yeni Yüzü Mobil Ticaret, *Havacılık ve Uzay Teknolojileri Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, s: 83-90.
- Sarıtaş, E. ve Bardakçı, S. (2017). Kuşaklar ve Pazarlama İletişimi: Kuşakların Dijital Pazarlama Unsurlarına Yönelik Tutumu, *JASSS*, Sayı:62, s: 481-495.
- Sayılır Ö. Ertuğrul M. ve Ulutekin, M. (2012). *Menkul Kıymet Yatırımları*, TC. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2539, Açıköğretim Fakültesi Yayınları 1510: Eskişehir.
- Schuman, H. ve Scott, J. (1989). Generations and Collective Memories, *American Sociological Review*, Cilt:54, Sayı:3, s: 359-381.
- Sevilengül, O. (2001). *Banka Muhasebesi*, 3. Baskı, Gazi Kitabevi: Ankara.
- Sevinç, E. (2013). Sukuklardan Oluşan Eşit Ağırlıklandırılmış Portföy ile Türkiye’de İhraç Edilmiş Eurobondlardan Oluşan Eşit Ağırlıklandırılmış Portföyün Riske Maruz Değerinin Karşılaştırılması, *Bankacılar Dergisi*, Cilt:24, Sayı:86, s: 78-84.
- Seyidoğlu, H. (2002). *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, 3. Baskı, Güzem Can Yayınları: İstanbul.
- Spiro, C. (2006). Generation Y in the Workplace, *DefenseAT&I*, Cilt:35, Sayı:6, s: 16-19.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2016). *Sermaye Piyasası Araçları Yatırımcıyı Bilgilendirme Kitapçıkları*, Sermaye Piyasası Yayınları: Ankara. <https://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/76> (Erişim Tarihi: 06/08/2019)
- Strauss, W. ve Howe, N. (1991). *Generations: The History of America’s Future 1584 to 2069*, 1. Baskı, Quil William Morrow: NewYork.

Strauss, W. ve Howe, N. (1997) *The Fourth Turning: An American Prophecy*. Broadway Books: New York.

Şalap, K.O. (2016). Çalışma Yaşamında Kuşaklar: Kuşakların İş ve Özel Yaşam Dengesine İlişkin Yaklaşımları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.

Şamiloğlu, F. ve Akgün, A.İ. (2012). *Finansal Yönetim*, 1. Baskı, Melisa Matbaacılık: İstanbul.

Şenbir, H. (2004). *Z Son İnsan mı?*, 1. Baskı, Okuyan Us Yayınları: İstanbul.

TCMB (2014). *Türkiye’de Ödeme Sistemleri*, TCMB Yayınları: Ankara
<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/73289f67-d210-4f49-8902-6e14ecae055d/OdemeSistemleri.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-73289f67-d210-4f49-8902-6e14ecae055d-m5lk6L-> (Erişim Tarihi: 16/05/2019)

Tekin, A. (2017). Türkiye Kira Sertifikaları ile İslami Finans Piyasalarındaki Eşdeğer Ürünler Arasında Bir Karşılaştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt:20, Sayı:2*, s: 161-172.

Tekin, C. ve Kartaloğlu, E. (2006) Yeni Sisteme Göre Menkul Kıymet Gelirlerinin Vergilendirilmesi, 1.Baskı, Yaklaşım Yayıncılık: Ankara

Tekin, M (2015). Çalışma Yaşamında Kuşaklar ve İşe Yönelik Tutumların İncelenmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Isparta.

Türk, A. (2013) *.Y Kuşağı*, 3. Baskı, Kafekültür Yayıncılık: İstanbul.

Türko, M. (1994). *Finansal Yönetim*, 1. Baskı, Atatürk Üniversitesi Yayınları: Erzurum.

Tolbize, A. (2008). Generational Differences in the Workplace, *Research and Training Center of Community Living, Cilt:19, Sayı:1*, s: 1-13.

Topçuoğlu, M. C. (2007). “İyi de Kim Bu Y’ler?”, *Aydın Sözü Reklamcılar Derneği Dergisi*, Sayı:5, s: 18.

Topgöl, T.Ç. (2015). Y Nesli Üzerine Sosyolojik Bir Analiz, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Ankara.

Toruntay, H. (2011). Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: İstanbul.

TSPAKB (2011) *Sermaye Piyasasında Gündem*, Sayı:105: İstanbul https://www.tspb.org.tr/wp-content/uploads/2015/07/AIM_Yayin_ve_Raporlar_Aylik_Yayinlar_2011_gundem_201105.pdf (Erişim Tarihi: 14/08/2019)

TSPB (2018). *Türkiye Sermaye Piyasası* , s: 26-31, <https://www.tspb.org.tr/wp-content/uploads/2019/06/T%C3%BCrkiye-Sermaye-Piyasalar%C4%B1-2018-1.pdf>, (Erişim Tarihi: 24/08/2019)

TSPB (2019). *Türkiye Sermaye Piyasası 2018*, 1.Baskı, Matsis Baskı: İstanbul

Twenge, J. M. (2001). Changes in Women's Assertiveness in Response to Status and Roles: A Cross-Temporal Meta-Analysis, *Journal of Personality & Social Psychology*, Cilt: 81, Sayı: 1, s: 133-145.

Twenge, J.M. (2009). *Ben Nesli*, 2. Baskı, Kaknüs Yayınları: İstanbul.

Twenge, J.M. (2010). A Review of the Empirical Evidence on Generational Differences in Work Attitudes, *Journal of Business Psychology*, Sayı:25, s:201-210.

Uludağ, İ. (1990). *Türkiye Ekonomisi*, 1. Baskı, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Yayınları: İstanbul.

Uzunoğlu, S. (2000). Para ve Döviz Piyasaları, ECU Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri: İstanbul

Ünsal, U. (2014). Sermaye Piyasası Araçlarının Dünya’da ve Türkiye’de Gelişimi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çag Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: Mersin.

Washburn, E.T. (2000). The Five Generations, *Physician Executive*, Cilt: 26, Sayı: 1, s: 54- 56.

Weingarten, R.M. (2009). Four Generations, One Workplace: A Gen X-Y Staff Nurse's View of Team Building in The Emergency Department, *Journal of Emergency Nursing*, Cilt:35, Sayı:1, s: 27-30.

Wong, M. Gardiner, E. Lang, W. ve Coulon, L. (2008). Generational Differences in Personality and Motivation: Do They Exist and What the Implications fort he Workplace?, *Journal of Managerial Psychology*, Cilt:23, Sayı:8, s: 878-890.

Vergi Konseyi (2011). *Kayıtlı Ekonominin Geliştirilmesi Sürecinde Kartlı Ödeme Sistemleri ile Yeni Yöntem ve Teknolojiler*, Paragraf Basım: İstanbul.

Yakar, S. Kandır, S.Y. ve Önal, Y.B. (2013). Yeni Bir Finansman Aracı Olarak “Sukuk-Kira Sertifikası” ve Vergisel Boyutunun İncelenmesi, *Bankacılar Dergisi*, Cilt:24, Sayı:84, s: 71-87.

Yalçın, O.Sökmen, A.B. ve Kulak, H. (2013). Kuşakların Temel Özellikleri ve Hava Harp Okulu Uygulamaları, *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları*, Cilt:12, Sayı:24, s: 134-158.

Yalçın, K. Tanrıöven, C. Bal, H. Aksoy, E. B. ve Kurt, Ç. (2011). *Finansal Teknikler ve Türev Araçlar*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık: Ankara.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık: Ankara.

Yelkikalan, N. Akatay, A. ve Altın, E. (2010). Yeni Girişimcilik Modeli ve Yeni Nesil Girişimci Profili: İnternet Girişimciliği ve Y, M, Z Kuşağı Girişimci, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 20, s: 489-506.

Yi, X. Ribbens, B. ve Morgan, C.N. (2010). Generational Differences In China: Career Implications, *Career Development International*, Cilt: 15, Sayı: 6, s: 601-620.

Yiğiter, Ş.Y. Sarı, S.S. Karabulut, T. ve Başakın, E.E. (2018). Kira Sertifikası Fiyat Değerlerinin Makine Öğrenmesi Metodu ile Tahmini, *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finans Araştırmaları Dergisi*, Cilt:4, Sayı:3, s: 74-77.

Yurtoğulları, G. (2013). Para ve Sermaye Piyasası Araçlarının Vergilendirilmesi, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.*

Yüksekbilgili, Z. (2015). Türkiye’de Y Kuşağının Yaş Aralığı, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:14, Sayı:53, s: 259-267.*

Yüksel, A.S. ve Rodoplu, G. (1980). *Sermaye Piyasası*, 1.Baskı, Filiz Kitabevi: İstanbul.

Zemke, R., Raines, C. ve Filipczak, B. (2000). *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*, AMACOM Books: USA.

Zemke, R. ,Raines, C. ve Filipczak, B. (2013). *Generations at Work : Managing the Clash of Boomers, Gen Xers and Gen Yers in the Workplace*, 2. Baskı., AMACOM Books: USA.

Zerenler, M. (2013). *Dijital İş Yaşamı: Tüm Boyutlarıyla Elektronik Ticaret*, 2. Baskı, Gazi kitapevi: Ankara.

Zor, İ. (2013). Varant Yatırımcısının Volatilite Algısına Etki Eden Faktörler: BIST’de Ampirik Bir Uygulama, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:20, Sayı:2, s: 219-225.*

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://tr.asseco.com/> (Erişim Tarihi: 10/09/2019)

<https://www.basbakanlik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 05/07/2019).

https://bkm.com.tr/wpcontent/uploads/2018/01/bkm_6ayl%C4%B1k_degerlendirme_bulten.pdf (Erişim Tarihi: 23/05/2019)

https://bkm.com.tr/wpcontent/uploads/2018/01/bkm_6ayl%C4%B1k_degerlendirme_bulten.pdf (Erişim Tarihi: 24/05/2019)

<https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/2013.pdf> (Erişim Tarihi: 27/07/2019).

https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/BKM-FAAL%C4%B0YET-RAPORU-2018_bask%C4%B1_.pdf (Erişim Tarihi: 27/07/2019).

<https://bkm.com.tr/pos-atm-kart-sayilari/> (Erişim Tarihi: 27/07/2019).

<https://bkm.com.tr/raporlar-ve-yayinlar/kartmetre/> (Erişim Tarihi: 29/07/2019).

www.borsaistanbul.com (Erişim Tarihi: 11/06/2019)

<https://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/borclanma-araclari> (Erişim Tarihi: 02/11/2018)

<https://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/gayrimenkul-sertifikalari> (Erişim Tarihi: 07/09/2019)

<https://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/borclanma-araclari> (Erişim Tarihi: 16/08/2019)

<https://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/kira-sertifikalari> (Erişim Tarihi: 04/12/2019)

https://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/borsa-yatirim-fonlari_tr (Erişim Tarihi: 06/12/2019)

<https://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/piyasalar/kiymetli-madenler-ve-kiymetli-taslar-piyasasi> (Erişim Tarihi: 07/12/2019)

<https://www.bthaber.com/mobilexpress-agi-genisliyor/> (Erişim Tarihi: 23/08/2019)

<https://card.payby.me/> (Erişim Tarihi: 03/06/2019)

<https://www.cnnturk.com/teknoloji/turkiyenin-en-iyi-internet-servis-saglayicilari> (Erişim Tarihi: 21/09/2019)

<https://www.denizbank.com/fastpay/> (Erişim Tarihi: 27/08/2019)

<https://www.dunya.com/ozel-dosya/mikro-odeme-yapmanin-zamani-geliyor-haberi-133777> (Erişim Tarihi: 01/09/2019)

<https://www.e-tahsilat.com.tr/e-tahsilat-sistemi/> (Erişim Tarihi: 26/10/2019)

<https://epnext.com/?s=mikro+%C3%B6deme> (Erişim Tarihi: 01/09/2019)

<https://eticaretsozlugu.kobisi.com/> (Erişim Tarihi: 10/07/2019)

<https://www.fastpay.com.tr/> (Erişim Tarihi: 27/08/2019)

<https://fibernettelekom.com.tr/> (Erişim Tarihi: 07/08/2019)

<http://fintechtime.com/tr/2018/03/assecos-2017-mali-yil-sonuclarini-duyurdu/>
(Erişim Tarihi: 24/09/2019)

<https://www.garanti.com.tr/> (Erişim Tarihi: 17/08/2019)

<https://www.haberturk.com/yuz-milyonu-cep-ten-tahsil-etti-1995415-ekonomi>
(Erişim Tarihi: 29/08/2019)

<http://internet.btk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 09/08/2019)

<https://www.iyzico.com/isim-icin> (Erişim Tarihi: 26/10/2019)

<https://www.kobideniz.com> (Erişim Tarihi: 27/08/2019)

<https://www.kobirate.com.tr/SPK-Tahvil-Yonetmeligi> (Erişim Tarihi: 18/06/2019)

<http://www.mahfiogilmez.com/2018/07/para-arz-nedir-ve-nasl-olculur.html> (Erişim Tarihi: 23/07/2019).

<https://konupara.com/?s=igaranti> (Erişim Tarihi: 18/08/2019)

<https://www.mobilexpress.com.tr/> (Erişim Tarihi: 14/08/2019)

<https://www.paradurumu.com/> (Erişim Tarihi: 26/06/2019)

<https://paycell.com.tr> (Erişim Tarihi: 15/08/2019)

<https://www.payu.com.tr/bkmexpress> (Erişim Tarihi: 04/06/2019)

<https://www.payu.com.tr/> (Erişim Tarihi: 29/10/2019)

<https://payfull.com/tr/sms-email-ile-odeme> (Erişim Tarihi: 29/08/2019)

<https://www.resmigazete.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 23/07/2019)

<https://www.resmigazete.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 06/08/2019)

<https://www.spk.gov.tr/Duyuru/Goster/201041/0> (Erişim Tarihi: 05/12/2019)

<https://www2.tbmm.gov.tr/d27/2/2-1657.pdf> (Erişim Tarihi: 12/06/2019)

<http://www.tcmb.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 03/07/2019)

<https://technoclock.wordpress.com/?s=PaytoGo> (Erişim Tarihi: 03/07/2019)

<http://www.tkbb.org.tr/diger-istatistikler> (Erişim Tarihi: 04/12/2019)

<https://www.tspb.org.tr/tr/yatirimci-kosesi-3/> (Erişim Tarihi: 08/07/2019)

<http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 22/03/2019)

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30584>(Erişim Tarihi: 22/08/2019).

<https://www.turkcell.com.tr/> (Erişim Tarihi: 15/08/2019)

https://www.tsoft.com.tr/Eticaret/e-ticaret_odeme_entegrasyon_izico.php (Erişim Tarihi: 27/10/2019)

<https://webrazzi.com/arama/?q=PaytoGo> (Erişim Tarihi: 14/07/2019)

<https://webrazzi.com/2016/02/08/turkiyenin-lider-odeme-sistemi-payu-turkiye-28-000-kisiyi-ve-800-internet-sayfasini-dolandirilmaktan-kurtardi/> (Erişim Tarihi: 30/10/2019)

<https://www.wirecard.com.tr/mobil-odeme> (Erişim Tarihi: 30/08/2019)

<https://sos202.wordpress.com/> (Erişim Tarihi: 06/08/2019)

<https://www.vodafone.com.tr/Servisler/finansal-servisler.php> (Erişim Tarihi: 25/08/2019)

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Duygu MADENOĞLU

Doğum Yeri: Üsküdar

Doğum Tarihi: 24.11.1993

Medeni Hali: Bekar

EĞİTİM BİLGİLERİ

Üsküdar Halide Edip Adıvar Lisesi (2011)

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi – İşletme (2015)

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi – Lojistik (2015)

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi – Dış Ticaret (2017)

MESLEKİ BİLGİLER