

## **Türk Bankacılık Sektöründe Müşteri Beklentileri ve Şikâyetleri: Karabük Örneği**

**Ömer Ceyhun APAK**

*Karabük Üniversitesi*

**Muhammet BELEN**

*Karabük Üniversitesi*

### **Öz**

Bu çalışmanın amacı müşterilerin bankacılık hizmetlerine yönelik beklentileri ve şikâyet nedenlerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda Karabük ilinde 10 banka müşterisiyle derinlikli mülakat yöntemi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonuçları, banka müşterilerinin; hesaplar, ödemeler, yatırım işlemleri, döviz ve altın işlemlerine dönük beklentilerinin olduğunu göstermektedir. Müşterilerin, para transferleri, kartlar ve otomatik talimatlarla ilgili olarak da şikâyetlerinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışma banka müşterilerinin özellikle güvenli ve hızlı işlem yapabilmeyi önemstediklerini ortaya çıkarmaktadır. İlave olarak, herhangi bir nedenden dolayı müşteriler memnuniyetsizliğini dile getirdiğinde, müşteri temsilcilerinden çözümcü yaklaşımlarla hizmet sunmasının beklendiği görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Bankalar, Müşteri İlişkileri, Müşteri Beklentileri, Karabük.

JEL Sınıflaması: M30, G21

Customer Expectations and Complaints in Turkish Banking Sector: The Case of Karabuk

### **Abstract**

The purpose of this study is to determine the expectations of customers about banking services and the reasons for their complaints. To this end, a face-to-face interview was conducted with 10 bank customers in Karabuk province through in-depth interview method. The results of the study show that bank customers have expectations for accounts, payments, investment transactions, foreign exchange and gold transactions. Customers also have complaints about money transfers, bank cards and automatic instructions. The study reveals that bank customers especially care about safe and fast transactions. In addition, when the customers express dissatisfaction for any reason, it is seen that the customer representatives are expected to provide services with analytical approaches.

Keywords: Banks, Customer Relations, Customer Expectations, Karabuk.

JEL Classification: M30, G21

## **GİRİŞ**

İşletmelerin devamlılığının sağlanmasında en değerli varlık, müşteriler olarak görülmektedir. Bu yüzden satışları artırmak ve kâr elde etmek için müşterilerle iyi ilişkiler sürdürmek bir zorunluluk haline gelmiştir. Günümüzde müşterilerin değişkenlik gösteren istek ve beklentilerine cevap verebilme yeteneği olan işletmelerin varlığını sürdürdüğü, kârını artırdığı söylenebilir. Buna karşın müşterilerin istek ve beklentilerini dikkate almayan işletmeler ise küçülme veya yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Hizmet sektöründe müşterilerin

beklentilerine ve ihtiyaçlarına uygun davranışlar sergileyen, müşteriye dönük yaklaşımları olan, müşteriye düşünen, müşteriyle ilgilenen, müşteri şikâyetlerini dikkate alan, müşterileri analiz ederek tanıyan işletmelerin müşteri memnuniyetini sağlamada her zaman bir adım önde olduğunu söylemek mümkündür (Bircan vd., 2014: 648).

Müşteri memnuniyetinin sağlanması ve memnuniyetin sürdürülmesi hizmet sektörü içerisinde yer alan bankacılık işkolunda önemli bir olgudur. Finansal tüketici kavramının ön plana çıkmasıyla birlikte ücret ve komisyon gibi nedenlerle bankalar müşteri şikâyetleri ile karşı karşıya kalmaktadır (Kartal, 2017: 246). Müşteri şikâyetleri hizmet işletmeleri olması dolayısıyla özellikle bankalarda iş hayatının bir parçasıdır. Bu nedenle müşteri şikâyetleri bankaların sunduğu hizmeti gözden geçirmesine ve şikâyetlere yönelik sorunları hızlı bir şekilde gidermesine katkı sağlayabilmektedir. Bu bağlamda şikâyetler sorunun ne olduğunu tespit edip çözüm stratejileri geliştirmede faydalı olurken müşterilerin beklentilerinin karşılanamaması bankanın imajını olumsuz şekilde etkileyebilir (Uppal, 2010; Wysocki vd., 2001; Nimako ve Mensah, 2014).

Müşteriler, bankada çalışan personellerin yardımcı olması, sunulan hizmette gereksiz gecikmelerin olmaması, yeterince ilgi görme, ihtiyacın karşılanması, güvenli işlemler yapabilme imkânı, online işlemlerde güvenilirlik, para transferleri, yatırım işlemleri, kredi ve banka kartlarında kolaylıklar, ödemeler ve otomatik talimatlarda hızlılık gibi beklentilerin karşılanmasını istemektedirler. Buna benzer çeşitli beklentilerin karşılanmaması/karşılanamaması durumunda müşteriler yüz yüze, çağrı merkezleri aracılığıyla görüşerek veya e-posta ile iletişim sağlayarak şikâyetlerini iletmektedirler. Şikâyetler sonrası bankalardan beklenen hizmet standartlarını yeniden gözden geçirmeleri ve iyileştirmeler için uygun adımlar atılmalarıdır (Complaints Handling-Policy & Procedures, 2008).

Bu araştırma müşterilerin bankalardan beklentilerini ve şikâyet etme nedenlerini ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma ile bankacılık hizmetlerinin müşterilerin beklentilerine uygunluğu ve müşterilerin şikâyet nedenlerine yönelik bakış açısı geliştirilmesi hedeflenmektedir. Çalışmanın literatür kısmında müşteri beklentileri ve şikâyetleri üzerine ilgili literatür incelenmiş olup, yöntem kısmında derinlikli mülakat yöntemi kapsamında banka müşterilerinin görüşleri alınmıştır. Bulgular kısmında katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar belirtilen tema kodları kapsamında incelenmiştir. Sonuç kısmında ise genel bir değerlendirme yapılarak müşteri memnuniyetine ilişkin banka işletmelerine önerilerde bulunulmuştur.

## 1. İLGİLİ LİTERATÜR

Bankalar, günümüz rekabet ortamında değişime ayak uydurabilmek, yeniliklere açık olmak ve bunları uygulayabilmek için öncelikli olarak müşteri odaklı çalışma sistemlerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bankalar sundukları ürünlerde (tasarruf ürünleri, yatırım ürünleri, türev ürünler, kredi ürünleri, banka ve kredi kartları, sigorta ve bireysel emeklilik ürünleri) müşterilerin istek ve beklentilerini daha fazla gözeterek, müşterilerine daha fazla değer verip memnun ederek rekabet ortamında öne geçme fırsatı yakalayabilir (Belas ve Homolka, 2013; Çerçevik, 2016).

Bankalar müşteri ilişkilerini geliştirme ve müşteri memnuniyetini sağlamada sürekli olarak kendilerini geliştiren bir yol izlemektedirler. Bu kapsamda müşteri beklentilerinin öğrenilmesi memnuniyeti sağlamak için faydalı olabilmektedir. Bunun yanında perakende müşteri beklentilerine cevap veremeyen bankalar ise her geçen gün artan seviyede memnuniyetsizlikle karşı karşıya kalmaktadır (Mistry, 2013: 132). Özellikle finansal kriz olduğu zamanlarda bankalar müşteriler tarafından yoğun eleştirilmektedir. Hizmetlerden memnun kalmayan müşterilerin bankayla ilişkisini kesmesi veya bankanın itibarına zarar verebilecek şekilde olumsuz davranışlar sergilemesi muhtemeldir (Hakiri, 2012: 1).

Belas (2013)'a göre bankacılık sektöründe müşteri güveni azaldığı için bankaların ürün ve hizmetlerini iyileştirmesi, müşterilerin beklentilerini tespit etmesi ve müşterileriyle iyi ilişkiler kurması önemli bir gerekliliktir. Faiz, ücret ve diğer ürünler gibi objektif parametrelerin yanı sıra personelin performansı, hizmet kalitesi, marka ve fiyat sayesinde müşterilerin beklentileri karşılanabilmektedir. Bununla birlikte Belas ve Homolka (2013) müşterilerin beklentilerini; şubelerde hizmet hızı, gizlilik ve çalışma saatleri, ekonomik olarak ücretler ve faiz oranları, mobil bankacılıkta erişim kolaylığı ve güvenilirlik, son olarak ATM'lerin kullanılabilirliği olarak şekillendirmiştir.

Bankacılık sektöründe müşteri şikâyetlerine yönelik bankalardan beklenen davranışlar ise şu şekilde sıralanabilmektedir (Complaints Handling-Policy & Procedures, 2008).

- Müşteri şikâyetleri, bankanın eksiklerini görme ve gidermesine olanak sağlayan araç olarak görülmelidir.
- Müşterilere her zaman adil davranışlar sergilenmelidir.
- Müşteri tarafından yapılan şikâyetler çözümcü ve nezaketle ele alınmalıdır.
- Müşterilere, şikâyetlerine tam olarak cevap alamadıkları takdirde alternatif çözüm hakları sunulmalıdır.
- Banka çalışanları şikâyetleri çözmek ve en az seviyeye indirebilmek için müşteri menfaatlerine zarar vermeyecek şekilde çalışmalıdır.

## 2. YÖNTEM

Bu çalışmada müşterilerin bankalara yönelik beklentileri ve şikâyet nedenlerine yer verilmiştir. Müşterilerin bankacılık sektörü bağlamında yaşadığı sorunların ortaya çıkarılması ve çözüm önerileri geliştirmek adına müşterilerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın Karabük başta olmak üzere bankacılık sektörü için müşteri memnuniyeti konusunda yol gösterici olması öngörülmektedir.

Bankacılık kapsamında müşteri beklentilerinin ve şikâyet nedenlerinin belirlenmesi amacıyla hazırlanan bu çalışmada, literatür incelemesi için ikincil veriler, birincil veriler ise nitel araştırma yöntemlerinden olan derinlikli mülakat kapsamında içerik analizi yapılarak çözümlene yapılmıştır. Harris (2001), içerik analiz sürecinin “araştırma sorusunu belirlemek, örneklem, analiz birimini belirlemek, kategorileri saptamak, kodlama yapmak ve geçerlilik/güvenirliğini tespit etmek” olarak yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Bu kapsamda araştırma sorusu şu şekilde belirlenmiştir:

*-Müşterilerin bankalara yönelik beklentileri ve şikâyet nedenleri nelerdir?*

Araştırmanın örnekleme, Karabük ilindeki banka müşterileri olarak belirlenmiştir. 6 kadın ve 4 erkek müşterilerden kolayda örnekleme kapsamında derinlikli mülakat yöntemi ile veriler toplanmıştır. Görüşmeler, 20-30 Nisan 2018 arasında gerçekleştirilmiştir.

Johnson ve Christensen (2004) nitel araştırmalarda odak grupları ortalama 6-12 kişi, Kuzel (1992) ise nitel araştırmalarda 6-8 kişinin ve 12-20 sorunun olması gerektiğini belirtmiştir. Analiz birimleri olarak müşterilerle yapılan görüşmelerden elde edilen verileri çözümlenmek üzere Tablo 1'de yer alan 34 tema kodları esas alınmıştır.

**Tablo 1: Müşterilerin Beklentileri ve Şikâyet Nedenlerine Yönelik Araştırma Tema Kodları**

Sıra No	Tema Kodu	Sıra No	Tema Kodu
---------	-----------	---------	-----------

1	Bankacılık	18	Müşteri temsilciliği
2	Faiz	19	Fatura ödeme
3	Iskonto	20	Virman
4	Kredi	21	Havale
5	Avans	22	EFT
6	Kredi kartı	23	Limit
7	Banka kartı	24	Ödeme
8	Sanal kartlar	25	Mevduat hesabı
9	Mobil bankacılık	26	Yatırım hesabı
10	İnternet bankacılığı	27	Kredi hesabı
11	Bireysel	28	Güvenlik
12	Kurumsal	29	Başvuru işlemleri
13	Bireysel emeklilik	30	Şifre
14	Nakit	31	Şube
15	Taksit	32	Sigorta
16	Kayıp/çalıntı	33	İletişim
17	Döviz alma/satma	34	Altın alma/satma

Derinlikli mülakat yöntemi ile elde edilen veriler kapsamında Tablo 1’de sunulan tema kodlarından en az bir tanesini içeren 194 ifadeye ulaşılmıştır. Bu ifadeler, iki araştırmacıya okutulmuş ve araştırma için öngörülen “hesaplar”, “para transferleri”, “yatırım işlemleri”, “kartlar”, “ödemeler”, “otomatik talimatlar” ve “döviz/altın işlemleri” kategorilerinden hangisini kapsadığını kodlamaları istenmiştir. Kodlamalar yapıldıktan sonra Kappa Analizi yapılarak çalışma geçerlilik ve güvenilirlik testine tabii tutulmuştur.

**Tablo 2: Müşterilerden Sağlanan Verilerin Güvenirlik Analizi Sonuçları**

		Araştırmacı B							Toplam
		A	B	C	D	E	F	G	
Araştırmacı A	Hesaplar (A)	22	2						24
	Para transferleri (B)		23						23
	Yatırım işlemleri (C)			19	1				20
	Kartlar (D)				25				25
	Ödemeler (E)					19			19
	Otomatik talimatlar (F)				2		28		30
	Döviz/Altın işlemleri (G)				4			29	33
<b>Toplam</b>		22	25	23	28	19	28	29	<b>174</b>

**p<0,001 Measure of Agreement Kappa: 0,93 / 0,020 / 30,103 / 0,000**

Tablo 2’deki bulgulara göre araştırmacı A; hesaplar ile ilgili 22, para transferleri ile ilgili 23, yatırım işlemleri ile ilgili 19, kartlar ile ilgili 25, ödemeler ile ilgili 19, otomatik talimatlar ile

ilgili 28 ve döviz/altın işlemleri ile ilgili 29 karara onay vermiştir. Araştırmacı B ise hesaplar ile ilgili 22, para transferleri ile ilgili 23, yatırım işlemleri ile ilgili 19, kartlar ile ilgili 25, ödemeler ile ilgili 19, otomatik talimatlar ile ilgili 28 ve döviz/altın işlemleri ile ilgili 29 karara onay vermiştir. Elde edilen verilerin değerlendirilmesi kapsamında çalışmanın güvenilirlik ve geçerlilik analizi oldukça önemli olduğu (Kappa=0,93;  $p < 0,001$ ) bulunmuştur. Kappa analizi sonucunda 0,41-0,60 arası orta, 0,61-0,80 arası önemli, 0,81-1,00 arası ise oldukça önemli bir güvenilirliği kapsamaktadır (Ayaz ve Sümbül, 2018).

Araştırma kapsamında kadın (6) ve erkek (4) olmak üzere toplam 10 kişi ile yapılan mülakat kapsamında müşterilerin beklentileri ve şikâyet etme nedenleri; hesaplar (%13,8), para transferleri (%13,2), yatırım işlemleri (%11,5), kartlar (%14,3), ödemeler (%11), otomatik talimatlar (%17,2) ve döviz/altın işlemleri (%19) kategorilerinden yola çıkarak araştırma bulguları aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

### 3. BULGULAR

Bankacılık sektöründe müşterilere göre önemli kriterler; banka işlemlerinde doğruluk, hataları düzeltmede etkinlik, çalışanların samimiyeti ve yardımseverlik olarak karşımıza çıkmaktadır (Bircan vd., 2014: 651). Bununla birlikte bir banka müşterisi, haftanın yedi günü ve yirmi dört saati hesaplarına kolayca erişme ve işlemlerini halletme olanağına sahip olmayı arzulamaktadır (Durer vd., 2009: 135). Son zamanlarda kötü niyetli taraflar aracılığıyla bankacılık hizmetlerinin hedef alınması bir şikâyet nedenini oluşturmakta ve bankaların bu noktada önlemler almasını gerektirmektedir (Kaya ve Arslan, 2016: 426; Okumuş, Bozbay ve Dağlı, 2015). Bu kapsamda hesaplara yönelik katılımcıların yorumları aşağıdaki gibi şekillenmiştir:

*“Hesaplarımı banka şubelerinden, bankamatiklerden kontrol etmek yerine internet bankacılığından kontrol etmek istiyorum fakat kullanıp kullanamayacağım konusunda endişelerim var. Herhangi bir yaşadığım olumsuzlukta sözlü olarak uyarılarda bulunurum (K1). İşlemlerimi internet bankacılığı aracılığıyla kullanımı kolay olmasından dolayı tercih ettim hesap bilgilerim çalındı. Sürekli yaptığım bir iş olarak hesap bilgilerimi kontrol etmek istediğimde internet bankacılığından yardım alıyorum. Sıkıntı yaşadığım zaman çevremdeki kişileri yaşadığım olumsuzlukları onlarda yaşamamın diye uyarılarda bulunuyorum (K3). Hesaplarımı bankalardan mevduat faiz oranlarının yüksek olması bunun yanında kredi faiz oranlarının da düşük olması beklerim. Banka ile yaşadığım olumsuz durumlarda banka yetkilisi ile sorunumu çözmeye çalışırım (K5). Hesaplarımın genel durumunu mobil bankacılıkla kontrol ediyorum (K7).”*

Kart vasıtasıyla müşterilerin kendi hesaplarından başka hesaplara para gönderimi sağladığı EFT işlemi bir bankacılık hizmetidir. Bu kolaylık sağlayan işlemlerle birlikte online ortamda işlemlerin gerçekleşmesi müşterilerde özel bilgilerin başka taraflar tarafından ele geçirilmesi endişesi ortaya çıkarmaktadır. Müşteriler nakitlerini yanında bulundurmamak istemediği için online işlemleri tercih ettiği gibi online işlemler sayesinde çeşitli indirimleri ve ikramiyeleri bankalarından beklemektedirler (Demir ve Sezgin, 2017; Pala ve Kartal, 2010; Çınar, Yavuz ve Aslan, 2012). Bu bağlamda müşterilerin para transferi ile ilgili düşünceleri aşağıdaki gibi yorumlanmıştır:

*“Geleneksel ödeme yöntemleri yerini kredi kartlarına ve EFT gibi araçlara bırakmıştır (K2). Teknolojinin gelişmesi ile birlikte bankacılık sektöründe bizler kendi işimizi hızlı ve güvenli bir şekilde internet üzerinden gerçekleştirebiliyoruz. Zaman ve mekânın hiç önemi yok. Her zaman elimizin altında. Para transferlerinde herhangi bir sorun olduğunda müşteri temsilciliğini arayarak sorunu çözme yoluna gidiyorum (K3). EFT işlemi yaparken aklımda hiçbir soru kalmadan, güvenli ve hızlı bir şekilde transferlerimi yapıyorum (K5). İnternet bankacılığını pek güvenilir bulmuyorum bu yüzden işlemlerimi ya banka şubelerinden ya da bankamatikler yardımı ile yapıyorum. Bankadan kaynaklı hatalarda genellikle sessiz kalıyorum. Herhangi bir şikâyette*

*bulunmuyorum (K7). Günümüzde artık herkesin elinde bir akıllı telefon bulunmakta. Mobil internet kullanımının artması ile birlikte internet bankacılığı anca o zaman daha da önem kazanacağını düşünüyorum (K8). Para transferi gerçekleştirirken bu işlemi şubeden yaparsam daha çok kesinti oluyor kendim yaptığım takdirde maliyeti çok düşük oluyor (K9). EFT ya da havale yaparken paranın karşı tarafa ulaşmadığı oluyor. Paranın karşı tarafa ulaşmamasının yanında kendi hesabımdan para da kullanılıyor. Bu durumu şikâyet etmek bana göre değil. Banka sorumlusu ile görüşüp çözüm getirmeleri konusunda ricada bulunuyorum (K10).”*

İnternet bankacılığı aracılığıyla yapılan işlemler; yatırım işlemleri, döviz işlemleri, vadeli hesap işlemleri ve hisse senedi işlemleri şeklinde sıralanmaktadır. Bu işlemlerde en fazla payı EFT, havale işlemleri ve döviz transferleri (%85) almaktadır. Bankalar müşteriler hakkında bilgiler toplayarak, müşterileri bölümlendirerek, müşterilerin yapacağı yatırım seviyelerini belirleyerek müşterileri memnun edecek hızlı, kolay ve avantajlı hizmetleri sunabilirler (Çakmak, Güneşer ve Terzi, 2011: 16). Bununla birlikte yatırım işlemleriyle ilgili katılımcıların beklentileri şöyle tespit edilmiştir:

*“Müşteriler herhangi bir sahtekârlık yaşadığında bankaların müşterilerin zararlarını karşılamaları gerektiğini düşünüyorum. Böyle bir durumla karşılaştığımda kesinlikle sessiz kalmam. Yasal yollarla bütün haklarımı sonuna kadar kullanırım (K1). Benim için bankada işlem yapmak daha zevklidir. Banka personelinden kaynaklanan bir sorun yaşadığımda tatlı dille karşılıklı konuşarak çözme yolunu tercih ederim (K2). Herhangi bir yatırım yapacakken banka şubesinden işlem yapmanın daha kolay olduğunu düşünmekteyim (K4). Genellikle bankalarda yaşadığım en büyük sorun örneğin yatırım işlemi gerçekleştirmek istiyorum. İşlemlerimin tamamlanması adına müşteri temsilciğini aramam gerekiyor. Ben ne kadar istikrarla ararsam arayayım, ulaşmak çok zor oluyor. Her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de olumsuz durumlarda şikâyet etmektense uyardırmayı tercih ederim (K8). Fon alırken ya da satarken şubeden işlem yapmak bana daha güvenli geliyor. Bankalar yatırım işlemlerinde daha yönlendirici olmalıdır (K9).”*

Hesap açma/kapatma/yönetme, otomatik ödeme, para transferi gibi işlemler banka kartlarını kapsamaktadır. Banka müşterilerinin en yoğun talebi; ücret ve ödemelerden bedava seyahat imkânı, havayolu seyahati imkânı, limiti yüksek kredi kartı, esnek ödeme koşulları gibi kolaylıklar olarak ortaya çıkmaktadır (Çınar, Yavuz ve Aslan, 2012: 109; Tüfekci ve Tüfekci, 2006: 174). Bu bağlamda katılımcıların kartlar ile ilgili yorumları aşağıda görüldüğü gibidir:

*“Sanal kart kullanmayı seviyorum. Manyetiğinin olmaması, yalnızca güvenlik numarasının bulunması açısından iyi. Banka kartlarında yaşadığım olumsuz durumlarda direkt banka personeli ile irtibata geçiyorum (K3). Sanal kartın kullanımına bağlı limitini tüketicinin her alışveriş öncesinde belirlediği ve yalnızca internet üzerinden yapılan alışverişlerde kullanılır. Yetkisiz kişilerin ulaşmasından doğabilecek riskleri en aza indirir. Banka kartımla ilgili sorunum olduğumda müşteri temsilciliği arayarak hallediyorum (K4). Kredi kartım ödeme aracım gibi. Kredi kartım her anımda yanımda (K5). Alışverişte, ödeme işlemlerimde, nakit işlemlerimi karşılamak istediğimde en büyük yardımcım diyebilirim (K7). Akıllı kartlar hakkında manyetik bandın olmadığını onun yerine mikroçipleri taşıyan plastik kart olduklarını biliyorum. Depolama kapasitesi oldukça fazla olduğundan bunun için akıllı olsa gerek. Akıllı kartlar daha çok irdeleniyor bunun için güvenlik konusunda pek sıkıntı yaşamıyorum (K8). Sanal mağazadan alışverişimi tamamlarken akıllı kartımı kullanmak istersem kart okuyucu klavye ile kartımı kolayca kullanabiliyorum (K9). Kredi kartlarım ile akıllı kartları aynı amaçla kullandığım oluyor. Bankaya bağlı herhangi bir kartımdan dolayı sıkıntı yaşadığımda şubeden sorunlarımı çözüyorum (K10).”*

Ödemeler, fatura, vergi, SSK primleri, Bağ-Kur ödemeleri, trafik cezaları, üniversite ücretleri, kontur işlemleri, şans oyunları vb. şekildedir (Pala ve Kartal, 2010: 54). Kartlı ödeme sistemleri kredi kartıyla ödemeye özdeşleşmiş olmasına rağmen farklı kullanım imkânları da oluşabilmektedir. Nakit veya çek ile yapılan ödemelerin yerini alan kart ile ödemeler “banka

kartıyla kart sahibinin mevduat hesabına bağlı olarak gerçekleşmesi, ön ödemeli kartlar ile (banka kartından farklı olarak) önceden yükleme yapılarak kullanılabilen bir kart, kredi kartı belli limitler dahilinde kart sahibine, mal ve hizmet alımı veya nakit çekme imkanını sağlayan” şeklinde gerçekleşmektedir (İslatince, 2017: 128). Bu kapsamda ödemeler ile ilgili katılımcıların görüşleri ise şöyledir:

*“Zaman tasarrufu ve 7/24 erişimi göz önünde bulundursam ödeme işlemlerimi internet üzerinden gerçekleştiriyorum. Ödeme işlemlerimde sıkıntı çıktığında sessiz kalamam (K1). Kredi kartım ile gerçekleştirdiğim ödemelerde güvenlik sistemleri açısından zarara uğrayacağım hissine kapılıyorum. Bu durumda banka ile direk iletişime geçiyorum (K2). Ödemelerimi internet bankacılığı üzerinden her ne kadar gerçekleştirirsem de güvenlik açısından olumsuzluklar yaşamaktan korkuyorum. Olumsuzluk yaşadığım takdirde bu durumu yakın çevrem ile paylaşıyorum (K3). Ödeme işlemlerimde bilgilerimin kopyalanması ya da bilgilerime ulaşip kendi adıma işlem yapılacak olması beni maddi manevi yorar. Daha temkinli davranırım (K5). Bir müşteri olarak en büyük çekincem herhangi kart bilgilerimin veya özel bilgilerimin kötü niyetli insanların eline geçecek olmasıdır. Bankalar güvenlik açısından bu konularda daha hassas olmalıdırlar (K7). İnternet bankacılığı sayesinde ödeme işlemlerimi gerçekleştirmem hem hızlı hem kolay. İnternet bankacılığını herkes kullanmalı (K9). Ödeme işlemlerimi genellikle banka şubesinden gerçekleştiriyorum. Banka şubesinden gerçekleştirdiğim ödemelerin daha sağlıklı olduğunu düşünüyorum. Her türlü işlemi kolaylıkla yapabiliyorum. Sorun yaşadığımda banka personeli ile dakikasında çözebiliyorum (K10).”*

Bankanın web sayfası oluşturmasıyla hizmetleri, ürünleri hakkında bilgi vermesi, fon transferi finansal ürünler hesaplara giriş gibi fonksiyonları internet aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Müşteriler internet bankacılığında talimat verme, fatura ödeme, posta talimatı gibi işlemleri gerçekleştirmektedir (Çınar, Yavuz ve Aslan, 2012: 108; Çakmak, Güneşer ve Terzi, 2011: 13). Bu kapsamda müşterilerin otomatik talimatlarla ilgili yorumları şöyledir:

*“Bankacılık sektörüne baktığımda günümüzde rekabet sürekli olarak artıyor. Müşteriler olarak işlemlerimi gerçekleştirirken bu işlemleri bir zamana ya da belirli bir yere sığdırmak istemiyoruz. İşlemlerimizi banka şubelerine ihtiyaç duymadan otomatik talimat verme, fatura ödeme, havale yapma gibi kendimiz yapmaktan hoşlanıyoruz. Otomatik talimatlarımın doğru ve eksiksiz yapılması gerektiğini düşünüyorum. Yapılmadığı takdirde yetkili kişilerle iletişime geçerim (K3). Otomatik talimat sayesinde kolaylıkla ödemelerimi gerçekleştiriyorum. Zamanında yapılmayan talimatlarda banka personelinin uyarırım (K6). Ödemelerimi otomatik talimat yaptığım günden bu yana üzerimden sorumluluk kalktı. Bu sorumluluk bankalara kaldı. Bankalar bu işlemi tam olarak yapamazsa büyük sıkıntılar yaşanır (K10).”*

Müşteriler online işlemler aracılığıyla bulunduğu yerden menkul alıp satmak, hesap durumundan haberdar olmak ve döviz alıp satmak gibi birçok işlemi yapabilmektedirler (Demir ve Sezgin, 2017: 125). Çınar vd. (2012) yaptıkları çalışmada internet bankacılığı kullanan birçoğunun (%63) döviz alım satımı yapmadıklarını belirtmiştir. Bu durumun ise güvenlik, hızlı işlemlerin gerçekleştirilememesi veya bu konuda bilgileri olmadığından kaynaklandığıyla ilişkili olduğu söylenebilir. Katılımcıların döviz/altın işlemleriyle ilgili yorumları ise şu şekilde betimlenebilmektedir.

*“Döviz alma/satma, altın alma/satma gibi işlemlerimi genellikle banka şubelerinde gerçekleştiriyorum. Yaşadığım olumsuzluk olursa sessiz kalıyorum. (K2). Banka önünde ya da ATM sırasında sıra beklemeyi sevmiyorum. Bu sebeple altın alıp satmak istediğimde internet bankacılığında yararlanıyorum. Herhangi bir problemde müşteri temsilciliğine danışıyorum (K3). İnternet bankacılığına altın alırken ihtiyacım yok. Banka şubelerinden işlemlerimi gerçekleştiriyorum. İşlemlerim gerçekleşmezse yaşadığım sorunlar çevremle, arkadaşlarımla paylaşıyorum (K5). Döviz işlemimi gerçekleştirirken hatalı bir işlem yapmaktan korkuyorum. Hatalı işlemlerde seçtiğim bankamın bana yardımcı olacağını bilirim (K6). Şubedeki yoğunluk*

*bana zor geliyor onun için işlemlerimi internet bankacılığı sayesinde dakikasında gerçekleştirebiliyorum. Kolay kolay yaşadığım problemler karşısında şikâyetle bulunmam (K8).”*

## SONUÇ

Banka müşterilerinin beklentilerinin ve şikâyet nedenlerinin içerik analizi kullanılarak derinlikli mülakat yöntemiyle belirlenmesine yönelik bu araştırmada, bankaların verdiği hizmetler (hesaplar, para transferleri, yatırım işlemleri, kartlar, ödemeler, otomatik talimatlar ve döviz/altın işlemleri) üzerine müşteriler perspektifinden bir anlayış geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre müşterilerin bankalardan beklentileri; hesaplar, ödemeler, yatırım işlemleri, döviz ve altın işlemleri üzerinedir. Şikâyet nedenleri ise para transferleri, kartlar ve otomatik talimatlar başlıkları üzerinde toplanmaktadır. Bu kapsamda hesaplar ile ilgili; mevduat faiz oranlarının yüksek olması bunun yanında kredi faiz oranlarının da düşük olması beklenmekte ve banka ile yaşanan olumsuz durumlar karşısında banka yetkilisi ile sorunu çözüme yoluna gidilmektedir. Para transferleri ile ilgili; para transferlerinde herhangi bir sorun olduğunda müşteri temsilciliğini arayarak sorunu çözüme yoluna gidilmekte ve hızlı işlemlerin yapılması beklenmektedir. Yatırım işlemleri ile ilgili; herhangi bir yatırım işlemini banka şubesinden işlem yapmanın daha kolay olduğu, personellerden bu konuda bilgi almanın işleri daha da kolaylaştıracağı düşünülmektedir. Kartlar ile ilgili; alışverişte, ödeme işlemlerinde, nakit işlemlerinin karşılansında çok faydalı olduğu fakat bunun yanında kart limitlerinin müşteriler tarafından belirlenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Ödemeler ile ilgili; kartla yapılan işlemlerde güvenlik işlemlerinde bankaların daha duyarlı olması beklenmektedir. Bu kapsamda herhangi bir konuda yaşanacak sorunda doğrudan banka ile görüşmeye geçilmektedir. Otomatik talimatlar ile ilgili; herhangi bir aksama yaşandığı durumlarda haciz işlemlerine kadar sonuçlanacak bir süreç ortaya çıkacağından bu konuda müşteriler bankaların bu süreci iyi takip etmesi gerektiğini düşünmektedirler. Son olarak döviz/altın işlemleri ile ilgili; internet bankacılığı ile yapılması mümkün olan döviz/altın işlemleri konusunda müşteriler daha fazla bilgi sahibi olmak ve kolay işlem yapabilmeyi istemektedirler.

Küreselleşme ve bilişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ile müşteriler seçici ve bilinçli bir hale gelmiştir. Kaliteli ilişkilere verilen önemin artması işletmelerin devamlılığı için önem arz etmektedir. Bu kapsamda bir hizmet işletmesi olarak bankaların müşterileri ile olan ilişkilerini en üst düzeye getirmesi, müşterilerini memnun etmesi gerekmektedir. Müşterilerin memnun edilmesi ise beklentilerinin iyi anlaşılması sayesinde gerçekleşmektedir. Ayrıca müşterilerin herhangi bir konuda şikâyet davranışı sergilemesi bankaların kendilerini geliştirmesi için bir fırsat olarak görülebilmektedir (Bircan vd., 2014).

## KAYNAKÇA

Ayaz, N. ve Sünbül, K. (2018). Restoran müşterilerinin beklentileri ve gıda güvenliğine yönelik tepkileri üzerine bir nitel araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 164-181.

Belas, J. (2013). The impact of the financial crisis on business ethics in the banking sector: A case study from Slovakia. *Review of Economic Perspectives*, 13(3), 111-131.

Belas, J. ve Homolka, L. (2013). The development of customers' satisfaction in the banking sector of Slovakia in the turbulent economic environment. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 61(7), 1995-2003.

Bircan, K., Acayip, E. ve Okursoy, A. (2014). Bankacılık sektöründe müşteri ilişkileri yönetimi ve çalışanlar tarafından değerlendirilmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, (58), 647-662.



Çakmak, A. Ç., Güneşer, M. T. ve Terzi, H. (2011). Bankaların müşterilerine sunduğu internet bankacılığı hizmetinin müşteriler tarafından değerlendirilmesi: Karabük şehir merkezinde uygulama. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31(2), 1-30.

Çerçevik, F. Ç. (2016). Müşteri İlişkileri Yönetiminde İş Zekâsı ve Özel Bankacılıkta Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Çınar, O., Yavuz, S. ve Aslan, İ. (2012). Akademisyenlerin internet bankacılığı hakkındaki tutum, düşünce ve davranışları: Erzincan Üniversitesi örneği. Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 103-124.

Demir, Ö. ve Sezgin, E. E. (2017). Bankacılık sektöründe örgütsel iletişim kaynaklı sorunların incelenmesi: Elazığ ve Malatya illerinde yapılan bir araştırma. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 27(1), 121-140.

Durer, S., Çalışkan, A. Ö., Akbaş, H. E. ve Gündoğdu, C. E. (2009). İnternet bankacılığını kullanma kararını etkileyen faktörler: Türk banka müşterileri üzerine bir araştırma. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 16(1), 133-154.

Hakiri, W. (2012). For an efficient complaints management system for banks: A conceptual framework and an exploratory study. [Online] <<http://ibimapublishing.com/articles/JMRCS/2012/624789/>> Erişim Tarihi: 22 Mayıs 2018.

Harris, H. (2001). Content analysis of secondary data: A study of courage in managerial decision making. Journal of Business Ethics, 34(3), 191-208.

İslatince, N. (2017). Üniversite öğrencilerinin kredi kartı tercih etme nedenleri önem sıralaması: Anadolu Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. Journal of Current Researches on Social Sciences, 7(3), 125-138.

Johnson, B. ve Christensen L. (2004). Educational Research: Quantitative, Qualitative, and Mixed Approaches. 2nd ed., Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Kartal, M. T. (2017). Türk bankacılık sektöründe müşteri şikâyetleri yönetimi üzerine bir değerlendirme. Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(4), 245-258.

Kaya, F. ve Arslan, R. (2016). İnternet bankacılığında müşterilerin banka tercihlerine etki eden faktörler: Bolu ilinde kamu çalışanları üzerine bir araştırma. Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, 8(15), 423-449.

Kuzel, A. J. (1999). Sampling in Qualitative Inquiry. In B. F. Crabtree & W. L. Miller (Eds.) Doing Qualitative Research (pp. 33-45). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Mistry, S. H. (2013). Measuring customer satisfaction in banking sector: with special reference to banks of Surat city. Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review, 2(7), 132-140.

Nimako, S. G. ve Mensah, A. F. (2014). Exploring customer dissatisfaction/satisfaction and complaining responses among bank customers in Ghana. International Journal of Marketing Studies, 6(2), 58-71.

Okumuş, A., Bozbay, Z. ve Dağlı, R. M. (2015). Banka müşterilerinin internet bankacılığına ilişkin tutumlarının incelenmesi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (36), 89-111.

Pala, E. ve Kartal, B. (2010). Banka müşterilerinin internet bankacılığı ile ilgili tutumlarına yönelik bir pilot araştırma. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 17(2), 43-61.

Tüfekci, N. ve Tüfekci, K. Ö. (2006). Bankacılık sektöründe farklı olma üstünlüğünün ve müşteri sadakatinin yarattığı değer: Isparta ilinde bir uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(4), 170-183.

Uppal, R. K. (2010). Customer complaints in banks: Nature, extent and strategies to mitigation. Journal of Economics and International Finance, 2(10), 212-220.

Wysocki, A. F., Kepner, K. W. ve Glasser, M. W. (2001). Customer Complaints and Types of Customers.  
<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.518.3338&rep=rep1&type=pdf>>  
Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2018.

**Ek 1: Araştırma kapsamında müşterilere uygulanan mülakat soruları:**

1. İyi bir banka sizin için neleri ifade etmektedir?
2. Banka işlemleri ve işlemlerinden beklentileriniz nelerdir?
3. Banka işlemleri ve işlemleri hakkında şikâyetleriniz hangi yöndedir? Şikâyetiniz varsa nasıl ifade edersiniz?
4. Banka işlemlerinizi en çok hangi yolla (bankamatik, internet bankacılığı vb.) gerçekleştiriyorsunuz?
5. İnternet bankacılığı kullanıyor musunuz? İnternet bankacılığı uygulamalarından memnun musunuz? Olumlu veya olumsuz yönleri nelerdir?
6. Bankacılık işlemlerini gerçekleştirirken güvenlik konusunda endişeleriniz var mı? Varsa ne konuda endişeleriniz var?
7. Kredi kartı ya da sanal kart kullanıyor musunuz? Hangi durumlarda bu kartları kullanmayı tercih ediyorsunuz?
8. Ödeme işlemlerinizi (fatura vb.) nakit olarak mı yoksa banka aracılığıyla otomatik talimat yoluyla mı gerçekleştirmektesiniz?
9. En fazla kullandığınız bankacılık işlemleri (para transferi, yatırım, kart işlemleri, ödemeler, altın-döviz işlemleri vb.) nelerdir?
10. Banka personeli veya müşteri temsilcisi tarafından yaşadığınız sorunlara çözümler getiriliyor mu?

**Yazarlar bilgisi:**

Ömer Ceyhun APAK  
 Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü  
<https://orcid.org/0000-0002-1409-6707>  
 E-posta: ceyhun.apak@hotmail.com

**Muhammet BELEN**

Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi  
<https://orcid.org/0000-0003-1139-290>  
 E-posta: mbelen@karabuk.edu.tr

**Yazı Bilgisi:**

Alındığı tarih: 12 Nisan 2019.  
 Yayına kabul edildiği tarih: 19 Kasım 2019.  
 E-yayın tarihi: 24 Aralık 2019.  
 Yazıcı çıktı sayfa sayısı: 11.  
 Kaynak sayısı: 23

**Hakemler:**

Dr. Öğr. Üyesi Özcan DEMİR (Fırat Üniversitesi - Elazığ)  
 Dr. Mustafa Tefik KARTAL (Borsa İstanbul - İstanbul)