

DETERMINATION OF HUMAN RESOURCE IDENTITY IN FINANCE ENTERPRISES THROUGH MENTAL METAPHORS

DOI: 10.17261/Pressacademia.2025.1991

PAP- V.21-2025(10)-p.49-53

Hande Gulnihâl Gumus

Istanbul Esenyurt University, Faculty of Business and Management Sciences, Business Administration, Istanbul, Türkiye.

handegumus@esenyurt.edu.tr , ORCID:0000-0002-0764-7988

To cite this document

Gumus, H.G., (2025). Determination of human resource identity in finance enterprises through mental metaphors. PressAcademia Procedia (PAP), 21, 49-53.

Permanent link to this document: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2025.1991>

Copyright: Published by PressAcademia and limited licensed re-use rights only.

ABSTRACT

Purpose- The purpose of this research is to reveal how human resource identity is represented and structured through mental metaphors in financial institutions. In this direction, the texts in the human resources sections of the official websites of banks were analyzed and the role of the metaphors used in the formation of human resource identity was examined.

Methodology- The research employed a qualitative analysis method. Data for this study were obtained using headings such as "human resources," "career," "people and culture," "talent and culture," and "HR Portal" on the banks' official websites. The research population consisted of texts published in the human resources sections of the official websites of 14 selected domestic, private, and foreign owned banks.

Findings- As a result of the analysis, metaphors were grouped under certain themes and each theme reflects the meanings that organizations attribute to human resources.

Conclusion- Financial institutions use mind metaphors as a managerial tool when shaping their human resources identity. These metaphors express the place of employees within the organization, their importance, and their meaning within the institutional context, thus shaping the institutions' fundamental attitudes and understanding of their human resources. By structuring their human resources identities around the metaphors of "journey," "family," "game," "story," and "network," banks ensure that employees' individual development aligns with corporate objectives.

Keywords: Mental metaphors, human resource identity, human resource management, financial enterprises

JEL Codes: M12, M14, J24

FİNANS İŞLETMELERİNDE İNSAN KAYNAĞI KİMLİĞİNİN ZİHİN METAFORLARI YOLUYLA BELİRLENMESİ

ÖZET

Amaç- Bu araştırmanın amacı, finans kurumlarında insan kaynağı kimliğinin zihin metaforları aracılığıyla nasıl temsil edildiğini ve yapılandırıldığını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda bankaların resmi web sitelerinde yer alan insan kaynakları bölümlerindeki metinler analiz edilerek, kullanılan metaforların insan kaynağı kimliğinin oluşturulmasındaki rolü incelenmiştir.

Yöntem- Araştırmada nitel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın verileri, bankaların resmi internet sitelerinde "insan kaynakları", "kariyer", "insan ve kültür", "yetenek ve kültür", "İK Portal" gibi başlıklardan yararlanılarak elde edilmiştir. Araştırmanın evrenini, yerli, özel ve yabancı sermayeli olmak üzere seçilen 14 bankanın resmi web sitelerinde insan kaynakları bölümlerinde yayımlanan metinler oluşturmaktadır.

Bulgular- Analiz sonucunda metaforlar belirli temalar altında gruplandırılmış ve her bir tema kurumların insan kaynağına yükledikleri anlamları yansıtmaktadır.

Sonuç- Finansal kurumlar, insan kaynakları kimliğini şekillendirirken zihin metaforlarını yönetsel bir araç olarak kullanmaktadır. Bu metaforlar aracılığıyla çalışanların örgüt içindeki yeri, taşıdığı önem ve kurumsal bağlamdaki anlamı ifade edilmekte; böylelikle kurumların insan kaynağına yönelik temel tutumları ve anlayışları biçimlenmektedir. Bankalar, insan kaynakları kimliklerini "yolculuk", "aile", "oyun", "hikâye" ve "ağ" metaforları çerçevesinde yapılandırarak; çalışanların bireysel gelişimlerinin kurumsal hedeflerle uyumlu hale gelmesini sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Zihin metaforları, insan kaynağı kimliği, insan kaynakları yönetimi, finans işletmeleri

JEL Kodları: M12, M14, J24

1. GİRİŞ

Dijital dönüşümün ve nitelikli işgücü ihtiyacının giderek arttığı günümüz iş dünyasında, insan kaynakları yönetimi destekleyici bir fonksiyon olmaktan çıkarak örgütsel kimliğin kurucu unsurlarından biri haline gelmiştir. Bu değişim, kurumların insan kaynağına yönelik algı, tutum ve ifadelerini yeniden üretmelerine yol açmakta; insan kaynakları kimliğinin oluşum biçimi, kurumlar açısından stratejik düzeyde ele alınması gereken bir konuya dönüşmektedir. Bu çerçevede, metaforlar örgütlerin soyut gerçekliklerini anlamlandırma ve iletme sürecinde işlevsel bir

rol üstlenmekte; insan kaynaklarına dair değerler, roller ve ilişkiler metaforik anlatımlar yoluyla temsil edilmektedir. Bu süreci anlamlandırmada metaforlar önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle zihin metaforları, soyut olanı somutlaştırma gücüne sahip bilişsel yapılar olarak, örgütlerin çalışanlara ne tür anlamlar yüklediğini, onlardan ne beklediğini ve nasıl bir bakış açısına sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

İnsan kaynağı kimliği, örgüt içinde insan kaynakları fonksiyonunun üstlendiği roller, değerler ve işlevlerle şekillenen, hem kurum içi hem de dışı paydaşlarca algılanan sosyal ve kültürel bir kavramdır (Sağlam Arı ve Konaklıoğlu, 2017:125). Bak, Kutlu ve Bak (2020: 235) tarafından yapılan çalışmada, insan kaynakları çalışanlarının kendi mesleki kimliklerini ifade etmek için kullandıkları metaforların, bu kimliğin bireysel ve toplumsal boyutlarını anlamada önemli ipuçları sunduğu vurgulanmıştır. Bu metaforik anlatımlar, insan kaynağının örgüt içindeki işlevini, algılanan değerini ve mesleki duruşunu temsil eder. Metafor en basit tanımıyla, bir şeyi başka bir şey ile anlatma biçimidir (Okutan ve Yetim, 2019:184). Zihin metaforları, bireylerin soyut kavramları ve karmaşık olguları anlamlandırmak için zihinsel düzeyde kullandıkları bilişsel araçlardır. Lakoff ve Johnson (1980), metaforların sadece dilde süsleyici ifadeler olmadığını, aksine insanların dünyayı kavramsal olarak yapılandırmasının temel araçları olduğunu ortaya koymuştur. Bu perspektife göre, metaforlar soyut fikirlerin somut deneyimlerle ilişkilendirilmesini sağlar ve böylece anlam üretiminin zihinsel temelini oluşturur (Lakoff ve Johnson, 1980: 5-7). Organizasyonel yaşamın bütün doğasını tam olarak açıklamada tek bir metafor yeterli değildir. Bu bağlamda, insan kaynakları yönetiminde tek bir metafor açısından değil, bütünlük bir değerlendirme daha doğru olmaktadır (Bayraktaroğlu vd., 2011:9-10). Cornelissen (2005), örgüt metaforlarının, karmaşık sosyal yapıları anlamlandırmada temel araçlar olduğunu ve bu metaforların insan kaynakları uygulamalarının algılanış biçimini şekillendirdiğini ifade etmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, finans sektöründe faaliyet gösteren kurumlarda insan kaynağı kimliğinin zihin metaforları vasıtasıyla ne şekilde yansıtıldığını analiz etmektir. Bu bağlamda, bankaların kurumsal web sitelerinde bulunan insan kaynaklarına yönelik bölümlerde yer alan metinler, içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve bu metinlerde kullanılan zihin metaforlarının, çalışan kimliğinin oluşumundaki işlevi irdelenmiştir. Veriler, bankaların resmi internet sayfalarında yer alan “insan kaynakları”, “kariyer”, “insan ve kültür”, “yetenek ve kültür” ve “İK Portal” gibi başlıklar altında yayımlanan metinlerden elde edilmiştir. Araştırmacılar içerik analizini kullanarak belirli kelimelerin, temaların veya kavramların varlığını, anlamlarını ve ilişkilerini ölçebilir ve/veya analiz edebilir (Sallan Gül ve Kahya Nizam, 2021:182). Araştırmanın evrenini, yerli, özel ve yabancı sermayeli olmak üzere seçilen 14 bankanın resmi web sitelerinin insan kaynakları bölümlerinde yayımlanan metinler oluşturmaktadır.

4. BULGULAR

Araştırmada, insan kaynağı kimliğini yansıtan anlatımlar beş ana metafor teması altında toplanmıştır: yolculuk, aile, oyun, hikâye ve ağ. Her tema altında, bankalara ait örnek ifadeler analiz edilerek çalışanın kurum içindeki konumunu yansıtan metaforik kimlikler ortaya konmuştur.

Tablo 1: Araştırmada Yer Alan Bankalar

Banka Adı	Banka Türü
Akbank	Özel Sermayeli Mevduat Bankası
Alternatif Bank	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
Anadolubank A.Ş.	Özel Sermayeli Mevduat Bankası
Citibank A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
Fibabanka A.Ş.	Özel Sermayeli Mevduat Bankası
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
HSBC Bank A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
ING Bank A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
Türkiye İş Bankası A.Ş.	Özel Sermayeli Mevduat Bankası
Odea Bank A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
QNB Finansbank A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar
Şekerbank T.A.Ş.	Özel Sermayeli Mevduat Bankası
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	Özel Sermayeli Mevduat Bankası
Yapı Kredi Bankası A.Ş.	Türkiye’de kurulmuş yabancı sermayeli bankalar

Tablo 1’de araştırmada yer alan bankaların isimleri ve banka türü belirtilmektedir.

Tablo 2: Metaforik Temaların Sınıflandırılması

Ana Tema	Alt Temalar
YOLCULUK	Gelişim / Keşif / Kariyer /Harita / Hedef / Rehber / Yol
AİLE	Aile olmak / Aile üyesi/ Güven / Aidiyet
OYUN	Takım/ Oyunlaştırma /Strateji / Rekabet / Spor
HİKAYE	Öykü/Başarı
AĞ	Bağlantı / Paylaşım / İletişim / Network

Çalışma kapsamında 5 ana tema ve 22 alt tema oluşturulmuştur. Bu temalar tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 3: Yolculuk Metaforu

Metafor Tema	Alt Tema	Banka	İfade	İK Kimliği
YOLCULUK	Gelişim/Keşif/Kariyer Harita/Hedef/Rehber/ Yol	Akbank	Kendini keşfetme serüvenine katılım Doğru adımlarla kariyerinde ilerle	Stratejik gelişimle kendini keşfeden
		Alternatif Bank	Şeffaf, çalışan odaklı, yenilikçi gelişim; kariyerde yatay ve dikey fırsatlar	Potansiyelini keşfeden, gelişime açık
		Anadolu Bank	Tüm çalışanlar yetenekli; kariyer yolları açık; kurum kültürüne bağlı ve yenilikçi	Yetenekli, kültüre bağlı ve yenilikçi
		Citibank	Citi'liler kariyer gelişim sorumluluğunu kendileri üstlenir.	Kariyer gelişiminin lideri, sorumluluk alan
		Fibabanka	Çalışanların yetenek, potansiyel, gelişim ve mutluluğu takip edilir.	Yetenek ve mutluluğu izlenen, desteklenen
		Garanti Bankası	Kariyer fırsatlarına kendini aday göstermek.	Kariyer fırsatlarına aktif ve gönüllü katılan
		HSBC	Hedefler şeffaf, performans sürekli izlenir.	Hedefleri net, performansını sürekli değerlendiren
		ING Bank	Hırslarınızla uyumlu yola çıkın kariyerinizi üç rotasyonda keşfedin	Rotasyonlarla kariyerini keşfeden
		İş Bankası	Seçtiğin yolda sana yol göstermek	Kurum içini keşfeden ve yönlendirilen
		Odeabank	Gelişmek ve geliştirmek için cesur kararlar alınız.	Gelişmek ve çevresini geliştirmek
		QNB Finansbank	Her QNB'li işinin lideridir Birbirimizin hedefleri için çalışmak	İşinin lideri olan, takım hedefleri için birlikte çalışan
		Şekerbank	Kariyer hedeflerini desteklemek	Gelişimi planlı izlenen
		TEB	Tecrübeli çalışanların deneyimlerini paylaşması için profesyonel gelişim platformu	Tecrübelerini paylaşan, etkileşimli öğrenme ortamlarında gelişen
		Yapı Kredi	Yıl boyunca sürececek bir yolculuk Kariyer yapmak istediğin alanları keşfetmen	Gelişim yolculuğunda kendi kariyerini oluşturabilen, öğrenmeye açık

Tablo 3'te *Yolculuk Metaforu*, çalışanları bir gelişim ve kariyer yolculuğuna davet eden, onları potansiyellerini keşfetmeye ve stratejik adımlar atmaya yönlendiren bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışanlar; aktif öğrenen, hedef koyan, kendi kariyerini planlayan ve kurumla birlikte dönüşen bireyler olarak tanımlanmaktadır.

Tablo 4: Aile Metaforu

Metafor Tema	Alt Tema	Banka	İfade	İK Kimliği
AİLE	Aile olmak/Aile üyesi/Güven/ Aidiyet	Fibabanka	Fibabanka Ailesi'nin bir parçası olmak üzere	Kuruma aidiyet duyan, ailenin parçası olarak görülen
		HSBC	Çalışma arkadaşlarımıza sadece bir işveren olarak değil, onların içinde kendilerini güvende ve esen hissettikleri bir ortam sağlarız.	Kendini güvende hisseden, desteklenen ve değer verilen
		İş Bankası	İş Ailem: Aile olmak, birbirine her konuda destek olmak demek	Birlikte büyüyen, her konuda desteklenen "İş Ailesi" üyesi
		Odeabank	Çalışma kültürü; çalışanlara saygı, sevgi ve güven sınırları içinde	Sevgi, saygı ve güven temelli kültürde çalışan
		Şekerbank	İnsan Kaynakları ekipleri arasında arasında güvene dayalı, rahat paylaşımına imkan sağlayan bir iletişim	Güvene dayalı, rahat iletişim ortamında fikirlerini paylaşan

Tablo 4'te *Aile Metaforu*, çalışanlar sadece işgören değil, kurumun "aile" üyeleri olarak duygusal bağlılık, aidiyet, güven ve destek çerçevesinde yer almaktadır.

Tablo 5: Oyun Metaforu

Metafor Tema	Alt Tema	Banka	İfade	İK Kimliği
OYUN	Takım/Oyunlaştırma/ Strateji/Rekabet/Spor	Akbank	Oyunlaştırma gibi modern alt yapılarla gelişim yolculuğunu keyifli hale getiriyor.	Oyunlaştırma ile gelişim yolculuğunu keyifli ve motive eden
		Fibabanka	Yenilikçi ve müşteri odaklı çalışma arkadaşlarımızla birlikte geliştirebiliriz.	Yenilikçi, müşteri ve takım odaklı çalışanlarla birlikte gelişen
		Garanti Bankası	Kariyer fırsatları programı ile doğru hamleleri yap	Kariyer fırsatlarını stratejik değerlendiren
		İş Bankası	İş'te Turnuva: Rekabet ve heyecan dolu bir organizasyon	Rekabet ve heyecanla motivasyonu yüksek tutulan
		QNB Finansbank	Hepimiz aynı ekibin parçasıyız, birbirimizin hedefleri için çalışırız.	Aynı takımda işbirliği yapan, birbirinin hedeflerine katkı sunan
		TEB	Rekabet avantajı sağlayabilecek çalışanlar belirlenir.	Rekabet avantajı sağlayacak potansiyel çalışanlar

Tablo 5'te *Oyun Metaforu*, çalışan gelişimini destekleyen, motivasyon ve katılımı artıran dinamik bir yapı olarak betimlenmektedir. Çalışanlar; aktif katılımcı, stratejik düşünen, takım oyuncusu ve rekabetçi bireyler olarak tanımlanmaktadır.

Tablo 6: Hikaye Metaforu

Metafor Tema	Alt Tema	Banka	İfade	İK Kimliği
HİKAYE	Öykü/Başarı	Akbank	Fark yaratan hikayelerimiz	Kendi başarı hikayesini yazan
		Garanti Bankası	Başarı hikayeni Garanti BBVA'da yaz	Başarı hikayelerini kurumda oluşturan ve paylaşan
		İş Bankası	İş'te Yaşam hikayeleri, Çalışanlarımızın deneyim öyküleri	Deneyimlerini paylaşarak kurum kültürünü zenginleştiren
		Odeabank	Odealist Olmak: Kariyerinizi Birlikte Yazıyoruz	Kariyerini birlikte yazan, aidiyet duygusuyla hikayesini paylaşan
		QNB Finansbank	Birlikte yazdığımız başarı öyküleri	Birlikte yazdıkları başarı hikayeleriyle takım ruhunu güçlendiren
		Yapı Kredi	Çalışanlarımızın ilham veren öyküleri	İlham veren hikayelerle kültür ve deneyimi zenginleştiren

Tablo 6'da *Hikaye Metaforu*, Çalışanların bireysel başarıları ve deneyimleri, kurumsal değer ve kültürün parçası olarak anlatılmaktadır.

Tablo 7: Ağ Metaforu

Metafor Tema	Alt Tema	Banka	İfade	İK Kimliği
AĞ	Bağlantı/Paylaşım/ İletişim/Network	QNB Finansbank	Forum ve destek hatlarıyla çalışan ağı güçlendirilir.	Çalışan ağını güçlendiren
		Şekerbank	Açık iletişim ağı kullanıyoruz.	Açık ve samimi iletişim ağı ile desteklenen, fikir paylaşımına açık
		TEB	Çalışan odaklı yaklaşımımızla ortak aklın hakim olduğu bir kültür yaratıyoruz.	Ortak akıl ve kültür yaratan, çalışan görüşlerini ön planda tutan
		Yapı Kredi	Stratejik birimlerdeki kişilerle tanışacağın ve network kuracağın etkinlikler	Stratejik birimlerle network kuran, sosyal bağlılığı güçlü çalışan

Tablo 7'de *Ağ Metaforu*, çalışanlar arasında iletişim, paylaşım ve iş birliğini destekleyen bir köprü ve bağlantı ağı olarak görülmektedir.

Tablo 8: Bankaların İnsan Kaynağı Kimliği Temalarının Metaforik Dağılımı

Banka	YOLCULUK	AİLE	OYUN	HİKAYE	AĞ
Akbank	2	0	1	1	0
Alternatif Bank	1	0	0	0	0
Anadolu Bank	1	0	0	0	0
Citibank	1	0	0	0	0
Fibabanka	2	1	2	0	0
Garanti Bankası	1	0	1	1	0
HSBC	2	1	0	0	0
ING Bank	1	0	0	0	0
İş Bankası	2	1	1	1	0
Odeabank	2	1	0	1	0
QNB Finansbank	2	0	2	1	1

Şekerbank	1	1	1	0	1
TEB	2	0	1	1	1
Yapı Kredi	1	0	0	1	1
Toplam	21	5	9	7	4

Tablo 8’de Bankaların insan kaynağı kimliği temalarının metaforik dağılımı sonucunda; yolculuk metaforu n=21, aile metaforu n=5, oyun metaforu n=9, hikaye metaforu n=7 ve ağ metaforu n=4 olarak belirlenmiştir.

5. SONUÇ

Finans sektörü kuruluşları, insan kaynaklarına ilişkin kimlik oluşturma süreçlerinde zihin metaforlarından stratejik bir şekilde faydalanmaktadır. Bu metaforlar aracılığıyla çalışanların kurumdaki konumu, değeri ve anlamı dolaylı bir biçimde tanımlanmakta böylece kurumun insan kaynağına ilişkin temel yaklaşımları meydana gelmektedir. Bu araştırma, finans sektöründe faaliyet gösteren bankaların insan kaynakları kimliğini, zihin metaforları aracılığıyla ele almıştır. Bulgular, insan kaynakları birimlerinin çalışanları yalnızca teknik ve idari görevlerle sınırlı görmediğini; aksine, onların kariyer yolculuklarında rehberlik eden, gelişim süreçlerini destekleyen, aidiyet ve bağlılık duygusunu güçlendiren, motivasyon ve katılımı artıran yapılar olduğunu ortaya koymaktadır. Bankalar, insan kaynakları kimliklerini “yolculuk”, “aile”, “oyun”, “hikâye” ve “ağ” metaforları çerçevesinde yapılandırarak; çalışanların bireysel gelişimlerinin kurumsal hedeflerle uyumlu hale gelmesini sağlamaktadır. Yolculuk metaforu, bireyleri aktif öğrenen, kendi kariyerlerini bilinçli şekillendiren bireyler olarak konumlandırırken; aile metaforu aidiyet duygusunun pekiştirilmesi ve psikolojik güvenlik ortamının oluşturulmasına vurgu yapmaktadır. Oyun metaforu, çalışan motivasyonu, rekabetçilik ve takım ruhunun geliştirilmesini desteklerken; hikâye metaforu, bireysel başarıların kurumsal anlatılarla bütünleşmesini ve anlamlandırılmasını sağlamaktadır. Ağ metaforu ise kurum içi iletişim kanallarını güçlendirerek iş birliği ve birlikte öğrenmenin artırılmasına katkıda bulunmaktadır. İnsan kaynaklarının finans sektöründe yalnızca destekleyici bir işlev görmekten öte, kurumsal kültürün oluşturulmasında ve örgütsel başarının sağlanmasında önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

Bayraktaroğlu, S., Kutanis, R. Ö., & Tunç, T. (2011). İnsan kaynakları yönetimi bilişsel düzeyde nasıl algılanıyor? Metafora dayalı bir değerlendirme. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 6(1), 7-29.

Bak, G., Kutlu, M. K. & Bak, A. (2020). İşe alım uzmanlarının kendi mesleklerine ilişkin metaforik algılarının bir analizi. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7(4), 233-244.

Cornelissen, J. P. (2005). Metaphor in organizational research: Perspectives on the dynamics of knowledge creation and knowledge sharing. Academy of Management Review, 30(4), 751–754.

Konaklıoğlu, E., & Sağlam Arı, G. (2017). The meaning of human resource management for HR managers: A metaphor analysis. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(4), 123–136.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). Metaphors we live by. University of Chicago Press.

Okutan, E. & Yetim, A. (2019). Çalışanların “Sendika” ve “İnsan Kaynakları” kavramlarına ilişkin metaforik algıları. Journal of Current Debates in Social Sciences, 2(2), 183-195.

Sallan Gül, S., & Kahya Nizam, Ö. (2021). Sosyal bilimlerde içerik ve söylem analizi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (42), 181–198.

<https://www.akbank.com/> Erişim Tarihi: 02.05.2025

<https://www.alternatifbank.com.tr/> Erişim Tarihi: 07.05.2025

<https://www.anadolubank.com.tr/> Erişim Tarihi: 10.05.2025

<https://www.citibank.com.tr/> Erişim Tarihi: 18.05.2025

<https://www.fibabanka.com.tr/> Erişim Tarihi: 08.05.2025

<https://www.garantibvva.com.tr/> Erişim Tarihi: 05.05.2025

<https://www.hsbc.com.tr/> Erişim Tarihi: 08.05.2025

<https://www.ing.com.tr/tr> Erişim Tarihi: 15.05.2025

<https://www.isbank.com.tr/> Erişim Tarihi: 04.05.2025

<https://www.odeabank.com.tr/> Erişim Tarihi: 06.05.2025

<https://www.qnb.com.tr/> Erişim Tarihi: 06.05.2025

<https://www.sekerbank.com.tr/> Erişim Tarihi: 06.05.2025

<https://www.teb.com.tr/> Erişim Tarihi: 07.05.2025

<https://www.yapikredi.com.tr/> Erişim Tarihi: 02.05.2025