



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI

**BANKACILIK SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞME DÜZEYİNİN
DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARINA ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tuğba BİLCAN

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Nur Dilbaz Alacahan**

ÇANAKKALE – 2023



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI

**BANKACILIK SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞME DÜZEYİNİN
DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARINA ETKİSİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TUĞBA BİLCAN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Nur Dilbaz Alacahan

Bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü kurumu tarafından desteklenmiştir.

Proje No:

ÇANAKKALE – 2023



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



Tuğba BİLCAN tarafından Prof. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN yönetiminde danışmanlığında hazırlanan ve **23/08/2023** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan **“Bankacılık Sektöründe Dijitalleşme Düzeyinin Dijital Bankacılık Uygulamalarına Etkisi”** başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, **Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı’nda YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Prof. Dr. Nur Dilbaz Alacahan

.....

Doç. Dr. Sevgi Sezer

.....

Dr. Öğr. Üyesi Yasin Karadeniz

.....

Tez No :

Tez Savunma Tarihi :

.....
Doç. Dr. Ahmet Evren ERGİNAL
Enstitü Müdürü

.././20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Tuğba BİLCAN
../../2023

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanmasında bana her türlü desteği bir an olsun eksik etmeyen , değerli danıőmanım Prof. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN'a, çalışma süresince tüm zorlukları benimle birlikte manevi olarak göğüsleyen arkadaşlarıma, hayatımın her evresinde bana destek olan değerli aileme sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Prof. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN, bana her zaman yol gösteren, bilgi ve deneyimlerini aktaran, her türlü desteği sağlayan değerli bir danışman olmuştur. Çalışmam boyunca göstermiő olduğu ilgi ve özveriye sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Arkadaőlarım, alıőma süresince her türlü zorluğu benimle göğüslediler ve bana destek oldular. Her zaman yanımda oldukları için onlara teőekkürlerimi sunarım.

Ailem, hayatımın her evresinde bana destek oldu. Her zaman yanımda oldukları için onlara teőekkürlerimi sunarım.

Bu tezin hazırlanmasında emeği geçen herkese teőekkürlerimi sunarım.

Tuğba BİLCAN
anakkale, Ekim 2023

ÖZET

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞME DÜZEYİNİN DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARINA ETKİSİ

Tuğba BİLCAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı / Yüksek Lisans

Danışman: Prof. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN

27/10/2023,85

Teknolojinin hızla gelişmesi ve internetin yaygınlaşması , finans sektörü dahil birçok alanda köklü değişikliklere yol açmış , bankacılık sektöründe ise dijital bankacılık kavramı doğmuştur. Dijital bankacılık , sürekli evrilen teknolojiyle her geçen gün yeni bir bakı açısı sunmaktadır. Bireyler , bilgi ve veri paylaşımını anında gerçekleştirme olanağına kavuşmuş , kendi banka işlemlerini gerçekleştirirken aynı zamanda danışmanları haline gelmişlerdir.

Bu tezin amacı, bankacılık sektöründe dijital bankacılığın yaygınlığı ve bireyler üzerindeki etkilerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda bir nicel araştırma model kullanılmıştır. 315 kişiye anket uygulanmış ve elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçları, dijital bankacılığın bireylere sürekli ve kesintisiz bir finansal deneyim sunma kapasitesiyle, büyük bir dijital dünyanın inşa edildiğini göstermektedir. Anketi dolduran katılımcıların verdiği cevaplara dayanarak, eksiklikler giderildiğinde geleneksel bankacılık anlayışının yerini dijital bankacılık dünyasının alacağı, her yaş grubundan bireyin kolayca kullanabileceği bir geleceğin şekillendiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Dijital Dönüşüm, Dijital Bankacılık, Dijital Dünya, Süresiz, Kesintisiz

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE LEVEL OF DIGITALIZATION IN THE BANKING SECTOR ON DIGITAL BANKING APPLICATIONS

Tuğba BİLCAN

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Banking and Finance Department / Master's Degree

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN

27/10/2023,85

The rapid development of technology and the widespread use of the internet have led to radical changes in many areas, including the financial sector, and the concept of digital banking was born in the banking sector. Digital banking offers a new perspective every day with constantly evolving technology. Individuals have gained the opportunity to share information and data instantly and have become their advisors while performing their own banking transactions.

The aim of this thesis is to examine the prevalence of digital banking in the banking sector and its effects on individuals. For this purpose, a quantitative research model was used. 315 people were surveyed and the data obtained were analysed.

The results of the research show that a large digital world is being built with the capacity of digital banking to provide individuals with a continuous and uninterrupted financial experience. Based on the answers given by the participants who filled out the questionnaire, it is concluded that the digital banking world will replace the traditional banking understanding when the deficiencies are eliminated, and a future that can be easily used by individuals from all age groups is shaped.

Keywords: Digitalization, Digital Transformation, Digital Banking, Digital World, Indefinite, Uninterrupted

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER ve KISALTMALAR.....	ix
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİ

1

İKİNCİ BÖLÜM KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2

2.1. Dijitalleşmenin Tanımı.....	2
2.2. Dijitalleşmenin Gelişimi.....	5
2.3. Dijital Dönüşüm.....	7
2.4. Dijital Bankacılık.....	9
2.4.1. Dijital Bankacılığın Gelişimi Süreci.....	11
2.4.2. Dijital Bankacılığın Amaçları ve Faydaları.....	12
2.4.2. Dijital Bankacılığın Sakıncaları.....	14
2.5. Dijital Bankacılığın Kanalları.....	15
2.5.1. İnternet Bankacılığı.....	15
2.5.2. Mobil Bankacılık.....	19
2.5.3. ATM Bankacılığı.....	21

2.5.	Dijital Bankacılıkla İlgili Literatür Çalışmaları.....	24
------	--	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TÜRKİYE’DE DİJİTAL BANKACILIK 27

3.1.	Dünyadaki Dijital Bankacılık.....	27
3.2.	Dijital Dönüşümünde Türkiye’nin Durumu	29
3.3.	Türkiye’de Dijital Bankacılık.....	32
3.4.	Dijital Bankacılığın Geleceği.....	37

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ 40

4.1.	Araştırmanın Konusu.....	40
4.2.	Araştırmanın Amacı.....	40
4.3.	Araştırmanın Önemi.....	41
4.4.	Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtı.....	41
4.5.	Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	42
4.6.	Araştırmanın Veri Toplama Tekniği.....	42
4.7.	Araştırmanın Veri Analizi Yöntemi.....	43
4.8.	Araştırmanın Hipotezleri.....	43
4.9.	Araştırmanın Sınırlıkları.....	43
4.10.	Araştırmanın Modeli.....	43

BEŞİNCİ BÖLÜM
ARAŞTIRMANIN BULGULARI 45

5.1.	Katılımcılara Ait Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları.....	45
5.2.	Katılımcılara Ait Dijital Banka İşlemlerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları.....	51
5.3.	Katılımcılara Ait Demografik Özelliklerin Dijital Bankacılığın Çeşitli Özelliklerine Göre Dağılımı Analizi Sonuçları.....	65

ALTINCI BÖLÜM
SONUÇ ve ÖNERİLER

77

6.1. Araştırmanın Sonuçları.....	77
6.2. Araştırmacılara ve Uygulayıcılara Yönelik Öneriler.....	78
KAYNAKÇA	80
EKLER	I
EK 1. TÜRKİYE MÜLKİ İDARE HARİTASI	II
EK 2. ANKET FORMU.....	III
ÖZGEÇMİŞ	VI

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
IT	Information Technology
BT	Bilgisayarlı Tomografi
ATM	Automated Teller Machine
POS	Point Of Sale
EFT	Elektronik Fon Transferi
3G	3rd Generation
ENDÜSTRİ 4	4. Sanayi Devri
3D	3 Boyutlu Uzay
AB	Avrupa Birliği
AR-GE	Araştırma ve Geliştirme
FINTECH	Finansal Teknoloji
PWC	PricewaterhouseCoopers
API	Application Programming Interface

TABLolar DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Türkiye'nin Yıllara Göre Hanelerde Bilişim Teknolojileri Bulunma Oranı (%)	4
Tablo 2	İnternet Bankacılığının Kullanan Müşteri Sayısı	17
Tablo 3	İnternet Bankacılığı Finansal İşlemler	18
Tablo 4	Mobil Bankacılık Müşteri Sayısı	19
Tablo 5	Mobil Bankacılık Finansal İşlemler	20
Tablo 6	Mart 2023 Yılında Türkiye'deki Banka – Şube – Çalışan Sayıları	23
Tablo 7	2023 Ocak -Şubat-Mart Pos ve ATM Sayıları	24
Tablo 8	Yayınlanan Önemli Akademik Çalışmalar Ve Raporlar	25
Tablo 9	Türkiye Dijital Dönüşüm Endeksi	31
Tablo 10	Aktif Ocak – Mart 2022, Ekim – Aralık 2022 ve Ocak – Mart Müşteri Sayıları	35
Tablo 11	Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları N=315	45
Tablo 12	Katılımcıların Yaş Dağılımları N=315	46
Tablo 13	Katılımcıların Eğitim Dağılımları N=315	47
Tablo 14	Katılımcıların Gelir Durumu Dağılımları N=315	48
Tablo 15	Katılımcıların Meslek Dağılımları N=315	50
Tablo 16	Katılımcıların Medeni Durum Dağılımları N=315	51
Tablo 17	Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Kanalı Dağılımları N=315	52
Tablo 18	Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Kullandıkları Banka Dağılımları N=315	53
Tablo 19	Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Yaptığı İşlemler	

	İşlem Kanalı Dağılımları N=315	54
Tablo 20	Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Yılı Dağılımları N=315	56
Tablo 21	Katılımcıların Dijital Bankacılığı Seçme Nedeni Dağılımları N=315	57
Tablo 22	Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı Dağılımları N=315	59
Tablo 23	Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Zamanı Dağılımları N=315	60
Tablo 24	Katılımcıların Dijital Bankacılık Uygulamasını Önerme Dağılımları N=315	61
Tablo 25	Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Yeni Fırsatlar ve Kariyer Alanında Değişiklik Dağılımları N=315	61
Tablo 26	Katılımcıların “Dijitalleşme Bankacılık Sektöründe Yeni İş Yükü Getirme Durumu” Dağılımları N=315	62
Tablo 27	Katılımcıların “Dijital Bankacılığa Uyum Sağlamak İçin Yeterli Eğitime Sahip Olma Durumu” Dağılımları N=315	62
Tablo 28	Katılımcıların “Bankaların Dijitalleşmeye Uyum Sağlayabilir Olma İhtimali” Dağılımları N=315	63
Tablo 29	Katılımcıların “Dijital Bankacılık Gelişimi Bankacılık Mesleğinde Değişime İhtiyacı” Dağılımları N=315	63
Tablo 30	Katılımcıların “Dijital Bankacılıkta Yeni Gelişen Modellere Destek” Dağılımlar N=315	64
Tablo 31	Katılımcıların “Dijital Bankacılığın Maddi Açıdan Etkileri” Dağılımları N=315	64
Tablo 32	Katılımcıların “Dijital Bankacılıkta Siber Saldırı” Dağılımları N=315	65
Tablo 33	Katılımcıların “Siber Saldırıda Dijital Bankacılıkta Güven” Dağılımları N=315	65
Tablo 34	Katılımcıların Cinsiyeti ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması	68
Tablo 35	Katılımcıların Medeni Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması	71
Tablo 36	Katılımcıların Yaşı ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması	72
Tablo 37	Katılımcıların Eğitim Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması	73

Tablo 38	Katılımcıların Gelir Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması	75
Tablo 39	Katılımcıların Meslek Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması	78



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	Türkiye’de Kullanıcı İstatistikleri	5
Şekil 2	Bilginin Zaman İçerisinde Değişen Katlanma Eğrisi	8
Şekil 3	2021-2022 En Çok Mobil Bankacılık Kullanım Ülkelerin % Oranları	29
Şekil 4	Ar-Ge Harcaması (% GSYH)	31
Şekil 5	Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları	34
Şekil 6	Cinsiyetlere Göre Yaş Gruplarına Göre Aktif Dijital Bankacılık Müşterileri	35
Şekil 7	Uzaktan – Müşteri Başvuran Sayısı	36
Şekil 8	Katılımcıların Cinsiyet Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	45
Şekil 9	Katılımcıların Yaş Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	47
Şekil 10	Katılımcıların Eğitim Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	48
Şekil 11	Katılımcıların Gelir Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	49
Şekil 12	Katılımcıların Meslek Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	50
Şekil 13	Katılımcıların Medeni Durum Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	51
Şekil 14	Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Kanalı Dağılımlarına Yönelik Sütun Grafiği	52
Şekil 15	Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Kullandıkları Banka Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği	54
Şekil 16	Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Yapılan İşlem Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği	55
Şekil 17	Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Yılı Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği	56

Şekil 18	Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Nedeni Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği	58
Şekil 19	Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği	59
Şekil 20	Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Zamanı Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği	60



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bankacılık sektörü, teknolojik gelişmelerin etkisiyle hızla dijitalleşmektedir. Bu dijital dönüşüm, geleneksel bankacılık anlayışını kökten değiştirmektedir. Müşterilere sunulan hizmetlerin radikal bir şekilde dönüştürmektedir. Dijitalleşme, bankacılık işlemlerini kolaylaştırmak, erişebilirliği artırmak ve müşterilere daha hızlı çözümler sunmak için dijital teknolojilerin kullanımını içermektedir.

Dijital bankacılık uygulamaları, bu dijitalleşme sürecinin en belirgin yansımalarından biridir. Mobil uygulamalar, internet bankacılığı, dijital cüzdanlar ve online ödeme sistemleri gibi uygulamalar, müşterilere finansal işlemleri mobil veya bilgisayarların aracılığıyla yapan esnekliği sunmaktadır. Müşteriler, banka şubelerine gitmeye gerek duymadan, istedikleri zaman ve yerde hesaplarını yönetme, para transferi yapma, fatura ödeme gibi işlemleri gerçekleştirebilmektedir.

Dijital bankacılık uygulamaların yaygınlaşması, müşteri deneyimini önemli ölçüde iyileştirmektedir. Müşterilerin kuyruk bekleme süreleri ve yoğun banka ziyaretleri gibi sorunları minimize edilmiş, finansal işlemlerin daha hızlı ve verimli bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Bu uygulamalar sayesinde müşterilere özelleştirilmiş hizmetler sunabilir, finansal alışkanlıklarına uygun ürün ve hizmetler önerebilmektedir.

Dijitalleşme aynı zamanda bankalara da birçok avantaj sunmaktadır. Fiziksel şubelerin işletme maliyetleri yüksekken, dijital kanallar üzerinden yapılan işlemlerin daha düşük maliyetli olabilmektedir. Bankaların operasyonel verimliliği artırmasına, daha geniş müşteri kitlesine erişmesine ve rekabetçi olmasına olanak tanımaktadır.

Dijital dönüşüm sürecinde güvenlik konusu da büyük bir önem arz etmektedir. Dijital bankacılık uygulamalarıyla işlem yapan müşterilerin kişisel ve finansal verilerin güvende olduğundan emin olmaları kritik bir husustur. Bu nedenle, bankaların güçlü güvenlik önlemleri alması ve müşterileri bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, bankacılık sektöründe dijitalleşme, müşteri beklentilerini karşılama, operasyonel verimliliği artırma ve rekabet avantajı sağlama açısından kritik bir yol oynamaktadır. Dijital bankacılık uygulamaları, bu dönüşümün önde gelen araçlarından biridir. Bankalar bu teknolojik değişime hızlı adapte olmaları kaçınılmazdır. Güvenirlilik, kullanım kolaylığı ve müşteri odaklı yaklaşım dijital bankacılığın gelecekteki başarısının anahtarı olacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM KURAMSAL ÇERÇEVE / ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Bu bölümde dijital bankacılık tanımlanarak , tarihine , gelişimine , dönüşümüne , dijital bankacılığın amaçlarına , faydalarına ve sakıncalarına , dijital bankacılık kanalları hakkında bilgi sunulmaktadır.

2.1. Dijitalleşmenin Tanımı

Günümüzde, yaşanan değişim ve gelişmeler hayatımızın her alanında büyük etkiler yaratmıştır ve bu durum tartışmasız bir şekilde önemli boyutlara ulaşmıştır. İnsanlar, zaman kavramıyla birlikte bu yeniliklerin içinde yer almaktadır. Tarihten bugüne, değişim ve gelişimin hızını düşünüldüğün de , özellikle 2000'li yıllardan sonra bu hızın belirgin şekilde artığı gözlemlenmektedir. Şu anda içinde bulunan zaman diliminde, bu değişim sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bir zorunluluktur. Sonuç olarak, değişim dünyanın kendisidir ve kaçınılmaz bir gerçektir (Yücel, G. ve Adiloğlu , 2019).

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle, sanayi devriminden bilgi çağına geçiş, insanlık tarihi için muhteşem bir dönüm noktası oluşturmuştur. Bu dönüm noktası, aynı zamanda "küreselleşme" çağına girişi hızlandırmış ve dünya genelinde yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur. Bu çağın temelleri atılmaya başlandıktan hemen sonrasında bilgisayar ve internetin dev dünyada erişilebilirliği ile diğer iletişim, ulaşım ve sosyo kültürel araçlarının yaygınlaşması, ekonomide de çeşitli yolların gelişmesine yol açmıştır (Yeşilyurt-Temel ve Yapraklı, 2015). Bu değişimlerle "post-endüstriyel dönüşüm" ve "dijitalleşme" ön plana çıkmaktadır. Bu süreçler, ekonomideki yapısal dönüşümleri işaret eder ve geleneksel sanayi temelli üretimden, daha fazla bilgi ve teknoloji odaklı ekonomilere doğru bir evrimi ifade etmektedir (Yankın, 2018).

Dijitalleşme, analog bilgileri sayısal bilgilere dönüştürme sürecidir. Bu, bilgileri daha verimli ve etkili bir şekilde depolama, işleme ve iletme yeteneği sağlamaktadır. Dijitalleşme, iş dünyasında, eğitimde ve günlük yaşamda devrimler yaratmaktadır.

Dijitalleşme, iş dünyasında verimliliği ve üretkenliği artırmak için kullanılmaktadır. Dijital teknolojiler, iş süreçlerini otomatikleştirmeye, müşterilere daha iyi hizmet sunmaya ve yeni pazarlara ulaşmaya yardımcı olmaktadır. Dijitalleşme, eğitimde de büyük bir rol oynamaktadır. Dijital teknolojiler, öğrencilere daha kişiselleştirilmiş bir öğrenme deneyimi

sunmaya, daha fazla bilgiye erişmelerine ve işbirliği yapmalarına yardımcı olmaktadır.

Dijitalleşme, günlük yaşamı da kökten değiştirmektedir. Dijital teknolojiler, iletişimi, alışverişleri , eğlence ve çalışma şeklimizi değiştirmektedir. Dijitalleşme, daha fazla bilgi ve seçenek sunarak, daha özgür ve bağımsız bir yaşam sürmemizi sağlıyor.

Dijitalleşme, hızlı bir şekilde gelişen ve değişen bir süreçtir. Dijitalleşmenin tüm fırsatlarından yararlanmak için, bu sürece ayak uydurmak ve yeni teknolojileri benimsemek önemlidir.

Dijitalleşme, hayatı her yönden etkileyen güçlü bir araçtır. Bu süreci iyi anlamak ve ondan yararlanmak, geleceği şekillendirmek için önemlidir. Dijital ortam bir varlığın şekillendirilmesi, sınırsız kopyalarının oluşturulmasına, tüm özelliklerinin hızlı bir şekilde dünyanın her herhangi bir yerine gönderilmesine veya varlığın şekli üzerinde değişiklik yapılmasına olanak sağlayan birçok araca imkân vermektir. Hatta gerçek hayatta var olan varlıkların özelliklerinin korunması bile mümkündür (Tekin, 2019).

Dijitalleşme kelimesi Fransızca kökenlidir. Türk Dil Kurumuna göre dijitalleşme veriyi sayısal rakamlara dönüştürme işlemidir. Dijitalleşme, gelişen bilişim teknoloji ile dünyayı etkisi altına alarak bu etkileşim sonucunda sanal ortamda birçok faaliyetin kısa süre de gerçekleşmesi olarak tanımlanır. Yeni bir dünya oluşmasıyla dijitalleşme yeni bir çağın kapılarını aralamaktadır.

Bu yeni çağın teknolojisinin gelişmesi bireylerin işlerini kısa zamanda yapmalarına bu eylemleri gerçekleştirirken daha az çaba harcamalarına imkan sağlamaktadır.

Elektronik araçlar verileri sayısallaştırarak verilere daha hızlı, daha varsıl bilgileri kısa zamanda ulaşmayı sağlar (Yücel ve Adiloğlu, 2019).Algılanan sayısal veriler kodlanarak bireylerin devamlı isteklerine erişim kolaylığı sağlamaktadır. Bireylerin oluşan bu isteklerine göre teknolojik gelişmeler pozitif yönlü gelişim sürecindeyken, telefon, bilgisayar kullanım oranlarındaki artış dijitalleşmenin zemini hazırlamıştır.

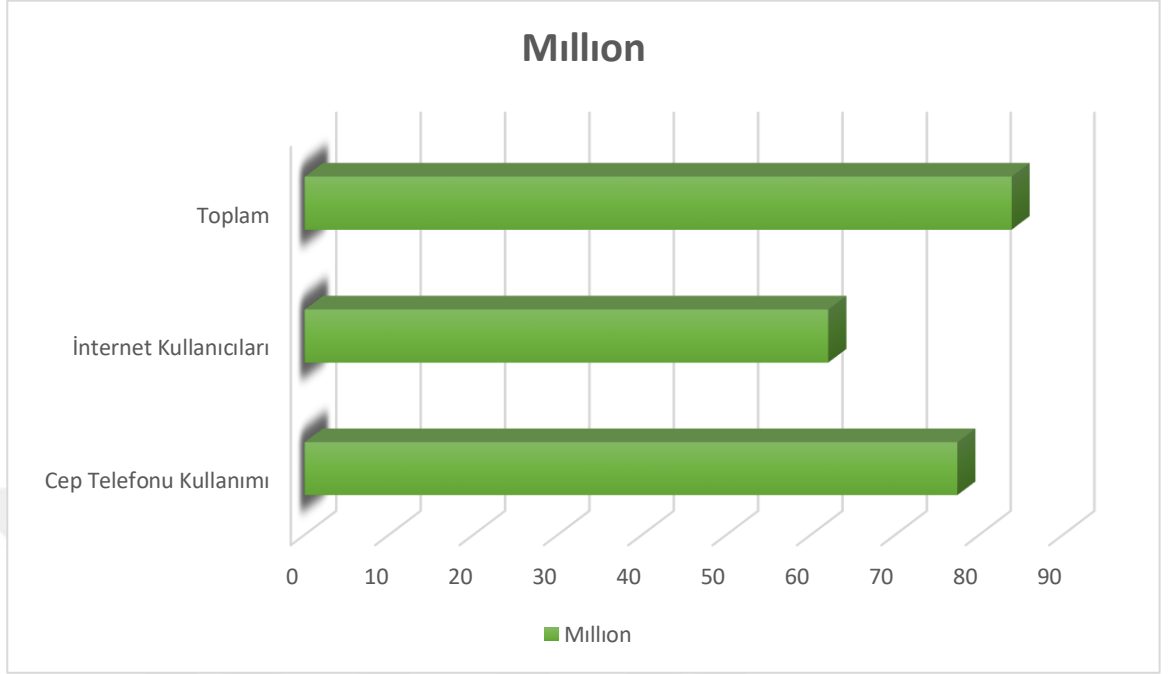
Tablo 1
Türkiye'nin Yıllara Göre Hanelerde Bilişim Teknolojileri Bulunma Oranı (%)

Yıllar	2017	2018	2019	2020	2021
Taşınabilir Bilgisayar (Dizüstü, Notebook)	36,4	36,7	37,9	37,9	36,4
Tablet Bilgisayar	29,6	29,7	28,4	26,7	22,0
Cep Telefon / Akıllı Telefon	96,9	97,8	98,7	98,7	99,4

Kaynak : Tiik , 2021

Tabloyu incelendiğinde 2017-2021 yıllara göre hanelerde taşınabilir bilgisayar ve tablet bilgisayarların bulunması azalmıştır. Ancak bu yıllarda hanelerde bulunan cep telefon oranı yükselişi devam etmiştir. Gelişen teknoloji ile cep telefonları birçok işlemi gerçekleştirmektedir.

Bu zemin oluşurken işletmeler yeni düşünceler geliştirmeyi, dünya genelinde bireylere ulaşmayı, işlerini bir düzene koyup kontrol etmeyi hedeflemiştir. Bu düzenin oluşması işletmelerin, çalışanların ve müşterilerin yaşam standartlarını artırmış ve işletmelerin daha kaliteli hizmetler sunma şansını oluşturmuştur (Ersöz ve Özmen, 2020).



Şekil 1. Türkiye’de Kullanıcı İstatistikleri

Kaynak : Dijital Destek, 2020

Türkiye’de 83.88 milyon birey yaşamaktadır. 77.39 milyon birey cep telefonu kullanmaktadır. İnternet kullanıcısı 62.07 milyon bireydir.

Türkiye’de son üç yılda toplam nüfus cep telefonu ve internet kullanımı sayıları şekildeki gibidir. Bu artışların işletmelere etkileri olmuştur.

Firmaların hızla gelişen küresel iş sahalarına ayak uydurmaları için hızla, esnekliğe olan önemi vurgulanmaktadır. Dijitalleşme tüm süreçlerin ana merkezidir (Vinit, 2018).

2.2. Dijitalleşmenin Gelişimi

18. yüzyılın sonlarına doğru gerçekleşen ilk sanayi devrimi, büyük önem taşıyan bir dönüm noktasıdır. Bu devrimde, "buhar enerjisi/gücü" kavramı, sihirli bir kelime olmuştur. Ardından tam bir asır sonra, ikinci sanayi devrimi gelmiştir. Elektrik, buhar enerjisi iş hayatında yerini almış ve seri üretim hattı modelleri geliştirilmiştir. Aynı zamanda iş bölümü ve vardiyalı üretim sistemine geçilmiştir, bu da işgücünün zamanla çeşitlenerek farklılaşmasına yol açmıştır.

1970 yıllara gelindiğinde ise üçüncü sanayi devrimi, dijital dönüşümün dünyaya doğuşu kabul edilmiştir. Bu dönemde bilgisayarlarla otomasyona üretim, programlanabilir

makine ve robotik kullanımına geçilmiştir, Bilgisayarlı Topografi (BT) teknolojilerinin gelişmesi ve toplam kalite yönetimi gibi birçok yeni kelimeler hayatımızın da önemli alanlarına girmiştir. Bu süreçte üretim, daha da otomatik hale gelmiş ve "elektronik" kelimesi sihirli bir öneme sahip olmuştur. Üretim süreçlerindeki bu büyük değişiklikler, teknoloji ve ekonomi alanlarında önemli ilerlemeleri beraberinde getirmiştir (Körpe, 2021).

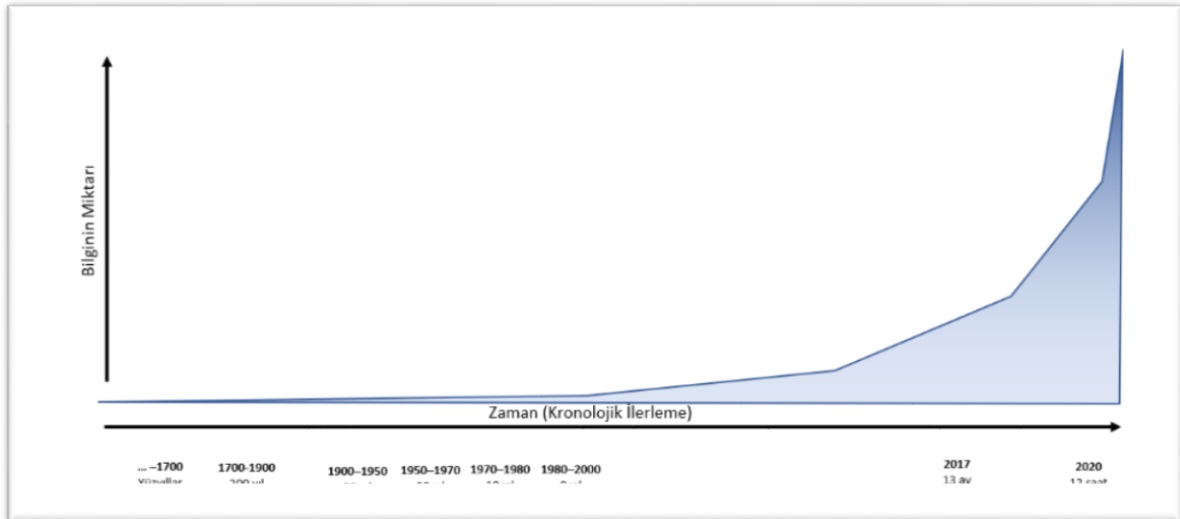
1967 yılında dünyada ilk Atm İskoç Shepherd-Barron tarafından İngiltere'nin başkenti Londra'da bulunan Barclay's bankası tarafından kullanılmaya başlamıştır. 1970'lerde yaygınlaşmaya başlayan bilgisayar kullanımı ile yurt dışındaki devletler bankalarda çalışan personelin müşterilerin bilgilerini anlık görebilmek ve daha etkin biçimde müşterilerin isteklerine cevap vermek istemeleri nedeniyle dijitalleşmenin temelleri atılmaya başlanmıştır. 1980'lerde bankaların geliştirdiği yazılımlar aracılığıyla müşterilerin kişisel bilgisayarlarında basit işlemleri yapabilmeleri sağlanmıştır. 1982 yılında Türkiye'de ilk ATM İş Bankası tarafından kullanılmaya başlanmıştır. 1991 yılında POS cihazı kullanılmaya başlanmıştır. Kullanılmaya başlayan POS cihazı sayesinde kredi kartı ve banka kartı olan müşterilerin nakit çekmelerine gerek kalmadan yer ve zaman fark etmeksizin harcamalarını yapabilme şansı oluşmuştur. 1992 yılında Türkiye de Elektronik Fon Transferi (EFT) sistemi oluşmuştur. 2002 yılında 3G teknolojisi kullanılmasıyla mobil bankacılık kullanılmaya başlandı. Müşterilerin birçok işlemi bankaya gitmeden gerçekleştirilmesi kolaylaştırılmıştır.

Kol gücüne dayalı basit, ucuz işçilikler ile yeni dayalı üretime sahip ülkelerle rekabet edebilme ihtiyacı oluşmuştur. Bu oluşum bir dizi yeni önemli değişim hareketine yol açmıştır. Bu değişimler, üretim süreçlerinin yeniden yapılandırılması, insansız robotik üretim ve üretimin tekrar yerleştirilmesi (relokalizasyon) gibi çabalara dayanmaktadır. Almanya liderliği üstlenmiş olduğu "Endüstri 4.0", "4. Endüstri" veya "Sanayi Devrimi" olarak adlandırılan bu dönüşümün temel hedefi, sanayi odaklı ülkelerin üretimlerindeki katma değeri kendi sanayilerinin içinde tutabilmektir. 2016 yılında Davos Zirvesi'nde Dünya Ekonomik Forumu, bu amaca uygun olarak "4. Endüstri Devrimi" olarak belirlenmiştir. Bu noktada, bulut bilişim, büyük veri analitiği/analizi, blockchain, Internet of Things (IoT), robotik ve tam otomasyon, yapay zekâ, artırılmış/sanal gerçeklik, 3D(Üç Boyutlu Uzay) yazıcı ve benzeri uygulamalar gibi dijital dönüşüm teknolojileri büyük bir gelişim kaydetmiştir. Bu süreçte teknoloji, üretim biçimleri, alt-üst yapı, değer zinciri ve ürün bileşenleri gibi unsurlar tamamen değişmekte ve sanal ile gerçek dünya iç içe geçmektedir.

Otonom uygulamalar, geleneksel emek gücünü dışlayarak yeni alanlar açmakta, şirketler arası bilgi alışverişi ise makinalara ve nesnelere entegre edilmektedir. Bu durum, ekosistemin tamamen dönüşmesine yol açmaktadır (Körpe, 2021).

2.3. Dijital Dönüşüm

2000’li yıllarda hızlanan sayısallaştırmanın dijitalleştirme sürecinin hemen her alandaki kurumsal yapısına uygun iş yapma biçimlerinde köklü değişiklikler ortaya çıkardığı gözlemlenmektedir. Bu değişimin temelinde olan dönüşüm teknoloji ile birlikte hızlı bir şekilde sistemlerin oturduğu görülmektedir. Dönüşüm toplumun ihtiyaçlarına göre dijitalleşme daima gelişim içerisinde. Dijitalleşmenin asıl amacı dünya da pazar anlayışını tek bir pazara indirip güvenli, kolay erişim sağlamaktır. Dijital teknolojilerin ürünü; robotlar, akıllı sistemler, e-ticaret, sosyal medya, e-devlet, mobil iletişim gibi uygulamalardır. Ayrıca imalat sektörü yanında iletişim, bankacılık, sağlık kurumları gibi hizmet sektörünün farklı alanlarında büyük bir değişim yaşanmaktadır. Bu değişim ve dönüşümün temelinde; teknolojinin sağladığı işleri daha hızlı, etkili ve ucuz yapabilme olanaklarının yanında, bilginin anında kaydedilmesi, çok hızlı işlenmesi ve iletilmesi ve karar süreçlerinde kullanılması yatmaktadır. Bu noktaya gelinmesinde, dijitalleştirme süreci oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Yangın, 2018).



Şekil 2. Bilginin Zaman İçerisinde Değişen Katlanma Eğrisi

Kaynak: Bozkurt vd.,2021

Sanal bilimler, genellikle dünya üzerinde bulunan verilerin dijital alana dönüştürülmesiyle ilgilenmektedir. Örneğin, tabloları, müzik parçalarını veya çevre koşullarının verilerini sayısal formata çevirerek bu veriler üzerinde işlem yapmayı içerir ve bilgisayar bilimlerinin çalışma alanını oluşturur. İş yerlerinin dijitalleştirilmesi ise sadece veri veya veri kaynaklarının dijital hale getirilmesiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda iş süreçlerinin, algılamının ve yönetimin de dijitalleştirilmesini içerir. Örneğin, bir iş yerinin dijitalleştirilmesi, önceden manüel veya analog yöntemlerle yönetilen iş süreçlerinin dijital platforma, yani bilgisayar ortamına geçirilmesiyle sınırlı olamaz. Aynı zamanda bu dijital ortamın sunduğu yeni olanakların daha verimli bir şekilde kullanılması ve bu ortama özgü yeni sorunların etkili bir şekilde yönetilmesi de dijitalleşme sürecinin bir parçasını oluşturur (Tekin, 2019).

Dijital teknolojinin toplumun her alanında kullanılması sonucu ortaya çıkan dijital dönüşüm, iş dünyasının değişimini ifade etmektedir. Dijital dönüşüm, iş stratejisi veya dijital strateji, iş modelleri, işlemler, ürünler, pazarlama yaklaşımı, hedefler gibi unsurları benimseyerek yenilenme sürecidir. Bu dönüşüm, işin satışını ve büyümesini hızlandırarak uçtan uca çözüm sunan servis yönetim sistemini içermektedir.

Dijital dönüşüm aşamasında, dijital teknolojiler geleneksel yöntemleri basitçe geliştirmek veya desteklemekle kalmaz, aynı zamanda belirli bir alanda yeni türde inovasyon ve yaratıcılığı da mümkün kılmıştır. Bu dönüşüm, işletmelerin dijital kullanımlarıyla önemli ilerlemeler kaydetmelerine ve kendilerini sürekli olarak güncellemelerine olanak tanımaktadır. Böylece işletmeler, rekabetçi olmak için dijital teknolojilerin getirdiği avantajlardan yararlanabilmekte ve gelecekteki fırsatları değerlendirerek daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilmektedir.

Dijital dönüşüm süreci, geleceği şekillendiren kadar geçmişi ve bugünü de ilgilendiren bir süreç tasarımı gerektirmektedir. Bu süreçte temel bileşenler insan, süreç ve teknoloji adaptasyonudur. Dijital dönüşüm, sistem yaklaşımıyla ele alınarak farklı bileşenleri içermeli ve dönüşen yapının tüm katmanlarını kapsamalıdır. Bu süreçte, eski sistemi tamamen terk etmek yerine, eski sistemin değişim sürecine ayak uydurması, hatta değişim sürecinde hayatta kalması için uyarlanması ve mevcut sistemin yükseltilmesi hedeflenmektedir.

Bu bakış açısıyla, dijital dönüşümün temel bileşenlerinden olan insan, süreç ve

teknoloji adaptasyonunda, insan temel özne olarak öne çıkar ve teknoloji, nesne ve süreçler bu sürece yüklenmeler olarak katılmaktadır. Bu yaklaşıma göre, veriyi toplamak, işlemek ve enformasyondan bilgiye, bilgiden bilgiye ilerlemek, daha iyi bir geleceğe ulaşmak için dönüşümü gerektirir. Dijital dönüşüm, sadece teknolojik değişiklikleri içermez, aynı zamanda insan faktörünün, süreçlerin ve teknolojik uyumun dikkate alınmasını ve tüm katmanları kapsayan bütünsel bir yaklaşımı içermektedir (Bozkurt vd., 2021).

1.4. Dijital Bankacılık

Doğru bir dijital bankacılık mekân ve zaman kısıtlaması olmadan herhangi bir akıllı telefon, bilgisayar veya elektronik tablet üzerinden bankacılık işlemlerinin çevrimiçi olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir sistemdir. Bireyler, internete erişebildikleri her noktadan bankacılık hizmetlerinden kolayca yararlanabilmektedir. Günümüzde, bankacılık işlemlerinin büyük bir kısmı internet üzerinden yapılabilmektedir. Ancak dijital bankacılık işlemleri içerisinde nakit çekim işlemi internet üzerinden yapılamamaktadır. Nakit çekim işlemi için genellikle ATM'ler (Automated Teller Machine) kullanılması gerekmektedir. ATM'ler, dijital bankacılık hizmetlerinden ayrı olarak fiziksel mekânlarda bulunur ve nakit para çekme, para yatırma, bakiye sorgulama gibi işlemler için kullanılmaktadır. Bu nedenle, nakit çekim işlemleri hala fiziksel olarak gerçekleştirilen bankacılık işlemleri arasında yer almaktadır (Kaya ve Arslan, 2016).

Dijital bankacılık, bankaların ve tüm faaliyetlerinin, programlarının ve işlevlerinin tamamen dijitalleştirilmesi anlamına gelmektedir. Bu sadece bankacılık hizmetlerinin ve ürünlerinin - müşterilerin tarayabileceği arayüzün - dijitalleştirilmesiyle değil, aynı zamanda iç süreçlerin otomasyonu da ilgilidir. Dijital bankacılık, web veya mobil bankacılığın çok ötesine geçen yeni teknolojilerin bankacılığın her aşamasına entegre edilmesini sağlamaktadır. Herhangi bir evrak işi olmadan dijital platform üzerinden yapılan bankacılık, dijital bankacılık olarak adlandırılır. Dijital bankacılık, bankacılık hizmetlerinin çevrimiçi olarak var olması anlamına gelmektedir. Dijital bankacılık, hem müşteriler hem de çalışanlar için dijital ortama tam bir dönüşümdür. Hoffman Thomas 1999'da dijital bankacılığın büyük veriye, analitiğe dayandığını ve müşteri hizmetlerinin kalitesini artırmak için tüm yenilikleri kullandığını söylemektedir. Bir banka, ürün genişletmeden müşteri hizmetlerine kadar tüm araçları dijitalleştirebildiyse dijital olabilmektir (Mansurovna, 2023).

Finansın teknolojik inovasyonla buluştuğu finansal teknoloji ya da diğer adıyla 'FinTech', erken evrenin ötesinde hissedilir bir şekilde olgunlaşarak bankacılık piyasasında

ortaya çıkan dijital dönüşüm için küresel ölçekte ulaşılan bir tehdit oluşturmaktadır. 2008 yılından bu yana, küresel fintech finansman faaliyeti öncelikle ABD'de ve 2014 yılından itibaren de Avrupa fintech'inde artış göstermiştir. Kişiselleştirilmiş bankacılık deneyimleri ve güvenlik ile bulut ve mobil bankacılık çağı, dijital bankacılığın gelişmeye devam edeceğini ve daha güvenli olmak ve müşterileri memnun etmek için ince ayar yapılacağını öngörmektedir. PwC (PricewaterhouseCoopers) (2017) tarafından yapılan ve küresel finans kuruluşlarının çoğunun (%88) fintech'lerle ortaklık kurmadan ortaya çıkan yenilikleri bünyelerine katmadan gelir kaybedeceklerinden endişe ettiklerini gösteren bir ankete göre, geleneksel ve dijital olarak gelişmiş bankaların çoğunluğu 2018 yılında ortalama dört ortaklık kurmuştur. Dijital bankacılık pazarının tahmini büyüklüğü 2017 yılında 7 trilyon ABD dolarının üzerindeydi ve beklenen büyüme 2024 yılına kadar 9 trilyon ABD dolarının üzerinde olmasını beklenilmektedir (Wewege vd., 2020).

Fintech-bankacılık ve finans endüstrisinde 'siber güvenlik', 'düzenleyici ve uyum süreçlerini otomatikleştirmek için 'bulut bankacılığı-platformları' gibi bazı farklı fintech'ler ortaya çıkmış ve bunlar ilk halka arz sürecine girerek büyük borsalarda işlem görmeye başlamışlardır. Geleneksel bankalar ve fintech'ler, fintech yıkımı tehdidinin ötesinde bir işbirliği öngörmektedir. Ölçekleri, teknoloji ve inovasyondan yararlanmak için teknolojik gelişmelerdeki daha iyi finansal yaşamlar ve müşteri deneyimi yaratmak için finansal hizmetleri daha verimli ve daha erişilebilir hale getirmektedir (Wewege, 2020).

Dijital bankacılık “modern ve geleneksel bankacılık ürün ve hizmetlerinin, elektronik etkileşimli iletişim kanalları aracılığıyla doğrudan müşterilere ulaştırılması” şeklinde ifade edilmektedir (Demirel, 2021). Fiziki olarak bir ortama, bir bireye ihtiyacın oluşmamasıyla elektronik cihazlar (tablet, bilgisayar, telefon vb.) ile bankacılık işlemlerinin kolaylıkla gerçekleşmesini sağladığı bu platform dijital bankacılık olarak adlandırılmıştır (Beymur, 2022). Teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmeler, banka müşterilerinin tercihlerini ve ihtiyaçlarını zamanla değiştirmiştir. Bu değişen ihtiyaçlara yanıt verebilmek için bankalar, hizmet sunum biçimlerini değiştirmek zorunda kalmıştır. Bu nedenle, bankacılık sektörü teknolojik gelişmelere duyarsız kalmamış ve müşteri isteklerine cevap verebilmek adına banka kartları, kredi kartları, ATM cihazları, telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve en sonunda mobil bankacılık uygulamalarını müşterilerin kullanımına sunmuştur. Tüm bu bankacılık uygulamaları, banka müşterilerine çeşitli alternatif dağıtım kanalları sağlamıştır (Beymur, 2022).

2.4.1. Dijital Bankacılığın Gelişim Süreci

İnternet bankacılığı kullanımı, teknolojik gelişmelerle paralel bir gelişim göstermektedir. Bu nedenle internet bankacılığı uygulamaları ABD, Kanada ve Avrupa gibi gelişmiş ülkelerde daha üst seviyede kullanıma sahiptir (Vural vd., 2019).

İlk olarak İngiltere’de 1967 yılında Barclays Bank tarafından çıkarılan delikli kart sayesinde müşterinin bankaya gitmeden hesabına para aktarılma olanağı sağlanmıştır. Bu sayede ATM sistemi kullanılmaya başlanmıştır. ATM sistemleri zamanla gelişmiş para ile ilgili basit işlemleri ATM’ler sayesinde yapılabılır hale getirmiştir. Banka görevlilerin sorumlulukları ve maliyetlerde azalmalar gözle görülür şekilli olmuştur (Beymur ve Çetinkaya, 2019). 1980’lerde yeni bir boyut kazanan bankacılık sektöründe internetin gelişimiyle 1981 yılında New York da gerçekleşen Evde Bankacılıkta New York da Bankacılık Testi ile internet bankacılığın kullanımına bakılmak üzere New York’ta dört önemli bankanın müşterilere sunduğu hizmet tespit edilmiştir. Müşterilere ev- bankacılık imkânı sağlamışlardır.1983 yılında İskoçya Bankası Enstitüleri Birinci İngiltere İnternet Bankacılığı Hizmeti ile dijital bankacılığın ilk temelleri atılmıştır. İskoçya’da 1993’te internet bankacılığı ile para gönderme işlemleri aktif halde kullanılmaya başlamıştır.1994 yılında Stanford Federal Kredi Birliği’nin ABD İnternet Şubesi tüm müşterilere sunmuştur.1996 yılında Net Bank kurulmuştur. İlk başarılı internet bankasıdır. 2000 yılında ABD Bankalarının %80’i İnternet Şubesi Teklifi Yapması e-ticaretin rolü yavaş yavaş yerini almaktadır. 2001 yılında Bank of America’nın 3 milyon çevrimiçi müşteriye sahip olması daha fazla müşterinin çevrimiçi olarak dijital bankacılığın kullanımını gerçekleştirdiğini ortaya koymuştur. 2009 yılında sadece internet bankacılığı yapan Ally Bank’ın açılışı olmuştur. 2010 yılında çevrimiçi bankacılığı daha hızlı büyümüştür.

2.4.2. Dijital Bankacılığın Amaçları ve Faydaları

Hızla gelişen teknoloji ile bankacılık sektörü farklı amaçlar kazanmıştır. Müşterilere daha hızlı, daha esnek zamanlardan işlemlerini yapma imkânı sunan dijital bankacılığın birçok amacı vardır. Şubeler belirli saatlerde bu imkânı sunabilirken dijital bankacılığın 7/24 saat bu imkânı müşterilerine sunması hızlı ve kolay işlemleri yapmaları amaçlarından biridir.

Dijital bir banka tamamen müşterilerin yaşam tarzına, bankalarıyla iletişim kurma biçimlerine odaklanmalıdır. Müşterilerin ihtiyaçlarına yönelik finansal hizmeti günlük yaşamın bir parçası haline getirmek gerekir. Bu, Yaşam Boyu Bankacılık olarak adlandırılır, yani müşteri faaliyetlerini tanımak (müşteri tarafından özelleştirilmiş hizmetler aracılığıyla) ve ortaya çıktıkça müşterilerin günlük finansal ihtiyaçlarına eşlik etmek için çeşitli yaşam durumlarında etkileşim sağlamalıdır. Öyle olmalıdır ki, müşteriler herhangi bir bankacılık hizmeti almak için çok sayıda form doldurmak zorunda kalmamalıdır. Müşteriler zaten sisteme tanımlanmışlardır ve zaten bankanın içindedirler, bu da istedikleri ve ihtiyaç duydukları hizmeti alabilecekleri anlamına gelmektedir.

Yapılan çeşitli çalışmalar; bankaların müşteri deneyimini iyileştirmek için dijital bankacılığı nasıl kullanabileceğini göstermektedir; müşteri edinme, elde tutma, öğrenme ve müşterilerin çeşitli ihtiyaçlarını karşılama düzeyi ve karlılığı, maliyet tasarruflarını, varlık getirisini, maliyet-gelir oranını iyileştirerek finansal performansı geliştirmek bu özelliklerin başında gelmektedir. İnternetin bankacılıktaki önemi arttıkça birçok insan kanalıyla bankalarıyla iletişim kurmaktadır. Bu durum banka için hem fırsatlar hem de tehditler oluşturmaktadır. Dijital bankacılıkta müşteriler gitgide daha önemli hale gelmektedirler.

Yeni nesil bankalar; mobilite, sosyallik ve etkileşim odaklı “21. yüzyıl Bankası” olmalıdır. Dijital bankacılık, sürekli ve kesintisiz biçimde çevrimiçi çalışan bir mobil uygulama aracılığıyla bireysel finansal hizmetleri mümkün kılmalıdır. Yeni dijital bankacılık uygulamaları, yeni güvenli müşteri tanımlama türlerini kullanarak kimlik tespiti yardımıyla bankacılıkta maksimum güvenlik sağlamalıdır. Sunulan uygulamalar müşterileri tanımalı, kolayca onları tanımlayabilme ve onlara hizmetleri etkinleştirebilecekleri kişisel bir çevrimiçi alan sağlamalıdır, dijital bankacılık müşterilerinin böylesi bir hizmete ihtiyaçları oldukları aşikârdır. Modern dijital banka, müşteriyle karşılıklı fayda sağlayan bir işbirliği ile ilişki kurmak zorundadır. Dijitalleşme bağlamında, son yıllarda dijital bankacılığın modern hale geldiğini belirtmek yerinde olacaktır (Mansurovna, 2023).

Aynı sitede bulunan banka müşterilerinin farklı teklifler almasına olanak tanıyan ekosistemler oluşturmak için kişisel finansman yönetimi, yemek siparişi verme, sinema bileti satın alma vb. uygulamalar kullanılabilir. Gelecekte, dijital bankacılık hakkındaki bu eğilimin artarak devam etmesi, nüfusun finansal okuryazarlığının artırılması ve bu sayede dijital bankacılık ürünlerinin tüketicilerinin finansal veya siber suçların mağduru olmamasının sağlanmasına yol açması düşünülmektedir.

Yeni nesil dijital bankacılık, müşteri çıkarlarını, duyarlılığı, modernliği, şeffaflığı ve dürüstlüğü markasının temel ayırt edici özellikleri haline getirmektedir. Banka müşterilerinin ihtiyaçları ile birlikte gelişen en iyi mobil uygulamaya sahip açık bir banka olmalıdır. teknolojinin hızla geliştiği ve çılgın rekabetin yaşandığı günümüzün hızla değişen dünyasında başarıya ulaşmasının başka bir yolu yoktur.

Dijital bankacılık hayatlar kolaylaştırmanın yanı sıra daha fazlasını da sağlamaktadır. Geleneksel bankacılıkta, işlem yapmak için banka şubelerine gitmesi gerekirken örneğin tatilde kumsalda güneşlenirken bile dijital bankacılık sayesinde istenilen işlemi istediği zamanda yapma imkânını sunmaktadır.

Geleneksel bankacılıkta işlemleri yaparken kâğıt masrafı olmaktadır. Dijital bankacılık her hangi bir masraf yaratmadan işlemlerimizi gerçekleştirme imkânı müşterilerine verir. Müşterilerine istediği zaman diliminde masrafsız şekilde gerçekleştirdiği işlemler verimliliği artırır. Bu sayede müşterilerin diğer zamanda farklı işlerine odaklanmasını için boş zamanlar sağlamaktadır.

Dijital bankacılık müşterilerine inovasyonu sürekli olarak dinç tutmaktadır. Her gün yeni bir kolaylığı müşterilerine güvenli bir şekilde sunmayı da amaçlamaktadır. Müşterilerin gerçekleştirdiği işlemlerin takibini ve kontrolünü de istediği zaman diliminde onlara tanımlamaktadır.

Dijital bankacılığın başlıca avantajları (Mansurovna, 2023);

- Kolay Kurulum ; başvuran bir bankada hesap oluşturmak basit ve kâğıtsız bir süreçtir. Bireyler çoğu hesaplarını mobil cihazlardan kurulabilmektedir,

- Daha Düşük Ücretler ; daha düşük işlem maliyetleri ile rakip bankalar rekabetçi fiyatlar talep edebilir hizmetler,

- Daha Geniş Finansal Kapsayıcılık ; şubesiz bankaların işletme maliyetleri daha düşüktür ve bu nedenle kredi geçmişinin olmaması veya zayıf olması nedeniyle geleneksel finansal hizmetlere erişemeyen müşterileri kabul eder ,

- Güvenliğe Odaklı Yapı ; geleneksel bankalar daha fazla kredi talebine uyum sağlamakta yavaş davranmakla ünlüdür. Esnek ama güvenli bankacılık hizmetleri mümkündür. Dijital bankaların sadece kullanımı kolay değil, birçoğu güvenlik odaklıdır ve en son güvenlik tehditlerine hızla yanıt verebilmektedir.

- Dijital bankacılık ek özelliklere sahiptir; dijital banka hesapları sağlamanın yanı sıra, birçok bankacılık uygulaması kendi müşterilerine yerleşik ödeme, bütçeleme ve tasarruf araçları sunmaktadır.

2.4.3. Dijital Bankacılığın Sakıncaları

Dijital bankacılığın faydaları yanında sakıncaları da bulunmaktadır. Dijital bankacılığının bankalar ve müşteriler için dezavantajları aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir (Vural, 2019);

- Dijital bankacılık işlemleri sırasında gerçekleşebilecek sorunların çözümü için bir sistem kurulmasının ve bu sistem içerisinde uzman personelin çalışmasının gerekli olmasıdır. Dolayısıyla bu durum sabit yatırım maliyetleri artırmaktadır,

- Müşterilerin dijital bankacılık işlemlerini, internet sisteminin Türkiye’de yeterli olmamasından dolayı etkin kullanılamamasıdır,

- Dijital bankacılıktaki ufak güvenlik açıkları riskinden dolayı müşteriler bankadan uzaklaşmaya başlamaktadır,

- Dijital bankacılık müşterinin banka personeli ile olan birebir iletişimini azaltmaktadır,

- Bazı çıkan problemlerin internet şubesi ve mobil uygulamalar kapsamında bulunan çözüm önerileriyle çözümlenememesidir,

- Geleneksel şube bankacılığında müşteri sadakatini artırmaya yönelik müşterilere çeşitli hediyelerinin, danışmanlık hizmetlerinin ve yatırım tavsiyelerinin dijital bankacılık kapsamında sunulmamasıdır.

Dijital bankacılığın diğer bazı dezavantajları ise şunlardır;

- BT teknolojilerinin aktif gelişimine rağmen, uzaktan bankacılık hizmetlerinin uygulama derinliği toplam nüfus arasında hala yeterli düzeyde değildir. Dijital formattaki finans kurumları genellikle geleneksel bir dizi hizmet sunmaktadır. Ve toplumun tamamı bunları etkin biçimde kullanmaktan çok uzaktadır. Türkiye’de hâlâ maaş gününde karttaki tüm parasını nakit olarak çeken veya tasarruf ürünleri açmak için banka şubelerini ziyaret etmeyi tercih eden büyük bir banka müşterisi katmanı olduğu bilinmektedir,

- Bugün bankaların görevi, diğer şeylerin yanı sıra, işlemlerin güvenliğini garanti ederek veya örneğin ürünleri uzaktan kaydederken tercihler sunarak insanların düşüncelerini değiştirmektir,

- İnternet Bankasını kullanırken gerekli güvenlik kurallarına uyulmaması mali kayıplara yol açabilir. Bu durum, çevrimiçi olarak herhangi bir finansal işlem gerçekleştirirken gereklidir.

2.5. Dijital Bankacılığın Kanalları

Bankacılık sektöründe teknolojik gelişmelerle tamamen yeni bir hizmet anlayışı ve yeni bir hizmet ortamı yaratılmıştır. Yapılan yeniliklerde internet ve mobil teknolojilerin benimsenip kullanılması öne çıkmıştır (Zeybek, 2018).

2.5.1. İnternet Bankacılığı

Türkiye'de internet bankacılığı ilk olarak 1997 yılında başlamış ve hızla yaygınlaşmıştır (Akın, 2020).

İnternet bankacılığı, teknolojinin gelişmesiyle elektronik bankacılığın bir uzantısı olan ve açık ağ sistemlerinin kullanıldığı, bireysel ve ticari tüm bankacılık işlemlerinin yapılabildiği, bankaların teknolojik ortamda kurmuş oldukları şube dışı hizmetlerin sunulduğu alternatif bir dağıtım kanalı olarak tanımlanabilmektedir (Pala ve Kartal, 2010).

İnternet bankacılığı bir bilgisayar ile zaman ve yer sınırı olmaksızın internet üzerinden bankacılık hizmetlerinin sunulması için hazırlanan dağıtım kanalıdır (Özkan ve İpekten, 2017).

İnternet bankacılığın müşteriler için fırsatları:

- Müşterilerin 7 gün 24 saat bankacılık işleminde faydalanmaları ,
- Müşterilerin hesaplarıyla ilgili en güncel bilgileri almaları,
- Tüm müşteriler için işlemler eşit ve aynı hızda olması,
- Ödeme işlemlerin ücretsiz sunulması,
- Şubeye gitmesine gerek kalmamasıdır.

İnternet bankacılığın bankalar için sağladığı fırsatlar:

- Müşterinin gereksinimlerini yakından analiz etmek ,
- Yer ve zamandan bağımsız kesitsiz müşteriye ulaşma,
- Maliyetleri belirli ölçüde azaltması,
- Müşteri sayılarının artması,
- Şubelerin iş yükünü hafifletmesidir.

Müşteriler açısından internet bankacılığın tehditleri:

- Müşterinin banka ile iletişimin azalması,
- İnternet bankacılığı ile işlemlerin çözülmemesi durumdan uzman kişilerle temasa geçesi gerekmesi,
- Şube bankalarında verilen hediyeler, danışman hizmeti, yatırım tavsiyelerini internet bankacılığın vermemesidir (Vural vd., 2014).
- Bankalar açısında internet bankacılığı tehditleri:
- Ortaya çıkabilecek problemleri en hızlı biçimde çözebilecek bir sistem kurmak zorunlu olmakla beraber sistem içerisinde çalışacak uzman personel edinmek,
- İnternet bankacılığın yavaş olması nedeniyle müşterilerin internet bankacılığında uzaklaşması,
- Güvenliğinin temin edilmesi gerekir aksi takdirde müşterilerin bankadan uzaklaşmasına neden olur(Vural vd., 2014).

Tablo 2

İnternet Bankacılığının Kullanan Müşteri Sayısı

Dönem	Bireysel			Kurumsal			Toplam		
	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Aktif müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Aktif müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Aktif müşteri sayısı (Bin)
Mart 2022	84.030	23.969	9.937	5.444	2.076	1.497	89.474	26.045	11.434
Haziran 2022	85.929	23.141	9.696	5.588	2.051	1.498	91.517	25.192	11.194
Eylül 2022	89.074	23.962	10.787	5.720	2.147	1.498	94.794	26.109	12.285
Aralık 2022	91.137	25.147	10.545	6.069	2.199	1.541	97.206	27.346	12.086
Mart 2023	92.088	25.834	10.564	6.172	2.284	1.593	98.260	28.118	12.158

Kaynak :Tbb,2023

2023 yılının dijital bankacılık istatistiklerinde internet bankacılığı kullanan müşterilerin üçer aylık verilerine bakıldığında da Türkiye’de internet bankacılığı kullanan müşterilerin sayıları sürekli olarak artış göstermektedir. Ocak-Mart 2023 dönemi içinde en az bir kez internet bankacılığı giriş işlemi yapmış aktif bireysel müşteri sayısı 10 milyon 564 bin kişidir.

Tablo 3

İnternet Bankacılığı Finansal İşlemler

	Ocak – Mart 2022		Ekim – Aralık 2022		Ocak – Mart 2023	
	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
<i>Para Transferleri</i>	65	2.256	74	4.035	70	4.195
<i>Ödemeler</i>	26	127	24	248	22	263
<i>Yatırım İşlemleri</i>	14	529	26	1.234	24	1.283
<i>Kredi Kartı İşlemleri</i>	6	40	6	71	5	74
<i>Diğer Finansal İşlemler</i>	4	99	4	170	4	182
<i>Toplam</i>	114	3.051	134	5.758	126	5.996

Kaynak : Tbb,2023

İnternet bankacılığında para transferi, ödemeler, yatırım işlemleri, kredi kartı işlemleri ve diğer finansal işlemleri yapabilir. Ocak – Mart 2023 ayları arasında bu işlemler incelenecektir.

Para transferi yapan müşteriler bakıldığında 70 milyon adet yapılmıştır. Bu işlemlerin hacim tutarı ise 4 trilyon civarındadır. Bir yıl önceki Ocak – Mart 2022 işlem adedi ve işlem hacmine bakıldığında 5 milyon adet artma görülmektedir. Aynı dönem için işlem hacmine bakıldığında yaklaşık 2 trilyondan fazla artma görülmektedir. Sadece geçen bir yıllık süredeki artış gözler önündedir.

Ödemeleri yapılma oranına bakıldığında 22 milyon işlem adedi vardır. Bu işlem adetlerin 263 bin işlem hacmi olmuştur. Bir önceki yıla göre işlem hacminde artma görülürken, işlem adetinde azalma görülmektedir.

Yatırım işlemleri bir önceki yıla göre 1 trilyon civarı işlem hacmi artmıştır. İşlem adet sayılarında artış görülmektedir. Yatırım işlemleri, canlı parayı hisseler, borsalara, dolar, altın vb gibi ürünlere yatırarak paramıyı daha da katlamak için kullanılan bir platformdur. Paranın sabit durması ile kar getirmesini sağlamaktır.

Kredi kartı insan hayatında vazgeçilmez bir nokta haline gelmiştir. Her geçen gün

işlem hacmi büyümektedir. İşlem adedi bir önceki dönemlere göre azalma göstermiştir.

Bunların dışında kalan internet bankacılığı üzerinden diğer işlemler de bulunmaktadır. Genel olarak bakıldığında bu işlemlerin adedi 4 milyon civarındadır.

İnternet bankacılığı teknolojik platformda daima üst düzeylere tırmanmaktadır.

2.5.2. Mobil Bankacılık

Türkiye'de mobil bankacılık ilk olarak 2007 yılında başlamış, akıllı telefon kullanıcılarının sayısının artması ve bankacılık hizmetlerine erişimin kolay olması gibi nedenlerle hızla yaygınlaşmıştır (Akın, 2020).

Mobil bankacılık, banka müşterilerinin mobil cihazlar (cep telefonu, tablet vb.) aracılığıyla hesaplarına erişerek birçok bankacılık işlemini gerçekleştirebildikleri bir kanaldır. İnternet bankacılığıyla kıyaslandığında mobil bankacılığın en büyük artışı, mekânsal anlamda bir kısıtlamanın olmamasıdır. Kullanıcılar diledikleri zaman, diledikleri yerden hesaplarına erişebilmekte ve bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler (Kurt ve Turan, 2017).

Tablo 4

Mobil Bankacılık Müşteri Sayısı

DÖNEM	BİREYSEL			KURUMSAL			TOPLAM		
	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Aktif müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Aktif müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	Aktif müşteri sayısı (Bin)
MART 2022	117.633	87.402	75.354	5.532	3.666	2.906	123.164	91.069	78.260
HAZİRAN 2022	125.979	91.316	79.449	5.848	3.721	3.154	131.827	95.036	82.603
EYLÜL 2022	129.773	97.846	84.498	6.132	3.954	3.236	135.905	101.800	87.734
ARALIK 2022	136.095	103.182	88.647	6.534	4.152	3.443	142.629	107.334	92.090
MART 2023	144.837	110.427	93.733	6.692	4.456	3.672	151.528	114.883	97.405

Kaynak : <https://www.tbb.org.tr/> 24.09.2023

2023 yılının dijital bankacılık istatistiklerinde mobil bankacılığı kullanan müşterilerin üçer aylık verilerine bakıldığında Türkiye de Ocak – Mart ayında mobil

bankacılığı 93 milyon 733 kullanan müşterilerin olmuştur.

Tablo 5

Mobil Bankacılık Finansal İşlemler

	Ocak – Mart 2022		Ekim – Aralık 2022		Ocak – Mart 2023	
	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
<i>Para Transferleri</i>	695	3.081	1.023	6.919	1.048	8.191
<i>Ödemeler</i>	302	166	357	295	356	377
<i>Yatırım İşlemleri</i>	82	1.408	125	3.085	130	3.346
<i>Kredi Kartı İşlemleri</i>	161	277	217	610	217	738
<i>Diğer Finansal İşlemler</i>	61	189	95	398	106	541
<i>Toplam</i>	1.301	5.121	1.816	11.307	1.856	13.193

Kaynak :Tbb,2023

İnternet bankacılığında yapılan her işlem aynı zamanda mobil bankacılıkta yapılmaktadır. Ocak – Mart 2022 yılında toplam tüm finansal işlemlerde yapılan 1 milyar 301 milyon işlem adedinde 5 trilyon 121 milyondur. Ocak – Mart 2023 yılında yapılan işlemlerde 1 milyar 856 milyon işlem adedi 13 trilyon 193 milyon işlem hacmi bulunmaktadır. Bu işlem hacmi bir önceki yıla göre 2 katından fazlasına çıkmıştır.

Mobil bankacılıkta artış oldukça fazladır. Her bankanın yaptığı uygulamalar sayesinde telefonun her dakika elde olduğu bu zamanlarda oransal olarak daha da büyümüştür. Bir bakıma bankaların sanal mağaza işlemlerini gerçekleştiren mobil bankacılık uygulamaları, kullanıcı dostu basit işlem adımları, hızlı, kolay ve geniş işlem seti ile her kesimden hanenin ihtiyaç ve içeriğini barındırmaktadır. Bu doğrultuda banka, daha kişiselleştirilmiş ve müşteri odaklı finansal ve finansal olmayan hizmetleri, daha yaygın, erişilebilir, kullanıcı odaklı sunmak için mobil teknolojiyi kullanmaya çalışılmaktadır.

Mobil bankacılık kullanıcı sayısındaki hızlı artışın arkasındaki temel itici güçler şunlardır:

- Artan Akıllı Telefon Ve İnternet Penetrasyonları; dünya nüfusunun büyük çoğunluğu artık akıllı telefonlara sahip ve internete erişebilmektedir. Bu, mobil bankacılığın daha fazla insan için erişilebilir hale getirilmesini sağlamaktadır.
- Mobil Bankacılığın Sağladığı Kolaylık Ve Konfor; mobil bankacılık, bankacılık işlemlerini herhangi bir yerden ve zamanda gerçekleştirme imkânı sunar. Bu, kullanıcılar için önemli bir zaman ve çaba tasarrufu sağlar.
- Mobil Bankacılığın Sağladığı Güvenlik; mobil bankacılık, geleneksel bankacılıktan daha güvenlidir. Mobil bankacılık uygulamaları, kullanıcıların verilerini korumak için çeşitli güvenlik önlemleri kullanılmaktadır.
- Mobil Bankacılığın Sağladığı Kişiselleştirme; mobil bankacılık uygulamaları, kullanıcıların tercihlerine ve ihtiyaçlarına göre özelleştirilebilir. Bu, kullanıcıların bankacılık deneyimlerini daha kişisel hale getirmelerini sağlar.

Bu itici güçlerin bir araya gelmesiyle, mobil bankacılık son yıllarda hızla büyüdü. 2022 yılında, dünya çapında mobil bankacılık kullanıcılarının sayısı 2,5 milyarı aştı. Bu rakamın 2025 yılına kadar 3,1 milyara ulaşması beklenilmektedir.

Mobil bankacılık, bankacılık sektörünü dönüştürüyor. Mobil bankacılık, kullanıcılara daha kolay, daha güvenli ve daha kişisel bir bankacılık deneyimi sunuyor. Bu, mobil bankacılığın önümüzdeki yıllarda daha da büyümesini sağlayacaktır.

2.5.3. ATM Bankacılığı

ATM'lerin Türkiye'ye girişleri 1982 senesinde olmuştur. Teknolojik yeniliklere bağlı olarak, ATM'lerin sunabildiği hizmetler de zamanla değişmiştir. İlk ATM'lerin kullanımında müşterinin vezne kısmına uğramadan hesabından nakit çekme işlemi sağlarken, günümüzde ATM'ler birçok bankacılık hizmet vasıtasıyla yapılabilme imkânı sunmaktadır. ATM'ler vezne işlemlerindeki sürelerin minimize edilmesi, bankacılık hizmet maliyetlerinin de önemli oranda düşüş göstermesine zemin hazırlamıştır.

ATM bankacılığı, müşterilerin bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek için kullanabilecekleri çeşitli hizmetler sunar. Bu hizmetler şunlardır:

- Para çekme,
- Para yatırma,
- Bakiye sorgulama,
- Hareketler listesi alma,
- Kredi kartı borcu ödeme,
- Fatura ödeme,
- Havale yapma,
- EFT yapma,
- Döviz alım-satım,
- Çek yatırma,
- Çek bozdurma,
- Kart şifresi değiştirme,
- Kart bloke etme,
- Kart iptali,
- Kayıp / çalıntı bildirimidir.

ATM bankacılığı, müşterilerin bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek için kullanabilecekleri çok yönlü bir hizmettir. ATM bankacılığı, müşterilerin bankacılık işlemlerini daha kolay, daha hızlı, daha güvenli ve daha düşük maliyetlerle gerçekleştirmelerini sağlamaktadır.

ATM'ler, müşterilerinin aldıkları bankadan kendilerine verilmiş, manyetik şeritli ya da çipli kart sistemidir. Karta tanımlanmış bir şifre ile kart kullanılmaya başlanır. 7/24 günün herhangi bir saatinde istediği ATM bankasında istediği işlemi yapabilmelerine olanak sağlayan cihazlardır (Zeybek, 2018).

Tablo 6

Mart 2023 Yılında Türkiye'deki Banka – Şube – Çalışan Sayıları

	Banka Sayı	Şube Sayı	Çalışan Sayı
Sektör Toplamı	52	9.667	191.209
Mevduat Bankaları	35	9.596	185.605
Kamu Sermayeli Bankalar	3	3.756	65.206
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.		1.758	26.047
Türkiye Halk Bankası A.Ş.		1.049	22.121
Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.		949	17.038
Özel Sermayeli Bankalar	8	3.494	67.004
Akbank T.A.Ş.		710	12.670
Anadolubank A.Ş.		116	1.623
Fibabanka A.Ş.		44	1.768
Şekerbank T.A.Ş.		238	3.252
Turkish Bank A.Ş.		6	112
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.		451	8.593
Türkiye İş Bankası A.Ş.		1.126	23.209
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.		803	15.777
Tas.Mevd.Sig. Fon.Devr. Bankalar	3	3	286
Adabank A.Ş.		1	24
Birleşik Fon Bankası A.Ş.		1	234
Türk Ticaret Bankası A.Ş.		1	28

Kaynak :Tbb, 2023

Sektörde toplam 52 banka bulunmaktadır. Bankacılık sektöründen 9667 şube sayısı bulunmaktadır.

Tablo 7

2023 Ocak -Şubat-Mart Pos ve ATM Sayıları

2023 YILI		
DÖNEM	POS SAYISI	ATMS SAYISI
OCAK	2.047.436	52.045
ŞUBAT	2.036.552	51.929
MART	2.035.725	51.743
1.DÖNEM	2.035.725	51.743
2023 YILI	2.035.725	51.743

Kaynak :Bkm, 2023

2023 yılında Ocak – Şubat – Mart ayında Pos ve ATM sayılar yer almaktadır. Asıl bankanın dev dünyasının büyük ağının bir parçası da pos ve Atmlerdir. Ocak 2023 yılında Pos sayısı 2 milyon 47 bin 436’dır. Şubat 2023 yılında Pos sayısı 2 milyon 36 bin 552’dir. Mart 2023 yılında 2 milyon 35 bin 725’dir. 2023 genel olarak bakıldığında Pos cihazı sayısı genel olarak 2 milyondan yüksektir. Bireyler aktif olarak Pos cihazlarını kullanmaktadır. Ocak 2023 yılında 52.045 Atm sayısı vardır. Şubat 2023 yılında 51.929 Atm sayısı vardır. Mart 2023 yılında 51.743 Atm sayısı bulunmaktadır. Türkiye de Atm sayısı genel baz da 51 bin civarındadır.

2.6. Dijital Bankacılıkla İlgili Literatür Çalışmaları

Türkiye’deki ilk akademik çalışmalar 1997 yılından itibaren görülmeye başlamıştır. İlk yıllarda çıkan çalışmalar insanlardaki insan gücünün planlanmasında bankacılık sektöründeki değişimleri ele alması ile başlamıştır.

Tablo 8

Yayınlanan Başlıca Literatür Çalışmalar ve Raporlar

Yıl	Yazar(lar)	Başlık	Açıklama
1997	AYSEHAN AKINCI	İşletmelerde İnsangücü Planlaması: Türk Bankacılık Sektöründe Bir Alan Çalışması	İnsangücü ile işletmelerin planlamasını Türk bankacılık sektöründe ele alınmasıdır.
1999	Resül YAZICI	Türk Banka Cıllığı'nda Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı Ve Avrupa Birliöi İle Karşılaştırılması	İnsanlar eskiden beri varlıklarını güvendikleri yerlerde saklamak ihtiyacını duymuşlardır. Bu amaca hizmet ederken ekonomideki kaynak ve gelir dağılımını etkileyecek aracılık görevini de bankacılık sistemi yerine getirmektedir.
2009	Dr. Faruk KALAY, Prof. Dr. Mehmet Şerif ŞİMŞEK, Öğr.Gör.Abdullah OĞRAK	Bilişim Teknolojilerinin İş Stresi Üzerindeki Etkileri: Türk Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama	Bankacılık sektöründe bilişim teknolojilerini kullanan çalışanların iş stresi düzeylerini belirlemektir.
2010	Blm. Uzm. Emre PALA Yrd. Doç. Dr. Burak KARTAL	Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma	Müşterileri internet bankacılığı yönelik tutumlarını incelemiştir.
2010	Abdullah OKUMUŞ Zehra BOZBAY Recep Murat DAĞLI	Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi	Banka müşterilerinin internet bankacılığına ilişkin tutumlarına göre alt pazar bölümlerinin belirlenmesi ve bu pazar bölümlerinin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerinin incelenmesidir.
2018	Dr. Hasan ZEYBEK	Dijital Bankacılık	Küreselleşme ile gelişen teknoloji bankacılık sektöründeki dijital bankacılığı konu edinmiştir.
2019	Tahsin BAKIRTAŞ Kübra USTAÖMER	Türkiye'nin Bankacılık Sektöründe Dijitalleşme Olgusu	Dijitalleşme sürecinde dijital dönüşümün nasıl incelendiğini ele alınmıştır.

Tablo 8'nin devamı

Yıl	Yazar(lar)	Başlık	Açıklama
2019	Arş. Gör. Musa ÖZÇELİK Doç. Dr. Vildan Hilal Akçay	Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Kariyer Platosu İle İlişkisi	Bankacılık sektöründe insan kaynağına azalan iş gücünden kaynaklı çalışanların ve çalışacak bireylerin kariyeri üzerine ne gibi değişiklikler olacağına bakılmasıdır.
2019	Hamid Murad ÖZCAN Umut KOÇ	Dijitalleşmenin Karanlık Yüzü Gelişmeleri Kaçırma Korkusu: Banka Çalışanları Örnekleme	Dijitalleşmenin getirdiği avantajların yanında dezavantajlarında olduğu için çalışmada bu konu yer edinmiştir.
2020	Öğr. Gör. Havva Arabacı Dr. Öğr. Üyesi Duygu Yücel	COVID-19 Pandemisinin Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Etkisi	Yaşan salgın her sektörü etkilediği gibi bankacılık sektöründe de köklü değişiklikler göstermiştir.
2020	S. Buket Çelik Fatih MANGIR	Bankacılık Sektörünün Dijitalleşmesi: Dünyada Ve Türkiye'de Durum Analizi	Yapay zeka, robotik kodların dünyada bankacılıkta yaratacağı yeni dünyayı ele almasıdır.
2021	Dilara DEMİREZ Duygu GÜR Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY	Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm: Açık Bankacılık Ve Uygulamalarına İlişkin Kavramsal Bir Araştırma	Açık bankacılık kavramı çerçevesinde, bankacılık sektöründeki dijital dönüşümü ve teknolojik inovasyonları etkisini incelemek.
2021	Filiz Yetiz	COVID-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi	Türk Bankacılık sektörünün pandemi ile mücadelesindeki durumunu değerlendirmek için SWOT analizi yöntemi incelemesi.
2021	Mustafa DEMİRHAN	Sektörel Bakış: Türk Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Şube Dağıtım Kanalına Etkileri	Türk Bankacılık sektörü, self-servis hizmet dağıtım kanallarıyla finansal işlemleri şube dışına yönlendiren dijitalleşme süreci kapsamında son yıllarda çok önemli ilerleme kaydetmiştir
2022	Mustafa BEYBUR	Şubesiz Dijital Bankacılık ve Türk Bankacılık Sektörü İçin Öneriler	Türk bankacılık sisteminin daha önce uyguladığı dijitalleşme uygulamaları ve uygulanmaya başlanan uzaktan kimlik tespiti ile müşteri edinimleri analiz edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE DİJİTAL BANKACILIK

Bu bölümde dijital bankacılığın öncelik olarak dünyadaki gelişimi sonrasında Türkiye'deki dijital bankacılık algısına bakılmıştır. Aynı zamanda dijital bankacılığın gelecekteki durumu üzerine araştırmalar incelenmiştir.

3.1. Dünyada Dijital Bankacılık

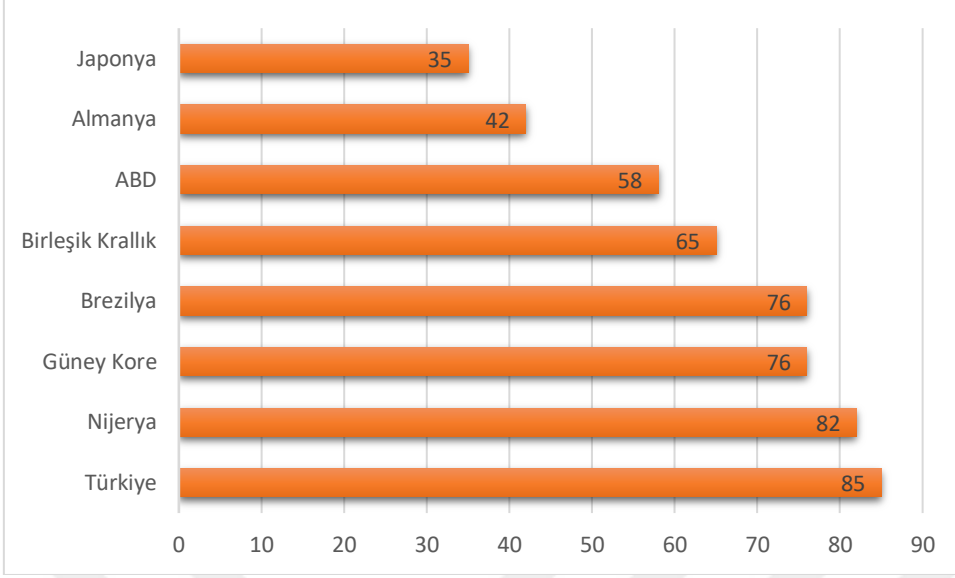
İnternet teknolojisindeki ilerlemelerin interneti online bankacılık için yeterince güvenli hale getirmesiyle birlikte, Amerikan bankası Wells Fargo, Mayıs 1995'te dünyadaki ilk internet üzerinden bankacılık hizmetini sunan banka olarak önemli bir adım atmıştır. Ancak bu ilk sistem, müşterilere işlem yapma imkânı vermekten ziyade sadece hesap hareketlerini ve bakiyeleri görüntüleme imkânı sunmuştur. Wells Fargo'nun ardından, Ekim 1995'te bütün bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilebildiği ilk banka olan Security First Network Bank da internet üzerinden işlemlere başlamıştır. Yine ABD'deki Net.Bank, 1999 yılında ilk kâr eden internet bankası olarak öne çıkmıştır (Özkan ve İpekten, 2017).

Dijital bankacılık konusunda dünya genelinde ilk akla gelen ülke ABD'dir. Finansal anlamdaki yenilikler, diğer alanlarda olduğu gibi bir ihtiyaçtan doğmaktadır. ABD'de yenilikçi uygulamaların fazla olması ve dünyaya buradan yayılmasının arkasında birkaç neden bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, bankacılık sisteminin serbest bir şekilde yönetilmesidir. İç Savaş sonrasında bankaların yönetimi eyaletlere bırakılmış ve farklı yönetim şekilleri denenmiştir. Sonuç olarak, en uygun yönetim şeklinin liberalizm olduğu görülmüştür. Bankacılık alanında liberalizm, piyasaya giriş engeli olmaması ve tahvil çıkarabilmek için devlete belirli bir miktar garanti fonu yatırılması gibi unsurları içermektedir. İkincisi, ABD'de yıllık olarak 50 milyar çek yazılmaktadır. Bu çek işlem hacmi, ABD'de yapılan nakit dışı ödeme işlemlerinin %77'sini oluşturmaktadır. Ancak bu çeklerin yaklaşık 20 milyarı sadece fatura ödemeleri için evde yazılmakta ve yaklaşık 15 milyarı posta ile ilgili yerlere ulaştırılmaktadır. Her bir çekin maliyeti, işgücü ve zaman dâhil olmak üzere 1 dolar olarak hesaplandığında, evden elektronik ödemenin sağladığı son birim yararı daha net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenlerle, ABD'deki serbest bankacılık sistemi ve dijital ödeme alışkanlıklarının yaygınlığı, dijital bankacılık alanındaki yenilikçi

uygulamaların gelişmesine ve dünya genelinde etkili olmasına olanak tanımaktadır (Demirel, 2017).

Dijital bankacılık konusunda ABD'yi takip eden ve dijital dönüşümle birlikte dijital bankacılık uygulamalarında ciddi mesafe kat eden diğer bir aktör ise Avrupa Birliği'dir. AB'deki en gelişmiş internet tabanlı hizmetlerin başında bireysel bankacılık işlemleri gelmektedir. Avrupa genelinde yapılan bir araştırma sonucunda internet bankacılığı en çok kullanılan internet uygulamaları içerisinde altıncı sırada yer almıştır.

AB ülkelerinde bankaların konvansiyonel bankacılık hizmetlerine ek olarak dijital hizmetler sunduğu veya markalarını kullanarak ayrı bir tüzel kişilik oluşturarak sadece dijital bankacılık yaptığı gözlemlenmektedir. Dijital bankacılık uygulamaları ağırlıklı olarak telefon bankacılığı ve finansal danışmanlık hizmetleriyle karma bir yapı içinde sunulmaktadır. Finlandiya, İngiltere, İtalya ve İspanya bankaları örneğinde yapılan bir araştırmada, dijital bankalarla elektronik hizmet sunan konvansiyonel bankaların performansları açısından anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ancak, aynı çalışmada İspanyol ve Fin bankalarının performansının, İtalyan ve İngiliz bankalarına nazaran daha yüksek olduğu belirtilmiştir. AB'de yaşanan konsolidasyon sürecine rağmen fiziksel olarak şube sayısında artış görülmesi, konvansiyonel bankacılık ile dijital bankacılığın birbirini tamamladığını ve ikame olmadığını göstermektedir. Yani dijital bankacılık, geleneksel bankacılığın yerini almak yerine onu tamamlayan ve müşterilere çeşitli hizmet seçenekleri sunan bir yapıya sahiptir. Bu da dijital bankacılığın bankacılık sektöründeki önemini ve çeşitliliğin önemini vurgulamaktadır (Demirel, 2017).



Şekil 3. 2021-2022 En Çok Mobil Bankacılık Kullanım Ülkelerin % Oranları

Kaynak :Veri Kaynağı,2023

2021 -2022 yıllarında ülkeler arasında mobil bankacılık kullanım oranların % oranlarına baktığımızda Türkiye sekiz ülke arasında en ön sırada yerini almaktadır. Mobil bankacılık oranlarının en az kullanım yüzdesi olan ülke Japonya olmuştur.

3.2. Dijital Dönüşümde Türkiye'nin Durumu

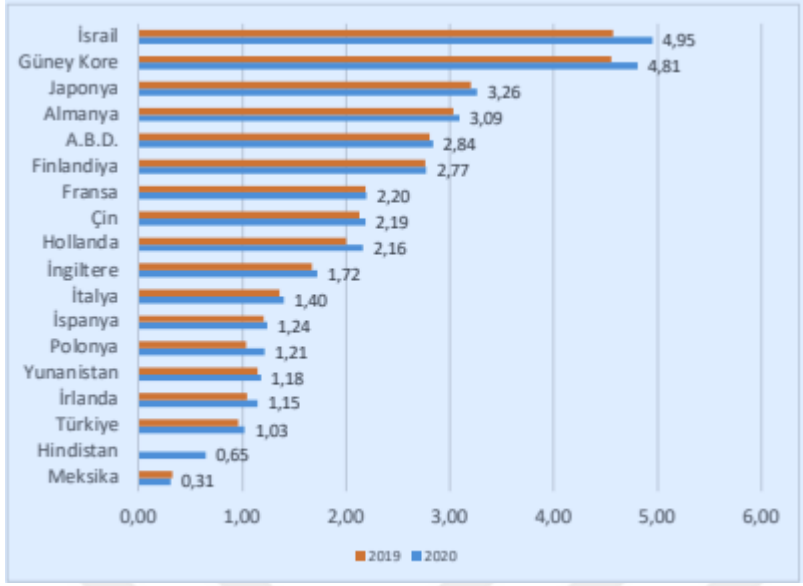
Türkiye'nin jeopolitik coğrafyası, dördüncü endüstri devriminin gelişmekte olduğu dönemde teknolojinin kullanılabilirliği açısından çok önemli bir role sahiptir. Türkiye, Avrupa ve Asya arasında önemli bir köprü konumundadır, bu da ülkenin gelişmekte olan endüstri devriminin transferinde kilit bir rol oynadığı anlamına gelmektedir . Dördüncü endüstri devriminin öncüsü olan Alman firmaları, Türkiye'deki fabrikalarında AR-GE (Araştırma, Geliştirme ve Yenilik) çalışmalarına büyük önem vermektedir. Bu da Türkiye'nin teknolojik gelişmelere açık olduğunu ve bu alanda önemli potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

Bu durumda, yerli firmaların önemli bir stratejik konuma sahip olmaları ve Alman firmalarıyla rekabet edebilme yeteneklerini geliştirmeleri büyük önem kazanmaktadır. Yerli firmaların, teknolojik dönüşümü yakından takip ederek inovasyon ve AR-GE çalışmalarına hız vermeleri, rekabet güçlerini artırmaları ve dördüncü endüstri devrimine uyum sağlamaları gerekmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin dördüncü endüstri devrimi sürecinde

teknolojik altyapısını güçlendirmesi, eğitim ve AR-GE yatırımlarına önem vermesi ve yerli firmaların inovasyon kapasitelerini artırması, ülkenin rekabet gücünü ve ekonomik kalkınmasını destekleyecektir. Bu dönemde, stratejik kararların alınması ve doğru adımların atılması, Türkiye'nin dördüncü endüstri devriminden en iyi şekilde faydalanmasını sağlayacaktır (Bulut ve Akçacı, 2017).

Türkiye'nin dijital dönüşüm süreci konusunda AB ve Amerika'ya göre bir gecikme yaşadığı doğru olmakla birlikte, ülke bu konuda önemli adımlar atmaktadır. 64. Hükümet'in 2016 Yılı Eylem Planı'nda yer alan "Dijital Türkiye Projesi Yol Haritası"nın, 67. Hükümet döneminde ve Cumhurbaşkanlığı bünyesinde kurulan "Dijital Dönüşüm Ofisi" ile hayata geçirileceği görülmektedir. Bu ofis, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile işbirliği içinde çalışacak ve ülkenin ekonomik, sosyal hayat ve kamu hizmetlerinde dijital dönüşümü hedeflemektedir. Dijital dönüşüm sürecinde ilk odaklanılan alan eğitim altyapısının geliştirilmesidir. Bu çerçevede, üniversitelerde dijital teknoloji geliştiricilerini yetiştiren programların artırılması ve dijital teknoloji alanında doktora yapan öğrenci sayısının artırılması hedeflenmektedir. Aynı zamanda, dijital dönüşüm farkındalığının artırılması ve özel teşviklerle dijital yetkinliğe sahip işgücünün sanayi ile buluşturulması amaçlanmaktadır. Kamudaki hizmetlerin hızlandırılması ve bürokratik süreçlerin sıfıra indirilmesi de dönüşüm sürecinin bir parçasıdır.

Dijital Dönüşüm Ofisi, "bulut bilişim", "yapay zekâ", "otonom robotlar" gibi konularda teknoloji yol haritaları açıklayacak ve öncelikli teknolojilere odaklanılan uygulamalı araştırma merkezlerinin kurulmasını destekleyecektir. Sanayicilerin yüksek hızlı internete erişimi ve endüstriyel siber güvenliğin sağlanması için de altyapı çalışmaları yapılacaktır. Türkiye'nin dijital dönüşüm sürecine yönelik bu adımlar, ülkenin rekabet gücünü artırması, ekonomik büyümeyi desteklemesi ve teknoloji alanındaki ilerlemeleri yakalaması açısından önemlidir. Ofisin yetkilendirilmesi ve işbirliğiyle, Türkiye dijital dönüşümün getirdiği fırsatları en iyi şekilde değerlendirecek ve geleceğe yönelik bir dönüşümü başarılı bir şekilde gerçekleştirecektir (<https://bik.gov.tr>).



Şekil 4. Ar-Ge Harcaması (% GSYH)

Kaynak : Tubisad , 2023

Raporda 2019-2020 yılında Ar-Ge çalışmaları 19 ülkede istatistiksel bağlamda verilmiştir. Şekilde ülkeler bazında gelirlerin ne kadarlık kısımların Ar-Ge çalışmalarına ayırdığını göstermektedir. Türkiye şekilde gözükten ülkeler arasında Ar-Ge çalışmalarına ayırdığı oranla sondan üçüncü olmuştur. Lakin kendi içinde 2019-2020 yıllar bazında bu orana baktığımızda 2019 yılındaki çalışmalara ayırdığı oranın 2020 yılında çalışmalara ayırdığı orana bakılarak yükseldiği gözlenmektedir.

Tablo 9

Türkiye Dijital Dönüşüm Endeksi

	2019	2020	2021	2022
Türkiye Dijital Dönüşüm Endeksi	2,94	3,06	3,21	3,12

Kaynak:Tubisad,2023

Tabloda görüldüğü gibi Türkiye 2019-2020-2021-2022 yıllarında beş üzerinden dijital dönüşüm endeksinde sürekli olarak bir iyileşme gözükmektedir. Türkiye 2022 yılında hazırlanan rapora göre dijitalleşme konusunda olumlu yönde gelişim göstermektedir.

Dijitalleşmeye açık olan Türkiye'nin yeterli alt yapısından olmadığından dolayı eksik kaldığı yönleri de bulunmaktadır.

3.3. Türkiye'de Dijital Bankacılık

Osmanlı İmparatorluğu'nda ticari faaliyetlerin daha çok yabancı vatandaşlara bırakılması ve tasarruf birikiminin yeterli düzeyde sağlanamaması, bankacılık sisteminin de gelişmemiş bir ortamda yer almasına neden olmuştur. Bu dönemde bankacılık faaliyetleri daha çok yabancılar tarafından kurulan küçük ölçekli bankalara ve basit bankacılık faaliyetleri yapan yabancı bankerlere bırakılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasıyla birlikte de bankacılık sektörü, gelişmemiş ticaret ortamına paralel olarak kaynak ve nitelikli personel eksiklikleri nedeniyle yavaş bir gelişim süreci yaşamıştı. Ancak 1990'lı yıllardan itibaren yapılan kalkınma hamleleri, bankacılık sektöründe de olumlu değişimler getirmiş ve en son teknoloji kullanılarak hizmetlerde iyileştirmeler yapılmıştır. Ancak finansal derinlik eksikliği nedeniyle yaşanan krizler, bankacılık sektörünü olumsuz etkilemiştir. Yeniden yapılandırma süreçleri ve alınan sıkı tedbirlerle finansal istikrar sağlanmaya çalışılmış ve bankacılık sektörüne ivme kazandırılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye'de geleneksel bankacılık anlayışının yanında yenilikçi uygulamalarla dikkat çeken ve kalkınmada öncü rol oynayan bir sektör haline gelmiştir (Demirel, 2017).

Türkiye'deki bankacılık sisteminin kökleri, Osmanlı'nın son dönemlerine kadar uzanmaktadır. Ancak, Osmanlı'da paraya dayalı bir ekonomik sistemin olmaması bankacılık faaliyetlerinin gelişmesini engellemiştir. Türkiye'deki bankacılık sisteminin ilk yapılması, 1856 yılında kurulan Osmanlı Bankası ile başlamıştır. Osmanlı Bankası, Osmanlı hükümeti ile yabancı sermaye sahipleri arasında dış borçların alınmasında aracılık etmek amacıyla İngiliz sermayesiyle kurulmuştur. Daha sonra Fransız ve Avusturya sermayesi de bankaya ortak olmuştur. Osmanlı Bankası'nı diğer yabancı bankalardan ayıran en önemli özellik, bankaya para basma ayrıcalığının tanınmış olmasıdır. Osmanlı Devleti, tüm gelirlerini Osmanlı Bankası'na yatırmayı, tüm ödemelerini bu banka aracılığıyla yapmayı, iç ve dış borçlanmaları ile ilgili tahvilleri bu banka aracılığıyla çıkarmayı ve her yıl bütçesinin bir örneğini bankaya vermeyi kabul etmiştir. Hatta banka, devlet bütçesini denetleme konusunda da yetkilendirilmiştir. Diğer yandan, 1847 yılında Alleon ve Baltazzi isimli iki Galata bankerinin kurduğu ve 1852 yılına kadar faaliyette bulunan İstanbul Bankası da bankacılık alanındaki ilk girişim olarak değerlendirilebilir. Ayrıca yabancı sermayeli başka

bankaların da varlığı söz konusudur. Bu yabancı sermayeli bankalar, Hazine'ye borç verme işlerinin yanı sıra kendi ülkelerinin çıkarlarına hizmet etmeye çalışmış, Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı firmalar ve iş adamlarını finanse etmiş, ulaşım ve madencilik sektörlerine yatırımlar yapmış ve yabancı sermayeye aracılık etmiştir. Bu şekilde, Türkiye'deki bankacılık sistemi yabancı sermaye etkisiyle şekillenmiştir (Demirel, 2017).

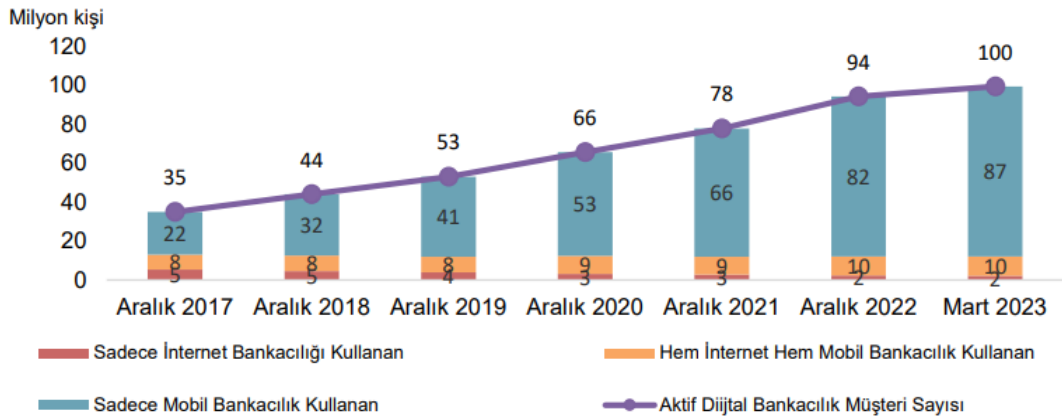
Türkiye'de bankalar genellikle teknolojik gelişmelerin ana kaynağı olarak öne çıkar. İlk network kuruluşu, ilk etkin bilgisayar kullanımı ve ilk parasal bilgi transferi doğru ve yaygın olarak bankalar tarafından gerçekleştirilmiştir. Türk bankalarının interneti kullanma nedenleri şunlar şekilde sıralanabilir:

- Gelişen Teknolojiyi Yakından Takip Etme İsteği; bankalar, teknolojideki gelişmeleri yakından takip ederek müşterilere daha modern ve hızlı hizmetler sunma isteğiyle hareket etmektedir. İnternet, bankacılık sektörü için sürekli olarak güncellenen bir platform olduğu için, bankalar bu alanda öncü ve yenilikçi olmaya çalışmaktadır,
- İnternet Şubesi Aracılığıyla Rutin İşlerin Gerçekleşmesi; bankalar, internet şubesi üzerinden müşterilerin rutin bankacılık işlemlerini kolayca gerçekleştirebilmelerini sağlamaktadır. Bu şekilde şubelerin yükü azalırken, müşterilere hızlı ve pratik bir hizmet sunulması hedeflenmektedir,
- Maliyetlerin Azaltılması; bankalar, yönetim, şube kurma, geliştirme ve personel giderlerini karşılama maliyetlerini minimize etmek için interneti kullanmaktadır. İnternet bankacılığı, fiziksel şube sayısının azaltılmasına ve personel maliyetlerinin düşürülmesine yardımcı olabilir,
- Müşteri Taleplerini Karşılama; bankalar, müşterilerin internete olan ilgisinin artması ve teknolojik yeniliklerden beklentilerinin yükselmesi nedeniyle, internette daha fazla hizmet sunma ihtiyacını hissetmektedir. Müşteri profilinin internette aktif olması, bankalardan yeni ve yenilikçi hizmetler beklemesine yol açmaktadır.

Türk bankaları, teknolojik alanda öncü rol oynayarak müşterilere daha etkin ve modern hizmetler sunma amacıyla interneti aktif bir şekilde kullanmaktadır.

Türkiye'de internet bankacılığı, 1997 yılında İş Bankası'nın başlatmasıyla başlamış ve diğer bankaların da hızla bu alana giriş yapmasıyla yaygınlaşmıştır. Garanti Bankası,

Osmanlı Bankası, Pamukbank, Esbank, Akbank ve Yapı Kredi Bankası da internet bankacılığı hizmetini müşterilerine sunan bankalar arasında yer almıştır. Günümüzde neredeyse bütün bankaların internet şubesi bulunmaktadır. (Pala ve Kartal, 2010:50) Türkiye'deki finans kuruluşları, hem teknoloji hem de finansal ürün ve hizmet anlamında oldukça gelişmiş bir seviyededir. Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında, Türk bankalarının kullandığı teknolojinin aynı düzeyde olduğu ve 128 bit SSL şifreleme gibi güvenlik önlemlerini benimsedikleri görülmektedir. Ayrıca, Türkiye'deki bankalar online hizmet ve işlem çeşitliliği açısından da gelişmiş ülkelerdeki örnekleriyle aynı seviyede bulunmaktadır. Müşterilere geniş bir yelpazede finansal işlem ve hizmet seçenekleri sunularak, kullanıcıların bankacılık işlemlerini kolayca ve güvenli bir şekilde gerçekleştirmeleri sağlanmaktadır. Türk bankalarının internet bankacılığı alanındaki gelişmişlik düzeyi, finansal teknolojideki hızlı değişim ve gelişimle paralel olarak sürekli olarak güncellenmekte ve geliştirilmektedir. Bu sayede müşterilere daha iyi bir dijital deneyim sunularak bankacılık işlemlerinin dijital platformlarda daha yaygın ve kolay bir şekilde gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.



Şekil 5. Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları

Kaynak: TBB, 2023

Tablo da görüldüğü dijital bankacılık bir önceki yıllara göre sürekli artış göstermektedir.

Tablo 10

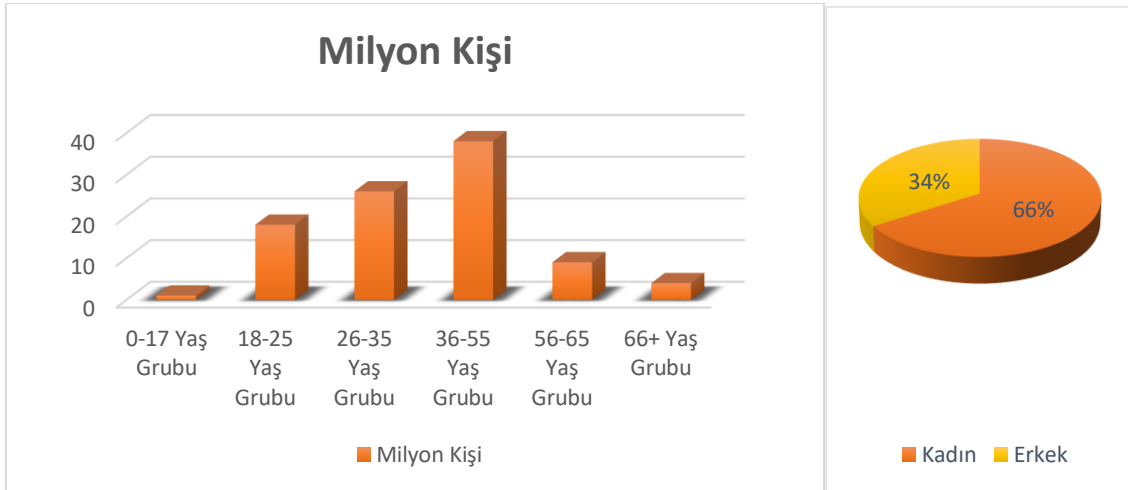
Aktif Ocak – Mart 2022, Ekim – Aralık 2022 ve Ocak – Mart Müşteri Sayıları

Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları			
	Ocak – Mart 2022	Ekim-Aralık 2022	Ocak -Mart 2023
Aktif Dijital Müşteri Sayısı (Bin Kişi)	80.927	94.390	99.519
Kurumsal (Bin Kişi)	3.566	4.065	4.312
Bireysel (Bin Kişi)	77.361	90.325	95.207

Kaynak :TBB ,2023

2023 yılında Aktif Dijital Bankacılık Müşteri sayısını verilerini incelediğimizde;

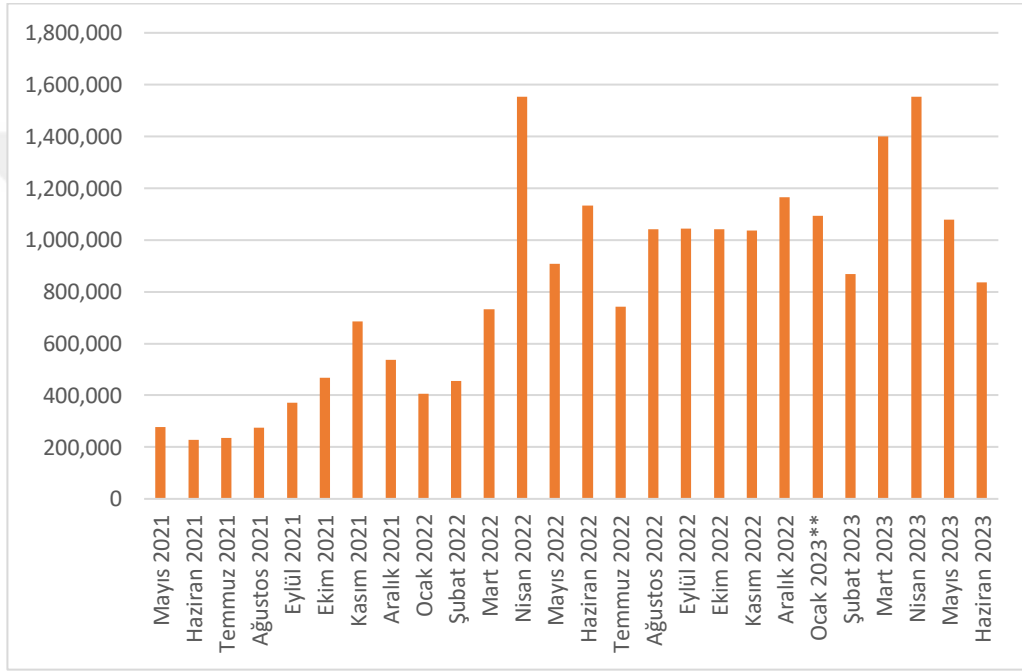
Ocak – Mart 2022 yılında 80 milyon 927 bin kişi olan dijital bankacılık müşteri sayısı Ocak -Mart 2023 yılında 95 milyon 519 bin çıkmıştır. Bir yıl içerisinde 18 milyon civarında yeni dijital bankacılığı kullanan müşterimiz artmıştır. Bireysel müşteri Ocak – Mart 2023 95 milyon 207 bin kişisi bireysel kullanan bireylerdir. 4 milyon 312 bin kişi ise kurumsal kullanan firmalardır. Bir yıl içerisinde 18 milyon arttığına göre Ocak – Mart 2024 yılında 120 milyona yakın dijital banka müşteri sayısı artmaktadır.



Şekil 6. Cinsiyetlere Göre Yaş Gruplarına Göre Aktif Dijital Bankacılık Müşterileri

Kaynak : TBB , 2023

Ocak – Mart 2023 yılında dijital banka kullanan kişilerin %66’sı kadın, %34’ü ise erkek bireyler tarafından oluşmaktadır. Yaş aralığı açısından Dijital banka müşterilerin grafiğine bakıldığında 0-17 1 milyon kişi kullanmaktadır. 18-25 yaş grubunu incelediğimizde 18 milyon kişidir. 29-35 yaş grubu kullanan bireylere baktığımızda 26 milyon kişidir. 36-55 yaş grubunu incelediğimizde 38 milyon kişidir. 56-65 yaş grubu 9 milyon kişidir. 66+ yaş grubuna bakıldığında 4 milyon kişidir. En çok kullanan yaş aralığında 36-55 grubundaki kişilerdir.



Şekil 7. Uzaktan – Müşteri Başvuran Sayısı

Kaynak:Tbb,2023

Şekilde müşterilerin Mayıs 2021 yılında – Haziran 2023 yılları arasından bankaya gitmeden dijital bankacılık sayesinde bankaya başvuran müşteri sayısı verilmiştir. Bu oran dijital bankacılık gelişim sayesinde her gen gün yükselmeye başlamıştır. Ancak ülkemizde yaşanan Covid-19 salgını ile gelen yasaklar bireylerin dijital banka üzerindeki ön yargıları tamamen ortadan kaldırmıştır. Müşteriler Nisan 2022 yılında yükselmeye başlayan uzaktan banka müşteri algısı dev gibi büyümüştür. Bir müşteri uzaktan müşteri olma özelliği banklardan yok iken banka müşteri olmak için yaptığı işlemler;

- Nüfus cüzdanının aslı ve fotokopisi,
- e-Devlet üzerinden ikametgah belgesi,

- Açık adres ve iletişim bilgileri,
- Varsa sabit bir telefon numarası, yoksa bankanın size ulaşabileceği bir cep telefonu numarası,
- Bilgilerinizin tamamlanması için zorunlu olmaksızın mesleki bilgiler ve gelir belgesi,
- Bankanın verdiği evraklara imzalamaktır.

Gelir belgesi talep edilmesinin en önemli sebebi belli fırsatlarla kredi kartı seçeneğinin de sunulmasıdır. Gibi birçok işlemi vardı.

3.4. Dijital Bankacılığın Geleceği

İnternet ve mobil bankacılık, dijital dönüşüm, büyük veri analizi gibi faktörler, bankacılık hizmetlerini daha şeffaf ve müşteri odaklı hale getirmiştir. Bu teknolojik trendler sayesinde müşterilere özel çözümler sunulması mümkün olmuş ve müşteri talepleri ile beklentileri artmıştır. Ayrıca, bankadan bankaya geçme maliyetlerinin azalması rekabeti artırmış ve müşterilerin farklı bankalara yönelmelerine olanak tanımıştır. Dijital dönüşüm sürecinde, hızlı aksiyon alan ve teknolojiye yatırım yapan bankalar, veri analizine dayalı katma değeri yüksek ürünler sunarak pazar paylarını artırmaktadır. Bu şekilde, müşteri memnuniyeti ve sadakati sağlanarak bankaların rekabet gücü artırılmaktadır. Teknoloji ve veri odaklı yaklaşım, bankaların hizmet kalitesini ve verimliliğini artırmakta ve sektördeki rekabeti üst seviyeye taşımaktadır (Körpe, 2021).

Finansal kurumlar ve bankaların rekabet gücünü korumak ve sürdürebilmek için bir dizi önemli adım atmaları gerekmektedir. Bu adımlar arasında teknoloji altyapısının güçlendirilmesi, yeni ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesi, veri analizi ve müşteri odaklı hizmet optimizasyonu gibi alanlarda uzmanlaşmış FinTech şirketleriyle işbirliği yapılması önemlidir. Ayrıca, Application Programming Interface (API) stratejisinin benimsenmesi ve uygulanması da rekabetin artırılması için önemli bir adımdır. Bununla birlikte, önümüzdeki dönemde finansal sektörde çeşitli zorluklarla karşılaşılması muhtemeldir. Dijital etik kavramı, müşteri verilerinin gizliliği ve güvenliği, sosyal medya verilerinin kullanımı, müşteriler arasında ayrımcılık yapılma olasılığı gibi konular önemli dikkat gerektiren konulardır. Ayrıca, skorlama sistemlerine ait algoritmaların şeffaflığı ve uyumluluğu, regülasyonların finansal sektöre etkisi gibi konular da sektörün çözüm bekleyen zorlukları arasındadır. Tüm bu dönüşüm süreçlerine rağmen, kamunun finans ve bankacılık sektöründe

geri kalmış olması da önemli bir engel olarak görülmektedir. Bu nedenle, sektörde devrimsel bir dönüşümün gerçekleşebilmesi için kamu erkinin de aktif bir rol üstlenmesi gerekmektedir (Körpe, 2021).

Teknolojinin finansal hizmetleri temel değer zincirine dönüştürdüğünü ve diğer sektörlerden farklı olarak aynı anda hem "üretim" hem de "dağıtım" aşamalarını etkilediğini açıkça ortaya koymaktadır. Eski bankacılık modelinin üzerine inşa edildiği sütunlar "farklılaştırılmış dağıtım" ve "metalaştırılmış ürünler"dir. Buna karşın, günümüzde yeni bankacılık modelinin temelini "metalaştırılmış dağıtım" ve "farklılaştırılmış ürünler" oluşturmaktadır. Ürünler artık müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve kişiselleştirme yoluyla arzularını tatmin etmek üzere tasarlanmaktadır. Bunun nedeni, tüketici verilerine erişilebilirlik ve finansal ürünlerin müşterilerin günlük yaşamlarına gömülü olmasıdır. Tüm bunlar mümkün çünkü bankacılık ağırlıklı olarak çevrimiçi olarak yürütülmektedir ve çok sayıda insan istedikleri hizmeti almak için aynı platforma bağlanabilmektedir. Bu, platformların, sistemlerin ve uygulamaların birbirine bağlanmasının arttığı bir aşamasıdır (Omarini, 2022).

Dijital dönüşüm ve bununla birlikte ortaya çıkan dijital bankacılıkla birlikte, API'ler ve bulut bilişim gibi teknolojik yenilikler bankacılık piyasalarının rekabet gücünü artırırken, teknolojideki gelişmeler bankacılık sektöründeki giriş ve çıkış engellerinin önemini azaltmıştır. Teknolojinin gelişmesi, ürün ve hizmetlerin bileşenlerine ayrıştırılması ile birleşerek sektöre yeni girenlerin rekabetçi olmalarını sağlamıştır. Gerçekten de bu ayrıştırma, yeni oyunculara, belirli bir hizmette yer alan tüm süreçleri üstlenmeden yenilikçi çözümlerini sunma ve belirli süreçlerde yer alan önemli sabit maliyetler olmadan işe girme imkânı vermiştir (Omarini, 2022).

Dijitalleşen dünyanın sürekli değişkenlik göstermekte olan iş senaryolarında, bankaların rekabetçi kalabilmek için yeni stratejileri ve Fintech'lerin iş modellerini daha kârlı hale getirmeleri ve kendi özel iş alanlarıyla (ödemeler, kredilendirme, yatırım vb.) ilgili birçok riske ve siber riskler şemsiyesi altındaki risklere karşı dirençli olmalıdırlar. Örneğin, freemium'dan premium fiyatlandırmaya geçmeleri; yani saf ücretsiz fiyatlandırma modelinden uzaklaşmaları ve müşterileri sunulan değer için ödeme yapmaya zorlamaları gerekmektedir. Bununla birlikte, müşterileri aktif olarak seçmeleri ve gelecekteki eylemlerini müşteri edinmeden müşteriyi elde tutmaya kadar yönlendirmeleri de gerekmektedir. Finans sektörünün geçirmekte olduğu derin dönüşümün üç ana aşamasını

özetlemek gerekirse bu aşamalar: "ayrıştırma" aşaması; "parçalanma" aşaması ve "işbirliği/ortak" aşaması olarak isimlendirilebilir.

Ürün ve hizmetler giderek daha fazla dijital teknolojilere gömülü hale geldikçe iş süreçlerini temel BT süreçlerinden ayırmak daha zor hale gelmektedir. Bu eğilimin devam etmesi muhtemeldir, yani bankalar hem operasyonel hem de stratejik düzeyde teknolojiye daha da bağımlı hale gelecektir. Bireysel bankacılık daha modüler, esnek ve bağlamsal hale gelmeye devam edecektir. Bireysel müşteriler artık e-ticareti, sosyal medyayı ve diğer teknolojileri entegre edebilmeyi beklemektedir. Sonuç olarak, hizmetler müşteriler tarafından daha az görünür hale gelecektir. Dijital bankacılık uygulamaları, finansal olmayan teklif ve faaliyetlere giderek daha fazla dâhil edilmektedir ve dijital bankacılığın geleceğinde bu tarz faaliyetlerle gerçekleşecek bir birleşim yatmaktadır (Omarini, 2022).

Dijital bankacılık sektöründeki "rekabetçi oyun" sürekli olarak yeni biçimlere dönüşmektedir. Dijital bankacılıktaki yenilikçi ürün ve hizmet konseptleri, müşterinin bağlılığını artırması anlamında büyük önem taşımaktadır. Yayılma mobil cihazlar, müşterilerin faaliyetlerinin veri ürettiği platformlara dâhil edilmesini sağlamaktadır. Veri toplama ve analizi, reklamcılık, finansal danışmanlık, kredi puanlama, fiyatlandırma, talep yönetimi veya müşteriye elde tutma gibi tüm iş alanlarını kapsamaktadır. Müşterileri belirli bir platforma kilitlemek ve onlara platform hizmetleri arasında sorunsuz geçiş sağlamak, daha fazla veri üretilmesine sebep olacaktır. Yapay zekâ ve makine öğrenimi ile desteklenen çok çeşitli veri akışlarının analizi, şirketlerin sürekli olarak amaca daha uygun ürün ve hizmetler sunmasına olanak tanıyacaktır. Müşterileri daha iyi tanıyarak ne kadar ek değer yaratılabileceği, yalnızca platform şirketinin ve ilgili iş ekosistemindeki aktörlerin yaratıcılığı ile sınırlı gibi görünmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Dijital bankacılık değişen , gelişen ve küreselleşen piyasaların yeniliklerinin bankacılık sektöründe oluşturduğu değişimlere odaklanmaktadır. Türkiye'deki bireylerin dijital bankacılık sektöründe değişimleri önem arz etmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde . araştırmanın amacında , araştırmanın öneminde , konusundan, araştırmanın kapsamından ve kısıtından , araştırmanın evreni ve örnekleminde , araştırmanın veri toplama tekniklerinden , hipotezlerinden ve modellerinden detaylı şekilde bahsedilmektedir.

4.1. Araştırmanın Konusu

Bankacılık sektöründe yeni davranışların oluşması ,bireylerin bankacılık faaliyetlerini yapılandırarak inşa etmesini sağlar. Yeniden inşa edilen banka algısının oluşmasında ekonomik ve politik unsurlar , psikolojik unsurlar , kişisel ve kültürel unsurlar etkin olarak rol oynamaktadır. Bu faktörler bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için en uygun dijital banka algısını oluşturmanın temelini atmaktadır.

Bankacılık sektörü gelişmekte ve değişmektedir. Her gün farklı değişimlerin devam ettiği bu sektör aynı zamanda gelişen teknolojiler ile birleşerek dijitalleşme üzerine birçok yenilik ortaya koymaktadır. Türkiye'deki bireylerin bu konudaki bilgi düzeyinin ve dijitalleşen bankanın yenilikleri konusunda kullanım düzeylerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu araştırma, bu konudaki dijital dönüşümde gelişen yenilikleri ortaya koyarak banka sektörüne katkı sağlamaya yönelik olacaktır.

4.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın Türkiye'de dijital bankacılığın yeniliklerini inceleyerek mevcut durumları ortaya konulduktan sonra dijitalleşmenin müşteriler üzerindeki etkisinin araştırılmasına çalışılacaktır.

Araştırmanın amacı Türk bankacılık sektöründe dijitalleşmenin rolünü, yaygınlığını ve gelişimini ayrıntılı bir şekilde incelemektir. Araştırma, dijitalleşme kavramını tanımlayarak, bankacılık sektöründe neden dijitalleşmenin önemli olduğunu vurgulayacaktır.

Bu sayede araştırma dijitalleşmenin sektöre getirdiği dönüşümün temel anlamını açıklamış olacaktır. Farklı bankaların dijitalleşme süreçlerini ve stratejilerini analiz ederek, sektördeki farklı yaklaşımları ve hedefleri ortaya koyacaktır. Türk bankacılık sektöründe sunulan dijital bankacılık ürün ve hizmetlerini ayrıntılı bir şekilde inceleyerek, mobil uygulamalar, internet bankacılığı, dijital ödemeler gibi alanlardaki gelişmeleri ve yaygınlığı ortaya koyacaktır.

Müşterilerin dijital bankacılık kanallarını kullanım deneyimlerini değerlendirerek, bankaların kullanıcı dostu arayüzler ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunma konusundaki çabalarını inceleyecektir. Dijitalleşmenin artmasıyla birlikte bankacılık sektöründeki güvenlik önlemlerini ve veri gizliliğini ele alacak, bankaların müşteri verilerini nasıl koruduğunu ve güvenliğini nasıl sağladığını analiz edecektir.

Sektördeki yenilikçi teknolojilerin (blok zinciri, yapay zeka vb.) bankacılığa entegrasyonunu ve bunların sektördeki etkilerini inceleyerek, bankaların teknolojiyi nasıl benimsediğini ve kullanmayı planladığını ortaya koyacaktır. Müşterilerin dijital bankacılık hizmetlerini nasıl benimsediğini, hangi faktörlerin etkilediğini ve gelecekte tüketici davranışlarında beklenen değişiklikleri tahmin ederek, sektörün gelecekteki yönelimlerini analiz edecektir.

Bu amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilecek araştırma, Türk bankacılık sektöründeki dijitalleşme sürecini detaylı bir şekilde anlaşılmasına sektörün gelecekteki yönünün tahmin edilmesine yardımcı olacaktır.

4.3. Araştırmanın Önemi

Araştırma bu konuda Türkiye’de yapılan çalışmalar arasında dijitalleşen bankaların tespiti açısından öncül çalışmalardan biri olacaktır. Dijitalleşen banka sektörünün önemi ve kullanıldığı alanlar gün geçtikçe artmaktadır. Çalışma dijitalleşen bankacılık sektörünün günümüze kadar olan sürecini anlatarak, bu konuda kamuoyuna ve ilgili kurumlara bilgi sağlayıcı bir görev üstlenecektir. Çalışmada bankacılık sektöründe ve bu konuda eğitim veren sektörler için de yararlı bir kaynak olacaktır.

4.4. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtı

Bu araştırmanın amacı, Türk bankacılık sektöründe dijitalleşmenin yerini ve gelişimini incelemektir. Bu konuda yapılan çalışmaları ve mevcut verileri kullanarak,

Türkiye'deki bankaların dijital bankacılık uygulamalarının yaygınlığını, müşteri alışkanlıklarını ve sektördeki gelişmeleri analiz etmeyi hedeflemektedir. Ancak, araştırmanın bazı kısıtları bulunmaktadır.

- Veri Sınırlamaları; araştırma için kullanılan verilerin kısıtlı olabileceği unutulmamalıdır. Dijital bankacılık alanındaki verilerin güncel ve kapsamlı bir şekilde sunumu her zaman mümkün olmayabilir. Kaynakların sınırlılığı nedeniyle bazı veriler eksik veya yetersiz olabilir,
- Kurumsal Gizlilik; bankacılık sektörü, gizlilik ve güvenlik konularında hassas bir alan olarak kabul edilir. Bu durum, araştırmadaki bazı bilgilerin eksik veya yüzeysel kalmasına neden olabilir,
- Yerel Faktörler; Türk bankacılık sektörünün dijitalleşme durumu, yerel pazarın dinamiklerine ve düzenlemelerine bağlı olarak değişebilir. Bu faktörler, araştırmanın sonuçlarını etkileyebilir ve genelleştirmeler yapmadan önce dikkate alınmalıdır,
- Teknolojik Gelişmeler; dijital bankacılık alanı sürekli olarak gelişmektedir. Bu araştırmanın zaman sınırlamaları nedeniyle, son teknolojik gelişmelerin tam olarak kapsanması mümkün olmayabilir. Daha yeni uygulamaların mevcut araştırma sonuçlarını değiştirebileceği unutulmamalıdır,

Bu kısıtların göz önünde bulundurulması, araştırma sonuçlarının yorumlanması ve genişletilmiş bir bakış açısıyla değerlendirilmesi önemlidir. Türk bankacılık sektörünün dijitalleşme süreci hakkında daha kapsamlı bir değerlendirme için, daha fazla çalışma ve veri kaynağına ihtiyaç vardır.

4.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye’de yaşayan kişiler oluşturmaktadır. Bu araştırmada “Frekans Dağılımı” yöntemi uygun görülmüş ve toplam 315 kişi ile çevrimiçi platformda anket uygulanmıştır. Veriler 1 Mayıs 2022 ve 1 Eylül 2023 tarihleri arasında toplanmış ve çalışmaya 168 erkek ve 147 kadın olmak üzere toplam 315 kişi katılmıştır.

4.6. Araştırmanın Veri Toplama Tekniği

Bu araştırmada veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket formu, literatür tarafında güvenilirliği ve geçerliliği kabul edilen ölçeklerden faydalanılarak hazırlanmış ve araştırma değişkenlerinin ölçülmesi sağlanmıştır. Anket formlarının kullanılması konusunda

akademik çalışma sahiplerinden gerekli izinler alınmıştır.

4.7. Araştırmanın Veri Analizi Yöntemi

Tüm istatistiksel analizlerde IBM SPSS 25.0 programı kullanılmıştır.

Araştırmada değişkenlere ait frekans gibi betimleyici istatistiklerden yararlanılmıştır. Kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında Ki-kare analizi yapılmıştır.

4.8. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada Türkiye’de bireylerin yaş ortalamasına , cinsiyeti , eğitim ve gelir durumlarına göre dijital bankacılığı kullanımlarına bakılmıştır. Bağımsız değişkeni dijital bankacılık kullanımıdır. Bağımlı değişken ise Türkiye de bireylerin yaş ortalaması, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre kullanım oranlarının farklılık göstermesidir.

4.9. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Nicel araştırma online ortamda gerçekleştirilmiş olup, ankete katılan internete erişimi olan, bilgisayar yada akıllı cep telefonu kullanan kişilerle sınırlıdır.
- Nicel araştırma kullanılan “Bilgi Düzeyi ve Güven Derecesi Anket Formu” ile sınırlıdır.
- Nicel araştırma görüşmelerinden elde edilen tüm yorumlar teze aktarılmamıştır.

4.10. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacı, Türk Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Yeri ve Gelişimi hakkındaki bilgi düzeyini ölçmektir. Bu bağlamda, araştırma modeli aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

Anket soruları 3 çalışmadan alınmıştır. Soruları kullanabilmek için yazarlara izin mailleri atılmıştır. Bu kişilerin kullandığı makale , yılları , yöntemleri ve

uyguladığı yöntemler şunlardır ;

Dijital Bankacılıkta Müşteri Memnuniyetinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi ,2020, Elçin NOYAN ve Erdoğan GAVCAR'dır. Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) Yöntemlerinden Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) temelli MOORA ve ELECTRE yöntemleri kullanılarak Dijital Bankacılık ürünlerini kullanan banka müşterilerinin memnuniyetleri ölçülmüştür. Anket sorularının uygulanabilirliği ile ilgili 40 kişiye pilot uygulama yapılmış, anlaşılmakta güçlük çekilen ifadeler değiştirilmiş ve anket formu son haline getirilmiştir. Anket 170 kişiye uygulanmıştır. Çalışma için yazardan 15 sorusu alınmıştır.

Dijital Bankacılık Kullanımına Teknoloji Kabulü Temelli Bir Yaklaşım ,2020, Fatih Sinan ESEN 'dir. Anket sorularında 7'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Anket 302 kişiye uygulanmıştır. Kurulan araştırma modeli, "Yapısal Eşitlik Modellemesi yöntemi kullanılarak test edilmiştir. Çalışma için yazardan 4 sorusu alınmıştır

İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörler: Atatürk Üniversitesi Personeli Üzerine Bir Uygulama ,2017 , Tuba ÖZKAN ve Osman Berna İPEKTEN'dir. Anket önce 10 kişiden oluşan bir gruba pilot olarak uygulanmış ve gerekli düzeltmeler gerçekleştirilmiştir. Anket 315 kişiye uygulanmıştır. Anket sorularında 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Çalışma için yazardan 10 sorusu alınmıştır.

Araştırmadan 5'li ve 7'li Likert ölçeği kullanılmadığından dolayı güvenilirlik ihtiyacı doğmamıştır.

Araştırmayı modellemeye hazır hale getiren Google Form sayesinde toplanan anket soruların SPSS programında işlenmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında ilişkiye bakılmıştır.

Bu araştırmada nicel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Nicel araştırma 315 kişiye anket soruları internet üzerinden dağıtılarak yapılmıştır. Cevapların analizi yapılmış olup , tezin bu bölümünde detaylı olarak aktarılmıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BUGULARI

5.1 Katılımcılara Ait Demografik Özelliklere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

Çalışmanın bu kısmında 315 katılımcıdan elde edilen verilerin frekans ve yüzde bilgileri sunulmuştur.

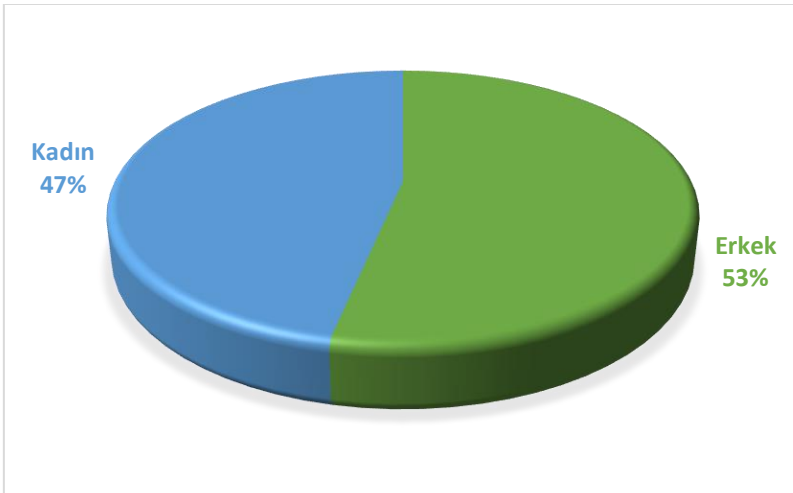
Katılımcıların cinsiyet dağılımı frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11

Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Cinsiyet	Erkek	168	53,3
	Kadın	147	46,7
	Total	315	100,0

Tablo 11’ye göre nicel araştırma katılımcılarının %46,4 oranı ile kadın ve %53,3 oranı ile erkek olduğu belirlenmiştir.



Şekil 8. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

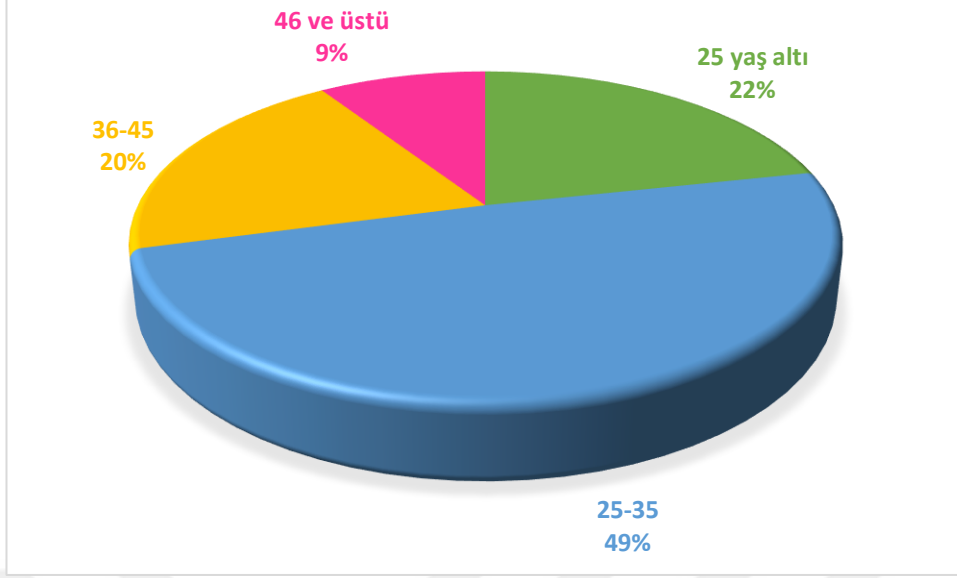
Katılımcıların yaş dağılımlarına ilişkin frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 12’te sunulmuştur

Tablo 12
Katılımcıların Yaş Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Yaş	25 yaş altı	68	21,6
	25-35	155	49,2
	36-45	63	20,0
	46 ve üstü	29	9,2
	Total	315	100,0

Tablo 12’e göre araştırma katılımcılarının % 21,6 oranı ile 25 yaş altı grubuna dâhildir. 25 - 35 yaş grubuna dâhil olanların oranı % 49,2 olduğu, 36-45 arası yaş grubuna dâhil olanların % 20,0 oranı, 46 ve üzeri yaş olanların %9,2 oranı olduğu belirlenmiştir.

Teknolojik yaşam uyumunun da yeni nesil aktif rodedir. Yeni nesil ve eski jenerasyon arasında yaşayan kesimde bu uyumu yakaladığı ortaya çıkmaktadır. Eski jenerasyon teknolojik aletler, yeni çıkan uygulamalar konusunda adaptasyonu sağlamamaktadır. Bu yüzden dijital bankacılık hakkındaki soruları daha çok yeni nesil tarafından cevaplanmıştır.



Şekil 9 . Katılımcıların Yaş Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

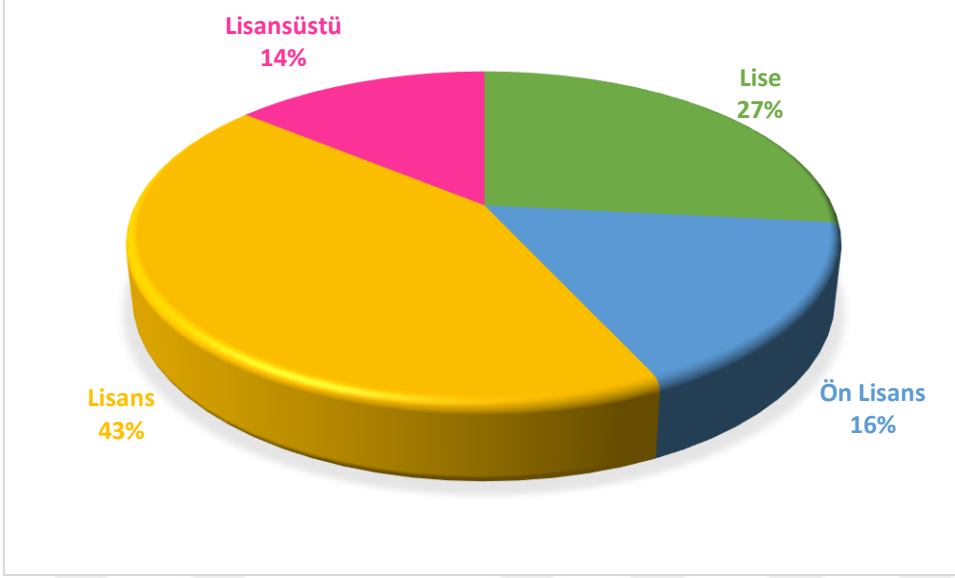
Katılımcıların eğitim dağılımlarına yönelik frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 13'te sunulmuştur.

Tablo 13
Katılımcıların Eğitim Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Eğitim Durumu	Lise ve altı	84	26,7
	Ön Lisans	52	16,5
	Lisans	135	42,9
	Lisansüstü	44	14,0
	Total	315	100,0

Tablo 13'e göre araştırma da katılımcıların ,%14,0'ü lisansüstü, %42,9'u lisans, %16,5'i önlisans , % 26,7'si lise ve altı mezuniyet seviyesine sahip olduğu belirlenmiştir.

Anket sorularını uygulamasında çoğunluk olarak lisans mezunu kişilere ulaşılmıştır. Her eğitim durumunda bireylerin banka uygulamalarının kullanıldığını az çok günlük yaşamlardan biliyoruz



Şekil 10. Katılımcıların Eğitim Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

Katılımcıların gelir durumuna ilişkin frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 14’te sunulmuştur.

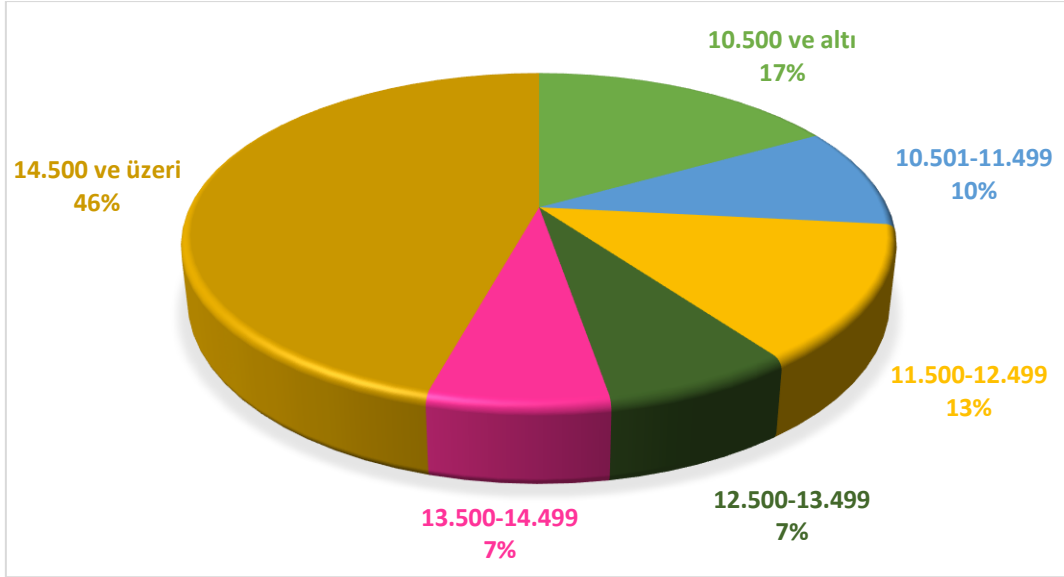
Tablo 14
Katılımcıların Gelir Durumu Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Gelir Durumu	10.500 ve altı	53	16,8
	10.501-11.499	31	9,8
	11.500-12.499	42	13,3
	12.500-13.499	23	7,3
	13.500-14.499	22	7,0
	14.500 ve üzeri	144	45,7
	Total	315	100,0

Tablo 14’e göre araştırma katılımcıların gelir dağılımı incelendiğinde oldukça yaygın olduğunu görmekteyiz. Aylık geliri 10.500 ve altı geliri olanların %16,8 oranında iken, 10.501 – 11,499 TL arasında olanlar % 9,8, aylık geliri 11.500 – 12.499 TL arasında olanlar % 13,3 aylık geliri 12.500 – 13,499 TL arasında olanlar % 7,3, aylık geliri 13.500 – 14.999

arası olanlar % 7,0 ve son olarak 14.500 ve üzeri olanlar % 45,7 oranında olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların çoğunluk olarak gelir düzeyi 14.500' ün üzerindedir. Türkiye de her gün neredeyse yükselen fiyatlar, enflasyondan dolayı gelir düzeyi sabit kalamıyor. Her geçen gün gelen zamlar nedeniyle askeri ücrete bakıldığında bu rakam sürekli olarak değişmektedir. Muhtemelen çok kısa zamanda bireyleri gelir oranları yine değişecektir.



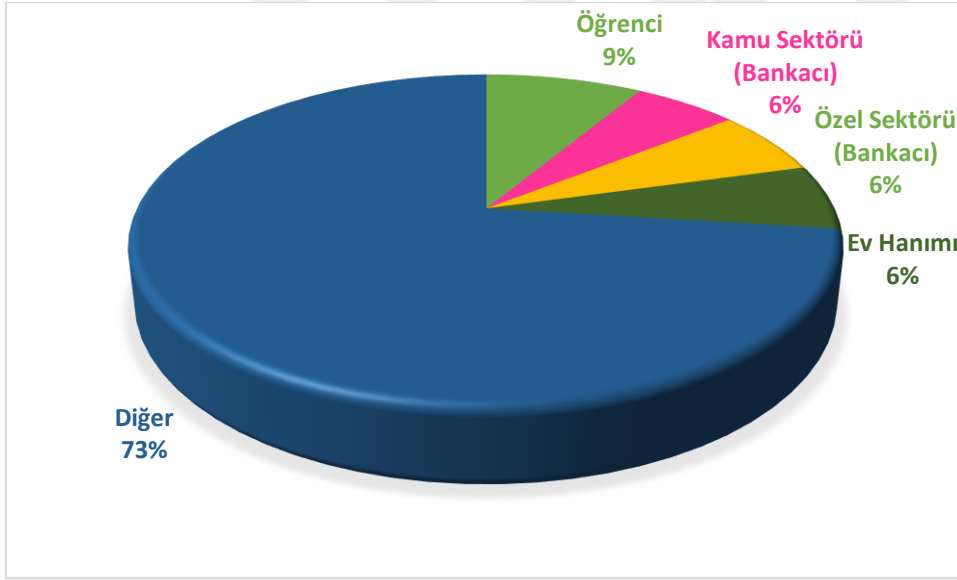
Şekil 11. Katılımcıların Gelir Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

Katılımcıların meslek durumlarına ilişkin frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 15'te sunulmuştur.

Tablo 15
Katılımcıların Meslek Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Meslek	Öğrenci	27	8,6
	Kamu Sektörü(Bankacı)	18	5,7
	Özel Sektörü(Bankacı)	20	6,3
	Ev Hanımı	20	6,3
	Diğer	230	73,0
	Total	315	100,0

Tablo 15'te göre araştırmaya katılan kişilerin %8,6'sı öğrenci, %5,7'si kamu sektöründe çalışan bankacılar, %6,3'ü özel sektörde çalışan bankacılar, %6,3'ü ev hanımları ve %73,0'ü diğer meslek gruplarından kişilerde olduğu belirlenmiştir.



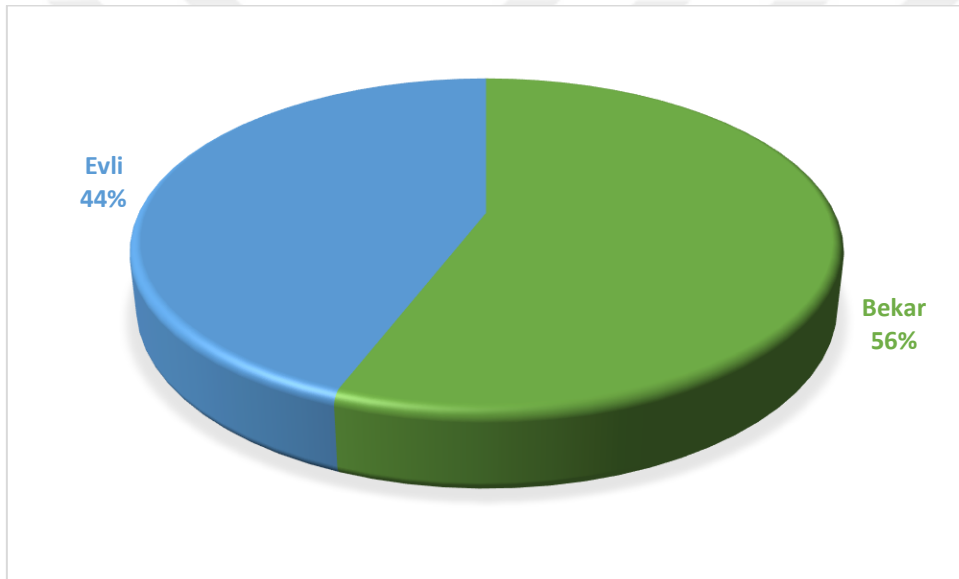
Şekil 12. Katılımcıların Meslek Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 16'da sunulmuştur.

Tablo 16
Katılımcıların Medeni Durum Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Medeni Durumu	Bekar	176	55,9
	Evli	139	44,1
	Total	315	100,0

Tablo 16'ya göre katılımcıların %55,9'u çoğunluğunu bekâr kişilerden oluşmaktadır. %44,1'i evli kişilerden oluşmaktadır.



Şekil 13. Katılımcıların Medeni Durum Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

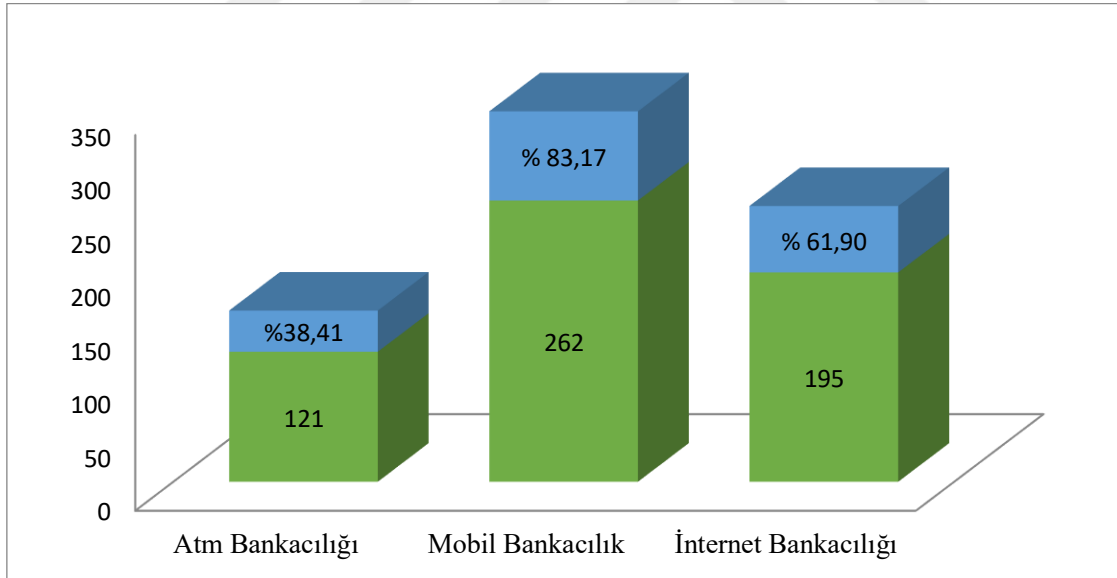
5.2 Katılımcılara Ait Dijital Banka İşlemlerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

Katılımcıların “Dijital Bankacılık işlemlerinizi hangi dijital bankacılık kanalında yapıyorsunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 17
Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Kanalı Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılık İşlem Kanalı Durumu	Atm Bankacılığı	121	38,41
	Mobil Bankacılık	262	83,17
	İnternet Bankacılığı	195	61,90
	Total	315	100,0

Bu soruda, katılımcılara çoklu yanıt verme imkânı tanınmıştır. Katılımcılar üç dijital bankacılık kanalını da kullanmaktadır. En çok kullandıkları dijital kanalın mobil bankacılık (%83,17) internet bankacılık (%61,90) ve atm bankacılığı (%38,41) olduğu belirlenmiştir. Günlük yaşamın vazgeçilmez parçası olan telefonun gelişim hızına bağlı olarak mobil bankacılık banka dünyasında ön plana çıkmıştır. Şubeye giderek saatlerce süren işlemler mobil bankacılık sayesinde kısa sürede halledebilmektedir.



Şekil 14. Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Kanalı Dağılımlarına Yönelik Sütun Grafiği

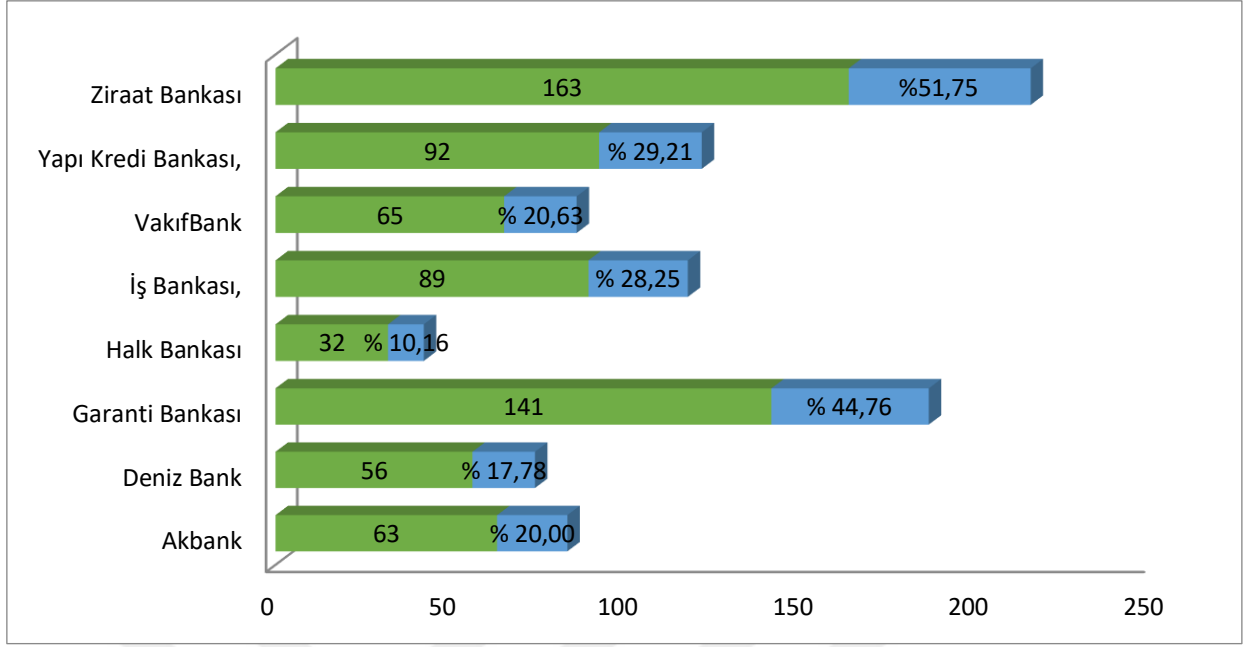
Katılımcıların “Dijital Bankacılık işlemlerinizi hangi banka uygulamasında kullanıyorsunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 18’de sunulmuştur.

Tablo 18
Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Kullandıkları Banka Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılık Kullanılan Banka Durumu	Akbank	63	20,00
	Deniz Bank	56	17,78
	Garanti Bankası	141	44,76
	Halk Bankası	32	10,16
	İş Bankası,	89	28,25
	VakıfBank	65	20,63
	Yapı Kredi Bankası,	92	29,21
	Ziraat Bankası	163	51,75
	Total	315	100,0

Bu soruda, katılımcılara çoklu yanıt verme imkânı tanınmıştır. Katılımcılar birçok dijital bankacılık işlemi yaparken farklı banka ile bu işlemlerini gerçekleştirmişlerdir. Garanti Bankasını tercih eden katılımcılar 141 kişi, Ziraat Bankasını tercih eden katılımcılar 163 kişidir. En çok tercih edilen banka devlet bankası olup dijital bankacılık platform da daha çok tercih edilmektedir. Halk Bankasını tercih eden katılımcılar 32 kişi, VakıfBank tercih eden kişi 65 kişi, Yapı Kredi Bankası tercih eden kişi 92 kişi, İş Bankası tercih eden kişi 89 kişi, DenizBank tercih eden 56 kişi ve Akbank tercih eden 63 kişi olduğu belirlenmiştir.

Bireyler çoğunluk olarak dijital bankacılık işlemlerinde Ziraat Bankası uygulamasını kullanmaktadır. Bunun nedeni ise Türkiye'de her geçen gün özelleşmenin geldiği gibi bankalar sektöründe özelleşme oranı hızla her geçen gün artmaktadır. Tek %100 devlet bankası olan Ziraat Bankasıdır. Dijital banka işlemlerini yaparken bireyler de emin, güvenilir adımlarla, hatasız işlemler için devlet bankası tercih etmeleri gerektiğini düşünmektedir. Tabii ki de bu bakış açısı yanlış bir bakış açısıdır. Bankanın devlet veya özel banka olmasında ziyade uygulama da hangisinin avantajları daha çok ise o banka ön plana çıkmalıdır.



Şekil 15. Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Kullandıkları Banka Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği

Katılımcıların “Kullandığınız banka uygulamasında hangi işlemleri yapıyorsunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 19’da sunulmuştur.

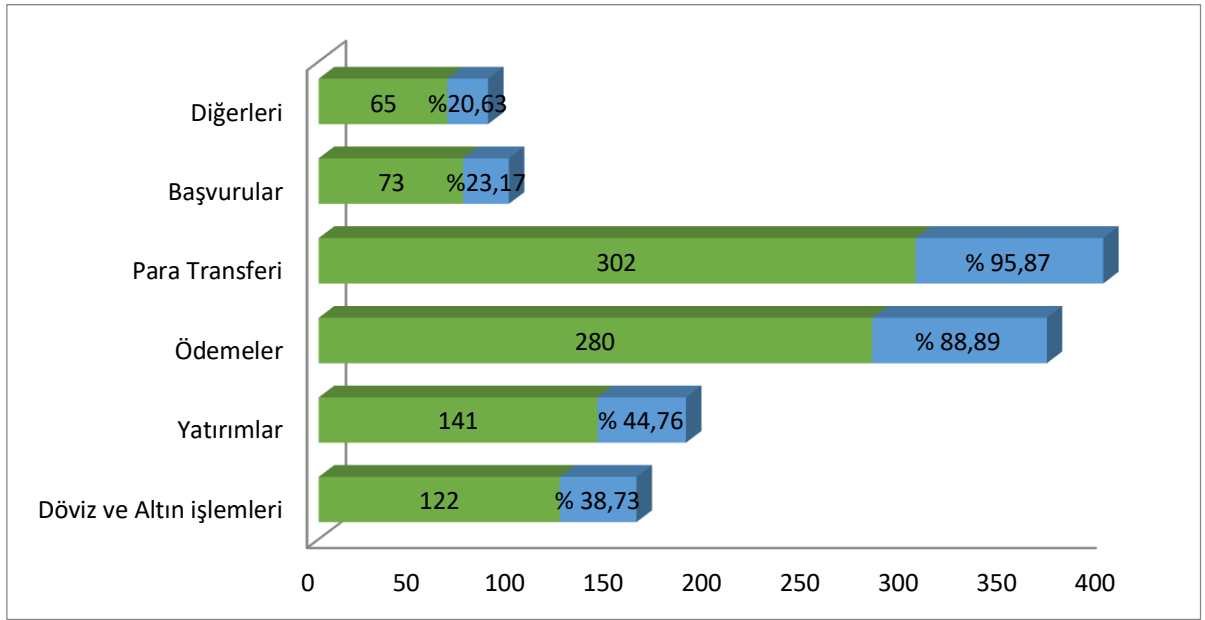
Tablo 19
Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Yaptığı İşlemler İşlem Kanalı Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılıkta Yapılan İşlem Durumu	Döviz ve altın işlemleri	122	38,73
	Yatırımlar	141	44,76
	Ödemeler	280	88,89
	Para transferi	302	95,87
	Başvurular	73	23,17
	Diğerleri	65	20,63
	Total	315	100,0

Bu soruda, katılımcılara çoklu yanıt verme imkânı tanınmıştır. Dijital bankacılık işlemlerinde en çok para transferi ve ödemeler işlemi kullanılmaktadır. Para transferini

kullanan 302 kişi, ödeme işlemleri yapan 280 kişi, döviz ve altın alım ve satım işlemlerini yapan katılımcı 122 kişi, yatırımlar yapan kişi 141, başvurular için kullanan kişi 73 kişi ve diğer işlemleri yapan 65 kişidir.

Günlük hayatta birçok ödeme bulunmaktadır. Faturalar, kiralar, eğitim ödemeleri vb. Eskiden ödemeleri gerçekleştirmek için atm sırası beklemek gerekirken şimdi birkaç saniyede birçok ödeme işlemi yapılabilmektedir. Banka uygulamalarının bize kolaylık sağladığı birçok işlem bulunmaktadır. En çok kullanılan işlemler ise para transferi ve ödemelerdir.



Şekil 16 . Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Yapılan İşlem Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği

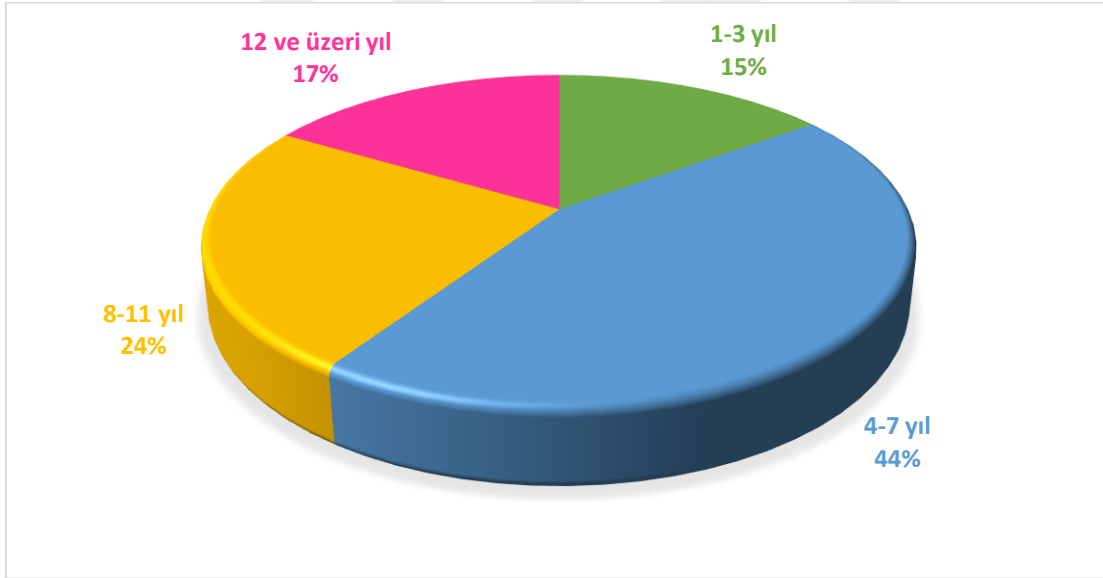
Katılımcıların “Dijital Bankacılık uygulamalarını kaç yıldır kullanıyorsunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 20’de sunulmuştur.

Tablo 20

Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Yılı Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılık Kullanma Yılı	1-3 yıl	47	14,9
	4-7 yıl	140	44,4
	8-11 yıl	76	24,1
	12 ve üzeri yıl	52	16,5
	Total	315	100,0

Katılımcılar dijital bankacılığı 1-3 yıl arası %14,9'u , 4-7 yıl arası %44,4'ü , 8-11 yıl arası %24,1'i ve 12 yıl üzeri %16,5'i kullanmaktadır. Gelişen teknoloji ile bankalarda yapılan çoğu işlemi dijital platform da yapılmaktadır. Yıllar bazında bakıldığında en az 4 yıldan fazla yaygın şekilde kullanılmakta olduğu belirlenmiştir.



Şekil 17. Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Yılı Dağılımlarına Yönelik Pasta Grafiği

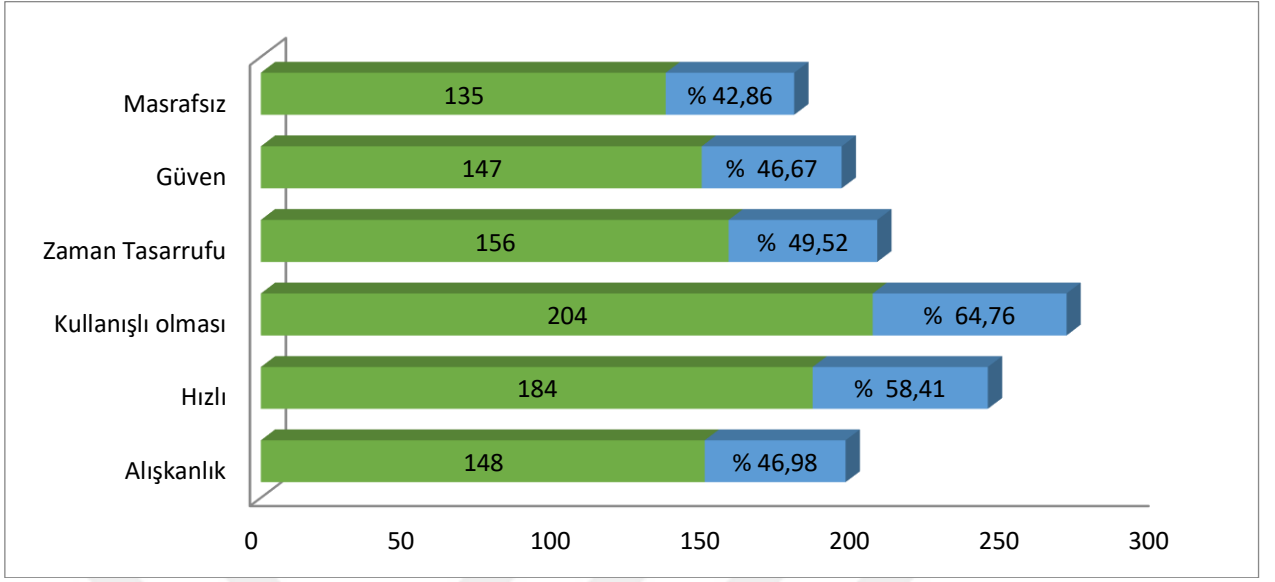
Katılımcıların “Dijital Bankacılığı kullandığınız bankayı seçme nedeniz nedir?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 21’de sunulmuştur.

Tablo 21

Katılımcıların Dijital Bankacılığı Seçme Nedeni Dağılımları N=315

		Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Kullanma Nedeni	Bankacılık	Alışkanlık	148	46,98
		Hızlı	184	58,41
		Kullanışlı olması	204	64,76
		Zaman Tasarrufu	156	49,52
		Güven	147	46,67
		Masrafsız	135	42,86
		Total	315	100,0

Bu soruda, katılımcılara çoklu yanıt verme imkânı tanınmıştır. Katılımcıların dijital bankacılığı seçme nedeni olarak kullanışlı olduğunu düşünen 204 kişi, zaman tasarrufu olduğunu düşünen 156 kişi, hızlı olduğunu düşünen 184 kişi, alışkanlık olduğunu düşünen 148 kişi, güvenli olduğunu düşünen 147 kişi ve masrafsız olduğunu düşünen 135 kişidir. Katılımcıların dijital bankacılığı seçmek için birçok nedeni bulunmaktadır. Bunların en başında hızlı ve kullanışlı olması gelmektedir. Zaman kavramı bireyler için önemlidir. İşlemleri yaparken sıra beklemeden, evrak işleri ile uğraşmadan ve masrafsız ve kolay halledilmesi müşterileri daha çok dijital bankaya yönlendiriyor. En basitinde bir hesap açmak için bankaya gidildiğinde sıra alırız. Sıranın gelmesini bekleriz. Müşteri danışanın size başka avantajlarından bahsedip sizi kredi hakkında ekstra bilgilendirmesi dinleriz. Sonrasında saatlerce evrak imzalama işlemleri ile uğraşırız. Sonunda evet bir hesabımız olur. Fakat o süre zarfından dakikalarımız gider. Bu bahsettiğimiz olay sadece bir tane örnektir. Hesap açma mobil bankacılıkta sadece bir iki dakikamızı almaktadır. Banka şubesinde kayıp edilen zaman ile günlük yaşamımızda bize güzel anıların biriktirme boşluğu sağlanabilir. Bir süre sonra hesap açma, kredi işlemleri, eft vb. işleri alışkanlık haline dönüşüp şubeye gitmeden dijital banka sayesinde birçok işlemi mobil ve internet üzerinden hallederiz.



Şekil 18. Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Nedeni Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği

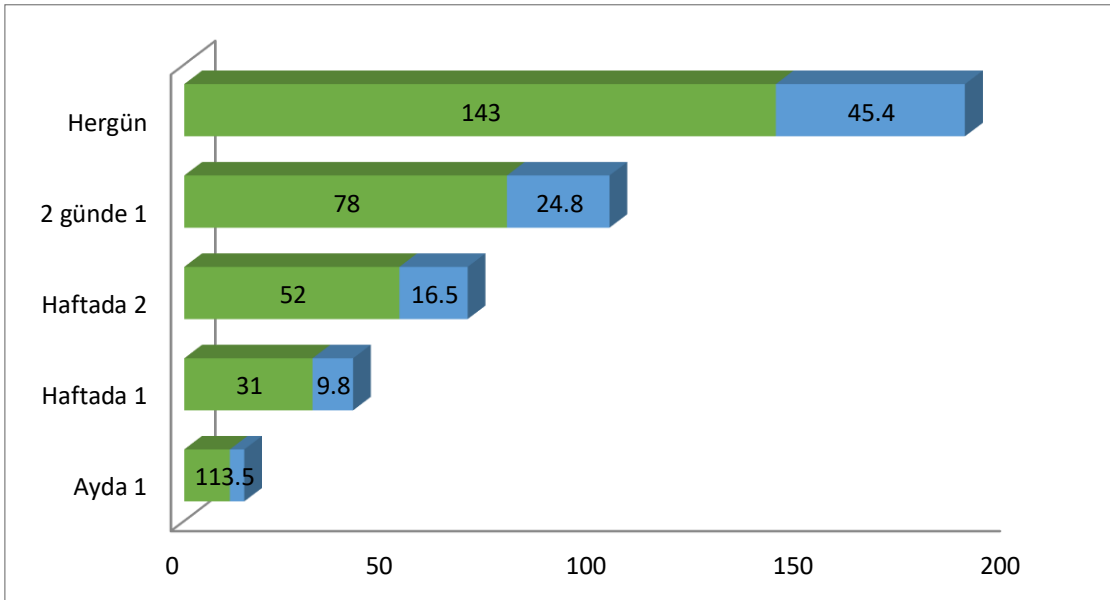
Katılımcıların dijital bankacılığını kullanma sıklığına ilişkin frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 22’te sunulmuştur.

Tablo 22

Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı	Ayda 1	11	3,5
	Haftada 1	31	9,8
	Haftada 2	52	16,5
	2 günde 1	78	24,8
	Hergün	143	45,4
	Total	315	100,0

Katılımcıların dijital bankacılığı ne sıklıkla kullanıldığına bakıldığında her gün kullanan katılımcılar %45,4, haftada bir defa kullanan katılımcılar %9,8, haftada 2 defa kullanan katılımcılar %16,5, 2 günde bir kullanan %24,8 ve ayda bir defa kullanan katılımcı oranı %3,5 olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı dijital bankacılığı sık sık kullanmaktadır.



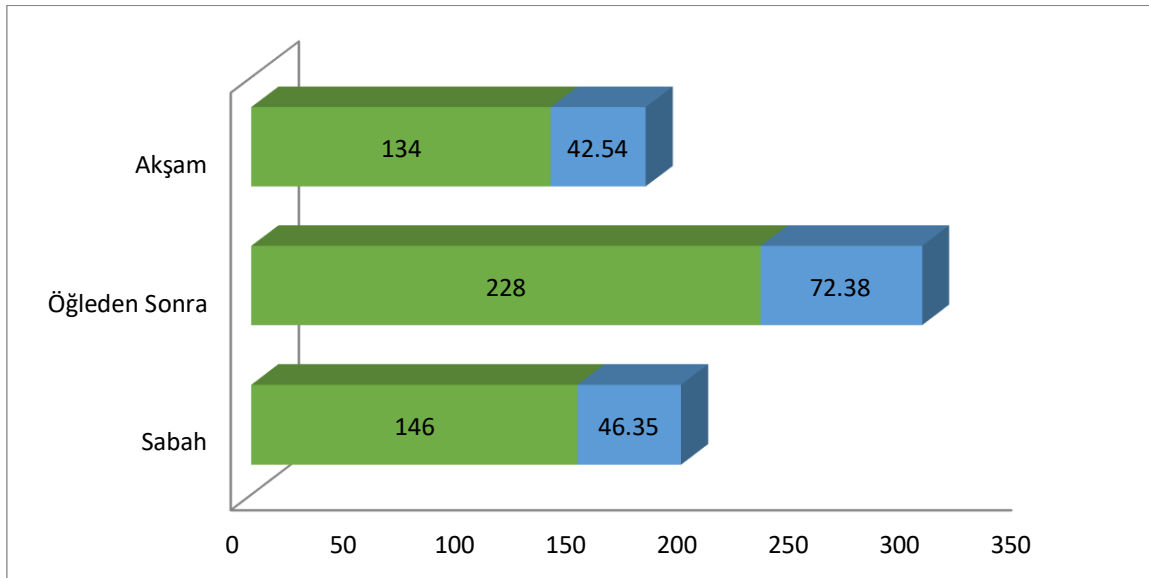
Şekil 19 . Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği

Katılımcıların “İşlemlerinizi genellikle hangi zaman diliminde yaparsınız?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 23’te sunulmuştur.

Tablo 23
Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Zamanı Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılık İşlem Zamanı	Sabah	146	46,35
	Öğleden sonra	228	72,38
	Akşam	134	42,54
	Total	315	100,0

Katılımcıların dijital bankacılık işlemlerini hangi zaman dilimlerinden yapıldığı sorulduğunda çoğunluğu bu işlemlerini öğleden sonra gerçekleştirdiğini, diğer katılımcıların da eşit oranlara yakın işlemlerini sabah ve akşam gerçekleştirdiği görülmektedir. Dijital bankada yapılan işlemlerin 09.00 -17.00 çalışma saatleri arasında yaparken havale ücreti kesmektedir. Bireyler banka işlemlerini bu aralıkları tercih etmek zorunda kalmaktadır. Havale ücreti kesme ve zaman sınırı olmasa dijital bankacılık 7/24 saat daha aktif şekilde kullanılabilir hale gelir.



Şekil 20. Katılımcıların Dijital Bankacılık İşlem Zamanı Dağılımlarına Yönelik Çubuk Grafiği

Katılımcıların “Kullandığınız dijital bankacılık uygulamasını çevrenize önerir misiniz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 24’te sunulmuştur.

Tablo 24
Katılımcıların Dijital Bankacılık Uygulamasını Önerme Dağılımları N=315

		Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Uygulamasını Durumu	Bankacılık Önerme	Evet	298	94,6
		Hayır	17	5,4
		Total	315	100,0

Katılımcıların %94,6’sı kullanmış oldukları dijital bankacılık uygulamasını çevrelerine önermeyi düşünmekte geride kalan % 5,4’ü ise aksini düşünmektedir. Gün içerisinde bireyler öğrendikleri kolaylıkları çevresindeki kişilere de aktarmaktadır. Dijital banka algısına alışamayan ve ürkek davrananlar için çevresinde tecrübelerin birbirine aktarılması bu çekingen olguyu yok edebilmektedir.

Katılımcıların “Dijital bankacılığın yeni fırsatlar ve kariyer alanında değişiklikler sunacağını düşünüyor musunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 25’de sunulmuştur.

Tablo 25
Katılımcıların Dijital Bankacılıkta Yeni Fırsatlar ve Kariyer Alanında Değişiklik Dağılımları N=315

		Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılıkta Yeni Fırsatlar ve Kariyer Alanında Değişiklik		Evet	249	79,0
		Hayır	66	21,0
		Total	315	100,0

Katılımcılara kendilerini dijital bankacılığın yeni fırsatlar ve kariyer alanında değişiklikler sunacağını düşünüyor musunuz soruldu. % 79,0’u yeni fırsatlar ve kariyer alanında değişiklik olacağını düşünmektedir. %21,0’i ise yeni fırsatlar ve kariyer alanında

değişiklik olacağını düşünmemektedir. Geleneksel banka algısı yok olacaktır. Banka da şuan da çalışan birçok birey çalışmasına gerek kalmayacaktır. Bu yüzden banka sektöründe yeni meslek grupların başlığı açılacaktır. Yeni beyinler, yeni meslek sektörde yeri hızla alacaktır. Katılımcıların “Bankacılık sektöründe dijitalleşme daha fazla iş yükü getirir mi?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 26’da sunulmuştur.

Tablo 26

Katılımcıların “Dijitalleşme Bankacılık Sektöründe Yeni İş Yükü Getirme Durumu” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijitalleşme Bankacılık Sektöründe Yeni İş Yükü Getirme Durumu	Evet	55	17,5
	Hayır	260	82,5
	Total	315	100,0

Katılımcılara dijitalleşen bankacılık sektöründe yaşanan yenilikle iş yükünü nasıl etkiledikleri sorulmuştur. Katılımcıların %82,5’i iş yükünü getireceğini düşünmemektedir. Katılımcıların %17,5’i dijitalleşme yeni iş yükleri getireceğini savunmaktadır. Yeni gelecek iş yükleri genel olarak kontrol merceği altında toplanacaktır.

Katılımcıların “Dijital bankacılığa uyum sağlayabilecek yeterli eğitime sahip misiniz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 27’de sunulmuştur.

Dijital Bankacılığa Uyum Sağlamak İçin Yeterli Eğitime Sahiplik

Tablo 27

Katılımcıların “Dijital Bankacılığa Uyum Sağlamak İçin Yeterli Eğitime Sahip Olma Durumu” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılığa Uyum Sağlamak İçin Yeterli Eğitime Sahip Olma Durumu	Evet	272	86,3
	Hayır	43	13,7
	Total	315	100,0

Katılımcılara dijital bankacılığa uyum sağlayabilecek yeterli eğitime sahip misiniz sorusu sorulmuş olup %86,3 katılımcı sahip olduğunu düşünmektedir. %13,7 katılımcı ise yeterli eğitime sahip olmadığını düşünmektedir. Eski jenerasyon hariç bu konuya uyum

sağlaması kolay olacaktır.

Katılımcıların “Bankacılık sektöründe bankaların dijital bankacılığa uyum sağlayıp rekabet edebileceklerini düşünüyor musunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 28’de sunulmuştur.

Tablo 28

Katılımcıların “Bankaların Dijitalleşmeye Uyum Sağlayabilir Olma İhtimali” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Bankaların Dijitalleşmeye Uyum Sağlayabilir Olma İhtimali	Evet	272	86,3
	Hayır	43	13,7
	Total	315	100,0

Katılımcılara bankacılık sektöründe bankaların dijital bankacılığa uyum sağlayıp rekabet edebileceklerini düşünüyor musunuz diye sorulup fikirleri alınmıştır. %86,3’ü evet diye yanıt verip sağlayabileceklerini düşünmektedir. %13,7’si ise bankaların dijital bankacılığa uyum sağlayamayacaklarını düşünüyor ve rekabet edemeyeceklerini savunmaktadır.

Katılımcıların “Dijital bankacılık gelişmeleri neticesinde bankacılık mesleğinin değişime ve dönüşüme ihtiyacı var mıdır?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 29’da sunulmuştur.

Tablo 29

Katılımcıların “Dijital Bankacılık Gelişimi Bankacılık Mesleğinde Değişime İhtiyacı” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılık Gelişimi Bankacılık Mesleğinde Değişime İhtiyacı	Evet	277	87,9
	Hayır	38	12,1
	Total	315	100,0

Katılımcılara dijital bankacılığın gelişmeleri neticesinde bankacılık mesleğinin değişimine ve dönüşüme ihtiyacı var diye sorulduğunda %87,9’u yeni dönüşüme ihtiyacı olduğunu düşünmektedir. %12,1’i ise gerek olmadığını düşünmektedir.

Katılımcıların “Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ışığında bankacılık sektöründe düşünce, eğitim, kültür ve teknoloji gibi alanları A’dan Z’ye yeniden inşa ederek geleceğe hazırlayacak olan yeni modelleri destekler misiniz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 30’de sunulmuştur.

Tablo 30

Katılımcıların “Dijital Bankacılıkta Yeni Gelişen Modellere Destek” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılıkta Yeni Gelişen Modellere Destek	Evet	296	94,0
	Hayır	19	6,0
	Total	315	100,0

Katılımcılara dijital bankacılığın gelişimiyle yeni gelişen modellere destek sağlamayı %94 katılımcı evet yanıtı vermiş iken %6 hayır yanıtı vermiştir.

Katılımcıların “Dijital bankacılık, bankacılık işlemlerini yaparken maddi açıdan olumlu etki sağlıyor mu?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 31’de sunulmuştur.

Tablo 31

Katılımcıların “Dijital Bankacılığın Maddi Açıdan Etkileri” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılığın Maddi Açıdan Etkileri	Evet	253	80,3
	Hayır	62	19,7
	Total	315	100,0

Katılımcılar bankacılık işlemlerini dijital banka üzerinden yaparken maddi açıdan olumlu olarak etkilerini %80,3’ü evet yanıtını ile dijital bankacılığın masrafları azalttığını düşünmektedir. %19,67 katılımcı ise hayır yanıtı seçti.

Katılımcıların “Dijital bankacılıkta siber saldırıların olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 32’te

sunulmuştur.

Tablo 32

Katılımcıların “Dijital Bankacılıkta Siber Saldırı” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Dijital Bankacılıkta Siber Saldırı	Evet	221	70,2
	Hayır	94	29,8
	Total	315	100,0

Katılımcılar dijital banka uygulamalarında işlemlerini yaparken %70,2’si her an siber saldırıya ile maruz kalabileceği ihtimalini düşünmektedir. %29,8 katılımcı ise dijital bankayı kullanırken her hangi bir siber saldırı olacağını düşünmemektedir. Siber saldırı dijital aletleri hedef alarak bireylerin zarara uğramasını sağladığı bir saldırı biçimidir. Müşteriler tüm mal varlıkların bulundukları hesaplarında bu durum bankaya olan güveninde soru işaretleri bırakmaktadır.

Katılımcıların “Siber saldırıların olması sizin bankalara olan güvenizi azalttı mı?” sorusuna ilişkin verdikleri cevaplara ait frekans ve yüzde bilgileri ile Tablo 33’te sunulmuştur.

Tablo 33

Katılımcıların “Siber Saldırıda Dijital Bankacılıkta Güven” Dağılımları N=315

	Kişisel Özellikler	f	%
Siber Saldırıda Dijital Bankacılığa Güven Durumu	Evet	129	41,0
	Hayır	186	59,0
	Total	315	100,0

Katılımcılar siber saldırıdan dolayı bankalara işlemlerini yaparken güvenmek ve güvenmemek arasında kararsız kalmışlardır.

Dijital Bankacılık ürünlerine hangi özellikler eklenirse daha çok işlem yapardınız?

- Katılımcılara sorulan son soruda dijital bankacılığın hangi işlem eklenirse daha çok kullanılabilir olacağını sorusuna verdikleri cevaplar :

- Bankalar arası dolar, euro, altın, gümüş vs transferi yapılması ,
- Komisyonsuz yatırım işlemlerini yapabilme. Komisyonsuz transfer işlemleri yapabilme. Satış işlemlerin de karşılıklı bloke kolaylığı,
- Bankaya gitmemi gerekmeden her işlemi yapabilmesi ,
- Hesaba yönelik her işlem için bildirim gelmesi,
- Bankaya gitmek yerine mobil uygulamadan görüntülü şekilde konuşarak işlemlerimi halletmesi,
- Daha fazla yatırım ürünü dijital bankacılığa eklenirse , işlem sayısı artabilir. Örneğin eurobond, opsiyon,
- Fast pay işlemleri limiti en az 5000 olmalı be 7/24 gönderimde yüksek komisyon kesilmesi,
- Transfer ücreti olmasa ,
- Makas aralığı olmazsa,
- Seçilen alanda tanıtım bilgileri içeren bir kısım olsa daha çok kullanırdım. Örneğin altın hesabı açmak istiyorum ama bankaya gitmeye üşeniyorum ve internetten de nasıl yapacağım bilmiyorum. Altınımı da rasgele google
- bilgileri ile açtığım hesap için para göndermeye güveniyorum. Bana adım adım açmayı ve kazanımlarımı gösterse daha çok kullanırdım. Genel olarak bilgi
- kirliliğini önlemek için ufak eğitim ve yönlendirme eğitim kısmı olmalı ,
- Daha kapsamlı yatırım işlemleri olması ,
- Gayrimenkul ya da menkul alım satımlarında alış satış öncesi devletin işlemi gerçekleştiren birimler ile anlaşmalı olması durumunda daha fazla işlem yapılabilmesi ,
- Anlık hizmet olması ,
- Dernek ve vakıf yardımlarının olması ,
- Müşteri bazlı fiyatlama olması ,
- Daha kolay kullanım şablonları olması ,
- Kullanımının çok daha kolay ve anlaşılabilir olması,
- 7/24 paranın anında geçmesi ,
- Anlık döviz alış ve satışı , çok daha fazla güvenlik sistemleri olması ,
- Bankaya gitmeden kredi işlemlerinin hepsi telefonda yapılsa ,
- Ekstra kazanç sağlasa daha iyi olurdu. Alışveriş yaptıkça kazanmak gibi...
- Bekletilmese ve işlem ücreti alınmasa ,

- Daha fazla güvenlik önlemlerin olması ,
- 7/24 ücretsiz olması ,
- Borsa işlemlerindeki paranın hemen hesaba geçmesi ,
- Bankalar arası transfer ücretlerinin düşürülmesi ,
- Sınırsız limit olması ,
- Hızlı ve düzgün hizmet veren dijital asistanlarının olması ,
- Ticari kredilerin dijitalleştirilerek, daha hızlı müşterilerin cevap alabilmesi sağlanması ,
- Yapay zeka olması ,
- Yatırım hesabını daha aktif şekilde kullanılması ,
- Yurt dışı piyasalarda yatırım işlemlerinin olması ,
- Hisse senetleri alım satım işlemleri daha pratik bir düzenek haline geliştirilmesi ,
- Kesintinin az olması ,
- Tek banka uygulaması altında toplanması ,
- Yatırımlar ve diğer tasarruf işlemlerinin kullanımı ve bunların artılarını ve eksilerini öğreten eğitim bölümleri konulabilir. Örneğin grafik okuma ve değerlendirme v.b
- Bankalar tek çatı altında toplanması
- Daha fazla güvenliğin olması ,
- Müşteri hizmetlerinde direk bağlanmak soru sorma önerilerinin kaldırılması ,
- Borsa bildirimlerinin olması ,
- Yüz tanıma olması ,Kolay menü olsa sadece anlayanlar da değil herkes kullanabilir.
- Döviz işlemlerine hızlı çözümler sunması ,
- Şifre sisteminin iyileştirilmesi
- Dokümantasyon ve imza süreçleri tamamen buraya taşınması,
- Masraf alınmaması ,
- Dijital çek sistemi olmasıdır.

5.3 Katılımcılara Ait Demografik Özelliklerin Dijital Bankacılığın Çeşitli Özelliklerine Göre Dağılımı Analizi Sonuçları

Çalışmanın bu kısmında katılımcılara ait demografik özelliklerin dijital bankacılığın çeşitli özelliklerine göre dağılımı Ki-kare analizi ile karşılaştırılmıştır.

Katılımcıların cinsiyeti ile dijital bankacılığın karşılaştırılmasına ilişkin Ki-kare analizi sonuçları Tablo 34’te verilmiştir.

Tablo 34
Katılımcıların Cinsiyeti ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması

		Kadın	Erkek	Toplam	χ^2	p				
Dijital Bankacılık Kullanma Yılı	1-3 Yıl	N	14	33	47	17,670	,001			
		%	8,3%	22,4%	14,9%					
	4-7 Yıl	N	71	69	140					
		%	42,3%	46,9%	44,4%					
	8-11 yıl	N	49	27	76					
		%	29,2%	18,4%	24,1%					
	12+ yıl	N	34	18	52					
		%	20,2%	12,2%	16,5%					
Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı	Her gün	N	101	42	143	33,806	,000			
		%	60,1%	28,6%	45,4%					
	2 günde 1	N	26	52	78					
		%	15,5%	35,4%	24,8%					
	Haftada 2	N	21	31	52					
		%	12,5%	21,1%	16,5%					
	Haftada 1	N	15	16	31					
		%	8,9%	10,9%	9,8%					
	Ayda 1	N	5	6	11					
		%	3,0%	4,1%	3,5%					
	Dijital Bankacılığı Önerme Durumu	Evet	N	154	144			298	6,080	.014
			%	91,7%	98,0%			94,6%		
Hayır		N	14	3	17					
		%	8,3%	2,0%	5,4%					

Tablo 34'nün devamı

Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Yükü Durumu	Evet	N	31	24	55	.246	.620
		%	18,5%	16,3%	17,5%		
	Hayır	N	137	123	260		
		%	81,5%	83,7%	82,5%		
Dijital Bankacılığın İlişkin Eğitim Durumu	Evet	N	156	116	272	12.935	.000
		%	92,9%	78,9%	86,3%		
	Hayır	N	12	31	43		
		%	7,1%	21,1%	13,7%		
Dijital Bankacılığa İlişkin Bankaların Rekabet Durumu	Evet	N	148	124	272	.931	.335
		%	88,1%	84,4%	86,3%		
	Hayır	N	20	23	43		
		%	11,9%	15,6%	13,7%		
Dijital Bankacılığa İlişkin Bankaların Değişim İhtiyacı Durumu	Evet	N	156	121	277	8.217	.004
		%	92,9%	82,3%	87,9%		
	Hayır	N	12	26	38		
		%	7,1%	17,7%	12,1%		
Dijital Bankacılığa İlişkin Bankaların Yeni Modellerinin Desteklenme Durumu	Evet	N	157	139	296	.169	.681
		%	93,5%	94,6%	94,0%		
	Hayır	N	11	8	19		
		%	6,5%	5,4%	6,0%		
Dijital Bankacılığın Maddi Olarak Destek Durumu	Evet	N	143	110	253	5.250	.022
		%	85,1%	74,8%	80,3%		
	Hayır	N	25	37	62		
		%	14,9%	25,2%	19,7%		
Dijital Bankacılıkta Siber Saldırı Durumu	Evet	N	143	110	253	15.857	.000
		%	85,1%	74,8%	80,3%		
	Hayır	N	25	37	62		
		%	14,9%	25,2%	19,7%		

Tablo 34'nün devamı

Dijital Bankacılıkta Siber Saldırının Güven Azaltma durumu	Evet	N	66	63	129		
		%	39,3%	42,9%	41,0%		
	Hayır	N	102	84	186	.414	.520
		%	60,7%	57,1%	59,0%		

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılık kullanma yılı arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın (%42.3) ve erkek katılımcıların (%46.9) 4-7 yıldır yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılık kullanma sıklığı arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların (%60.1) her gün ve erkek katılımcıların (%35.4) 2 günde 1 yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılığı çevreye önerme durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların (%91.7) oranında ve erkek katılımcıların (%98.0) oranında dijital bankacılığı çevrelerine önerdikleri belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılığa ilişkin eğitim alma durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların (%92.9) oranında ve erkek katılımcıların (%78.9) oranında dijital bankacılığa ilişkin eğitim aldıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılığın değişim ve dönüşümüyle bankacılık mesleğinin de dönüşümü ve değişmesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların (%92.9) oranında ve erkek katılımcıların (%82.3) oranında bankacılık mesleğinin de dönüşümü ve değişme ihtiyacı olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların (%85.1) oranında ve erkek katılımcıların (%74.8) oranında dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların (%85.1) oranında ve erkek katılımcıların (%74.8) oranında dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu

düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların cinsiyet durumu ile dijital bankacılığın karşılaştırılmasına ilişkin Ki-kare analizi sonuçları Tablo 35’de verilmiştir.

Tablo 35

Katılımcıların Medeni Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması

			Bekar	Evli	Toplam	χ^2	p
Dijital Bankacılık Kullanma Yılı	1-3 Yıl	N	36	11	47	21,699	,000
		%	20,5%	7,9%	14,9%		
	4-7 Yıl	N	86	54	140		
		%	48,9%	38,8%	44,4%		
	8-11 yıl	N	36	40	76		
		%	20,5%	28,8%	24,1%		
	12+ yıl	N	18	34	52		
		%	10,2%	24,5%	16,5%		
Dijital Bankacılığa İlişkin Bankaların Rekabet Durumu	Evet	N	145	127	272	5.314	.021
		%	82,4%	91,4%	86,3%		
	Hayır	N	31	12	43		
		%	17,6%	8,6%	13,7%		

Tablo 35’e göre katılımcıların medeni durumu ile dijital bankacılık kullanma yılı arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Bekar (%48.9) ve Evli katılımcıların (%38.8) 4-7 yıldır yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların medeni durumu ile dijital bankacılıkta bankaların rekabet içinde olması düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Bekar katılımcıların (%82.4) oranında ve evli katılımcıların (%91.4) oranında dijital bankacılıkta bankaların rekabet içinde olduklarını düşündükleri belirlenmiştir.

Katılımcıların yaşı ile dijital bankacılığın karşılaştırılmasına ilişkin Ki-kare analizi sonuçları Tablo 36’da verilmiştir.

Tablo 36

Katılımcıların Yaşı ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması

		25 yaş alt	26-35	36-45	46+	Toplam	χ^2	p	
Dijital Bankacılık Kullanma Yılı	1-3 Yıl	N	23	20	3	1	47	106,073	,000
		%	33,8%	12,9%	4,8%	3,4%	14,9%		
	4-7 Yıl	N	40	78	14	8	140		
		%	58,8%	50,3%	22,2%	27,6%	44,4%		
	8-11 yıl	N	5	45	18	8	76		
		%	7,4%	29,0%	28,6%	27,6%	24,1%		
	12+ yıl	N	0	12	28	12	52		
		%	0,0%	7,7%	44,4%	41,4%	16,5%		
Dijital Bankacılığın Maddi Olarak Destek Durumu	Evet	N	52	117	56	28	253	10.690	.014
		%	76,5%	75,5%	88,9%	96,6%	80,3%		
	Hayır	N	16	38	7	1	62		
		%	23,5%	24,5%	11,1%	3,4%	19,7%		

Katılımcıların yaş durumu ile dijital bankacılık kullanma yılı arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. 25 yaş altı katılımcıların (%58.8) ve 26-35 yaş katılımcıların (%50.3) oranında 4-7 yıldır yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

36-45 yaş katılımcıların (%44.4) oranında ve 46 yaş ve üzeri katılımcıların (%41.4) oranında 12 yıl ve üzeri senedir yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların yaş durumu ile dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. 25 yaş altı katılımcıların (%76.5) ve 26-35 yaş katılımcıların (%75.5), 36-45 yaş katılımcıların (%88.9) oranında ve 46 yaş ve üzeri katılımcıların (%96.6) oranında dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile dijital bankacılığın karşılaştırılmasına ilişkin Ki-kare analizi sonuçları Tablo 37'de verilmiştir.

Tablo 37

Katılımcıların Eğitim Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması

		Lise ve altı	Önlisan s	Lisan s	Lisansüst ü	Topla m	χ^2	p	
Dijital Bankacılık Kullanma Yılı	1-3 Yıl	N	18	14	12	3	47	35,35 4	.00 0
		%	21,4 %	26,9%	8,9%	6,8%	14,9%		
	4-7 Yıl	N	34	25	70	11	140		
		%	40,5 %	48,1%	51,9 %	25,0%	44,4%		
	8-11 yıl	N	17	12	28	19	76		
		%	20,2 %	23,1%	20,7 %	43,2%	24,1%		
	12+ yıl	N	15	1	25	11	52		
		%	17,9 %	1,9%	18,5 %	25,0%	16,5%		
Bankacılık Sektöründe Dijitalleşme in Yüğü Durumu	Evet	N	24	8	16	7	55	10.37 1	.01 6
		%	28,6 %	15,4%	11,9 %	15,9%	17,5%		
	Hayı r	N	60	44	119	37	260		
		%	71,4 %	84,6%	88,1 %	84,1%	82,5%		
Dijital Bankacılığı İlişkin Eğitim Durumu	Evet	N	64	43	122	43	272	14.62 9	.00 2
		%	76,2 %	82,7%	90,4 %	97,7%	86,3%		
	Hayı r	N	20	9	13	1	43		
		%	23,8 %	17,3%	9,6%	2,3%	13,7%		
Dijital Bankacılığın Maddi Olarak Destek Durumu	Evet	N	52	117	56	28	253	10.69 0	.01 4
		%	76,5 %	75,5%	88,9 %	96,6%	80,3%		
	Hayı r	N	16	38	7	1	62		
		%	23,5 %	24,5%	11,1 %	3,4%	19,7%		

Tablo 37'nin devamı

Dijital Bankacılıkta Siber Saldırı Durumu	Evet	N	48	25	113	35	221	32.590	.000
		%	57,1%	48,1%	83,7%	79,5%	70,2%		
Dijital Bankacılıkta Siber Saldırının Güven Azaltma durumu	Hayır	N	36	27	22	9	94	8.406	.038
		%	42,9%	51,9%	16,3%	20,5%	29,8%		
Dijital Bankacılıkta Siber Saldırının Güven Azaltma durumu	Evet	N	30	15	67	17	129	8.406	.038
		%	35,7%	28,8%	49,6%	38,6%	41,0%		
Dijital Bankacılıkta Siber Saldırının Güven Azaltma durumu	Hayır	N	54	37	68	27	186	8.406	.038
		%	64,3%	71,2%	50,4%	61,4%	59,0%		

Katılımcıların eğitim durumu ile dijital bankacılık kullanma yılı arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Lise ve alt düzeyde eğitime sahip olanların (%40.5) ve önlisans mezunu katılımcıların (%48.1) oranında, lisans mezunu katılımcıların (%51.9) oranında 4-7 yıldır yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları ve lisansüstü mezunu katılımcıların (%43.2) oranında 8-11 yıldır dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile bankacılık sektöründe dijital bankacılığın iş yükü durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Lise ve altı %71.4, önlisans %84.6, lisans %88.1 ve lisansüstü mezunlarının %84.1 oranında dijital bankacılığın bankacılığa iş yükü getirmediğini düşündükleri belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile dijital bankacılığa ilişkin eğitim alma durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Lise ve altı %76.2, önlisans %82.7, lisans %90.4 ve lisansüstü mezunlarının %97.7 oranında dijital bankacılığa ilişkin eğitim aldıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Lise ve altı %76.5, önlisans %75.5, lisans %88.9 ve lisansüstü mezunlarının %96.6 oranında dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p < .005$) olduğu belirlenmiştir. Lise ve altı %57.1, lisans %83.7

ve lisansüstü mezunlarının %79.5 oranında dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesinde iken önlisans mezunlarının %51.9 oranında siber saldırı olmadığı düşüncesinde olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların eğitim durumu ile dijital bankacılıkta siber saldırının güve azaltıcı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Lise ve altı %64.3, önlisans %71.2, lisans %50.4 ve lisansüstü mezunlarının %61.4 oranında dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesinde olmadıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılığın karşılaştırılmasına ilişkin Ki-kare analizi sonuçları Tablo 38’de verilmiştir.

Tablo 38
Katılımcıların Gelir Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması

		10.4 99 altı	10.50 0- 11.49 9	11.50 0- 12.49 9	12.50 0- 13.49 9	13.50 0- 14.49 9	14.50 0ve üzeri	Topl am	χ^2	P
Dijital Bankac ılık Kullan ma Yılı	1-3 Yıl	N 20 % 37,7 %	5 16,1 %	8 19,0 %	4 17,4 %	4 18,2 %	6 4,2%	47 14,9 %	67,8 50	.00 0
	4-7 Yıl	N 23 % 43,4 %	19 61,3 %	22 52,4 %	12 52,2 %	11 50,0 %	53 36,8%	140 44,4 %		
	8- 11 yıl	N 8 % 15,1 %	7 22,6 %	7 16,7 %	5 21,7 %	6 27,3 %	43 29,9%	76 24,1 %		
	12+ yıl	N 2 % 3,8 %	0 0,0%	5 11,9 %	2 8,7%	1 4,5%	42 29,2%	52 16,5 %		
Dijital Bankac ılık Kullan ma Sıklığı	Her gün	N 12 % 22,6 %	9 29,0 %	18 42,9 %	9 39,1 %	5 22,7 %	90 62,5%	143 45,4 %	54,3 69	.00 0
	2 gün de 1	N 17 % 32,1 %	14 45,2 %	10 23,8 %	4 17,4 %	11 50,0 %	22 15,3%	78 24,8 %		

Tablo 38'nin devamı

	Haftada 2	N	14	5	6	4	6	17	52		
		%	26,4%	16,1%	14,3%	17,4%	27,3%	11,8%	16,5%		
	Haftada 1	N	7	2	6	5	0	11	31		
		%	13,2%	6,5%	14,3%	21,7%	0,0%	7,6%	9,8%		
	Ayda 1	N	3	1	2	1	0	4	11		
		%	5,7%	3,2%	4,8%	4,3%	0,0%	2,8%	3,5%		
Dijital Bankacılığın Yeni fırsatlar Getirme Durumu	Evet	N	44	20	37	14	19	115	249	11,890	.036
		%	83,0%	64,5%	88,1%	60,9%	86,4%	79,9%	79,0%		
	Hayır	N	9	11	5	9	3	29	66		
		%	17,0%	35,5%	11,9%	39,1%	13,6%	20,1%	21,0%		
Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Yükü Durumu	Evet	N	13	3	11	2	8	18	55	14,501	.013
		%	24,5%	9,7%	26,2%	8,7%	36,4%	12,5%	17,5%		
	Hayır	N	40	28	31	21	14	126	260		
		%	75,5%	90,3%	73,8%	91,3%	63,6%	87,5%	82,5%		
Dijital Bankacılığın Maddi Olarak Destek Durumu	Evet	N	38	24	37	14	15	125	253	15,649	.008
		%	71,7%	77,4%	88,1%	60,9%	68,2%	86,8%	80,3%		
	Hayır	N	15	7	5	9	7	19	62		
		%	28,3%	22,6%	11,9%	39,1%	31,8%	13,2%	19,7%		
Dijital Bankacılığa Siber Saldırı Durumu	Evet	N	28	17	27	13	18	118	221	24,794	.000
		%	52,8%	54,8%	64,3%	56,5%	81,8%	81,9%	70,2%		
	Hayır	N	25	14	15	10	4	26	94		
		%	47,2%	45,2%	35,7%	43,5%	18,2%	18,1%	29,8%		

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılık kullanma yılı arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Gelir durumu 10.499 ve altı olan (%43,4), 10.500-11499 olan (%61.3), 11.500-12.499 olan (%52.4), 12.500-13.499 olan (%52.2), 13.500-14.499 olan (%50.0) ve 14.500 ve üzeri gelire sahip olan (%36.8) katılımcıların 4-7 yıldır yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılık kullanma sıklığı arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. . Gelir durumu 10.499 ve altı olan (%32,1), 10.500-11499 olan (%45.2) ve 13.500-14.499 olan katılımcıların (%50.0) oranı ile 2 günde 1 yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Gelir durumu 11.500-12.499 olan (%42.9),ve 12.500-13.499 olan (%39.1) ve 14.500 ve üzeri gelire sahip olan (%62.5) katılımcıların her gün yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılığın yeni fırsatlar getirme durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Gelir durumu 10.499 ve altı olan (%83,0), 10.500-11499 olan (%64.5), 11.500-12.499 olan (%88.1), 12.500-13.499 olan (%60.9), 13.500-14.499 olan (%86.4) ve 14.500 ve üzeri olan katılımcıların (%79.9) oranında dijital bankacılığın yeni fırsatlar getirdiğini düşündükleri belirlenmiştir.

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılığın bankacıya yük getirme durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Gelir durumu 10.499 ve altı olan (%75,5), 10.500-11499 olan (%90.3), 11.500-12.499 olan (%73.8), 12.500-13.499 olan (%91.3), 13.500-14.499 olan (%63.6) ve 14.500 ve üzeri olan katılımcıların (%87.5) oranında dijital bankacılığın bankacıya yük getirmediğini düşündükleri belirlenmiştir.

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Gelir durumu 10.499 ve altı olan (%71,7), 10.500-11499 olan (%77.4), 11.500-12.499 olan (%88.1), 12.500-13.499 olan (%60.9), 13.500-14.499 olan (%68.2) ve 14.500 ve üzeri olan katılımcıların (%86.8) oranında dijital bankacılığın maddi olarak katkısı olduğu düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların gelir durumu ile dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Gelir durumu 10.499 ve altı olan (%52,8), 10.500-11499 olan (%54.8), 11.500-12.499 olan (%64.3), 12.500-13.499 olan (%56.5), 13.500-14.499 olan (%81.8) ve 14.500 ve üzeri olan katılımcıların (%81.9)

oranında dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların meslek durumu ile dijital bankacılığın karşılaştırılmasına ilişkin Ki-kare analizi sonuçlar Tablo 39’da verilmiştir.

Tablo 39

Katılımcıların Meslek Durumu ile Dijital Bankacılığın Karşılaştırılması

		Öğrenci	Kamu Sektörü(Bankacı)	Özel Sektör (Bankacı)	Evhanımı	Diğerleri	Toplam	χ^2	p
Dijital Bankacılık Kullanma Yılı	1-3 Yıl	N 14 % 51,9%	1 5,6%	1 5,0%	6 30,0%	25 10,9%	47 14,9%	61.1 80	.000
	4-7 Yıl	N 10 % 37,0%	2 11,1%	8 40,0%	12 60,0%	108 47,0%	140 44,4%		
	8-11 yıl	N 3 % 11,1%	9 50,0%	5 25,0%	0 0,0%	59 25,7%	76 24,1%		
	12+ yıl	N 0 % 0,0%	6 33,3%	6 30,0%	2 10,0%	38 16,5%	52 16,5%		
Dijital Bankacılık Kullanma Sıklığı	Her gün	N 9 % 33,3%	14 77,8%	10 50,0%	1 5,0%	109 47,4%	143 45,4%	32.0 31	.010
	2 günde 1	N 6 % 22,2%	1 5,6%	6 30,0%	10 50,0%	55 23,9%	78 24,8%		
	Haftada 2	N 8 % 29,6%	2 11,1%	2 10,0%	7 35,0%	33 14,3%	52 16,5%		
	Haftada 1	N 3 % 11,1%	1 5,6%	2 10,0%	2 10,0%	23 10,0%	31 9,8%		
	Ayda 1	N 1 % 3,7%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	10 4,3%	11 3,5%		

Tablo 39'nun devamı

Dijital Bankacılığın İlişkin Eğitim Durumu	Evet	N	21	17	14	15	205	272	.028
		%	77,8%	94,4%	70,0%	75,0%	89,1%	86,3%	
Dijital Bankacılığın İlişkin Eğitim Durumu	Hayır	N	6	1	6	5	25	43	.028
		%	22,2%	5,6%	30,0%	25,0%	10,9%	13,7%	
Dijital Bankacılığın İlişkin Eğitim Durumu	Evet	N	14	15	13	7	172	221	20.2
		%	51,9%	83,3%	65,0%	35,0%	74,8%	70,2%	
Dijital Bankacılığın İlişkin Eğitim Durumu	Hayır	N	13	3	7	13	58	94	26
		%	48,1%	16,7%	35,0%	65,0%	25,2%	29,8%	

Katılımcıların meslek durumu ile dijital bankacılık kullanma yılı arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin (%51.9) oranı ile 1-3 yıldır dijital bankacılığı kullandıkları ve kamu sektöründe bankacı olan katılımcıların (%50.0) oranında 8-11 yıldır ve evhanımlarının (%60.0) oranı ile 4-7 yıldır dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların meslek durumu ile dijital bankacılık kullanma sıklığı arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Evhanımlarının (%47.5) oranında ve kamu sektöründe bankacı olan katılımcıların (%77.8) özel sektörde bankacı olan katılımcıların (%50.0) her gün yoğun olarak dijital bankacılığı kullandıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların meslek durumu ile dijital bankacılığa ilişkin eğitim alma durumu arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin (%77.8) oranı, kamu sektöründe bankacı olan katılımcıların (%94.4) oranında, özel sektörde bankacı olan katılımcıların (%70.0) oranında ve evhanımlarının (%75.0) oranında dijital bankacılığa ilişkin eğitim aldıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların meslek durumu ile dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesi arasında anlamlı bir dağılım ($p<.005$) olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin (%51.9) oranı, kamu sektöründe bankacı olan katılımcıların (%83.3) oranında, özel sektörde bankacı olan katılımcıların (%65.0) oranında ve ev hanımlarının (%35.0) oranında dijital bankacılıkta siber saldırı olduğu düşüncesinde oldukları belirlenmiştir.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Araştırmanın Sonuçları

İnternetin yaygınlaşması ile birlikte birçok alanda olduğu gibi finans alanının da değişim yaşanmış ve dijital bankacılığı ortaya çıkmıştır. Dijital bankacılık, geleneksel finansal sistemlerin dışında gelişen, merkezi olmayan, şifreleme kullanan, her yerde, herkese, anında ödeme imkânı ve birçok banka işlemini sunan, alternatif bir değişim aracı olarak kullanılan dijital varlıklardır.

Giderek hız kazanan dijital bankacılık sektörünün müşterileri kazanmak için yarış haline girmiş. Müşterilere sundukları kullanım kolaylığı, erişilebilirlik, sistem güvenliği ve hizmet gibi birçok işlemi hızlı gerçekleştirmeye yönelik çalışmalar yapıp müşterilere zaman tasarrufu yapmaya çalışmaktadır.

Ancak yeniliklere rağmen mecbur kalmadıkça geleneksel bankacılık algısını yıkmak istemeyen bir kesim daha bulunmaktadır. Bu nedenle geleneksel bankacılığa göre maliyetlerin azaltılmış olması, işlemlerin daha hızlı zamanda yapılması müşterilerle iletişim algısını güçlendirip onların işlemlerin kolaylığı için çalışmaların daima güncellenmesi gerekmektedir. Geleneksel bankacılık algısını yıkmak istemeyen bireyler siber saldırılardan dolayı oluşabilecek problemlere gerekli önlemleri alması halinde bu geleneksel bankacılık algısını tamamen ortadan kaldıracaktır. Yeni dev bir dünya olarak Dijital Bank hayatımızın önemli bir parçası olacaktır.

Bu tezin amacı bankacılık sektöründe dijitalleşme düzeyinin dijital bankacılık uygulamasına etkisini incelemektir. Nicel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Nicel araştırma konuyu istatistiki açıdan inceleyen, ölçümleyen ve sayısal olarak objektif biçimde ortaya koyan ve analiz edilmesini sağlayan araştırmalardır. Bu kapsamda, Türkiye’de yaşayan 315 kişinin cevaplamış çevrimiçi platformda anket uygulanmıştır. İstatiksel IMB SPSS 25.0 programında yapılmıştır.

Araştırma bulguları, Türkiye’de bireylerin her yaşta bireyler dijital bankacılığı kullanmaktadır. Kullanan kişilerin eğitim seviyeleri lisans düzeyindedir. Okur yazarlık oranıyla kullanılan dijital bankacılık doğru orantılıdır. Dijital bankacılık kanallarında mobil

bankacılık, Atm bankacılığı ve internet bankacılığıdır. Bu ankete katılan bireylerde mobil bankacılık kullanım oranı en yüksektir. Nedeni ise günümüzün vazgeçilmez olan teknolojik cihazı telefonun her alanda hayatımızın bir parçası olduğundan kaynaklıdır. Çoğu işlerin cep telefonla halledilmesi gibi banka işlemlerinde bankaya gitmeden müşteri temsilcileri ile görüntülü konuşmalar sayesinde yapıldığı ortam fark etmeksizin, zaman diliminin öneminin azalmaktadır. Bu dönemde banka işlemleri dijital bankacılık yoluyla kolaylıkla yapılmaktadır. Dijital bankacılık uygulamaları kullanırken bireyler en çok kullandıkları banka devlet bankası olan Ziraat Banktır. Özel bankalarda da bireylerin istedikleri imkânını sunan dijital bankacılık işlemleri de yapılmaktadır. Dijital banka uygulamaların en çok kullanıldığı özel banka Garanti Bankasıdır. Bu durum bankalar arasında rekabeti oldukça artırmıştır.

Dijital banka yaklaşık olarak 4-7 yıldır kullanılmaya daha fazla başlandı. Bu durum etki eden en büyük olay dünyaca yaşanan Covid – 19 salgınıdır. Bireylerin yaşadığı salgından kaynaklı kısıtlamalarla banka işlemleri dijital bankacılık işlemlerine yönlendirilmiştir. Bu durum bireylerin dijital bankaya olan ön yargılarını kısmen ortadan kaldırmış, salgın sonrasında bireyler yaptıkları işlemleri dijital bankacılık üzerinden yapmaya devam etmiştir. Bireylerin dijital bankacılığa yönelme sebebi masrafsız, kullanışlı olması, güvenli olması ve de hızlı olmasından kaynaklıdır. Dijital bankacılık 24 saat kullanılabilir.

6.2. Araştırmacılara ve Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Araştırmacı ve uygulayıcılara yönelik öneriler aşağıdaki gibidir:

- Aynı araştırmanın birkaç yıl sonra tekrarlanarak, araştırmaların yıllar düzeyinde karşılaştırılması ve geçen zamanın bilgi ve güven düzeyinde farklılık yaratıp yaratmadığının araştırılması
- Bankaların, dijital bankacılık yaptıkları uygulamalarını derinlemesine inceleyip eksi ve artı yönlerini ortaya koyması
- Yaş gruplarında dijital bankacılığın kullanılma şeklinin araştırılması ve yaş gruplarının dijital bankacılık uygulamalarını daha iyi kullanmaya yönelik neler yapılabileceğinin değerlendirilmesi.
- Müşteriler bankalar arası dolar, euro, altın, gümüş vs transferi , komisyonuz yatırım işlemlerini yapabilme, komisyonuz transfer işlemleri yapabilme, satış işlemlerin

de karşılıklı bloke kolaylığı bankaya gitmeyi gerektirmeden her işlemi yapabilme , hesaba yönelik her işlem için bildirim gelmesi, mobil uygulamalarında görüntülü şekilde konuşarak işlemlerimi halledebilme, daha fazla yatırım ürünü dijital bankacılığa eklenilmesi , işlem sayısı artabilme , komisyon kesilmemesi, transfer ücreti olmaması , makas aralığı olmaması , seçilen alanda tanıtım bilgileri içeren bir kısım olması , genel olarak bilgi kirliliğini önlemek için ufak eğitim ve yönlendirme eğitim kısmı olması, daha kapsamlı yatırım işlemleri olması , gayrimenkul ya da menkul alım satımlarında alış satış öncesi devletin işlemi gerçekleştiren birimler ile anlaşmalı olması, fazla işlem yapılabilmesi , anlık hizmet olması , dernek ve vakıf yardımlarının olması , müşteri bazlı fiyatlama olması ,kolay kullanım şablonları olması , 7/24 eft işlem olması, anlık döviz alış ve satışın olması , çok daha fazla güvenlik sistemleri olması , kredi işlemlerinin dijital bankacılık uygulamalarında yapılsa , alışveriş yaptıkça kazanç sağlaması , borsa işlemlerinde paranın hemen hesaba geçmesi , bankalar arası transfer ücretlerinin düşürülmesi ,sınırsız limit olması , hızlı ve düzgün hizmet veren dijital asistanlarının olması , ticari kredilerin dijitalleştirilerek, daha hızlı müşterilerin cevap alabilmesi sağlaması ,yapay zeka olması , yatırım hesapların daha aktif şekilde kullanılması , yurt dışı piyasalarında yatırım işlemlerinin olması , hisse senetleri alım satım işlemleri daha pratik bir düzenlenmiş olması , tek banka uygulaması altında toplanması , müşteri hizmetlerinde direk bağlanarak soru sorma önerilerin oluşması , borsa bildirimlerinin olması , şifre sisteminin iyileştirilmesi , dokümantasyon ve imza süreçleri tamamen dijital platforma taşınması, dijital çek sistemi olması bankalar dijital uygulamalarına bu işlemleri eklemesiyle müşterilerin daha aktif bir şekilde dijital platformu kullanacakların beyan etmişlerdir.

KAYNAKÇA

- AKIN F. (2020), “Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri”, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 06 (02)
- ARDIÇ K.(2017). “Mobil Bankacılık Uygulamalarının Benimsenmesine Yönelik Davranışsal Niyetleri Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma” *İşletme Bilimi Dergisi* , Cilt:5, Sayı:3
- Beybur, M. (2022). “Şubesiz Dijital Bankacılık ve Türk Bankacılık Sektörü İçin Öneriler”*Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (1) , 286-303. DOI: 10.26745/ahbvuibfd.997689
- Bozkurt, A. , Hamutoğlu, N. B. , Liman Kaban, A. , Taşçı, G. & Aykul, M. (2021).” Dijital bilgi çağı: Dijital toplum, dijital dönüşüm, dijital eğitim ve dijital yeterlilikler”. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 7 (2), 35-63. DOI: 10.51948/auad.911584
- Bulut, E. & Akçacı, T. (2017). *4 Uluslararası Hakemli Dergi*, 4 (7) , 55-77.
- Demirel, A. C. (2017). “Dijital Bankacılık Ve Türkiye’deki Mevcut Durumunun Analizi.” *Başkent Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Demirel, D. (2021). “Covid-19 Pandemi Sürecinin Dijital Bankacılık İşlemleri Üzerinde Etkisi”. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 5 (11) , 49-64.
- Elmas, B. & Aydın, S. (2021).” Geçmişten Günümüze Paranın Tarihi: Fiziki Paradan Kripto Paraya”. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 2021 Özel Sayı, 253-264.
- Ersöz, B. & Özmen, M. (2020).”Dijitalleşme ve Bilişim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri”. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 11 (42) , 170-179. DOI: 10.5824/ajite.2020.03.007.x
- TBB (2023) Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri Mart 2023 Erişim : 20.09.2023 <https://www.tbb.org.tr>
- Jonker, N. (2018), What drives bitcoin adoption by retailers? Working Paper No. 585, February 2018, De Nederlandsche Bank NV, Amsterdam

- Kaya, F. & Arslan, T. R. (2016). "İnternet Bankacılığında Müşterilerin Banka Tercihlerine Etki Eden Faktörler: Bolu İlinde Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma", *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi* 8(15), s. 423-449.
- Körpe, E. (2021). "Dijital Dönüşüm İle Yeni Finans Çağı Ve Gelecek Yaklaşımları". *Uluslararası Bankacılık Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 108-131. DOI: 10.52736/ubeyad.985438
- KURT K. , TURAN A.H. (2017) ," Mobil Bankacılık Uygulamalarının Benimsenmesine Yönelik Davranışsal Niyetleri Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma", *İşletme Bilimi Dergisi* , Cilt:5 Sayı:3
- Mansurovna, M. L. (2023). Digital Banking, Its Advantages And Disadvantages. *BioGecko* Vol 12 Issue 03, pp. 46-50.
- Omarini, A. (2022). The Changing Landscape of Retail Banking and the Future of Digital Banking. In *The Future of Financial Systems in the Digital Age: Perspectives from Europe and Japan* (pp. 133-158). Singapore: Springer Singapore.
- Özkan, T. & İpekten, O. B. (2017). "İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörler: Atatürk Üniversitesi Personeli Üzerine Bir Uygulama". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 647-664.
- Pala, E. ve Kartal, B. (2010). "Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma", *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(2), 43-61.
- PWC (PricewaterhouseCoopers). (2020). Global FinTech Report 2019.
- TBB. (2021). Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri Erişim : 20.09.2023 <https://www.tbb.org.tr>.
- Tekin, S. (2019). "Bankacılıkta Dijital Gelişmeler Ve Müşterilerin Dijitalleşmeye Uyumu Ve Analizi" Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 15-16
- Vural, E. (2019). Bankacılık Sektöründe İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Uygulamalarının Finansal Hizmet Kalitesinin Müşterileri Tarafından Değerlendirmesi. Bankacılıkta Bir Uygulama. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.

Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Vural, E., Işık, D. K. C. & Koç, D. S. (2019).” İnternet Bankacılığı Ve Mobil Bankacılık Uygulamalarının Finansal Hizmet Kalitesi Açısından Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesi”. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (1) , 74-89.
DOI: 10.29106/fesa.532481

Wewege, L., Jeo Lee and Michael C.(2020) Thomsett Journal of Applied Finance & Banking, Vol. 10, No. 6, 15-56 ISSN: 1792-6580 (print version), 1792-6599 (online)
Scientific Press International Limited

Yanar, H. İ. , Çetin, M. Ş. & Kılıç, V. (2022). “Devletsiz Yönetişimin Yeni Ekonomik Enstrümanı: Kripto Para Ve Geleceği”. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (1), 23-48.

Yankın, F. B. (2018). “Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı”. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 7 (2) , 1-38.

Yurdakul, M. & Dalkılıç, N. (2016).” Sigortacılık Sektöründe Dijital Çağ”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (50) , 49-67.

Yücel, G. & Adiloğlu, B. (2019). “Dijitalleşme - Yapay Zekâ ve Muhasebe Beklentiler”. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi* , (17) , 47-60.

Zeybek, H. (2018) DİJİTAL BANKACILIK, 28 (150).

[Pos, Atm, Ökc Yazılım Sayıları](https://bkm.com.tr) Erişim : 20.09.2023 <https://bkm.com.tr> .

Veri Kaynağı Erişim : 20.09.2023 <https://www.verikaynagi.com>

TÜBİSAD Raporlar Erişim : 20.09.2023 <https://www.tubisad.org.tr>.

EKLER

EK 1 - Türkiye Mülki İdare Haritası

EK 2 – Nicel araştırma çevrimiçi anket formu

EK 3- Özgeçmiş

EK 1
TÜRKİYE MÜLKİ İDARE HARİTASI



EK 2

NİCEL ARAŞTIRMA ÇEVİRİMİÇİ ANKET FORMU

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE DİJİTALLEŞME DÜZEYİNİN DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARINA ETKİSİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bankacılık ve Finans Bölümünde yürüttüğüm yüksek lisans tez çalışmam için bir araştırma yapmaktayım. Aşağıdaki sorular bankacılık sektöründe dijitalleşme düzeyinin dijital bankacılık uygulamalarına etkisi yönelik bilimsel araştırma yapılması için hazırlanmıştır.

Araştırmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır, kimlik bilgileriniz gerekmemektedir. Vereceğiniz yanıtlar sadece araştırmacı tarafından bilimsel veri amacıyla kullanılacaktır. Ankette yer alan soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Yapılan bilimsel çalışmanın geçerliği ve güvenilirliği vereceğiniz samimi cevaplara bağlıdır.

Zamanınızı ayırdığınız ve katkı sağladığınız için şimdiden teşekkür ederim.

Yüksek Lisans Öğrencisi : Tuğba BİLCAN
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN

1.) Cinsiyetiniz ?	()Erkek () Kadın
2.) Yaşınız ?	() 25 yaş altı () 25-35 arası () 36-45 arası () 56-65 arası () 65 yaş üstü
3.) Eğitim durumunuz ?	() İlkokul () Ortaokul () Lise () Önlisans () Lisans ()Yüksek Lisans () Doktora
4.) Geliriz ?	() 7.000 altı () 7.001 - 10.499 () 10.500 – 11.499 () 11.500 – 12.499 () 12.500 – 13.499 () 13.500 – 14.499 () 14.500 üzeri
5.) Mesleğiniz nedir ?	() Öğrenci () Kamu Sektörü (Bankacı) () Özel Sektör (Bankacı) () Ev Hanımı ()Emekli () Diğerleri
6.) Medeni durumunuz nedir ?	() Bekar ()Evlili ()Boşanmış
7.) Dijital Bankacılık işlemlerinizi hangi dijital bankacılık kanalında yapıyorsunuz ? Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.	()İnternet Bankacılığı () Atm Bankacılığı ()Mobil Bankacılık

8.) Dijital Bankacılık işlemlerinizi hangi banka uygulamasında kullanıyorsunuz ? Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.	<input type="checkbox"/> Garanti Bank <input type="checkbox"/> Ziraat Bank <input type="checkbox"/> Halk Bank <input type="checkbox"/> VakıfBank <input type="checkbox"/> YapıKredi Bankası <input type="checkbox"/> İş Bank <input type="checkbox"/> DenizBank <input type="checkbox"/> Akbank
9.) Kullandığınız banka uygulamasında hangi işlemleri yapıyorsunuz ? Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.	<input type="checkbox"/> Para Transfer <input type="checkbox"/> Ödemeler <input type="checkbox"/> Döviz ve Altın İşlemler <input type="checkbox"/> Yatırımlar <input type="checkbox"/> Başvurular <input type="checkbox"/> Diğerleri
10.) Dijital Bankacılık uygulamalarını kaç yıldır kullanıyorsunuz ?	<input type="checkbox"/> 1-3 yıl <input type="checkbox"/> 4-7 yıl <input type="checkbox"/> 8-11 yıl <input type="checkbox"/> 12 yıl üzeri
11.) Dijital Bankacılığı kullandığınız bankayı seçme nedeniz nedir ? Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.	<input type="checkbox"/> Masrafsız <input type="checkbox"/> Güven <input type="checkbox"/> Alışkanlık <input type="checkbox"/> Hızlı <input type="checkbox"/> Kullanışlı Olması <input type="checkbox"/> Zaman Tasarrufu
12.) Dijital Bankacılığını ne sıklıkla kullanıyorsunuz ?	<input type="checkbox"/> Hergün <input type="checkbox"/> 2 günde 1 <input type="checkbox"/> Haftada 2 <input type="checkbox"/> Haftada 1 <input type="checkbox"/> Ayda 1
13.) İşlemlerinizi genellikle hangi zaman diliminde yaparsınız ?	<input type="checkbox"/> Sabah <input type="checkbox"/> Öğleden Sonra <input type="checkbox"/> Akşam
14.) Kullandığınız dijital bankacılık uygulamasını çevrenize önerir misiniz ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
15.) Dijital bankacılığın yeni fırsatlar ve kariyer alanında değişiklikler sunacağını düşünüyor musunuz ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
16.) Bankacılık sektöründe dijitalleşme daha fazla iş yükü getirir mi?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
17.) Dijital bankacılığa uyum sağlayabilecek yeterli eğitime sahip misiniz ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
18.) Bankacılık sektöründe bankaların dijital bankacılığa uyum sağlayıp rekabet edebileceklerini düşünüyor musunuz ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
19.) Dijital bankacılık gelişmeleri neticesinde bankacılık mesleğinin değişime ve dönüşüme ihtiyacı var mıdır?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
20.) Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ışığında bankacılık sektöründe düşünce, eğitim, kültür ve teknoloji gibi alanları A'dan Z'ye yeniden inşa ederek geleceğe hazırlayacak olan yeni modelleri destekler misiniz ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
21.) Dijital bankacılık , bankacılık işlemlerini yaparken maddi açıdan olumlu etki sağlıyor mu ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
22.) Dijital bankacılıkta siber saldırıların olduğunu düşünüyor musunuz ?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır

23.) Siber saldırıların olması sizin bankalara olan güvenizi azalttı mı ?	() Evet ()Hayır
24.) Dijital Bankacılık ürünlerine hangi özellikler eklenirse daha çok işlem yaptınız ?	

Değerli katkılarınız için teşekkür ederiz.



