

**TC
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**BANKACILIKTA DİJİTAL GELİŞMELER VE
MÜŞTERİLERİN DİJİTALLEŞMEYE UYUMU VE
ANALİZİ**

**SEDA TEKİN
168109011016**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**DANIŞMAN:
PROF. DR. İSMAİL SEYREK**

KONYA-2019



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Seda TEKİN		
	Numarası	168109011016		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İKTİSAT		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tezin Adı	Bankacılıkta Dijital Gelişmeler ve Müşterilerin Dijitalleşmeye Uyumu ve Analizi			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Seda TEKİN



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Seda TEKİN
	Numarası	168109011016
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İktisat / İktisat
	Programı	Yüksek Lisans
	Fez Danışmanı	Prof. Dr. İsmail SEYREK
	Tezin Adı	Bankacılıkta Dijital Gelişmeler ve Müşterilerin Dijitalleşmeye Uyumu ve Analizi

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan *Bankacılıkta Dijital gelişmeler ve müşterilerin Dijitalleşmeye uyumu ve Analizi* başlıklı bu çalışma 17.06.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	Prof. Dr.	İsmail SEYREK	
2	Prof. Dr.	Birrol MERCAN	
3	Prof. Dr.	Ersan SEVER	

TEŞEKKÜR

Tez sürecim boyunca desteğini esirgemeyen, çalışmamın yürütülmesinde bana yol gösteren değerli danışmanım sayın Prof. Dr. İsmail SEYREK'e, eğitim hayatım boyunca maddi manevi yanımla olan ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen babam Arslan DENİZ'e annem Hanım DENİZ'e ağabeyim Serkan DENİZ'e, eğitim hayatımdaki yol arkadaşım Havvana ÇAMURLU'ya ve her koşulda yan yana yürüdüğüm hayat arkadaşım Onur TEKİN'e teşekkür ederim.

Seda TEKİN

İzmir, 2019

ÖZET

Endüstri 4.0'la beraber hayatımızın her alanına giren dijitalleşme manüel ve elle yapılan işlemlerin klasik yöntemlerden çıkarak kolay ve hızlı bir şekilde yapılmasına olanak vermiştir. Dijitalleşme her geçen gün farklı sektörleri etkisi altına alırken bankacılık sektörünü de kapsamlı bir şekilde içine almıştır. Müşterilerini kaybetmeme ve daha fazla müşteri kazanmak için dijitalleşme sürecini başlatan bankalar, bu alanda birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içerisine girmişlerdir. Dijital ürünler ve hizmetleri müşterilerine sunan bankalar, onların ihtiyaçlarını karşılarken kendi işlem giderlerinde de tasarruf sağlamaktadır. Büyük ölçüde bu kanallara yatırım yapan bankalar kendi alt yapılarına özel yazılımlar geliştirmektedirler. Telefon, İnternet ve Mobil bankacılık uygulamaları şuan bankalar tarafından kullanılan dijital kanallardır. Bu dijital kanallar sayesinde her an her konumda müşterileri tarafından ulaşılabilir olması dijitalleşmenin en büyük avantajlarından biridir.

Banka müşterileri açısından bakıldığında; dijitalleşme istediği her zaman diliminde bankacılık işlemlerini istediği her yerden gerçekleştirebilmesi açısından, zaman tasarrufunun yanı sıra yaşam konforunu bozmaması sebebiyle son zamanlarda tercih edilme bakımından büyük bir atılım göstermiştir. Banka müşterilerinin tek tuşla bütün bankacılık işlerinin halledilebilmesi ve bankaların kendilerine uyguladığı özel hizmet, ürünler sayesinde dijitalleşme çok cazip hale gelmiştir.

Bankacılıkta dijitalleşme bankalara ve müşterilere sağladığı avantajların yanı sıra kaynak kullanımını azalması, kağıt israfının önüne geçilmesi, sarf malzemelerin tasarrufu gibi çeşitli kalemlerdeki kullanımların azalması sebebiyle her geçen gün biraz daha fazla kirlettiğimiz ekolojik sisteme bir nebze de olsa katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Banka, Yazılım, Dijitalleşme, Endüstri 4.0, Dijital Bankacılık

ABSTRACT

With Industry 4.0, we ensure that digital communication is done in all parts of our lives by making manual and manual transactions easily and quickly. While digitalization has been influencing different sectors day by day, it has included the banking sector in a comprehensive manner. The banks that started the digitalization process to lose their customers and gain more customers entered into a fierce competition with each other in this area. The banks that started the digitalization process to lose their customers and gain more customers entered into a fierce competition with each other in this area. Banks, which invest in these channels to a large extent, develop software specific to their own infrastructure. Phone, Internet and Mobile banking applications are digital channels currently used by banks. One of the biggest advantages of digitalization is that they can be accessed by their customers at any time thanks to these digital channels.

In terms of customers, digitalization has shown a great leap forward in terms of being preferred because it does not disturb the comfort of life as well as time saving in order to perform banking transactions whenever and wherever it wants. Digitalization has become very attractive thanks to the ability of the Bank customers to handle all of their banking business and to provide them with special services and products.

Digitalization in banking contributes to the ecological system that we pollute more and more each day due to the advantages it provides to banks and customers, as well as the reduction in resource usage, the avoidance of paper wastage and the decrease in the use of various items such as the consumption of consumables.

Keywords: Bank, Software, Digitalization, Industry 4.0, Digital Banking

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
KISALTMALAR	viii
TABLolar	ix
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
BANKA VE BANKA YAPISI.....	3
1.1. Banka Kavramı	3
1.2. Banka Nedir	3
1.3. Bankaların Denetimi ve Kontrolü	8
1.4. Bankacılık Sektörünün Temel Fonksiyonları	9
1.4.1. Mevduat Fonksiyonu	9
1.4.2. Vade Fonksiyonu	10
1.4.3. Risk Fonksiyonu	11
1.4.4. Fon Fonksiyonu	13
1.4.5. Diğer Fonksiyonlar.....	14
İKİNCİ BÖLÜM.....	15
BANKA YAZILIMLARI VE DİJİTALLEŞME	15
2.1. Bankacılıkta Dijitalleşme Kavramı	15
2.2. Dijitalleşme Nedir	15
2.3. Dijital Banka Yazılımları.....	18
2.3.1. Blok Zinciri	18
2.3.2. Robo-Danışmanlar	20

2.3.3. P2P Ödeme Sistemi.....	22
2.3.4. Ticaretle Uğraşanlar İçin Data Monetization	23
2.3.5. Açık Uygulama Programlama Arayüzü	25
2.4. Dijitalleşmenin Bankacılık Sektörüne Etkisi.....	27
2.4.1. Otomatik Para Çekme Makinesi	29
2.4.2. Kiosk Bankacılığı.....	29
2.4.3. Telefon Bankacılığı	29
2.4.4. İnternet Bankacılığı.....	30
2.4.5. Mobil Bankacılık.....	31
2.5. Dijital Bankacılık İşlem Hacimleri	31
2.6. Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Çevresel Etkileri.....	33
2.7. Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Avantajları ve Dezavantajları.....	34
2.7.1. Avantajları	34
2.7.2. Dezavantajları	35
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	37
ANKET ÇALIŞMASI.....	37
3.1. Anketin Amacı	37
3.2. Anket Metodu.....	37
3.3. Anket Analiz ve Yorumlaması.....	38
3.3.1. Demografik Özelliklerin Dağılımı	38
3.3.2. Güvenilirlik Analizi	42
3.3.3. Faktör Analizi	43
3.3.4. Katılımcıların Yaş, Cinsiyet, Öğrenim Durumu, Çalışma sektörü ve Aylık Ortalama Geliri Analizi.....	46
Hipotezler	47
Değerlendirme.....	80
Sonuç	83
KAYNAKÇA.....	84

KISALTMALAR

TC: Türkiye Cumhuriyeti

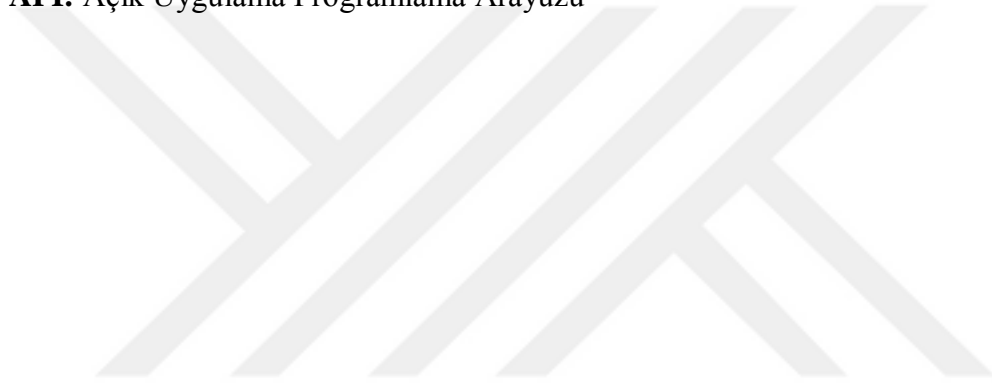
PC: Bilgisayar

IoT: Nesnelerin İnterneti

iOS: Mobil İşletim Sistemi

AVM: Alışveriş Merkezi

API: Açık Uygulama Programlama Arayüzü



TABLOLAR

Tablo 1: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı	38
Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı	39
Tablo 3: Katılımcıların Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı	39
Tablo 4: Katılımcıların Ortalama Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı	40
Tablo 5: Katılımcıların Bankalarla Çalışma Yıllarının Dağılımı.....	40
Tablo 6: Katılımcıların Aile Öğrenim Durumlarına Göre Dağılımı	40
Tablo 7: Katılımcıların Yaptıkları Bankacılık İşlemlerine Göre Dağılımı.....	41
Tablo 8: Katılımcıların Çalışma Sektörlerine Göre Dağılımı.....	41
Tablo 9: Katılımcıların Banka Segmentlerine Göre Dağılımı	42
Tablo 10: Güvenilirlik Analizi Sonuçları	42
Tablo 11: Dijitalleşme ve Banka İşlemleri Ölçeklerinin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy Analiz Sonucu.....	43
Tablo 12: Dijitalleşme ve Banka İşlemleri Ölçeklerinin Faktör Analizindeki Rotated Component Matrix ^a Dağılımı.....	43
Tablo 13: Kâğıt, Enerji ve Çevre Ölçeklerinin Dijitalleşme ve Banka İşlemleri Ölçeklerinin Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy Analiz Sonucu	44
Tablo 14: Kâğıt, Enerji ve Çevre Ölçeklerinin Faktör Analizindeki Rotated Component Matrix ^a Dağılımı.....	45
Tablo 15: Katılımcıların Cinsiyetlerinin Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Analizi	46
Tablo 16: Katılımcıların Yaş Aralıklarının Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Homojenite Analizi.....	51
Tablo 17 Katılımcıların Yaş Aralıklarının Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Anova Analizi.....	52
Tablo 18: Katılımcıların Eğitim Durumunun Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Homojenite Analizi.....	56

Tablo 19: Katılımcıların Eğitim Durumunun Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Anova Analizi.....	58
Tablo 20: Katılımcıların Gelir Düzeylerinin Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Homojenite Analizi.....	63
Tablo 21: Katılımcıların Gelir Düzeylerinin Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Anova Analizi.....	64
Tablo 22: Katılımcıların Bankaların Dijital Kanallarını Önermelerinin Yüzdesi	69
Tablo 23: Katılımcıların Mobil Bankacılık Uygulamalarının Mobil Cihazlara Yüklü Olma Yüzdesi.....	69
Tablo 24: Katılımcıların Mobil Bankacılığa Güven Düzeyi	70
Tablo 25: Katılımcıların Dijital Bankacılık Zorunluluk Düzeyi.....	71
Tablo 26: Katılımcıların Ödemeleri Dijital Kanallarla Yapma Düzeyi	71
Tablo 27: Katılımcıların Yüklü Miktarda Para Alış Veriş Şekillerinin Yüzdesi.....	72
Tablo 28: Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanım Düzeyleri	73
Tablo 29: Not Alınan Kâğıdın Tekrar Kullanım Yüzdesi	73
Tablo 30: Çıktı Alınan Kâğıdın İki Tarafının Kullanımının Yüzdesi.....	74
Tablo 31: Bilgisayar Çıktısının Ön İzleme Yapılmasının Yüzdesi.....	74
Tablo 32: Bilgisayar Çıktısı Yerine Alternatif Yolların Tercih Edilme Yüzdesi	75
Tablo 33: Dokümanın Bilgisayardan Okunma Yüzdesi.....	75
Tablo 34: Enerji kullanımının İhtiyaç halinde kullanımının Yüzdesi.....	76
Tablo 35: Enerji Tasarrufu İçin Elektronik Cihaz Kullanımının Yüzdesi	76
Tablo 36: Kullanıcılar tarafında Enerji Tasarrufu'nun Yüzdesi	77
Tablo 37: Elektronik Faturaların Kullanımının Yüzdesi.....	77
Tablo 38: Atıkların Ayrı Ayrı Toplanması Yüzdesi	78
Tablo 39: Katılımcılar Açısından Atıkların Geri Dönüştürülmesinin Yüzdesi	78
Tablo 40: Katılımcılar Açısından Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının	79

Tablo 41: Katılımcılar Açısından Çevresel Ürün Tercih Edilme Yüzdesi	79
Tablo 42: Katılımcılar Açısından Banka Şubelerinin Çeşitli İsrafların Yüzdesi.....	80



GİRİŞ

Son zamanların dijital evreni hizmetlere, ürünlere ve bilgiye pek çok bölüm sayesinde çok kısa zaman öncesine kadar hayal bile edemediğimiz seviyede ve hızla ulaşım imkânı sağlıyor. Sektörler, müşterilerin tercih ettiği pek çok araç, temas ve kanal çerçevesinde marka şekillerinin tamamsal bir yaklaşımla ileterek, devamlı bir marka deneyimi sürdürme amacıyla büyük bir baskı hissediyor. Bununla birlikte daha önceleri bilgi edinilmesi ve bu bilgilerin kullanılmasının mümkün olmayan pek çok data, artık sektörlerin rahatça ulaşabileceği analitik araçlarla işlenebiliyor.

Geldiğimiz nokta, işletmelerin dijital stratejilerinin daha iyi karar alabilen işletmeler yaratma yolunda önemli bir adım olduğunu gösteriyor. Tablet ve akıllı telefon şeklinde artık yaşantımızın bir değişmez unsuru haline alan teknolojik cihazların mobil uygulamalar, sosyal medya, bulut uygulamaları ve gelişmiş analitik yetkinlikler gibi yeni uygulamalar ile birleşmesi, tüketicilere günlük alışveriş etkinliklerini yaparken banka sektörüne kullanabilecekleri sonsuz bilgiye ulaşım imkânı sağlıyor. Bu kapsamda dijital dönüşüm ile beraber düşünülen sadece yeni bir internet sayfası oluşturmak veya e-ticaret alanı yapmanın çok ilerisindedir. Dijital dönüşüm, bankacılıkta dijitalleşme müşteriden personele, tedarikçiden tüccarlara herkesin deneyimlerinin iyileştirilmesini kapsayan bir öge olarak meydana geliyor.

Teknolojinin hızla ilerlemesi son yıllarda bütün sektörlerin hem çalışma hem de pazarlama stratejilerinde farklılık yaratmıştır. Öyle ki bu farklılıklar artık bir rekabet konusu haline almıştır. Hatta reklam stratejileri dahi bu rekabet için bir materyal olarak kullanılmaktadır. Dijitalleşme de özellikle bankacılık sektöründe araştırılmaktadır. Bu çalışmayla dijitalleşmenin bankacılık sektöründe işletmeler üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

Ekonominin her türlü gelişmeden etkilenmesiyle insanlar artık bankalardan borçlanma yoluyla her türlü ihtiyaçlarını karşılayabilmekte ve özellikle bankaları varlık edinmede bir araç olarak kullanılmaktadırlar. Gelişen teknolojiye insanlar da yaşamlarında geniş yer vermekte, zaman tasarrufu açısından kendilerine en uygun yöntemi tercih etmeye çalışmaktadır. Günümüzde yaşamın önemli bir parçası olan

bankacılık faaliyetlerinde dijitalleşmenin tüketiciler üzerindeki etkilerinin araştırılması yerinde olacaktır.

Birinci bölümde bankanın ne olduğunu nasıl ortaya çıktığını ve yasal dayanaklarının ne olduğunu, bankaların denetim mekanizmaları ile temel fonksiyonlarını açıklamaya çalışacağız.

İkinci bölümde dijitalleşme kavramının ne olduğunu, banka dijital yazılımlarını, bankacılıkta kullanılan mevcut dijital uygulamaları ve ürünleri açıklayarak bankacılıkta dijitalleşmenin çevre üzerindeki etkileri de araştırılmak istenmiştir. Ve bütün bu araştırmalar bir araya getirilerek bankacılıkta dijitalleşmenin topluma, ekonomiye, bankalara ve tüketicilere sağladığı avantaj ve dezavantajlar ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Üçüncü bölümde Türkiye genelinde yüzyüze görüşme yöntemi ile yapılan anket çalışması SPSS programı ile analiz edilerek değerlendirilip sonuçlandırılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BANKA VE BANKA YAPISI

1.1. Banka Kavramı

Bankacılık uygulamalarının ilki, finansal anlamda para diye adlandırdığımız takas aracının henüz ortaya çıkmadığı ilk devirlere kadar dayanmaktadır. O devirlerde eşyalarını farklı tehlikelerden sakınmak isteyen kişiler bu malzemelerini tapınma alanlarına koymaktaydılar. Tapınma anındaki görevliler kendilerine vedia verilen bu eşyaları boş yere depolamayıp, kişilere borç olarak vermekteydi. Bu nedenle dönemdeki ilk bankaların ibadethaneler, ilk bankacıların da din görevlileri olduğunu belirtebiliriz. Bir sonraki zamanlarda bu işlemleri devleti yöneten kişiler devralarak yapmaya başlamıştır. Geçen süreler zarfında insanlar arasında takasın başlamasıyla ve kendilerde mevcut bulunan eşyaları, ihtiyaçlarını gidermek için gereksinim duydukları eşyalarla takas etmeleri bir ödeme aracına ihtiyaç yaratmasına neden olmuştur. Alışverişin gelişmesi ile birlikte; farklı konumlarda bulunan müşterilerden ödemelerin toplanması, değerli madenlerin transferindeki zorluk ve tehlikeler, madenlerin sağlam mekânlarda korunması, alınan malın bedelinin sonra ödenmesini tercih eden müşteri ile malın bedelini satışta isteyen satıcının isteklerinin karşılanması gibi etmenler, bankacılığın ortaya çıkmasında büyük oranda etkili olmuştur(Yetiz, 2009: 9).

Bu bölümümüzde bankanın literatürde nasıl betimlendiğini, yasal mevzuatların ne olduğunu ve bankanın fonksiyonlarını açıklayacağız.

1.2.Banka Nedir

Bankaların literatür taramasından çıkan betimlemelere göre paranın icat edilmesiyle, denizciliğin, alışverişin gelişim göstermesine eş güdümlü olarak bankacılıkta gelişim göstermiştir. Yeni deniz yollarının keşfedilmesi ve uluslararası alışverişin artması Venedik başta olmak üzere Cenevre ve Floransa gibi şehirlerde bankacılığın ilerlemesine neden olmuştur. 1300'lü ve 1500'lü yıllar arasında

Avrupa’da gerçekleştirilen panayırlar, fuarlar günümüz bankacılığın gelişmesinin zeminini hazırlamıştır(Öçal vd., 1999: 16).

Çağdaş manada bankacılık sistemi “Amsterdam Bankası’nın” ortaya çıkmasıyla başlamıştır. Ardından “İngiltere Merkez Bank’ın” oluşturulması ve “Amerikan Merkez Bank’ın ve Federal Rezerv Bankası’nın” kurulmasıyla günümüz çağdaş merkez bankacılığının alt yapısı tamamlanmıştır(Tarlan, 1992: 58).

Sömürgeleşme olayları yayılıp dünya üzerindeki alışveriş eskiye göre ciddi şekilde yayılıp farklılaşınca bankacılık bölümünde de yeni gelişmeler ortaya çıkmış, iş alanı, birleşme ve uzlaşma tercihleri bir adım öne çıkmıştır. Ondokuzuncu yüzyılda Almanya ve İngiltere’de meydana çıkan bankalar güncel zamanımızda da etkinliklerini sürdürmektedirler. Batı bankacılığın uzmanlaşma tercihinden farklı olan başka bir gelişme de birleşmedir. Batı finans sistemi ticari kapitalizm evresinde endüstri kapitalizmine doğru yönelirken, minimum ve zayıf işletme şekilleri konumlarını daha büyük işletmelere terk etmeye başladılar. Aynı değişimler bankacılık alanını da etkiledi. Belli özellikli ticari ve global bankacılık bölümlerinde bilgi sahibi bankalar aynı anda büyük kapsamlı banka olma yoluna gitmişlerdir.

Yirminci yüzyıla gelindiğinde ise dengeler değişmiştir. Kapitalist sistemle birlikte merkezden yönetilen sosyalist tabanlı ekonomiler meydana gelmiştir. Büyük oranda ikinci dünya savaşı bittikten sonra bankacılık etkinlikleri merkezden yönetilen ekonomilerin alt yapılarına göre tekrardan şekil almaya başlarken gelişim düzeyi az olan ekonomilerin finansal olarak gelişme çalışmalarını desteklemek için “kalkınma bankacılığı” diye adlandırılan büyük oranda devlet himayesinde özel yasalarla oluşturulan yeni bankalar yaratılmaya başlamıştır. “Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu, Avrupa Yatırım Bankası ve benzeri bankalar savaşın bittiği dönemin ortaya çıkarttıkları olmuşlardır(Aydın, 2006: 22).

Faizle likidite toplayıp yine faizle likidite verilebilen, indirim, kredi, kambiyo işlemleri uygulayan, kasalarında değerli maden, belge, likidite ve eşya depolayıp koruyan ve bunun haricindeki farklı finansal, mali ve ticari, uygulamalarda bulunan kuruluşlara banka denmektedir(Dinç, 2013: 3).

Bankalar diye adlandırdığımız kuruluşlar, likidite, sermaye ve kredi işlemlerini uygulayan ticaret amaçlı kuruluşlardır. Üniversal bir banka bireye ve şirketlere mevduat hesaplarını korur, kredi tahsis eder, likidite ve kredi ile ilgili çeşitli işlemleri yapar. Örnek vermek gerekirse İspanya'daki bir kredi kuruluşu, kredi yasalarına göre banka işlerinin uygulandığı bir kuruluş olarak adlandırılır(Dinç, 2013: 2).

Banka, tevdiat alan ve bu tevdiatı en karlı biçimde farklı kredi işlemlerinde kullanmak gayesini güden veya uygulamalarının ana teması düzenli bir biçimde kredi toplamak veya kredi vermek olan ticari bir kuruluştur(Dinç, 2013: 2).

Banka; kredi, sermaye ve likidite alanına giren her çeşit işlemleri yapabilen ve tertipleyen, bireysel veya kamusal şahıslara işletmelerin bu bölümdeki her türlü gereksinimini karşılama etkinliğinde bulunan bir ticari birimdir(Dinç, 2013: 3).

Türk bankacılık sektörü'nü yasal olarak ele aldığımızda gerek Osmanlı İmparatorluğu ile Cumhuriyet'in ilanının ilk zamanları ve gerekse şuanda içinde bulunduğumuz yıllara kadar geçen zamanda, türk bankacılık sektörü'nün şekli ve evriminin, mali gelişme, ekonominin ana yapısı ve başarısından oldukça fazla etkilendiği tespit edilmektedir(Bakan, 2001: 31).

Yasal çerçevede bankacılık sektörüne baktığımızda çeşitli zaman evrelerinden geçen süreç en güncel haliyle bakanlar kurulundan geçen 5411 sayılı bankacılık kanunu'dur.

Türk bankacılığı bağlamında ilk öneme sahip olan hukuki yasa; faiz miktarlarını kısıtlayarak tefeciliğin oluşmasını engellemeye uğraşan "Murabaha Nizamnamesi'dir". Birçok defa yenilenen, Cumhuriyet ilanının sonrasında da yürürlükte olan bu metin "Türk Ticaret Kanunu'nun" uygulanmaya başlamasıyla uygulanmasına son verilmiştir(Yıldırım, 2011: 4).

Daha sonra "Memleket Sandıkları Nizamnamesi" yürürlüğe konmuştur. Bu sandıklar, ilk milli bankanın başlangıcını yapmakla beraber çiftçi kredisi ile ilgilenmeleri açısından da önem arz etmekteydi. Bunun en büyük nedeni ise; daha

önce azınlıklar tarafından yapılmış olan bankaların tümü ticari kredi ile alakalı uygulamalar yapılmasıdır. Daha sonra 1888 Nizamnamesi olarak değiştirilen bu yasa sandıklar yerine Ziraat Bankası'nın kurulmasına neden olmuştur(Yıldırım, 2011: 6).

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 2. maddesinin 1. fıkrasına göre; “ Türkiye’de kurulu mevduat bankaları, katılım bankaları, kalkınma ve yatırım bankaları, yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubeleri, finansal holding şirketleri, Türkiye Bankalar Birliği, Türkiye Katılım Bankaları Birliği, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu ve bunların faaliyetleri bu Kanun hükümlerine tâbidir. Özel kanunlarla kurulmuş olan bankalar hakkında da kanunlarında yer alan hükümler saklı kalmak kaydıyla bu Kanun hükümleri uygulanır. Bu kanunda hüküm bulunmayan hallerde genel hükümler tatbik olunur” hüküm altına alınmıştır.

Bu kapsamda, kuruluş başvurusunda bulunarak bankacılık faaliyet izni almış olan bankalar, Türkiye’de kurulmuş bankalar konumundadır. Bu ayırım merkezi Türkiye içinde bulunan bankalar, merkezi Türkiye dışında bulunan bankalar biçiminde de yapılmaktadır. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 2. maddenin 1. fıkrasında geçen “bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubeleri” betimlemesine göre Türkiye dışında kurulu herhangi bir bankanın, Türkiye’de Bankacılık Kanunu’na tâbi olacak şekilde “şube açmasından” ya da öncelikle “şube açma izni almasından” bahsedebilmek için söz konusu yurtdışı bankasının tam ve kesin bir şekilde Bankacılık Kanunu kapsamında tanımlanan; mevduat, katılım, kalkınma ve yatırım bankaları biçiminde kurulu olduğunu belirlemesi gerekir. Bu sebepten Türk Bankacılık sisteminde üç şekilde banka mevcut olup, bunlardan ticari bankalar veya mevduat bankaları ile faizsiz sisteme göre kurulmuş olan katılım bankaları mevduat kabul edebilme hakkına sahiptir. Kalkınma ve yatırım bankalarının mevduat kabul edebilme yetkisi yoktur.

Mevduat bankaları 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 3. maddesine göre; “ bu kanuna göre kendi nam ve hesabına mevduat kabul etmek ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubelerini ifade eder” hükmüne yer vererek mevduat

bankalarının sınırlarını belirlemiştir. Mevduat toplama işlemleri bu bağlamda değerlendirildiğinde bankalar ve müşterileri arasında kurulan ve emanet sözleşmesi ya da borç sözleşmesi özelliklerini taşıyan bir çalışma olduğunu söylenebiliriz. Bu bankaların ana işleyişi piyasalardan karşılığı olan veya karşılığı olmayan olarak, belirli bir zamanda geri ödemek üzere para toplamak, topladığı bu mevduatı daha yüksek bir getiri yaratacak biçimde kredi olarak talep eden kişilere kullandırmak suretiyle kar elde eden kurumlardır.

Katılım bankaları 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 3. maddesine göre; “özel, cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubelerini ifade eder” hükmüne bağlanmıştır. Bankacılık Kanunu'nun 3. maddesine kişileştirilmiş cari hesap kavramıyla; yatırılan likiditeye karşılık olarak bankanın, cari hesabı olan kişiye ya da kuruma hiç bir getiri vermeden ve kişinin istediği zaman, bankaya vermiş olduğu likiditeyi alabileceği fonlar kastedilmektedir. 4389 sayılı Bankacılık Kanunu'nda, “Özel Finans Kurumları” olarak adlandırılan bu kurumların Türk yasalarında “banka” ismi verilmesi, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile mümkün olmuştur(Özulucan ve Deran, 2009: 87).

Kalkınma ve yatırım bankaları 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 3. maddesine göre; “mevduat veya katılım fonu kabul etme dışında; kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren ve özel kanunlarla kendilerine verilen görevleri yerine getiren kuruluşlar ile yurt dışında kurulu bu nitelikteki kuruluşların Türkiye'deki şubelerini ifade eder” hükmüne bağlanmıştır. Bankacılık Kanununun 3. maddesindeki bu tanımdan da anlaşılacağı üzere; kalkınma ve yatırım bankaları, mevduat ve katılım fonu alamazlar fakat kredi kullandırma olanakları mümkündür. Kalkınma ve yatırım bankaları kişisel bankacılık işlerini yapmak ve kambiyo işlerine aracılık etmek gibi işlemler yapmazlar. Verecekleri kredilerin finansmanını kurmak için, kendi öz kaynaklarını ve yurt içinden ya da yurtdışından topladıkları fonları kullanırlar(Peter ve Marguis, 2005: 45-72).

1.3. Bankaların Denetimi ve Kontrolü

Bankalar yaptıkları tüm işlemlerin nihayetlerini dönem sonlarında finansal tabloları ile ilgililere ilan etmektedir. Fakat bankaların ilan ettiği finansal tabloları devlet ve kamuoyu için bankaların savlarıdır. Bu savların geçerli olması için denetlenmesi şarttır. Denetim faaliyetleri bankaların daha etkin yönetilmesini sağlar. Çünkü denetim sonucunda hata ve hileler düzeltilerek doğru ve güvenilir bilgiler kamuoyuna sunulur. Denetçilerin gerekli gördüğü düzeltmeler yapılmazsa, işletmelere çeşitli cezai yaptırımlarda uygulanmaktadır. Bu nedenle bütün işletmelerde ve ülkede etkin bir denetim sisteminin olması gerekmektedir. Bankacılık anlamında denetim de, belli aralıklarla banka içi ve dışı denetim elemanlarınca banka tarafından yapılan işlemlerin ve bunlara ilişkin kayıtların yasal düzenlemelere uygunluğunun sağlanmasına yönelik bir işlemdir(Altay, 2013: 180).

5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile bankaların denetlenmesi 15, 33, 39, 93 maddelerince hükümlere bağlanmıştır. Bunlar;

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 15. Maddesinde bankaların işlemlerinin denetlenmesinde görev alacak kişilerin işlem yapma yetkisinin verilmesi, askıya alınması veya tamamen kaldırılması konusunda denetçi kurul tarafından karar verilmesi hükme bağlanmıştır. Bu denetçiler yetki verilmesi halinde bankaların hak ve sorumluluklarının, varlıklarının, kredi kullanan kişilerden talep edilecek teminatların değerlendirilmesi ve kendilerinin veya kredi kullanan kişilerin derecelendirilmesi işlemlerini denetlemektedirler. Bu denetlemelerinin esas ve usulleri meslek birliklerinin fikri alınarak kurul tarafından belirlenerek işleme konur.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 33. Maddesinde Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu bağımsız denetleme kurumlarından denetimi gerçekleştirecek olan kişilerin yetkilendirilerek bu isimleri listelendirmek suretiyle halka ilan eder. Denetim faaliyetlerine herhangi bir aykırılık bulunursa kurul listede olanları askıya alır veya tamamen listeden çıkartma yetkisine sahiptir.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 39. maddesinin 2. fıkrasında bankaların yılsonunda genel kurullarına sunacağı mali raporlar bağımsız bir denetçi kuruluş tarafından onaylanması zorunluluğu hükme bağlanmıştır.

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 93. Maddesinde piyasalardaki güvenin sağlanması, istikrarın devam etmesi, bankacılık sisteminin etkin biçimde devam ettirilmesi, finans sektörünün etkin bir şekilde ilerlemesi ve müşterilerin haklarını gözetmek için aynı zamanda bankaların ve diğer finans kuruluşlarının yönetilmesi, idari yapısı, işleyişi ve işlemlerinin düzenlenmesini ve kontrolünü sağlaması için hükme bağlanmıştır.

Özellikle iç müfettişlerle yapılan kontrollerde; banka hedef ve politikaları ile banka içi düzenlemelere uygunluğun sağlanması da ana hedeflerdendir. Dolayısıyla bankalar hem banka müfettişleri, hem banka dışı müfettişler ve hem de devlet kurumları ile denetlenmektedir. Bu müfettişler bağımsız, iç ve kamu müfettişleri olarak ayrılır. Denetim türleri ise muhasebe, faaliyete uygunluk, zorunlu-ihtiyari ve sürekli-sınırlı-özel denetim olarak 4'e ayrılır(Altay, 2013: 180).

1.4. Bankacılık Sektörünün Temel Fonksiyonları

Günümüzde bankaların faaliyet alanı fazlasıyla çeşitlenmiş olsa da esas olarak bankalar para ticareti yapan ve bu ticaretten kazanç elde etmeye çalışan işletmelerdir. Bu amaçla, bankalar değişik kaynaklardan sağladıkları fonları, ihtiyaç sahiplerine kredi ya da başka yollarla aktararak onları finanse ederler. Bu işlemlerden faiz ya da farklı isimlerle aldıkları ücretler, bankaların kazançlarının ana kaynağını oluşturmaktadır.

1.4.1. Mevduat Fonksiyonu

Gerek gerçek kişiler gerekse tüzel kişi ya da kuruluşlar, ellerindeki hemen kullanmayacakları atıl fonları daha iyi korumak, faiz kazancından yararlanmak veya işlerinin doğası gereği olarak bankalara depo ederler. Bu amaçla banka nezdinde

vadeli ya da vadesiz, Türk Lirası ya da yabancı para üzerinden bir mevduat hesabı açılır. Hangi amaçla açılırsa açılışın, bankalar bu şekilde açılan mevduat hesaplarına vadeye ya da para miktarına bağlı olarak, belirli bir oranda faiz tahakkuk ettirir(Dinç, 2013: 37).

Banka müşterilerinin mevduatlarının kayıt edilmesi ve takip edilmesine yarayan hesaplara, bankacılıkta tevdiat hesapları, tasarruf hesapları, mevduat hesapları, alacaklı cari hesaplar, gibi farklı şekillerde isimlendirilmiştir. Mevduat hesapların ortak özelliği, sürekli alacak bakiyesi sunmalarıdır. Çünkü bu mevduat hesapları likidite yatırıldığında oluşturulan hesaplardır ve tasarruf sahibi azami yatırdığı likidite miktarı kadar geri alabilir. Mevduat vadesiz, vadeli, ya da ihbarlı mevduat şeklinde ayrılabilir. Ayrıca, ticari mevduat, tasarruf mevduatı, bankalar arası mevduat, resmi mevduat olarak da sınıflandırılabilir(Dinç, 2013: 37).

Verilen faiz ya da diğer adlarla yapılan ödemeler, bankalar açısından bu şekilde kullanılan fonların maliyetini oluşturur. Mevduat işlemleri ile ilgili olarak bankaların ayırmak zorunda oldukları mevduat munzam karşılığı bulunması gerekir. Bu durum kullanılan fonun maliyetini banka aleyhine artırır. Son yıllarda bankaların Kıyı Bankacılığı (Off-Shore) bankacılık sistemine yönelmelerinin sebebi munzam karşılıkların yarattığı maliyetlerdir. Çünkü Kıyı Bankacılığı (Off-Shore) Bankacılık sisteminde munzam karşılık ayrılmamaktadır. Bankaların bir diğer fon kaynağı da T.C. Merkez Bankası'ndan reeskont ve avans alma yoluyla yapılan borçlanmadır(Dinç, 2013: 39).

1.4.2. Vade Fonksiyonu

Bankaların gerçek ve tüzel kişilerin, bir getiri karşılığında, istedikleri zamanda veya belirli bir süre sonunda ya da belirli bir bildirim zamanına uyararak tekrardan kendine geri almak üzere verilen paralara denilmektedir. Mevduat kelimesi Arapça tevdi kelimesinden türemiştir ve tevdi herhangi bir şeyi bir yere emanet olarak depolamaktır. Tevdi işlemleri içerisinde her türlü mal ile değerini kıymeti, evrak ve

likiditenin kapalı veya açık şekilde korunması söz konusu olurken, mevduat sadece likiditenin tevdi edilmesini kapsamaktadır(Dinç, 2013: 39).

Mevduatın ancak belirlenen bir zaman sonrasında alınabileceği gibi banka ile banka müşterisi arasında anlaşmaya varıldığı durumlarda likiditenin belirli bir getiriyle vadeli mevduata dönüştürülmesi söz konusu olacaktır. T.C Merkez Bankası tebliğine istinaden vade türleri; 1 aylık, 3 aylık, 6 aylık ve senelik faiz ödemeli şeklindedir. Ancak, Merkez Bankası tebliğinde en az bir vade zamanı belirtilmediğinden, 1, 5 günlük ve 1 haftalık vadeli mevduat alımı da mümkün olmaktadır.

Bankalar tasarruf sahiplerinden topladıkları mevduatları kendilerine kaynak yaratmak için kullanırlar. Yarattıkları bu kaynakları daha sonra kredi vermek suretiyle kullandırır. Bankalar aldıkları bu mevduatların vade süreleri çok önemlidir. Vade dönüşümü ne kadar uzun olursa banka o süre zarfında mevduatı dönüştürerek kar oranını daha fazla arttırır.

1.4.3. Risk Fonksiyonu

Son zamanlarda bütün sektörlerde devamlı anılan risk olgusu, bankacılık sektöründe alınıp satılan şeyin para olması ve bilgi asimetrisi sebebiyle büyük önem taşımaktadır. Bankacılık sektöründe risk, oluşabilecek tehlikeleri önceden görebilmek, onunla ilgili aksiyon almak ve bu tehlikeyi lehine çevirmektir(Karakurt, 2003: 37).

Banka sektörünü etkileyecek riskler iki gruba ayrılmaktadır. Birinci grupta kur, faiz ve menkul kıymetler riski yer alırken, ikinci grupta likidite, kredi, operasyon riski yer almaktadır(Erez, 1995: 198).

Sistemik risk, sistemik faktörlere bağlı olarak kıymetin değerinin değişme olasılığı olarak tanımlanmaktadır. Bu risk azaltılabilmekte, ancak tamamen yok edilememektedir. Yatırımcılar, ekonomik faktörler sonucu portföylerindeki kıymetler

veya verdikleri borçlar değer değişimine uğradığında bu riskle karşılaşmaktadırlar. Sistematik olmayan riskler ise bankadan bankaya değişiklik göstermektedir. Bankanın organizasyon yapısı, yönetim ve personeli, sektördeki durumu, pazar payı, müşteri profili, portföyüne göre bu gruptaki riskler meydana gelebilmektedir. Bu görüşe göre faiz oranı riski, döviz kuru riski sistematik risklere girerken kredi riski, likidite riski, operasyonel risk sistematik olmayan risklerden sayılmaktadır(Şimşek, 2007: 2).

a) Faiz oranı riski; bankaların kullandırırmış oldukları uzun süreli kredilerin verilip mevduatın ise kısa süreli toplanması riskidir. Bu durumda banka uzun süreli krediye fon yaratmak için kullanmış olduğu kısa süreli mevduatı kredi vadesi dolana kadar bütün maliyetlerini karşılamak suretiyle elinde tutmak zorundadır. Bu şartlar altında kısa süreli mevduatı ödeyemeyecek durumda olan banka yeni borçlanmayla borcu çevirmek zorundadır. Bankalar, mudilerin yükselen faizler nedeniyle mevduatlarını daha yüksek faiz veren başka bir bankaya gitmesi halinde uzun süreli krediler yüzünden ödeme yapamayacaktır. Bu sebepten mevduata verdiği faizin üzerine, kredilerden kazanacağı faizi de vermek durumunda kalacaktır.

b) Kur riski; bankanın belirli bir likidite cinsinden varlıkları ve borçları arasında fark olması durumunda kurdaki değişim yönüne göre varlıklarının azalması şeklinde olursa zarar etme, borçlarının azalması durumunda ise kar etme riski oluşmaktadır. Bankalar yurtdışından yabancı para cinsinden tevdiat toplayıp Türk Lirası cinsinden kredi verip kur riski dönüşümü yapmaktadır(Babuşçu, 1997: 74).

c) Menkul kıymetler riski; bankaların, özel şirket veya devlet kurumları tarafından yatırımcılara sunmuş olduğu değerli evraklardır. Piyasalardaki dalgalanmadan dolayı bu senetlerin değerini yitirmesinden kaynaklı riskleri göze almış olur. Fakat bankalar senetlerdeki bu riski dönüştürerek yatırımcıdan belirli bir miktarda likidite sağlamış olur(Mandacı, 2003: 71).

d) Kredi riski; bankalar yatırımcılardan topladıkları mevduatları, ayırdıkları karşılık ve likidite dışında kalan kısımlarını belirli bir getiri karşılığında kredi olarak müşterilerine sunar. Sunmuş olduğu bu kredilerin zamanında

ödenmemesi veya hiç ödenmemesi bankalar için bir risk oluşturur. Bu riskin başlıca nedeni; kredi verilen kişi veya kuruluş hakkında yeterli bilginin sağlanamamasıdır(Aslan, 1996: 19).

e) Likidite riski; bankaların yükümlüklerini sağlaması amacıyla elinde bulunan menkul kıymetleri satarak veya yeniden borçlanarak uygun miktarda likidite bulma zorunluluğudur(Mandacı, 2003: 72).

f) Operasyonel risk; banka kurumlarının faaliyet alanları içerisinde bütün birimlerinin yaptığı işlemleri kapsamaktadır. Gelirlerin maliyetleri karşılayamamasından dolayı öz kaynaklarını yitirmesi, ödeme sisteminin kontrolünün verimli yapılmaması, dijitalleşme sebebiyle müşterileri tarafından dolandırılması veya banka çalışanları tarafından yapılan hatlı işlemler bu riski doğurmaktadır(Mandacı, 2003: 72).

1.4.4. Fon Fonksiyonu

Bireylerin veya kurumların tasarruflarını faiz kazancı almadan sermaye piyasası ve para piyasası araçları ile değerlendirmeyi planlayan birikiminin tamamını sürekli şekilde ortaklık payları, kira sertifikaları, altın ve diğer değerli madenler, katılım hesapları ile Sermaye Piyasası Kurulu tarafından uygun bulunan diğer faize dayalı olmayan para ve sermaye piyasası araçlarına dayanan fonlardır(Şimşek, 2007: 33).

Katılım fonu en kolay anlatımla yapılacak bir yatırım için alınan fon anlamına gelmektedir. Bu bağlamda fona dâhil olup ödeme yapan yatırımcı, yatırımın belirli bir oranla hesap edilebilen bir parçası olur. Lakin bir yanlış anlaşılmaya mahal vermemek için katılım fonlarının özel mevduat bankası faiz uygulamalarının arasındaki farklardan bahsetmek gerekir. Katılım fonlarına dâhil edilen yatırımlar her vakit risk barındırmaktadır. Fonların riskleri katılım bankaları ve uzmanlar aracılığıyla yapılan analiz neticesinde en aza indirilmiş olsa da riskin var olduğunu ve zaten alınan risk sebebiyle kar elde etmektedir(Şimşek, 2007: 33).

Yatırımcının fona katılımdan sonraki süreçte elde edilen aidiyet bireyin hangi oranda kar ortağı ya da hangi oranda zarara ortak olacağını tespiti için çok önemlidir. Yatırımcı mevcut olan fona büyük miktarda para dâhil ederse fonun en yüksek oranlı karına ve aynı zamanda en yüksek zararına uğrayacağı nettir(Şimşek, 2007: 33).

1.4.5. Diğer Fonksiyonlar

Bankalar değişik şekillerle müşterilerinden sağladıkları senetlerini iskonto ettirerek (kırdırarak) ya da sahip oldukları değerli maden, hazine bonosu, devlet tahvili, hisse senedi, tahvil, senet vb. değerleri karşılık göstermek suretiyle avans çekerek T.C Merkez Bankası'ndan kaynak temin edebilirler(Dinç, 2013: 39).

Bankaların farklı bir fon sağlama aracı para ya da sermaye piyasasına menkul kıymet ihracı şeklinde olmaktadır. Banka varlığı kaynak gösterilerek, varlığa dayalı menkul kıymet ihracı yapılması, tahvil ihracı yoluyla piyasadan fon sağlanması bunun örnekleridir. Ayrıca ulusal ya da uluslararası piyasalardan borçlanmak suretiyle kredi sağlanması bir diğer fon sağlama aracıdır(Dinç, 2013: 39).

Bankaların diğer bir kaynak sağlama yolu, özkaynaklara başvurarak fon sağlamaktır. Sermaye artışı, kar ya da yedeklerin sermayeye ilave edilmesi bu işlemlerin örneklerindedir. Bu işlemler tüm işletmeler için genellikle aynı süreçten geçilerek yapılmaktadır(Dinç, 2013: 39).

İKİNCİ BÖLÜM

BANKA YAZILIMLARI VE DİJİTALLEŞME

2.1. Bankacılıkta Dijitalleşme Kavramı

Günümüzde bankalar ve bankacılık sistemi gerek bireysel gerek ticari ihtiyaçlarımıza hizmet etmek için gelişerek, yenilenecek ayakta kalmaya devam etmektedir. Mevcut ekonomi modeli devam ettiği sürece bankalara olan ihtiyacın bugünkü biçimiyle çağın gerekliliklerine uygun bir şekilde süreceği de açıkça görülmektedir. Ancak finansal teknoloji alanındaki yeni girişimlerin geleneksel bankacılık sistemini kökünden sarstığı da gözden kaçmıyor. Eğer geleneksel bankalar varlığını devam ettirme amacı taşıyorsa yapılacak en iyi ve doğru şeyin çağa ayak uydurmak ve gelişmeye devam etmek olduğunu da bilmelidir.

Bankalar ve bankacılık sektörü gerek internet gerekse mobil uygulamalarla müşterilerini memnun etmek için ciddi bir çaba harcıyor ve bu alanlara yatırım yapma ihtiyacı duyuyor. Teknolojinin, müşteriler ve bankacılık sektörü için fırsat anlamına geldiğini gözden kaçırmamak gerekir. Aynı teknoloji geleneksel bankalar için ise iki alternatif sunuyor; değişime ayak uydurup var olmak ya da değişime direnip yok olmak.

Bu bölümde dijitalleşmenin ne olduğunu, banka sektörüne etkisini ve gelişim evrelerini ele alacağız.

2.2. Dijitalleşme Nedir

Sanal bilimler çoğunlukla yerkürede bulunan verilerin dijital alana dönüştürülmesi ile ilgilenir. Örneğin; bir tabloyu, müzik parçasını veya ortam

koşullarının verilerini değerini farklı alıcılarla, sayısal datalara dönüştürmek ve bu datalar doğrultusunda işlem gerçekleştirmek, bilgisayar bilimlerinin çalışma alanıdır. Bu bağlamda bir iş yerinin dijitalleşmesi, data yahut data kaynaklarının dijitalleştirilmesinin ilerisinde, bir prosesin, algı ve yönetimin dijitalleştirilmesi olarak görülmelidir. Örneğin; bir iş yerinin dijitalleşmesi, önceden manüel veya analog yöntemlerle idare edilen prosesler dijital alana, yani PC ortamına geçirilmesi ile sınırlı olmamaktadır, ekstradan bu ortamın sağladığı yeni olanakların daha verimli kullanılması ve bu ortama has yeni sorunların doğru ve etkili bir şekilde idare edilmesini de içerir(Fichman, 2014: 329-353).

En kolay manayla bir varlığın dijital ortamda biçimlenmesi, bu varlığın sınırsız kopyasının oluşturulabilmesi, bütün özelliklerinin minimal bir sürede yerkürenin bir tarafından başka bir tarafına gönderilebilmesi veya varlığın biçimi üzerinde oynama yapmak gibi birçok sayıda dijital evrene has araca olanak verir. Hatta yaşadığımız hayatta varlıkların hususiyetlerini tutmaya imkân veren varlıkların bile dijitalleşmesi mümkündür. Örneğin; bir nesnenin ölçülerini bulmak için kullanılan üç boyutun dijital koordinat sistemlerine çevrilmesi veya yaşadığımız vaktin dijitalleşmesi gibi birçok sayıda var olan şeyleri açıklayan sistem de dijitalleşmiştir(Seker ve Diri, 2010: 881-887).

Örnek vermek gerekirse; bir nakkaşın bir nakkaş modelini bellemesi, bunu tatbik etmesi görerek, dokunarak gerçekleşen bir işlemdir. Sonuç olarak bellediği nakış modelini tatbik etmesi el yordamıyla uygulanan bir işlemdir ve başka nakkaşların bu nakışı öğrenmesi yine ancak ya nakkaşın göstermesi veya onların da uygulanan nakışı incelemesi ile olacaktır. Fakat dijitalleşme ile nakış modellerinin bir araya getirildiği bir data tabanı oluşturulabilir, bu tabandan istenen nakış modeli seçilebilir, yeni modeller dijital ortamda hiç kaynak kullanılmadan tasarlanabilir veya geliştirilebilir, bütün bu tasarımlar ve birikimler minimum sürede yerkürenin diğer tarafına gönderilebilir veya alabilir, nakış modeli imalatta kullanılabilir, istenildiği kadar model sureti imal edilebilir(Negroponte, 1995: 28).

Bu anlamda dijitalleştirme birçok yarar sağlamaktadır; dijital imalat sayesinde hata oranı neredeyse hiç yok denilecek kadar kopyalar yapılabilir, dataların dijital

ortamda depolanarak gider düşüşü yaşanıp tasarruf edilebilir, dijitalleştirilmiş datalar üzerinde tarama, inceleme, onarma, kontrol ve geliştirme gibi ileri işlemler yapılabilir.

Bu durum analiz edildiğinde, gerçekte bilginin var olmasını sağlayan işler, aletler, coğrafi veya mesleki konumların tamamından ayrı bir bilgi kavramı ortaya çıkmaktadır. Örneğin nakışla hiç ilgisi olmayan bir birey nakış ile ilgili yüzlerce şeklin bulunduğu bir taşınabilir belleği cebinde bulundurabilir, bu şekilleri dünyanın her tarafına her bir köşesine yayan bir internet sayfası kurabilir, bu bilgileri ileriye taşıyabilir, imal edilen bu datalarla bir ekonomi geliştirebilir hatta bu bilgiyi satın alıp satabilir. İşte bu olay ekonominin de dijitalleşmesi olarak görülebilir. Bütün bu dijital evreler ise bilginin, kaynağı ile olan alakasının kaybolması, sanal hale gelmesi ve tekrardan bu kaynağa dönebilecek olması kaynaklıdır. Yani toplanan ve dijital olarak depolanan nakış şekilleri istenildiği vakitte imalata dönüştürülebilmekte ve bu bağlamda dijital datalar anlamlı ve kıymetli olabilmektedir(Tilson vd., 2010: 748-759).

Ancak dijitalleşmiş dataların kaynağı ile alakası kalmayıp dijital ortama dönüştürüldükten sonra bu dataların kendilerine has bazı özellikleri de meydana çıkar. Örnek vermek gerekirse; dijital dataların programlanabilirliği, depolanabilirliği, ilişkilendirildiği, gönderilebildiği, atfedilebilirliği gibi çok sayıda dijital özellikten bahsetmek olanak dâhilindedir(Yoo, 2009: 213-231).

Yeniden örneğimize bakacak olursak, bir nakış modelinin ne kadar yer kapladığını ölçen byte birimleri, datanın hangi hızda yol alacağını, bu datanın diğer datalarla ilişkilendirilebilirliği, örneğin nakkaşların kullandığı nakış şekillerinin metal levhalarda uygulanması veya ahşap kaplamalar üretilmesi gibi farklı malzemelere uygulanmasından, PC uygulamalarındaki olası farklı nakış şekillerini denemelerle veya yapay zeka ile yapılmasına kadar data üzerinde çok sayıda işlem yapılabilmekte ve dataya yeni özellikler eklenilmektedir. Bu özelliklerin bazıları ölçülerle ifade edilebilmekte ve işletilebilmektedir. Bir iş yerinin dijitalleşmesi ise daha önceden aktardığımız bilgiler ele alındığında aslında iş yerinin sahip olduğu

bütün bilgi ve birikimin dijital ortama dönüştürülmesi ve bu globalleşen dünyada yeni olanaklar ve yeni sorunları idare edebilmesidir(Şeker, 2013: 93).

Örneğin; bir muhasebe bürosunun gerçekleştirdiği işlerin betimlenmesinin yapılıp bu betimlemeye ve iş uygulamalarına uygun yazılımlar yapılabilir. Ülkemizdeki bütün muhasebe bürolarının dijital ortama taşınması, istenildiği vakitte yeni bir büronun sanal olarak oluşturulup, bilgilerinin taşınması, iki veya daha fazla büronun birleşmesi durumunda bütün müşteri ve hesap bilgilerinin anında birleştirilebilmesi, bir yerden farklı bir yere taşınabilmesi gibi çok sayıda dijital araç kurgulanabilir(Şeker, 2013: 94).

Slideshare firmasının yaptığı araştırmalarda dünya çapında 7,479 milyar kişi yaşamaktadır. Bu insanların 3.773 milyar'ı internet kullanmaktadır. 2,789 milyar kişi sosyal medya kullanmakta olup, 8,047 milyar kişi akıllı telefon kullanmaktadır. Bu akıllı telefonlara entegre 2 milyar kişi mobil uygulama kullanmaktadır.

Türkiye çapında yaptığı araştırmalarda; 80,2 milyon kişi yaşamaktadır. Bunların 48 milyon kişisi internet kullanmaktadır. 48 milyon kişi sosyal medya, 71 milyon kişi akıllı telefon, 42 milyon kişi mobil uygulama kullanmaktadır.

2.3. Dijital Banka Yazılımları

Teknoloji cihazlarının kullanılması için gerekli olan yazılımlar dijitalleşmenin olmazsa olmazlarından. Bankacılıkta dijital kanalların kullanımı ve fintech uygulamalar bu yazılımların oluşturulması ile kullanılır hale gelmektedir.

2.3.1. Blok Zinciri

Konu ile ilgili yapılan edebiyat çalışmalarında tam bir betimlemeyle karşılaşılammıştır. Ama en genel tabirle Tian; "Blok Zincirinin özünün, merkezi olmayan ve sağlam metotlarla birlikte tutulan güvenilen bir veri tabanının teknik bir planı" olduğunu belirtmektedir(Tian, 2016: 17)

İlk olarak Blockchain(Blok Zinciri) kelimesi 2008 yılında Satoshi Nakamoto'nun bitcoin başlıklı makalesinde dile getirilerek dünya çapında yeni para biriminin varlığından bahsedilmeye başlandı. Ama Satoshi Nakamoto bu makalesinde blockchain'i kelime olarak kullanmamıştır. Satoshi bir dizi veri bloğunun kriptografik bir şekilde kendi içerisinde bağlı olduğunu söylemiştir(Nakamoto, 2008: 32).

Blockchain, ilk defa bitcoin'in ortaya koyduğu, içerisinde kayıtların birbirine kriptografik elementlerle bağlı olduğu sürekli büyüyen bir veri tabanıdır. Bu veri tabanındaki kayıtlar bir blok olarak paketlenmiş ve değişime karşı korunmak amacıyla kendinden önce gelen blokların hash değerleriyle bağlanmıştır. Bir merkez olmadan bireyler arasında işlem yapabilme özgürlüğünün olması da sistemin bir özelliğidir ve aynı zamanda paralar oluştuktan sonra izlenilmektedir(Beck vd., 2016: 153).

Veri girişi başladıktan sonra bu girişler sınırsız olarak ilerler blok zincirine dâhil olan yeni kişilere bir kod verilir ve en uzun kod zincirine eklenir bu zincir ana zincir olarak adlandırılır. Yeni üye kendisinden önceki verileri sistemlerine alır. Blok içerisindeki veriler bir kez kaydedildiğinde bir daha değiştirilemez. Bu da blockchain'i tasarım biçimi nedeniyle güvenli bir sistem haline getirir(Iansiti ve Lakhani, 2008: 118).

Blockchain'in çalışma prensibi şu şekildedir; A bireyi B bireyine para göndermek ister bu hareket sistemde blok olarak tanımlanır, ağdaki diğer kişilere dağıtılır, diğer kişiler onaylar ve blok zincire işlenerek işlem kaydedilir son olarak para B bireyine iletilir(Crosby, 2016: 2).

Blok zinciri özellikleri; dağıtık veri tabanı bir merkezden bireylere olan bağlantı yerine bireylerin dağınık olarak kendisi arasındaki bağlantıyı ifade etmektedir. Bu taban sistemin güvenlik mekanizmasıdır(Yli-Huumo vd., 2016: 11). Şeffaflık kullanıcıların kendi gerçek kimliklerini açıklamadan tanınmaya yönelik takma adlar almak suretiyle gizliliklerini koruyarak işlem yapabilmeleri olarak ifade edilir(Iansiti ve Lakhani, 2008: 120). Uçtan uça iletişim belirli bir merkeze bağlı

olmadan bilgileri bireylerin kendi arasında direkt olarak iletmesini ve depolamasını ifade etmektedir(Yli-Huumo vd, 2016: 11).

Kayıtların geri dönüşsüzlüğü blok içerisindeki veriler bozulmadıkça geri dönüşümün olmayacağını ifade eder. Blockchain'in tasarım biçimi nedeniyle bu durum sistemi güvenli hale getirir(Iansiti ve Lakhani, 2008: 120). Hesaplamalı mantık sistem içerisindeki bireylerin işlemlerini otomatik olarak yapabilmeleri için algoritma ve kuralları kullanmasını ifade eder. BitShares işlemler her türlü bilgiyi kapsayacak şekilde yapılabilir(Iansiti ve Lakhani, 2008: 120).

Blok zinciri sınırları bir blok oluşturma işlemi diğer finans işlemleri açısından daha uzun sürmektedir. Blok oluşturulduktan sonraki işlem yapma hızı diğer uygulamaların yaklaşık 300 de 1 i kadardır. Mevcut bant uzunluğu yeterli olmamasından dolayı işlem büyüklüğüne sınırlama getirmektedir. Çok fazla enerji tüketimi sağlar. Sistemin arayüzü basit değil aksine karmaşık bir yapıdadır. Blok zincirlerinin sahipsiz yapıda olmasından kaynaklı kullanıcıların IP numaralarına ulaşılabilir bu da gizliliği ortadan kaldırmış olur(Swan, 2015: 12).

Blok zinciri türlerine göre şu şekilde ayrılır; genel blok zincirleri açık kaynak kodlarına sahip herkesin katılabileceği bloktur. İzin verilen blok zincirleri katılan kişilerin bu zincir içerisinde yaptıkları bütün işlemlerin takip edilebileceği ve belirli izinlere uyacağı sistemdir. Yapısına göre açık kodlu katılımcılarda bulunabilir. Özel blok zincirleri içinde gizli bilgiler olan daha minimal yapıda olan ve herkesin birbirine güven duyduğu sistemdir.

2.3.2. Robo-Danışmanlar

Müşterilerin problemlerini anlamak, analiz etmek ve çözmek için bilişsel bilgi işlem kullanan web tabanlı finansal danışman programıdır. Öncelikle alt ve orta düzeyde geliri olan yatırımcıların tercih ettiği daha az maliyetli bir çözüm teknolojisidir. Eskiden bir finans danışmanı ile çalışabilmeniz için en az 500.000 (BeşYüz Bin) Amerikan dolarlık bir yatırımınızın olması gerekiyordu. Danışmanın, anaparanız ya da elde edilecek kardan alacağı yüzde düşünüldüğünde ciddi bir fark

oluşacaktı. Ancak, artık daha düşük yatırımları daha düşük ücretler karşılığında yönetebilecek Robo-danışmanlar mevcuttur(Kocianski, 2016: 34).

Otomatik portföy yönetimi sağlayan Robo-danışmanlar fon yönetimine bir finans danışmanın müdahalesine gerek kalmamasını sağlayarak daha düşük maliyetle ve daha kısa zamanda yatırımcıların isteklerini karşılanmasında yardımcı olmaktadır.

Geleneksel bankacılık sektörü temsilcileri ise, Mint, Betterment, Robinhood gibi girişimcilerin öncülük ettiği bu teknolojiden yararlanmak için adım atmaya başladılar. Böylece bu bankalar, robo-danışmanlar aracılığı ile hem bir endüstri haline dönen 'varlık yönetimi' alanında rekabet edebilir hale geldi hem de herhangi bir 'insan' finansal danışmana ihtiyaç duymadan özel müşterileri için özel çözümler üretmeye başladı(Cocca, 2016: 45-57).

Robo- danışmanlar farklı sorularla yatırımcının risk profilini tespit eder modern portföy teorisini, mali planlamaları ve yatırımları bir algoritmalarla risk temelli portföyler oluşturur. Yatırımcı ile beraber belirlenen kaidelere göre otomatik olarak işlemlere başlar robo-danışmanlar üç ana temelde çalışıyor bunlar;

Basit tüketici; kolay üye olunabilen daha küçük yatırımcıların tercih ettiği risk portföyleri oluşturulduktan sonra geri kalan işlemlerin otomatik olarak Robo-danışmanlar tarafın yapılan sistemdir.

Büyük sermaye; adından da anlaşılacağı üzere finans kuruluşları özelinde geliştirilmiş sistemdir. Program ana lisans ücreti veya yatırımcıların durumlarına göre bir ücretlendirme yapmaktadır.

Hibrit; diğer ismiyle Black-Litterman olarak bilinen bu sistem hızlı olması ve maliyetinin düşük olması sebebiyle genellikle nispeten daha büyük yatırımcıların, aracı kurumların ve portföy yönetim firmaları tarafından tercih edilmektedir. Diğer sistemlere ek olarak yatırımcı bir insandan da destek alabilmektedir.

Robo-danışmanlar ilk olarak 2008 yılında faaliyete geçmiş olmakla beraber hızlı bir ilerlemeyle 2015 yılında 2,8 milyon, 2016 yılında 5,7 milyon kullanıcıya yükselmiştir. 2019 yılı itibariyle sistemde yaklaşık 250 milyar dolar varlık değeri olduğu düşünülmektedir, 2022 yılı için öngörülen rakam ise 1 trilyon dolar civarındadır(Kocianski, 2016: 34).

2.3.3. P2P Ödeme Sistemi

Teknik olarak bir ağ içerisinde bulunan en az iki kullanıcının direkt birbirleri arasında veri paylaşımı yapmasına olanak veren bir sistemdir. İlk başlarda kullanıcılara bir IP numarası veriliyordu ama bu numaralar tek bir merkeze bağlı olduğu için birbirlerine direk bağlanma olanağı tanımıyordu. Napster isimli bir program bu durumun önüne geçerek bir kullanıcının başka bir kullanıcının bilgisayarında bulunan dosyaya direkt etkileşim kurarak onu kendi veri tabanına kopyalamasına olanak sağladı(Christin vd., 2005: 18).

Çalışma sistemi şu şekilde işler kullanıcılar sunucuya bağlanır ve veri tabanına verilerini upload eder. Herhangi bir kullanıcı ihtiyacı olan veriyi tabanda arar, bulunan veri hangi kullanıcıda ise onunla birebir bağlantıya geçerek veriyi kendisine alır.

Ödeme sistemi olarak P2P yi ele alırsak iki veya daha fazla istemci arasında veri paylaşmak için kullanılan bir ağ protokolü anlamına gelen, müşterilere birbirleri arasında sermaye transferini kolayca ve düşük maliyetle gerçekleştirme imkânı sağlayan sistemdir. Bu sistemin avantajı zaman zaman uluslararası transferler için de mümkün olabilmesidir(Maniatis, 2005: 2-50).

Chase Consumer Banking'in CEO'su Barry Sommers'e göre, P2P sistemle gerçekleştirilen transferler 2015 yılından bugüne yüzde 80'nin üzerine çıktı. Şu anki P2P pazarında ise, Facebook ve Snapchat gibi sosyal medya platformları ile lendingClub, Zelle, Venmo ve PayPal gibi alternatif mecralar varlık gösteriyor.

Geleneksel bankalar bu teknolojiyi hali hazırda kullanan firmaların sahip olduğu 'rekabet avantajının yaratacağı rehavetten' faydalanıp durumu lehlerine çeviriyorlar. ClearXchange firmasının yayınlamış olduğu rakamlara göre P2P ödeme sistemi kullanımı 7500 finansal kurum ve 25 milyon kullanıcıyla ulaşmıştır.

2.3.4. Ticaretle Uğraşanlar İçin Data Monetization

Teknolojinin ilerlemesi ve teknolojik uygulamalarla beraber, bireylerin alışveriş merkezleri, gıda harcamaları, giyim harcamaları, lüks veya temel ihtiyaç tüketimleri gibi bir çok konuda yaptıkları etkinliklerin izlenmesine olanak sağlamak ve böylece çok sayıda data toplanmasına olanak vermektedir. Toplanan bu datalar, tüketici davranış etkinliklerini çözümlmek için en önemli girdiyi mümkün kılmaktadır. Data sağlayan teknolojilerden biri, bankaların kredi kartı kullanan insanların çok sayıda datalarının toplanmasını sağlayan pos cihazlarıdır. Pos cihazları, tüketim faaliyetlerinin mekansal-zamansal şekillerinin belirlenmesini olanaklı kılmaktadır. Diğerlerinden daha sağlam ve kullanışlı pazarlama taktikleri geliştirmek için (örneğin, bireylere has kampanyalar veya gizli müşterileri tespit etmek), tüketicilerin harcama davranışlarını çözmek önemlidir(De Mauro vd., 2016: 124).

Son zamanlarda dijital ortamlardaki alışveriş sürekli ilerleme kaydediyor olsa da bireyler yine de geleneksel yönelimleriyle kompleks şeklindeki avm ya da tekdüze mağazalardan alışverişlerini gerçekleştirmeyi seçmektedirler. Bireyler çoğunlukla tüketim yeri tercihlerini geniş mağaza yelpazesine, ulaşım kolaylığına, sıkıntısız olmasına, rahat ortamına ve sosyal yönlerine göre tercihlerini yaparlar. Huff'a göre, "insanların evlerine veya iş yerlerine yakın yerlerde alışveriş yapma olasılıkları daha yüksektir". İçinde bulunduğumuz zaman diliminde bir yerden bir yere giderken artan kolaylıklar ile birlikte, tüketiciler daha farklı mağaza seçenekleri içeren mekânları tercih edebilirler. Ama tüm tüketicilerin aynı etkinliklerini yapmasını bekleyemeyiz. Bu sebeple, teknolojik uygulamalarla tüketicilerin datalardan çıkarılan davranış biçimleri incelenerek, tüketim merkezleri bağlamında tüketim davranışlarındaki çeşitliliği tespit etmeyi amaçlamaktadır. Literatürde tüketicilerin alışveriş merkezlerindeki davranışları çoğunlukla anket yöntemi ile incelenmiştir(Alsghaier vd., 2017: 11).

Data monetization, veri üreticilerinin, veri toplayıcılarının ve veri tüketicilerinin, bu veriler üzerinden gerçekleştirdikleri alışveriş ya da ticaret döngüsüne verilen isimdir. Şu an için tam Türkçe karşılığı olmayan data

monetization yakın anlamıyla müşteri ilişkileri yönetimi olarak adlandırılabilir. Öncüleri arasında Güney Afrika merkezli Ned Bank yer alıyor. Ned Bank'ın geliştirdiği yeni ticari veri hizmeti Market Edge sayesinde ticaretle uğraşanlar, tüketici davranışları ve yaklaşımları hakkında coğrafi ve demografik bilgileri de içeren detaylı, yeni ticari bakış açıları kazanıyorlar. Ve bu yaklaşım sayesinde ürün geliştirme, döküm yönetimi ve personel süreçleri için doğru ihtiyaçlar belirlenebiliyor(Gandomi vd., 2015: 140).

Günümüzde özellikle son zamanlarda yerli paranın değer kaybetmesi ve daralan ülke içi ekonomi sebebiyle bu manada sıkıntıya düşmeyi öngören bankalar reel sektöre doğru ilerleme stratejilerini çoğaltarak, bireysel bankacılık hizmetlerini ön plana çıkartmışlardır. Otomatik para çekme makinesinin temeli 1939 yılında Luther Georger Simjian tarafından atılmıştır. Bu sistemi CitiBank altı ay süreyle denemiştir ama faydasını göremeyince çalışmayı durdurmuştur. Bu zamandan 29 sene sonra 1968 yılında Donald Wetzel tarafından geliştirilmiştir. Bu ATM Barclay's Bankası tarafından Londra da kurularak kullanıma açılmıştır(Fictch, 2002: 3).

Türkiyede ilk olarak Türkiye İş Bankası'nın 1980'li senelerde ilk otomatik vezne makinesini(ATM) devreye almasıyla bankacılık alanında yenilikler oluşmaya başlamıştır. ATM'lerin kullanımından yaklaşık on sene sonra satış noktaları terminallerinin(POS) kullanılmaya başlaması, dijitalleşmenin hızla ilerleyişiyle beraber elektronik fon transferinin hayatımıza girmesi(EFT), çağrı merkezleri, ev ve ofis bankacılığı hizmetleri, televizyon ve telefon bankacılığı uygulamalarını beraberinde getirerek bankalarda dijitalleşme sürecinin başlamasına olanak sağlamıştır(Özmen vd., 2015: 21).

Milenyum çağının başlarında interaktif bankacılık yoğun olarak bireysel bankacılık hizmetlerinin kullanılmasına birçok fayda sağlamıştır. Bireysel bankacılık teknolojinin hızla ilerlemesi ve serbest piyasa koşullarında sürekliliğin sağlanması, müşteri kaybetmeme, olası müşteri kazanımları ve dijital hizmet üreten aktör sayılarında her zaman yaşanan artış, farklı ürünlerin yaratılmasına, hali hazırda bulunan ürünlerin ise tekrardan geliştirip farklı biçimlerde sunulmasını sağlamıştır. Bu bağlamda, izinde bulunduğumuz zaman diliminde bankalar hizmet sağladıkları

birey ya da kurumları analiz etme, çıkarımda bulunma ve onlara kişiye özel hizmetler geliştirmek için müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarına doğru dijital altyapı yatırımları yapmaya başlamışlardır(Kırım, 2003: 6).

Bankacılıkta müşteri ilişkileri yönetimi sistemi, tüketicilerle alakalı dataların değişik bağlantı merkezlerinden toplanması ve bu dataların analiz edilerek tüketici bireylerin tanınması, kategorileştirilmesi (demografik yapısı veya tüketim şekillerine göre) ve hedef pazarlarını herhangi tüketici kümesine hangi hizmet vereceğinin tespit edilmesi ve her kısım için karlılık çözümlerinin yapılması, tüketicinin önem sırasının tespit edilmesi ve bu özellikler doğrultusunda mümkün olan pazarlama stratejisinin tasarlanması ve bu doğrultudaki müşterilerin yönetimidir(Ersoy, 2002: 8).

Bu durumda bankacılık sektörü, halihazırdaki müşterilerin ne tür ürün ve hizmetleri seçtiklerini ve tüketimlerini daha doğru belirleyerek, kişisel marketing yaklaşımlarını benimseyerek, müşterilerini daha iyi tanıyacak ve daha etkin hizmet sunacaklardır.

Müşteri ilişkileri yönetiminin dijital uygulamalarla bankalara müşterileri için satış ve marketing planlarını geliştirmek maksadıyla data analizi ve değerlendirilebilir modeller doğrultusunda müşterileri bu boyutta anlama olanağı vermektedir. Bir karar vermeye yardım sistemi olan müşteri ilişkileri yönetimi, data ambarlarını, kredi kartları, sigorta ve tasarruf hesabı, otomatik vezne makinesi, banka şubeleri, internet ve mobil bankacılık uygulamaları gibi çoklu merkez noktalarından dataları, arka ofis ve ön ofis uygulamalarını birleştirmekte, ve bu dataları nizamlı, muteber, şekillendirilmiş bilgiye çevirmektedir(De Mauro vd., 2016: 124).

2.3.5. Açık Uygulama Programlama Arayüzü

API'nin Türkçe açılımı "uygulama programlama arayüzü" olarak geçmiştir, yazılım programlarını yaratmak için izlenen süreklilikler, yapılan protokoller ve işletimde olan araçlar bütünüdür. API bir yazılımın mekanizmasını, inputları, outputları ve diğer türleri ifade eder. Herhangi API içerisindeki programların dışında fonksiyonlarını tanımlar. Sağlam API yazılım uygulamalarının bütün yapıtaşlarını

(building blocks) mevcutlayarak program geliştirmeyi basit hale getirir. Sonrasında da bilgisayar yazılımcıları blokların hepsini toplar. Daha anlaşılır bir biçimde anlatmak gerekirse API'lar yani uygulama programlama Arayüzleri farklı iki data tabanının problemsiz ve seri biçimde iletişim kurmasını sağlayan yapılar bütünüdür(Clarke, 2004:15).

Günümüzde, yazılım mühendisliği, insanların her geçen gün bilgisayar ve mobil uygulamaları daha fazla kullanmasından yola çıkarak çalışmalarını bu yönde geliştirerek çok önemli bir yol almıştır. Bu geliştirmeler ve çabalar özellikle kullanıcı grafik arayüzleri üzerinde etkinlik göstermiştir. Fakat insan ve bilgisayar arasındaki ilişkinin görev alanı bununla da sınırlı değildir. Yazılım uygulamalarında mali gider endişesi ile tekrardan kullanım isteminin artması, yazılım mühendislerinin üçüncü parti bileşenleri çok fazla yer vermeyi zorunluluk haline getirmektedir. Uygulamalarıyla bütünleştirdikleri kütüphanelerin taraflarına sunduğu arayüzler, yazılım mühendislerinin bilgisayarla olan etkinlik noktaları haline gelmiştir.

Kullanılabilirlik, kullanıcıların bir sistemle etkinliklerinin basit olmasına odaklanmıştır. ISO 9241'de kullanılabilirlik, “hedef kullanıcıların gerekli görevleri etkili, verimli ve tatmin edici bir şekilde yerine getirebilmeleri” olarak betimlenmiştir.

Bankacılık kapsamında ise uygulama programlama arayüzü (API), bir yazılımın başka bir yazılımda tanımlanmış işlevlerini kullanabilmesi için oluşturulmuş bir tanım bütünüdür. Bu arayüz sayesinde bankalar bir platforma dönüşebilir ve bu da FinTech girişimleri ile geleneksel bankalar arasında olası bir yıpratma mücadelesini önleyebilir(Clarke, 2004:15).

Bazı bankalar, açık API'yı hem bu yıpratıcı olabilecek mücadele önlemek için hem de müşterileri ile etkileşime geçebilmeleri için FinTech girişimlerine bir fırsat olarak öneriyorlar. Açık API, şirketin veri ve hizmetlerine dijital bir kapı açılmasını sağlıyor. Yani bu durum geleneksel bankalar ve yeni nesil bankalar için bir ‘kazan-kazan’ durumu yaratıyor.

2.4. Dijitalleşmenin Bankacılık Sektörüne Etkisi

Teknoloji ile beraber dijitalleşmenin hayatımızın her bölümünde yer almasıyla ve akıllı cihazların yaşantımızın ayrılmaz bir bütünü haline gelmesi bankacılık sektöründe bankayla çalışan kişilerin de alışkanlıklarında farklılıklar yaşanmasına sebep olmaktadır. Banka sektörü de bu taleplere karşılık vermek için dijital bankacılık alanında yoğun çalışma içine girmiştir. Banka çalışanları teknolojideki hızlı evrilmenin bankaların iş yapış şekillerinde değişimi birlikte getirdiğini, teknolojiyi doğru ve yerinde kullanan bankaların üstünlük sağladığını belirtmektedir. Günümüzde gerek geleneksel bankalar gerekse yenilikçi yaklaşımla çalışan bankaların en çok üzerinde durdukları konu dijital aktifliktir(Tilson vd., 2010: 748-759).

İşletme dünyasında dijitalleşme; manüel olarak oluşturulan verilerin ya da mesleki süreçlerin bilgisayar ortamına ya da dijital ortama aktarılmasıdır. Bilgisayarın işlem yapma hızı sebebiyle süreç daha seri ilerler ve datalara ulaşma ve kaynak idaresi kolaylaşır. Bunun yanında bir işletmenin dijitalleşmesi, data veya data kaynaklarının dijitalleştirilmesinin ötesinde, bir sürecin, algı ve yönetimin dijitalleştirilmesi olarak düşünülmelidir. Örnek vermek gerekirse bir işletmenin dijital platforma geçmesi, eskiden manüel şekilde idare edilen süreçlerin bilgisayar ortamına aktarılmasıyla sınırlı değildir, ayrıca bu ortamın sunduğu yeni imkânların daha verimli kullanılması ve bu ortama özel yeni problemlerin doğru yönetilmesini de içerir(Fichman vd., 2014: 329-353).

Son zamanlarda birçok kişi yaşantısının büyük bir bölümünü internet, mobil uygulamalar ve sosyal ağlarda geçirmektedir. Dolayısıyla dijitalleşen insanlar bu insanlara ulaşmaya çalışan işletmeler ve markaları da dijitalleşmeye zorluyor. Bu değişimi ön gören bankacılık sektörü, kendini evrimlendirerek dijital bankacılık uygulamalarını hayata geçirmiştir. Hız her ne kadar kurumların önceliği gibi görünse de bireylerin de hayatının vazgeçilmezidir. Teknolojinin sunduğu dijitalleşme, hızı yakalamanın başlıca unsurudur. Finans ve bankacılık alanında yaşanan değişim ve dönüşüm, bireylerin ve toplumun hızla dijitalleşmesine öncülük ediyor. Bankacılık işlemleri kısa bir süre içerisinde dijital kanallardan yapılan işlemler, klasik bankalardan yapılan işlem sayısına ulaşmış hatta bu sayıyı geçmiştir. Dijital

bankacılıkta müşteriden masraf, işlem ücreti, komisyon, faiz vb. alınmadığı ya da daha düşük ücretlerde yapıldığı için maliyet ve fiyat özelliği öne çıkmaktadır. Dijital bankacılık, hem müşteri memnuniyeti hem de bankaların yatırım maliyetlerini düşürmesi anlamında yaygınlığı artan bir hizmet modeli olma özelliğini devam ettirmektedir(Fichman vd., 2014: 329-353).

Dijitalleşen bankalarla beraber değişen müşteri, tüm finansal hizmetleri dijital kanallardan seri, basit şekilde her an ve her konumdan almak istemektedir. Mobil uygulamaların yaşantımızda günden güne daha büyük yer kaplaması ile yeni jenerasyon, bankacılık tercihlerini dijital, basit, anlaşılır, eğlenceli ve sorunsuz işlem yapmaya olanak sağlayan değer önermeleri ve markalardan yana kullanmaktadır(Kırım, 2003: 7).

Günümüzde yeni nesli tanımlayan en belirgin özellikler; teknolojiye hâkimiyetleri, süreçten ziyade deneyime önem vermeleri, uzun süreli marka/ürün sadakatlerinin olmaması, kendilerini çok rahat ifade edebilmeleridir.

Yeni neslin neredeyse tamamı akıllı mobil cihazlara sahip ve kendilerini çok sıkı sosyal medya kullanıcısı olarak tanımlıyorlar. Yeni neslin teknolojiyi yakından takip etmeleri, yeniliğe, gelişime açık olmaları, yaptıkları her işte sorgulayıcı olmaları nedeniyle kolay tatmin olmayan bir yapıya sahip oldukları gözden kaçmamaktadır. Bu durum finans kurumlarını sürekli olarak inovasyona yöneltmektedir. Yeni jenerasyonun ürün ve hizmetlere zamandan ve konumdan bağımsız, 7 gün 24 saat işlem yapma gereksinimi ve yenilenmelere hızlı entegrasyonu kurumların, dijital bankacılık alanında bu kanalların yapısıyla uyumlu bir müşteri deneyimi geliştirmesi gerektiriyor. Bu da finans ve bankacılık alanında rekabeti sürekli artıran bir unsura dönüştürüyor(Schmidt ve Cohen, 2014: 5).

Son zamanlarda dijital bankacılığın ilerleme ve yayılma alanları olarak baktığımızda Fintech'lerin dışında yeni teknolojiler akla geliyor. Özellikle giyilebilir teknolojiler, yapay zeka, nesnelerin interneti (IoT) ve sanal gerçeklik tarafında geliştirilecek yeni inovatif hizmetler dijital bankacılığı besleyecek başlıca unsurlar olarak görülmektedir. Bankacılık sektörünün dijital kanalları olarak otomatik para

çekme makinesi, kiosk bankacılığı, telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve mobil bankacılıktır(Kırım, 2003: 7).

2.4.1. Otomatik Para Çekme Makinesi

Süreç dâhilinde gelişen otomatik para çekme makineleri ilk başlarda manyetik kartlarla para çekme işlemleri yapılırken ilerleyen zamanlarda plastik daha sonra da çipli kartlarla bu işlemi gerçekleştirmeye başlamıştır. Teknolojiyle beraber otomatik ödeme makineleri para vermenin yanında para işlemleri de yapmaya başlamıştır. Son zamanlarda ise bireysel bankacılık işlemlerini de gerçekleştirebilme olanağı sağlanmıştır. Ayrıca belirli bir ağ ile birbirlerine bağlanan bu makineler ortaklaşmışlardır. Farklı bir bankanın müşterisi olan kişi başka bir bankaya ait olan makineden işlem yapabilmektedir(Fictch, 2002: 12).

2.4.2. Kiosk Bankacılığı

İnternet bankacılığı uygulaması olan bankaların müşterilerine sunmuş olduğu bir hizmettir Kiosklar. Kullanıcılar internet bankacılığında yaptığı bütün hizmetleri kiosk bankacılığında da yapabilmektedir. Müşteri farklılık yaşamadan basit bir şekilde bu cihazlar vasıtasıyla para alma ve verme işlemleri dışında diğer işlemlerini yapabilmektedir. Kiosklar konuldukları yerler de para alma veya verme işlemi yapmayan sanal banka şubesi görevi görmektedir. Gideri az, teknolojik olarak kapsamlı olan bu cihazlar günümüzde hızla artış göstermektedir(Tolon, 2002: 10).

Kiosklar, bankalar açısından değerlendirildiğinde ekonomik tasarruf amacıyla çok avantajlıdır. Herhangi bir yere konumlandırılacak olan bir Kiosk cihazının gideri yaklaşık olarak bir otomatik para çekme makinesinin giderin üçte biri kadardır. Genelde yoğun olarak para alışverişin kullanılan otomatik para çekme makineleri bütün müşterilerin kullanımını dolayısıyla yoğunluk oluşturmakta ve zaman kaybı yaşatmaktadır. Kiosk makineleri ise bu yoğunluğu azaltıp zamandan tasarruf etmeyi sağlamaktadır(Tolon, 2002: 10).

2.4.3. Telefon Bankacılığı

Bir banka müşterisi telefonla bankayı arayarak iletişim kurar ve işlemlerini bu kanal üzerinden yapar. Uygulamanın başlangıcında sayısal telefon santralleri ile telefonun tuşlarına basarak hizmet almış olduğu bankanın bilgisayarına komut

göndererek kullanılan telefon bankacılığı, son zamanlarda müşteri talep düzeyine bağlı olarak ortaya çıkan müşteriye özel bankacılık bağlamında çağrı merkezli bankacılık olmuştur. Ülkemizde kullanılan 444 ile başlayan numaralar banka çağrı merkezlerinde özel olarak tercih edilmektedir. Telefon bankacılığı hizmeti ile nakit para alışverişi dışında bütün bankacılık işlemleri yapılabilmektedir. Ayrıca müşteri talebi üzerine müşteri temsilcisi ile iletişim kurma olanağı mevcuttur(Yereli, 2002: 29).

Dijital bankacılık kanallarına önem veren bankalar çağrı merkezlerini ön sıralarda değerlendirmektedir. Çağrı merkezlerini arayan müşterilerden toplanan datalar sayesinde, müşteriye özel ürünler, hizmetler ve kampanyalar sunulması gibi müşteri deneyimini artırıcı uygulamalar yapılabilmektedir. Fakat bu kanal üzerinden yapılan işlemlerin bazıları kullanıcılar tarafından tercih edilmemektedir. Bunun sebebi ise müşterilerin güven eksikliği duymasıdır. Her ne kadar çağrı merkezi operatörü sesli onay alsada işlem sonunda yazılı evrak olmadığı için müşteriler bazı işlemlerinde bu kanalı kullanmamaktadır(Yereli, 2002: 29).

2.4.4. İnternet Bankacılığı

Dijitalleşmenin hızla büyümesi, birçok iş kolu gibi bankacılık sektörünü de büyük ölçüde etkisi altına almıştır. Gözle görünür bir şekilde internet kullanımının kişiler arasında yaygınlaşmaya başlamasıyla, bireysel bankacılığa doğru yol alan ve insanı merkeze koyan bankacılık için internet, çok ciddi öneme sahip olan bir kanal haline gelmiştir. Günümüz teknolojilerinin en hızlı gelişen kolu olan dijitalleşme ilk kullanımlarda bankalardaki analog işlemleri sayısallaştıracığı için yazılı işlemlerini basitleştireceği ve serileştireceği düşünülmeye rağmen son dönemde bankacılık sektörünü geliştiren, rekabet ortamı yaratan ve ileriye taşıyan ana bir etmen haline gelmiştir(Büyükdemir, 1997: 12).

“İnternet bankacılığı, yaşadığımız zamanda fiziksel şubelerden yapılan bütün bankacılık işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesi” olarak tanımlanmaktadır(Okumuş vd., 2010: 90-112). Bu bağlamda bakıldığında, internet bankacılığı, internet üzerinden işlem yapılabilen sanal banka şubesi olarak tanımlanabilir. İnternet bankacılığı kullanımında hem banka hem de müşteriler

kazanç sağlamaktadır. Bankaların maliyetlerini düşürüp iş yüklerini hafifletirken, müşteriler yer mekân fark etmeksizin istediği her an internet bankacılığı kullanıp işlemlerini basit ve hızlı bir şekilde tamamlayabilmektedir. Bu sayede bankalar müşterilerine sınırsız hizmet verebilmekte ve onlarla her an iletişim kurabilmektedir(Okumuş vd., 2010: 90-112).

2.4.5. Mobil Bankacılık

Ülkemizde Bankacılık ve finans iş kolu dijitalleşme oranında diğer iş kollarına göre ilk sıralarda yer almaktadır. Bankaların dijitalleşmeye ağırlık vermesiyle bireylere inovatif hizmet sunma olanağı oluşmuştur. İlk olarak internet bankacılığıyla dijital alana dönüştürülen dijital şube bankacılık anlayışı, akıllı cihazların kullanımının artmasıyla da, mobil bankacılığın tercih edilmesini büyük ölçüde arttırmaktadır. Son dönemlerde teknolojik ilerlemelerle eş güdümlü olarak cep telefonu sektöründe de ciddi ilerlemeler yaşanmıştır. Cep telefonlarının PC fonksiyonlarını taşıdığı son zamanlarda kullanımı ve satın alınması artmıştır(Chang, 2015: 678-690).

İOS ve benzeri işletim sistemlerin tercih edildiği bu tür akıllı cihazlar ile birçok işlem yapılabilmektedir. Akıllı telefonlar, tabletler ile birçok işlemin basit ve hızlı bir şekilde halledilebilmesi tercih edilmelerini de çoğaltmıştır. Akıllı cep telefonlarının rahat taşınması, ebatlarının farklı cihazlara nazaran daha minimal olması tercih edilebilirliğini artıran bir başka nedendir. Akıllı cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla bankacılık iş kolu da mobil kullanıma uyumlu uygulamalar üreterek müşterilerin tercihlerine sunmuştur. Mobil bankacılık uygun yazılıma eş güdümlü olarak geliştirilmiş ve son zamanlarda kullanımı büyük ölçüde artmıştır(Kırım, 2003: 7).

2.5. Dijital Bankacılık İşlem Hacimleri

Dijital bankacılık işlem hacimleri Türkiye Bankalar Birliği üyesi ve internet bankacılığı hizmeti veren 27 banka ile mobil bankacılık hizmeti veren 19 banka verisinden oluşmaktadır. Sisteme en az bir kez giriş (log-in) işlemi yapmış aktif bireysel dijital bankacılık müşteri sayısı 35 milyon 673 bin kişidir. Bu sayının 4

milyon 541 bin kişisi “sadece internet bankacılığı” işlemi yaparken 23 milyon 441 bin kişisi “sadece mobil bankacılık” işlemi yapmıştır. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 7 milyon 691 bin kişidir(TBB, 2008:1).

İnternet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan finansal işlemlerin toplam adedi 139 milyon, tutarı ise 1,3 trilyon TL olmuştur. EFT, havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri, 70 milyon işlem adedi ve 956 milyar TL’lik hacim ile finansal işlemler arasında en büyük paya sahip olmuştur. İkinci sırada ise 12 milyon işlem adedi ve 233 milyar TL’lik işlem hacmi ile yatırım işlemleri takip etmiştir. İnternet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan finansal işlemler toplam işlem adedi bir önceki döneme göre 3 milyon artarken, toplam işlem hacmi 22 milyar TL azalmıştır. (TBB, 2008:2).

Yatırım işlemleri hacminde birinci sırayı yaklaşık 3 milyon işlem adedi ve 57 milyar TL hacmi ile döviz işlemleri almıştır. Bunu, 6 milyon işlem adedi ve 56 milyar TL’lik hacim ile hisse senedi işlemleri izlemektedir. En yüksek ortalama işlem hacmi 141 bin TL ile VİOP işlemlerinde gerçekleşmiştir. İkinci sırayı ise 50 bin TL’lik ortalama işlem hacimleri ile vadeli hesaplar ve Repo işlemleri almıştır. internet bankacılığı kanalıyla kullandırılan anlık kredi adedi 135 bin, hacmi 2 milyar 205 milyon TL’dir. Aynı dönem içinde gerçekleştirilen sigorta satışı adedi 59 bindir. (TBB, 2008:3).

Mobil bankacılık yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam müşteri sayısı Mart 2018 itibariyle 48 milyon 806 bin kişidir. Bunların 32 milyon 47 bin kişisi (yüzde 66’sı) Ocak-Mart 2018 dönemi içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmıştır. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış mobil bankacılık müşteri sayısı ise 39 milyon 181 bin kişidir(TBB, 2008:4).

Ocak-Mart 2018 döneminde mobil bankacılık ile gerçekleştirilen 19 milyon 674 bin adet yatırım işleminin hacmi 200 milyar TL olmuştur. Ocak-Mart 2018 dönemi itibariyle, mobil bankacılık hizmeti kullanılarak yapılan finansal işlemlerin toplam adedi 297 milyon, tutarı ise 654 milyar TL olmuştur. EFT, havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri, finansal işlem hacminin yüzde 58’ini oluşturmuştur. Ocak-Mart 2018 döneminde mobil bankacılık kanalıyla

kullandırılan anlık kredi adedi 646 bin, hacmi 6 milyar 934 bin TL'dir. Aynı dönem içinde gerçekleştirilen sigorta satışı 208 bin adettir(TBB, 2008:4).

2.6. Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Çevresel Etkileri

Canlıların yaşamlarını sürdürebilmesi için gerekli olan koşulların sağlanmış olduğu ortam ya da şartlardır. Sağlıklı bir yaşamın sürdürülmesi ancak sağlıklı bir çevre ile mümkündür(Keleş vd., 2002: 16).

Her geçen gün endüstrileşmenin yaygınlaşmasıyla beraber doğa biraz daha fazla kirlenmektedir. İhtiyaçtan fazla kaynak kullanımı, atıkların bilinçsizce depolanması veya hiçbir işlem yapılmadan doğaya bırakılması, aşırı kullanılan kimyasal maddeler, pestisitler, ağaçların yok edilmesi, deniz kirliliği, aşırı karbon gazı salınımı gibi birçok etmen çevre kirliliği yaratmakta ve geri dönülemez hasarlar bırakmaktadır(Uluğ, 1997: 2).

Bir örnekle çevre kirliliğinden bahsedecek olursak; 1 adet kalem pil yaklaşık olarak 18 gram gelmektedir. Yaklaşık olarak 4 metreküp toprağı zehirlenmektedir. 1 kalem pilde ortalama 0.05 gram civa bulunur. 20 kalem pil 10.000.000 litre suyu zehirlenmektedir. 20 adet kalem pil 2 ton balığı ve 20 ton yiyeceğı zehirlenmektedir(Baş ve Demet, 1992: 42-46).

Çevreyi korumanın pek çok yönü vardır. Bunlardan başlıcaları; İhtiyaç kadar kaynak kullanımı ve sarfiyat yapılması, atıkların ayrıştırılması ve geri dönüşümünün yapılması, kullanılan ürünlerin "reuse" kapsamında tekrardan kullanılması, ormanları ve canlı hayvan popülasyonunun korunması, "sıfır atık" mantığıyla yaşamı devam ettirmektir.

Sifiratik.gov.tr internet sitesinde yer alan verilere göre "Sıfır Atık Projsi" ile geri dönüşümü yapılan atıkların kazanımından; 106.000 kilogram kâğıt geri dönüştürüldüğünde 1804 adet ağaç kesilmekten kurtarılmıştır. 35.000 kilogram plastik geri dönüştürüldüğünde 565 varil petrol tasarrufu sağlanmıştır. 6.000 kilogram cam ve 7.580 kilogram metal geri dönüşümünden 17.000 kilogram hammadde sağlanmıştır. 6.000 kilogram organik atık geri dönüştürüldüğünde 2.400

kilogram gübre üretilmiştir. 3.100 litre atık yağdan 3.100 litre biyodizel yakıt, 1.130 litre atık yağdan 700 litre madeni yağ üretilmiştir. 249 kilogram elektronik atığın dönüşümüyle 75 kilogram değerli metal elde edilmiştir. Bu geri dönüşümlerle 641.794 kilovatsaat enerji, 2.968 metreküp su, 1102 metreküp depolama alanı artırılmış olup, sera gazı salınımı ise 21.000 kilogram azaltılmıştır.

Dijital bankacılık kanallarıyla yapılan işlemlerde herhangi bir kâğıt, enerji ve sarf malzemesi kullanılmadığı için çevre kirlenmesine karşı herhangi bir olumsuz durum meydana getirmemektedir. Ayrıca şubeden işlem yapan müşterilerin dijital kanallara yönelmesi ile mevcut kullanılan kaynakların tüketiminde azalmalar olacağı için hem maddi olarak hem de atık miktarlarında azalmalar mevcut olmaktadır(Roger, 1991: 112).

2.7. Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Avantajları ve Dezavantajları

Ying-yang felsefesine göre “her iyinin içerisinde bir kötü her kötünün içerisinde bir iyi vardı” denilmektedir. Yani her şey zıtlıya var olmaktadır. Bu sebeple teknolojinin gelişmesiyle bankacılık sektörüne farklı bir bakış açısı getiren dijitalleşmenin hem avantajları hem de dezavantajları mevcuttur.

2.7.1. Avantajları

Dijital bankacılıkta yapılan işlemler herhangi bir banka şubesine ihtiyaç duymamaktadır. Bu çerçevede şubede kullanılan elektronik cihazların enerji sarfiyatlarını düşürmektedir. Müşterilere işlemleri sırasında ve işlem sonunda belge vermek için kullanılan kâğıt sarfiyatını elektronik belgelerle ortadan kaldırmaktadır. Çalıştırdığı personel sayısında düşüş olacağı için çalışanı için ödediği miktarı azaltmaktadır. Mülk harcamaları, belirli vergiler, sarf malzemeler gibi ekonomik anlamda giderlerden kurtularak tasarrufa doğru hızlı bir çıkış yakalamaktadır. Kişilere özel kampanyalar, indirimler, taksitler gibi ürünlerle müşterilerini cazip ederek bankalarının tercih edilme oranını çoğaltarak karlılık düzeyleri arttırdığı görülmektedir. Her an ulaşılabilir olmak bu stratejilerin temel taşı diyebiliriz. İnternet bankacılığı, mobil bankacılık, telefon bankacılığı şube bankacılığının aksine

7 gün 24 saat müşterilere hizmet vermekte ve işlemlerini gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda müşteriler bankaya istedikleri her an, hangi konumda olursa olsun ulaşabilmekte, kolay ve hızlı şekilde istedikleri hizmetleri alarak zaman tasarrufu sağlamanın yanı sıra bankacılık işlemlerinin dışındaki işlerini kolaylıkla halledebilmektedir(Polanyi, 2000: 192).

Bankacılık sistemlerinin dijital entegrasyonu sayesinde alt yapılarda yapılacak olan bir değişiklik çok kısa sürede yapıp zaman tasarrufu sağlanmaktadır. Müşterilerin yapmak istedikleri işlemleri dijital bankacılık sayesinde personel ihtiyacı olmadan gerçekleştirmesi bankaların iş yükünü hafifletmektedir(Davidson, 2004: 4).

2.7.2. Dezavantajları

Dijital bankacılık hem zamandan hem de ekonomik olarak avantajlı olmasının yanı sıra banka çalışanlarının yaptığı işi teknolojik alt yapıyla yapılmasından kaynaklı olarak personel ihtiyacına gerek duymamaktadır. Bu nedenle çalışan personellerin işlerine son verilmektedir. İşsiz kalan personeller psikolojik ve maddi olarak sıkıntıya düşmektedir. İş gücünün düşmesi ve işsizlik oranını arttırarak ülke ekonomisine olumsuz yönde etki etmektedir(Uluğ, 1997: 2).

Banka şubelerinin kapanmasıyla mülk sahipleri ve bankalarla çalışan diğer sektörler mali açıdan olumsuz etkilenmektedir. Örneğin mülk sahibi kira getirisinden olurken toner, kâğıt ve diğer sarf malzemeleri satan tedarikçiler büyük bir satış kanalını kapatmak zorunda kalacaklardır. Devlete ödenen stopaj vb. vergiler ödenmeyecektir.

Dijital bankacılığın kullanımı için akıllı cihazların ve bilgisayarların gereksinim duyduğu internet bağlantısı ve enerjinin olmaması durumunda işlevselliğini yitirerek kullanıcıların işlem yapmasını olanaksız hale getirecektir(Dura, 1991: 68).

Belirli yaş ortalamasının üzerinde olan ve yeni teknoloji kullanamayan banka müşterileri dijital bankacılığı kullanamamakta olup işlemlerini gerçekleştiremeyip banka şubelerini tercih etmektedirler. Bilgisayar korsanları vb. tehlikelerden dolayı

kullanıcılar güven problemleri yaşamaktadır. Müşterilerin yüklü miktarda para çekme yatırma, döviz işlemleri başta olmak üzere buna benzer işlemlerini banka şubelerinde personelle yüz yüze görüşme istekleri doğrultusunda dijital bankacılık kullanılmamaktadır(Chang, 2015: 678-690).



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ANKET ÇALIŞMASI

3.1. Anketin Amacı

Ülkemizde her geçen gün daha da yaygınlaşan dijitalleşmeyle bireylerin internet, mobil cihaz ve dijital uygulama kullanımını artmıştır. Bu bağlamda bankacılık sektörü de hizmet ve ürünlerini dijital ortama taşıyıp müşterilerin hizmetine sunmuştur. Anket çalışmamızda bankacılıktaki dijital hizmet ve ürünlerin bireylerin demografik durumlarına göre “bankacılıkta dijitalleşme ve çevreye etkisi” olgusuna bakış açısı tespit etmek amaçlanmıştır. Yapılan anket çalışmasında banka müşterilerinin dijital bankacılık işlemlerini yapma sıklığı, çalıştıkları banka segmentleri, dijital bankacılık kanallarıyla yapmış oldukları işlemleri ve enerji sarfiyatı, geri dönüşüm konularında fikirlerine başvurulmuştur.

3.2. Anket Metodu

Yaptığımız anket çalışmamızda “Ege, Akdeniz, Marmara, Karadeniz, İç Anadolu ve Doğu-Güneydoğu” bölgelerinde zaman ve maliyet’den dolayı “banka çalışanı ve banka müşterisi” olan bireylerden her bölge için “100 (yüz)” katılımcı seçilmiş ve yüz yüze görüşme yapılarak anket tamamlanmıştır.

Anketimizin analiz aşamasında SPSS programı ile katılımcıların demografik yapılarının yüzdesel dağılımları tespit edilmiştir. Yine SPSS programı bağımsız değişkenli sorulara “bankacılıkta dijitalleşme ve çevre etkisi” olgusuna verdikleri cevaplara göre “t testi”, bağımlı değişkenli demografik cevaplı sorularla “bankacılıkta dijitalleşme ve çevre etkisi” olgusuna verdikleri yanıtlar “one way Anova” testiyle analiz edilmiştir.

3.3. Anket Analiz ve Yorumlaması

Araştırmada elde edilen veriler SPSS statistics 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (yüzde, sayı, standart sapma, ortalama) kullanılmıştır. Likert şekilli ölçek kullanılan anketlerde veriler normal dağılmaktadır. Normal dağılıma sahip ölçekler olduğu için istatistik değerlendirmelerde parametrik testler uygulanmıştır. Normal dağılıma sahip ölçekler için niceliksel verilerin karşılaştırılmasında iki grup arasındaki farkı bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla grup ortalamalarında karşılaştırmalarında tek yönlü varyans analizi (one way Anova) uygulanmıştır. Ölçek puanlarında ilişkiyi irdelemek için korelasyon analizi uygulanmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkisini araştırmak için basit doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Regresyon varsayımı gereği, hata terimlerinin normal dağılım uygunluğu göz önünde bulundurularak, basit doğrusal regresyon sonuçları verilmiştir. Toplanan verilerin uygun analiz yöntemi ile analiz edilmesi yukarıdaki ön koşulların sağlanması ile gerçekleştirilir. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek amacıyla “Güvenilirlik Analizi” yapılmış ve elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

3.3.1. Demografik Özelliklerin Dağılımı

Anket çalışmamıza katılım sağlayan kişilerin yaş dağılımları, cinsiyetleri, öğrenim durumları, çalışma şekilleri, aylık ortalama gelirleri, ailesinin öğrenim durumu, kaç yıldır bankalarla çalışma yaptığı, bankalardaki çalışma segmentleri ve hangi banka işlemlerini yaptığı kendilerine sorulmuş ve cevaplar analiz edilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

		Yaşınız			
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	18-25	138	23,0	23,0	23,0
	26-45	253	42,2	42,2	65,2
	46-65	161	26,8	26,8	92,0
	65+	48	8,0	8,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların % 23'ü 18-24 yaş arası, % 42,2'si 26-45 yaş arası, % 26,8'i 46-65 yaş arası, % 8'i 65 yaş üstü olduğu tespit edilmiştir(Tablo 1).

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyetiniz					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kadın	275	45,8	45,8	45,8
	Erkek	325	54,2	54,2	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların % 45,8'i kadın, % 54,2'si erkek olduğu tespit edilmiştir(Tablo 2).

Tablo 3: Katılımcıların Öğrenim Durumuna Göre Dağılımı

Öğrenim Durumunuz					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Yüksek Öğrenim	207	34,5	34,5	34,5
	Lise	220	36,7	36,7	71,2
	İlkokul-Ortaokul	153	25,5	25,5	96,7
	Diplomasız	20	3,3	3,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların % 34,5'i yüksek öğrenim, % 36,7'i lise, %25,5'i ilkokul-ortaokul, % 3,3'ü diplomasız olduğu tespit edilmiştir(Tablo 3).

Tablo 4: Katılımcıların Ortalama Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı

Aylık Geliriniz					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	2000 tl altı	144	24,0	24,0	24,0
	2000-4000 tl	350	58,3	58,3	82,3
	4000-6000 tl	90	15,0	15,0	97,3
	6000 tl üstü	16	2,7	2,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların %24'ü 2000 tl'nin altında, % 58,3'ü 2000 ile 4000 tl arasında, % 15'i 4000 ile 6000 tl arasında, % 2,7'si 6000 tl arasında ortalama gelir düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir(Tablo 4).

Tablo 5: Katılımcıların Bankalarla Çalışma Yıllarının Dağılımı

Kaç Yıldır Bankalarla Çalışmaktasınız					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	1 yıldan az	40	6,7	6,7	6,7
	1-5 yıl	166	27,7	27,7	34,3
	5-10 yıl	172	28,7	28,7	63,0
	10 yıl üstü	222	37,0	37,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların % 6,7'si 1 yıldan az, % 27,7'si 1-5 yıl arası, % 28,7'si 5-10 yıl arası, % 37'si 10 yıldan fazladır bankalarla çalıştığı tespit edilmiştir(Tablo 5).

Tablo 6: Katılımcıların Aile Öğrenim Durumlarına Göre Dağılımı

Aile Öğrenim Durumunuz					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Yüksek Öğrenim	37	6,2	6,2	6,2
	Lise	158	26,3	26,3	32,5
	İlkokul-Ortaokul	218	36,3	36,3	68,8
	Diplomasız	187	31,2	31,2	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların aile öğrenim durumlarına göre dağılımı % 6,2'si yüksek öğrenim, % 26,3'ü lise, % 36,3'ü ilkokul-ortaokul, % 31,2'si diplomasız olduğu tespit edilmiştir(Tablo 6).

Tablo 7: Katılımcıların Yaptıkları Bankacılık İşlemlerine Göre Dağılımı

Yaptığınız Bankacılık İşlemleri					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kredi	52	8,7	8,7	8,7
	Mevduat	45	7,5	7,5	16,2
	Maaş	223	37,2	37,2	53,3
	Günlük Ödemeler	34	5,7	5,7	59,0
	Bütün İşlemler	246	41,0	41,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların % 8,7'si kredi, %7,5'i mevduat, % 37,2'si maaş, % 5,7'si günlük ödemeler, % 41'i bütün bankacılık işlemlerini yaptığı tespit edilmiştir(Tablo 7).

Tablo 8: Katılımcıların Çalışma Sektörlerine Göre Dağılımı

Çalışma Şekliniz					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kamu Sektörü	142	23,7	23,7	23,7
	Özel Sektör	242	40,3	40,3	64,0
	Kendi İşim/Serbest Meslek	68	11,3	11,3	75,3
	Diğer	148	24,7	24,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların % 23,7'si kamu sektöründe, % 40,3'ü özel sektörde, % 11,3'ü kendi İşim/serbest meslek de, % 24,7'si diğer sektörlerde çalıştığı tespit edilmiştir(Tablo 8).

Tablo 9: Katılımcıların Banka Segmentlerine Göre Dağılımı

Bankalarla En Çok Çalıştığınız Segment					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Bireysel	564	94,0	94,0	94,0
	Kobi	28	4,7	4,7	98,7
	Ticari	8	1,3	1,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

600 kişide yapılan anket çalışmasında katılımcıların %94'ü bireysel, % 4,7'si kobi, % 1,3'ü ticari bölümleriyle çalıştığı tespit edilmiştir(Tablo 9).

3.3.2. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, bir ölçek veya test tarafından ölçülmek istenen datanın istikrarlı ve tutarlı bir şekilde ölçülme dereyesidir(Altunışık vd., 2010: 122). Genellikle analizlerde kullanılan güvenilirlik belirleme yöntemi Cronbach Alfa katsayısı'dır. Katsayının 1'e doğru yönelmesi ölçekte yer alan soruların iç tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir(Kula Kartal ve Mor Dirlik, 2016: 1870).

Tablo 10: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Soru Sayısı	Cronbach Alfa
Dijitalleşme Algısı	4	0.884
Dijital Bankacılık İşlemleri	3	0.858
Kâğıt İsrافی	5	0.877
Enerji	4	0.869
Sürdürülebilir Çevre	5	0.887

Araştırmada kullanılan ölçeklerin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $p > 0.700$ olması gereklidir.

Dijitalleşme algısının Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı değeri $p=0.884 > 0.700$. Dijital Bankacılık İşlemlerinin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı değeri $p=0.858 > 0.700$. Kağıt İsrافی Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $p=0.877 > 0.700$. Enerji Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $p=0.869 > 0.700$. Sürdürülebilir Çevre Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı $p=0.887 > 0.700$, kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu da çalışmada kullanılan ölçeğin içsel tutarlılıklarının iyi olduğuna işaret etmektedir(Tablo 10).

3.3.3. Faktör Analizi

Tablo 11: Dijitalleşme ve Banka İşlemleri Ölçeklerinin Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçülmesi Analiz Sonucu

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,840
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık. Ki-Kare	2233,766
	Serbestlik	21
	Anlamlılık	,000

Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliğinin ölçülmesi analiz sonucu $p > 0.700$ olması gerekmektedir. Dijitalleşme ve banka işlemleri ölçeklerinin Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliğinin ölçülmesi analiz sonucu $p=0.840 > 0.700$ olduğundan faktör analizi yapılabilir olduğu sonucuna varılmıştır(Tablo 11).

Tablo 12: Dijitalleşme ve Banka İşlemleri Ölçeklerinin Faktör Analizindeki Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi^a Dağılımı

Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi ^a		
	Bileşenler	
	1	2
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	,871	
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür.	,848	
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	,732	,372
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	,714	
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım		,865
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.		,863
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	,415	,799

Ekstraksiyon Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.

Dönme Yöntemi: Kaiser Normalizasyonlu Varimax.

a. 3 Yenilemeli Rotasyon Uygulandı

Dijitalleşme ve banka işlemleri ölçekleri normal faktör dağılımlarına sahiptir(Tablo 12).

Tablo 13: Kâğıt, Enerji ve Çevre Ölçeklerinin Dijitalleşme ve Banka İşlemleri Ölçeklerinin Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçülmesi Analiz Sonucu

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,839
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık. Ki-Kare	5767,892
	Serbestlik	91
	Anlamlılık	,000

Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliğinin ölçülmesi analiz sonucu $p > 0.700$ olması gerekmektedir. Kâğıt, Enerji ve Çevre Ölçeklerinin Kaiser-Meyer-

Olkin örnekleme yeterliliğinin ölçülmesi analiz sonucu $p=0.839 > 0.700$ olduğundan faktör analizi yapılabilir olduğu sonucuna varılmıştır(Tablo 13).

Tablo 14: Kâğıt, Enerji ve Çevre Ölçeklerinin Faktör Analizindeki Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi^a Dağılımı

	Bileşenler		
	1	2	3
Atıkların geri dönüştürülmesi sizce çevrenin ve doğal kaynakların korunması açısından önemli midir?	,912		
Atıkların ayrı ayrı toplanması sürdürülebilir bir çevre için gerekli midir?	,887		
Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının yaygınlaştırılmasını çevre açısından gerekli görüyor musunuz?	,847		
Sizce banka şubelerinde yapılan işlemler kâğıt, enerji, vs israfına sebep oluyor mu?	,760		
Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursanız her zaman insan ve doğaya daha az zararlı olanları tercih eder misiniz?	,755		
Kopya yâda çıktı aldığınız kâğıdın her iki yüzünde kullanır mısınız?		,865	
Çıktı almak yerine genellikle e posta, mesaj veya telefonla arama yapar mısınız?		,861	
Not aldığınız kâğıdı tekrar kullanır mısınız?		,805	
Bilgisayardan çıktı almadan önce kontrol amaçlı ön izleme yapar mısınız?	,364	,725	
Bir dökümanı kâğıt israfı olmaması için çıktı almak yerine bilgisayar ortamında okumayı tercih eder misiniz?		,679	
Gereksiz enerji kullanmamak için ışık ve elektronik aletleri sadece ihtiyat duyduğunuzda mı açık bırakırsınız?			,901
Faturalarımızı elektronik ortamda almanın sürdürülebilir çevre açısından gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?			,887
Bilgisayar, yazıcı vb. elektronik cihazları kullanmadığınız sürece enerji tasarrufu için kapalı tutar mısınız?			,834

Enerji tasarrufunu sürdürülebilir bir çevre için gerekli görüyor musunuz?			,722
Ekstraksiyon Yöntemi: Temel Bileşen Analizi.			
Dönme Yöntemi: Kaiser Normalizasyonlu Varimax.			
a. 5 Yenilemeli Rotasyon Uygulandı			

Kâğıt, Enerji ve Çevre Ölçekleri normal faktör dağılımlarına sahiptir(Tablo 14).

3.3.4. Katılımcıların Yaş, Cinsiyet, Öğrenim Durumu, Çalışma sektörü ve Aylık Ortalama Geliri Analizi

Katılımcıların yaş, cinsiyetleri, öğrenim durumları, çalışma şekilleri ve aylık ortalama gelirleri analizinin yapılabilmesi için uygun istatistiksel teknikler kullanılmaya çalışılmıştır. Bu teknikler uygulanabilme şartlarına göre değişiklik göstermektedir. Farklılıkların incelenmesine yönelik analiz teknikler; araştırma yapılan bir konuda ölçülen değer ile beklenen değer arasında bir farklılık olup olmadığına, iki grup arasındaki farklılıkların incelenmesine ve ikiden fazla grup arasında karşılaştırma yapılmasına yöneliktir. Gruplar arasında farklılık olup olmama durumuna göre t testleri uygulanmaktadır. İki'den fazla grup arasında farklılıkların incelenmesine yönelik olan analizlerde ise ANOVA, One-way ANOVA ve ki-kare teknikleri yaygın olarak kullanılmaktadır (Altunışık vd., 2010: 177-178).

Katılımcıların iki gruplu cinsiyet durumuna göre t Testi uygulanacaktır.

Tablo 15: Katılımcıların Cinsiyetlerinin Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Analizi

	Cinsiyetiniz	Kişi Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Anlamlılık Düzeyi (2-tailed)
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	Kadın	275	2,6182	1,29698	0,352
	Erkek	325	2,5231	1,20066	
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil	Kadın	275	2,7164	1,30953	0,359

uygulama yüklüdür.	Erkek	325	2,8123	1,24666	
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	Kadın	275	1,5600	,77309	0,100
	Erkek	325	1,6677	,81671	
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	Kadın	275	2,8836	1,34310	0,402
	Erkek	325	2,9754	1,33079	
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	Kadın	275	2,9345	1,31918	0,235
	Erkek	325	3,0615	1,29191	
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	Kadın	275	3,4618	1,36744	0,302
	Erkek	325	3,5754	1,32101	
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım	Kadın	275	3,5200	1,50745	0,277
	Erkek	325	3,3908	1,40037	

Hipotezler

- 1) Dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- 2) Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- 3) Mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- 4) İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- 5) Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- 6) Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

7) İşlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

8) Dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

9) Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

10) Mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

11) İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

12) Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

13) Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

14) Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı yaş'a göre farklılık göstermektedir.

15) Dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısı öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

16) Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

17) Mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

18) İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

19) Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

20) Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

21) Araştırmaya katılan katılımcıların bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

22) Dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısı Gelir Düzeyine göre farklılık göstermektedir.

23) Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı gelir Düzeyine göre farklılık göstermektedir.

24) Mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

25) İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

26) Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

27) Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

28) Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı gelir düzeyine göre farklılık göstermektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısını tespit etmeye yönelik yapılan analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez1 ret edilmiştir(Tablo 15).

Araştırmaya katılan katılımcıların telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısını tespit etmeye yönelik yapılan

analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez2 ret edilmiştir(Tablo 15).

Araştırmaya katılan katılımcıların mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısını tespit etmeye yönelik yapılan analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez3 ret edilmiştir(Tablo 15).

Araştırmaya katılan katılımcıların internet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısını tespit etmeye yönelik yapılan analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı internet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez4 ret edilmiştir(Tablo 15).

Araştırmaya katılan katılımcıların Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısını tespit etmeye yönelik yapılan analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez5 ret edilmiştir(Tablo 15).

Araştırmaya katılan katılımcıların yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısını tespit etmeye yönelik yapılan analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez6 ret edilmiştir(Tablo 15).

Araştırmaya katılan katılımcıların bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanım algısını tespit etmeye yönelik yapılan analizde analiz sonucuna göre cinsiyet farklılığı bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanım algısı ile aldıkları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Analiz sonuçlarına göre hipotez7 ret edilmiştir(Tablo 15).

Katılımcıların ikiden fazla gruplu yaş aralıklarına göre Anova testi uygulanacaktır.

Tablo 16: Katılımcıların Yaş Aralıklarının Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Homojenite Analizi

	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	4,604	3	596	,003
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür.	7,352	3	596	,000
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	25,387	3	596	,000
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	20,623	3	596	,000
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	4,143	3	596	,006
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	17,188	3	596	,000
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanım	18,689	3	596	,000

Araştırmaya katılan katılımcıların yaşlarına göre dijital kanalları yakınlarım öneririm algısı. Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüküdür algısı. Mobil bankacılığı güvenli buluyorum. İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı. Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı. Yüksek miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı. Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı homojen olmadığından dolayı Games – Howell testi uygulanmıştır.

Tablo 17 Katılımcıların Yaş Aralıklarının Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Anova Analizi

Games-Howell

Bağımlı Değişken	(I) Yaşınız	(J) Yaşınız	Ortalama Fark (I-J)	Ortalamanın Standart Hatası	Anlamlılık Düzeyi *
Dijital kanalları yakınlarım öneririm.	18-25	26-45	,02569	,10910	,995
		46-65	-,83540*	,13391	,000
		65+	-1,42754*	,20087	,000
	26-45	18-25	-,02569	,10910	,995
		46-65	-,86110*	,12381	,000
		65+	-1,45323*	,19429	,000
	46-65	18-25	,83540*	,13391	,000
		26-45	,86110*	,12381	,000
		65+	-,59213*	,20923	,029
	65+	18-25	1,42754*	,20087	,000
		26-45	1,45323*	,19429	,000
		46-65	,59213*	,20923	,029
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüküdür.	18-25	26-45	-,19565	,11613	,334
		46-65	-,96584*	,14359	,000
		65+	-1,80072*	,18881	,000
	26-45	18-25	,19565	,11613	,334
		46-65	-,77019*	,12530	,000
		65+	-1,60507*	,17531	,000
	46-65	18-25	,96584*	,14359	,000

		26-45	,77019*	,12530	,000
		65+	-,83489*	,19459	,000
	65+	18-25	1,80072*	,18881	,000
		26-45	1,60507*	,17531	,000
		46-65	,83489*	,19459	,000
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	18-25	26-45	-,01515	,06346	,995
		46-65	-,56625*	,09026	,000
		65+	-,94928*	,13394	,000
	26-45	18-25	,01515	,06346	,995
		46-65	-,55110*	,08383	,000
		65+	-,93412*	,12969	,000
	46-65	18-25	,56625*	,09026	,000
		26-45	,55110*	,08383	,000
		65+	-,38302*	,14471	,047
	65+	18-25	,94928*	,13394	,000
		26-45	,93412*	,12969	,000
		46-65	,38302*	,14471	,047
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	18-25	26-45	,37286*	,12810	,020
		46-65	-,48654*	,16162	,015
		65+	-1,31159*	,17043	,000
	26-45	18-25	-,37286*	,12810	,020
		46-65	-,85940*	,13682	,000
		65+	-1,68445*	,14712	,000
	46-65	18-25	,48654*	,16162	,015
		26-45	,85940*	,13682	,000
		65+	-,82505*	,17708	,000
	65+	18-25	1,31159*	,17043	,000
		26-45	1,68445*	,14712	,000
		46-65	,82505*	,17708	,000
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	18-25	26-45	-,09816	,12979	,874
		46-65	-,85197*	,14670	,000
		65+	-1,64855*	,19197	,000
	26-45	18-25	,09816	,12979	,874
		46-65	-,75381*	,12325	,000
		65+	-1,55040*	,17471	,000
	46-65	18-25	,85197*	,14670	,000
		26-45	,75381*	,12325	,000
		65+	-,79658*	,18762	,000
	65+	18-25	1,64855*	,19197	,000

		26-45	1,55040*	,17471	,000
		46-65	,79658*	,18762	,000
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	18-25	26-45	,16667	,14457	,657
		46-65	-,44824*	,15238	,018
		65+	-1,11594*	,14980	,000
	26-45	18-25	-,16667	,14457	,657
		46-65	-,61491*	,13027	,000
		65+	-1,28261*	,12724	,000
	46-65	18-25	,44824*	,15238	,018
		26-45	,61491*	,13027	,000
		65+	-,66770*	,13605	,000
	65+	18-25	1,11594*	,14980	,000
		26-45	1,28261*	,12724	,000
		46-65	,66770*	,13605	,000
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım	18-25	26-45	-,21014	,15339	,519
		46-65	-,72567*	,16779	,000
		65+	-1,44928*	,14348	,000
	26-45	18-25	,21014	,15339	,519
		46-65	-,51553*	,14543	,003
		65+	-1,23913*	,11654	,000
	46-65	18-25	,72567*	,16779	,000
		26-45	,51553*	,14543	,003
		65+	-,72360*	,13493	,000
	65+	18-25	1,44928*	,14348	,000
		26-45	1,23913*	,11654	,000
		46-65	,72360*	,13493	,000

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Araştırmaya katılan katılımcıların dijital kanalları yakınlarına öneririm algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme yoktur. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez8 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Araştırmaya katılan katılımcıların telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme yoktur. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez9 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Araştırmaya katılan katılımcıların mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme yoktur. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez10 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Araştırmaya katılan katılımcıların internet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez11 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Araştırmaya katılan katılımcıların Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme yoktur. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-

45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez12 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Araştırmaya katılan katılımcıların yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerini internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme yoktur. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez13 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Araştırmaya katılan katılımcıların bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı 18-25 yaş arası ile 26-45 yaş arasında anlamlı bir değişme yoktur. 18-25 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 18-25 yaş arası ile 65 yaş üstü kişilerin arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 26-45 yaş arası ile 46-65 yaş arasında anlamlı bir değişme vardır. 46-65 yaş arası ile 65 yaş üstü arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez14 kabul edilmiştir(Tablo 17).

Katılımcıların ikiden fazla gruplu eğitim durumuna göre Anova testi uygulanacaktır.

Tablo 18: Katılımcıların Eğitim Durumunun Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Homojenite Analizi

	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	6,468	3	596	,000

Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür.	16,183	3	596	,000
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	35,864	3	596	,000
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	11,308	3	596	,000
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	21,882	3	596	,000
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	25,531	3	596	,000
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım	25,815	3	596	,000

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim durumlarına göre dijital kanalları yakınlarına öneririm algısı. Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı. Mobil bankacılığı güvenli buluyorum. İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı. Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı. Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı. Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı homojen olmadığından dolayı Games – Howell testi uygulanmıştır (Tablo 18).

Tablo 19: Katılımcıların Eğitim Durumunun Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Anova Analizi

Games-Howell

Bağımlı Değişken	(I) Öğrenim Durumunuz	(J) Öğrenim Durumunuz	Ortalama Fark (I-J)	Ortalamanın Standart Hatası	Anlamlılık Düzeyi *
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	Yüksek Öğrenim	Lise	-,79635*	,09836	,000
		İlkokul-Ortaokul	-1,37823*	,11962	,000
		Diplomasız	-2,76908*	,13135	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,79635*	,09836	,000
		İlkokul-Ortaokul	-,58188*	,12141	,000
		Diplomasız	-1,97273*	,13298	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	1,37823*	,11962	,000
		Lise	,58188*	,12141	,000
		Diplomasız	-1,39085*	,14940	,000
	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	2,76908*	,13135	,000
		Lise	1,97273*	,13298	,000
		İlkokul-Ortaokul	1,39085*	,14940	,000
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür.	Yüksek Öğrenim	Lise	-,61957*	,10318	,000
		İlkokul-Ortaokul	-1,26172*	,12767	,000
		Diplomasız	-2,66957*	,11628	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,61957*	,10318	,000
		İlkokul-Ortaokul	-,64216*	,12941	,000
		Diplomasız	-2,05000*	,11819	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	1,26172*	,12767	,000
		Lise	,64216*	,12941	,000
		Diplomasız	-1,40784*	,14008	,000

	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	2,66957*	,11628	,000
		Lise	2,05000*	,11819	,000
		İlkokul-Ortaokul	1,40784*	,14008	,000
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	Yüksek Öğrenim	Lise	-,05670	,06399	,812
		İlkokul-Ortaokul	-,52259*	,09110	,000
		Diplomasız	-1,17488*	,12147	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,05670	,06399	,812
		İlkokul-Ortaokul	-,46589*	,09025	,000
		Diplomasız	-1,11818*	,12084	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	,52259*	,09110	,000
		Lise	,46589*	,09025	,000
		Diplomasız	-,65229*	,13713	,000
	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	1,17488*	,12147	,000
		Lise	1,11818*	,12084	,000
		İlkokul-Ortaokul	,65229*	,13713	,000
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	Yüksek Öğrenim	Lise	-,98720*	,11211	,000
		İlkokul-Ortaokul	-1,61040*	,11851	,000
		Diplomasız	-2,93720*	,08164	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,98720*	,11211	,000
		İlkokul-Ortaokul	-,62320*	,11526	,000
		Diplomasız	-1,95000*	,07684	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	1,61040*	,11851	,000
		Lise	,62320*	,11526	,000
		Diplomasız	-1,32680*	,08591	,000
	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	2,93720*	,08164	,000
		Lise	1,95000*	,07684	,000

		İlkokul-Ortaokul	1,32680*	,08591	,000
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	Yüksek Öğrenim	Lise	-,60130*	,11341	,000
		İlkokul-Ortaokul	-1,01137*	,13465	,000
		Diplomasız	-2,56039*	,08289	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,60130*	,11341	,000
		İlkokul-Ortaokul	-,41007*	,13135	,011
		Diplomasız	-1,95909*	,07740	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	1,01137*	,13465	,000
		Lise	,41007*	,13135	,011
		Diplomasız	-1,54902*	,10612	,000
	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	2,56039*	,08289	,000
		Lise	1,95909*	,07740	,000
		İlkokul-Ortaokul	1,54902*	,10612	,000
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	Yüksek Öğrenim	Lise	-,86197*	,12420	,000
		İlkokul-Ortaokul	-1,02756*	,13633	,000
		Diplomasız	-2,12560*	,09474	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,86197*	,12420	,000
		İlkokul-Ortaokul	-,16560	,12673	,559
		Diplomasız	-1,26364*	,08031	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	1,02756*	,13633	,000
		Lise	,16560	,12673	,559
		Diplomasız	-1,09804*	,09804	,000
	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	2,12560*	,09474	,000
		Lise	1,26364*	,08031	,000
		İlkokul-Ortaokul	1,09804*	,09804	,000
Bankacılık	Yüksek	Lise	-,61425*	,13800	,000

işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım	Öğrenim	İlkokul-Ortaokul	-1,24268*	,14399	,000
		Diplomasız	-2,16425*	,10636	,000
	Lise	Yüksek Öğrenim	,61425*	,13800	,000
		İlkokul-Ortaokul	-,62843*	,13096	,000
		Diplomasız	-1,55000*	,08792	,000
	İlkokul-Ortaokul	Yüksek Öğrenim	1,24268*	,14399	,000
		Lise	,62843*	,13096	,000
		Diplomasız	-,92157*	,09705	,000
	Diplomasız	Yüksek Öğrenim	2,16425*	,10636	,000
		Lise	1,55000*	,08792	,000
		İlkokul-Ortaokul	,92157*	,09705	,000

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Araştırmaya katılan katılımcıların dijital kanalları yakınlarına öneririm algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile Diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu Lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez15 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Araştırmaya katılan katılımcıların telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir

değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez16 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Araştırmaya katılan katılımcıların mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme yoktur. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez17 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Araştırmaya katılan katılımcıların İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez18 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Araştırmaya katılan katılımcıların Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez19 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Araştırmaya katılan katılımcıların yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerini internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme yoktur. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez20 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Araştırmaya katılan katılımcıların bankacılık işlemlerinde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı eğitim durumu yüksekokul ile lise arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu yüksekokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile ilkokul-ortaokul arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu lise ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır. Eğitim durumu ilkokul-ortaokul ile diplomasız arasında anlamlı bir değişme vardır.

Analiz sonuçlarına göre hipotez21 kabul edilmiştir(Tablo 19).

Katılımcıların ikiden fazla gruplu gelir düzeylerine göre Anova testi uygulanacaktır.

Tablo 20: Katılımcıların Gelir Düzeylerinin Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Homojenite Analizi

	Levene İstatistiği	Serbestlik Derecesi 1	Serbestlik Derecesi 2	Anlamlılık Düzeyi
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	13,925	3	596	,000
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yükledim.	5,126	3	596	,002

Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	22,657	3	596	,000
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	3,583	3	596	,014
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	2,614	3	596	,050
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	4,739	3	596	,003
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım	2,936	3	596	,033

Araştırmaya katılan katılımcıların gelir düzeylerine göre dijital kanalları yakınlarıma öneririm algısı. Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yükliüdür algısı. Mobil bankacılığı güvenli buluyorum. İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı. Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı. Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı. Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı homojen olmadığından dolayı Games – Howell testi uygulanmıştır(Tablo 20).

Tablo 21: Katılımcıların Gelir Düzeylerinin Dijitalleşme ve Banka Dijital İşlemlere Göre Anova Analizi

Games-Howell

Bağımlı Değişken	(I) Aylık Geliriniz	(J) Aylık Geliriniz	Ortalama Fark (I-J)	Ortalamanın Standart Hatası	Anlamlılık Düzeyi *
Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.	2000 tl altı	2000-4000 tl	,04060	,11382	,984
		4000-6000 tl	,97361 [*]	,12708	,000
		6000 tl üstü	-,27083	,37605	,888
	2000-4000 tl	2000 tl altı	-,04060	,11382	,984
		4000-6000 tl	,93302 [*]	,11375	,000
		6000 tl üstü	-,31143	,37176	,836

	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,97361*	,12708	,000
		2000-4000 tl	-,93302*	,11375	,000
		6000 tl üstü	-1,24444*	,37603	,020
	6000 tl üstü	2000 tl altı	,27083	,37605	,888
		2000-4000 tl	,31143	,37176	,836
		4000-6000 tl	1,24444*	,37603	,020
Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür.	2000 tl altı	2000-4000 tl	-,40524*	,12046	,005
		4000-6000 tl	,46111*	,14495	,009
		6000 tl üstü	-,66667	,29788	,149
	2000-4000 tl	2000 tl altı	,40524*	,12046	,005
		4000-6000 tl	,86635*	,12801	,000
		6000 tl üstü	-,26143	,29002	,804
	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,46111*	,14495	,009
		2000-4000 tl	-,86635*	,12801	,000
		6000 tl üstü	-1,12778*	,30101	,007
	6000 tl üstü	2000 tl altı	,66667	,29788	,149
		2000-4000 tl	,26143	,29002	,804
		4000-6000 tl	1,12778*	,30101	,007
Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.	2000 tl altı	2000-4000 tl	-,33802*	,07136	,000
		4000-6000 tl	,07500	,08033	,787
		6000 tl üstü	-,06944	,13981	,959
	2000-4000 tl	2000 tl altı	,33802*	,07136	,000
		4000-6000 tl	,41302*	,07606	,000
		6000 tl üstü	,26857	,13740	,239
	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,07500	,08033	,787
		2000-4000 tl	-,41302*	,07606	,000
		6000 tl üstü	-,14444	,14227	,742
	6000 tl üstü	2000 tl altı	,06944	,13981	,959
		2000-4000 tl	-,26857	,13740	,239
		4000-6000 tl	,14444	,14227	,742
İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.	2000 tl altı	2000-4000 tl	-,00770	,12780	1,000
		4000-6000 tl	,88056*	,15761	,000
		6000 tl üstü	,31944	,39619	,851
	2000-4000 tl	2000 tl altı	,00770	,12780	1,000
		4000-6000 tl	,88825*	,13749	,000
		6000 tl üstü	,32714	,38863	,834
	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,88056*	,15761	,000
		2000-4000 tl	-,88825*	,13749	,000
		6000 tl üstü	-,56111	,39942	,513

	6000 tl üstü	2000 tl altı	-,31944	,39619	,851
		2000-4000 tl	-,32714	,38863	,834
		4000-6000 tl	,56111	,39942	,513
Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	2000 tl altı	2000-4000 tl	-,36790*	,13017	,026
		4000-6000 tl	,37083	,15795	,091
		6000 tl üstü	-,67361	,40271	,367
	2000-4000 tl	2000 tl altı	,36790*	,13017	,026
		4000-6000 tl	,73873*	,13246	,000
		6000 tl üstü	-,30571	,39341	,864
	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,37083	,15795	,091
		2000-4000 tl	-,73873*	,13246	,000
		6000 tl üstü	-1,04444	,40345	,080
	6000 tl üstü	2000 tl altı	,67361	,40271	,367
		2000-4000 tl	,30571	,39341	,864
		4000-6000 tl	1,04444	,40345	,080
Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.	2000 tl altı	2000-4000 tl	-,18655	,13440	,508
		4000-6000 tl	,43472	,19311	,114
		6000 tl üstü	-,02083	,40447	1,000
	2000-4000 tl	2000 tl altı	,18655	,13440	,508
		4000-6000 tl	,62127*	,16783	,002
		6000 tl üstü	,16571	,39303	,974
	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,43472	,19311	,114
		2000-4000 tl	-,62127*	,16783	,002
		6000 tl üstü	-,45556	,41677	,698
	6000 tl üstü	2000 tl altı	,02083	,40447	1,000
		2000-4000 tl	-,16571	,39303	,974
		4000-6000 tl	,45556	,41677	,698
Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım	2000 tl altı	2000-4000 tl	-,53698*	,13619	,001
		4000-6000 tl	,43889	,20008	,129
		6000 tl üstü	-,30556	,44336	,900
	2000-4000 tl	2000 tl altı	,53698*	,13619	,001
		4000-6000 tl	,97587*	,17918	,000
		6000 tl üstü	,23143	,43433	,950
	4000-6000 tl	2000 tl altı	-,43889	,20008	,129
		2000-4000 tl	-,97587*	,17918	,000
		6000 tl üstü	-,74444	,45840	,389
	6000 tl üstü	2000 tl altı	,30556	,44336	,900
		2000-4000 tl	-,23143	,43433	,950
		4000-6000 tl	,74444	,45840	,389

*. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlı.

Araştırmaya katılan katılımcıların dijital kanalları yakınlarına öneririm algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme vardır(Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez22 kabul edilmiştir(Tablo 21).

Araştırmaya katılan katılımcıların telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme vardır(Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez23 kabul edilmiştir(Tablo 21).

Araştırmaya katılan katılımcıların mobil bankacılığı güvenli buluyorum algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme vardır(Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez24 kabul edilmiştir(Tablo 21).

Araştırmaya katılan katılımcıların internet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur (Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez²⁵ ret edilmiştir(Tablo 21).

Araştırmaya katılan katılımcıların Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur(Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez²⁶ ret edilmiştir(Tablo 21).

Araştırmaya katılan katılımcıların yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur(Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez²⁷ ret edilmiştir(Tablo 21).

Araştırmaya katılan katılımcıların bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım algısı gelir düzeyi 2000 tl ile 2000-4000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir

değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 4000-6000 tl arasında anlamlı bir değişme vardır. Gelir düzeyi 2000-4000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur. Gelir düzeyi 4000-6000 tl ile 6000 tl üstü arasında anlamlı bir değişme yoktur(Tablo 21).

Analiz sonuçlarına göre hipotez28 ret edilmiştir(Tablo 21).

Tablo 22: Katılımcıların Bankaların Dijital Kanallarını Önermelerinin Yüzdesi

Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	155	25,8	25,8	25,8
	Katılıyorum	142	23,7	23,7	49,5
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	155	25,8	25,8	75,3
	Katılmıyorum	104	17,3	17,3	92,7
	Kesinlikle Katılmıyorum	44	7,3	7,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Dijital kanalları yakınlarıma öneririm” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 25,8, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 23,7, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 25,8, “Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 17,3, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 7,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 22).

Tablo 23: Katılımcıların Mobil Bankacılık Uygulamalarının Mobil Cihazlara Yüklü Olma Yüzdesi

Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yükledim.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde

Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	106	17,7	17,7	17,7
	Katılıyorum	175	29,2	29,2	46,8
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	151	25,2	25,2	72,0
	Katılmıyorum	88	14,7	14,7	86,7
	Kesinlikle Katılmıyorum	80	13,3	13,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 17,2, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 29,2, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 25,2, “Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 14,7, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 13,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 23).

Tablo 24: Katılımcıların Mobil Bankacılığa Güven Düzeyi

Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	340	56,7	56,7	56,7
	Katılıyorum	155	25,8	25,8	82,5
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	96	16,0	16,0	98,5
	Katılmıyorum	8	1,3	1,3	99,8
	Kesinlikle Katılmıyorum	1	,2	,2	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Mobil bankacılığı güvenli buluyorum” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 56,7, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 25,8, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 16, “Katılmıyorum” cevabını

verenlerin ortalaması % 1,3, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 0,2 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 24).

Tablo 25: Katılımcıların Dijital Bankacılık Zorunluluk Düzeyi

İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	108	18,0	18,0	18,0
	Katılıyorum	140	23,3	23,3	41,3
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	128	21,3	21,3	62,7
	Katılmıyorum	132	22,0	22,0	84,7
	Kesinlikle Katılmıyorum	92	15,3	15,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “İnternet yada mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 18, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 23,3, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 21,3, “Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 22, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 15,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 25).

Tablo 26: Katılımcıların Ödemeleri Dijital Kanallarla Yapma Düzeyi

Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	112	18,7	18,7	18,7
	Katılıyorum	97	16,2	16,2	34,8
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	144	24,0	24,0	58,8
	Katılmıyorum	171	28,5	28,5	87,3
	Kesinlikle Katılmıyorum	76	12,7	12,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 18,7, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 16,2, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 24, “Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 28,5, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 12,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 26).

Tablo 27: Katılımcıların Yüklü Miktarda Para Alış Veriş Şekillerinin Yüzdesi

Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	56	9,3	9,3	9,3
	Katılıyorum	122	20,3	20,3	29,7
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	49	8,2	8,2	37,8
	Katılmıyorum	198	33,0	33,0	70,8
	Kesinlikle Katılmıyorum	175	29,2	29,2	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 9,3, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 20,3, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 8,2, “Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 33, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 29,2 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 27).

Tablo 28: Katılımcıların Dijital Bankacılık Kullanım Düzeyleri

Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Kesinlikle Katılıyorum	84	14,0	14,0	14,0
	Katılıyorum	96	16,0	16,0	30,0
	Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum	94	15,7	15,7	45,7
	Katılmıyorum	118	19,7	19,7	65,3
	Kesinlikle Katılmıyorum	208	34,7	34,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım” algısına verdiği cevaplar incelendiğinde, “Kesinlikle Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 14, “Katılıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 16, “Ne Katılıyor Ne De Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 15,7, “Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 19,7, “Kesinlikle Katılmıyorum” cevabını verenlerin ortalaması % 34,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 28).

Tablo 29: Not Alınan Kâğıdın Tekrar Kullanım Yüzdesi

Not aldığınız kâğıdı tekrar kullanır mısınız?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	212	35,3	35,3	35,3
	Sık Sık	179	29,8	29,8	65,2
	Bazen	113	18,8	18,8	84,0
	Hiçbir Zaman	96	16,0	16,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Not aldığımız kâğıdı tekrar kullanır mısınız ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 35,3, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 29,8, “Bazen” cevabını verenlerin

ortalaması % 18,8, “Hiç Bir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 16 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 29).

Tablo 30: Çıktı Alınan Kâğıdın İki Tarafının Kullanımının Yüzdesi

Kopya yâda çıktı aldığınız kâğıdın her iki yüzünde kullanır mısınız?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	159	26,5	26,5	26,5
	Sık Sık	221	36,8	36,8	63,3
	Bazen	120	20,0	20,0	83,3
	Hiçbir Zaman	100	16,7	16,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Kopya yâda çıktı aldığınız kâğıdın her iki yüzünde kullanır mısınız ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 26,5, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 36,8, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 20, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 16,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 30).

Tablo 31: Bilgisayar Çıktısının Ön İzleme Yapılmasının Yüzdesi

Bilgisayardan çıktı almadan önce kontrol amaçlı ön izleme yapar mısınız?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	214	35,7	35,7	35,7
	Sık Sık	200	33,3	33,3	69,0
	Bazen	138	23,0	23,0	92,0
	Hiçbir Zaman	48	8,0	8,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Bilgisayardan çıktı almadan önce kontrol amaçlı ön izleme yapar mısınız ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 35,7, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 33,3, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 23, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 8 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 31).

Tablo 32: Bilgisayar Çıktısı Yerine Alternatif Yolların Tercih Edilme Yüzdesi

Çıktı almak yerine genellikle e posta, mesaj veya telefonla arama yapar mısınız?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	183	30,5	30,5	30,5
	Sık Sık	204	34,0	34,0	64,5
	Bazen	113	18,8	18,8	83,3
	Hiçbir Zaman	96	16,0	16,0	99,3
	5,00	4	,7	,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Çıktı almak yerine genellikle e posta, mesaj veya telefonla arama yapar mısınız ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 30,5, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 34, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 18,8, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 0,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 32).

Tablo 33: Dokümanın Bilgisayardan Okunma Yüzdesi

Bir dökümanı kâğıt israfı olmaması için çıktı almak yerine bilgisayar ortamında okumayı tercih eder misiniz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	237	39,5	39,5	39,5
	Sık Sık	88	14,7	14,7	54,2
	Bazen	235	39,2	39,2	93,3
	Hiçbir Zaman	40	6,7	6,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Bir dökümanı kâğıt israfı olmaması için çıktı almak yerine bilgisayar ortamında okumayı tercih eder misiniz ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 39,7, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 14,7, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 39,2, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 6,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 33).

Tablo 34: Enerji kullanımının İhtiyaç halinde kullanımının Yüzdesi

Gereksiz enerji kullanmamak için ışık ve elektronik aletleri sadece ihtiyaç duyduğunuzda mı açık bırakırsınız?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	287	47,8	47,8	47,8
	Sık Sık	167	27,8	27,8	75,7
	Bazen	101	16,8	16,8	92,5
	Hiçbir Zaman	45	7,5	7,5	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Gereksiz enerji kullanmamak için ışık ve elektronik aletleri sadece ihtiyaç duyduğunuzda mı açık bırakırsınız ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 47,8, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 27,8, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 16,8, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 7,5 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 34).

Tablo 35: Enerji Tasarrufu İçin Elektronik Cihaz Kullanımının Yüzdesi

Bilgisayar, yazıcı vb. elektronik cihazları kullanmadığınız sürece enerji tasarrufu için kapalı tutar mısınız?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	291	48,5	48,5	48,5
	Sık Sık	195	32,5	32,5	81,0
	Bazen	82	13,7	13,7	94,7
	Hiçbir Zaman	32	5,3	5,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Bilgisayar, yazıcı vb. elektronik cihazları kullanmadığınız sürece enerji tasarrufu için kapalı tutar mısınız ?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 48,5, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 32,5, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması %

13,7, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 5,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 35).

Tablo 36: Kullanıcılar tarafında Enerji Tasarrufu’nun Yüzdesi

Enerji tasarrufunu sürdürülebilir bir çevre için gerekli görüyor musunuz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	170	28,3	28,3	28,3
	Sık Sık	259	43,2	43,2	71,5
	Bazen	139	23,2	23,2	94,7
	Hiçbir Zaman	32	5,3	5,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Enerji tasarrufunu sürdürülebilir bir çevre için gerekli görüyor musunuz?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 28,3, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 43,2, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 23,2, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 5,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 36).

Tablo 37: Elektronik Faturaların Kullanımının Yüzdesi

Faturalarınızı elektronik ortamda almanın sürdürülebilir çevre açısından gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	284	47,3	47,3	47,3
	Sık Sık	170	28,3	28,3	75,7
	Bazen	98	16,3	16,3	92,0
	Hiçbir Zaman	48	8,0	8,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Enerji tasarrufunu sürdürülebilir bir çevre için gerekli görüyor musunuz?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 47,3, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 28,3,

“Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 16,3, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 8 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 37).

Tablo 38: Atıkların Ayrı Ayrı Toplanması İçin Gerekli Midir?

Atıkların ayrı ayrı toplanması sürdürülebilir bir çevre için gerekli midir?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	359	59,8	59,8	59,8
	Sık Sık	129	21,5	21,5	81,3
	Bazen	100	16,7	16,7	98,0
	Hiçbir Zaman	12	2,0	2,0	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Atıkların ayrı ayrı toplanması sürdürülebilir bir çevre için gerekli midir?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 59,8, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 21,5, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 16,7, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 2 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 38).

Tablo 39: Katılımcılar Açısından Atıkların Geri Dönüştürülmesinin Önemi

Atıkların geri dönüştürülmesi sizce çevrenin ve doğal kaynakların korunması açısından önemli midir?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	347	57,8	57,8	57,8
	Sık Sık	125	20,8	20,8	78,7
	Bazen	108	18,0	18,0	96,7
	Hiçbir Zaman	20	3,3	3,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Atıkların geri dönüştürülmesi sizce çevrenin ve doğal kaynakların korunması açısından önemli midir?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 57,8, “Sık Sık”

cevabını verenlerin ortalaması % 20,8, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 18, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 3,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 39).

Tablo 40: Katılımcılar Açısından Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının

Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının yaygınlaştırılmasını çevre açısından gerekli görüyor musunuz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	335	55,8	55,8	55,8
	Sık Sık	129	21,5	21,5	77,3
	Bazen	116	19,3	19,3	96,7
	Hiçbir Zaman	20	3,3	3,3	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının yaygınlaştırılmasını çevre açısından gerekli görüyor musunuz?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 55,8, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 21,5, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 19,3, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 3,3 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 40).

Tablo 41: Katılımcılar Açısından Çevresel Ürün Tercih Edilme Yüzdesi

Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursanız her zaman insan ve doğaya daha az zararlı olanları tercih eder misiniz?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	209	34,8	34,8	34,8
	Sık Sık	247	41,2	41,2	76,0
	Bazen	128	21,3	21,3	97,3
	Hiçbir Zaman	16	2,7	2,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursanız her zaman insan ve doğaya daha az zararlı olanları tercih eder misiniz?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 34,8, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 41,2, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 21,3, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 2,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 41).

Tablo 42: Katılımcılar Açısından Banka Şubelerinin Çeşitli İsrâfların Yüzdesi

Sizce banka şubelerinde yapılan işlemler kâğıt, enerji, vs israfına sebep oluyor mu?					
		Kişi Sayısı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Katılım Durumu	Her Zaman	209	34,8	34,8	34,8
	Sık Sık	234	39,0	39,0	73,8
	Bazen	129	21,5	21,5	95,3
	Hiçbir Zaman	28	4,7	4,7	100,0
	Toplam	600	100,0	100,0	

Katılımcıların “Sizce banka şubelerinde yapılan işlemler kâğıt, enerji, vs israfına sebep oluyor mu?” sorusuna verdiği cevaplar incelendiğinde “Her Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 34,8, “Sık Sık” cevabını verenlerin ortalaması % 39,0, “Bazen” cevabını verenlerin ortalaması % 21,5, “Hiçbir Zaman” cevabını verenlerin ortalaması % 4,7 olduğu tespit edilmiştir(Tablo 42).

Değerlendirme

Bankacılık sisteminin dijitalleşmesiyle birlikte birçok bankacılık işlemleri kolaylaşmış ve hız kazanmıştır. Dijital kanalların müşterilere sağladıkları avantajlar ve çevreye daha duyarlı olması tercih edilmesinde büyük bir önem kazanmıştır.

Dijital bankacılık uygulamalarının çoğu bireylerin mobil cihazlarında yüklü olduğu tespit edilmektedir. Cinsiyete göre farklılık göstermeyen bu durum, yaş aralıklarına göre farklılık göstermektedir. 18 ile 45 yaş aralığındaki bireyler mobil cihazlarında dijital bankacılık uygulamalarını bulundurmaktadır. Yüksek Öğrenim görmüş ve gelir düzeyi yüksek olan bireyler yoğun olarak uygulamaları

bulundururken bu oran eğitim düzeyinin düşmesi ve gelirin azalmasıyla beraber aşağı yönde bir yol izlemektedir.

İnternet ya da mobil bankacılığın günümüzde bir zorunluluk olduğu kadın veya erkeklere göre fark etmezken, genç ve eğitim düzeyi yüksek olan bireyler yaşamlarının ayrılmaz bir bütünü olarak görmektedirler. Gelir seviyesi düşük ve çok yüksek olan bireyler arasında zorunluluk olarak değişime uğramazken orta ve bir üst sınıfa ait olan bireyler arasında internet ve mobil bankacılık uygulamalarında değişiklikler vardır.

Bankaların mobil bankacılık uygulamaları cinsiyete göre fark etmemektedir. Genç nesil bu uygulamalara güvenirken yaş ortalaması yükseldikçe bireyler güven konusunda daha ihtiyatlı davranmaktadırlar. Eğitim düzeyi ile bu uygulamalara duyulan güven doğru orantılı biçimde yükselmektedir. Büyük miktarda gelire sahip olan bireyler mobil bankacılık uygulamalarına şüpheyle yaklaşmaktadırlar daha az gelire sahip olan bireylerde ise bu oran güven eksenine doğru kaymaktadır.

Bireyler kullandıkları dijital bankacılık uygulamalarını cinsiyet ve eğitim düzeyleri fark etmeksizin çevrelerine önermektedirler. 18- 25 yaş arası ve gelir düzeyi ortalamanın çok üstünde olan bireyler uygulamaları önerirken diğer yaş grubunda ve daha az gelire sahip olan bireyler bu önermeleri gerçekleştirilmemektedirler.

Banka müşterileri cinsiyet fark etmeksizin bankacılık işlemlerini internet veya mobil bankacılık aracılığıyla yapmaktadır. Genç nesil bankacılık işlemleri için internet ve mobil kanalları kullanırken orta yaş grubunda ve daha yaşlı bireyler internet ve mobil bankacılığı kullanmamaktadır. Eğitim durumlarına göre yapılan işlemler farklılık göstermektedir. Gelir durumu daha az olan kişiler bankacılık işlemlerinde genellikle dijital kanalları kullanırken yüksek gelir düzeyine sahip kişiler klasik banka sistemiyle işlemlerini gerçekleştirmektedir. Fakat bankacılık işlemlerin de dijital kanal kullanımı müşteriler arasında yaygınlaşmamıştır.

Genel ödemeleri dijital kanallardan yapan kişilerin oranı neredeyse yarı yarıya olmaktadır. Ödemelerini dijital kanallar aracılığıyla yapan bireylerin cinsiyet, yaş ve

eğitim durumu fark etmemektedir. Gelir düzeyi düşük olan kişiler yoğunlukla ödeme işlemlerini dijital kanallar aracılığıyla yaparken yksek gelir düzeyi olan kişiler odemelerinde banka şubelerini tercih etmektedirler.

Bireyler tarafından mobil ve bankacılık kanallarına gven yksekken bu oran ykklü miktarlarda likidite yatırma ve çekme işlemlerinde çok dūřuktur. Cinsiyete gbre herhangi bir değişiklik gstermezken genę jenerasyon para yatırma çekme işlemlerinde dijital kanalları yoğun olarak kullanırken teknolojiye uzak olan daha eski jenerasyon da yer alan bireyler bu kanalları kullanmamaktadır. Bireylerin eğitim durumları arasında para yatırma ve çekme işlemlerinde dijital kanalları kullanım sıklıkları değişirken yksek gelirli kişiler bu işlemlerinde banka şubelerini tercih etmektedirler.

Ekolojik dengenin sağlanması ve yaşadığımız doğanın daha fazla kirlenmemesi için bireyler çaba gstermektedirler. Kağıt kullanımı olan işlemlerde veya işlerde bireyler daha bilinçli davranmakta kağıt sarfiyatını azaltıp mūspette kağıt kullanımı arttırmışlardır. Bilgileri iletme yntemlerini değiştirerek kağıt kullanımını azaltmaya ynelik çalışmalar yapmaktadır.

Dnyada enerji kullanımının çok olmasından kaynaklı olarak bu ihtiyacın karşılanması için farklı yntemler kullanılmaktadır. Bu yntemler çoğunlukla doğaya zararlı sistemlerdir. Hidroelektrik santraller, Jeotermal eviriciler, Termik santraller ve Nklear enerji santraller gbn geçtikçe daha fazla çevremizi kirlletmektedir. Bireyler enerji sarfiyatı gerçekleştiren cihazları sadece ihtiyaç halinde kullanarak veya kullanmadıkları sūreler zarfında kapalı konuma getirerek enerji harcamasının onne geçmektedirler.

İnsanlar atıklarını cinslerine gbre ayırştırarak toplamaktadırlar. Atıkların bu Őekilde toplanması ve geri dōnūřtūrulmesini bireyler bryk oranda tercih etmektedir. Enerji veya diğer kaynak kullanımının olacağı işlemlerde genellikle alternatif yolları tercih eden bireyler bu yollarla sūrdürlebilir evre için katkı koyduklarının dūřünmektedir. Dijital bankacılık aracılığıyla yapılan işlemlerin klasik banka şubelerinde yapılan işlemlere gbre daha fazla çevreci olduğu ortaya çıkmıştır.

Sonuç

Bankacılıkta dijitalleşme ile birlikte banka müşterilerinin dijital kanal ve ürünleri kullanımları gitgide yaygınlaşmıştır. Banka müşterileri ihtiyacı olan bir çok bankacılık işlemlerini yer mekan fark etmeksizin konfor standartlarını bozmadan ve sadece müşterisi olduğu bankaya bağlı kalmayarak istediği her hangi bir banka aracılığıyla yapma özgürlüğü sebebiyle her geçen gün hızlı bir şekilde hayatın tamamını kapsamaktadır.

Teknolojinin ilerlemesi ve mobil cihazların hayatımızın ayrılmaz bir bütünü haline gelmesi yeni jenerasyonun bu gelişmelere anlık tepki verebilmesi bankacılıktaki dijital uygulamaların genç nesil tarafından daha fazla kullanılmasını yol açmaktadır. Daha yaşlı bireyler teknolojiye bakış açısı alışkanlıklarından kaynaklı olarak düşük düzeydedir. Dijital bankacılık kullanımının genç nesile göre yaşlı bireylerde kullanımının düşük olmasının bir sebebi ise ortaya çıkan güven eksikliği ve dijital ürünlerin kullanımındaki yeterliliği ve hakimiyeti sağlayamamasıdır. Eğitim durumlarının da etkili olduğu dijital uygulamaları kullanma oranı yükseköğrenim düzeylerine çıkıldıkça büyük bir artış olmaktadır.

Ama genel itibariyle düşükte olsa dijital bankacılık uygulamalarına bir güven eksikliği söz konusu olmaktadır. Bireylerin yaşadıkları toplum normları, kültürleri ve yaşam standartları gereği yaptıkları işlemlerde her zaman bir başka kişi ile muhatap olmak ve sorularına yanıt almak istemektedir. Ülkemizin hukuk sisteminin gereksinimi olarak gördükleri ıslak imzalı işlem sonuç belgelerini kati suretle arşivlemek istediklerinden dolayı kendilerine göre önemli olan işlemleri için dijital bankacılıktan daha ziyade yüz yüze işlem yapma yolunu tercih etmektedirler.

Her geçen gün biraz daha fazla bozulan ekosisteme kayıtsız kalmayan bireyler mümkün olduğunca çevreci uygulamaları tercih ederek çevrenin korunması ve sürdürülebilmesini sağlamaya çabalamaktadırlar.

KAYNAKÇA

Alsghaier, H., Akour, M., Shehabat, I. & Aldiabat, S. (2017). The importance of big data analytics in Business: A case study. American Journal of Software Engineering and Applications, 6(4), 11-115.

ALTAY, A. (2013), “ Bankaların Yönetimi ve Denetimi,” Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir

ASLAN, N. (1996), “ Finansal Piyasaların Serbestleşmesi “ , Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Ocak, 1996

ASLANOĞLU, S. (2013), ” Banka ve Sigorta Muhasebesi içinde ”, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

AYDIN, N. (2006). “ Bankacılık Uygulamaları”, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir

BABUŞÇU, Ş. (1994), “ Bankacılıkta Risk Derecelendirmesi(Rating) ve Türk Bankacılık Sektörüne Uygulanması ”, Ankara, Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları, Yayın No:94

BÜYÜKDEMİR, B. (1997) , “İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler”, Bankacılar Dergisi, S.22 C. 45 İstanbul, ss.12.

CHANG, C. C. (2015), “Exploring mobile application customer loyalty: The moderating effect of use contexts”, Telecommunications Policy, 39(8), 678–690

Cocca, T D (2016) Potential and Limitations of Virtual Advice in Wealth Management. The Capco Institute Journal of Financial Transformation (Vol. 44): 45–57.

DAVIDSON, E.(2004), “Gari Safi Milli Hasılayı Yiyemezsiniz, Çevrenin Önemli Olduğunu Varsayan Ekonomi”, Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Önder Matbaa, Ankara.

De Mauro, A., Greco, M. & Grimal, M. 2016. A formal definition of Big Data based on its essential features. Library Review, 65(3), 122-135.

DİNÇ, Y. (2013). “ Banka İşletmeleri ve Muhasebe Sistemi “ , Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

DURA, C.(1991), “ Çevre Sorunları ve Ekonomi”, Çevre Sorunları Vakfı, Ankara.

EREZ, M. (1975), “ Bankalar Sistemi ve Devlet Kontrolü ”, Ankara, Eskişehir Bankası Yayını, 1975

FİCHMAN, R. G., DOS SANTOS B. L. , ZHENG, Z. (2014), “ Digital Innovation As A Fundamental And Powerful Concept In The Information Systems Curriculum ” , MIS Quarterly Vol. 38 No. 2, pp. 329- 353/June 2014

Fictch R., (2002) Dealing the Cards: An Overview Of European Credit Card ABS, Consumer ABS (Asset-backed Securitized) / Europa Criteria Report, New York, s.3

Gandomi , A. & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods and analytics. Journal of Information Management, 35(2015), 137-144.

KARAKURT, E. (2003), “ Risk Toplumunda Birey ”, iş, Güç Dergisi, c.5

Keleş, R., Ertan, B., (2002) Çevre Hukukuna Giriş, İmge Kitapevi, 1.baskı, Ankara, s.16

Kocianski S (2016) The Robo-Advising Report: Market forecasts, key growth drivers, and how automated asset management will change the advisory industry. Business Insider.

MANDACI, P. E. (2003), “ Türk Bankacılık Sektörünün Taşıdığı Riskler ve Finansal Krizi Aşmada Kullanılan Risk Ölçüm Teknikleri “ , Dokuz Eylül Üniv. Sosyal Bilimler Enst. Dergisi, c.5

N. Christin, A. S. Weigend, and J. Chuang (2005) **Content availability, pollution and poisoning in file sharing peer-to-peer networks. In Proc. of the 6th ACM conference on Electronic commerce (EC'05)**, June 2005.

NEGROPONTE, N. (1995), “ **Being Digital** ”, New York: Alfred A. Knopf

OKUMUŞ, A., BOZBAY Z., DAĞLI, R. (2010), “**Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**” , Sayı: 36, ss.89-111.

ÖÇAL, T. ve ÇOLAK, Ö.F. (1999), “ **Finansal Sistem ve Bankalar** ”, Nobel Yayınları, İstanbul.

ÖZULUCAN A. ve DERAN A. (2009). “ **Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması** ” . M. Kemal Üni. Sosyal Bil. Enstitüsü Dergisi; 6.Cilt 11.Sayı

P. Maniatis, M. Roussopoulos, T. J. Giuli, D. S. H. Rosenthal, and M. Baker. **The LOCKSS peer-to-peer digital preservation system. ACM Transactions on Computer Systems**, 23(1):2–50, 2005.

PETER, R. ve MARQUİS, M. (2005). “ **Money and Capital Markets. The Financial System in an Increasingly Global Economy** “. 10.Edition. NewYork: Rwin/McGraw-Hill.

POLANYİ, K.(2000) “**Büyük Dönüşüm, Çağımızın Sosyal ve Ekonomik Kökenleri**”, Çev: Ayşe BUĞRA, İletişim Yayınları 667, 1.Baskı, İstanbul

ROGER, S. (1991), “**Çevre Yönetimi ve Teknoloji**”, Türkiye Çevre Sorunları Vakfı, Ankara, s.112.

SCHMİDT, E. ve COHEN, J., (2013), “ **Yeni Dijital Çağ** ”, Optimist Yayınları, İstanbul

ŞEKER, S. E. (2013), “ **Temporal logic extension for self referring, non-existence, multiple recurrence and anterior past events** ”, Turk J Elec Eng & Comp Sci, doi: 0.3906/elk-1208-93

ŞEKER, S. E. ve **DİRİ, B.** (2010), “ **TimeML and Turkish Temporal Logic, International Conference of Artificial Intelligence** “, ICAI, v. 10, pp. 881-887

ŞİMŞEK, Kemal Çağatay (2007). “**BANKACILIKTA RİSK VE RİSK ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ,** ” Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Türkiye

TARLAN, S. (1992), “ **Tarihte Para** ”, Maliye ve Gümrük Bakanlığı APK Kurulu Yayını No:323, Ankara.

TILSON, D., LYTTIEN, K., ve SORENSEN, C. (2010), “**Research Commentary—Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda,**” Information Systems Research (21:4), pp. 748-759.

TOLON, M., “ **Ticari Bankalarda Pazarlama Stratejilerinin Uygulanması ve Türkiye’deki Ticari Bankalar Üzerine Bir Alan Çalışması** ”, Gazi Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, 2002.

ULUĞ, E.(1997), “**Çevre Kirlenmesinin Boyutları(İnsan, Çevre,Toplum)**”, İmge Kitapevi, İstanbul.

YERELİ, A. N., “ **E-Bankacılık ve Türkiye Uygulaması** ”, Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2002.

YETİZ, A. (2009). “ **Ofis Mobilyaları ve Ofis Mobilyalarının Tasarımını Etkileyen Ergonomi Faktörünün İncelenmesi Adana’da Bir Banka Örneği** ”, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, Turkey.

YILDIRIM, O. (2011) “ **Türkiye’de Bankacılık Sektörü** ” www.cu.edu.tr , (19.11.2017)

YOO, Y. (2009), “ Computing in Everyday Life: A Call for Research on Experiential Computing,” MIS Quarterly (34), pp. 213-231.

TBB, (2008), Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/965/Dijital-İnternet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Mart_2018.pdf, (Erişim Tarihi: 25.06.2019)

TBB, (2008), Faaliyet Raporu, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/7516/Faaliyet_Raporu_2017-2018.pdf, (Erişim Tarihi: 20.04.2019)

BK, (2005), 5411 Sayılı Bankacılık Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5411.pdf>,(Erişim Tarihi: 25.04.2019)

BDDK, (2019), Aylık Bülten, <https://www.bddk.org.tr/BultenAylık>, (Erişim Tarihi: 18.04.2019)

<https://www.bankalar.org/bankacilik-terimleri>, 20.04.2019

<http://sifiratik.gov.tr/>, 16.04.2019

Bu form, Banka Müşterileri'nin ve Banka Çalışanları'nın Bankacılıkta Dijitalleşme algısını ölçmeye yönelik bir anket çalışmasıdır. Lütfen her soru için yalnızca bir şık işaretleyiniz. (seda.dennizz0636@gmail.com)

Aşağıdaki soruları sizi en iyi temsil eden seçeneği işaretleyerek doldurunuz.

1) Yaşınız?

- 18-25
 26-45
 46-65
 65+

2) Cinsiyetiniz?

- Kadın
 Erkek

3) Öğrenim durumunuz?

- Yüksek Öğrenim
 Lise
 İlkokul - Ortaokul
 Diplomasız

4) Çalışma şekliniz?

- Kamu sektörü
 Özel sektör
 Kendi işim/Serbest meslek
 Diğer

5) Çalışma sektörünüz?

- Kamu kurum
 Üretim imalat
 Hizmet
 Diğer

6) Ortalama aylık geliriniz?

- 2000 TL Altı
 2000 – 4000 TL
 4000 – 6000 TL
 6000 TL üstü

7) Ebeveyn öğrenim durumu?

- Yüksek Öğrenim
 Lise
 İlkokul - Ortaokul
 Diplomasız

8) Ebeveyn mesleği?

- Kamu sektörü
 Özel sektör
 Kendi işim/Serbest meslek
 Diğer

9) Hangi coğrafi bölgede yaşıyorsunuz?

- Ege
 Akdeniz
 Doğu - Güneydoğu
 İç Anadolu
 Marmara
 Karadeniz

10) En çok ne tür bankayla çalışıyorsunuz?

- Kamu
 Özel

11) Kaç yıldır bankalarla çalışıyorsunuz?

- 1 yıldan az
 1 - 5 yıl arası
 5 - 10 yıl arası
 10 yıl +

12) Yaptığınız bankacılık işlemleri nelerdir?

- Kredi
 Mevduat
 Maaş
 Günlük ödemeler
 Hepsi

13) Birikimlerinizi en çok ne şekilde değerlendiriyorsunuz?

- TL mevduat
 Döviz mevduat
 Repo, Hisse Senedi, Tahvil, vb yatırım araçları
 Altın

14) Birikimlerinizi en çok ne şekilde muhafaza ediyorsunuz?

- Banka şubesi
 Bankalardan edinilen kiralık kasa
 Evde bulunan kasa / yastık altı

15) Bankalarla en çok çalıştığınız segment nedir?

- Bireysel
 KOBİ
 Ticari
 Kurumsal

16) Toplamda kaç adet banka ile çalışıyorsunuz?

- 1 - 3 arası
 3 - 5 arası
 5+

17) Banka şubesindeki işlemlerinizin süresi nedir?

- 10 Dakika
 10 - 20 Dakika Arası
 20 - 30 Dakika Arası
 30 Dakikadan Fazla

18) Banka tercihinizde en etkili olan faktör nedir?

- Güvenilirlik
 Alternatif dağıtım kanallarının yaygın olması
 Hata oranı
 Yaygın şube ağı
 Yapılan işlem maliyetinin düşük olması

19) Çalıştığınız bankayı değiştirmenizde etkili olacak en önemli faktör nedir?

- Hatalı işlem oranının yüksek olması
 Uzun bekleme süresi
 Teknolojik alt yapının yetersizliği
 Yüksek komisyon ve ücretler

20) Faturalarınızı hangi şekilde almayı tercih ediyorsunuz?

- Kâğıda basılı fatura
 E posta
 Mobil uygulama bildirim
 SMS
 İnternet veya mobil bankacılıktan kendim bakarım

Aşağıdaki ifadelere katılım düzeyini belirtiniz.	KESİNLİKLE KATILYORUM	KATILYORUM	NE KATILYOR NE DE KATILMIYORUM	KATILMIYORUM	KESİNLİKLE KATILMIYORUM
21) Dijital kanalları yakınlarıma öneririm.					
22) Telefonumda veya tabletimde bankacılık hizmetleri için mobil uygulama yüklüdür.					
23) Mobil bankacılığı güvenli buluyorum.					
24) İnternet ya da mobil bankacılığı zorunluluk olarak görüyorum.					
25) Fatura, Hgs, Vergi vb. işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.					
26) Yüklü miktarda para yatırma ve çekme işlemlerimi internet ve mobil bankacılık arayıcılığıyla yaparım.					
27) Bankacılık işlemlerimde en çok internet ve mobil bankacılığı kullanırım					

Aşağıdaki ifadelere yönelik tutumunuzu belirtiniz.	HER ZAMAN	SIK SIK	BAZEN	HIÇ BİR ZAMAN
28) Not aldığınız kâğıdı tekrar kullanır mısınız?				
29) Kopya yâda çıktı aldığınız kâğıdın her iki yüzünde kullanır mısınız?				
30) Bilgisayardan çıktı almadan önce kontrol amaçlı ön izleme yapar mısınız?				
31) Çıktı almak yerine genellikle e posta, mesaj veya telefonla arama yapar mısınız?				
32) Bir dökümanı kâğıt israfı olmaması için çıktı almak yerine bilgisayar ortamında okumayı tercih eder misiniz?				
33) Gereksiz enerji kullanmamak için ışık ve elektronik aletleri sadece ihtiyat duyduğunuzda mı açık bırakırsınız?				
34) Bilgisayar, yazıcı vb. elektronik cihazları kullanmadığınız sürece enerji tasarrufu için kapalı tutar mısınız?				
35) Enerji tasarrufunu sürdürülebilir bir çevre için gerekli görüyor musunuz?				
36) Faturalarınızı elektronik ortamda almanın sürdürülebilir çevre açısından gerekli olduğunu düşünüyor musunuz?				
37) Atıkların ayrı ayrı toplanması sürdürülebilir bir çevre için gerekli midir?				
38) Atıkların geri dönüştürülmesi sizce çevrenin ve doğal kaynakların korunması açısından önemli midir?				
39) Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının yaygınlaştırılmasını çevre açısından gerekli görüyor musunuz?				
40) Benzer iki ürün arasında seçim yapacak olursanız her zaman insan ve doğaya daha az zararlı olanları tercih eder misiniz?				
41) Sizce banka şubelerinde yapılan işlemler kâğıt, enerji, vs israfına sebep oluyor mu?				