

**T.C.  
ATILIM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**DİJİTAL BANKACILIKTA UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİ: ALBARAKA  
TÜRK KATILIM BANKASI ÖRNEĞİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Furkan AKGÜL**

**Ankara-2022**



**T.C.  
ATILIM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**DİJİTAL BANKACILIKTA UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİ:  
ALBARAKA TÜRK KATILIM BANKASI ÖRNEĞİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Furkan AKGÜL**

**Tez Danışmanı**

**Dr. Öğr. Üyesi Zeki YANIK**

**Ankara-2022**

## KABUL VE ONAY

Furkan AKGÜL tarafından hazırlanan “Dijital Bankacılıkta Uzaktan Müşteri Edinimi: Albaraka Türk Katılım Bankası Örneği” başlıklı bu çalışma 06/06/2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Programında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Mehmet ARSLAN (Başkan)

Dr. Öğr. Üyesi Zeki YANIK (Danışman)

Dr. Öğr. Üyesi Fatih EKİNCİ (Üye)

Doç. Dr. Şule TUZLUKAYA

Enstitü Müdürü

## ETİK BEYANI

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesi' ne uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

06.06.2022

---

Furkan AKGÜL

## ÖZ

AKGÜL, Furkan. Dijital Bankacılıkta Uzaktan Müşteri Edinimi: Albaraka Türk Katılım Bankası Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2022.

Dijitalleşmenin her geçen gün geliştiği günümüzde bankacılık sektörü de bu gelişmelerden yararlanmaktadır. Bu çalışmada gelişen dijital bankacılığın yeni bir uygulama alanı olan Uzaktan Müşteri Edinimi sürecini incelenmiştir. Uzaktan Müşteri Edinimi sürecine ilişkin verilere içerik analizi yöntemi kullanılarak ulaşılmıştır.

Çalışmanın ilk kısmında genel bankacılık uygulamaları, bankacılık kavramı, gelişim süreci ve banka türleri üzerinde durulmuştur. İkinci kısımda ise dijital bankacılık, kullanım alanları gibi konular çalışılmıştır. Bahsi geçen konular hakkında TBB, BDDK ve sektördeki bankaların süreçleri ve çalışmaları incelenmiştir.

Üçüncü bölümde Uzaktan Müşteri Edinimi sürecinin uygulama şekli araştırılmıştır. Farklı ülkelerdeki örnekler incelenerek çalışmaya eklenmiştir. Bugün Türkiye’de BDDK’nın konu ile alakalı yayımlamış olduğu yönerge bankalara kılavuzluk etmektedir.

Çalışmanın son kısmında Albaraka Türk Katılım Bankası’nda Uzaktan Müşteri Edinimi süreci değerlendirilmiştir. Sürece ilişkin veriler Albaraka Türk Katılım Bankası’na ait faaliyet raporları ve resmi sitesinde yer alan verilerden derlenmiştir.

Uzaktan Müşteri Edinimi, dijital bankacılığın geldiği noktayı göstermesi açısından bankacılık sektöründe önemli bir kilometre taşıdır. Bu nedenle çalışmada Uzaktan Müşteri Edinimi sürecine ilişkin müşteri talep verileri kullanılmıştır. Verileri sayısal olarak analiz edilmiş ve sonuçlar bu çalışmada detaylı olarak açıklanmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Dijital, Mobil Bankacılık, Görüntülü Görüşme, Uzaktan Müşteri Edinimi, Albaraka Türk Katılım Bankası

## ABSTRACT

AKGÜL, Furkan. Dijital Bankacılıkta Uzaktan Müşteri Edinimi: Albaraka Türk Katılım Bankası Örneği, Master of Sciences Graduate Thesis, Ankara, 2022.

In today's world where digitalization is developing day by day, the banking sector also benefits from these developments. In this study, the Remote Customer Acquisition process, which is a new application area of developing digital banking, is examined. Data regarding the Remote Customer Acquisition process were obtained using the content analysis method.

First chapter of the study emphasizes general banking applications, banking concept, development process and types of banks. In the second chapter, topics such as digital banking and digital banking application areas were studied. For the aforementioned chapter titles the processes and the practices of the TBB, BDDK and the banks in the sector were examined.

In the third chapter, the implementation of the Remote Customer Acquisition process has been researched. Examples from different countries were examined and added to the study. Today in Turkey the directive published by the BDDK on the subject guides the banks.

In the last chapter of the study, the Remote Customer Acquisition process at Albaraka Türk Participation Bank has been evaluated. The data regarding the process have been compiled from the annual reports of Albaraka Türk Participation Bank and the data available on its official website.

Remote Customer Acquisition is an important milestone in the banking industry in terms of showing the point digital banking has reached. For this reason customer demand data for the Remote Customer Acquisition process has been used for the study. The data analyzed with numerical throughput and the results were explained in detail in this study.

**Keywords:** Digital, Mobile Banking, Video Call, Remote Customer Acquisition, Albaraka Türk Participation Bank

## TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın meydana gelmesinde benden yardımlarını esirgemeyen ve sorduğum her soruya sabırla cevap vererek bana rehberlik eden saygıdeğer hocam Dr. Öğr. Üyesi Zeki Yanık'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eğitim hayatım boyunca ve bu çalışma esnasında benden desteklerini esirgemeyen çok değerli aileme ve bu zorlu süreçte her daim yanımda olan kıymetli niőanlım Elif'e teşekkürü borç bilirim.

Furkan AKGÜL

## İÇİNDEKİLER

ÖZ .....	i
ABSTRACT .....	ii
TEŞEKKÜR .....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar DİZİNİ.....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	ix
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
GİRİŞ .....	1
<b>BÖLÜM 1: BANKACILIK KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Bankacılık Kavramı .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Bankacılığın Ortaya Çıkışı .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Dünyada Bankacılığın Gelişimi .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Türkiye'de Bankacılığın Gelişimi .....</b>	<b>6</b>
1.4.1 1847 - 1923 arası dönem .....	6
1.4.2 1923 - 1945 arası dönem .....	7
1.4.3 1945 - 1980 arası dönem .....	8
1.4.4 1980 - 2000 arası dönem .....	9
1.4.5 2001 sonrası dönem .....	10
<b>1.5 Banka Türleri .....</b>	<b>11</b>
1.5.1 Sermaye yapılarına göre bankalar.....	11
1.5.1.1 Kamu bankaları .....	11
1.5.1.2 Özel bankalar.....	12
1.5.2 Ekonomik faaliyetlerine göre bankalar .....	12
1.5.2.1 Ticaret bankaları .....	12

1.5.2.2 Kalkınma ve yatırım bankaları.....	13
1.5.2.3 Katılım bankaları .....	15
<b>BÖLÜM 2: DİJİTAL BANKACILIK VE ALTERNATİF DAĞITIM KANALLARI.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Dijital Bankacılık Kavramı .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 Dijital Bankacılığın Gelişim Süreci .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Dijital Bankacılığın Avantajları.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4 Dijital Bankacılığın Dezavantajları .....</b>	<b>25</b>
<b>2.5 Dijital Bankacılıkta Alternatif Dağıtım Kanalları.....</b>	<b>26</b>
2.5.1 ATM bankacılığı .....	26
2.5.2 Telefon bankacılığı .....	28
2.5.3 İnternet bankacılığı .....	30
2.5.4 Mobil bankacılık.....	31
<b>2.6 Yaş Gruplarına Göre Dijital Bankacılık Müşterileri.....</b>	<b>32</b>
<b>BÖLÜM 3: DİJİTAL BANKACILIKTA UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİ</b>	<b>35</b>
<b>3.1 Müşteri Edinim Türleri.....</b>	<b>35</b>
3.1.1 Yerinden müşteri edinimi.....	35
3.1.2 Yarı yerinden müşteri edinimi.....	35
3.1.3 Uzaktan müşteri edinimi (Digital onboarding) .....	35
<b>3.2 Uzaktan Müşteri Edinimi .....</b>	<b>36</b>
<b>3.3 Uzaktan Müşteri Edinimi Çalışma Şekli.....</b>	<b>36</b>
<b>3.4 Bankacılıkta Uzaktan Müşteri Edinimi .....</b>	<b>38</b>
3.4.1 Kurye süreci ile müşteri edinimi .....	38
3.4.2 Görüntülü görüşme ile müşteri edinimi.....	39
<b>3.5 Uzaktan Müşteri Edinimine Dünyadan Örnekler .....</b>	<b>39</b>
3.5.1 Malezya UOB bank örneği .....	39

3.5.1.1 Hesap açılışı.....	39
3.5.1.2 Hesap açılışı için gerekenler.....	40
3.5.2 İngiltere barclays örneği.....	40
3.5.2.1 Video bankacılığı.....	40
3.5.2.2 Video bankacılığı niçin kullanılır? .....	40
3.5.3 Hindistan İdbi bank örneği.....	41
<b>3.6 Türkiye'de Bankacılık Sektöründe Uzaktan Müşteri Edinimi.....</b>	<b>42</b>
3.6.1 Uzaktan kimlik tespiti sürecine ilişkin genel şartlar.....	43
3.6.1.1 Süreç başlamadan önce uyulması gerekenler.....	43
3.6.1.2 Kimlik tespiti yapacak müşteri temsilcisi ve çalışma ortamı.....	44
3.6.1.3 Sürecin başlaması ile uyulması gereken ilkeler.....	44
3.6.1.4 Kullanılacak kimlik belgesinin doğrulanması.....	45
3.6.1.5 Kimliği tespit edilecek kişinin doğrulanması.....	46
3.6.1.6 Görüntülü görüşme sürecinin sonlandırılması .....	47
3.6.1.7 Verilerin saklanması ve kimlik tespitinde sorumluluk .....	47
3.6.2 Uzaktan banka müşterisi olma süreci .....	47
<b>BÖLÜM 4: UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİNDE ALBARAKATÜRK</b>	
<b>KATILIM BANKASI ÖRNEĞİ.....</b>	<b>52</b>
<b>4.1 Kısaca Albaraka Türk Katılım Bankası .....</b>	<b>52</b>
<b>4.2 Albaraka Türk Katılım Bankası Tarihçesi .....</b>	<b>52</b>
<b>4.3 Albaraka Türk Katılım Bankası Dijital Bankacılık Uygulamaları .....</b>	<b>53</b>
4.3.1 Albaraka mobil bankacılık uygulaması.....	54
4.3.2 Albaraka internet bankacılığı.....	54
4.3.3 Albaraka telefon bankacılığı.....	54
<b>4.4 Albaraka Türk Katılım Bankası'nda Uzaktan Müşteri Edinimi.....</b>	<b>56</b>
4.4.1 Kurye süreci ile müşteri olma.....	58

4.4.2 Görüntülü görüşme yöntemi ile müşteri olma.....	59
<b>SONUÇ</b> .....	62
<b>KAYNAKÇA</b> .....	64
<b>TURNİTİN RAPORU</b> .....	70
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	77



## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo 1:Türkiye’de Banka Sayıları.....</b>	<b>13</b>
<b>Tablo 2:Türkiye’de Katılım Bankaları Sayıları .....</b>	<b>16</b>
<b>Tablo 3: 2017 - 2021 Yılları Arası Aktif Bireysel Müşteri Sayısı.....</b>	<b>21</b>
<b>Tablo 4: 2017 - 2021 Yılları Arası Aktif Kurumsal Müşteri Sayısı.....</b>	<b>22</b>
<b>Tablo 5: 2017 - 2021 Yılları Arası Aktif İnternet ve Mobil Bankacılık Müşteri Sayısı.....</b>	<b>23</b>
<b>Tablo 6: Bankaların Telefon Bankacılığı İletişim Numaraları .....</b>	<b>29</b>
<b>Tablo 7: Bankacılık Uzaktan Müşteri Edinimi Sayıları.....</b>	<b>49</b>
<b>Tablo 8: Katılım Bankacılığı Uzaktan Müşteri Edinim Sayıları.....</b>	<b>50</b>
<b>Tablo 9: 2021 Yılı Albaraka Türk Katılım Bankası Telefon Bankacılığı Verileri .....</b>	<b>55</b>
<b>Tablo 10: Şubeden Sonuçlandırılan Müşteri Sayıları .....</b>	<b>56</b>
<b>Tablo 11: Şubeden Sonuçlandırılan Başvuru Sayısı Albaraka Türk Katılım Bankası Payı.....</b>	<b>57</b>
<b>Tablo 12: Kurye ile Müşteri Olma Sürecine İlişkin Müşteri Sayıları ve Oranları .....</b>	<b>58</b>
<b>Tablo 13: Albaraka Türk Katılım Bankası Uzaktan Müşteri Edinimi Başarı Oranları.....</b>	<b>60</b>
<b>Tablo 14: Sonuçlanan Uzaktan Müşteri Olma Başvurusunda Albaraka Türk Katılım Bankası Payı .....</b>	<b>61</b>

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Ocak-Mart 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri.....	33
Şekil 2: Nisan-Haziran 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri .....	33
Şekil 3: Temmuz-Eylül 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri.....	34
Şekil 4: Ekim-Aralık 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri.....	34
Şekil 5: Uzaktan Müşteri Edinimi ile Müşteri Olma Süreci (Geom).....	38

## **SİMGELELER ve KISALTMALAR DİZİNİ**

<b>ATM</b>	<b>Automatic Teller Service</b>
<b>BDDK</b>	<b>Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu</b>
<b>EFT</b>	<b>Electronic Funds Transfer</b>
<b>IVR</b>	<b>Interactive Voice Response</b>
<b>KYC</b>	<b>Know Your Customer</b>
<b>NFC</b>	<b>Near Fiels Communication</b>
<b>POS</b>	<b>Point of Sale</b>
<b>SMS</b>	<b>Kısa Mesaj Servisi</b>
<b>TBB</b>	<b>Türkiye Bankalar Birliği</b>
<b>TKBB</b>	<b>Türkiye Katılım Bankaları Birliği</b>
<b>TMSF</b>	<b>Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu</b>

## GİRİŞ

Bankacılık kavramının incelenmeye başlanarak ele alındığı bu çalışmada ilk olarak genel bankacılık uygulamaları, bankacılık tarihi ve Türkiye’de ki bankacılık sistemi araştırılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde dijital bankacılık uygulamaları ve bankacılıkta alternatif dağıtım kanalları incelenerek. ATM, telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve mobil şube kavramları araştırılmıştır.

Üçüncü bölümde yeni bir bankacılık uygulaması olan uzaktan müşteri edinim süreçleri dünyadan örneklerle incelenmiştir. Ayrıca BDDK’nın uzaktan müşteri edinimi sürecinin rehberi olarak yayımladığı mevzuat çalışmaya eklenmiş, süreçle ilgili detaylar mevzuat çerçevesinde açıklanmıştır.

Çalışmanın son bölümünde üçüncü bölümde bahsi geçen uzaktan müşteri edinim sürecinin Albaraka Türk Katılım Bankası özelinde işleyiş süreci ele alınmış ve sayılar veriler ile çalışma desteklenmiştir.

### Literatür taraması

Dijital bankacılığın yeni bir uygulaması olarak yaklaşık bir yıl önce hayatımıza girmiş olan bankacılıkta uzaktan müşteri edinimi süreçlerini incelediğimiz bu çalışmada ilk olarak genel bankacılık uygulamalarına değinilmiştir. Bankacılığın ortaya çıkışı ve görevleri (Yetiz, 2016)’nın çalışmasına göre alınmış ve bankacılığın tarihi süreçlerine bu alanda yürütülen çalışmalar incelenerek değinilmiştir. Yine çalışmanın birinci bölümünde TBB ve TKBB verileri kullanılarak ülkemizdeki bankaların fonksiyonlarına ve türlerine göre ayrılması ele alınmıştır. Ülkemizdeki bankaların faaliyet türlerine göre şube sayıları da TBB’den alınan verilerle bu bölümde aktarılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde dijital bankacılık kavramının detaylar incelemeye alınmıştır. Zeybek (2018) ve Esen (2020) çalışmaları referans alınarak dijital bankacılık kavramı açıklanmıştır. Dijital bankacılık sürecinin dünyada gelişim evreleri incelenmiş ve temel kilometre taşları bu bölümde ortaya konulmuştur. Vural (2019)’un çalışması referans alınarak dijital bankacılık uygulamasının avantaj ve dezavantajları belirtilmiştir. Dijital bankacılık alanının müşteriye ulaştığı taraflar olan

ATM, telefon bankacılığı, mobil bankacılık gibi alternatif dağıtım kanalları ile ilgili literatürdeki çalışmalar incelenmiş, kullanım alanları çalışmaya eklenmiştir.

Uzaktan müşteri edinimi süreçlerinin incelendiği üçüncü bölümde ise müşteri edinimi türleri ilk olarak belirtilmiştir. Uzaktan müşteri edinimin bazı bankalardaki uygulamaları ile dünya üzerinde kullanım örneklerinin İngiltere, Malezya ve Hindistan'daki örnekleri incelenerek çalışmaya eklenmiştir. Türkiye'de uzaktan müşteri edinimi sürecinin nasıl uygulanacağı ile ilgili BDDK ve TBB'nin yayımlanmış olduğu yönergeler incelenerek çalışmada sunuldu. Uygulamanın başlangıcından bitişine kadar olan sürecin detaylarına yine bu bölümde yer verildi. Çalışmanın son bölümünde ise uzaktan müşteri edinimi işleminin Albaraka Türk Katılım Bankası'nda uygulanma süreci, yöntemleri incelendi. Albaraka Türk Katılım Bankası'nın ilgili departmanlarından ve yıllık faaliyet raporlarından elde edilen içerikler istatistiki olarak sunuldu ve çalışmaya sayısal veriler olarak eklendi.

#### Araştırma yöntemi

Dijital bankacılık uygulamalarının incelendiği ve uzaktan müşteri edinim sürecinin Albaraka Türk Katılım Bankası'nda gelişim sürecinin ele alındığı bu çalışmada araştırma yöntemi olarak içerik analizi yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmanın ilk kısmında bankacılık ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. İkinci kısımda yine dijital bankacılık uygulamalarına ait veriler TBB, BDDK VE TKBB resmi siteleri ve banka siteleri üzerinden toplanmıştır. Çalışmanın üçüncü ve dördüncü kısmında ise BDDK, TBB, TKBB ve Albaraka Türk Katılım Bankası verileri tablolar ile gösterilmiş. Albaraka Türk Katılım Bankası 2021 yılı faaliyet raporu verileri de analiz edilerek çalışmaya eklenmiştir.

## BÖLÜM 1: BANKACILIK KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Bankacılık insan ilişkilerinin var olduğu zamandan bu yana kadar sürekli gelişim gösteren ve içinde bulunduğu çağın gereklerine uyum sağlayan bir sektör olarak sürekli güncelliğini korumuştur.

### 1.1 Bankacılık Kavramı

Bankalar ihtiyaçlar doğrultusunda fon toplayan, mevduat kabulü yapan, topladığı kaynakları fona ihtiyacı olan tüzel ve gerçek kişilere, devlete uzun veya kısa vadeli olarak aktaran finansal kurumlardır (Yetiz, 2016, s.1).

Gelişen ve sürekli değişen bankacılık sisteminde bankalar günümüzde temel mevduat ve fon sağlama işlemlerinin dışında da çeşitli görevler üstlenirler. Bu görevler kısaca;

- Katılım fonu, mevduat kabulü,
- Nakdi veya gayri nakdi kredilendirme işlemi,
- Fon transferi, muhabir bankacılık, çek hesapları ile ilgili işlemler gibi ödeme ve tahsilat işlemleri,
- Kambiyo senetleri gibi işlemleri,
- Saklama hizmetleri,
- Bankamatik kartları, kredi kartları ve seyahat çekleri şeklinde olan ödeme araçları ile ilgili işlemlerin yürütülmesi,
- Para piyasası araçlarının ticareti, kıymetli maden alım satımı ve bunların emanet olarak alınması,
- Birden fazla türev araca sahip olan basit veya karmaşık yapıdaki finans araçlarının alım satım ve ticareti,
- Sermaye piyasası araçlarının halka arzı veya ihraç işlemleri
- İhracı gerçekleşmiş olan sermaye piyasası araçlarının aracılık maksatlı alım satım işlerinin yürütülmesi,
- Diğer kişiler lehine teminat, garanti ve yükümlülük işlemleri,
- Yatırım danışmanlığı,

- Portföy yönetimi ve işletmeciliği,
- Merkez Bankası veya Hazine Müsteşarlığı ve kuruluşunda yer alan birlikler nezdinde oluşturulan sözleşmelerle üstlenilen yükümlülükler kapsamında alım satım işlemlerini içeren piyasa yapıcılığı,

- Faktoring işlemleri,
- Bankalar arası parasal ve alım satım işlemlerinde aracılık,
- Finansal kiralama işlemleri,
- Bireysel emeklilik aracı hizmetleri ve sigorta acenteciliği,
- Kurulca belirlenecek diğer faaliyetler (Açıköğretim,istanbul, 2022).

Bankalar ülkemiz ekonomisinde çok önemli yere sahiptirler. Ülkedeki finansal yapının güçlü olması bankaların gücüyle doğrudan ilişkilidir. Bankalar uzun dönemlerde makroekonomik istikrarın sağlanmasına yardımcı olan temel kurumlardır. Finansal sistemin içinde bu denli önemli yere sahip olan bankacılık sektörünün, sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi ve ekonomik sistem ile etkileşimini açık bir şekilde ortaya koyabilmesi gerekmektedir. Bankacılık sektörü, hızlı bir ekonomik büyümenin sağlanmasında ve ekonomik başarıda önemli yere sahip bir araçtır (Yıldırım, 2004, s. 12).

## **1.2 Bankacılığın Ortaya Çıkışı**

Banka kelimesinin kökeni İtalyanca "banko" yani masa kelimesinden gelmektedir. Burada masa sarrafların üzerinde işlemlerini yaptığı yer anlamında kullanılmaktadır. Sarraflar zamanla faaliyet alanlarını genişleterek halka ait değerli eşyaları muhafaza etmeye başladılar. Muhafaza etmek için aldıkları bu emanetleri başka müşterilere kredi olarak sağlamaya başlayan sarraflar bankacılık sisteminin de temelini atmış oldular (Erdoğan, 1993, s.403).

Bankacılığın başlangıç zamanı esas olarak MÖ. 3500 yıllarına kadar uzanmaktadır. Babil, Sümer ve eski Yunanlara ait medeniyetlerde bankacılık benzeri işlemlerin yapıldığı belirlenmiştir. Ticaretin gelişmesi, denizciliğin gelişerek sınırlarını genişletmesi, paranın icat edilmesi gibi gelişmeler bankacılığın da uygulama alanlarını genişletmesine önemli fayda sağlamıştır. Modern olarak bankacılık ise 1900'lü yılların başından itibaren uygulanmaya başlanmıştır. Ülkemizde de Osmanlı

Dönemi'nde Tanzimat Fermanı ile ilk olarak yabancı bankaların öncülüğünde başlamıştır. Cumhuriyet Dönemi'nde de dönem şartlarına göre ivme kazanarak ilerlemiştir (Aydın, 2006, s.16).

### **1.3 Dünyada Bankacılığın Gelişimi**

Eski Yunan döneminde bankacılık "Trapezitez" ismi verilen bankerler tarafından yürütülmektedir. Sitelerin meydanlarında halkın bir araya gelerek "trapeze" denilen yamuk şeklinde olan masalar üzerinde ticari faaliyetler, yaşam koşulları gibi konuları görüştüğü belirtilmektedir. Bu görüşmeler daha sonra Roma dönemine intikal ederek, aynı tezgahlar üzerinde para, kredi ticaretlerinin görüşülmeye başlandığı söylenmektedir. Bu faaliyetlerin yürütüldüğü dönemin tapınakları çeşitli emanetleri kabul etmiş, para basım işlemi yapmış ve ödünç vermişlerdir. Dönemin banka görevi gören yapıları devlet tarafından denetlenmiştir. İlk kamu bankaları örneği de Eski Yunan'da yer almaktadır. Siteler kendilerine ait kamu bankaları kurmuşlar ve borçlular lehine işlem sağlanmasına öncülük etmişlerdir (Günel, 2001, s.5).

Bu dönemden sonra da bankacılık asıl modern şeklinin kazanıldığı döneme dek bu şekilde ticari faaliyetleri ve daha genel ekonomik işleri kapsamıştır.

Günümüz tarzı modern bankacılığa geçiş 17. yüzyılda görülmektedir. Bankacılık süreci bu dönemde yedi aşamalı olarak ele alınmıştır. İlk evrede mal ve para sistemi mevcuttur. Burada bankalara düşen görev yatırımcı ve fon sahibini buluşturmalarıdır. Ardından şube bankacılığı gelişim göstermiş, banka sayıları azalmış fakat sektörel olarak bankacılık büyüme sağlamıştır. Üçüncü evrede bankalar yeteri kadar büyüme sağlayarak birbirleri arasında borç alışverişi yapan sistemler oluşturmuşlardır. Daha sonraki evrede paranın ödünç verilme görevi merkez bankaları tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Beşinci evre özellikle Amerika ve İngiltere başta olmak üzere merkez bankalarının rezerv kısıtı koyduğu evredir. Borç yönetimleri aktif hale gelirken fon kullandırma işlemleri etkin bir şekilde uygulanmaya başlamıştır. Altıncı evre faiz oranlarının da yükselmesi ile oluşan dönemdir. Yapılan bu çalışmaya göre son evre yaygın piyasanın olduğu piyasalarda serbestleşmenin başladığı, banka ve banka dışı kuruluşların arasında ayrımın kalmamaya başladığı evredir. Günümüzde bankacılık sektöründe küresel anlamda bu evrenin yaşandığı söylenebilir (Işık, 2010, s.107-112).

## 1.4 Türkiye'de Bankacılığın Gelişimi

Ülkemizde bankacılık sektörünü Osmanlı Dönemi'nde Tanzimat Fermanı ve sonrası ile ele alacağız ve çeşitli tarihler üzerinden sınıflandıracacağız. Burada ele alacağımız dönemler;

- 1847 - 1923 Arası Dönem
- 1923 - 1945 Arası Dönem
- 1945 - 1980 Arası Dönem
- 1980 - 2001 Arası Dönem
- 2001 ve Sonrası Dönem

### 1.4.1 1847 - 1923 arası dönem

Osmanlı İmparatorluğu döneminde "Kaime" adı verilen ilk kağıt para 1840 yılında basılmıştır. Burada temel maksat bütçe açıklarını kapatmaktır. Osmanlı hazinesinin bu dönemde sürekli dış ticaret açıkları vermesi, kaimelerin diğer yabancı paralar karşısında değerinin azalmasına sebep olmuştur. 1845 yılında Galata bankerlerinin ileri gelenleri ile anlaşmalar yapılmış ve Osmanlı ithalatının finansmanı sabit bir döviz kuru üzerinden finanse edilmeye başlanmıştır. Bankerle bu uygulamayı devam ettirerek hükümetten ayrı aynı işlevi yerine getiren banka kurmaya başlamışlardır (Bulut, 2015, s.6). Böylece Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk banka 1847 yılında kurulmuş oldu. Ancak bu banka çok uzun süre çalışmamış 1852 yılında faaliyetlerine son vermiştir. 1856 yılında kurulan Osmanlı Bankası Osmanlı İmparatorluğu'nda kurulan ilk banka özelliğini taşımaktadır. Özellikle Tanzimat Fermanı'ndan sonra devletin gelirleri harcamalarına yetişemediği bir döneme girilmiştir. Devletin kaynak ihtiyacı İstanbul'da faaliyetlerine devam eden banker ve sarraflardan borç alınarak giderilmiştir. Karşılık olarak ise kaimelerin ihracı ve toplanacak vergiler gösterilmiştir. 1856 Paris Antlaşması ile Osmanlı İmparatorluğu'nun dış borç alma olanakları artırılmıştır. Bu da Osmanlı Bankası'nın kurulmasındaki en önemli etkidir. Banka dış borç alınmasında yabancı bankalar ile Osmanlı Devleti arasında aracılık etmek maksadıyla İngiliz sermayesiyle kurulmuştur. 1863 yılında ise çiftçilere uygun kredi sağlamak amacıyla Memleket Sandıkları kurulmuştur. Memleket Sandıklarının finansmanı imece usulü ve köylünün gelirine göre sandığa toprak vermesi ile sağlanmıştır. Finansman sağlanmasında yaşanan

zorluklar ve çeşitli yolsuzlukların yapılması ile bu bankanın Menafi Sandıkları adıyla düzenlenerek yeniden kurulmasına karar verilmiştir. Menafi Sandıklarının sermayesi ise aşar vergisine eklenen menafi hissesi adıyla sağlanmıştır. Bir süre sonra bu banka aracılığıyla toplanan paraların kullanımı ile alakalı da şüpheler belirince 1888 yılında ilk devlet bankası sıfatıyla Ziraat Bankası kurulmuştur. Ziraat Bankası'nın kurulmasındaki temel maksat tarımsal kredilendirmeyi devlet denetimine almaktır (Yetiz, 2016, s.110)

Görüldüğü üzere Osmanlı İmparatorluğu son döneminde bankacılık denemeleri başarıya ulaşmamış ve temelde tarım ve çiftçi bağlamında kurulan bankalar ön plana çıkmıştır.

#### **1.4.2 1923 - 1945 arası dönem**

Cumhuriyet Dönemi'nde ilk yıllarda bankacılık alanındaki gelişmeleri inceleyecek olursak Türkiye'de faaliyet gösteren 22 tanesi ulusal ve 13 tanesi yabancı sermayeli 35 banka bulunmaktaydı. Bu dönemde temel maksat tarım, ticaret ve sanayi alanlarına hizmet vermektir. Bu maksatla bu sektörlerin önde gelenleri bir araya gelerek Türkiye İktisat Kongresi'nde buluşmuşlardır. Tüm katılımcılar ulusal bankacılığın kurulması gerektiğine vurgu yapmıştır. Kongrede dile getirilen temel görüş özel kesim olanaklarının banka kurulması için yeterli olmadığı ve devletin bu alana öncülük etmesi gerektiğidir (Korukçu, 1998, s.3) Bu maksatla kurulan Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası görevini yerine getirememiş ve 1933 yılında Sümerbank'a devredilmiştir. Kongreye katılan tarım kesiminin çiftçiye daha uygun kredilendirme talebi ile Ziraat Bankası sermayesi 1924 yılında arttırılmıştır. 1927 yılında ise konut kredisi vermek maksatlı Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur. 1920'li yıllardan itibaren çalışmaya başlan ve çeşitli mali sebeplerden dolayı geciken çalışma ile 1930 yılında Merkez bankası kurulmuştur (Yetiz, 2016, s.111).

Cumhuriyet Dönemi'nde 1930'lu yıllara kadar incelenen bankacılık sektörü gelişimi daha çok mahalli bankacılık ve devlet bankacılığı olarak ele alınabilir. Bu dönemden sonra sektör evrilerek özel bankacılık teşebbüsleri artmıştır (Doğan, 2012, s.402).

Dünya ekonomik buhranının hemen ertesi olan ve İkinci Dünya Savaşı'na doğru giden dönemde bunalımın etkileri Türkiye'de görülmüştür. Cumhuriyetin ilanından itibaren ekonomide liberal bir politika görülürken temel ilke olarak

devletçilik benimsenmiştir. 1934 yılında başlatılan Birinci Sanayi Planı ile birlikte devlet bankaları kurulması hız kazanmıştır. Takip eden dönemde Sümerbank ve Belediyeler Bankası kurulmuştur. Birinci Sanayi Planı'nın yürütülmesi maksadı ile finansman üstlenmesini Maden Tetkik ve Arama Enstitüsü ile Elektrik İşleri Etüd İdaresi gerçekleştirmiştir. 1937 tarihinde denizyolları işletmelerinin yönetilmesi, yenilerinin kurulması ve finanse edilmesi amacıyla Denizbank kurulmuştur. Halk Bankası'nın kurulması da yine bu dönemde gerçekleşmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarının temellerinden olan mahalli bankalar bu dönemde önemini kaybetmiştir. (Yüzgün, 1982).

1933 - 1946 arasındaki dönem devlet bankacılığının önem kazandığı dönemdir fakat 1938 yılından itibaren İkinci Dünya Savaşı'nın da etkileri ile bankacılık sektörü durgunluk göstermiştir (Durer, 1982, s.158).

Garanti ve Yapı Kredi bankalarının kurulması ile 1946 yılından itibaren milli bankacılığımız hareketlenmiş ve bankacılık sektörü de önem kazanmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası dış bağış ve yardımlarla kamu kesimi ihtiyaçları karşılanmış, tarım kesiminin gelişmesini sağlayan politikalar izlenmiştir. Türk Bankacılık sisteminde banka sayılarında artış görülmüştür (Durer, 1982, s.159).

Cumhuriyet dönemi bankacılığının bütünü incelenecek olursa bu dönemde yatırım ve kalkınmaya önem verilmiş, liberal politikalar izlenmiş ve dışa açık bir bankacılık modeli benimsenmiştir (Doğan, 2012, s.402).

#### **1.4.3 1945 - 1980 arası dönem**

Türk bankacılık sisteminde 1945 ile 1960 yılları arası özel bankacılığın gelişim gösterdiği bir evredir. Bu yıllar arasında yatırımlar, nüfus, milli gelir artış göstermiş ve sanayi sektörü milli gelirden aldığı payı arttırmıştır. Piyasada üretimin genişletilmesi ekonomide para ve kredi ihtiyacının artmasına yol açmıştır. Bankacılık alanında yapılan yatırımların getirisi artarak özel bankacılık hızla önem kazanmıştır. Hükümet ve Merkez Bankası bankacılık işlem komisyon oranlarını belirleyerek, döviz dayalı işlem yetkisini de üstlenmiştir. Böylece şube bankacılığı ve mevduat toplamaya dayalı bir rekabet ortamı oluşmuştur. Şube bankacılığı yaygınlaşarak yerel bankacılık tasfiye sürecine girilmiştir (Çankaya ve Öz, 2011, s.13).

Bu dönemde bankacılık sektörü devlet kontrolünde ve etkisinde kalmıştır. Yeni banka kurulmasına sınırlandırma getirilmiştir. Şube bankacılığı gelişirken özel ticaret

bankaların çoğu holding bankacılığı halini almıştır. Planlı olarak kontrol altına alınan bu dönemde 5 kalkınma ve 2 ticaret bankası olmak üzere 7 banka kurulmuştur. (Aydın, 2006, s.30).

Bu gelişmeler ışığında 1980 dönemine doğru bankacılık sektörü de geçiş yaşamaya başladı.

#### **1.4.4 1980 - 2000 arası dönem**

Türk bankacılık sektöründe 1970'li yıllar ödem dengesine bozulmaların ve yüksek kontrollerin sebebiyle döviz sıkıntısının yaşandığı dönemdir. 1960 -1980 arası dönemde benimsenen karma ekonomik sistem yerine 1980'den sonra ihracat temelli üretim ve ekonomik sistem benimsenmiştir. Bu dönemde esnek döviz kuru uygulamasına geçilmiş uygulanmakta olan pozitif reel faizler aracılığıyla tasarrufların artması amaçlanmıştır. Bankalara döviz hesabı açmak ve döviz bulundurmaya gibi yetkiler verilmiştir. İnterbank piyasası ve mevduat sigorta fonu da bu dönemde faaliyete geçmiştir (Uluyol, 2019, s.80).

Türk bankacılık sektörünün gelişmesi ile bu dönemde yasal, yapısal ve kurumsal değişiklikler ve gelişmeler yaşanmıştır. Bu düzeltmelerin maksadı bankacılığın daha verimli işlemesi ve rekabetin teşviki yönünde olmuştur. Bu çerçevede döviz kurları ve faiz oranları serbest bırakılmış. Bankacılık sisteminde yeni gelişmelere olanak tanınmış, yabancı bankaların Türkiye'de faaliyet göstermesi ve şube açmasının önü açılmıştır (Bakdur, 2003, s.12).

1980 sonrası dönem Türkiye'de hem bankacılık sektöründe hem de ekonomik anlamda liberalleşme ve dışa açılma dönemi olarak geçmiştir. 24 Ocak 1980 Kararları kapsamında piyasaların serbestleşmesine olanak sağlayan düzenlemeler yapılmış, serbest piyasa mekanizması işlerlik kazanmıştır. Bu çalışmaların bankacılık sisteminde önemli etkileri olmuştur. 1980'li yıllarla birlikte hızla büyüme gösteren bankacılık sektörü, 1990'lı yıllara bu büyümenin verdiği rahatlıkla girmiştir. Teknolojinin de gelişmesi ile birlikte döviz tevdiat hesaplarının önemi ve ağırlığının arttığı, faizlerin yükseldiği, gözetim ve denetim işlevinin önceki yıllara nazaran daha az etkin olduğu bir seyir izlemiştir (Şahin, 2000, s.385).

1990'lı yılların ortalarında ise gerek küresel krizlerden, gerekse bankacılık sisteminin yapısal sorunlarından kaynaklı olarak bankacılıkta ciddi problemler ortaya çıkmıştır. Kamu kesiminin borçlanma ihtiyacının artması, rasyonel olmayan araçlarla

genişleme göstermesi 1994 yılındaki Finans Krizi'ne yol açmıştır. Bu dönemde sektör ciddi bir küçülme yaşamıştır (Yıldırım, 2020, s.73)

1990'lı yılların sonuna doğru bankacılık sektörünü de olumsuz etkileyen gelişmeler ışığında 18 Haziran 1999 tarihinde Bankalar Kanunu'nda çeşitli düzenleme ve değişiklikler yapılmıştır. Bu değişiklikler hükümet ile Uluslararası Para Fonu arasında imzalanan Stand-by antlaşmasının temelini oluşturmuştur. 2000 yılının ilk dönemlerinde antlaşmaya uyulması ile faizler ve enflasyon düşüşe geçmiştir. İç talep genişlemeye başlamış ve yurt dışından sermaye girişi artış göstermiştir (Arabacı, 2018, s.31).

#### **1.4.5 2001 sonrası dönem**

2001 yılının Şubat ayında meydana gelen finansal kriz sonucunda bankacılık sektörü ciddi bir sarsıntı geçirmiş ve reel sektörde de ciddi kriz yansımaları görülmüştür. Krizin ardından mayıs ayı itibariyle yeniden yapılandırma programına geçilmiş ve bu programda aşağıda belirtilen başlıca kararlar alınmıştır.

- Enflasyona karşı sıkı duruş sergilenerek, dalgalı kur modelinin uygulanması,
- Sektörde TMSF aracılığıyla geniş kapsamlı yeniden yapılandırma programı uygulanması ve bankacılık eliyle reel sektörün desteklenmesi,
- Kamu maliyesi alanında finansman dengesinin sağlanması, sürdürülebilirliğin tesis edilmesi,
- Kamusal gelir stratejilerinin enflasyon hedefini destekler şekilde geliştirilmesi
- Şeffaf ve etkili şekilde yasal düzenlemelerin uygulanması (Kesebir, 2018, s.9).

Yeniden yapılandırma kapsamında başlatılan çalışmaların temelinde reel sektörü destekleyici ve ekonomiye katma değer yaratan projeler yer almaktadır. İhracatı teşvik etmek ve yabancı direkt yatırımları çekmek amaçlanmıştır. Yabancı sermaye teşviki kapsamında bürokratik engellerin de ortadan kaldırılması hedeflenmiştir (Erdönmez, 2003, s.38).

Krizin ardından gerçekleştiren maliye ve sıkı para politikaları ile ekonomik olarak düzelmeye belirtileri ortaya çıkmıştır. Fakat 2008 yılında meydana gelen küresel

kriz bu gelişmeler duraklamaya neden olmuştur. Alınan önlemler bu krizde sonuçlarını vermiş ve krizin etkisi daha az hissedilir olmuştur. Ülke ekonomisinde yapılan reformların da tüm bu sürece katkısı bulunmaktadır. reformlar için sadece ekonomik alan değil, sosyal, eğitim ve siyasal alanda seçilmiştir. Hepsi birden değerlendirildiğinde 2001 krizi sonrası siyasi istikrar, ekonomide uygulanan doğru politikalar bir araya gelmiş sonraki yıllarda da ortaya çıkacak çeşitli krizlerin önüne geçilmiştir (Kesebir, 2018, s.17).

Bankacılık sektörü ülkemizde oluşturduğu istihdam ve aktif büyüklüğü açısından önemli bir yere sahip olup, ekonomi içinde ciddi bir ağırlığa sahiptir (Arabacı, 2018, s.41). Bu ağırlık gelişen ekonomilerde her geçen gün önemini arttırmaktadır.

## **1.5 Banka Türleri**

Bankaları çeşitli fonksiyonlarına ve çalışma alanlarına göre farklı şekillerde sınıflandırmak mümkün. Bu çalışmada bankaları sermaye yapıları ve ekonomik faaliyetlerine göre sınıflandıracamız.

### **1.5.1 Sermaye yapılarına göre bankalar**

Sermaye yapılarına göre bankalar özel sermayeli bankalar ve kamu sermayeli bankalar olmak üzere iki şekilde sınıflandırılır. Faaliyet alanı ne olursa olsun bankalar kamu veya özel sermaye olarak sınıflandırılabilir.

#### **1.5.1.1 Kamu bankaları**

Sermayesinin tamamına ya da yüzde 50'sinden fazlasına kamu ya da kamu tüzel kişiliklerin sahip olduğu bankalardır. Yönetim ve denetimi kamunun görevlendirdiği kişilerce veya kuruluşların temsilcileri ile yapılır. Başlıca kuruluş amaçları devlet açısından önemli olan ekonomik faaliyetler rol oynamak ve özel bankalar için kar getiri sağlamayan alanlarda hizmet üretmektir (Zengin, 2019, s.44)

Kamu sermayeli bankalar;

- Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası
- Türkiye Halk Bankası
- Türkiye Vakıflar Bankası

- İller Bankası A.Ş.
- Türk Eximbank
- Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası (TBB 2022).

### **1.5.1.2 Özel bankalar**

Sermayesinin tamamına özel kurum ya da kişilerin sahip olduğu bankalardır. Merkez Bankası ve Kalkınma Bankalarının faaliyet alanlarının dışında kalan tüm işlevleri yerine getirirler. Bu bankalar temel fonksiyonlarının dışında mevzuata uymak koşulu ile finansal araçların alım satımı, türev işlemler, kambiyo işlemleri, yatırım danışmanlığı, menkul kıymetler aracılığı ve çeşitli sigorta faaliyetleri yapmaktadırlar (Gökçe ve Küçük Kaplan, 2018, s.155). Özel bankaların ülkemizdeki sayıları çok fazla ve faaliyet alanları oldukça geniştir. Başlıca özel sermayeli bankalar;

- Akbank T.A.Ş.
- Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.
- Türk Ekonomi Bankası A.Ş.
- Türkiye İş Bankası A.Ş (TBB, 2022).

Türk bankacılık sisteminde farklı alanlarda işlev gösteren çok sayıda özel sermayeli banka mevcuttur

### **1.5.2 Ekonomik faaliyetlerine göre bankalar**

Ekonomik faaliyetlerine göre bankaları Ticaret Bankaları, Kalkınma ve Yatırım Bankaları, Katılım Bankaları olarak sınıflandırabiliriz.

#### **1.5.2.1 Ticaret bankaları**

Üretimin finansmanı veya ticaret alanında perakende, toptan bankacılık faaliyetlerinde bulunan bankalara denir (Güney, 2011, s.4).

Bu tür bankalar esasen kredi verme ve mevduat toplama faaliyetlerinin yanında başka faaliyetler de gerçekleştirebilirler. Bu bankaların başlıca fon kaynakları, öz kaynaklar, kullanılan krediler ve mevduatlardır. Birçok bankacılık hizmeti ve finansal enstrüman yine bu bankaların hizmet alanları çerçevesinde sunulmaktadır (Selçuk, 2016, s.182).

### 1.5.2.2 Kalkınma ve yatırım bankaları

Yaygın şube ağı olmadığı için müşterilerine bankacılık ürün ve hizmetlerinin tümünü sunamayan ve mevduat toplama yetkisi bulunmayan bankalardır. Ticari bankalara göre bu tür faaliyetleri sınırlı bir şekilde yerine getiren bankalar olarak adlandırılması mümkündür. Diğer bir tanımla yatırım bankaları özel şirket ve devlet kuruluşlarının uzun vadeli kredi ihtiyaçlarını tahvil ve hisse senedi ihracı yaparak karşılayan bankalardır (Anık, 2019, s.31).

Yatırım bankaları fonlarının iki şekilde temin eder;

- Borçlanma tahvili ihracında bulunarak,
- Yurt içi ve yurt dışı bankalardan kredi kullanarak,

Bu yöntemlerle fon sağlayan yatırım bankaları bu fonları üç türde faaliyette bulunarak değerlendirir;

- Menkul değer portföylerinin finanse edilmesi,
- Finansal kiralama işlemlerini fonlama,
- Firmalara orta ve uzun vadeli proje ve yatırım amaçlı kredi kullandırılması

(Kaya, 2013, s.82).

Kalkınma Bankası olarak adlandırdığımız bankalar sermaye piyasalarının gelişmiş olduğu ülkelerde fonlarıyla menkul kıymet alım satımında aracılık yapan, işletmelere direkt kredi desteği sağlamayan ancak işletmelerin uzun veya orta vadeli fon gereksinimlerini karşılayan finansal kuruluşlardır. Bu türdeki bankalar mevduat kabulü yapmazlar. Ticari faaliyetlerde bulunmaz ve İslami bankacılık olarak nitelendirdiğimiz katılım bankacılığı alanında faaliyet göstermezler (Bankalar, 2020). Türkiye'de kamusal sermayeye sahip üç Kalkınma ve Yatırım Bankası bulunmaktadır;

- İller Bankası
- Türk Eximbank
- Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası (TBB, 2022).

*Tablo 1:Türkiye'de Banka Sayıları*

Banka/Grup Adı	Banka S.	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
Türkiye Bankacılık Sistemi	51	9726	72
Mevduat Bankaları	35	9656	72

<b>Kamu Sermayeli Mevduat Bank.</b>	<b>3</b>	<b>3681</b>	<b>34</b>
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası	-	127	25
Türkiye Halk Bankası	-	1019	5
Türkiye Vakıflar Bankası	-	935	4
<b>Özel Sermayeli Mevduat Bankaları</b>	<b>8</b>	<b>3549</b>	<b>28</b>
Akbank T.A.Ş.	-	710	1
Anadolu Bank A.Ş.	-	116	0
Fibabanka A.Ş.	-	47	0
Şekerbank T.A.Ş.	-	238	0
Turkish Bank A.Ş.	-	8	0
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	-	451	4
Türkiye İş Bankası A.Ş.	-	1175	22
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	-	804	1
<b>Tasarruf Mev.Sig. Fonuna Dev. Bank</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
Adabank A.Ş.	-	1	0
Birleşik Fon Bankası A.Ş.	-	1	0
Türk Ticaret Bankası A.Ş.	-	0	0
<b>Yabancı Sermayeli Bankalar</b>	<b>21</b>	<b>2424</b>	<b>10</b>
<b>Türkiye'de Kurulan Bankalar</b>	<b>16</b>	<b>2417</b>	<b>10</b>
Alternatif Bank A.Ş.	-	41	0
Arap Türk Bankası A.Ş.	-	7	0
Bank of China Turkey A.Ş.	-	1	0
Burgan Bank A.Ş.	-	32	0
Citi Bank A.Ş.	-	3	0
Denizbank A.Ş.	-	686	1
Deutsche Bank A.Ş.	-	1	0
HSBC Bank A.Ş.	-	70	0
ICBC Turkey Bank A.Ş.	-	39	0
ING Bank A.Ş.	-	167	0
MUFG Bank Turkey A.Ş.	-	1	0
Odea Bank A.Ş.	-	48	0
QNB Finansbank A.Ş.	-	443	1
Rabobank A.Ş.	-	1	0
Turkland Bank A.Ş.	-	14	0
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	-	863	0
<b>Türkiye'de Şube Açan Bankalar</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>0</b>
Bank Mellat	-	3	0
Habib Bank Limited	-	1	0

Intesa Saonpaolo S. p. A.	-	1	0
JP Morgan Chase Bank. N.A.	-	1	0
Sociale Generale (SA)	-	1	0
<b>Kalkınma ve Yatırım Bankaları</b>	<b>16</b>	<b>70</b>	<b>0</b>
<b>Kamusal Sermayeli Olanlar</b>	<b>3</b>	<b>43</b>	<b>0</b>
İller Bankası A.Ş.	-	19	0
Türk Eximbank	-	23	0
Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası	-	1	0
<b>Özel Sermayeli Olanlar</b>	<b>9</b>	<b>23</b>	<b>0</b>
Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	-	12	0
D Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
Destek Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
Diler Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
Golden Global Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
OSD Yatırım Bankası A.Ş.	-	3	0
İstanbul Takas ve Saklama Bankası	-	1	0
Nurol Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	-	2	0
<b>Yabancı Sermayeli Olanlar</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
Bank of America Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
Bank Pozitif Kredi ve Kalk. Bankası	-	1	0
Pasha Yatırım Bankası A.Ş.	-	1	0
Standard Chartered Yt. Bank.Türk A.Ş.	-	1	0

### 1.5.2.3 Katılım bankaları

Dünyada ve Türkiye'de toplumun bir kesimi İslami hassasiyetlerinden dolayı faiz gelirinden uzak durmaktadır. Bu sebeple klasik bankalara gitmeyen bu kesime ait fonlar atıl kalmaktadır. Bu durum hem tasarruf sahipleri hem de genel ekonomi açısından bir kayıptır. Katılım bankaları bankacılık ve mali sektörde bir yenilik olarak, faiz hassasiyeti nedeniyle klasik bankalara gitmeyen fonları ekonomiye kazandırmak, tasarruf sahiplerinin fonlarını değerlendirmelerine ve güvenle saklamalarına yardımcı olmak için farklı yöntemler geliştirmiştir. Katılım bankacılığının amaçlarından birisi de alternatif yöntemlerle körfez fonlarını çekmektir. Temelde elde edilen kazancın ticari kazanç niteliğinde olduğu ve faizden her anlamda farklılık gösterdiği hususunda görüş birliği vardır (TKKB, 2022).

Faizsiz prensiplere göre çalışan, bu prensiplere uymak koşulu ile çeşitli bankacılık faaliyetleri gösteren, kar ve zarara katılma esasına göre fon toplayan, finansal kiralama, ortaklı, ticaret yöntemleri ile fon kullandıran bir bankacılık modelidir (TKKB, 2022).

Katılım bankacılığı modelinde müşterilerden alınan fonlar farklı finansman yöntemleri ile değerlendirilir ve elde edilen kar fon sahipleri ile paylaşılır. Katılım bankacılığı prensiplerinden biri olan murabaha ile finansman talebinde bulunan müşteriye banka tarafından vekalet verilir ve malı banka adına satın alır. Anlaşılan kar üzerinden ve anlaşılan taksit ile geri ödemesini bankaya yapar. Bu ticaret sonucunda elde edilen kar ise fon sahipleri ile paylaşılmış olur (Albarakatürk, 2022).

Katılım bankaları atıl kalan fonları ekonomiye kazandırmayı tasarruf sahiplerine ait fonları değerlendirmeyi ve güvence altında tutmayı amaçlamıştır. Bu kurumlar fazla fonu bulunanlardan topladıkları fonları faizsiz finansman modelleriyle ticaret ve sanayide değerlendirerek, fon sahiplerine karı bölüştürme esasına göre faaliyet göstermektedir (Albarakatürk, 2022).

Ülkemizde faaliyet gösteren katılım bankaları şunlardır;

- Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş.
- Emlak Katılım Bankası A.Ş.
- Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş.
- Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş.
- Vakıf Katılım Bankası A.Ş.
- Ziraat Katılım Bankası A.Ş.(TKKB, 2022).

*Tablo 2:Türkiye'de Katılım Bankaları Sayıları*

<b>Banka</b>	<b>Banka Sayısı</b>	<b>Yurtiçi Şube</b>	<b>Yurtdışı Şube</b>
Albaraka Türk Katılım Bankası	231	229	2
Emlak Katılım Bankası	72	72	0
Kuveyt Türk Katılım Bankası	441	441	0
Türkiye Finans Katılım Bankası	316	316	0
Vakıf Katılım Bankası	130	130	0
Ziraat Katılım Bankası	121	121	0

## BÖLÜM 2: DİJİTAL BANKACILIK VE ALTERNATİF DAĞITIM KANALLARI

### 2.1 Dijital Bankacılık Kavramı

Yenilik bütün sektörlerle birlikte bankacılık sektörünün de vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Yeni teknolojik gelişmeler ve sektördeki yeni oyunculara bağlı olarak kullanıcıların istekleri ve dinamik ihtiyaçlar sebebiyle bankacılık sektöründe rekabet artmış: bunun nihayetinde de bankalar işlerini yürütebilmek ve Pazar payını koruyabilmek adına yeniliklere ağırlık vermek zorunda kalmışlardır (Zeybek, 2018, s.81).

Gerek ticari işletmeler gerekse bireysel kullanıcılar günümüzde teknolojinin sağladığı imkanlardan geniş ölçüde faydalanmaktadır. 15. yüzyılda Matbaanın Gutenberg tarafından icadı ile bilginin yayılmasının hızlanması, sanayi devrimi ile makineleşmenin hızlanması ve günümüze gelinen süreçte teknolojinin yayılımının artması günümüz bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesine zemin hazırlamıştır. 21. yüzyılda hayatımızı kolaylaştıran bu imkanlar hayatın her adımında yer almaktadır. Bunlardan en önemlisi de dijital bankacılık adı verilen ve hemen hemen her gün kullanıyor olduğumuz web veya mobil ara yüzleri başta olmak üzere bankacılık işlemlerini kolaylaştıran uygulamalardır. Dijital bankacılık uygulamaları sayesinde hesap işlemleri, kart işlemleri, para transferleri, fatura işlemleri gibi birçok işlem banka şubelerine gitmeden yapılabiliyor (Esen, 2020, s.402.).

Dijital bankacılık çağımızda neredeyse bütün banka müşterilerinin hemen hemen her gün kullandığı bir bankacılık sistemidir. Teknolojinin gelişmiş bir ürünü olarak şubesiz bankacılık anlayışı sunan sistem, bankada hesabı bulunan müşterilerin işlemlerinin tamamına yakını internet üzerinde basit bir şekilde yapabilmeleri için tasarlanmıştır. Dijital bankacılık uygulamalarını kullanmanın insanların hayatını kolaylaştıran birçok yönü ve avantajı vardır. Kullanımı oldukça basittir. Bilgisayarınız üzerinden bu imkandan faydalanmak isterseniz müşterisi olduğunuz bankanın web sitesini ziyaret edebilirsiniz. Bankaların internet siteleri üzerinden ister kurumsal ister bireysel hesaplarınız için dijital bankacılık servisine kolay ve güvenli bir şekilde giriş yapabilirsiniz. Telefonunuzda da ilgili bankanın mobil uygulamasını indirerek dijital bankacılık işlemlerini kolaylıkla yapabilirsiniz (İsnet, 2020).

COVID-19 ile ivme kazanan dijital dönüşüm, her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de önemli bir farklılaşma sağladı. Bu süreçte bankalar, iş süreçlerini devam ettirebilmenin yanında müşterilerine birbirinden farklı seçeneklerden hizmet sunmalarını sağlayacak çözümler geliştirmeye de odaklandılar.

Dijital dönüşümün öncüsü olan bankalar, iş yapış tarzlarını değiştirmekle birlikte hitap ettikleri müşteri portföylerini ve segmentlerini genişletirken değişime direnen bankalar sürece alışmakta zorluk yaşamışlardır.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nun (BDDK) "*Bankacılık hizmetlerini fiziksel şubeler yerine esas olarak elektronik bankacılık hizmetleri dağıtım kanalları aracılığıyla sunan kredi kuruluşu*" olarak tanımladığı bu dijital bankalar son zamanlarda dünyada olduğu gibi Türkiye'de de popülerlik kazandı. 2021 yılı mayıs ayında yayımlanan "*Uzaktan Müşteri Edinimi*" uygulaması ile dijital bankalar başta olmak üzere diğer tüm bankalar için de ıslak imza gerekliliğini ortadan kaldıran yeni bir modele geçildi (Strategyand, 2021).

Dijital dönüşümün öncülüğünde artan rekabet ve değişen tüketici tercihleri geleneksel bankacılık modellerinin dijitalleşme hızını arttırmış oldu. Müşterilerin gelişen dijital bankacılık uygulamaları sayesinde banka şubelerine gitmeden hizmetleri daha hızlı, daha ucuz ve daha kolay bir şekilde almalarının önü açıldı. Dijital dönüşüm bankalara; maliyetlerin azaltılması, verimlilik ve etkinliğin artması, kusursuz müşteri deneyimi sağlanması gibi birçok önemli fırsatlar sunmaktadır. Düşen maliyetler ile birlikte bankacılık ürün ve hizmetlerine olan talep artmıştır. Bankaların birbirlerine rekabet üstünlüğü sağlamasının önü açılmıştır. Dijital dönüşüm ile birlikte yapay zeka, blok zincir, açık bankacılık, büyük veri ve nesnelerin interneti gibi dijital teknolojilerin bankacılık sektörüne girişi sağlanmıştır. Bu yeni özelliklerle birlikte sektörde yeniliklerin artması beklenmektedir (Akın, 2020, s.26).

## **2.2 Dijital Bankacılığın Gelişim Süreci**

Bankacılık sektörü çok eski bir geçmişe sahip olduğundan dijitalleşme sektörde yeni bir olgu gibi düşünülebilir. Dünyanın en eski bankası olan Monte dei Paschi di Siena 1472'de kurulmuş ve hemen hemen hiçbir değişiklik göstermeden 500 yıl faaliyetlerine devam etmiştir. Bunun yanında Bankacılık tarihinin ilk dijitalleşme örneği olarak da 1953 yılında Bank of America' da kullanılan müşterilerin çeklerini işlemek amaçlı Stanford Araştırma Enstitüsü tarafından kurulan bir bilgisayar örnek

verilebilir. Ardından 1966 yılında Birleşik Krallıkta yer alan Barclays Bankası ilk banka kartını kullanırmaya başlamıştır. Böylece günümüz ATM bankacılığının temelleri de atılmıştır. Bu sistem dijital bankacılığın en eski biçimlerinden birisi olarak kabul görmektedir. Dünya ilk ATM ve banka kartları ile bu yıllarda tanışmıştır. Bu hizmetler dönemin şartlarına dijital bankacılık adına bir devrim niteliğindedir. Çünkü tarih boyunca ilk kez müşteriler mevduatlarına haftanı istediği her günü ve saatinde erişebilme imkanını yakalamışlardır. Bu uygulamaya kadar tüm bankacılık işlemleri için müşterilerin şubelere gitmeleri gereken bankacılık uygulamaları mevcuttur (Demirel, 2021, s.92).

Teknolojik ve bilimsel gelişmeler pek çok alanda değişimi de beraberinde getirmiştir. Tarih boyunca çeşitli süreçlerde ortaya çıkan gelişmelerle birlikte yeni imkan ve dönüşüm modelleri ortaya çıkmıştır. Örnek olarak matbaanın icadı ile bilgi kaymakları hızla basılarak çoğaltılmıştır. Orta Çağ Avrupası'nda insanların okur yazarlık oranı artmıştır. Fikir ve düşünce özgürlüğü için uygun bir zemin hazırlanmıştır. Bu gelişmelerden sonra ortaya çıkan Rönesans ve reform hareketleri Avrupa'da yeni bir aydınlanma döneminin başlamasını sağlamıştır. Sanayi Devrimi öncesinde buharlı makinaların bulunması ile yeni bir üretim devri başlamıştır. Böylece günümüzdeki ekonomik yapı ve endüstriyel devrimin temelleri atılmıştır. 90'lı yılların devamında ise bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve internetin de ortaya çıkmasıyla sosyal ve ekonomik birçok alanda değişiklikler olmuştur (Ustaömer, 2019, s.4).

Türkiye Bankalar Birliği'ne (TBB) göre bankacılık ürün ve hizmetlerinin teknolojik araçlar üzerinden sağlanması şeklinde tanımlanabilen elektronik bankacılık hizmetleri farklı dağıtım kanalları üzerinden müşterilere sunulmaktadır. Dijital bankacılık bağlamında ilk olarak online bankacılık dediğimiz internet bankacılığı ile karşılaşılırken, teknolojinin gelişmesi ile birlikte mobil bankacılık uygulamaları da kullanıma sunulmuştur. TBB tarafından internet bankacılığı istatistikleri 2005 yılından, mobil bankacılık istatistikleri ise 2011 yılından itibaren açıklanmaya başlanmıştır. 2017 yılından itibaren ise bu iki kanal verileri dijital bankacılık istatistikleri adı altında kamuoyu ile paylaşılmaktadır (Uzun, 2021, s.311).

Dijital bankacılık tarihi şube bazlı bankacılık modelleriyle başlamış ve gelişen teknoloji ile birlikte dönüşüm geçirmiştir.

Dijital bankacılığın tarihçesini Retailbankerinternational internet sitesi üzerinden alınan veriler ile şu şekilde özetleyebiliriz;

- 1492 – Dünyanın en eski bankası dei Paschi di Siena kuruldu. Uzun süre kullanılan kağıt para sisteminin öncüsü oldu.
- 1953 – İlk banka ana bilgisayarı Bank of America müşterilerinin çeklerini işlemek için Stanford Araştırma Enstitüsü tarafından inşa edildi.
- 1966 – İngiltere’de Barclays Bankası ilk banka kartını çıkardı.
- 1989 – İlk telefon bankacılığı uygulaması Midland Bank tarafından başlatılan First Direct oldu.
- 1994 – Fransa’da ING ve Banque Direct, ABD’de Stanford Federal Credit Union müşterilerine internet bankacılığı hizmetini sunan ilk finans kurumu oldu.
- 1998 – Kredi kartı işlemleri Birleşik Krallıkta kullanılmaya başlandı.
- 2001 – ABD’de sunucu teknolojisi ile ilk hesap birleştirme işlemi yapıldı. 3 milyondan fazla müşterinin internet bankacılığı kullandığı belirtildi.
- 2005 – Hollanda’da Rabobank tarafından Rabo-direct kullanılmaya başlandı.
- 2011 – First Direct Birleşik Krallık’da ilk akıllı telefon bankacılığı uygulamasını başlattı. Bu uygulama kısa bir süre sonra Natwest’de başladı.
- 2018 – Monzo Bank internet üzerinden finansman işleminde 1 dakika 36 saniyede rekor bir işlem hacmi sağladı.
- 2019 – İlk açık bankacılık işlemleri Birleşik Krallık pazarını vurdu. Yerleşik bankalarda API uygulamalarında artış oldu.
- 2020 – Facebook kripto para birimleri ile desteklenen Facebook Bank’ı kurdu
- 2021 – Amazon POS finansman seçeneklerini başlattı. Amazon Go şubeleri için çek hesabı başlattı.

**Tablo 3: 2017 - 2021 Yılları Arası Aktif Bireysel Müşteri Sayısı**

<b>Aktif bireysel müşteri sayısı (Bin)</b>				
<b>Dönem</b>	<b>Sadece İnternet Bankacılığı Kullanan</b>	<b>Sadece Mobil Bankacılık Kullanan</b>	<b>Hem İnternet Hem Mobil Bankacılık Kullanan</b>	<b>TOPLAM</b>
Mart 2017	5.758	14.956	6.818	<b>27.531</b>
Haziran 2017	5.487	17.083	6.559	<b>29.129</b>
Eylül 2017	4.864	19.101	6.688	<b>30.653</b>
Aralık 2017	4.662	21.519	7.193	<b>33.374</b>
Mart 2018	4.541	23.441	7.691	<b>35.673</b>
Haziran 2018	4.289	26.204	7.130	<b>37.623</b>
Eylül 2018	4.053	28.424	7.281	<b>39.758</b>
Aralık 2018	3.903	31.030	7.355	<b>42.288</b>
Mart 2019	3.771	33.184	7.347	<b>44.303</b>
Haziran 2019	3.476	35.411	6.827	<b>45.714</b>
Eylül 2019	3.349	37.573	7.178	<b>48.100</b>
Aralık 2019	3.215	40.300	7.499	<b>51.014</b>
Mart 2020	3.154	43.061	7.766	<b>53.981</b>
Haziran 2020	2.898	47.145	9.032	<b>59.076</b>
Eylül 2020	2.686	49.281	8.072	<b>60.038</b>
Aralık 2020	2.493	51.753	8.581	<b>62.827</b>
Mart 2021	2.455	54.395	8.637	<b>65.487</b>
Haziran 2021	2.300	57.235	8.177	<b>67.711</b>
Eylül 2021	2.143	60.235	7.952	<b>70.330</b>
Aralık 2021	2.116	63.995	8.409	<b>74.521</b>

Yukarıdaki tabloda TBB'nin mobil bankacılık verilerini kamuoyu ile paylaşmaya başladığı 2017 yılından itibaren dijital bankacılık aktif müşteri sayısını görmekteyiz. Her yılın çeyrek dönemlerine ait müşteri sayılarının verildiği tabloda toplam aktif müşteri sayısının sürekli artış gösterdiği göze çarpmaktadır. Bunun yanında akıllı telefonların daha sık kullanılmaya başlanması ile internet bankacılığına girişler azalmış mobil uygulama kullanan müşteri sayıları sürekli artış göstermiştir. Hem internet hem mobil bankacılık kullanan müşteri sayılarında azalma devam etmiş, bu azalmaya karşın mobil bankacılık tarafında daha hızlı bir artış gerçekleşmiştir. Mobil bankacılık erişim ve kullanım kolaylığı ile internet bankacılığı kullanımının yaygınlaşmasının önüne geçmiştir.

**Tablo 4: 2017 - 2021 Yılları Arası Aktif Kurumsal Müşteri Sayısı**

<b>Aktif kurumsal müşteri sayısı (Bin)</b>				
<b>Dönem</b>	<b>Sadece İnternet Bankacılığı Kullanan</b>	<b>Sadece Mobil Bankacılık Kullanan</b>	<b>Hem İnternet Hem Mobil Bankacılık Kullanan</b>	<b>TOPLAM</b>
Mart 2017	840	236	410	<b>1.486</b>
Haziran 2017	813	272	433	<b>1.518</b>
Eylül 2017	786	303	445	<b>1.533</b>
Aralık 2017	786	346	483	<b>1.615</b>
Mart 2018	786	407	509	<b>1.701</b>
Haziran 2018	769	481	514	<b>1.764</b>
Eylül 2018	742	552	527	<b>1.822</b>
Aralık 2018	727	608	559	<b>1.894</b>
Mart 2019	698	696	599	<b>1.994</b>
Haziran 2019	663	727	619	<b>2.009</b>
Eylül 2019	628	795	624	<b>2.048</b>
Aralık 2019	663	872	607	<b>2.143</b>
Mart 2020	689	1.007	647	<b>2.343</b>
Haziran 2020	683	1.289	640	<b>2.611</b>
Eylül 2020	685	1.363	655	<b>2.703</b>
Aralık 2020	684	1.481	686	<b>2.850</b>
Mart 2021	675	1.578	736	<b>2.989</b>
Haziran 2021	658	1.693	714	<b>3.065</b>
Eylül 2021	642	1.746	722	<b>3.110</b>
Aralık 2021	648	1.959	804	<b>3.411</b>

Kurumsal bankacılık işlemleri için dijital kanalların kullanımı incelendiğinde bireysel bankacılık gibi internet kullanımının azalırken mobil uygulama kullanımının arttığını görüyoruz. Bireysel bankacılık gibi hızlı bir artış olmasa dahi düzenli bir artışın olduğu göze çarpmaktadır. Hızlı artış olmamasının sebebi kurumsal kullanıcıların ve kurumsal hesap açma hızının bireysel hesaplara göre daha düşük olduğu olabilir.

Müşteriler mobil ve internet bankacılığı kanallarını kullanarak hesaplarına daha hızlı bir şekilde erişim sağlamaktadırlar. Bunun yanında şubeye gitme ihtiyacı duymadan hesapları ile ilgili temel işlemleri yapabilirler. Zaman ve yer sorunu

olmadan çok rahat bir şekilde bankacılık işlemlerini yaparak dijital bankacılık kanallarından etkin bir şekilde faydalanırlar.

**Tablo 5: 2017 - 2021 Yılları Arası Aktif İnternet ve Mobil Bankacılık Müşteri Sayısı**

<b>Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları (Bin)</b>				
<b>Dönem</b>	<b>Sadece İnternet Bankacılığı Kullanan</b>	<b>Sadece Mobil Bankacılık Kullanan</b>	<b>Hem İnternet Hem Mobil Bankacılık Kullanan</b>	<b>TOPLAM</b>
Mart 2017	6.598	15.192	7.227	<b>29.017</b>
Haziran 2017	6.300	17.355	6.992	<b>30.647</b>
Eylül 2017	5.650	19.403	7.133	<b>32.186</b>
Aralık 2017	5.448	21.865	7.677	<b>34.990</b>
Mart 2018	5.327	23.848	8.200	<b>37.374</b>
Haziran 2018	5.058	26.685	7.644	<b>39.387</b>
Eylül 2018	4.796	28.976	7.808	<b>41.580</b>
Aralık 2018	4.630	31.638	7.914	<b>44.182</b>
Mart 2019	4.470	33.881	7.946	<b>46.297</b>
Haziran 2019	4.139	36.138	7.446	<b>47.723</b>
Eylül 2019	3.977	38.369	7.802	<b>50.148</b>
Aralık 2019	3.878	41.172	8.106	<b>53.157</b>
Mart 2020	3.843	44.068	8.413	<b>56.324</b>
Haziran 2020	3.581	48.434	9.672	<b>61.687</b>
Eylül 2020	3.371	50.643	8.727	<b>62.741</b>
Aralık 2020	3.177	53.234	9.267	<b>65.677</b>
Mart 2021	3.130	55.972	9.373	<b>68.475</b>
Haziran 2021	2.957	58.927	8.891	<b>70.776</b>
Eylül 2021	2.785	61.981	8.674	<b>73.440</b>
Aralık 2021	2.764	65.954	9.214	<b>77.932</b>

Bu tabloda aktarılan veriler ise bireysel ve kurumsal müşterilerin toplam dijital bankacılık sayılarını göstermektedir. Diğer verilerin toplamı olan bu tabloda bankacılık işlemleri için dijital kanal kullanımının müşteri sayısı olarak artmış olduğu görülmektedir.

### **2.3 Dijital Bankacılığın Avantajları**

Dijital bankacılık tamamıyla hayatı kolaylaştıran bir hizmettir. Şubede beklenen sıralar, bankadaki işlemlerin süreleri insanların gün içindeki zamanının çok

büyük bir bölümünü alabilir. Dijital bankacılık ile şubede gerçekleştirilen birçok işlem saniyeler içinde tamamlanır ve ciddi anlamda bir zaman tasarrufu sağlar. Dijital bankacılığın temel avantajı hem bilgisayar hem akıllı telefon hem de tabletler üzerinden banka hesaplarına ulaşılmasını sağlamasıdır. Ayrıca günümüzde tüm dünyada etkisini gösteren corona virüs kaynaklı pandemi salgını sebebiyle şube bankacılığı işlevsel olmaktan çıkmıştır. İnsanlar hem kendi hem de başkalarının sağlığını riske atmamak için dijital bankacılık işlemlerine rağbet göstermektedirler. Dijital bankacılığın kullanımının avantajlarından birisi de 7/24 bu servisin 7/24 kullanılabilir olmasıdır. Bankaların hizmet saatleri günün belli zamanları için sınırlıyken dijital bankacılık işlemleri için böyle bir kısıtlama yoktur. Ayrıca banka şubelerinin tamamı hafta sonu kapalı olduğu için bu günlerde bankacılık işlemlerini yerine getirmek de mümkün değildir. Dijital bankacılık uygulamaları sayesinde istenilen gün ve saatte fatura ödeyebilir, havale yapabilir, talimatlarınızı oluşturabilirsiniz. Ayrıca müşterisi olduğunuz banka uygulaması üzerinden bağış, yurt kirası, aidat gibi ödemeler de kolaylıkla yapılabilir (İsnet, 2020).

Bankacılık hizmetleri adına birçok kolaylığı müşterilere hızlı bir şekilde sunan dijital bankacılık sistemleri: cep telefon kodu, şifre, güvenlik resmi, çift adımlı doğrulama gibi güvenlik tedbirleri ile kullanıcıların güvenliğinin en üst seviyede olmasını sağlar. İşlemlere kolay ulaşılmasını sağlayarak harcamaların kontrol edilmesine yardımcı olur (İsnet, 2020).

Maliyet açısından ele alınacak olursa internet üzerinden yapılan işlemin maliyeti şubeye göre oldukça ucuzdur. Maliyetteki düşüş ile birlikte bölgesel farklılık gözetmeden günün her saatinde her türlü hizmetin yapılabilmesine de olanak tanımıştır. Bu da finansal hizmetlerin pazarlamasında yeni bir rekabet anlayışını ortaya çıkarmıştır (Aliyeva, 2015, s.244).

Dijital üzerinden yaptığımız işlemler de banka işlemleri gibi ekstra herhangi bir masraf, komisyon vb. tutar ödemediği işlemler kolaylıkla yapılabilir. Böylece ekonomik anlamda kazanç sağlanmış olur. Bankacılık işlemlerinin yanı sıra kira ya da fatura ödeme işlemleri gibi işlemlerin oluşturduğu zaman kaybından da kurtulmuş olunur. Yine bu işlemler için otomatik ödeme talimatları verilebilir. Yatırım hesapları sürekli kontrol altında tutulabilir ve istenilen zamanda bu hesaplar ile alakalı işlemler yapılabilir (Dijitalbankacılık, 2019).

Vural (2019)'a göre ise dijital bankacılık işlemlerinin müşterilere ve bankalara sağladığı faydalar şu şekilde sıralanabilir:

- Diğer dağıtım kanallarına göre maliyetlerin daha düşük olması.
- Müşterilere sunulan internet bankacılığı, mobil bankacılık gibi çeşitli teknolojik imkanlarla bankaların prestijinin artması.
- Pazarlama ve satış maliyetlerinin düşük olması.
- Geleneksel şubeye ihtiyaç duyulmadan birçok işlemin kolaylıkla yapılması.
- Anında işlem yapabilme ve mesai saati zorunluluğu gerektiren işlemler için ileri tarihli talimat verme özelliğinin olması.
- Bazı işlemler için dijital üzerinden uygun işlem oranlarının bulunması.
- İşlemlerin kayıt edilebilmesi ile kullanım kolaylığı sağlanması.
- Müşterilerin hesap hareketlerini sürekli izleyebilme özelliği ile gerçekleşecek herhangi bir usulsüz kolayca tespit edilmesi.
- Bireysel ve kurumsal ürünlerin pazarlamasının mümkün olması.

#### **2.4 Dijital Bankacılığın Dezavantajları**

Dijital bankacılık işlemleri daha çok eğitim seviyesi yüksek ve teknoloji ile yetişen insanlar arasında popüler olan bir uygulamadır. Bu uygulamaların başarısında gizlilik, güvenlik ve toplumsal güvenin sağlanması temel kıstaslardır. Dijital bankacılık alanında temel riskleri itibar, güvenlik, yasal problemler ve piyasa riskleri oluşturmaktadır. Diğer bir olumsuz nokta ise şubelerde gerçekleşen bire bir insan temasının müşteri ilişkilerindeki önemli rolünün ortadan kalmasıdır. Ayrıca dijital bankacılık hizmetleri bankalar açısından büyük miktarda yatırım gerektirdiği için maliyetli bir alandır. Ayrıca bankalar açısından şubelerde ki işlemlerden elde edilen kazanç dijital üzerinde elde edilememektedir. Ancak yatırımlar da yapılmadığı takdirde sektördeki rekabet gücü bankalar adına azalacaktır (Aliyeva, 2015, s.244).

Dijital bankacılık alanında diğer problemlerden birisi de internet kullanımı üzerinde olmaktadır. İnternet üzerinden yapılan finansal işlemler güvenli bir uygulama veya ağ kullanılmadığı zaman hesap hareketlerinin üçüncü kişilerce kontrol edilmesine sebep olabilir. Bankalar açısından bu faaliyetleri yürütürken kullanılan yazılımlar son derece güvenli olduğu için herhangi bir risk içermesi söz konusu

olmamaktadır. Müşterilerin internet ve mobil bankacılık için kullandıkları şifreleri üçüncü şahıslarla paylaşmaması güvenlik açısından son derece önemlidir. Özellikle bu doğrultuda müşterilere dijital bankacılık alanında kullanılması için verilen şifrelerin belli aralıklarla değiştirilmesinde fayda bulunmaktadır. Bu şekilde güvenlik tedbirleri alınırsa dijital bankacılık işlemleri şubedekilerden farksız olarak yapılacaktır. (Dijital, 2019).

Vural (2019)'a göre dijital bankacılık kullanımının dezavantajları şu şekilde sıralanabilir:

- Dijital bankacılık alanında yapılan işlemler ve bu işlemler alakalı sorun çıktığında ilgilenecek personelin dijital ve alanında yeterli bilgi ve birikime sahip olması gerekir.
- Dijital bankacılık sistemlerinin Türkiye'nin her yerinde yeterli teknolojik imkanlar olmadığı için etkin kullanılamaması.
- Bankacılık alanında oluşan küçük güvenlik risklerinden dolayı müşterilerin bankadan uzaklaşması.
- Dijital bankacılık müşterilerinin banka personeli ile olan birebir iletişimini azaltması.
- Bazı çıkan problemlerin dijital kanallar üzerinden çözülememesi.
- Geleneksel bankacılık yöntemlerinde olan müşteriyle iletişim, çeşitli hediyeler verme, danışmanlık hizmetleri gibi hizmetlerin dijital bankacılık hizmetleri kapsamında olmaması.

## **2.5 Dijital Bankacılıkta Alternatif Dağıtım Kanalları**

Bankacılığın dijital serüveni günümüzde hem müşteriler hem de bankalar için vazgeçilmez bir hal almıştır. Bankacılık sektöründe müşterilerin işlem yapma hızını arttırmak, ürün ve hizmetlere kolayca ulaşmalarını sağlamak için dijital bankacılıkta alternatif dağıtım kanalları diye adlandırılan çeşitli seçenekler bulunmaktadır.

### **2.5.1 ATM bankacılığı**

İsim olarak karşılığı nakit dağıtıcı makine anlamına gelen ATM cihazları dünyada ilk olarak John Shephard – Barron tarafından tasarlanmıştır. Bu tasarım İngiltere'de Barclays Bank'ın Enfield şehrinde yer alan şubesinde kullanılmaya

başlanmıştır. Bu makine çevrimdışı çalışma özelliğine sahiptir. Müşteriler bankadan daha önce aldıkları makbuzları makinede okutarak para çekme işlemi gerçekleştirmişlerdir (Kaya, 2013, s. 489).

ATM bankacılık sistemi kişisel bir bankacılık hizmeti sunulmasına imkan sağlayan sistemdir. ATM bankacılığı ile kişiler banka şubesine gitmeden kendilerine en yakın ATM den işlem yapabilmektedirler. Müşteriler ATM bankacılığı sayesinde işlemlerini banka kartı kullanarak yapabildikleri gibi gelişen teknolojik imkanlar sayesinde kart kullanmadan da yapabilmektedirler. ATM bankacılık sisteminin en önemli avantajlarından birisi geleneksel bankacılık sistemlerinden farklı olarak günün her saati işlem yapmaya elverişli olmasıdır.24 saat açık olan ATM'ler sayesinde müşteriler diledikleri an ATM'lere giderek işlemlerini gerçekleştirebilirler (Eymir ve Sağbaş, 2021, s.27).

Bu şekilde ATM bankacılığı ile gerçekleştirilen işlemlerin çeşitliliği artmakla birlikte, ATM'lerin genellikle para çekmek amacıyla kullanıldığı görülmektedir. ATM'lerin para çekme özelliği bu makinelerin en temel ve en çok kullanılan özelliği olmaktadır. Bundan dolayı bankalar tarafından işlem çeşitliliği artırılarak sunulan hizmetlerde genişlemeye gidilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Ayrıca ATM bankacılığı kullanılarak yapılan dolandırıcılık işlemlerinin azaltılması ve bu konuda tedbirlerin alınması da bu sistemleri kullanan bankaların temel görevlerindedir (Sarı, 2019, s.5).

ATM bankacılık sistemlerinin kullanılması ülkemizin dört bir yanında hızlı bir şekilde gelişerek yayılmaktadır. Bu gelişen sistem banka müşterileri tarafından da kabul görmektedir. BDDK tarafından gerçekleştirilen ATM'lerin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda ön plana çıkan detaylar şu şekildedir:

- Hırsızlık, sahtekarlık ve dolandırıcılık gibi işlemlere ilişkin alınması gereken önlemler.
- ATM bankacılığına ilişkin genel olarak denetim ve yönetim işlemlerinin yapılması,
- Banka müşterilerinin kolay ulaşabilmesi için çalışmalar ve kullanım kolaylığı çalışmaları,
- ATM bankacılığı ile yapılan işlemlerin işlem maliyetinin sınırlandırılmasına ilişkin çalışmalar (Eymir ve Sağbaş, 2021, s.35).

ATM'ler temel olarak, banka müşterilerinin bankadan temin ettiği üzerinde manyetik şerit, çip ve müşteri bilgileri bulunan kartlar ve bu kartlara ait şifreleri girerek kullanılır. Bununla birlikte değişen ve gelişen teknolojiler bu kartları kullanmadan da işlem yapılmasına olanak sağlar. ATM ağları mümkün olduğu kadar geniş bir coğrafyada ve personel kullanmadan müşterilerine hizmet sağlar. Temel amaç kesintisiz ve standart bir hizmet anlayışını müşterileri için ulaştırılabilir kılmaktır (Buğdaycı, 2007).

### **2.5.2 Telefon bankacılığı**

Banka müşterilerinin banka şubelerine gitmeye gerek kalmadan fatura ödeme, fon transferi yapma, hesaplarla ilgili kontroller yapma, gibi çeşitli bankacılık işlemleri için sabit veya mobil bir telefon aracılığıyla herhangi bir yerden günün her saati bankaların çağrı merkezlerine ulaşarak işlem yapmalarını (Yıldırım, 1994).

Telefon bankacılığı şifreleri ve telefon tuşlarını kullanarak sunulan bir bankacılık yöntemidir. Bankacılık hizmetinden yararlanmak isteyen müşteriler bankaların çağrı merkezlerini arayarak işlemlerini yapabilir, talep ve şikayetlerini bildirebilirler. Çağrı merkezi personeli müşterilerin talep ve isteklerini telefonun diğer ucundan yerine getirerek hizmet sağlar. Müşteri yapmak istediği işlemi çağrı merkezi personeline bildirir ve personel çeşitli güvenlik aşamaları ile müşteriden bilgileri alarak müşterinin talebini yerine getirir. Telefon bankacılığı işleminde güvenliği arttırmak amacıyla müşterinin banka sistemine kayıtlı telefonuna tek kullanımlık şifreler gönderilmektedir (Bankagazetesi, 2021).

Telefon bankacılığı işlemleri ile hesabınıza ait birçok işlemi gerçekleştirebilir, kart yenileyebilir, mevcut kartlarınıza şifre alabilirsiniz.

Albaraka Türk Katılım Bankası internet sitesi üzerinden elde verilere göre banka telefon bankacılığı üzerinden yapacağınız işlemler genel hatlarıyla şu şekilde sıralanabilir:

- Döviz alım satım işlemleri ve döviz fiyatları ile ilgili bilgi alma,
- Çeşitli özelliklerde hesap açma, hesap ekstresi talebi, hesap ayrıntılarına ilişkin bilgi alma,
- Çeşitli kurumlara ait ödemeler ve fatura ödemeleri yapma,
- EFT, havale, virman gibi para transfer işlemleri yapma,

- Talimatlar oluşturma ve talimatlara ilişkin güncellemeler yapma,
- Adres ve e-posta gibi bilgileri güncelleme,
- İtiraz, Őikayet ve nerileri bildirme,
- Banka, kredi ve hesap kartı işlemleri yapma.

Aşağıda yer alan tabloda Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların telefon bankacılığı veya genel müdürlük numaraları yer almaktadır. Numaralara her bankanın kendi resmi internet sitesi üzerinden ulaşılmıştır.

**Tablo 6: Bankaların Telefon Bankacılığı İletişim Numaraları**

<b>Bankalar</b>	<b>Telefon Bankacılığı Numaraları</b>
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası	444 00 00
Türkiye Halk Bankası	0 850 222 0 400
Türkiye Vakıflar Bankası	444 0 724
Akbank T.A.Ő.	444 2 525
Anadolu Bank A.Ő.	0850 222 5550
Fibabanka A.Ő.	444 88 88
Şekerbank T.A.Ő.	444 78 78
Turkish Bank A.Ő.	0212 373 73 73
Türk Ekonomi Bankası A.Ő.	0850 200 0 666
Türkiye İş Bankası A.Ő.	0850 724 0724
Yapı ve Kredi Bankası A.Ő.	444 0 444
Adabank A.Ő.	0212 272 6420
Birleşik Fon Bankası A.Ő.	0212 340 10 00
Türk Ticaret Bankası A.Ő.	0 216 228 67 00
Alternatif Bank A.Ő.	444 00 55
Arap Türk Bankası A.Ő.	0212 373 62 00
Bank of China Turkey A.Ő.	0212 260 88 88
Burgan Bank A.Ő.	0850 222 8 222
Citi Bank A.Ő.	0212 319 45 00
Denizbank A.Ő.	0850 222 0800
Deutsche Bank A.Ő.	0212 317 01 00
HSBC Bank A.Ő.	444 00 11
ICBC Turkey Bank A.Ő.	444 00 50
ING Bank A.Ő.	444 0 600
MUFG Bank Turkey A.Ő.	0216 600 30 60
Odea Bank A.Ő.	444 8 444

QNB Finansbank A.Ş.	444 0 900
Rabobank A.Ş.	0212 708 46 00
Turkland Bank A.Ş.	0212 368 34 34
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	444 0 333
Bank Mellat	0850 288 63 63
Habib Bank Limited	0212 375 79 50
Intesa Saonpaolo S. p. A.	0212 385 06 60
JP Morgan Chase Bank. N.A.	0212 319 85 00
Sociele Generale (SA)	0212 319 85 00
İller Bankası A.Ş.	0312 508 70 00
Türk Eximbank	0216 666 55 00
Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası	0216 636 87 00
Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	0212 340 80 00
D Yatırım Bankası A.Ş.	0212 998 74 00
Destek Yatırım Bankası A.Ş.	0212 371 55 55
Diler Yatırım Bankası A.Ş.	0212 253 66 30
Golden Global Yatırım Bankası A.Ş.	0212 215 26 41
OSD Yatırım Bankası A.Ş.	0212 366 88 00
İstanbul Takas ve Saklama Bankası	0212 215 26 41
Nurol Yatırım Bankası A.Ş.	0212 286 81 00
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	0216 636 87 00
Bank of America Yatırım Bankası A.Ş.	0212 319 95 00
Bank Pozitif Kredi ve Kalk. Bankası	0216 538 25 25
Pasha Yatırım Bankası A.Ş.	0212 705 89 00
Standard Chartered Yt. Bank. Türk A.Ş.	0212 339 37 00
Albaraka Türk Katılım Bankası	444 5 666
Emlak Katılım Bankası	444 26 26
Kuveyt Türk Katılım Bankası	444 0 123
Türkiye Finans Katılım Bankası	0850 222 22 44
Vakıf Katılım Bankası	444 44 77
Ziraat Katılım Bankası	0850 220 50 00

Not: Tabloda verilen bankaların bazıları telefon bankacılığı uygulaması kullanmadığı için genel müdürlük numaraları eklenmiştir.

### 2.5.3 İnternet bankacılığı

İnternet, birden fazla haberleşme ağı ile meydana gelen, metin, müzik, resim, grafik ve benzeri dosyalar ile dijital ortamda saklanabilen her türlü verinin ve programların paylaşıldığı bilgisayarlar sayesinde karşılıklı olarak iletilerek kurulan bir ağıdır. IP kullanmak suretiyle bu ağlar arasındaki ilişkiler gerçekleşir. Bilgisayarlar

arasında kurulan bu sonsuz ve hızlı ilişki sayesinde bilgiye hızlı, kolay ve aynı zamanda ucuz bir şekilde ulaşılır (Savaş, 2011, s.144).

İnternet bankacılığı internet üzerinden yapılan temel bankacılık faaliyetlerinin yanı sıra müşterilere yenilikçi çözümler sunma konusunda da son derece etkin kullanılmaktadır. Bankacılık hizmetlerini çevrimiçi olarak sağlar ve yalnızca şubelerden yapılan işlemlerin yanında birçok işlemi de kapsamaktadır. Ürünlerin yapılandırılması, müşterilerin ürün ve servis sağlayıcıları kendilerinin belirlemede kullanılır (Zeybek, 2018, s.85).

Bankaların dijital dönüşümün en önemli parçalarından birisi olarak ortaya koyduğu internet bankacılığı birçok bankacılık işleminin internet üzerinden bankalara ait açılan hesap ile kolayca yapılmasını sağlar. Bu hizmetten faydalanmak için bilgisayar, telefon, tablet gibi teknolojik aletler kullanılabilir. Her bankanın kendine ait bir web sitesi ve bu web site üzerinden giriş yapabileceği internet bankacılığı uygulaması vardır. Bu yüzden banka fark etmeksizin işlemlerinizi rahatlıkla yapabilirsiniz. Bu sayede basit işlemler için bankalara gitmeye gerek kalmadan birkaç tıklama ile işlemlerinizi yapabilirsiniz (Paratic, 2016).

Diğer bir adıyla şubesiz bankacılık olarak adlandırabileceğimiz internet bankacılığının şubeler veya diğer alternatif dağıtım kanallarından yapılan işlemlerden herhangi bir farkı bulunmamaktadır. Yapılan işlemler banka ana sistemi üzerinde güncellenmekte, banka açısından muhasebe kaydı oluşturmakta ve müşteri için finansal olarak işlem yapılmış bulunmaktadır. Mevcutta nakit para çekme işleminin haricinde her türlü bankacılık hizmeti internette yer alan bu sanal şubeler yoluyla yapılabilmektedir. Şubelerden yapılabilen her türlü işlem bu sanal şubeler üzerinden de ücretsiz olarak yapılabildiği için bankalar bu hizmete yatırım yapmak konusunda çekince yaşamamaktadır (Harvest, 2001).

#### **2.5.4 Mobil bankacılık**

Bankacılık sektörü müşterileri için dijital dönüşümde ve mobil, internet bankacılığı hizmetleri sağlama da öncülük eden sektörler arasında yer almaktadır. Mobil bankacılık kullanıcı için günün her saatinde ve her yerde bankacılık işlemlerini hızlı ve güvenilir bir şekilde gerçekleştirmeye yarayan uygulamalara verilen genel isimdir. Mobil bankacılık uygulamasında kullanıcı için süreç uygulamayı kullanması amacıyla banka tarafından verilen müşteri numarası ve özel giriş şifresi ile

başlamaktadır. Bu işlem şube, internet, telefon veya cep telefonu seçenekleri ile gerçekleştirilebilmektedir. Kullanılacak uygulamayı destekleyen teknik özellikleri barındıran akıllı telefonlar aracılığıyla kullanıcı müşterisi olduğu bankaya ait mobil uygulamayı telefonuna indirir. Kendine ait müşteri numarası ve şifresi ile uygulamaya giriş yapabilir. Müşteri numarası yerine bankalar tarafından kişinin T.C. kimlik numarası da kullanılabilir. Giriş işleminin ardından kullanıcı mobil bankacılık menüsü üzerinde güvenli, hızlı ve rahatça işlem yapabilmektedir. Bankadan bankaya işlem ağı farklılık göstermekle cep şubede nakit para yatırma ve çekme işlemleri dışında işlemlerin tamamına yakını yapılabilmektedir (Vurucu ve Arı, 2015, ss. 310-312).

Telefonların ve internetin bu derece geliştiği ve yükselişe geçtiği günümüzde 10 kişiden en az 7 kişinin akıllı bir telefona sahip olması ile bankalar hizmetlerini mobil alana taşıma girişimlerinde bulunmuşlardır. Günümüzde TBB verileri de incelendiğinden her bankanın kullandığı bu sistemde müşteri sayıları sürekli olarak artış göstermektedir (Özdemir, 2019).

Mobil bankacılık kanalı müşteriler ile banka arasında dijital yardımcıları aracılığıyla güvenli olarak işlem yapılmasını sağlar. Akıllı telefonların hızla yaygınlaşması da bankacılık hizmetlerinin bu şekilde verilmesinde avantaj oluşturmuştur (Seyrek ve Akşahin, 2016, ss.49-50).

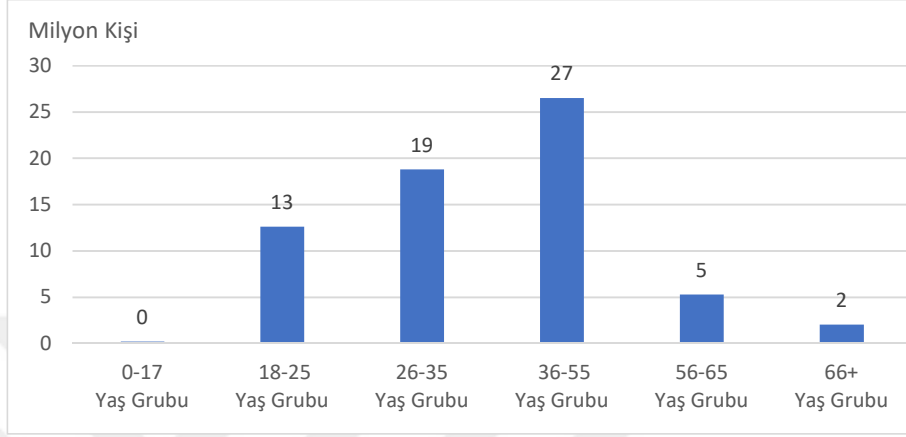
Çetin (2014)'e göre mobil bankacılık üzerinde yapılan işlemlerin ana başlıkları şu şekildedir;

- Hesap yönetimi ile ilgili operasyonel hizmetler,
- Ödemeler ve para transferleri ile alakalı işlemler,
- Yatırımlarla alakalı operasyonel hizmetler,
- Uygulamalar ile alakalı işlemler ve hizmetler
- Bankacılık hizmetlerine ilişkin işlemler.

## **2.6 Yaş Gruplarına Göre Dijital Bankacılık Müşterileri**

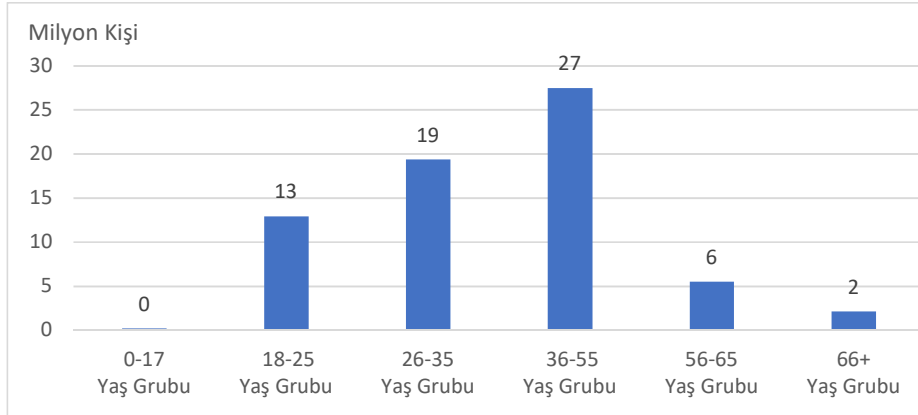
Müşterilerde dijital bankacılık kullanımı etkileyen birden fazla faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerden birisi de yaş faktörüdür. Yaşları farklı olan müşterilerin teknolojiye aşinalık durumları dijital olan yakınlıkları farklılık

gösterdiği için dijital bankacılık kullanım oranları da farklılık göstermektedir. Aşağıda yer alan grafiklerde 2021 TBB verilerine göre dijital bankacılık kullanan müşterilere ait yaş aralıkları paylaşılmıştır.



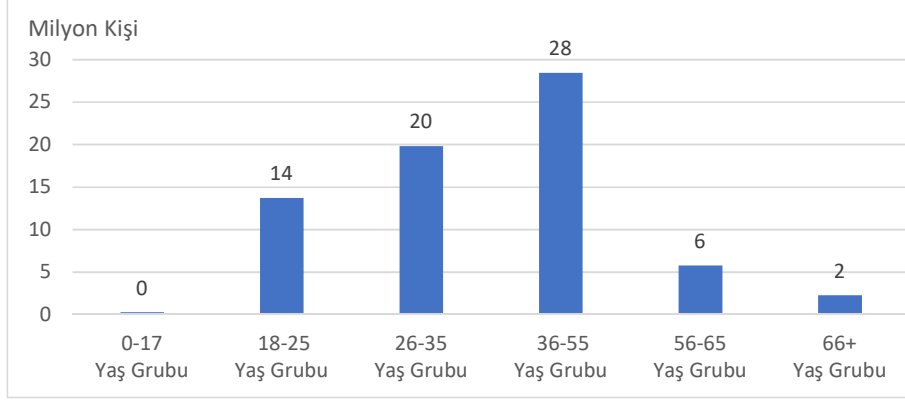
**Şekil 1: Ocak-Mart 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri**

Ocak-Mart 2021 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş gruplarına göre dağılımında ilk sırayı 26 milyon 504 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 18 milyon 820 bin kişi ile 26-35 yaş grubu izlemektedir



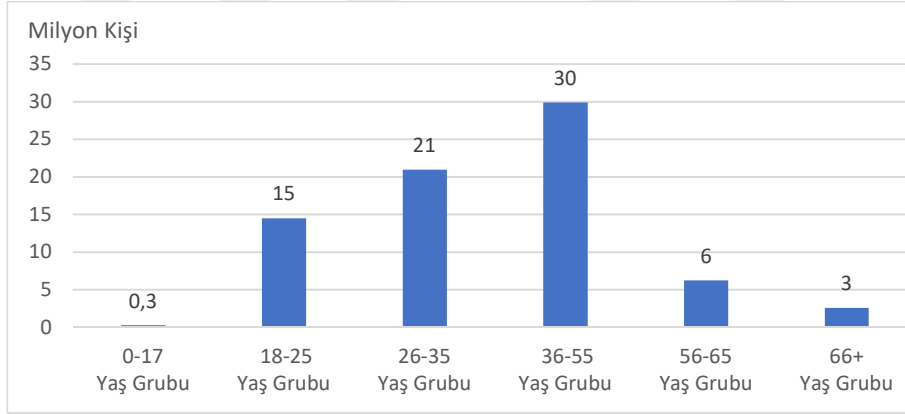
**Şekil 2: Nisan-Haziran 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri**

Nisan-Haziran 2021 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş grupları bazında dağılımında ilk sırayı 27 milyon 474 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 19 milyon 375 bin kişi ile 26-35 yaş grubu, 13 milyon kişi ile 18-25 yaş grubu izlemektedir.



**Şekil 3: Temmuz-Eylül 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri**

Temmuz-Eylül 2021 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş grupları bazında dağılımında ilk sırayı 28 milyon 436 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 19 milyon 848 bin kişi ile 26-35 yaş grubu, 13 milyon 712 bin kişi ile 18-25 yaş grubu izlemektedir.



**Şekil 4: Ekim-Aralık 2021 Dijital Bankacılık Yaş Grupları Verileri**

Ekim-Aralık 2021 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş grupları bazında dağılımında ilk sırayı 29 milyon 925 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 20 milyon 945 bin kişi ile 26-35 yaş grubu, 14 milyon 511 bin kişi ile 18-25 yaş grubu izlemektedir.

## **BÖLÜM 3: DİJİTAL BANKACILIKTA UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİ**

Her geçen gün gelişen teknoloji hayatımıza birçok alanda katkı sunuyor. Bunlardan birisi de hayatımıza yeni girmiş olan, bankacılık ve finans sektöründe adeta bir mihenk taşı olacak uzaktan müşteri edinimi (digital onboarding) sistemidir.

### **3.1 Müşteri Edinim Türleri**

Müşteri edinimi terimi tüm finans kuruluşları, bankalar, ticari şirketler başta olmak üzere bütün sektörleri kapsar. Müşteri ediniminin çeşitleri mevcuttur.

#### **3.1.1 Yerinden müşteri edinimi**

Geleneksel müşteri edinim yöntemidir. Müşteri bir şirketin ticari ofisine, şubesine veya mağazasına giderek işlem gerçekleştirir. Kimlik belgesi veya kimlik belgesi yerine geçebilecek bir belge ibraz etmek zorundadır (Electronicid, 2021). Bu işlemi bazı finansal kuruluşlar veya bankalar ilgili temsilcilerini müşterilerinin adresine göndererek de yaptırabilir. İşlem temel anlamda ıslak imza ve fiziki olarak müşterinin varlığı ile gerçekleştirilen bir işlemdir.

#### **3.1.2 Yarı yerinden müşteri edinimi**

Şirketler, finans kuruluşları, bankalar ve bu tarz kuruluşlar verileri evde doldurmaları için belgeleri müşterilerine dijital olarak sunar. Bunların teslimi için yine de şubelere gidilmesi zorunludur (Electronicid, 2021). İşlemler müşterilerin fiziki olarak varlığını gerektirir. Evrakların doldurulduktan sonra şubeye gidilmesi zaman tasarrufu sağlar.

#### **3.1.3 Uzaktan müşteri edinimi (Digital onboarding)**

Müşteri kazanım süreci tamamen çevrimiçi şekilde gerçekleşir. Tamamen dijital hale gelen bir süreç söz konusudur. Tüm güvenlik tedbirleri ve garanti uzaktan müşteri edinim süreci için de geçerlidir (Electronicid, 2021). Tüm süreçler için zaman tasarrufu sağlayan bu işlemle müşteriler istedikleri her yerden internet aracılığıyla işlemlerini yapıyorlar.

### **3.2 Uzaktan Müşteri Edinimi**

Uzaktan müşteri edinimi finansal kuruluşların yeni müşteri edinme süreçlerinde prosedürleri fiziki olarak gerçekleştirmeye gerek duymadan bu işlemlerin dijital platformlar üzerinden yürütülmesini sağlayan bir sistemdir (Twentify, 2021).

Literatürdeki adı digital onboarding olan bu sistem uzaktan müşteri sağlayabilme ve yapılan tüm işlemlerin küresel anlamda güvenlik çerçevesinde gerçekleştirilmesini de hedefleyen bir sistemdir (Teknokenar, 2021). Uzaktan müşteri edinimi, yeni kullanıcılar edinme, abone olma, hesap oluşturma gibi bir kuruluşun sunabileceği tüm hizmet ve ürünlere basit ve hızlı bir şekilde erişme imkanı sağlar ve bu hizmetleri veri tabanına entegre etme sürecini kapsar (Electronicid, 2021).

Ülkemizde de çok kısa önce yasal düzenlemelerle kullanılmaya başlanan uzaktan müşteri edinimi işlemi tüm finansal kuruluşları yakından ilgilendirmektedir. Bankalar, ticaret ortaklıkları, şirketler, nitelik ve ölçeği farklı olan çeşitli dijital para uygulamaları gibi birçok finans kuruluşu müşterilerine ve müşteri adaylarına uzaktan erişebilme imkanı ile kısa sürede önemli bir tasarruf durumu ortaya çıkarmıştır. Fakat dijital ortamın gerekliliği nedeniyle mevcut risklerin ortadan kaldırılması, yolsuzluk ve dolandırıcılık faaliyetlerinin önüne geçilmesi açısından kimlik doğrulama kapsamında önemli bir açık alanı da ortaya çıkmıştır. Bu açığın kapanması için çeşitli aracı firmalar bazı uygulamalar geliştirmişlerdir. Bu uygulamaların geliştirilmesi ile dolandırıcılık faaliyetlerinin ortaya çıkardığı söz konusu risklerin de önüne geçilmiştir. Bu uygulamalar "know your customer" olarak adlandırılıp, çeşitli yüz tanıma özellikleri ile %100 doğru ve ulaşılabilir bilgiler sunmuşlardır (Teknokenar, 2021).

Bu teknoloji ile müşteriler hizmet almak istedikleri finansal kuruluşların dijital platformlarından, yönlendirilen resmi sitelerinden veya mobil uygulamalarından yapacakları başvurunun ardından gerçekleşecek dijital onay sonrası müşteri hizmetleri yetkilisi ile yapılacak olan görüntülü görüşme ile kimlik doğrulama işlemlerini tamamlayarak hizmet almaya başlayabilecekler (Twentify, 2021).

### **3.3 Uzaktan Müşteri Edinimi Çalışma Şekli**

Uzaktan Müşteri Edinimi (Digital Onboarding), finansal hizmet veren kurumların ve kuruluşların yeni bir müşteriler edinmek için gerekli olan işlemler ve prosedürel süreçleri, müşterinin şubeye gelmesine ihtiyaç kalmadan dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmelerine imkan sağlayan sistemdir (Türkiyefinans, 2021).

Bu işlem yapılırken uluslararası alanda ve ülkemizde çeşitli teknolojik gelişmelerden yararlanır. Bunlardan bazıları; KYC (Know Your Customer), NFC (Near Fields Communication) Türkçe karşılığı yakın alan iletişimi anlamına gelen kavram ve yüz tanıma gibi özelliklerdir.

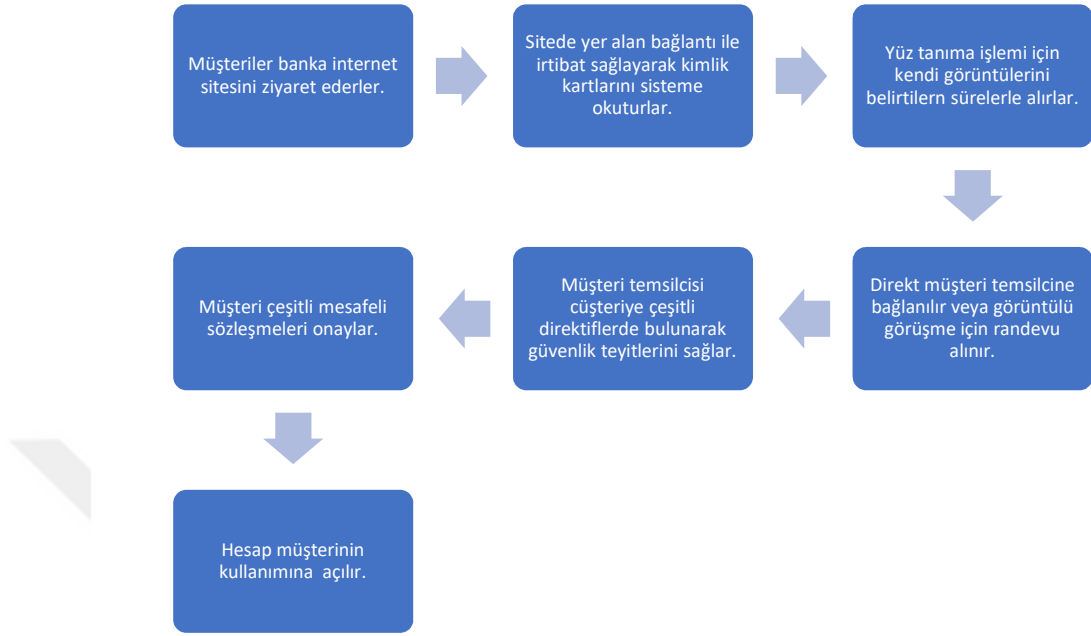
Bu işlemler için kurumlar uzaktan müşteri edinimi hizmeti sunan firmalar ile ortak çalışmalar yürütürler. Firmalar bu hizmetlerini belli teknolojileri kullanarak gerçekleştirirler.

Uzaktan müşteri edinimi süreci tamamen dijital ve çevrimiçi gerçekleşen bir süreçtir. Müşterilerin ürün ve hizmetlere ulaşabilmek için konfor alanlarını terk etmelerine gerek yoktur. Tamamen online olarak işlemler fiziki işlemlerin sağladığı güvenceleri sağlamaktadır (Electronicid, 2021)

Tamamen dijital ortama aktarılan bu işlemde kameralı bir cihazınızın olması işlemin çevrimiçi ve uzaktan olması için yeterlidir. Yüz tanıma, kimlik kartı okuma gibi tamamen spesifik özellikleri ve güvenlik kontrolleri sayesinde bu hizmetten tüm sektörlerdeki firmalar faydalanabiliyorlar (Electronicid, 2021).

Yeni müşteri edinme maksatlı işlem sağlayan firmalardan GİEOM'un bu işlemi sunma şekli şu şekildedir;

- Firmalar müşterilerin kullanımı için QR kodu veya URL yayınlar.
- Müşteriler bu sayfada ki QR kodunu mobil uygulama aracılığıyla tarayarak giriş yapar.
- Cep telefonu üzerinde bir bağlantı oluşur.
- Müşteri belli adımları ve çeşitli güvenlik önlemlerini geçerek müşteri temsilcisine bağlanır.
- Görüşme sonrası müşteri hesabı açılmış olur (Gieom, 2021).



*Şekil 5: Uzaktan Müşteri Edinimi ile Müşteri Olma Süreci (Gieom).*

### 3.4 Bankacılıkta Uzaktan Müşteri Edinimi

Bankacılık sektöründe bankaya yeni müşteriler kazandırmak ve bu müşterilerin hesap açılma işlemlerinin gerçekleştirilmesi de uzaktan müşteri edinimi sistemi ile gerçekleşebilmektedir.

#### 3.4.1 Kurye süreci ile müşteri edinimi

Bu süreç her banka tarafında aktif olarak kullanılmasa da teknolojik olarak görüntülü işlem yapamayan müşteriler için bazı bankalarca alternatif olarak sunulan bir süreçtir. Benzerlik açısından yarı yerinden müşteri edinimi işlemine benzer. Müşteri olmak isteyen kişi banka sitesi üzerinden başvuruyu yapar ve doldurduğu bilgilere göre adresine daha sonra gelen banka çalışanı veya kurye aracılığıyla hesap açma işlemine dahil olmuş olur.

Yeni kimlik kartına sahip olmayan veya telefonunda NFC özelliği bulunmayanlar için kurye sürecine dahil olarak banka müşterisi olunabilecek sistem mevcuttur (Albaraka, 2021).

### **3.4.2 Görüntülü görüşme ile müşteri edinimi**

2020 yılı covid pandemisi ile birlikte şubeler aracılığıyla işlem yapan başta finans kurumları olmak üzere tüm kurumlar ciddi problemler yaşama noktasına geldi. Görüntülü görüşme ile müşteri edinimi süreci tam da bu problemlerin olduğu dönemde finans kuruluşları için çok kritik bir yere sahip oldu.

Dünyada ve ülkemizde bankaların birçoğu bu yöntem ile müşteri kazanmaya başladı. Müşteriler konfor alanını terk etmek zorunda kalmadan telefon, tablet veya bilgisayarlarının yardımıyla bankalarda hesap açabilme özgürlüğüne kavuşmuş oldu.

Akıllı telefonunuzdan mobil uygulamayı indirerek, şubeye gitmeye gerek kalmadan dilediğiniz yerden görüntülü görüşmeyle müşteri hizmetleri yetkilisine bağlanarak müşteri olabilirsiniz (Vakıfkatılım, 2021).

### **3.5 Uzaktan Müşteri Edinimine Dünyadan Örnekler**

Müşteri edinim süreci temel anlamda hem dünyada hem de ülkemizde birbirine benzerlikler göstermektedir. Banka veya ilgili kurumun internet sitesi ya da mobil uygulaması üzerinden paylaşılan bağlantı aracılığıyla müşteri temsilcisi ile irtibat kurulur. İrtibat öncesi ve irtibat esnasında çeşitli yönlendirmeler ve güvenlik tedbirleri ile teyit sağlandıktan sonra müşteri için hesap açma, kurum için müşteri edinim süreci gerçekleşmiş olur.

#### **3.5.1 Malezya UOB bank örneği**

##### **3.5.1.1 Hesap açılışı**

Malezya da faaliyet gösteren UOB hesap çam işlemi için uzaktan müşteri edinimi işlemi kullanmaktadır. Bu şekilde hesap sahibi olmak için 5 basit adım sırası ile uygulanarak hesap açma işlemi gerçekleştirilir.

- I. UOB Mighty uygulamasını indirerek tercih edilen hesap türü seçilir.
- II. Açılan ekranda fotoğraf çekilerek My Kad ile yüz tanıma sistemine taratılır.
- III. Yönlendirilen elektronik form doldurulur.
- IV. Uygulama kurulumu yapılır ve hesaba para transfer işlemi gerçekleştirir.
- V. Hesap aktif hale gelir (UOB, 2022).

### 3.5.1.2 Hesap açılışı için gerekenler

Hesap açma işleminin gerçekleşmesi için birtakım gereksinimler mevcuttur. UOB Bank için gereksinimler şu şekildedir;

- Malezya'da ikamet eden Malezya vatandaşı olma şartı.
- Yeni kimlik belgesi MY Kad'e sahip olma.
- 18 yaş ve üzerinde olma.
- Malezya'daki başka bir bankada internet bankacılığı kullandığı bir hesabı olma.

Gereksinimlerin karşılanmadığı takdirde iletişim bilgileri bırakılarak müşteri temsilcilerinin tekrar iletişime geçmesi istenebilir (UOB, 2022).

### 3.5.2 İngiltere barclays örneği

İngiltere Barclays'da Video Bankacılığı verdiği uygulama ile hesap açmak isteyenlerle çevrimiçi olarak yüz yüze görüşüp hesap açma işlemi gerçekleştirebiliyor.

Mevduatlarınızı her yerden güvenli olarak yönetmek için Video Bankacılığı uygulamasını kullanarak işlem yapabiliyorsunuz.

#### 3.5.2.1 Video bankacılığı

Barclays'ın video bankacılığı ismini verdiği uygulama banka temsilcilerine görüntülü görüşme yöntemiyle ulaşılarak işlem yapılır. Kullanımı kolaydır. Hafta içi 07:00 - 20:00 hafta sonları ve resmi tatillerde 09:00 - 17:00 arası çalışır. Akıllı telefonunuz ile 3G, 4G ya da Wİ-Fİ bağlantısını kullanarak işlem yapabilirsiniz (Barclays, 2021).

Kişisel bilgileriniz görüşme yapmadan önce tıpkı yüz yüze veya telefonla olduğu gibi kimlik kartınızla doğrulanır ve o şekilde işlem yapmaya yönlendirilirsiniz.

#### 3.5.2.2 Video bankacılığı niçin kullanılır?

Barclays video bankacılığı üzerinden birçok işleminizi tıpkı yüz yüze gibi gerçekleştirebilirsiniz. Bu işlemler;

- İpotek Sözleşme Başvurusu
- Kredi Başvurusu

- Çocuk Tasarruf Hesabı Açma İşlemi
- Barclayplus ve Genç Hesabı Açma
- Barclaycard Başvurusu
- Kredili Mevduat Hesabı Açma (Barclays, 2021).

Farklı bir işlemle alakalı görüşmek istendiğinde de müşterilerle yardımcı olarak yönlendirme yapılabileceği bilgisi paylaşılıyor (Barclays, 2021).

### **3.5.3 Hindistan İdbi bank örneği**

Hindistan'da faaliyet gösteren IDBI Bank da müşterilerine video KYC(Know Your Customer) yoluyla hesap açma imkanı sunuyor. Hesap açma işlemi için çevrimiçi, güvenli, basit bir şekilde müşterilerine hizmet sunun banka şubeye gidilmesi gerekliliğini ortadan kaldırıyor (Idbıbank, 2021).

#### **3.5.3.1 Video KYC ile hesap açmanın faydaları**

- Birkaç dakika içinde hızlı bir şekilde hesap açma.
- Özellikle COVID salgını döneminde şubeye gitme zorunluluğunun ortadan kalkması.
- Zaman tasarrufu sağlama (Barclays, 2021).

#### **3.5.3.2 Hesap açma işlemi için gerekenler**

- Web adresi üzerindeki bağlantı ile Video KYC bağlantısı kurma.
- Kamera ve mikrofon erişimi olan cep telefonu veya masaüstü bilgisayar.
- Aadhar Numarası (Hindistan'da kimlik kartı numarası)
- PAN Card (Ortak banka hesap numarası)
- İmza için boş beyaz sayfa ve mavi veya siyah kalem gereklidir (Idbıbank, 2021).

Dünyadan örnekleri ile de görebileceğimiz gibi uzaktan müşteri edinimi görüntülü görüşmelerle aktif şekilde yapılmaktadır. Bankalar özelinde farklı uygulamalar ve prosedürler uygulansa da işlem özümde aynı sistem ile gerçekleşir.

Müşteriler bankalara ait mobil uygulamalar veya web siteleri üzerinden ilgili bağlantılarla görüşme öncesi kişisel bilgilerini doldururlar. Kişisel bilgiler

doldurulduktan ve güvenlik teyitleri sağlandıktan sonra banka müşteri temsilcileri ile görüntülü olarak görüşerek işlemlerini gerçekleştirebilirler.

Bazı bankalar uygulamayı yalnızca hesap açma işlemi için kullansa da bazı bankalarda uygulama hesap açma işleminin de ötesinde birden fazla işlem için kullanılabilir. Her geçen gün sürekli gelişen ve kolaylık sağlayan teknoloji imkanları ile uzaktan müşteri edinimi ile yapılacak işlemler daha da artacak ve etkin olarak kullanılacaktır.

### **3.6 Türkiye'de Bankacılık Sektöründe Uzaktan Müşteri Edinimi**

Gelişen teknoloji ile birlikte tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de finans sektörü bu teknolojiden faydalanmaktadır. Günümüzde birçok sebepten dolayı müşteriler bankalara gitmeden hesap açma, işlem yapma imkanlarını kullanmak istemektedirler. Özellikle 2019 yılının sonundan itibaren içinde bulunduğumuz pandemi süreci müşterilerde bu isteğin artmasını sağlamıştır. Çeşitli kısıtlamalar ve kapamaların olduğu dönemde şube ile görüşülmesi imkanı azaldığı için uzaktan bankacılık işlemleri yapmaya daha fazla ihtiyaç duyulmuştur. Uzaktan müşteri ediniminin son zamanlardaki sağlık problemlerini önlemek adına bir çözüm oluşturmasının yanında zaman tasarrufu, işlem kolaylığı ve konfor alanında işlem yapabilme imkanı sunması gibi bir çok avantajı bulunmaktadır.

Pandemi süreci öncesinde bazı bankaların uzaktan müşteri edinimi adına sunmuş olduğu hizmetler mevcuttur. Fakat tam anlamıyla uzaktan müşteri edinimini dijital ortamda sunan hizmetler BDDK'nın getirmiş olduğu düzenleme ile pandemi sürecinde hayata geçmiş oldu.

Islak imza zorunluluğunu ortadan kaldıran bu düzenleme ile bankalar görüntülü görüşme yöntemi ile müşteri olmak isteyenler için hesap açabilecek (Webrazzi, 2021). Bu hesap açma işleminde temel kıstas olan kimlik tespiti ise BDDK tarafından resmi gazetede 01.04.2021 tarihinde yayımlanan yönetmelikte detayları ile mevcuttur. TBB' de BDDK'nın yayınladığı yönetmeliği referans alarak bankalara hesap açma işlemleri yürütülmesine ilişkin sürecin bildirimini yapmıştır.

BDDK (2021)'in resmi gazete üzerinden yayımlanmış olduğu bu yönetmelik elektronik ortamda mesafeli sözleşme ilişkisinin de detaylarını belirlemektedir.

Bu yönetmeliğin 01.05.2021 tarihinde yürürlüğe gireceği belirtilmiştir.

Yönetmeliğin amacı, bankaların yeni müşteri kazanımında kullanabilecekleri uzaktan kimlik tespiti yöntemlerine ve müşteri kimliğinin tespit edilmesinin ardından sunulacak bankacılık hizmetlerine yönelik olarak mesafeli veya elektronik haberleşme cihazı üzerinden yazılı şekliyle yerine geçecek şekilde ya da mesafeli olarak sözleşme ilişkisinin kurulmasına yönelik usul ve esasların düzenlenmesidir.

Uzaktan kimlik tespiti yöntemi, 11.10.2006 tarihli ve 5549 sayılı Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun ile 24.03.2016 tarihli ve 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ve bu kanunlarla ilgili yayımlanan bütün mevzuatlarda yer alan yükümlülükler saklı kalmak koşuluyla uygulanır.

### **3.6.1 Uzaktan kimlik tespiti sürecine ilişkin genel şartlar**

Uzaktan kimlik tespiti ile müşteri edinimi sürecinin başarılı bir şekilde tamamlanması için belli başlı şartların yerine getirilmesi esastır. Bu şartlar müşteri olma sürecinin başından sonuna kadar ki zaman diliminin tamamını kapsamaktadır.

#### **3.6.1.1 Süreç başlamadan önce uyulması gerekenler**

Uzaktan kimlik tespitinde müşteri temsilcisi ile iletişim kuran kişinin aynı ortamda olmasına gerek yoktur. Görüşme internet bağlantısı ile görüntülü olarak çevrimiçi gerçekleşir. Uzaktan kimlik tespiti yöntemi resmi gazetede yayımlanan yönetmelik de belirtilen şartlar dahilinde uygulanarak işlem gerçekleştirilir. Uygulanan yöntem yüz yüze olan kimlik tespiti gibi asgari seviyede risk oluşturacak şekilde gerçekleşir. İşlem esnasında olabilecek problemler dikkate alınarak yeterli seviyede güvenlik önlemleri uygulanmalıdır. Süreç bankada yalnız müşteri temsilcisi özelinde değil sürecin dahil olduğu tüm birimlerin mutabakatı ile gerçekleşir. Sürecin tamamlanması için müşteri temsilcisi tarafından yapılan güvenlik teyitleri önemlidir. Güvenlik teyitleri sonuçlanmayan işlem tamamlanmaz. Uzaktan kimlik tespitine ilişkin süreçler kritik bilgi sistemleridir. Kimlik tespiti sırasında kullanılacak belgelere, bu belgelere ilişkin özellik ve kriterlere göre çeşitli dokümanlar oluşturulur. Bankanın belirlediği uzaktan kimlik tespiti sürecinin tamamlanmasından önce, sürecin detaylarına ilişkin dokümanlar oluşturulur ve sürecin etkinliği kapsamlı bir şekilde test edilir. Süreç yazılı hale getirilerek testlerin sonucunun başarılı olmaması durumunda gerekli güncellemeler yapılır. Sürecin yeterliliği sağlanmadıkça süreç uygulamaya alınmaz. Süreç yılda en az iki defa gözden geçirilir. Güvenlik alanında ihlallerin tespiti, ilgili yönetmelikte yapılan değişiklik, bankanın dolandırıcılık, sahtecilik gibi

eylemlerden haberdar olması ve kullanılan kimlik tespit yöntemlerinin de değişmesi durumunda süreç ayrıca gözden geçirilerek test edilir (BDDK, 2021).

### **3.6.1.2 Kimlik tespiti yapacak müşteri temsilcisi ve çalışma ortamı**

Uzaktan kimlik tespiti ile yapılacak müşteri edinimi işlemi bu konuda eğitim almış müşteri temsilcileri ile yapılır. Müşteri temsilcisinin kullanılacak kimlik belgesinin özelliklerini bilmesi ve kimlik belgesine ilişkin yönetmelikte yer alan mevzuata hakim olması gerekir. Kimlik üzerinden yapılabilecek dolandırıcılık ve sahtecilik işlemlerine karşı da eğitim almış olması gerekir. Müşteri temsilcisinin uzaktan kimlik tespiti sürecine ilişkin yılda en az bir defa ve her güncelleme sonrası ayrıca eğitim alması gerekir. Müşteri temsilcisinin arayan kişinin banka müşterisi olma isteğinin kendi rızası ile gerçekleştiğini teyit edecek eğitim alması sağlanır. Uzaktan kimlik tespiti yapılırken müşteri temsilcisinin meydana gelebilecek güvenlik zafiyetlerine ve suistimallere karşı ayrıca eğitim almış olması ve gerektiğinde bunları engelleyecek yetkinliğe sahip olması gerekir. Kişiyeye güven vermesi için banka temsilcisinin çalıştığı ortamın bankayı yansıtacak şekilde dizayn edilmesi sağlanır. Engelli kişilere hizmet verilebilmesi için en az bir temsilcinin bu konuda ayrıca gerekli eğitimleri alması sağlanır (BDDK, 2021).

### **3.6.1.3 Sürecin başlaması ile uyulması gereken ilkeler**

Uzaktan kimlik tespiti ile müşteri edinimi işleminde görüntülü görüşme başlamadan önce banka tarafından kişinin başvurusu elektronik ortamda form doldurularak alınır. Form üzerinden alınan verilere göre kişinin risk durumu değerlendirilir. Gerekli görülürse görüntülü görüşme süreci başlamadan önce süreç iptal edilebilir. Uzaktan kimlik tespiti sürecinde kişinin yalnızca biyometrik verisi kullanılabilir ve işlem başlamadan önce kullanım ile alakalı kişinin açık rıza ile onayı alınarak elektronik ortamda kayıt altına alınır. Kişinin müşteri temsilcisi ile görüşmesinden önce belirli müşterilere belirli müşteri temsilcilerinin atanması gibi önceden öngörülebilir suistimal olasılığını azaltmak için çeşitli önlemler alınır ve gerekli altyapı bu şekilde dizayn edilir. Görüntülü görüşmeden önce sorulabilecek asgari sorular belirlenmiş olup görüşme sırasında bu sorular işlem türüne göre farklılık gösterebilir. Uzaktan kimlik tespiti ile müşteri edinimi işleminde görüntülü görüşme aşaması gerçek zamanlı ve kesintisiz olarak yapılır. Müşteri temsilcisi ile kişi arasında görsel ve işitsel bir bütünlük sağlanarak gizliliğin yeterli seviyede olmasına dikkat

edilir. Bu amaçla yapılan görüntülü görüşme uçtan uca güvenli iletişim yöntemiyle gerçekleşir. Görüşme esnasında görüntü ve ses kalitesinin yönetmeliğe uygun olarak şüpheye yer bırakmayacak şekilde olmasına dikkat edilir. Kimlik tespitinde herhangi bir probleme sebep olmayacak şekilde yeterli seviyede gerçekleşmesi sağlanır. Sunulan kimlik belgesinin beyaz ışık altında görsel olarak doğrulanabilmesi, yıpranmamış ve tahrif edilmemiş olduğunun sağlıklı bir şekilde tespit edilmesi gerekir. Uzaktan kimlik tespiti sürecinde kişiye yalnızca yapılan işlem için geçerli olacak merkezi olarak üretilen SMS OTP iletilir. Üretilen SMS OTP'nin kişi tarafında uygulama ara yüzü üzerinden geri gönderilerek teyidi sağlanır. Sistemde bu SMS OTP'nin başarılı olarak uygulanması ile kişinin cep telefon numarasının doğrulanması sağlanmış olur (BDDK,2021).

#### **3.6.1.4 Kullanılacak kimlik belgesinin doğrulanması**

Uzaktan kimlik tespiti yapılırken yeni çipli kimlik belgesi kullanılır. Belgenin beyaz ışık altında görsel olarak ayırt edilebilen öğelerine, imza ve fotoğrafa sahip olması gerekir. NFC olarak adlandırılan yakın alan iletişimi özelliği kullanılarak belgenin doğrulanması sağlanır. Belgenin yetkili makamca verildiği ve çipli kısmının herhangi bir şekilde değiştirilmediği kontrol edilerek teyit edilir. Görsel olarak kimlik tespiti yapılırken müşteri temsilcisinin vereceği talimatlarla kişi kimlik belgesini ekran karşısında yatay ve dikey konumlandırarak doğrulanma aşamasının gerçekleşmesine yardımcı olur. Banka eğer talep ederse farklı güvenlik teyitleri ile de doğrulama sağlayabilir. Müşteri olma sürecinin tamamlanması için ilk finansal hareketin müşterinin başka bankadaki hesabından yeni açtığı hesaba yapılmasını zorunlu tutar. Müşterinin kimlik belgesini kamera önünde yatay ve dikey olarak eğmesi ve kimliğinin belli yerlerine parmağını koyarak kameraya doğru tutması istenir. Müşteri temsilcisi görüşme boyunca kişinin fotoğrafı ile kimliğine ait görüntüleri görüşme boyunca alarak ekran görüntüleri oluşturur. Müşteri temsilcisi görüşme boyunca alınan bu fotoğraf kesitlerinden ve beyaz ışık altında kimliğin tam olarak kapsandığı görüntüden alınan kesitleri kullanarak güvenlik teyidini sağlamış olur. Ayrıca kimlik üzerinde sahteliği gösteren hiçbir yapaylık bulunmadığından emin olur. Sunulan kimlik kartındaki verilerin geçerliliği ve gerçekliğine ilişkin doğrulama uzaktan kimlik tespiti sürecinin en önemli parçalarından biri olarak gerçekleşir. Bu kapsamda temel olarak aşağıdaki hususlar incelenmiş olur;

- Kimlik belgesinde bulunan karakterlerin yazı tipi, düzeni, büyüklüğü, sayısı, aralığı, tipografisi ve yetkili makamca tanımlanan özelliklere sahip olup olmadığı,
- Kimlik belgesinin değiştirilmemiş, zarar görmemiş, tahrif edilmemiş ve üzerine sonradan fotoğraf yapıştırılma işleminin olup olmadığı,
- Kimlik belgesinin geçerlilik süresinin söz konusu standartlara uygun olup olmadığı,
- Kimlik belgesinde yer alan bilgiler ile kişiye ait bilgilerin uyuşup uyuşmadığı,
- Kişinin kimliğinde yer alan bilgilerle banka tarafından alınan Kimlik Paylaşım Sistemi'ndeki verilerin birbiri ile uyuşup uyuşmadığı,
- Son olarak kimlik üzerinde yer alan seri numarası bilgisinin görüntülü görüşme esnasında kişiye okutulurken seri numara doğrulanır.

### **3.6.1.5 Kimliği tespit edilecek kişinin doğrulanması**

Uzaktan kimlik tespiti ile müşteri edinimi sürecinde görüntülü görüşme aşamasında kişinin canlılığını tespit edici yöntemler kullanılır. Banka sahte yüz teknolojisi gibi çeşitli sahtekarlık işlemlerini önlemeye ilişkin tedbirler alır. Kimlik tespiti sürecinde kişinin yüzü ile kimlik belgesinden yakın alan iletişimi ile alınabilirse temassız yongadaki fotoğraf, alınamaması halinde ise kimlik belgesi üzerinde yer alan fotoğrafın biyometrik olarak karşılaştırılması yapılır. Müşteri temsilcisi kullanılan kimlik belgesindeki bilgilerin ve fotoğrafın kişiye ait olup olmadığını kontrol ederek doğruluğundan emin olur. Müşteri temsilcisi kişi ile kuracağı diyalog ve yapacağı gözlemler neticesinde kişi tarafından verilen bilgilerin doğruluğu ve inandırıcılığında emin olur. Bu kapsamda sosyal mühendislik, kimlik avı veya başka birisinin baskısı altında işlem yapma gibi çeşitli dolandırıcılık faaliyetlerinin olmasına engel olur. Bu ve benzeri riskleri göz önünde bulundurarak işlem gerçekleştirilir. Uzaktan kimlik tespiti sürecinin sonunda kişinin bankacılık hizmetleri ile ilgili bilgilendirilmesi ve kişinin sözlü olarak banka müşterisi olmak istediğinin onayı alınarak süreç tamamlanmış olur (BDDK, 2021).

### **3.6.1.6 Görüntülü görüşme sürecinin sonlandırılması**

Zayıf ışık koşulları, ses düzeyindeki yetersizlik, teknik aksaklıklar veya benzeri nedenlerle yönetmelikte belirtildiği şekilde görüntü doğrulamanın yapılamaması durumunda uzaktan kimlik tespitinin görüntülü görüşme aşaması sonlandırılır. Süreçte başka bir tutarsızlık veya belirsizlik bulunması durumunda da yine bu hükümler geçerli olacaktır. Sunulan kimlik belgesinin yetersizliği, geçerliliği konusunda problem olması veya sahtecilik, dolandırıcılık gibi işlemlerin olmasından şüphe edilmesi durumunda süreç sonlandırılır (BDDK, 2021).

### **3.6.1.7 Verilerin saklanması ve kimlik tespitinde sorumluluk**

Uzaktan kimlik tespiti ile müşteri edinimi sürecinin tamamı adımların da şeffaf bir şekilde ortaya konması ve denetlenebilir olması adına kayıt altına alınır ve saklanır (BDDK, 2021).

Uzaktan kimlik tespiti aşamasında kullanılan işlemlerin kişinin yanlış tespitini en aza indirecek şekilde oluşması için yapılan çalışmaların tümü bankanın sorumluluğundadır. Banka uzaktan kimlik tespiti ile edinilen müşterilerini farklı bir risk profilinde izler. Bu kişilerin işlemlerini tütüne, tutarına ve bankanın belirlediği çeşitli kıstaslara göre ayrıca güvenlik tedbirleri de uygulanır. Kişilere ve üçüncü taraflara yükümlülük doğuran işlemlerde itiraz halinde muhatap bankadır. Bankanın Bilgi Sistemleri ve Elektronik Bankacılık Yönetmeliğinde uyum durumunun değerlendirilmesi veya sahtecilik gibi işlemlerin teşkil etmesi durumunda gerekli adımların atılması veya sürecin kısıtlanması gibi işlemlerde BDDK yetkilidir (BDDK, 2021).

### **3.6.2 Uzaktan banka müşterisi olma süreci**

TBB (2021) yayınladığı taslak ile uzaktan banka müşterisi olma sürecini aşamalı olarak anlatmıştır. Bu süreç BDDK'nın kamuoyuna bildirmiş olduğu resmi gazete de yayımlanan hükümler çerçevesinde gerçekleştirilecektir.

Uzaktan kimlik tespiti sürecinde hesap açmak istenilen bankanın resmi internet sitesi veya mobil uygulaması üzerinden görüntülü görüşme başlamadan önce belli bilgilerin alındığı form doldurularak başvuruda bulunulur.

TBB (2021)' e göre hesap açma işlem aşamaları şu şekildedir;

1. Uzaktan kimlik tespiti yapılabilmesi için mutlaka akıllı telefona ve yeni T.C. Kimlik Kartına sahip olunması gerekir.
2. Kimlik kartı hasar görmüş ve deforme olmuş olmamalı. Üzerindeki bilgiler okunabilir olmalıdır.
3. Hesap açılmak istenen bankanın resmi internet sitesi veya mobil uygulaması indirilerek yönlendirilen bağlantı kullanılmalı.
4. Mobil uygulama platformunun güvenliği veya giriş yapılan internet adresinin doğruluğu kontrol edilmeli.
5. Bilgilerin doğrulanması işlemi banka tarafından gerçekleştirildikten sonra uzaktan kimlik tespiti işlemi için banka temsilcisi ile iletişime geçilecektir. Bu nedenle uygulama kullanılmaya başlanmadan önce aydınlık ve sakin bir ortam seçilmeli.
6. Görüşme sırasında maske, güneş gözlüğü vb. yüz tanınmasına engel olacak aksesuarlar kullanılmamalı.
7. İşlem bilgisayar üzerinden yapılacak dahi olsa akıllı telefon yanınızda bulundurulmalı. Telefonun ön ve arka kameralarının çalışır durumda olması gerekir.
8. Banka tarafından telefonunuzun NFC (Yakın Alan İletişimi) özelliğini işlem esnasında kullanmanız istenebilir. Telefonda bu özelliğin olup olmadığı kontrol edilmeli ve istendiğinde kullanıma hazır olmalı.
9. Doğrulama işlemi için hesap açılan banka başka bir banka hesabından para transferi yapmanızı talep edebilir.
10. Başvuru formuna girilen bilgilerin güncel ve eksiksiz olması gerekmektedir. Başvuru öncesinde ve görüşme esnasında sorulan sorulara net ve doğru cevaplar verilmeli.
11. Görüntü ve ses kalitesinin şüpheye yer vermeyecek ve kimlik tespiti esnasında herhangi bir kısıtlamaya sebep olmayacak şekilde yeterli seviyede olması gerekmektedir.
12. Görüşme süresince işlem yalnızca hesap açma talebinde bulunan kişi ile gerçekleştirilir. Hesap ve işlem güvenliği için üçüncü kişilerden herhangi bir yardım talep edilmemeli.

Hazırlanan bu yönerge baz alınarak bankalar söz konusu ürün ve hizmetlere dair özel ve ayrıntılı kurallar koyarak işlem yapabilir. Müşteriler hesap açmak için başvurduklarında hesap açılacak bankanın uygulama kuralları ve güvenlik önlemleri geçerlidir (TBB, 2021).

**Tablo 7: Bankacılık Uzaktan Müşteri Edinimi Sayıları**

<b>Bankacılık Uzaktan Müşteri Edinimi Sayıları</b>			
<b>Aylar</b>	<b>Başvuru Sayısı</b>	<b>Kazanılan Müşteri Sayısı</b>	<b>Başarı Oranı</b>
Mayıs 2021	268.881	68.831	25,5%
Haziran 2021	220.055	63.197	28,7%
Temmuz 2021	223.098	61.159	27,4%
Ağustos 2021	257.969	73.814	28,6%
Eylül 2021	348.076	100.947	29%
Ekim 2021	443.319	117.839	27%
Kasım 2021	666,794	138.366	21%
Aralık 2021	515.579	148.067	29%
Ocak 2022	389.284	114.066	29%

Tablo 7’de bankacılık sektöründe uzaktan müşteri edinimi uygulaması kullanılmaya başlaması ile birlikte ilk beş ayda yapılan başvuru sayısı yer almaktadır. Bu tabloya göre uygulamanın kullanıldığı ilk ayda yoğun bir talep olmuş ve sonraki üç aydan yüksek bir başvuru sayısı elde edilmiştir. Başvuru sayıları ile kazanılan müşterilerin karşılaştırılması yapıldığında ise oran olarak en düşük oran ilk ay olan mayıs ayına aittir. Bunun birçok sebebi olabileceği gibi, henüz yeni bir uygulama olmasının payı büyüktür.

Haziran ayından sonra her geçen ay başvuru sayısı artmış fakat kazanılan müşteri sayısı aynı oranda artış göstermemiştir. Başvuran müşterilerin ancak üçte birine yakın bir oranının başvurusu kabul edilmiş, hesapları açılmıştır. Bu kadar yüksek oranda başvuru olmasına rağmen müşteri kazanımının az olması başvuran müşteri adaylarının gerek evraklarında gerekse bankaların belirlemiş olduğu bazı kriterlerde yeterliliklerinin bulunmamasıdır.

TBB'nin son paylaştığı veriler Eylül 2021 tarihini içermektedir. En yüksek başvuru sayısı ve müşteri kazanım oranı bu ay içerisinde gerçekleşmiştir.

**Tablo 8: Katılım Bankacılığı Uzaktan Müşteri Edinim Sayıları**

<b>Katılım Bankacılığı Uzaktan Müşteri Edinimi Sayıları</b>			
<b>Aylar</b>	<b>Başvuru Sayısı</b>	<b>Kazanılan Müşteri Sayısı</b>	<b>Başarı Oranı</b>
Mayıs 2021*	11.980	8.708	
Haziran 2021	12.139	5.220	43,0%
Temmuz 2021	10.653	4.639	43,5%
Ağustos 2021	15.418	6.627	43,0%
Eylül 2021	17.075	8.220	48,1%
Ekim 2021	21.426	9.869	46,1%
Kasım 2021	29.677	13.976	47,1%
Aralık 2021	50.858	23.618	46,4%
Ocak 2022	38.450	15.644	40,7%
Şubat 2022**	5.694	2.479	43,5%
<b>Toplam</b>	<b>213.370</b>	<b>99.000</b>	<b>46,3%</b>

\* 01.05.2021-12.05.2021 tarihleri arasındaki verilere ulaşılamamıştır.

\*\*06.02.2022 tarihine kadar olan veriler alınmıştır.

Katılım Bankacılığı'na ait verilerin paylaşıldığı yukarıdaki tabloda sektörde başvurulmuş uzaktan müşteri adayları ve başarı oranları paylaşılmıştır. Başvuran sayısının az olmasının temel sebebi katılım bankacılığı sektöründeki banka sayısının 6 ile sınırlı olmasından ötürüdür. Sektörde en yüksek müşteri kazanım oranı Eylül ayına aittir. Mayıs ayı uygulamanın yürürlüğe geçtiği tarih ve şubat ayı da verilerinin tamamının elde edilememesinden dolayı başvuru sayıları diğer aylara göre nispeten azdır.

Sektörel olarak Katılım Bankacılığı ve mevduat bankacılığı diye adlandırdığımız sektörleri karşılaştırsak verileri toplanan banka sayısı klasik bankacılık sisteminde 14 iken katılım bankacılığı sisteminde 6'dır. Bu aradaki sayısal farktan yola çıkarak uzaktan müşteri ediniminde klasik bankalara olan rağbet daha fazla olmuştur. Fakat sektörlerin temel farklarından birisi müşteri kazanım oranıdır. Katılım Bankacılığı'nda oran %50 seviyesine yakınken bu oran klasik bankacılık sisteminde %30 seviyesine ulaşmamaktadır.

Tüm bu sayısal veriler ışığında uzaktan müşteri edinimi uygulanmaya başlandığı tarihten itibaren çok sayıda müşteri tarafından kullanılmış ve her geçen gün kullanım oranlarını arttırmıştır.



## **BÖLÜM 4: UZAKTAN MÜŞTERİ EDİNİMİNDE ALBARAKATÜRK KATILIM BANKASI ÖRNEĞİ**

### **4.1 Kısaca Albaraka Türk Katılım Bankası**

Albaraka Türk Katılım Bankası Türkiye’de faizsiz bankacılığın öncüsü olarak 1984 yılında kuruldu. 1985 yılında aktif olarak hizmetlerini yürütmeye başladı. Ortadoğu’da güçlü bir sermaye grubu olan Albaraka Banking Group, İslami Kalkınma Bankası ile Türk ekonomisine öncülük eden sanayi gruplarının öncülüğü ile faaliyetlerine başladı. Türkiye’de faaliyetlerini 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’na göre yürütmektedir (Albaraka, 2021).

### **4.2 Albaraka Türk Katılım Bankası Tarihçesi**

Türkiye’de katılım bankacılığının öncülerinden birisi olan Albaraka Türk Katılım Bankası 30 yılı aşkın bir süredir sektörde hizmet vermektedir. Kuruluş yılı olan 1984 yılından bu yana gelişim süreci aşağıdaki şekildedir:

- 1984 – Faizsiz bankacılık ile çalışan Albaraka grubundan gelen teklif ile Türkiye’de çalışmalara başlanmıştır.
- 1985 – Faizsiz alanda Türkiye’de ilk finans kurumu olarak faaliyetlere başladı.
- 1988 – Albaraka Türk Katılım Bankası bünyesinde finansal kiralama işlemleri yapılmaya başlandı.
- 1992 – Şube sayısı 10’a ulaşan Albaraka Türk Katılım Bankası’nda aktifler toplamı 400 milyon doları aştı.
- 1998 – Şube sayısı 22 olan Albaraka Türk Katılım Bankası’nda Visa ile anlaşma sağlanarak kredi kartı hizmeti de sunulmaya başlandı.
- 2002 – Şube sayısı 24 olurken öz sermaye toplamı da 70 milyon dolara ulaştı.
- 2007 – Halka arz olan Albaraka Türk Katılım Bankası’na 24 bin yatırımcıdan 7 milyar doların üzerinden talep geldi.
- 2011 – İlk yurtdışı şubesi Irak Erbil’de açıldı.
- 2013 – Şube sayısı 166’ya ulaştı. Türkiye’de ilk defa murabaha sukuk yöntemiyle kredi sağlama işlemi yapıldı.

- 2014- Şube sayısı 35 yeni şube eklenerek 202'ye ulaştı.
- 2015 – Basel 3 kriterlerine uygun ilk sukuk işlemi gerçekleştirildi. Dijital dönüşümün temeli olarak Mobil Şube ve Mobil Şube Touch ID projeleri tamamlandı.
- 2016 – Nitelikli yatırımcılara sunulmak amacıyla 4 kira sertifikası ihracı gerçekleştirildi. Ana bankacılık sistemi projesi “Albatros” bireysel bankacılıkta en iyi teknoloji kullanımı ödülünü aldı.
- 2017 – Toplam şube sayısı 220'ye çıktı. Katılım bankalarında daha önce görülmeyen Start-Up hızlandırma ve destek merkezi olan Albaraka Garaj hizmete başladı. Dijitalleşme konusunda çalışmalar ağırlık kazandı.
- 2018 – Toplam şube sayısı 230'a çıktı. Albaraka Mobil uygulaması üzerinde dijitalleşme çalışmaları kapsamında sesli asistan, QR Kod işlemleri, yüz tanıma teknolojileri geliştirildi.
- 2019 – Albaraka Türk Katılım Bankası mobil uygulaması Albaraka Mobil The Communicator Awards'da “Mobil Uygulamalar ve Siteler” kategorisinde “En iyi Kullanıcı Deneyimi” ve “Deneyimsellik, Yenilikçilik” ödülünü aldı. Albaraka Yayınları faaliyetlerine başladı. Yeni dijital POS uygulaması olan Alneo 11.000'den fazla müşteriye ulaştı. İkinci yurt dışı şube olan Bağdat Şubesi faaliyetlerine başladı.
- 2020 – Albaraka Portföy Yönetimi A.Ş. İnovasyon Girişim Sermayesi Yatırım Fonu tarafından İnsha Ventures uygulaması kurularak faaliyetlerine başladı.
- 2021 – Albaraka Türk Katılım Bankası Avrupa'nın en iyi iş verenleri listesinde yer aldı. Dijital bankacılık çalışmaları kapsamında uzaktan müşteri edinim süreçleri Görüntülü İşlem Merkezleri ile başladı.

#### **4.3 Albaraka Türk Katılım Bankası Dijital Bankacılık Uygulamaları**

Albaraka Türk Katılım Bankası bankacılık sektöründe dijital bankacılık uygulamalarını değişen ve sürekli gelişen sisteme adapte olarak hazırlamakta, müşterilerinin kullanımına sunmaktadır. Bankanın kullandığı temel uygulamalar mobil, internet ve telefon bankacılığı uygulamalarıdır. Bunların yanında 2021 yılında bankacılık sektöründe kullanılmaya başlanan uzaktan müşteri edinim süreçleri de banka tarafından başarılı bir şekilde yürütülmektedir.

#### **4.3.1 Albaraka mobil bankacılık uygulaması**

Albaraka Mobil uygulaması bankacılık işlemlerinizi akıllı cep telefonları üzerinden kolayca yapabileceğiniz uygulamadır. Gelişen teknoloji ve yeniliklere göre dizayn edilmiş, kullanıcıların hizmetine sunulmuştur (Albaraka, 2022).

Sürüm olarak yeterli telefonlarda yüz tanıma ile uygulamaya ulaşma, QR kod işlemleri, yatırım işlemleri, mobil asistan uygulaması, para transferleri gibi pek çok işlem kolaylıkla yapılabilir. Müşteriler Albaraka Mobil uygulamasını telefonlarına indirerek giriş bilgileri ve şifreleri ile uygulamaya girebilir ve bu hizmetlerin tümünden faydalanabilirler.

2021 yılında Albaraka Mobil toplam kullanıcı sayısı 620 bine ulaşmıştır. Sadece son bir yılda kullanım sayısı ise 420 bin olarak belirlenmiştir. Albaraka Mobil uygulaması dijital platformlardaki gelişmeler paralelinde yeni özellik ve hizmetlerle zenginleştirilmektedir (Albaraka, 2022).

#### **4.3.2 Albaraka internet bankacılığı**

Albaraka internet bankacılığında şubede yapabilecek birçok işlem hızlıca yapılabilir. İnternet erişiminin olduğu her noktada internet bankacılığı üzerinden tüm hizmetlerden 7/24 yararlanılabilir. Albaraka Türk Katılım Bankası resmi internet sitesi üzerinden bireysel ve kurumsal internet bankacılığına giriş yapılabilir.

Bireysel emeklilik başvuru işlemleri, dijital kart işlemleri, sigorta başvurusu, yatırım hesabı açma, güvenli ikinci el araç alım satımı yapma gibi birçok işlemi Albaraka internet bankacılığı üzerinde mevcuttur. Albaraka internet bankacılığına giriş işlemi mobil onay ile gerçekleştirilebilmektedir.

Albaraka internet şubesi aylık 8 milyar TL'yi geçen bir işlem hacmine sahiptir. Müşterilerin en yoğun kullandığı kanallardan birisi olan internet şubesi müşteri talep ve isteklerine göre işlem çeşitliliği bakımından güncellenmektedir (Albaraka, 2022).

#### **4.3.3 Albaraka telefon bankacılığı**

Türkiye'nin her yerinden sabit hat ya da cep telefonu üzerinden Albaraka Türk Katılım Bankası çağrı merkezine ulaşarak şube veya ATM den yapabilecek birçok işlem telefon bankacılığı yoluyla yapılabilir.

Albaraka telefon bankacılığı hizmetlerine 444 5 666 veya 0 850 222 5 666 numaraları üzerinden ulaşılır.

**Tablo 9: 2021 Yılı Albaraka Türk Katılım Bankası Telefon Bankacılığı Verileri**

<b>2021 Yılı Albaraka Türk Katılım Bankası Telefon Bankacılığı Verileri</b>				
<b>Veri Grupları</b>	<b>1.Çeyrek</b>	<b>2.Çeyrek</b>	<b>3.Çeyrek</b>	<b>4.Çeyrek</b>
IVR (Toplamda Gelen Çağrı Sayısı)	587.004	514.622	482.427	592.761
Gelen Çağrı Sayısı	249.841	233.369	218.108	264.093
IVR' da Karşılana n Çağrı Sayısı	337.163	279.253	264.319	328.668
IVR' da İşlem sonuçlandırma Oranı	%57	%54	%55	%55
Ortalama Bekleme Süresi	16 sn	16 sn	15 sn	17 sn
Bireysel Üye Sayısı	247.431	255.922	323.891	394.691
Kurumsal Üye Sayısı	598	611	620	638

Albaraka Türk Katılım Bankası telefon bankacılığı 2021 yılı verileri incelenecek olursa gelen aramaların yarıya yakın bir kısmı müşteri temsilcilerine bağlanma sağlamış ve kalan kısmı ise IVR yani Sesli Yanıt Sistemi üzerinde karşılanmış. IVR üzerinde karşılanan çağrılarda ise yılın dört çeyreğinde de işlem sonuçlandırma oranı %50 seviyesinin üzerinde gerçekleşmiştir. Böylece Albaraka telefon bankacılığı ile işlem yapan ortalama 2 müşteriden birisi işlemini IVR üzerinde çözümlenmiştir.

Telefon bankacılığı kanalı kullanarak arayan müşterilerin müşteri temsilcilerine bağlanma aşamasında 15 – 17 saniye aralığı görülmesi müşterileri hızlı bir şekilde müşteri temsilcisine bağlandığını göstermektedir.

Albaraka Türk Katılım Bankası telefon bankacılığı üye sayısı hem kurumsal hem de bireysel müşterilerde her çeyreğin sonunda artış göstermiştir. Özellikle bireysel müşteri sayısı 3. çeyrekte bir öncekine göre yaklaşık 80 bin kişi artarak önemli bir artış sağlanmıştır.

#### 4.4 Albaraka Türk Katılım Bankası'nda Uzaktan Müşteri Edinimi

Türk bankacılık sisteminde öncesinde örnekleri olsa da uzaktan müşteri edinimi yöntemi 01.04.2021 tarihinde yayımlanan ve 01.05.2021 tarihinde yürürlüğe giren yönetmelik ile başlamıştır. Bankalar müşterileri için şubeye gelme zorunluluğu olmadan uzaktan banka müşterisi olabilmenin önünü açmışlardır. Böylece istenilen bilgi ve belgeler sağlandığı takdirde banka şubesine gitmeden müşteri olunabilmektedir.

Uzaktan müşteri edinimi süreci resmi olarak başlamadan önce bankalar müşterilerine yalnızca klasik olarak şubeden hesap açıyorlardı. Hali hazırda şubeden hesap açma işlemi devam etse de teknolojinin getirdiği imkanlar dahilinde uzaktan müşteri edinimi önemli bir alternatif haline gelmiştir.

*Tablo 10: Şubeden Sonuçlandırılan Müşteri Sayıları*

Şubeden Sonuçlandırılan Müşteri Sayısı				
Aylar	TBB	TKBB	Albaraka	TOPLAM
Mayıs 2021	418.838	42.957	8.198	461.795
Haziran 2021	725.093	67.641	14.040	792.734
Temmuz 2021	550.785	55.804	10.945	606.589
Ağustos 2021	686.747	75.413	14.964	762.160
Eylül 2021	1.008.034	101.864	32.464	1.109.898
Ekim 2021	692.434	-	29.306	-
Kasım 2021	727.535	-	20.139	-
Aralık 2021	787.115	-	17.307	-
Ocak 2022	609.463	-	12.469	-

Şubeden sonuçlandırılan başvuru sayıları incelendiğinde uzaktan müşteri ediniminin başladığı ilk beş ayda Temmuz ayı dışında sayılar kademeli olarak artmıştır. Artış oranları tüm bankacılık grupları ve Albaraka Türk Katılım Bankası bünyesinde yaklaşık aynı oranda gerçekleşmiştir. Eylül ayında en yüksek seviyesini gören oranlar ardından kademeli olarak azalmış ve stabil bir seviyeye geçmiştir.

Bu durumda ilk beş ayda müşterilerin şubeden hesap açma işlemi için rağbetinin artarak devam ettiği söylenebilir. Burada uzaktan müşteri edinimi hizmetinin çalışma anlamında yeni olması, tanıtımının yeterli düzeyde yapılamaması gibi etkenler söz konusu olabilir.

Ekim ayından itibaren daha stabil bir görünüm kazanan şubeden müşteri olma sayıları tabloda göze çarpmaktadır. Bu da uzaktan müşteri edinimi ve şubeden müşteri olma işlemlerinin daha normal bir seyre geldiğini göstermektedir.

Tablo üzerindeki verileri incelendiğinde şubeden müşteri olma sayıları üzerinden katılım bankacılığı ve klasik mevduat bankacılığı sayıları karşılaştırılabilir. Bu sayılara bakıldığında katılım bankacılığı müşteri edinim oranı mevduat bankacılığının yaklaşık %10'u civarlarındadır. Sektörel olarak katılım bankacılığının payı az görünse de sektördeki banka sayıları göz önüne alındığında bu durumun daha normal olduğu söylenebilir.

Alınan verilere göre katılım bankacılığında Ekim ayından itibaren veriler bulunmadığı için karşılaştırma TBB'nin verileri baz alınarak yapılmıştır.

**Tablo 11: Şubeden Sonuçlandırılan Başvuru Sayısı Albaraka Türk Katılım Bankası Payı**

<b>Albaraka Türk Katılım Bankası Payı</b>		
<b>Aylar</b>	<b>Albaraka Toplamdaki Pay</b>	<b>Albaraka TKBB Payı</b>
Mayıs 2021	1,78%	19,08%
Haziran 2021	1,77%	20,76%
Temmuz 2021	1,80%	19,61%
Ağustos 2021	1,96%	19,84%
Eylül 2021	2,92%	31,87%

Albaraka Türk Katılım Bankası'nın şubeden müşteri edinimi süreçlerinde payı incelenecek olursa toplamdaki pay yaklaşık %2 civarlarında seyretmektedir. Buradaki oranın bu şekilde olmasının temel sebebi toplam oranda katılım bankalarının payının az olmasından kaynaklanmaktadır.

Albaraka Türk Katılım Bankası'nın şubeden müşteri edinimi oranlarında katılım bankaları içindeki payı incelendiğinde oranın bir hayli yüksek olduğu

görülmektedir. Özellikle 6 katılım bankası içinde özellikle Eylül ayında sağlanan %31,87'lik oran bu ayda en yüksek seviyesinde olduğunu göstermektedir.

Albaraka Türk Katılım Bankası'nda şubeden müşteri olma işlemine alternatif olarak uzaktan müşteri edinimi işlemi iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlar:

- Kurye Süreci ile Müşteri Olma,
- Görüntülü Görüşme ile Müşteri Olma işlemleridir.

#### 4.4.1 Kurye süreci ile müşteri olma

Albaraka Türk Katılım Bankası'nda kurye süreci ile müşteri olma özelliği yeni tip kimlik kartı bulunmayan ve telefonunda NFC özelliği olmayan müşterileri için alternatif olarak sunulmaktadır. Bankanın resmi internet sitesine girilerek işlemler başlatılabilir. Bu süreç müşteri olmak isteyenler için aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır:

- Cep telefonu, kimlik ve e posta adresi doğrulama,
- Kişisel bilgilerin doldurulması,
- Hesaba ilişkin belge ve kartların geleceğim adres bilgilerinin girilmesi,
- İşlemin onaylanma aşaması,
- Onaylanıp onaylanmadığına dair sonuç aşaması.

Başvuru tamamlandıktan bir süre sonra girilen adrese kurye aracılığıyla işleme ilişkin evraklar ve kartlar banka tarafından gönderilir. Müşteri gelen belgeleri imzalayarak kurye ile tekrar iadesini gerçekleştirir. Kendisinde kalması gereken belgeleri de alır. Bu aşmada pasif olan müşterinin hesabı kurye ile gönderilen belgeler onaylandıktan sonra aktif hale gelir. Böylece müşteri şubeye gitme gereksinimi duymadan Albaraka Türk Katılım Bankası müşterisi olabilir.

*Tablo 12: Kurye ile Müşteri Olma Sürecine İlişkin Müşteri Sayıları ve Oranları*

Kurye Süreci ile Müşteri Olma				
Aylar	TBB	Albaraka	Toplam	Albaraka Toplamdaki Pay
Mayıs 2021	102.452	757	103.209	0,73%
Haziran 2021	120.187	486	120.673	0,40%
Temmuz 2021	109.724	308	110.032	0,28%

Ağustos 2021	112.477	521	112.998	0,46%
Eylül 2021	114.341	730	115.071	0,63%
Ekim 2021	120.914	889	121.803	0,73%
Kasım 2021	144.400	983	145.383	0,68%
Aralık 2021	157.745	1.101	158.846	0,69%
Ocak 2022	116.327	670	116.997	0,57%

Kurye ile müşteri olma süreçlerinin TBB sayıları ile Albaraka Türk Katılım Bankası sayıları ve oranı Tablo 10'da verilmiştir. Bu tabloya göre Temmuz ayının dışında genel olarak artan başvuru sayıları görülmektedir. Artan başvurular Albaraka Türk Katılım Bankası için de sayısal olarak artış sağlamış fakat oransal olarak aynı şekilde artış olmamıştır.

Toplamda başvuruların en yüksek seviyesini gördüğü Eylül ayında Albaraka Türk Katılım Bankası için de başvurular en yüksek seviyeyi görmüştür. Yine en düşük seviyenin görüldüğü ay da aynıdır. Buradan bankacılık işlemlerine talebin yılın belli zamanlarında tüm bankalar için aynı şekilde artış ve azalış gösterdiğini söylemek mümkündür.

#### 4.4.2 Görüntülü görüşme yöntemi ile müşteri olma

Albaraka Türk Katılım Bankası'nda müşteriler kurye süreci ile müşteri olma yönteminin yanı sıra görüntülü görüşme yöntemi ile de müşteri olabiliyorlar. Telefonlarına indirdikleri Albaraka Mobil uygulaması ile müşteri temsilcilerine bağlanarak işlem gerçekleştirebiliyorlar. Müşteri temsilcileri uygulama esnasında BDDK'nın belirlemiş olduğu kriterleri baz alarak işlem gerçekleştiriyor ve hesap açmasında herhangi bir engel bulunmayanlar bu yöntemle hesap açabiliyorlar. Hesap açılmamasında karşılaşılan engellerden bazıları;

- NFC özelliği olmayan telefonlar,
- Eski tip kimlik kartına sahip olunması,
- Bulunulan ortamın yeterince aydınlık olmaması gibi olabiliyor.

Başvuru yapan adaylardan bir kısmı bu tür problemler sebebiyle hesap açma işlemi gerçekleştiremeyebiliyor.

**Tablo 13: Albaraka Türk Katılım Bankası Uzaktan Müşteri Edinimi Başarı Oranları**

<b>Albaraka Türk Katılım Bankası Uzaktan Müşteri Edinim Sayılar</b>			
<b>Aylar</b>	<b>Başvuru Sayısı</b>	<b>Kazanılan Müşteri Sayısı</b>	<b>Başarı Oranı</b>
Mayıs 2021	658	269	41%
Haziran 2021	548	218	40%
Temmuz 2021	479	264	55%
Ağustos 2021	567	260	46%
Eylül 2021	1.215	673	55%
Ekim 2021	1.621	971	60%
Kasım 2021	1.056	719	68%
Aralık 2021	1.399	934	67%
Ocak 2022	963	643	67%

Yukarıdaki tabloda Albaraka Türk Katılım Bankası'nın aylara göre uzaktan müşteri ediniminde başarı oranları verilmiştir. Oranlara bakıldığında zamanla başarı oranı artmış ve daha yüksek oranda başvuru başarı ile sonuçlanmıştır. Bunun sebebi hesap açma işlemlerinin daha aktif bir şekilde yapılması ve zamanla daha sistemli hale gelmesi olabilir. Bir diğer sebep olarak müşterilerin hesap açma ve uzaktan müşteri edinim süreçleri konusunda bilinçlendikleri gösterilebilir.

Hesap açma için yapılan başvurular ve sonuçlanması ile alakalı kriterler tüm bankalarda BDDK'nın belirlemiş olduğu kriterlere uygun şekilde gerçekleştirilir.

Albaraka Türk Katılım Bankası uzaktan müşteri olma sürecinde BDDK'nın belirlemiş olduğu tarihten itibaren aktif bir şekilde uzaktan müşteri edinim süreçlerini müşteri adaylarına sunarak hizmet vermiştir. Aşağıda paylaşılan tabloda Albaraka Türk Katılım Bankası'nın genel bankacılık sistemi ve katılım bankaları arasındaki işlem payı yer almaktadır.

**Tablo 14: Sonuçlanan Uzaktan Müşteri Olma Başvurusunda Albaraka Türk Katılım Bankası Payı**

<b>Sonuçlanan Uzaktan Müşteri Olma Başvurusunda Albaraka Türk Katılım Bankası Payı</b>			
<b>Aylar</b>	<b>Toplam Sonuçlanan Başvuru</b>	<b>Albaraka Toplam Pay</b>	<b>Albaraka TKBB Pay</b>
Mayıs 2021	77.539	0,35%	3,09%
Haziran 2021	68.417	0,32%	4,18%
Temmuz 2021	65.798	0,40%	5,69%
Ağustos 2021	80.441	0,32%	3,92%
Eylül 2021	109.167	0,62%	8,19%
Ekim 2021	127.708	0,76%	9,84%
Kasım 2021	152.342	0,47%	5,14%
Aralık 2021	171.685	0,54%	3,95%
Ocak 2022	129.710	0,50%	4,11%

Tablodaki verilere göre sonuçlanan başvurular baz alındığında Albaraka Türk Katılım Bankası genel olarak aynı düzeyde seyretmiş diğer tablolarda verilen başvuruların arttığı dönemde pay da artış göstermiştir.

Bankacılık sisteminde hayatımıza yeni dahil olmuş olan uzaktan müşteri edinimi teknolojik imkanların gelişmesi ve müşterilere sunumunun kolaylaşması ile daha etkin bir şekilde kullanılacaktır.

## SONUÇ

Bankacılık sektörünün dijitalleşme sürecine ait yeni bir uygulama olan uzaktan müşteri edinimi yönteminin incelendiği bu çalışmada verileri 2021 yılı Mayıs ayı itibari ile toplanmıştır. Belirtilen sürede uzaktan müşteri edinimini deneyimleyen vatandaşlar aylar bazında genel olarak artarken farklı etkenlerden ötürü bu artış sürekli olmamıştır. Pandemi dönemi ile birlikte uygulamaya giren uzaktan müşteri edinimi süreci beraberinde hem bankalar hem de müşteriler için uygulama kolaylığı sağlamıştır.

Müşterilerin dijital bankacılık uygulamalarını kullanmaya etki eden birçok faktör yer almakla birlikte çalışmanın ikinci kısmında yaş faktörü üzerinde durulmuştur. Elde edilen verilere göre 36 – 55 yaş grubunda dijital bankacılık kullanımı daha yaygındır. Diğer yaş gruplarında yaygın olmama sebebi ise çeşitlilik göstermektedir.

Müşteriler BDDK'nın belirlemiş olduğu kurallar çerçevesinde hesap açma işlemlerini diledikleri bankadan gerçekleştirebilmektedir. Müşterilerin kişisel verilerinin güvenliği bankaların sorumluluğunda korunarak hesap açma işlemleri yapılmaktadır. Uygulamanın başladığı tarihten itibaren en yüksek başvuru sayısı 2021 yılı sonlarına doğru gerçekleşmiştir. Tablo 7 ve Tablo 8'de sayısal verileri paylaşılan mevduat bankaları ve katılım bankalarında müşteri başvuruları ve başarı oranları yer almıştır. Mevduat bankalarında %27 olan ortalama başarı sayısı katılım bankalarında %45 civarındadır. Buradan hareketle bu banka türlerinin uygulamış olduğu tedbirlerin farklılık gösterdiği söylenebilir. Başvuru sayısı ise mevduat bankalarında katılım bankalarının çok daha üstünde seyretmiştir. Bunun sebepleri arasında müşteri tercihleri, tanıtım çalışmaları, dijital bankacılık kullanan müşterilere sunulan imkanlar yer almaktadır.

Albaraka Türk Katılım Bankası uzaktan müşteri edinimi verileri çalışmanın dördüncü bölümünde paylaşılmıştır. Tablo 10'da şubeden hesap açma işlemlerine ilişkin paylaşılan müşteri sayıları mevcuttur. Pandemi dönemine ait kısıtlamaların kaldırılmaya başlanması ile birlikte şubeden hesap açma işlemleri artış göstermektedir. 2021 yılı Eylül ayı itibariyle önceki aylara göre neredeyse iki kat artan başvuru sayısı geleneksel yöntemlerin hala tercih edildiğini ve revaçta olduğunu göstermektedir. Yine Albaraka Türk Katılım Bankası'nda da bu dönemde şubeden başvuru oranının

artış gösterdiği görülmektedir. Tablo 11'e göre şubeden başvurularda Albaraka Türk Katılım Bankası'nın geneldeki payı yaklaşık %2 katılım bankaları payı da yaklaşık %24'dür. Bu veriler Albaraka Türk Katılım Bankası'nın katılım bankaları içinde tercih edilme oranı olarak yüksek fakat genelde daha düşük bir tercih edilme oranına sahip olduğunu göstermektedir. Uzaktan müşteri edinimi türlerinden birisi olan kurye ile müşteri olma sürecinde Albaraka Türk Katılım Bankası payı Tablo 12'ye göre %1 in altında düşük bir orana sahiptir. Bunun nedenleri müşteri tercihleri, kurye sisteminin gelişmişliği, kurye süreçlerinin uzunluğu, bankaların tanıtımları olmaktadır. Tablo 13'de ise görüntülü görüşme sürecine ilişkin veriler aktarılmıştır. Kazanılan müşteri sayısı ve oranlar düzenli olarak artış göstermiştir. Bu artışın sebebi hem personel hem de müşterilerin süreç konusunda daha bilinçlendiklerini göstermektedir. Tablo 14'de ise uzaktan müşteri olma süreçlerinin tamamında Albaraka Türk Katılım Bankası'nın payı yer almaktadır. Katılım bankacılığı ve genel bankacılık süreçlerinin tamamında Albaraka Türk Katılım Bankası ortalama oranın altında kalmaktadır. Buradan çıkarılan temel sonuç Albaraka Türk Katılım Bankası'nda hala geleneksel başvuru aşamaları tercih edilmektedir.

Uzaktan müşteri edinimi henüz yeni bir çalışma olmakla birlikte hızlı bir dönüşümle müşterilerin kullanımına sunulan bir uygulamadır. Görüntülü görüşme ile hesap açma yöntemi müşterilerin konfor alanlarını terk etmeden hesap açmalarını sağlamaktadır. Uygulama yalnızca hesap açma işlemi için geçerli olduğunda dolayı bazı işlem türleri için müşterileri şubeye yönlendirilmektedir. Bu alanda yapılacak bir geliştirme ile müşterilerin her işlemlerini uzaktan yapmaları sağlanmalıdır.

Öte yandan çalışma yalnızca müşteri sayıları üzerinde durmuştur. Yapılacak olan bundan sonraki çalışmalar müşterilerin tercih sebeplerinin araştırılmasına yönelik veya müşteri ve personel görüşlerini mülakat yöntemiyle toplamaya yapılabilir. Bankaların dijital bankacılık yöntemi ve geleneksel yöntemlerle açtıkları hesapları, yaptıkları işlemleri karşılaştırarak bilançolar üzerinde kıyaslamaların olduğu bir çalışmada literatüre sağlayacağı katkı bakımından önemlidir.

## KAYNAKÇA

- Açıköğretimistanbul. (2021). Bankacılığa giriş. 11 Şubat 2022 tarihinde <https://cdnacikogretim.istanbul.edu.tr/> adresinden erişildi.
- Akın, F. (2020). Dijital dönüşümün bankacılık sektörü üzerindeki etkileri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 15-27.
- Albaraka. (2021). Bireysel banka hesabı açma. 11 Ocak 2022 tarihinde <https://www.albaraka.com.tr/tr/> adresinden erişildi.
- Albaraka. (t.y.). Dijital bankacılık, alo albaraka. <https://www.albaraka.com.tr/tr/> adresinden erişildi.
- Albaraka. (t.y.) Hakkımızda, katılım bankacılığı. 15 Şubat 2022 tarihinde <https://www.albaraka.com.tr/tr/> adresinden erişildi.
- Albarakatürk. (2021). Albaraka Türk Katılım Bankası 2021 yılı faaliyet raporu. 01.03.2022 tarihinde <https://www.albaraka.com.tr/tr/> adresinden erişildi.
- Aliyeva, B. (2015). Bankacılık sisteminde internetin olumlu ve olumsuz yönleri.
- Anık, M. (2019). *Kalkınma ve yatırım bankalarının sosyoekonomik kalkınmadaki rolü ve bir örnek olay incelemesi* (Master's thesis, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü).
- Arabacı, H. (2018). Türkiye’de bankacılık sektörünün gelişimi. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 25-42.
- Aydın, N. (2006). Bankacılık Uygulamaları. Anadolu Üniversitesi Yayınları,13-30
- Bakdur, A. (2003). *Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneri*. DPT Yayın ve Temsil Dairesi Bşk..
- Bankagazetesi. (2020). Telefon bankacılığı personelleri ve görevleri. 25 Şubat 2022 tarihinde <https://bankagazetesi.com/> adresinden erişildi.
- Bankalar, (t.y.). Kalkınma ve yatırım bankaları. 15 Şubat 2022 tarihinde <https://www.bankalar.org/> adresinden erişildi.
- Barclays. (t.y.). Ways to bank, video banking. 10 Ocak 2022 tarihinde <https://www.barclays.co.uk/> adresinden erişildi.

- BDDK (2021). 12.03.2022 tarihinde <https://bddk.org.tr> adresinden erişildi.
- Buğdaycı, E. (2007). Dünya’da ve Türkiye’de Elektronik Bankacılığın Gelişimi ve Basel Komitesi’nin Elektronik Bankacılık Konusuna Yaklaşımı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, İstanbul Üniversitesi.
- Bulut, K. (2015). Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Finansal Yapısı ve Bu Yapının Müşteri Tercihine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çankaya F. ve Öz M. (2011). Türkiye’de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi. *Türkiye Bankalar Birliği Yayınları*, 1, 13.
- Çetin, A. S. (2014). Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking in Turkey. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi.
- Demirel, S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin Dijital Bankacılık İşlemleri Üzerine Etkisi. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 5(11), 49-64.
- Dijitalbankacılık. (t.y.). Dijital bankacılık nedir? 25 Şubat 2022 tarihinde <https://www.dijitalbankacilik.com/> adresinden erişildi.
- Doğan, H. (2012). Cumhuriyet Döneminde Yerel Bankacılık: Akhisar Tütüncüler Bankası Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 397-416.
- Durer, S. (1982). Türk bankacılık sistemindeki gelişmeler (1946-1960 dönemi).
- Eğmir, R. T., ve Sağbaş, İ. (2021). ATM Bankacılık Sistemi Ve Regülasyonlar. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 8(24), 24-36.
- Electronicid. (t.y.) Blog post digital onboarding process financial sector. 8 Ocak 2022 tarihinde <https://www.electronicid.eu/> adresinden erişildi.
- Erdoğan, S. (1993). Türkiye’de Bankacılığın Tarihi Gelişimi. *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 6(6), 483-496.
- Erdönmez, Pelin Ataman (2003). "Türkiye’de 2001 Yılındaki Mali Kriz Sonrasında Kurumsal Sektörde Yeniden Yapılandırma". *Bankacılar Dergisi*, (Türkiye Bankalar Birliği). Sayı 47. 38-55.

- Esen, F. S. (2020). Dijital Bankacılık Kullanımına Teknoloji Kabulü Temelli Bir Yaklaşım. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 401-410.
- Gieom. (t.y.). Video kyc identity proofing solution. 10 Ocak 2022 tarihinde <https://www.gieom.com/> adresinden erişildi
- Gökçe, H., ve Küçükkaplan, İ. (2018). Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların sağladığı kredilerin yapısı, dağılımı ve karlılığa etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 153-169.
- Günel, M. (2001). Türk bankacılık sektörünün sorunları ve geleceği: bankacılık düzenleme ve denetleme kurumu, yeni mevduat sigorta sistemi önerisi, banka birleşme ve devirleri. *Ankara Ticaret Odası*.
- Güney, A. (2011). Banka İşlemleri, 5. Baskı, Beta Yayıncılık
- Harvest, J. (2001). Transforming Consumer Banking Through Internet Technology. *Santa Clara USWeb Corporation*.
- Işık, S. 2010. Para, Finans Ve Kriz Post Keynesyen Yaklaşım, Palme Yayıncılık, Ankara.
- İdbibank. (t.y.) 10 Ocak 2022 tarihinden <https://www.idbibank.in/>adresinden erişildi.
- İsnet. (t.y.). Dijital bankacılık nedir? 24 Şubat 2022 tarihinde <https://www.isnet.net.tr/> adresinden erişildi.
- Kaya, F. Bankacılık Giriş ve İlkeleri, İstanbul: Beta Basım A.Ş, 2013.
- Kaya, F. ve Arslan, T. Y. (2016). “İnternet Bankacılığında Müşterilerin Banka Tercihlerine Etki Eden Faktörler: Bolu İlinde Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma”, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8(15), 423-449.
- Kesebir, M. (2018). Türkiye'de 2001 Krizi sonrası bankacılık sektörünün durumu, yapısal reformlar ile son yıllardaki gelişmeler. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 3(2), 1-19.
- Korukçu, Ü. (1998). Bankacılığın Tarihsel Gelişimi. Ankara: Bankalar Birliği Yayınları.
- Özdemir, T. (2019). Türkiye ve dünyada mobil bankacılığın gelişimi ve mobil bankacılık uygulamaları.

- Paratic. (2020). İnternet bankacılığı nedir, nasıl kullanılır? 25 Şubat 2022 tarihinde <https://paratic.com/> adresinden erişildi.
- Retailbankerinternational. (t.y) Business comment history digital banking. 24 Şubat 2022 tarihinde <https://www.retailbankerinternational.com/> adresinden erişildi.
- Sarı, C. (2019). Bir Ödeme Sistemi Olarak ATM'lerin Maliyet Analizi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Savaş, A. (2011). İnternet Bankacılığı ve Tarafların Yükümlülükleri. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19(2), 137-166.
- Selçuk, B. (2016) “Banka Türleri (Türkiye’de ve Dünyada Durum)”, Küresel Kriz Sonrası Gelişmeler Işığında Bankacılığın Temelleri, Ed. Aysel Gündoğdu, Nobel Yayınları ss.175-204.
- Seyrek, İ. H., & Akşahin, A. (2016). Mobil Bankacılık Uygulamaları Kalite Faktörlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Karşılaştırılması. *International Review of Economics and Management*, 4(3), 47-61.
- Strategyand. (t.y.) Dünyada ve Türkiye’de dijital bankacılık. 24 Şubat 2022 tarihinde <https://www.strategyand.pwc.com/tr/> adresinden erişildi.
- Şahin, H. (2000), Türkiye Ekonomisi, (Tarihsel Gelişimi-Bugünkü Durumu), Ezgi Kitabevi Yayınları, 6. Baskı, Bursa.
- TBB. (2021). 13 Ocak 2022 tarihinde <https://tbb.org.tr> adresinden erişildi.
- TBB. (2022). 6 Mart 2022 tarihinde <https://tbb.org.tr> adresinden erişildi.
- Teknokenar. (2021). Uzaktan müşteri edinimi, dijital onboarding nedir? 8 Ocak 2022 tarihinde <https://teknokenar.com/> adresinden erişildi.
- TKBB. (2022). 15 Şubat 2022 tarihinde <https://tkbb.org.tr> adresinden erişildi.
- TKBB. (2022). 6 Mart 2022 tarihinde <https://tkbb.org.tr> adresinden erişildi.
- Türkiyefinans. (t.y.). Dijital bankacılık, mobil şube. 11 Ocak 2022 tarihinde <https://www.turkiyefinans.com.tr/> adresinden erişildi.
- Twentify. (t.y.). Digital onboarding. 8 Ocak 2022 tarihinde <https://www.twentify.com/tr/> adresinden erişildi.

- Uluyol, O. (2019). 1980-2000 Döneminde Türkiye’de Bankacılığın Gelişimi. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (17), 73-107.
- UOB. (t.y.). 10 Ocak 2022 tarihinde <https://www.uob.com.my/> adresinden erişildi.
- Ustaömer, K. (2019). Türkiye’nin bankacılık sektöründe dijitalleşme olgusu. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3(1), 1-24.
- Uzun, U. (2021). Türkiye’de dijital bankacılık kullanımı üzerinde Covid-19 pandemisinin etkileri. *Fiscaoeconomia*, 5(1), 309-323.
- Vakıfkatılım. (t.y.). Şubesiz bankacılık, görüntülü görüşme ile vakıf katılım müşterisi ol. 11 Ocak 2022 tarihinde <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/> adresinden erişildi.
- Vural, E. (2019). Bankacılık Sektöründe İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Uygulamalarının Finansal Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Bankacılıkta Bir Uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas*.
- Vurucu, M., & Arı, U. (2015). Güncel Gelişmeler Işığında Bankacılık Ürün ve Hizmetleri: Bireysel, Özel, Yatırım, KOBİ, Ticari, Kurumsal Bankacılık. *Seçkin Yayıncılık, Ankara*.
- Webrazzi. (2021). Bankacılıkta ıslak imza zorunluluğu resmi olarak kalktı. 13 Ocak 2022 tarihinde <https://webrazzi.com/2021/04/01/> adresinden erişildi.
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu Ve Türk Bankacılık Sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 107-117.
- Yıldırım, Kadir, Elektronik Bankacılık-Avrupa Birliği Ve Türkiye Uygulamaları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2006.
- Yıldırım, O. (2004). Türk Bankacılık Sektörünün Temel Sorunları ve Sektörde Yaşanan Mali Riskler. *Dış Ticaret Dergisi, Dış Ticaret Müsteşarlığı*, 36.
- Yıldırım, O. Bankacılık Sistemindeki Gelişmeler Ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 1(2), 63-77.
- Yüzgün, A. (1982). *Cumhuriyet dönemi Türk banka sistemi (1923-1981)* (Vol. 22). Der Yayınevi.

Zengin, O. (2019) Türkiye'de Dijital Bankacılık Sistemi ve Gelişimi Dokuz Eylül Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi

Zeybek, H. (2018). Dijital Bankacılık. *Mali Çözüm Dergisi*, 28, 79-10



## TURNİTİN RAPORU

turnitin

ORJİNALLİK RAPORU

% <b>17</b>	% <b>15</b>	% <b>2</b>	% <b>6</b>
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	<a href="http://www.tbb.org.tr">www.tbb.org.tr</a> İnternet Kaynağı	%2
2	<a href="http://acikbilim.yok.gov.tr">acikbilim.yok.gov.tr</a> İnternet Kaynağı	%2
3	<a href="http://dergipark.org.tr">dergipark.org.tr</a> İnternet Kaynağı	%1
4	<a href="http://dergipark.gov.tr">dergipark.gov.tr</a> İnternet Kaynağı	%1
5	Submitted to Beykent Universitesi Öğrenci Ödevi	%1
6	Submitted to Hankuk University of Foreign Studies Öğrenci Ödevi	%1
7	Submitted to The Scientific & Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) Öğrenci Ödevi	%1
8	Submitted to Sivas Cumhuriyet Universitesi Öğrenci Ödevi	<%1
9	<a href="http://www.strategyand.pwc.com">www.strategyand.pwc.com</a>	

İnternet Kaynağı

<% 1

10

[www.acarindex.com](http://www.acarindex.com)

İnternet Kaynağı

<% 1

11

Submitted to Mehmet Akif Ersoy Aniversitesi

Öğrenci Ödevi

<% 1

12

[www.finansgundem.com](http://www.finansgundem.com)

İnternet Kaynağı

<% 1

13

[www.erolkara.net](http://www.erolkara.net)

İnternet Kaynağı

<% 1

14

[www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

İnternet Kaynağı

<% 1

15

[Www.Albaraka.Com.Tr](http://Www.Albaraka.Com.Tr)

İnternet Kaynağı

<% 1

16

[acikerisim.karatay.edu.tr:8080](http://acikerisim.karatay.edu.tr:8080)

İnternet Kaynağı

<% 1

17

ÖZKAN, Tuba and İPEKTEN, Osman Berna.  
"İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen  
Faktörler: Atatürk Üniversitesi Personeli  
Üzerine Bir Uygulama", Atatürk Üniversitesi,  
2017.

Yayın

<% 1

18

[www.katilimdunyasi.com](http://www.katilimdunyasi.com)

İnternet Kaynağı

<% 1

[jtsm.org](http://jtsm.org)

19	İnternet Kaynağı	<% 1
20	<a href="http://www.dunya.com">www.dunya.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
21	<a href="http://ubfdergi.usak.edu.tr">ubfdergi.usak.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
22	<a href="http://www.ticaret.edu.tr">www.ticaret.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
23	<a href="http://www.tkbb.org.tr">www.tkbb.org.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
24	<a href="http://yakupcakir.wordpress.com">yakupcakir.wordpress.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
25	<a href="http://www.cybermagonline.com">www.cybermagonline.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
26	<a href="http://9lib.net">9lib.net</a> İnternet Kaynağı	<% 1
27	Submitted to Marmara University Öğrenci Ödevi	<% 1
28	Submitted to Balıkesir Üniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
29	Submitted to Afyon Kocatepe University Öğrenci Ödevi	<% 1
30	<a href="http://www.siyasalhayvan.com">www.siyasalhayvan.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1

31	<a href="http://iksadyayinevi.com">iksadyayinevi.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
32	<a href="http://acikerisim.ticaret.edu.tr">acikerisim.ticaret.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
33	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
34	<a href="http://www.alihuseyin.com">www.alihuseyin.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
35	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> İnternet Kaynağı	<% 1
36	<a href="http://www.biraz.gen.tr">www.biraz.gen.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
37	<a href="http://www.ekofins.com">www.ekofins.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
38	"Islamic Finance and Sustainable Development", Springer Science and Business Media LLC, 2021 Yayın	<% 1
39	<a href="http://ibaness.org">ibaness.org</a> İnternet Kaynağı	<% 1
40	<a href="http://www.alomaliye.com">www.alomaliye.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
41	<a href="http://www.kredipaketi.com">www.kredipaketi.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1

42	<a href="http://cdcs.ifslearning.ac.uk">cdcs.ifslearning.ac.uk</a> İnternet Kaynağı	<% 1
43	<a href="http://docplayer.biz.tr">docplayer.biz.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
44	<a href="http://openaccess.maltepe.edu.tr">openaccess.maltepe.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
45	<a href="http://www.albaraka.com.tr">www.albaraka.com.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
46	<a href="http://www.bddk.org.tr">www.bddk.org.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
47	Submitted to Anadolu University Öğrenci Ödevi	<% 1
48	<a href="http://hogtalk.uark.edu">hogtalk.uark.edu</a> İnternet Kaynağı	<% 1
49	<a href="http://nek.istanbul.edu.tr:4444">nek.istanbul.edu.tr:4444</a> İnternet Kaynağı	<% 1
50	Submitted to Atatürk University Öğrenci Ödevi	<% 1
51	<a href="http://acikerisim.iku.edu.tr">acikerisim.iku.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
52	<a href="http://gezipgordum.com">gezipgordum.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
53	<a href="http://www.qnbfinansbank.com">www.qnbfinansbank.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1

54	<a href="http://www.ulusaltezmerkezi.net">www.ulusaltezmerkezi.net</a> İnternet Kaynağı	<% 1
55	<a href="http://adudspace.adu.edu.tr:8080">adudspace.adu.edu.tr:8080</a> İnternet Kaynağı	<% 1
56	<a href="http://bankabilgileri.info">bankabilgileri.info</a> İnternet Kaynağı	<% 1
57	<a href="http://earsiv.halic.edu.tr">earsiv.halic.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
58	<a href="http://tez.sdu.edu.tr">tez.sdu.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
59	<a href="http://www.ismailkara.net">www.ismailkara.net</a> İnternet Kaynağı	<% 1
60	SAVAŞ, Abdurrahman. "İnternet bankacılığı ve tarafların yükümlülükleri", Selçuk Üniversitesi, 2011. Yayın	<% 1
61	<a href="http://acikerisim.cumhuriyet.edu.tr">acikerisim.cumhuriyet.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	<% 1
62	<a href="http://acikerisim.karabuk.edu.tr:8080">acikerisim.karabuk.edu.tr:8080</a> İnternet Kaynağı	<% 1
63	<a href="http://advancedsystemcareultimate7lisanskodu.blogspot.com">advancedsystemcareultimate7lisanskodu.blogspot.com</a> İnternet Kaynağı	<% 1
64	<a href="http://koraykirdinli.net">koraykirdinli.net</a> İnternet Kaynağı	<% 1

65	Submitted to uvt Öğrenci Ödevi	<% 1
66	www.ekofinans.com İnternet Kaynağı	<% 1
67	www.erdemirozmen.com İnternet Kaynağı	<% 1
68	www.sgb.gov.tr İnternet Kaynağı	<% 1
69	siyasalhayvan.com İnternet Kaynağı	<% 1
70	"Auditing Ecosystem and Strategic Accounting in the Digital Era", Springer Science and Business Media LLC, 2021 Yayın	<% 1
71	www.bireyselyatirimci.com İnternet Kaynağı	<% 1

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı ve Soyadı:** Furkan AKGÜL

**Doğum Yeri ve Tarihi:**

**Öğrenim Durumu:**

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	Gazi Üniversitesi	2015-2020
Yüksek Lisans	İşletme	Atılım Üniversitesi	2020-2022

**İş Deneyimi:**

Çalıştığı Yer	Görev	Yıl
Albaraka Türk Katılım Bankası	Uzman Yardımcısı	2018-Günümüz

**Yabancı Diller:** İngilizce

**E-posta:**

**Telefon:**

**Tarih:** 06.06.2022