



T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI

DİJİTALLEŞMENİN ÇALIŞANLARIN İŞ TATMİNİ
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: KATILIM BANKALARINDA
ÇALIŞANLAR ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Seyfican GÖRGÜLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Hasan DAĞLAR

Çankırı – 2023

T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI

DİJİTALLEŞMENİN ÇALIŞANLARIN İŞ TATMİNİ
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: KATILIM BANKALARINDA
ÇALIŞANLAR ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Seyfican GÖRGÜLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hasan DAĞLAR

ankırı – 2023

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ	iv
TEZ KABUL VE ONAY	v
ÖNSÖZ	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
KISALTMALAR	ix
TABLO LİSTESİ	x
ŞEKİL LİSTESİ	x

1. GİRİŞ	1
-----------------------	----------

2. BÖLÜM: BANKACILIKTA DİJİTALLEŞME	4
--	----------

2.1. Bankacılık Sisteminin Tarihsel Gelişimi	4
--	---

2.2. Türk Bankacılık Sisteminin Tarihsel Gelişimi	8
---	---

2.3. Katılım Bankacılığı	13
--------------------------------	----

2.4. Katılım Bankacılığındaki Güncel Gelişmeler	16
---	----

2.4.1. Katılım Bankacılığında Güncel Gelişmeler Üzerine Yapılan Çalışmalar	23
--	----

2.5. Teknolojik Gelişmelerin Bankacılık Sistemine Etkileri ve Katılım Bankacılığındaki Yansımaları	25
--	----

2.6. Türk Bankacılık Sisteminde Teknolojik Gelişmeler	29
---	----

2.6.1. Türk Bankacılık Sistemi'ndeki Teknolojik Gelişmeler Üzerine Yapılan Çalışmalar	31
---	----

2.7. Dijitalleşme	32
-------------------------	----

2.8. Dijitalleşmenin Tarihsel Gelişimi	33
--	----

2.9. Dijitalleşmenin Finans Alanında Kullanıldığı Yerler	34
--	----

2.9.1. Dijitalleşmenin Finans Alanında Kullanıldığı Yerler Üzerine Yapılan Çalışmalar	36
---	----

2.10. Dijitalleşmenin Bankacılık Alanındaki Gelişimi	37
--	----

2.10.1. Dijitalleşmenin Bankacılık Alanında Gelişmesi Üzerine Yapılan Çalışmalar	39
--	----

2.11. Türk Bankacılık Sistemindeki Dijitalleşme Çalışmaları.....	40
2.11.1. Türk Bankacılık Sistemi'ndeki Dijitalleşme Üzerine Yapılan Çalışmalar	42
2.12. Dijitalleşmenin Katılım Bankacılığındaki Gelişimi.....	44
2.12.1. Dijitalleşmenin Katılım Bankacılığı Arasındaki Bağ Üzerine Yapılan Çalışmalar	46
2.12.2. Dijitalleşmenin Türk Katılım Bankacılığı Arasındaki Bağ Üzerine Yapılan Çalışmalar	47
2.13. Katılım Bankacılığında Dünya ve Türkiye'de Yaşanan Dijital Gelişmeler.....	48
2.14. Dijitalleşmenin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri	51
2.14.1. Dijitalleşmeyle Birlikte Çalışanların İş Yükümlülüklerindeki Değişimler....	53
2.14.2. Çalışanların Bankacılık Sektöründeki Dijital Becerileri.....	55
2.14.3. Çalışanların Bankacılık Sektöründeki Dijital Becerilere İlgisi.....	56
2.15. Pandeminin Bankacılık Sistemine Olan Etkileri.....	57
2.15.1. Pandeminin Katılım Bankacılığına Etkileri	59
2.15.2. Pandeminin Türkiye'de Bankacılık Sistemine Olan Etkileri	61
2.15.3. Pandemi Sonrası Katılım Bankacılığındaki Gelişmeler.....	64
3. BÖLÜM: BANKACILIK ÇALIŞANLARININ İŞ TATMİNİ	68
3.1. İş Tatmini	68
3.1.1. İşin Niteliğinden Dolayı Kaynaklanan Tatmin	69
3.1.2. İşin Bağlı Olduğu Yöneticisinden ve Yönetsel Yaklaşımından Tatmin	70
3.1.3. İşin Çalışma Arkadaşı, İşin Karşılığında Alınan Maaş ve İşin Bağlı Olduğu Kurum Açısından Tatmin.....	71
3.2. Banka Çalışanlarının Sektöre Bakış Açıları.....	72
3.3. Bankacılık Sektöründe Çalışanların Dijitalleşmeye Bakış Açıları	73
3.4. Bankacılık Sektöründe Çalışanların Dijitalleşme Sonucunda Yaptıkları İşe Karşı Bakışları	75
3.5. Katılım Bankasındaki Çalışanların Dijitalleşmeye Bakış Açıları.....	77
4. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	79
4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	79
4.2. Araştırmanın Önemi.....	79
4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	80

4.4. Araştırmada Kullanılan lekler ve leklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri.....	81
4.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	83
4.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	86
4.7. Araştırmanın Bulguları.....	86

BEşİNCİ BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER	105
---	------------

KAYNAKÇA	111
-----------------------	------------

EKLER.....	122
-------------------	------------

ZGEMİş.....	123
----------------------	------------



BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım *Dijitalleşmenin Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Katılım Bankalarında Çalışanlar Üzerinde Bir Uygulama* isimli çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

27 / 07 / 2023

Seyfican GÖRGÜLÜ

TEZ KABUL VE ONAY
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Seyfican GÖRGÜLÜ tarafından hazırlanan *Dijitalleşmenin Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Katılım Bankalarında Çalışanlar Üzerinde Bir Uygulama* başlıklı bu çalışma, 27/07/2023 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda *oybirliği* ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından *BANKACILIK VE FİNANS* Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Danışman	: Dr. Öğr. Üyesi Hasan DAĞLAR	İmza:
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Yusuf GÖR	İmza:
Üye	: Doç. Dr. İsmail GÖKDENİZ	İmza:

ONAY

Bu Tez, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 13/07/ 2023 tarih ve 2023/31-15-F sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Coşkun POLAT

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Günümüzde dijitalleşmenin artmasıyla birlikte bankacılık sektörü de dönüşüme girmiş oldu. Daha fazla dijital araçlar bankacılık sektöründe kullanılmaya başlandı. Özellikle pandemi döneminden sonra yüz yüze temasın azalmasıyla geleneksel bankacılık dijital bankacılığa dönüştü. Bu durum da günümüzde hizmet veren bankaların günümüzde özellikle dijital kanallara yatırım yapmasına ve mevcuttaki dijital kanallarını geliştirmesine yol açtı. Katılım bankacılığında hizmet veren bankaların ise dijital ürünleri geliştirirken hem rekabet edilebilir hem de İslami koşullara uygunluk önemsenerek hazırlandı.

Bu çalışmada da dijitalleşmenin gelişimi pandemi dönemi öncesi ve sonrası incelenerek katılım bankacılığındaki gelişimi tartışılmıştır. Devamında ise katılım bankacılığında yaşanan dijital gelişmelerin bu bankalarda çalışan personellerin üzerindeki etkileri yapılan yüz yüze ve dijital kanallar aracılığıyla yapılan anketlerle test edilerek yorumu yapılacaktır. Anketlerin yorumlanmasından sonra genel bir değerlendirme yapılarak dijitalleşmenin katılım bankacılığında çalışan bireylerin üzerindeki etkiler gösterilmiştir. Çalışma da örnek il olarak Ankara ili seçilmiştir. Burada Ankara ilinin hem ülkemizin başkenti oluşu hem de büyükşehir oluşu aslında ülkemiz genelinin de bir yansımasını göstermiş olacaktır.

Çalışmada her zaman destek olan ve yol gösteren tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Hasan Dağlar'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Araştırma sürecinde ölçek ve analiz konusunda yardımcı olan Araştırma Görevlisi Serap Alkaş ve Alkaş Ailesine teşekkür ederim. Son olarak ailemiz ve benim için yol gösterici olan ve desteklerini esirgemeyen ablam Ekonomist Dr. Nisan Görgülü'ye, anneme ve babama teşekkür ederim.

27/07/ 2023

Seyfican GÖRGÜLÜ

ÖZET

Tezin Başlığı : Dijitalleşmenin Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkileri:
Katılım Bankalarında Çalışanlar Üzerinde Bir Uygulama
Tezin Yazarı : Seyfican GÖRGÜLÜ
Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Hasan DAĞLAR
Anabilim Dalı : Bankacılık ve Finans
Tezin Türü : Yüksek Lisans
Kabul Tarihi : 27.07.2023

Covid-19 pandemisi diğer alanlarda olduğu gibi katılım bankacılığı alanında da yaşanan dijital gelişimi hızlandırmıştır. Bu çalışmada dijitalleşme sürecinin katılım bankalarında çalışanlar üzerinde olan etkileri araştırılmıştır. Pandemi tüm bankacılık işlemlerinin temassız ve uzaktan yapılabilmesine olanak veren teknolojik çalışmaları da beraberinde getirmiştir. Yapılan teknolojik çalışmalara uygun finansal ürünler hizmete sunulmuştur. Katılım bankaları da bankacılık sektöründe yaşanan dijitalleşme faaliyetlerine hızla uyum sağlamışlardır. İslami koşullara uygun dijital ürünler müşterilerin hizmetine sunularak, uzaktan ve temassız bir şekilde müşterilerinin bankacılık faaliyetlerini yapabilmelerine olanak sağlanmıştır. Bu durum katılım bankalarında çalışanların iş hayatını etkilemiştir. Çalışmada katılım bankalarında çalışanların yaşanan dijitalleşme ile birlikte çalışma hayatlarında yaşadıkları etkiler anket çalışması yapılarak incelenmiştir. Çalışanların demografik özelliklerine bakılarak çalıştıkları yerdeki iş tatmin düzeyleri ölçülmüştür. Çalışanların dijitalleşme ile iş tatmini arasındaki ilişki de regresyon analizi ile ölçülmüştür. Bulgularda dijitalleşmenin içsel ve dışsal doyumu ölçülmüştür. Ölçüm sonucuna göre dijitalleşme, katılım bankalarında çalışanların iş tatminini artırmaktadır. Ancak bu artırıcı etkinin zayıf olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, İş Tatmini, Katılım bankacılığı, Pandemi.

ABSTRACT

Thesis Title : The Effects of Digitalization on Employees' Job Satisfaction: An Application on Employees in Participation Banks
Author : Seyfican GÖRGÜLÜ
Supervisor : Dr. Öğr. Üyesi Hasan DAĞLAR
Department : Banking and Finance
Thesis Type : Master's Thesis
Date : 27.07.2023

The COVID-19 pandemic, similar to other sectors, has accelerated digital development in the field of participation banking. This study focuses on investigating the effects of the digitalization process on employees working in participation banks. The pandemic has led to technological advancements that facilitate contactless and remote banking transactions. Financial products that align with these technological advancements have been introduced. Participation banks have swiftly adapted to the digitalization activities observed in the banking sector, much like their counterparts. By offering digital products that adhere to Islamic principles, customers can remotely and contactless conduct their banking activities. This transformation has had an impact on the employees of participation banks. The study examines the effects of digitalization on the work lives of employees in participation banks through the administration of a survey. Considering the demographic characteristics in the workplace, the job satisfaction levels of employees have been measured. The relationship between digitalization and job satisfaction of employees was also measured by regression analysis. In the findings, internal and external satisfaction of digitalization was measured. According to the measurement result, digitalization increases the job satisfaction of employees in participation banks. However, this increasing effect was found to be weak.

Keywords: Digitalization, Job Satisfaction, Participation banking, Pandemic,

KISALTMALAR

ATM	Automatic Teller Machine
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BKM	Bankalararası Kart Merkezi
BİST	Borsa İstanbul
ECB	Avrupa Merkez Bankası
Fintech	Finans ve Teknoloji
İMF	Uluslararası Para Fonu
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
NFC	Yakın Alan İletişimi
s.	Sayfa
ss.	Sayfa Sayısı
SETAV	Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı
TBB	Türkiye Bankalar Birliği
TDK	Türk Dil Kurumu
TKBB	Türkiye Katılım Bankaları Birliği
TMSF	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TABLO LİSTESİ

Tablo No:

Sayfa

Tablo 2.1: Katılım bankacılığının tarihsel gelişimi.....	19
Tablo 2.2. Türkiye’de katılım bankacılığı 2019 yılı 1.2.3. ve 4. çeyrek - 2020 yılı 1.2.3. ve 4. çeyrek karlılık karşılaştırılması (1.000 TL).....	60
Tablo 2.3: Türkiye aktif dijital bankacılık müşteri sayıları.....	66
Tablo 4.1: Çalışmaya Katılanların Çalıştıkları Katılım Bankası Dağılımı	81
Tablo 4.2: Minnesota iş tatmini ölçeği alt boyutları	82
Tablo 4.3: Katılımcıların Minnesota iş tatmini ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları	83
Tablo 4.4: Katılımcıların tanımlayıcı özellikleri.....	87
Tablo 4.5: Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Minnesota İş Tatmini Ölçeği Puan Ortalamaları.....	88
Tablo 4.6: Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre dijitalleşme ölçeği puan ortalamaları	92
Tablo 4.7: Dijitalleşme değişkeni ile İçsel Doyum değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları	99
Tablo 4.8: Dijitalleşme değişkeni ile Dışsal Doyum değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları	99
Tablo 4.9: E-Dönüşümden memnuniyetin değişkeni ile İş Tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları	100
Tablo 4.10: E-Dönüşüme uyum değişkeni ile İş Tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları	101
Tablo 4.11: Çalışanların memnuniyetsizliği değişkeni ile İş Tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları.....	102
Tablo 4.12: E-dönüşüm kaynaklı kaygı değişkeni ile İş Tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları	103
Tablo 4.13: Mesleki yeterliliğin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	103
Tablo 4.14: Hipotez Bulguları.....	104

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil No:

Sayfa

Şekil 2.1: Ülkemizde hizmet veren katılım bankalarının büyüme ve gelişme oranları	21
Şekil 2.2: Türkiye’de bankacılık işlemlerinde alternatif dağıtım kanalları kullanım oranları	41
Şekil 2.3: Türkiye’de alternatif dağıtım kanallarını kullanım oranları.....	42
Şekil 2.4: Covid-19 pandemisinde bankacılık sistemine etkisi	62



1. GİRİŞ

Dijitalleşme kavramı, bir bilginin geleneksel sistemden çıkarılarak dijital ortama entegre edilmesi anlamına gelmektedir. Bankacılık sektörü üzerinden açıklayacak olursak dijitalleşme, bankacılık dünyasında dijital teknolojilerden ve dijitalleştirilmiş verilerden yararlanarak bankacılık operasyonlarını, bankacılık fonksiyonlarını veya bankacılık sektöründe yer alan çalışma modellerini süreç içerisinde gösterilen faaliyetler üzerinden değerlendirerek müşterilere verilen hizmetleri etkinleştirmek, iyileştirmek ve dijital dünyaya dönüştürmek anlamına gelmektedir. Bankacılık açısından dijitalleşme sektörde faaliyet gösteren bankaların aynı zamanda dijital gelir elde etmesini de sağlar. Dijitalleşme aynı zamanda yapılan işi teknoloji yardımıyla daha ileri taşıma anlamına geldiğinden dinamik olan müşteri hareketlerini de dijital yollarla kolaylaştırarak verilen hizmetlerin daha iyi hale getirilmesi ve bunun karşılığında da kazanç sağlanmasıdır.

Dijitalleşme, bankacılık sektöründe dijital müşteri kavramını ortaya çıkarmış ve müşterileri merkeze alarak yeni ürünler ve yeni hizmetler gelişmesine aracı olmuştur. Bankacılık sektöründe de dijitalleşme ile bankalar elinde olan geleneksel bilgi birikimini teknoloji yardımıyla dijital veri haline getirerek müşterilerinin zamandan tasarruf etmesine katkı sunmuştur. Bunun karşılığında ise daha iyi hizmetler sunan ve dijital dönüşümü diğer bankalara göre daha hızlı şekilde sağlayan bankalar rekabet ortamında karlılıklarını artırmıştır.

Günümüzde dijitalleşmeyi en yoğun şekilde uygulayan sektörlerden biri de bankacılık olmuştur. Sanayi Devriminden itibaren makinelerin etkisi altına giren dünyamızda bankacılık sektörü de hızlı bir şekilde ve her geçen gün daha çok teknolojinin etkisi altına giren sektör haline gelmiştir. Özellikle matematiksel ifadelerin yoğun olarak kullanıldığı bankacılık sektöründe bilgisayar sistemine geçilmesi sektörün gelişmesi açısından etkili olan faktörlerin başında gelmektedir.

2000’li yıllardan sonra bilgisayarlar ile başlayan bankacılık sektöründeki dijitalleşme hareketleri, diğer teknolojik cihazlarla devam ederken günümüzde ise cep telefonları içinde yer alan uygulamalar üzerinden devam etmektedir. Bankacılıkta yaşanan dijitalleşme bireylere hızla etki etmektedir. Bu etkisi ile birlikte geleneksel

bankacılık da değişerek dijital bankacılığın gelişmesine ve bu alanda hizmet veren bankaların sektöre hizmet vermesine yol açmıştır.

Dijitalleşmenin günümüzde bireylerin hayatını daha fazla etki altına almasıyla birlikte, bireylerin de bankacılık işlemlerini gerçekleştirmesinin yeni yöntemleri devreye girmiştir. Bunlardan en önemlisi cep telefonlarına yüklenen mobil uygulamalardır. Bu mobil uygulamalarda sürekli güncellemeler yapılarak teknolojik gelişmelere uygun hale getirilmiştir. Böylelikle bankacılık sektörü dijitalleşme çağına ayak uydurmuştur. Dünyamız genelinde yeni bir çağ olarak nitelendirilen Endüstri 4.0 ve sonrası bankacılık sektörüne de olumlu etki ederek müşterilerin dijital kaynaklar içerisinde sektöre olan ilgisini artırmıştır.

Endüstri 4.0 Devrimi, bankacılık sektörünün genelinde yapay zekâ ve buna bağlı teknolojik gelişmelerin internet kavramı ile birleşerek teknolojiyi öne çıkararak bankacılık sektörünü de olumlu etkilemiştir. Bireyler sadece şahsi cep telefonlarından değil tüm kullanabilecekleri elektronik ürünlerden günlük yaşantılarını sürdürecektir her türlü bankacılık faaliyetlerini daha kısa bir sürede yapmaya başlamışlardır.

Geleneksel bankacılık sektörü internet şube ve mobil şube ile teknolojik araçlara kayarken bu durumda hem bankacılık sektöründe çalışanlar üzerinde etkilere neden olmuş hem de dijital bankacılığa yönelen müşteriler üzerinde etkileri olmuştur. Müşteriler açısından zaman kavramı olarak olumlu etkilere yol açtığı için bankacılık sektöründe yaşanan olumlu gelişmelerin müşteriler üzerindeki etkisi de olumlu olmuştur. Özellikle 2019 senesinin sonundan itibaren dünyamızı etkisi altına aldıktan sonra birçok sektörü de derinden etkileyen Covid-19 pandemisinin yaşanması, dijitalleşmenin bankacılık üzerindeki etkisini çok artırmıştır. Müşteriler dijitalleşmeye önem veren ve hem sağlıklarını koruyan hem de zaman kazandıran bankalara yönelerek birçok şahsi ödemelerini dijital kanallar ile yapmışlardır.

Dijitalleşme, bankacılık sektöründe Covid-19 pandemisi sonrasında da hızla gelişip birçok ürünün hayatımıza girerek zamandan tasarruf etmemizi sağlarken sektörün içindeki bir kol olan katılım bankacılığında ise daha yavaş ilerlemiştir. Bunun sebebi

katılım bankacılığında bir ürünün müşterinin hizmetine sunulurken İslami temellere dayanarak hem İslam Hukukuna hem de İslam iktisadına uygun olması gerekmektedir. Bu durumda bankacılık sektöründe geleneksel bankacılıktan dijital bankacılığa geçişi hızlandırırken katılım bankaları dijitalleşme konusunda daha yavaş ilerlemişlerdir. Ancak dijitalleşmeye karşı geçte olsa katılım bankaları da ürünler sunmaya başlamışlardır. Bu ürünler arasında dijital kökenli mobil kanallar üzerinden fiziki katılım hesaplarını kendi müşterilerinin hizmetine sunmasıyla beraber yatırım hesapları olarak da doğa dostu yeşil tahvilleri hizmete sunmuşlardır.

Dijitalleşme ile birlikte geleneksel bankacılık metotlarının uygulaması bırakılırken bu durum müşteriler açısından olumlu gelişmeler göstermiştir. Ancak çalışanlar üzerinde etkileri iş gücü açısından olumsuz olmuştur. Dijital kanalların artmasıyla birlikte şubesiz bankacılık ilgi görerek müşterilerin önemli bir kısmı finansal işlemlerinin çoğunu dijital kanallar üzerinden yapmasıyla şubelerde gerekli duyulan iş gücü daha fazla kişiye hizmet verebilir hale gelmiştir. Katılım bankacılığında da bu durum diğer banka türlerinde olduğu gibi çalışanlar üzerinde baskılar oluşturmuştur. Birçok ülkede bankalar şubelerini kapatarak tek bir merkezden dijital bankacılığa yönelerek çalışan sayısını azaltması, bu bankalarda çalışan bireyler üzerinde olumsuz etki yaratarak işsiz kalma korkusu ile işlerine ilgi duymama ve gelecek korkusu etkisi altına almıştır. Dijitalleşme ile günlük yapılan işler de şubelerde çalışan bireyler açısından azalarak daha verimli bir çalışma saati geçirecekleri düşünülse de bu bankalarda çalışan bireylerin işsizlik korkusu ile hareket etmesi müşteriye verilen hizmet kalitesini de etkileyecektir. Bu çalışmada da dijitalleşmenin katılım bankasında çalışan personeller üzerindeki olumlu veya olumsuz etkileri anketler aracılığıyla incelenerek gerekli araştırma yöntemlerinin de yardımıyla dijitalleşmenin katılım bankacılığında çalışan bireyler üzerindeki etkileri incelenecektir.

2. BÖLÜM

BANKACILIKTA DİJİTALLEŞME

2.1. Bankacılık Sisteminin Tarihsel Gelişimi

Banka kelimesinin sözlükte belirtilen anlamı; müşterilerinden mevduat ya da fon aracılığıyla nakit ya da kıymetli maden toplayan ve bu topladığı maddi unsurları ihtiyaç sahiplerine veya kurumlara kısa veya uzun vadeli olarak veren finansal kurumlar olarak tanımlanmıştır (Yıldırım, 2004, s. 12). Bu tanımlama çerçevesinde de bankacılık sisteminin oluşması ve tarihsel gelişimi incelendiğinde yaklaşık olarak M.Ö. 3500 yıllarına kadar gidilmesi gerekir. Antik çağlarda yaşayan birçok toplum mal değiş tokuşu ile ticaret yaparken bir süre sonra bu değiş tokuşun yerini fiziki olarak basılan paralar almıştır. Paraların ticaretteki öneminin artmasıyla da toplumlarda paraya ulaşabilme ihtiyacı artmıştır. O dönemlerde ise bu ihtiyaçların karşılanması sarraflar, tüccarlar ya da tefeciler aracılığıyla olmuştur.

Paranın Lidyalılar tarafından bulunmasıyla birlikte özellikle Anadolu topraklarında ilk bankacılık faaliyetlerinin de yaşandığı görülmektedir. Bu faaliyetlerin dünya geneline yayılması ise o dönemde gerçekleşen Perslerin Anadolu'yu fethetmesiyle bankacılık faaliyetleri Ortadoğu ve Asya'ya taşınmış oldu. Bankacılık faaliyetleri antik dönemlerde kıyı ticaretleri yapıldığından kıyı kenarlarındaki topluluklarda etkili hale gelmiştir.

İtalyanca 'Banco' kelimesinden türeyerek günümüze kadar gelen bankacılık sisteminin temelleri ve antik dönemdeki gelişimi ise M.Ö. 3. Yüzyıl ile M.S. 2. Yüzyıl içerisinde Roma İmparatorluğu'nda devam etti. Bu dönemde tüm dünyada insanların yaşadıkları yerlere hâkim olan ve aynı zamanda Akdeniz ticaretinde de önemli hak sahibi olan Roma İmparatorluğu, kendi içerisinde yaşayan tacirler ve gelir kaynağının büyük çoğunluğunu elinde bulunduran aristokratlar arasında yapılan ticaret güvencesi ve kazançları güvenli bir şekilde saklama amacıyla başlattıkları bankacılık sisteminin gelişmesinde de çeşitli katkılarda bulundular (Kaya, 2003, s. 38).

Modern zamanda bankacılık sistemi ise dünyada bankacılık literatüründe ilk banka olarak kabul edilen ve 1609 yılında kurularak Hollanda’da hizmet vermeye başlayan Amsterdam Bankası ile başlar. Devamında 1637’de Akdeniz ticaretine hâkim olan ve bu bölgede daha rahat ticaret yapılması için çaba harcayan Venedikliler tarafından kurulan Venedik Bankası gelmektedir. Bu banka özellikle Akdeniz ticaretinde etkili olmuş ve bu bölgede ticaret yapan tüccarlara finansal açıdan destekler de vererek mal alım satım döngüsüne katkı sağlamıştır. 1640’lı yıllarda ise İngiltere Kralının ekonomik sorunları çözmek için tüccarların kraliyet alanlarında tuttukları altınlara el koyması finansal gücü elinde bulunduran İngiliz tüccarları tarafından olumsuz karşılanmış ve İngiltere’de de banka kurularak bu bölgedeki tüccarlara hizmet vermiş hem de bankacılık faaliyetlerinin kıta Avrupası dışına çıkmasını sağlamıştır. İngiltere’de kurulan bankalar ise Avrupa’da senet sisteminin yaygınlaşmasına yol açarak ‘Goldsmithnotes’ adı verilen altına dayalı senetleri diğer müşterilerin hizmetine sunmuş bu durum ise bankacılıkta banknot sisteminin yaygınlaşmasına yardımcı olmuştur.

20. Yüzyıl sonrasında Sanayi Devrimi ile birlikte makineleşmenin etkisini finansal piyasalarda artırması ve hâkim olan Merkantilizm politikasından vazgeçen ülkelerin kapitalist ekonomik sistemler benimsemesi başta Avrupa ülkeleri olmak üzere diğer ülkeleri de bankacılık sistemi konusunda rekabet etme mecburiyetinde bırakmıştır. Bu rekabet bankaların çoğaldığı yerlerde o dönemki müşterileri için avantajlı gibi gözükse de çoğu yerde tek bankanın bulunması o dönemki müşterileri ağır ekonomik sorumluluklar içerisinde bırakmıştır. 1.Dünya Savaşı’nın sonucunda Büyük Buhranın ortaya çıkması ve birçok Avrupa ülkesinin 1. ve 2. Dünya Savaşları’nda ağır ekonomik bozulmalar içerisine girmesi günümüzde de önemli bir yeri olan Kalkınma Bankacılığı modelini ortaya çıkartmışlardır (Aydın, 2006, s. 22).

19. yüzyıldan 20. yüzyıla geçilirken ticaretin tüm dünyada etkisini artırması ve deniz aşırı ticaretin hızlanmasıyla sermayeyi elinde bulunduran kesimin de bankalara olan ihtiyacını artırmıştır. Bununla birlikte Sanayi Devrimi madenciliği geliştirmesi aynı zamanda da kıymetli maden ticaretini de geliştirmiş ve bu gelişim ile kurulan bankaların birçoğu kıymetli maden alanında da hizmet vermeye başlamıştır. Bu dönemde bankalarda nakit ve kıymetli maden ticaretinde aracı olmakla birlikte mali

kurumlar haline gelmişlerdir. Bankalar kazanç sağlamak için tarih boyunca kuruldukları yerlerdeki birikim yapan bireylerden ya da tüccarlardan nakit ya da kıymetli maden türevinde mevduatlar toplayarak bunu ihtiyacı olanlara belli bir karşılık bekleyerek destek vermiş ve birer ticarethane gibi işlemler yapmışlardır.

Bankacılık dünya genelinde IMF, Dünya Bankası gibi kurumların da kurulmasıyla ağır savaşımlardan çıkan ve ekonomik olarak çöküntüde bulunan ülkelere destek vermek için kurulmuş ve bankacılık faaliyetleri bir uluslararası organizasyon haline gelerek hızla yayılmaya başlamıştır. Modern Bankacılık hareketleri tam olarak 1907 yılında ABD’de kurulan Federal Reserve Bank ile başlamıştır. Bu girişim devamında dünya genelinde modern bankacılık sistemini kurarak günümüzdeki bankacılığın dijitalleşmesinin de kaynağını oluşturmuştur. Bütün bankalar şahsi işletme olarak kurulurken modernleşme ile birlikte sermaye şirketleri haline gelmişlerdir. Devamında ise daha kurumsal hale gelerek anonim olarak kurulma ve örgütlenme düzenine geçen bankalar dünya genelinde şubeleşen ve dünyanın her yerinde müşterisi olan bireylere hizmet veren ve onların işini en kısa zaman sürecinde çözümleyen ve hayatı kolaylaştıran kurumlar haline gelmişlerdir. Özellikle 2.Dünya Savaşı’ndan sonra da çok uluslu bankalar kurularak hem farklı ülkelerdeki kendi vatandaşlarına hem de hizmet verdikleri ülkelere katma değer katarak bankacılık sistemi aracılığıyla ticaretin modernleşmesini ve gelişmesini sağlamışlardır.

2. Dünya Savaşı’ndan sonra bankacılık alanında yaşanan gelişmeleri sıraladığımızda 1950’li yıllarda kredi kartlarının hizmete sunulması dönüm noktası olmuştur. Kredi kartları ile birlikte bankacılık sistemi de tam olarak dijital gelişme düzenine girmiştir. Nakit paranın ikamesi olan kredi kartlarının müşterilerin mal alımında büyük bir kolaylık sağlaması hızla tercih edilir bir ürün haline gelmesine ve potansiyel müşterilerin bankalara olan ihtiyacını artırmış oldu. Yine 1950’li yılların sonlarına doğru şubelerin yerini ATM’lerin alması her noktada güvenli alanın sağlanmasıyla bankacılığa ulaşımın da kolaylaşacağı anlamına geldiğinden 1960’lı yıllardan itibaren de sermaye yapısı güçlü olan bankaların hızlı bir şekilde müşteri sayılarının artmasını sağlamıştır. Dijitalleşmenin hızlanması ve uluslararası rekabetin de artmasıyla 1970’li yıllarda dünya genelinde önemli olan borsaların tüm bireylerin kullanımına açılmasıyla bankalarda dijital ortamda borsalardan hisse senedi alım-

satım hizmetini müşterilerin kullanımına açtılar. Dünya genelinde yaşanan devrimlerden biri olan bilgisayarın icadı ve kullanımının yaygınlaşması ise 1980’li yıllarda bankaların dijital alanda büyük gelişmeler yaşamasına yol açtı. Bilgisayarların bankacılık sistemine entegre edilmesiyle müşterilerin yapacakları işlemler kısa zamanda yapılarak zaman tasarrufu sağlanmıştır. Bununla birlikte kurumsal şirketlerin de bankacılık hizmetlerinden artan zamanlarını yine ticaret alanına aktarmalarına katkı vermiştir. Bankalar açısından da bilgisayar sistemlerini kullanmasının avantajı müşterilerin verilerini büyük dosyalarda saklamak yerine bilgisayar verilerine dahil etmeleriyle yerden ve malzemeden tasarruf etmelerini sağladı. 1990’lı yıllarda ise dünya genelinde hâkim olan Soğuk Savaş Dönemi’nin sona ermesiyle kapitalist düzen tüm ülkelere yayılmış ve finans alanında da yeni rekabet alanları açılmaya başlamıştır. Ekonomik serbestleşmenin getirmiş olduğu yeni ticaret ağları ile bilgisayar teknolojisi de birleşerek e-ticaret hizmetinin devreye sokulması bankacılık sistemini de büyük oranda değiştirmiş ve geliştirmiştir. 2000’li yıllardan günümüze gelindikçe dijital dönüşüm tamamıyla bankacılık sektörüne dahil olmuş ve cep telefonlarının da bireyler tarafından hızla kullanılmaya başlanması bankacılık işlemlerinin mobil ve internet şubeye geçiş yapılmasını sağlamış ve tüm bankalar dijital bankacılık kanallarına önem vermiştir. Bankacılık sektörünün gelişimi tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisiyle birlikte temassız kredi kartlarının yaygınlaşmasına ve henüz bankacılık sistemine dahil olmayan bireylerin temassız bir şekilde görüntülü görüşmelerle bankacılık sistemine giriş yapmalarını sağlayacak hizmetlerin sunulmasıyla dijital dönüşümün bankacılık sektörü açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir (Desai, 2015).

Sonuç olarak günümüzde globalleşen dünyadaki bankacılık sisteminde son zamanlarda sıklıkla ekonomik krizler görülmeye başladı. Bu krizler daha önceki yıllarda gerçekleşen ekonomik krizler gibi sadece gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkeleri değil bu ülkelere finansman desteği sağlayan gelişmiş ülkeleri de etkisi altına aldı. Özellikle 2008 Ekonomik krizinin bankacılık sisteminde şişen Mortgage sisteminin getirdiği bilindiğine göre özellikle gelişmiş ülkelerin bankacılık sistemini daha dayanıklı sermaye yapısına göre şekillendirmesi gerektiği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Bankacılık sisteminde yaşanan bu krizlerin yatırımları azaltması ve

devamında tüketimi de azaltması finans alanındaki tüm sektörlerin ekonomik kriz anlarında derinden etkilenmesine yol açmıştır.

Yaşanan krizlerle birlikte hizmet veren bankalara olan güvenin müşteriler tarafından azalması dünya genelinde fon akışını sağlayamayan bankaların kapanmasına ve devamında ise müşterilere kredi hizmetinin sunulmasında aksaklıklara yol açmıştır. Bu durumda tüm dünyada özellikle merkezi yönetimlerin finans alanında gelişmek ve ülke ekonomilerinin kalkındırılması için bankalara verdikleri önemi daha da artırmalarının ekonomik açıdan yararlı olacağını göstermektedir.

2.2. Türk Bankacılık Sisteminin Tarihsel Gelişimi

Türk Bankacılık Sistemi'nin tarihsel başlangıcı Osmanlı Devleti Dönemi'ne dayanmaktadır. Bu dönemde Türk coğrafyasında bankacılık sistemleri bölgede yaşayan Rum, Yahudi ve Ermeni sermaye sahibi sarraflar ve tüccarlar tarafından bankerlik düzeninde hizmet vermekteydi. Müslüman halk genellikle çiftçilik ile geçimini sağlarken birçoğu da asker ocaklarına kaydolarak geçimlerini bu alandan kazanmaktaydı. Osmanlı Devleti'nde ekonomik faaliyetler genellikle küçük el tezgahları ya pazarda alım satım ile gerçekleşiyordu. Bu da nakit para ya da kıymetli maden ile alışverişten çok takas faaliyeti ile yapılıyordu (Güngör, 2016, s. 90).

Osmanlı Devleti'nin kurumsal olarak bankacılıkta geç kalması hem yönetici sınıfının içinde bulunduğu karmaşık düzenle birlikte ekonomik istikrarın olmayışı hem de geleneksel yapının henüz bankacılık sistemini benimsememesiyle Türk Bankacılık Sistemi'nin diğer ülkelere göre daha geç gelişmesine yol açmıştır. Bu bankacılık sisteminin gelişmesi ise Osmanlı'da yaşayan gayrimüslim toplumun ticarete hakim olması ve bankacılık hizmetlerine ihtiyaç duymasıyla gelişmiştir.

Osmanlı Devleti'nde yaşanan savaş gelişmeleri ve yönetimin eskisi kadar askeri güce sahip olmamasıyla girilen birçok savaştan devletin ekonomisinin maddi ve manevi kayıplar yaşamasına yol açmıştır. Dönemin siyasetine yön veren ülkelerinden Rusya ve İngiltere 'ye tazminatlar ödenecek olması zaten bozulan ekonomik yapının daha da zarar görmesiyle artan borçların nasıl ödeneceği konusunda sorunları ortaya

çıkarmıştır. 1878-79 arasında yaşanan Osmanlı-Rusya savaşından mağlubiyetle ayrılan Osmanlı Devleti'nin tazminat ödenmesiyle sonuçlanmıştır. Bu tazminatın ödeme şeklinin ise halihazırda ekonomik sorunlar yaşayan Osmanlı Devleti'nde bir soru işareti bırakmıştır. Bu dönemde bazı düşünürler tarafından bir banka kurularak devletin kazandığı vergilerden kesinti yapılarak tazminatın ödenmesine yönelik çalışmalar yapılması, Osmanlı Devleti'nde bankacılık sistemine ihtiyacın olduğunu göstermiştir (Christopher, 2000, s. 578).

Osmanlı Devleti'nde özellikle gayrimüslim kesimin banka ihtiyacının olmasıyla 1840-1870'li yıllar arasında sürekli merkezi yönetime banka kurulması isteklerinin bulunmasının sonucunda İzmir, İstanbul ve Halep gibi önemli ticaret merkezlerinde küçük ölçekli bankerlerin bir araya gelerek kurduğu bankalar dönemi yaşanmıştır. Bu dönemde de çok fazla talep görmeyen bu bankalar kısa sürede kapanmıştır. Devletin askeri alandaki başarısızlıklarının yanında Tanzimat Fermanı ile birlikte her alanda modernleşme hareketinin başlatılması Osmanlı Devleti'nin ekonomik açıdan da bankacılık faaliyetlerine devlet eliyle girmesini sağlamıştır. İngilizlere ödenecek tazminatların artmasıyla birlikte 1849 yılında finansal istikrarın sağlanması amacıyla dönemin iki büyük bankeri sayılan ve bankacılık faaliyetlerine Osmanlı Devleti'nden önce başlayarak bilgi sahibi olan Emmanuel Baltazzi ve Jacques Alléon aracılığıyla bir banka kurulmasına karar verildi. Bu bankaya sermaye ortağı olarak da Osmanlı Devleti ortak oldu. Böylelikle Osmanlı Devleti'nde ilk merkez bankası niteliğinde ancak yarı özel yarı kamu sermayeli Dersaadet Bankası yani Banque de Constantinople kurulmuş oldu. Üstlendiği amaç diğer devletlere olan tazminat borçlarının ödenmesini toplanan vergilerden karşılanması için olsa da bu banka Türk Bankacılık Tarihi'nde kurulmuş ilk bankamız olarak kayıtlara geçti (Al, 2011, ss. 30-31).

Osmanlı Devleti'nde milli bir banka kurulması çalışmaları 1849 yılından itibaren de devam etti. Bir yandan devam eden savaşlar ve kaybedilen topraklardan sonra 1862 yılında Fransızların ve İngilizlerin almak istedikleri vergi borçları için bir banka kurulması için mevcut yönetime baskılar kurması sonucunda milli sermayeli sayılabilecek Bank-ı Osmani-i Şahane kuruldu (Al ve diğerleri, 2014, ss. 161-165).

Tarım alanında gelir elde eden ve geliri tarıma bağı olan Osmanlı Devleti'inde kurulan Bank-ı Osmani-i Şahane bir süre sonra tarıma destek verilmesi için bankacılık çalışmaları başlattı. Bu çalışmaların sonucunda 1863 yılında Niş Valiliğini sürdüren Ahmed Mithad Paşa tarafından Memleket Sandıkları adıyla şimdiki Ziraat Bankası'nın temelleri atılmış oldu (Akgün, 1996, ss. 189-192).

Osmanlı Devleti'nde ekonomik bozulmalar devam ederken birçok küçük ölçekli bankalar kurulup kapanmaya başladı. 1888 yılına gelindiğinde Ziraat Bankası Anadolu ve Trakya topraklarında şubeleşmeye başlarken bir de yabancı sermayeli girişimciler aracılığıyla limanlarda ticaretin artırılması ve ticaretin gelişmesi için Selanik Bankası kuruldu (Ortabağ, 2017). Devamında bankerler aracılığıyla yine birçok küçük ölçekli bankalar kuruldu. Ancak ekonomik krizlerin yaşanmasıyla birlikte açılan bu bankalar da kapandı ve yeni banka kurulması arayışları devam etti.

Osmanlı Devleti'nde 1. Dünya Savaşı'nın yaşandığı dönemde bankacılık faaliyetleri yavaşlasa da imzalanan anlaşmalarla birlikte Osmanlı Devleti ekonomisi de ağır yükün altına girdi. Duyun-u Umumiye kurulması ve sömürgeci sayılabilecek İngiltere ve Fransa gibi ülkelerin savaş tazminatı alabilmek için hali hazırda hizmet veren bankaların kaynaklarını kendilerine aktarması bankacılık krizini de başlattı ve ülke ekonomisi mali açıdan ağır kayıplar yaşadı. Kurtuluş Savaşı'nın kazanılması ve Anadolu topraklarına tam bağımsızlık gelmesiyle Cumhuriyet Dönemi'ne geçildi ve finansal hareketler hız kazandı. Bankalaşma çabaları yeniden hızlanarak mevcuttaki Ziraat Bankası hızla her şehirde şubeleşmeye başladı. Bunun nedeni de yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nde ekonomik yapının büyük kısmı tarım sektöründeydi. Bu nedenle ülkenin kalkınması ve daha fazla gelişebilmesi için tarımdan gelir elde edilmesi gerekiyordu. Modern tarım hareketlerinin desteklenmesi ve çiftçilere eğitim verilmesi için Ziraat Bankası aracılığıyla destek programları başladı. Türkiye Cumhuriyeti'ndeki bankacılık alanındaki önemli dönüm noktasından biri de Şubat 1923'te yapılan İzmir İktisat Kongresi'ydi. Burada yeni kurulan devletin kalkınması ve desteklenmesi için tüm sektör çalışanlarının görüşleri alındı. Tüccar, sanayici, çiftçi ve işçi çalışanlarından örnek kişiler kongreye katılarak finans sisteminin gelişmesi için İzmir İktisat Kongresi'nde kararlar alındı (Artun, 1980, ss. 41-42).

İzmir İktisat Kongresi'nde alınan kararlardan sonra üretimin artırılması için sektörlerin desteklenmesi gerekiyordu. Bu bağlamda özel sermayede devlet tarafından desteklenecekti. İlk olarak 1924 yılında İş Bankası'nın kurulmasıyla özel sermaye Cumhuriyet Dönemi'nde ilk bankasını kurmuş oldu. Böylelikle üretim yapmak isteyenler desteklenmiş oldu. Ancak bu da yetersiz kaldığı için 1925 yılında sanayicilerin desteklenmesi amacıyla Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası kuruldu. Sanayicilere uygun krediler sağlanarak ülkemizde birçok tarıma dayalı üretim fabrikaları açılmış oldu (Canbaş ve Doğukanlı, 2007, s. 277).

Dünya genelinde 1929 Büyük Buhran'ın yaşanmasıyla tüm ülkelerde devlet eliyle büyüme amaçlandı. Kriz hali yaşayan özel sermayenin desteklenmesi amacıyla ülkemizde de kamu bankalarının açılması desteklendi. Böylece üretim yapan sektörlerin tamamı kamu yardımıyla finansal destekler aldı. Bu dönemlerde sırasıyla kurulan kamu bankaları; 1933 yılında Sümerbank kurularak sanayi ve makineleşme ile teknolojik üretim yapan sektörlerin desteklenmesi amaçlandı. İller Bankası 1933 yılında kurularak ülkemizdeki yerel yönetimlerin desteklenmesiyle kalkınma sağlandı. 1935 yılında Etibank kurularak madencilik sektöründe üretim yapanlar desteklendi. 1937 yılında kurulan Denizbank ile liman faaliyetlerinde çalışan özel ve kamu sektörünün finanse edilmesi amaçlandı. 1938 yılında Halk Bankası ve Halk Sandıkları gibi sektörel sandıklar kurularak ülkemizde üretim yapan, bunları tüketiciye ulaştırmaya çalışan küçük ve orta ölçekli işletmelerin finansal açıdan destek verilmesi sağlanmıştır (Artun, 1980, s.44 ve Yetiz, 2016, s. 115).

Ülkemizde kamu destekli bankaların finanse edilmesinden sonra devamındaki dönemde dünya genelinde yaşanan kutuplaşmalar ve örgütlenmelerle birlikte yurtdışı ortaklı özel sermayeli bankalar da kurulmaya başlandı. Ancak bankacılık kanunlarındaki bazı eksiklikler sebebiyle bir dönem hızla her ilçede açılan yerel bankalar dönemi yaşandı. Bunlar yerini bankerlere bırakarak tüketici açısından güvensiz ekonomik faaliyetler yaşandı. Ülkemizde ve Dünya genelinde yaşanan ekonomik krizlerle birlikte belli bir kurala göre hareket etmeyen yerel bankalar ve bankerlerin anlık kapanmasıyla halk içerisinde bankacılık sektörüne karşı güvensizlik oluştu. Bu durumdan çıkılması için bankacılık kanunları ile belli

sermayeye sahip kişilerin sadece bankacılık hizmeti vermesine izin verildi (Kaya, 2023, ss.5-8).

1980’li yıllara gelindiğinde ülkemizde siyasi ve ekonomik açıdan çok önemli bir karar olarak açıklanan 24 Ocak kararlarının açılanmasıyla planlı büyümeyi takip eden dönemde serbest piyasa modeline geçilmiş oldu. Bu durum bankacılık sektöründe de yeniden plansız genişlemeye başlandı. Bu kararların en önemli etkisi ilerleyen yıllarda faizlerin serbest piyasalarda belirlenmesinin yolu açıldı. Böylelikle yeni kurulan bankalar rekabet edebilmek ve müşteri sayılarını artırmak için plansız faiz kararları alarak ekonominin dengesizleşmesine yol açtı. Bu dönemde banka kurma şartları da özel sermayenin avantajına kararlar alınarak yerli ve yabancı sermayeli bankaların açılmasının önü açıldı. Bankacılık sektöründe tek düzen hesap plan sistemi de uygulanmaya başlandı. Ayrıca bu dönemde Sermaye Piyasası Kanunu çıkarılmış ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) günümüzdeki Borsa İstanbul (BIST) kuruldu ve Bankalar arasında para piyasalarının kurulması işlemleri gerçekleştirildi (Sümer, 2016, s.489 ve Şen ve Süer, 2016, s.452).

1990’lı yıllardan itibaren ülkemizdeki plansız ekonomik büyümelerin sonucunda birçok ekonomik krizler yaşandı. Bu dönemde bankacılık faaliyeti gösteren birçok küçük ölçekli banka ya da işletmeler ya kapandı ya da birleşme yoluna gitti. 2001 yılında ise ülkemizde büyük bir bankacılık krizi yaşandı ve bankalar sahip olduğu öz kaynakların plansız büyümeleri sebebiyle % 77’sini kaybettiler.

2001 yılında ülkemizde bankacılık açısından büyük kayıplar yaşanmaya devam etti ve bu süreç sonucunda 23 banka TMSF’ye devredildi. Bu devredilen 23 bankanın 14’ü birleşme yoluyla hizmet vermeye devam etti. 5 banka ise yabancı sermayeli ülkelere satıldı ve isim değiştirdi. 3 banka ise tasfiye sürecine girilerek kapanma yoluna gitti. Ülkemiz genelinde de gayri safi milli hasıla reel bazda %9,4 azaldı. Bu azalışın büyük kısmı da bankacılık sektöründeki yanlış yapılanmadan kaynaklandı (Sümer, 2016, s. 490).

2001 senesi sonrasında bankacılık sektörünün planlanması için BDDK aracılığıyla yeni bankacılık kuralları getirildi ve yeni banka kurulması şartları ağırlaştırılarak

güçlü sermaye yapısı olmayan bankaların kurulmasına ve hizmet vermesine engel olundu. Güçlü Ekonomi Programına geçildi. Bu program ile birlikte finans sektörü de daha güvenli bir yapıya getirildi. 2008 Ekonomik Krizi ile birlikte dünya genelinde bankacılık sektöründe Mortgage kaynaklı krizler yaşandı ve birçok uluslararası düzeyde hizmet veren bankaların kapanması sonucunda ülkelerde de birçok bankalar iflas ederek kapandı. Ancak ülkemizde 2001 Ekonomik Krizi'nden çıkarılan dersler ile 2008 Ekonomik Krizi'nden bankacılık sektörü çok az düzeyde etkilendi. Bu dönemde kapanan ya da birleşen hiçbir bankamız olmadığından bankacılık sektörü de krizden güçlü bir şekilde çıktı (Erdönmez, 2002, s. 77).

Sonuç olarak günümüze gelinen dönemde ülkemizdeki bankacılık sektörü oldukça sağlam yönetmelikler ve kanunlarla birlikte sermaye yapısını güçlendirdi. Bu yapının güçlendirmesiyle birlikte yerli ve yabancı sermayeli bankaların öz kaynaklarının güçlü olduğu sürece hizmet vermesine izin verilmektedir. Böylelikle yaşanabilecek herhangi bir küresel ya da yerel ekonomik kriz anlarında geçmiş dönemlerden ders çıkarılarak tüketicinin bankalara olan güveninin azalması yerine daha da güçlendirilmesi sağlandı. Tüketiciler elde ettikleri tasarrufları yastık altı olarak tabir edilen ekonomik döngüden uzak tutmak yerine bankalarda saklayarak ya da yatırım yaparak ülke ekonomisinin güçlenmesine katkı sağlamış oldular.

2.3. Katılım Bankacılığı

Katılım Bankacılığı sözlük anlamı olarak katılım kavramını açıklamaktadır ve katılma kavramı bu bankacılık türünün en temel özelliği olarak görülür. Katılma kavramının içeriğinde ise finansman sağlanması için fon toplama sistemine dayanması bulunur. Fon toplama amacıyla oluşturulan katılma hesaplarında Katılım Bankaları'nın en çok dikkat ettiği özellik kar ya da zarara ortak olma yani işlemlerde katılma esasının dikkate alınmasıdır.

Katılım Bankaları, müşterilerine cari hesaplar veya katılma hesapları aracılığıyla fon toplama yoluna gitmektedir. Topladıkları bu fonları da faizsiz bankacılık prensiplerine göre faaliyet göstermektedirler (Ziraat Katılım, 2020).

Katılım Bankacılığı, faizsiz çalışma kurallarıyla hareket eden ve bu kurallar çerçevesinde her türlü bankacılık hizmetini müşterilerine sağlayan finansal sistemdir. Bu sistem içerisinde önemli olan konu müşterilerin kâr-zarar ortaklığı çerçevesinde ticaret kurumu gibi fon toplayarak ortalık prensipleriyle hareket edilmesini ve finansal kiralama gibi yöntemler kullanılarak toplanılan fonların ihtiyaç sahiplerine dağıtılması amacını taşır. Bu yöntemleri sağlayan katılım bankacılığındaki katılım sözcüğünün temelinde kara katılma ve zarara katılma yer alır. Toplanan fonlar her zaman İslami usullere uygun hareket eden ve İslami olarak haram kılınmış işler dışında helal kazanç yöntemiyle iş yapan ticarethane ve sanayi kuruluşlarının ihtiyaç duydukları fonları sağlar. Bu durumun sonucunda da oluşan kâr ve zararı ortaklık kurdukları müşterileriyle paylaşır. Türk Lirası ya da çeşitli döviz türlerinde toplanan fonlar katılım bankacılığına uygun üretim yapan ya da hizmet veren kurumlara finansman desteğinde kullanılabilirken bireysel müşterilerin de finansal ihtiyacının karşılanmasında kullanılabilir. Bireylerden ya da kurumlardan toplanan bu fonlar diğer kurum ya da bireylere finansal kiralama yöntemiyle kullandırılabilir gibi kar-zarar ortaklığı ile de katılım bankalarının değerlendirilebilir. Katılım bankacılığı kurallarına uygun hizmet veren ticarethaneler ihtiyaç duydukları ham madde, yarı veya tam mamul ürünler ile ticarethanelerinin ihtiyaç duyduğu gayrimenkul veya makine-teçhizatı bu finansman yöntemleri ile sağlayabilir. Katılım bankalarının diğer banka türlerine göre daha güvenilir olmasının sebebi herhangi bir bankacılık işlemi yapılması durumunda faiz veya benzeri bir gelir getiren aşırı risk içeren veya güvensiz işlemlere yer verilmemesidir. Ayrıca bu tür işlemler yapan kurumlara, dinen haram kılınmış içecekleri satan ticarethanelere veya şans oyunları, tütün veya silah benzeri ürün satan işletmelere bankacılık hizmeti verilmemektedir. Katılım bankaları için en önemli kural faizsizlik prensibi ile İslamiyet'in helal kıldığı işlemlerin desteklenmesidir (TKBB,2021).

Katılım bankalarının işleyişinde kar etmek amacı vardır. Ticarethanelerde olduğu gibi bir malın peşin veya vadeli olarak satışından elde edilen kar veya zarara ortak olmak gibi katılım bankaları da kar-zarar esasına dayanmaktadır. Bu durumda ortaklık yapılması sonucunda ortaya çıkar. Katılım bankaları müşterileri de bu duruma göre kar veya zarara ortak olur. Müşterilerin kar elde etmesi durumunda

katılım bankaları bu karı diğer müşteri veya kurumsal hesaplardan topladıkları fonlar desteğiyle kar dağıtımını yapmaktadır.

Faizsiz bankacılık prensiplerine göre çalışan katılım bankaları ticaret yöntemi ile ihtiyacı olan müşterilerine fon yardımı yapmaktadır. Bu sistemin işleyişinde müşterinin ihtiyaç duyduğu malı peşin olarak satın alıp üzerine de kendi karını ekleyerek müşterilere vadeli şekilde satış yapar. Müşteri ile katılım bankası arasında alım-satım sözleşmesi düzenlenmesiyle ortada somut bir ürünün olması durumunda müşterilerin ihtiyaç duydukları mallara ulaşabilir. Bu malın alım-satım sözleşmesi sırasında katılım bankaları ürünün vadeli işlemi karşılığında alacağı kar önceden belirlenir ve müşteriler hangi tarihlerde ne kadar taksit ödeyeceklerini bilirler. Müşterilere uygulanan kar oranları vade bitimine kadar değiştirilemez ve vade tarihinden önce geri istenmemektedir (Türkiye Finans, 2022).

Katılım Bankacılığında fon toplama, fon kullandırma ve yatırım ürünleri gibi ürünler bulunmaktadır. Bu ürünlerin tamamında diğer bankacılık türlerinden farklı olarak faizsizlik prensibi vardır. Yani hiçbir üründe paradan para kazanma anlayışı bulunmamaktadır. Katılım Bankacılığı ürünlerini müşterilerin hizmetine 3 ana başlıkta sunulmaktadır. Fon toplama ürünleri içerisinde Cari Hesap ve Katılma Hesabı yer alır. Bu hesaplar döviz veya kıymetli maden türünde de olabilir. Fon Kullandırma ürünleri içerisinde ise Murabaha yani konut, taşıt veya ihtiyaç finansmanları gibi ürünler bulunmaktadır. Bu ürünlerde müşterilerin satın alacakları kişilere ürünlerin bedelleri ödenerek vadeler halinde müşterilerin ilgili finansmanı kullandıkları bankalara vadeler halinde ödemeleri beklenmektedir. Diğer bir fon kullandırma ürünü ise İstisna anlamına gelen eser sözleşmeleridir. Üçüncü bir ürün ise Finansal Kiralama ürünü ise işletmelere teçhizat sağlanması amacıyla leasing yöntemi ile verilen desteklerdir. Diğer ürünler ise Mudarebe yani sermaye-emek ortaklığı anlamına gelmekte olan finansmanlar ile Müşaraka anlamında kullanılan kar-zarar ortaklığı anlaşmaları ile Karz-Hasen yani faizsizlik prensibine göre verilen borçlardır. Son ürün ise ülkemizde de en az ilgiyi gören Selem ürünüdür.

Yatırım ürünlerinde ise Tekafül yani yatırım sigortacılığı yapılması, yatırım fonlarının kullanımı ve son zamanlarda ülkemizde ve dünyada büyük ilgi gören

özellikle çevreye vermemesi için doğa dostu üretilen Sukuk yani kira sertifikası ürünüdür (Türkiye Finans, 2022).

Sonuç olarak Katılım Bankacılığı ülkemizde ve dünyada oldukça yoğun bir şekilde ilgi görmektedir. Pandemi sonrası dönemde ülkemizde müşterilerin yaşadıkları ekonomik sorunlardan dolayı faiz tutarını ödemek istemeden borçlanmaları katılım bankacılığına olan ilginin de artmasına neden oldu. Son zamanlarda birçok ülkede katılım bankacılığı faaliyeti artarken ülkemizde de müşterilerin birçoğunun dini inanışları gereğince faizsiz bir şekilde borçlanmak istemesi ve birçok ülkenin pandemi sonrası dönemde ekonomik açıdan gelişmesi için katılım bankacılığına önem vermesiyle birçok katılım bankası ülkemiz de müşteri sayılarını arttırmışlardır.

2.4. Katılım Bankacılığındaki Güncel Gelişmeler

Dünya genelinde Katılım Bankalarının gelişimi 1991 yılında ve 2008 yılında yaşanan iki büyük küresel ekonomik kriz ile birlikte oldu. Bu kriz dönemlerinde küresel piyasaların daralması ve bazı bankaların kapanmasıyla birlikte geleneksel bankacılığa olan güven ve ilgi zayıflayarak bireylerin alternatif yatırım kuruluşlarına yönelmesine yol açtı. 1991 yılında yaşanan SSCB'nin dağılma sürecine girmesi ve Ortadoğu'da yaşanan Körfez Savaşı'nın beraberinde getirdiği petrol krizi ile birlikte birçok küresel ekonomik kuruluşlar yapılarını korumak için borçlanma yoluna gitmiştir. 1980'li yıllardan gelen tasarrufların azalıp harcamaların artması bu tür küresel şoklara karşı birçok kuruluşu savunmasız bıraktı ve dünya geneline birçok bankanın kapanmasına veya birleşmesine yol açmıştır. Bu dönemlerde daha yeni bir bankacılık türü olan katılım bankacılığı ise istenilen düzeyde olmasa da büyüme göstermeye başlamışlardır (BBC News Türkçe, 2020).

Katılım Bankaları'nın asıl büyük yükselişi ise 2008 Ekonomik Krizi ile birlikte oldu. 2008 Ekonomik Krizi'nin ortaya çıkışı ABD'deki küresel gücü olan finans kuruluşlarının düşük gelirli bireylere yüksek faizle verilen Mortgage kredilerinin geri dönmemeye başlamasıyla birlikte birçok sektörün çökmesine ve büyük finans kuruluşlarının iflasına yol açtı. Bununla birlikte birçok dünya ülkesinde iflas eden ekonomi kuruluşlarıyla çalışan bankaların da kapanmasına ya da birleşmesine yol

açtı. Bu durum da yatırımcıları alternatif ve güvenilir yollara yönlendirerek Katılım Bankaları'nın gelişmesine ve uluslararası ekonomik güç haline gelmesine yol açtı. 2010 yılındaki verilere bakıldığında ise Katılım Bankaları'nın Körfez ülkelerinden başlayarak dünya genelinde geleneksel sistemde hizmet veren bankalara göre daha yüksek gelir elde ettikleri görülmüştür. Yıllık büyüme oranları birçok Körfez ülkesinde ve dünya genelinde %24,62 olurken geleneksel sistemle hizmet veren bankaların büyüme oranı %16,47'de kaldı (Siraj ve Pillai, 2012, s.143).

2008 Ekonomik Krizi'nde katılım bankalarının yüksek düzeyde fon sağlamaları ve likidite oranlarının yükselmesi sonucunda elde ettikleri gelirlerle kriz boyunca geleneksel sistemde hizmet veren bankalara fon desteğinde bulundular. İslami usullere uygun ürünlerin hizmete sunulmasıyla elde edilen gelirler geleneksel bankacılık sisteminin de fon kaynağını oluşturdu. Bu durum bireyler için de katılım bankalarının tercih edilmesine yol açtı. Katılım bankalarının bankacılık sektöründe gelişme sağlamasıyla birçok ülkenin yönetimi de katılım bankalarına uygun düzenleme ve denetleme sistemini kurdu. Katılım bankalarının etkili olduğu ve bireyler tarafından tercih edilir hale geldiği ülkelerde bankacılık sektöründe geleneksel sistemde hizmet veren birçok bankanın daralmaya gittiği görülmüştür (Beck ve diğerleri, 2013, s. 435).

Katılım bankalarının gelişimi ekonomik krizlerden sonra olsa da bankacılık sektörüne ve ülke ekonomilerine en büyük katkıları İslami kurallara göre ekonomik tercih yapan kesimin elde ettiği tasarrufları ülke ekonomilerine kazandırmasıdır. İslam dininde faizin katı bir şekilde yasaklanmış olması sonucunda bu bilinçle hareket eden bireylerin bankacılık sektöründen uzak kalmasına neden oldu. Bu durumun sonucunda da bireylerin tasarruflarının büyük bir kısmı atıl halde kaldı. Birçok ülke bu atıl durumda kalan tasarruflar sebebiyle ekonomik krizlere karşı kaynak yaratamadı ve siyasi açıdan sorunlar yaşadı. Bazı ülkeler ise ekonomik krizlerden ders çıkararak özellikle 2010 yılından sonra bir daha fon krizi yaşamamak için katılım bankacılığının gelişmesine ve belli bir kesimin tasarruflarının ülke ekonomisine dahil edilmesini sağladı. Bu ülkelere örnek verilecek olursa İrlanda, İslami finansın bankacılık sektöründe ve diğer sektörlerde fon kaynağı olabilmesi için Müslüman ülkelerle vergi antlaşmaları sağladı. Bu vergi antlaşmalarında

finansal kiralama (Leasing), murabaha ve İslami usullere göre yapılan sigortacılık ürünlerini içeren İslami usullere uygun kurumların kuruluşuna izin verdi. Bunun sonucunda da Ortadoğu ve Körfez ülkelerinde katılım bankacılığının en çok geliştiği ve İslami fonların büyük bir bölümüne sahip olan ülke konumuna geldi. İkinci örnek verilecek ülke ise İngiltere'dir. İngiltere, katılım bankacılığının Avrupa'daki gelişimine katkı sağlayan öncü ülkelerden olmuştur. İngiltere'de İslami Mortgage sistemini uygulayarak katılım bankalarının Mortgage sisteminde gelişmesine olanak sağladı. Müslüman bireylere konut satışını desteklerken gerekli olan finansman desteğini de ülkesindeki katılım bankaları aracılığıyla sağlayarak katılım bankalarının bankacılık sektörü içerisindeki payını artırdı. İngiltere Merkez Bankası'nın da katılım bankalarını desteklemesiyle kısa sürede Müslüman bireylerin elde ettiği tasarrufları İngiliz Ekonomisi'ne kazandırdı. Bir diğer örnek ülke ise ABD'dir. ABD'de ise İngiltere ile katılım bankacılığına verilen destekler benzerlikler göstermektedir. ABD'de İslami finans kuruluşları 3 ana düzende kuruldu. Bunlar Murabaha, Müşareke ve Finansal Kiralamadır. ABD'de Lariba kurucusu Abdul-rahman tarafından katılım bankacılığı gelişmiştir (Sayan, 2021, s. 83).

Katılım Bankacılığında en fazla güncellemeyi yapan ve ürünlerin ortaya çıkmasına katkı sağlayan iki ülke günümüzde İran ve Ürdün oldu. Öncelikle İran'ın uyguladığı katılım bankacılığı sistemine bakacak olursak. İran'da tüm bankalar sadece katılım bankacılığı hizmeti vermektedir. İslami sisteme uygun bir nakit ve finansman sistemi uygulanmaktadır. Devamında nakit veya finansman aracılığıyla tüm kalkınma programları desteklenmektedir. Bu sistemle yastık altı olarak tabir edilen nakit ve kıymetli maden İslami usullere göre ülke ekonomisine kazandırılmış olur. Yine İslami usullere uygun olarak paranın değer ve ödemeler dengesi sağlanmaktadır. Özellikle pandemi dönemi sonrasında piyasanın ödeme araçlarını İslami usullere göre yenileyip artırarak katılım bankalarının hizmet faaliyet alanlarını mobil ve internet ağı üzerinden genişlettiler. Katılım bankacılığında güncel gelişmelere katkı sağlayan bir diğer ülke ise Ürdün'dür. Ürdün, katılım bankacılığını bireylerin tüm bankacılık sisteminde ihtiyacı olan her şeyi kapsayacak şekilde geliştirmiştir. Bankacılık hizmetlerinin yanında bireylerin yatırım ve finansman işlemlerini de katılım bankaları üzerinden yapılmasını desteklemektedir. Ürdün, katılım

bankacılığındaki önemli gelişmeleri dijital ürünler üzerinden dünyaya duyurmaktadır. Dijital katılım bankacılığına önem vermekle birlikte birçok şubesiz katılım bankaları da mobil ve internet Ürdün’de merkezi yönetim de dini hassasiyetler sebebiyle katılım bankalarına doğrudan destek vermekte ve dijital ürünlerini geliştirmesi için gerekli fonları sağlamaktadır (Sayan, 2021, s. 85).

Tablo 2.1: Katılım bankacılığının tarihsel gelişimi

Dönemler	1970 Öncesi	1970’ler	1980’ler	1990’lar	2000 sonrası
Gelişmeler	İslami bankacılığın ortaya çıkışı	Petrol fiyatlarında artış İslami banka sayısında sınırlı artış	Yeni faizsiz finans kurumları Yeni faizsiz finans ürünleri Coğrafi genişleme Tekafül	Büyüme oranlarında artış Bireysel bankacılıkta genişleme Ürün ve hizmet çeşitlerinde artış	Pazarda büyüme Küreselleşme
Ürün ve hizmetler	Temel bireysel bankacılık hizmetleri	Ticari bankacılık hizmetleri	Proje Finansmanı Emtia finansmanı Sendikasyon	Yatırım ve menkul kıymet fonları Sukuk Faizsiz menkul kıymetleştirme Finansal kiralama (leasing) İcare	İleri hazine hizmetleri Yenilikçi portföy yönetimi hizmetleri
Şirketler	İslami bankalar		Tekafül şirketleri Faizsiz yatırım şirketleri		Faizsiz yatırım bankaları Varlık yönetimi şirketleri
Coğrafi alan	Körfez ve ortadoğu		Asya pasifik ve Türkiye		Avrupa ve amerika

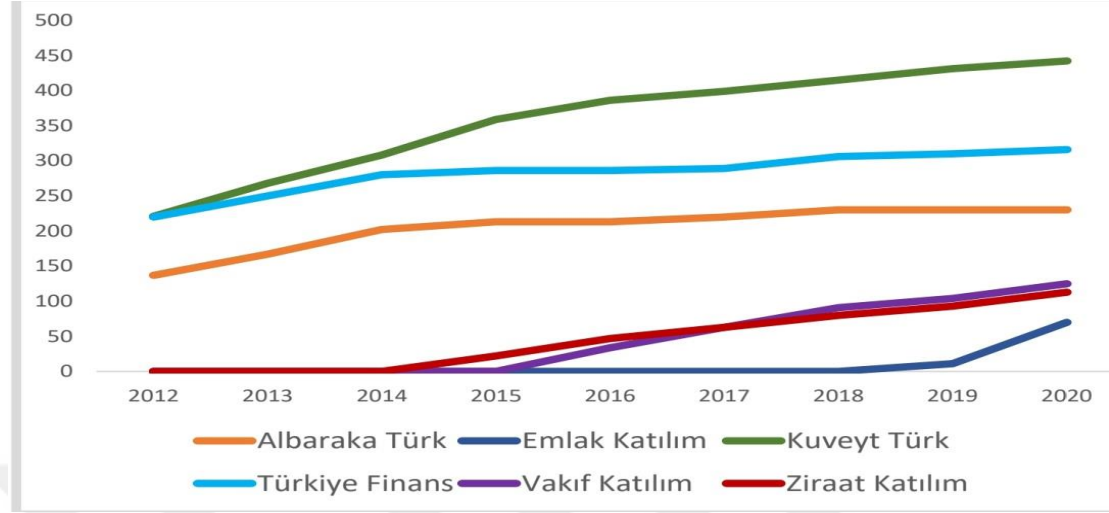
Kaynak: (TKBB, 2010).

Yukarıdaki tabloya bakıldığında katılım bankacılığında gerçekleşen güncel gelişmeler görülmektedir. 10 yıllık dönemler halinde incelendiğinde en çok gelişme dijitalleşmenin de başladığı 1980’ler sonu ile 1990’lar başı arasındaki dönemdir. Bilgisayarların hayatımıza girmesiyle birlikte hızlı bir küreselleşme yaşanmış ve

birçok katılım bankası sadece körfez ve Ortadoğu gibi kısıtlı bölgelerde hizmet verirken tüm dünyaya ürünlerini ve işleyişini duyurmaya başladılar. Özellikle 2000’li yıllardan sonra tamamen dijital dönem olması katılım bankalarını da görüşlerini farklılaştırarak dijital ürünler üretmeye yönelmesini sağladı. Geleneksel bankacılıkta bulunan ürünlerin faizsiz kullanımına uygun hale getirilmesiyle birlikte katılım bankaları da dünya genelinde müşteri sayısını artırmış ve tüm dünya genelinde aynı anda hizmet verebilir duruma gelmiştir.

Katılım Bankacılığındaki güncel gelişmeler ülkemizde de etkili oldu. Özellikle 2001 Ekonomik Krizi’nden sonra bireylerin ülkemizdeki bankalara olan güveni oldukça azaldı. Birçok bankanın iflası veya birleşmesinden sonra bireylerin çoğu gelirlerini kaybetti. Toparlanması uzun da sürse bireyler elde ettikleri tasarrufları bankalara güvenmediğinden ekonomik açıdan ülkemiz zor durumda kaldı. Bankalar yeniden güven sağlamak amacıyla birçok ürünü hizmete sundular. Günümüze doğru geldikçe 2008 Ekonomik Krizi tüm dünyada bankaları derinden etkilerken ülkemizdeki bankacılık sektörü finansal açıdan güçlü bir duruş sergiledi. 2007 yılında İslami Finans hizmeti veren kurumlarında Katılım Bankacılığı adını almasıyla birlikte ülkemizde Katılım Bankacılığı büyük bir gelişim gösterdi. Ülkemizde faaliyet gösteren katılım bankası sayısı da günümüzde artmaktadır. Katılım bankacılığında hizmet veren bankaların sayısının artması rekabet ortamı içerisinde de katılım bankalarının yeni ürünler hizmete sunmasına ve diğer katılım bankalarından müşterileri kendilerine çekmeleri için gerekli ortamı hazırladı. Bu ortamda günümüzde pandeminin de yaşanmasıyla birlikte birçok katılım bankası temassız şekilde hizmetler sunmaya başladılar (Albaraka, 2023).

Şekil 2.1: Ülkemizde hizmet veren katılım bankalarının büyüme ve gelişme oranları



Kaynak: (TKBB, 2019)

Yukarıda görünen tabloda ise katılım bankalarının ülkemizdeki gelişimini göstermektedir. Faaliyet gösteren 6 katılım bankasının ülkemiz genelindeki gelişimi her geçen yıl daha fazla artmıştır. Katılım bankaları arasında geçmiş dönemlere göre azalan oranda artış gösteren Albaraka ve Türkiye Finans Bankaları'nın mevcut durumların da bile gelişim gösterdikleri tablodan anlaşılmaktadır. Ülkemizde katılım bankalarının tercih edilebilir hale gelmesi 2000'li yıllardan sonra gerçekleşti. Özellikle 2001 Ekonomik Krizi ile birlikte bireylerin geleneksel bankacılık sistemine olan güveninin ve ilgisinin düşmesine yol açtı. Katılım bankaları da bu durumdan etkilenen müşterilere daha iyi ve güvenilir hizmet vermek için ürünler geliştirdi.

Ülkemizde katılım bankalarının gelişimi iki ayrı dönemde gerçekleşti. İlki yukarıda da özet olarak belirtilen 2001 Ekonomik Krizi'nden 2019'a kadar süren ve arada 2008 Ekonomik Krizi'ni de içeren dönemdir. Ancak Dijitalleşme ile birlikte ülkemizde ve dünya genelinde katılım bankalarının en çok ilgi gördüğü dönem Covid-19 pandemisi sonrasında günümüze kadar geçen süredir. Bu dönemde tüm bankalar dünya genelinde dijitalleşmeye önem vererek uzaktan ve temassız şekilde müşteri edinme ve bankacılık hizmetlerini vermeye başladı. Katılım bankaları da bu dönemde ülkemizde çok büyük gelişme gösterdi ve geleneksel bankacılık hizmeti veren bankalara göre daha fazla kar etti. Bu dönemde katılım bankalarını öne geçiren

durum dijitalleşmeye önem verilmesi ve dini hassasiyet ile ürünlerini müşterilerinin hizmetine sunmasıdır (Ziraat Katılım, 2020).

Katılım Bankaları ortaklığa dayalı murabaha kullanımının yanında doğrudan sermayeyi de müşteri olarak elde etmeye başladı ve toplu fonlama ile ticari müşteriler tarafından da tercih edilmeye başlandı. Ülkemizde katılım bankacılığı hizmetinin şube olarak gitmediği iller bulunsa da özellikle pandemi sonrasında dijital kanallara önem verilmiş ve görüntülü görüşme ya da uzaktan form doldurarak kurye aracılığıyla müşteri edinimi kullanılarak her ilde her katılım bankasına müşteri olan bireylerin olması sağlanmıştır. Ayrıca katılım bankaları 2019 senesinin sonundan 2022 senesine kadar gelinen dönemde alternatif dağıtım kanallarını geliştirmiş ve müşterilerine şubeye gelmeden hemen hemen tüm işlemlerini yapabilme imkânı sunmuştur. Bununla birlikte küresel iklim krizine de dikkat çekmek amacıyla doğa dostu Yeşil Sukuk ihraçları yapılmış ve bu ürünlerde, yoğun taleple karşılaşılmıştır (İlke, 2011).

Sonuç olarak Katılım Bankaları ülkemizde ve dünyada her geçen gün müşteri sayısını artırmaktadır. Bunun en büyük nedeni küresel çapta oluşan ekonomik krizlerden sonra önlem almadan hareket eden geleneksel bankacılık sisteminde hizmet veren birçok kuruluşun kapanması ya da birleşmeye gitmesiyle müşterisi olan bireylerin zarar görmesine yol açmıştır. Bir diğer önemli neden ise Covid-19 pandemisinden sonra ortaya çıkan ekonomik sorunlara karşı birçok banka fon sağlamada sorun yaşarken katılım bankalarının güvenilir yapıda hizmet vermesi müşteri olmak isteyen bireylerin de dikkatini çekmektedir. Geleneksel bankacılık hizmeti veren birçok banka rekabet ederken üst gelir düzeyine önem vermesi, alt gelir grubundaki müşterilerin de finansal yapıya katılmasından uzak tutuyordu. Katılım bankaları ise üst gelir grubundan çok alt gelir grubunun da tasarruflarını güvence altına aldığından hızlı bir şekilde müşteri sayısını artırırken diğer türde hizmet veren bankalarla da rekabet edebilir hale geldi.

2.4.1. Katılım Bankacılığında Güncel Gelişmeler Üzerine Yapılan Çalışmalar

Çelik (2015), çalışmasında katılım bankacılığının küresel piyasalardaki gelişimini 1950’li yıllardan günümüze kadar olan gelişimini anlatmaktadır. Bu gelişimi anlatırken finansal açıdan bağımsızlık terimi çerçevesinde katılım bankacılığının ana hedefi olan İslami finansman prensipleriyle faize karşı olunan hassasiyet ile fonların ekonomik sisteme aktarılma şekilleri incelenmiştir. Bu inceleme günümüze doğru yapılırken müşterilerin banka seçimini belirleyen personel kalitesi, güven, hizmet ve ürünlerin gelişimi ve dini sebeplerin etkili olup olmadığı da araştırmanın inceleme konularından birisi olmuştur. Bu çalışmada 1950’lerden günümüze kadar gelen katılım bankacılığının gelişiminin her dönemdeki güncel konularına göre katkılarının müşterilerin katılımına ulaşılmıştır.

Kutval (2014), çalışmasında katılım bankacılığının dünyada ilk olarak 1963 yılında Mısır’da hizmet vermeye başlamasından günümüze doğru gelerek ülkemizdeki gelişimi üzerine inceleme yapmıştır. Ülkemizde ilk olarak 1983 yılında faaliyete başlayan Özel Finans Kurumları’nın 2005 yılında Katılım Bankacılığı ismini almasıyla devam eden faaliyetlerinden örnekler verilerek gelişimi araştırılmıştır. Katılım Bankaları’nın dünya genelindeki gelişimi 2008 krizinden sonra finans alanında büyük gelişme sağlayan katılım bankaları dijitalleşme ile daha fazla ürün ortaya koymuş ve müşteri sayılarını artırmıştır. Çalışmada katılım bankacılığının tarihsel gelişimi ile Türkiye’deki tarihsel gelişimi incelenerek sonuç kısmında anket çalışmaları ile katılım bankalarının hangi alanda daha çok gelişmesi gerektiği önerilerinde bulunulmuştur.

Çambel (2019), çalışmasında katılım bankacılığındaki güncel gelişmeleri ticari müşteriler üzerinden Bolu ilimiz örneğini alarak incelemesini yapmıştır. Çalışmada Bolu ilimizde faaliyet gösteren işletmelerin teknolojinin gelişimiyle birlikte ihtiyaç duydukları hizmetlere katılım bankalarının hangi oranda karşılık verdiği ve müşterilere sorulan anket çalışmaları ile hangi alanda katılım bankalarının hizmet kalitesini artırması gerektiği konusunda değerlendirme yapılmıştır.

Atlı (2013), çalışmasında dijitalleşme ile birlikte günümüzde ticaretin de dijital kanallara geçmesiyle katılım bankaları da dijital kanallar üzerinden ticari müşterilerine hizmet vermeye başlamıştır. Örnek alınan Elazığ ilimizdeki ticari faaliyette bulunan müşterilerinin ihtiyacına yönelik olarak katılım bankalarının da bu alanda kendisini geliştirmesine yol açmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında da katılım bankacılığının Elazığ ilimiz üzerinden dijital kanallara önem vererek teknolojiyi müşterilerinin hizmetine sunan katılım bankalarının daha çok tercih edildiği belirtilmiştir.

Orhan vd. (2020), çalışmasında katılım bankacılığının faizsiz yapı ve kâr-zarar ortaklığı olarak iyi ayrı düşüncede hizmet vermesini temel alarak 1960'lı yıllardan günümüze kadar gelen süreçte küresel finans piyasalarını incelemiştir. Çalışmada 50 yıllık katılım bankacılığının gelişimi incelenip mudârebe ve müşâreke olan kâr-zarar ortaklığı türleri tanımlanarak incelemeler yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında katılım bankacılığında yönetim süreçlerinin analizi yapılarak risk oranları belirlenmiş risk teknikleri konusunda bilgilendirme yapılmıştır.

Güçlü ve Kılıç (2019), çalışmalarında katılım bankacılığının finansal konularda faaliyetlerinin incelemesi yapılmış ve çalışmada bazı örnek ülkeler alınarak katılım bankacılığının gelişimi incelenmiştir. Bu örnek alınan ülkeler; Türkiye, ABD, İngiltere ve Malezya'dır. Bu ülkelerde katılım bankacılığının tarihsel gelişimi incelenmiştir. İnceleme konuları ise katılım bankacılığının sermaye piyasalarına olan etkisi ve katılım sigortacılığıdır. Bu çalışmada rakamsal verilerden ve analizlerden yararlanılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise değerlendirme yapılan ülkelere katılım bankacılığında güncel gelişmeleri yakından takip eden ülkenin Malezya olduğunu, en çok ilgi görmeye başlayan ülkenin ise Türkiye olduğu belirtilmiştir.

Keles (2020), çalışmasında katılım bankacılığındaki farklı görüşler incelenerek katılım bankacılığının güncel gelişimi konusunda incelemeler yapılmıştır. Katılım bankacılığındaki gelişmelerin sadece Müslüman ülkelerde değil yabancı ülkelerde de Kapitalist ekonomik sistemden koruduğunu ve bireylerin daha çok tercih etmeye başladığını göstermiştir. İslam iktisadındaki konuların güncel gelişmeleri de incelenerek model ve kurumların gelişimi konusunda öneriler verilmiştir. Çalışmada

günümüz koşullarına uygun şekilde modeller yapılarak katılım bankacılığında hizmet veren kurumların dijitalleşmenin de etkisiyle kendilerini yenilemesi konusunda öneriler yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise kamu otoritelerinin katılım bankalarına olan desteği artarsa gelişimini daha hızlı yapacağı ve ülke ekonomilerine daha çok katkı sunacağı görüşü belirtilmiştir.

2.5. Teknolojik Gelişmelerin Bankacılık Sistemine Etkileri ve Katılım Bankacılığındaki Yansımaları

Sanayi Devrimi ile birlikte tüm dünyada teknoloji çok hızlı bir şekilde gelişmiş ve tüm sektörleri etkilemiştir. Gelişen teknoloji ile birlikte birçok sektör kendisini geliştirip yenilerken bireylerde bu teknolojik gelişimlere ayak uydurmak için kendisini geliştirmiştir. Teknolojik gelişmelerin getirdiği yenilikler birçok sektörle birlikte bankacılık sektörünü de değiştirmiş ve geliştirmiştir. Bankacılık sisteminin küreselleşmesiyle birlikte uluslararası düzeyde hizmet veren bankalar birbirleri ile rekabet içerisine girerek müşteri kazanımı yoluna gitmiştir. Rekabet ortamının artmasıyla birlikte de bankalar sürekli olarak teknolojik hamleler yapmaya başlamıştır. Geçmişte ve günümüzde bankacılık sektörü açısından teknolojinin gelişmesindeki en önemli faktör müşterilerin zamanlarını bankacılık işlemleri için oldukça kısa sürede çözümlemesini sağlamak olmuştur. Bunun için geçmişten günümüze gelindikçe öncelikle personel sayısı ve şube sayısı artırılarak her yerde kolay ve ulaşılabilir hale getirilmiştir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte de şube ve personelin yerini ATM'ler ve alternatif dağıtım kanalları yer almıştır (Tepe Küçüköğlu ve Akca, 2020, s. 225).

Teknolojik gelişmelerin hızlanması ile birlikte ilk ortaya çıkan ürünlere ulaşmak zor ve pahalı iken zamanla seri üretime geçilmesi ve teknolojik altyapının iyileştirilmesiyle birlikte ürünlere ulaşım hem daha hızlı ve kolay hem de daha uygun bütçelerle sağlandı. Küresel rekabet ortamında da bankacılık sektörünün teknolojiye ucuz ve kısa yoldan ulaşması rekabet ortamını daha da geliştirdi ve bankacılık sektöründe ürünlerin hem gelişmesine hem de çoğalmasına yol açtı. Bununla birlikte birçok banka maliyetlerini azaltmak için dijital kanallara yönelerek şubesiz bankacılık türünde kendisini geliştirmeye başladı. Hem personel ve teçhizat

maliyetinden hem de yer kirası maliyetinden tasarruf ederek dijital kanallara yatırım yapılmasıyla daha fazla müşteri kazanımı sağlayarak düşük maliyetlerde büyük kazançlar elde edildi. Müşterilerin hizmetine sunulan bu dijital ürünlerden en önemlisi ve günümüzde en çok kullanılan alternatif dağıtım kanallarından biri ATM'ler birçok işlemi yapabildiği için personel ve yer masraflarından tasarruf edilmesini sağladı. Hemen hemen her noktaya yerleştirilebilen ATM'ler de müşteriler kısa sürede mali açıdan ihtiyacını giderebilmektedir. Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle ilk olarak sadece o bankanın müşterilerine hizmet verebilen ATM'ler tüm bankaların müşterilerine hizmet verebilen ortak ATM'ler haline gelerek müşteriler açısından zaman ve maliyetten büyük tasarruflar elde etmelerinde önemli rol oynamaktadır. Şubesiz bankacılığın en önemli yapı taşlarından olan ATM'lerden sonra 1990'lı yıllardan itibaren cep telefonunun gelişmesi ve günümüzde en önemli haberleşme aracı olmasıyla birlikte telefon bankacılığı hizmeti de müşterilere sunulmuş oldu. Birçok banka şube ve personele harcama yapmak yerine tek bir merkezde çağrı merkezi sistemini kurarak minimum personelle maksimum düzeyde müşterilere hizmet vermeye başladı. Müşteriler artık evlerinden çıkmadan bankacılık işlemlerini telefon ile yapabilecek konuma geldi. Bu durumda bankalar arasında küresel açıdan rekabeti daha da geliştirdi. İnternetin tüm dünyada hızlı bir şekilde gelişmesi ve her noktaya ulaşabilir hale gelmesiyle de internet bankacılığı devreye girdi. Müşteriler bankacılık işlemlerini şahsi bilgisayarlarından yapmaya başladılar. Böylelikle çağrı merkezine bağlanmak için de harcadıkları enerji ve zamanı daha da kısaltarak bankacılık işlemlerini daha az maliyetle yapabilir hale geldiler. Devamında bankacılık sektörü açısından önemli bir teknolojik gelişme ise mobil bankacılığın müşterilerin hizmetine sunulmasıdır. Akıllı telefonların yaygınlaşması ve müşterilerin bu kanala yönelmesiyle dünya genelinde sektör içerisinde hizmet veren tüm bankaların bilgi teknolojilerine yatırım yapmasını sağladı.

Mobil cihazlardan bankacılık işlemlerinin yapılmasıyla müşterilerin anında tüm bankacılık işlemlerini yapması müşteriler açısından tercih edilen alternatif dağıtım kanalı olduğu bilinmektedir. Mobil bankacılığın müşterilere sağladığı katkılardan kısaca bahsedilecek olursa; en hızlı ve kesintisiz bankacılık işlemlerinin yapılması, müşterilerin şubeye fiziki olarak gitmeden zamandan ve enerjiden tasarruf etmesini,

müşterilerin çeşitli bankacılık ürünlerini anlık takip edip inceleyerek ve detaylı raporlar elde ederek işlem yapmasını sağlamaktadır. Müşterilere bir diğer önemli katkısı ise maliyetten önemli ölçüde kar elde etmelerini sağlamaktadır (Coşkun, 2012, s. 45).

Katılım bankacılığında da teknolojik gelişmeler bankacılık sektöründe olduğu gibi hızlı gelişme kaydedememiştir. Bunun nedeni geleneksel bankacılık sisteminde paradan para kazanma yani faiz kavramı ile müşterilere kazanç sağlaması amacı hedeflenirken, katılım bankacılığında İslami usullere göre kazanç sağlanması hedeflenmektedir. Bu nedenle bir ürün ortaya çıkarken İslami kurallara uygun şekilde teknolojiye adapte edilmesi gerekir.

Katılım bankacılığında internet veya mobil bankacılık gibi alternatif dağıtım kanalları hizmetlerinde şube hizmeti ışığında bir hizmet kurulacağından müşterilerin de istediği bir hizmet türü olmaktadır. Bu nedenle katılım bankaları da diğer bankalar gibi 1990'lı yıllardan itibaren yatırım kaynaklarını teknolojik ürünlerin gelişimi üzerine kurmaktadır. Geleneksel bankacılık türüne göre katılım bankacılığında teknolojik gelişme şubeleşme üzerinden de devam etmektedir. Bunun nedeni henüz katılım bankacılığının geleneksel bankacılık türünde hizmet veren bankalar kadar şubeleşme ağına sahip olamamasıdır. İslami terimlerin uygulandığı katılım bankacılığında müşterilere daha iyi bir şekilde hizmet verilebilmesi için teknolojinin yanında insan gücü de kullanılarak katılım bankacılığının daha iyi ifade edilmesi gerekmektedir. Bu nedenle katılım bankaları son dönemde teknolojik araçlara yatırım yapsalar da yatırıma ayırdıkları bütçelerin bir kısmını yine şubeleşmeye ayırmakta ve istihdama katkı sağlamaktadırlar.

Katılım bankacılığındaki teknolojik gelişmelerin büyük bir çoğunluğu tüm dünya ve ülkemizde etkili olan pandemi dönemi ile hız kazanmıştır. 2019 yılının sonlarından 2020 yılının ortalarına kadar geçen sürede katılım bankaları teknolojik ürünlere yaptığı yatırımları artırmıştır. Bu kararda sokağa çıkma yasaklarının uygulanmasıyla birlikte bireylerin şubelere erişimin kısıtlı olmasının etkisi vardır. İslami kurallara göre hizmet veren katılım bankalarının teknolojik gelişmelere uyum sağlaması diğer geleneksel bankacılık türüne göre daha zor olacağından teknolojik kanallara yapılan

yatırımlarda geleneksel bankacılık da hizmet veren bankalara göre daha fazla miktarda olmuştur. Günümüzde alternatif dağıtım kanallarına bakıldığında da katılım bankalarının geleneksel bankacılık sisteminde hizmet veren bankalara göre rekabet edebilme kabiliyetlerini artırdığı görülmektedir (TKBB, 2022b).

Rekabet edilebilirliğe en büyük katkıyı sağlayan gelişme ise ülkemizde ve dünya genelinde başlayan uzaktan müşteri edinimi yani Digital onboarding uygulamasının hayata geçirilmesidir. Pandemi döneminin de etkisiyle günümüzde bankacılık alanında yaşanan en büyük teknolojik gelişme olarak kabul edilen Uzaktan Müşteri Edinimi ürünü tüm bankaların özellikle de katılım bankalarının müşteri sayılarını artırmasına ve rekabet ortamının gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu uygulama da bireyler istedikleri bankalara müşteri olabilmek için kimlik veya benzeri şahsi kartlarını akıllı telefonlarından tarayarak video konferans basamağına geçmekte ve banka çalışanları ile çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirerek istedikleri yerden kısa sürede banka müşterisi olup bankacılık ihtiyaçlarını hızlı şekilde gerçekleştirmektedirler. Bu teknolojik gelişmenin bireylere kazancı ise zamandan tasarruf etmek oldu. Ortalama 5-8 dakika arasında süren bu uygulama Asya kıtasındaki birçok bankanın 3 dakika gibi kısa sürelerle indirmesiyle sistemi daha da geliştirdi. TKBB Uzaktan ve Şubeden Müşteri Kazanımı Özet Raporu'ndaki verilere bakıldığında da nüfusun dünya geneline göre yoğunluğunu oluşturan ve finansal erişimin daha kısıtlı olduğu Asya kıtasındaki ülkelerin uzaktan müşteri ediniminde %99 seviyesinde başarılı olması teknolojinin bankacılık sektörüne olan katkısını göstermektedir. Avrupa'da bu oran en yüksek Fransa'dadır. Fransa bu uygulamada %75 oranında başarılı olmuştur. Ülkemizde ise uzaktan müşteri ediniminde başarı %56 oranında olmuştur. Ülkemizde şubeleşme oranı diğer ülkelere göre yüksek olduğundan bu uygulamaya olan talep daha çok şubeye erişimin kısıtlı olduğu coğrafi bölgelerde yüksektir. Katılım bankaları ise bu uygulamaya Mayıs 2021 tarihinden Ekim 2021 tarihine kadar geçen sürede uzaktan müşteri edinimi uygulaması ile 34,6 bin bireyin müşteri olmasına katkı sağlamıştır (TKBB, 2022a).

Sonuç olarak teknolojik gelişmeler bankacılık sektörüne büyük ölçüde katma değer sağladı. Birçok geleneksel türde bankacılık hizmeti veren kurumlar şubeleşme yerine alternatif dağıtım kanallarına yatırımlar yaparak hem elde ettikleri kar oranlarını

yükseltti hem de minimum tutarlarda yatırımlar yaparak maksimum kazançlar elde ederek sağladıkları fayda oranlarını artırdı. Katılım bankacılığında ise teknolojik gelişmeler daha geç sürede gerçekleşti. Bunun nedeni katılım bankalarının birçoğunun henüz şubeleşme oranlarında geri kalmış olmasıdır. Ancak pandemi dönemi ile birlikte bankacılık sektöründe rekabet ortamı büyük oranda teknolojik ürünlere yöneldi. Tüm bankaların elde ettikleri yatırımları dijital kanallara yöneltti ve katılım bankaları da kısa sürede geleneksel bankacılıkta hizmet veren kurumlarla rekabet edebilir hale geldi. Günümüzde İslami kurallara uygun olarak hizmet veren katılım bankalarının birçok ülkede yaygın hale gelmesi devam etmektedir. Bu nedenle katılım bankaları da rekabet ederken dijitalleşme dönemi ile birlikte teknolojik gelişmelere önem vermiş ve bireylere teknolojik kanallar üzerinden finansal hizmetler sunarak katılım bankacılığının rekabet ortamı içerisinde yükselmesine katkı sağlamışlardır.

2.6. Türk Bankacılık Sisteminde Teknolojik Gelişmeler

Ülkemizde bankacılık sektöründe teknolojik açıdan gelişmeler tüm dünya ile eş zamanlı olarak 1980-1990'lı yıllarda gerçekleşti. İlk olarak işlemler kısıtlı da yapılsa 1982 yılında ülkemizin küreselleşmeye açılması ile gerçekleşti ve İş Bankası tarafından ilk ATM'ler müşterilerin hizmetine sunuldu. Daha sonrasında hizmet veren tüm bankalar ATM sistemini kullanmaya başladı. Bu uygulama ile şubelerdeki yoğunluk azaltıldı ve müşteriler belirli işlemlerini ATM'lerden yapmaya teşvik edildi (Vikipedi, 2021).

1990'lı yıllara gelindiğinde ise teknolojik gelişmeler daha çok şubelerin içerisine taşınarak çalışanların müşterilerin işlemlerini daha hızlı yapabilmeleri için bilgisayar sistemine geçildi ve şubelerin içerisinde sıra almadan müşterilerin her işlemine kadar teknolojik ürünler ile hizmet verilmeye başlandı. Devamında müşterilerin harcamalarını yapabilmesi ve şubeden nakit ihtiyacını karşılamak için harcadığı zaman ve maliyeti minimum seviyeye indirilmesi için kredi kartı uygulaması yaygınlaştırıldı. Kredi kartı uygulaması birçok banka tarafından müşterilerine sunulurken büyük ilgi gördü ve bankalar içinde bir teknolojik üründen kazanç sağlama yolu açıldı. Kredi kartına olan ilginin yüksek olduğu ilk hizmete sunulan 1991 ile

1994 yılları arasındaki verilerden anlaşılmaktadır. 1991 yılında kredi kartına olan talep ülkemizde 671.894 iken 1994 yılında 1.467.132 sayısına ulaştı. Bu artış 2000’li yılların ortalarına kadar 3’er yıllık dönemlerde bir önceki döneme göre yaklaşık 2.5 kat artış gösterdi (Demirel, 2017).

2000’li yıllardan itibaren ise Türk Bankacılık Sektörü, dünyadaki diğer bankalara göre rekabet edebilir düzeye geldi. Özellikle kamu sermayeli bankalar olan Ziraat Bankası ve Halkbank, başta Türk Cumhuriyetleri olan Asya kıtasında ve Balkanlarda şubeleşerek yerli teknolojiyi dünyaya tanıtmaya imkânı buldu. Siyasi yenilenme içerisinde giren Balkanlarda Türk Bankacılık sisteminin yerel bankaların gelişmesine de katkı sağlayarak dünyaya ülkemizde hizmet veren bankaların ismini duyurma fırsatı bulundu. Teknolojinin bilgisayar ve akıllı telefonlar üzerindeki gelişmeleriyle birlikte birçok kişi tarafından ilgiyle karşılanması Türk Bankaları’nın teknolojik olarak ürünlerini tanıtmaya ve uluslararası müşteriler kazanmasına fırsat vermiştir.

2000’li yılların Türk bankacılık sistemi açısından bir diğer kazanımı da alternatif dağıtım kanallarının müşterilerin hizmetine sunulmasıdır. Akıllı telefonların bireylerin kullanımına sunulmasıyla bankacılık işlemleri telefon bankacılığı veya internet bankacılığından mobil bankacılık hizmetlerine geçti. Tüm bankalar İOS ve Andorid işletim sistemlerine uygun mobil şubeler düzenleyerek müşterilerin hizmetine sundu ve büyük ilgi görerek bankaların yatırımlarının mobil kanallara kaymasını sağladı. Bankacılık sektörü genel itibarıyla dinamik ve sürekli yenilenen bir hizmet aracı haline geldi. Özellikle kullanan müşterilerin şubeye ulaşmadan tüm işlemlerini kendi akıllı telefonlarından bile yapabilir hale gelmesi ve 7 gün 24 saat kesintisiz hizmet sunulması rekabet halindeki bankaların da alternatif dağıtım kanallarına önem vermesine ve sürekli yükselen bir performans göstermelerine yol açtı. Bankacılık sektöründeki teknolojik hareketlerin sürekli kendisini yeniliyor olması Türk Bankacılık sistemi açısından da önemli olup dünya genelinde markalaşan bankaların yabancı bankalarla rekabet etmesine destek olmaktadır. Sonuç olarak dijitalleşen dünyamızda ülkemizdeki bankaların da uluslararası düzeyde rekabet edebilmesi için sektördeki teknolojik yenilikleri yakından takip etmesi ve doğru teknolojik yatırımlar yaparak bankacılık sektöründe rekabeti kendilerinin belirlemesi ülkemize ekonomik gelir açısından da katkı sağlayacaktır. Böylelikle

müşterilerine hizmet veren bankalarımız da müşteri memnuniyetini artırarak, teknolojinin hâkim olduğu alternatif dağıtım kanalları üzerinden ek kazançlar sağlayabilir hale geleceklerdir.

2.6.1. Türk Bankacılık Sistemi'ndeki Teknolojik Gelişmeler Üzerine Yapılan Çalışmalar

Uzundağ (2013), çalışmasında ülkemizdeki internet kullanımının 2000 yılının başından itibaren yaygınlaşmasıyla birlikte işletmelerin de iyi hizmet verebilmesi için internet kullanımını yayınlattığından bahsederek, bankacılık sektöründe hizmet veren bankaların bir işletme gibi müşteri kazanımını artırarak rekabet etmeleri için teknolojik gelişmelere önem verdiğini açıklamıştır. Çalışmada örneklem olarak Aydın ilimizdeki bankaların müşterilerine daha iyi bir hizmet sunmak için teknolojik gelişmeleri takip etmesini ve müşterilerini alternatif dağıtım kanallarını kullanarak bankacılık işlemlerini teşvik ettiklerinden bahsedilmiştir. Sonuç olarak teknolojik gelişmeleri yakından takip edenlerin rekabet ortamında da diğer bankalara göre daha iyi konumda olacağı gösterilmiştir.

Engin (2015), çalışmasında bankacılık sektöründeki teknolojik gelişmelerin ülkemiz açısından genel bir değerlendirmesini yaparak teknolojiye önem veren ve yönetim bilişim sistemlerine önem veren ve bu bölüme yatırım yapan bankaların dijital kanallarını da geliştirerek müşterilerine daha hızlı ve az maliyetle hizmet verdiği anlatılmıştır. Çalışmada ülkemiz genelindeki bankalara yönetim bilişim sistemleri ile ilgili tavsiyeler verilmiştir. Sonuç kısmında ise bankacılık sektöründe ülkemizdeki rekabet ortamının yönetim bilişim sistemlerine yöneldiğini ve teknolojiye yatırım yapan bankaların daha fazla müşteri kazanımı sağlayacağı söylenmiştir.

Özhan (2016), çalışmasında 1929 Ekonomik Krizi ile 2008 Ekonomik Krizi'nin karşılaştırması yapılmıştır. 2008 Ekonomik Krizi'nden sonra ülkemizde bankacılık sektöründe hizmet veren bankaların diğer ülkelerdeki bankacılık sektöründe hizmet veren bankalara göre daha iyi bir ekonomik sisteme sahip olduğunu ve küresel rekabette daha iyi konumda olacağı fikri belirtilmektedir. Ancak bu rekabet ortamında ülkemizdeki bankaların teknolojik gelişmeleri sınırlı olduğu için rekabete

hazır olmadığı söylenmektedir. Sonuç kısmında ise ülkemizde bankacılık sektöründe hizmet veren bankaların teknolojik altyapılarını iyileştirerek 2008 Ekonomik Krizi'nden ve sonrasındaki pandemi döneminde yaşanan ekonomik sorunları atlatarak daha iyi bir konuma gelebilecekleri önerisinde bulunulmuştur.

Özcan (2007), çalışmasında ülkemizdeki hizmet veren bankaların alternatif dağıtım kanallarından olan internet bankacılığına olan yatırımlarının karşılaştırması yapılmıştır. Kamu sermayeli bankaların internet bankacılığına daha fazla yatırım yapabilirken özel sermayeli bankaların da rekabet edebilmek için internet bankacılığına daha fazla yatırım yaptığını ve araştırma yapılan dönemde internet bankacılığının daha fazla kullanılacağı bir döneme girileceği bilgisi verilmiştir. Sonuç kısmında ise ülkemizdeki bankaların internet bankacılığının kullanılması ve yaygınlaştırılmasını etkileyen en önemli faktörlerin de kullanım kolaylığı, uygunluğu veya etkinlik olduğu gösterilmektedir. Müşterilerin de 7 gün 24 saat internet şubasından hizmet almasının bankaların karlılığını artıracığı belirtilmiştir.

2.7. Dijitalleşme

TDK'ya göre dijitalleşme kavramı elde edilen verilerin veya yapılacak işlerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi anlamına gelmektedir. Dijitalleşmeye uyum sağlayan dizüstü ya da masaüstü bilgisayarlar, akıllı cep telefonları ve diğer cihazlar sayesinde bireylerin hayatlarını kolaylaştıran gelişmelerin günümüzde daha çok yaşanmasıdır. Bankacılık sektörü de her geçen gün dijitalleşmeye devam etmektedir. Sektörde yaşanan dijital gelişmeler bireylerin de bankacılık işlemlerinde dijital kanalların kullanılmasına da öncülük etmektedir. Bankacılık işlemlerinde dijitalleşme olaylarının hızlanmasıyla bireylerde bankacılık işlemlerinde zaman ve maliyetten tasarruf ederek ihtiyaçlarını gerçekleştirmektedirler. Yaşamsal faaliyetlerin neredeyse tamamının dijital kanallar üzerinden yapıldığı dünyamızda bankacılık sektöründe maliyetleri azaltacak her dijital buluş bireyler tarafından ilgi görmek ve hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanmaktadır (Garanti BBVA, 2020).

Günümüzde 4.0 Devrimi başlamış ve yapay zeka ile tüm ürünlerde dijital kavramların ön planda olması bankaların da dijital kanallara ilgi göstermesini

sağlamıştır. Sadece akıllı telefonlar üzerinden değil her türlü dijital ürün üzerinden alternatif dağıtım kanalları oluşturularak bireylerin hızlı bir şekilde hizmetine sunulmaktadır. Hizmet veren bankalar dijital kanallar aracılığıyla kendi müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamak için dijital alana büyük miktarlarda yatırımlar yapmaktadır. Dijitalleşmenin bankacılık sektöründeki en önemli unsuru bilgisayarlardır. Günümüzde dijitalleşmenin en önemli unsuru olan bilgisayarlar dijitalleşmenin de temelini oluşturarak akıllı telefonların da bankacılık sektöründe önemli bir unsur olmasını sağlamıştır (Garanti BBVA,2020).

2.8. Dijitalleşmenin Tarihsel Gelişimi

Dijitalleşme, ülkelerin toplumsal ihtiyacına ve sektörlerle göre dijital teknolojinin gelişimine uygun olarak sorunların çözümlenmesine katkı sağlar. Dijitalleşme de çeşitli alanlardaki iş akışlarının gelişmesini ve değişmesini sağlayarak bireylerin her alanda teknolojik ürünlere kısa yoldan ulaşmasına yardımcı olur. Bireylerdeki yaratıcılık ve gelişme çabasını merkeze alan dijitalleşme kavramı geleneksel çalışma alanlarının daha iyi sonuç vermesi amacıyla ortaya çıkmıştır.

Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar geçen sürede dijitalleşme uzay araçları gibi keşiflerin sağlanmasında ya da bir ürünün icadında kullanılırken bireylerin hayatlarının işleyişini kolaylaştırması için farklı sektörler için gelişme kaydetti. Bankacılık sektöründe şubesiz bankacılık ile başlayan süreç ATM'lerin ardından bilgisayar üzerinden internet bankacılığına akıllı cihazlar üzerinden de mobil uygulamaya kadar indirgenerek bireylerin tüm bankacılık işlemlerini en kısa sürede ve doğru yoldan yapılması sağlandı.

Tarihsel açıdan her olay ilerler ve gelişirken dijitalleşmede de bu durum aynı oldu. Bireylerin kullandıkları teknolojik ürünlere göre ürünlerin değişmesi ve gelişmesi sağlandı. Uzay, internet ya da otomasyon çağları gibi farklı isimler olsa da dijitalleşme günümüzde tüm ülkeler tarafından benimsenmiş ve özellikle bankacılık sektörünün de gelişmesine katkı sağlayarak hem bankaların yapacağı yatırım maliyetlerini azaltmış hem de bireylerin mali ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli bir rol oynamıştır. Üretimin ön planda olduğu ve işgücünün teknolojiye olan bakış

açısı değişmiş ve daha iyi konuma gelmiştir. Dijitalleşme kararları ülkelerin merkezi yönetimleri tarafından hızla kabul edilirken bireylerin sosyal hayatlarında hatta siyasi tercihlerine kadar etkilemiştir (SETAV, 2021).

Dijitalleşme alanı ATM'ler internet bankacılığı ve mobil bankacılık gibi sırasıyla küçülerek bankacılık sektöründe bireylerin ihtiyacını karşılaması en önemli katkılarından. Dijitalleşmenin etkilediği alanlar; hizmet, eğitim, sağlık, ticaret, sanat gibi bireylerin aklına gelecektir. Ayrıca bireyler birçok alanda dijitalleşmenin sağladığı katkılardan yararlanmaktadırlar. Örneğin bankacılık sektöründe kullanılan çalışanların bilgisayarlarından akıllı telefonlarına kadar her ürünü internete bağlanarak kısa sürede çözümlemektedir. Bunun için dijitalleşme açısından ülke yönetimlerinin dijital ürüne ağırlık vererek gelişmesine ve ihraç edilmesine katkı sağlamıştır. Sürekli olarak değişen ve kendisini yenileyen enerjilere dayalı bireylerin ihtiyaçlarına cevap verebilmek için dijitalleşme kavramı insanların hayatlarından hiçbir şekilde ayrılmayacak ve gelecekte bireylerin yaşamları ile sıkı sıkı bağları olmaya devam edecektir (Binbiriz, 2020).

2.9. Dijitalleşmenin Finans Alanında Kullanıldığı Yerler

Günümüzde dijitalleşmenin insan yaşamına girmesiyle birlikte hemen hemen her alanda dijitalleşme kavramı etkili oldu. Finans alanında dijitalleşme ilk olarak şubesiz bankacılık kavramı ile gerçekleşse de asıl dijitalleşmenin başlaması teknolojik cihazların bankacılık sektörüne girmesiyle gerçekleşti. Bu kavram başta ülkemiz olmak üzere birçok ülkede bilgisayarların çalışanların hizmetine verilmesi ve bireylerin de bilgisayarlar üzerinden internet bankacılığı sisteminin kullanılmasıyla başladı.

Dünya'da bireylerin çalışma hayatlarını değiştiren ve geliştiren teknolojik gelişmeler ile finans alanı da dijital gelişmelerden etkilendi ve günümüze kadar geline süreçte teknoloji çağına cevap vermek için sürekli olarak gelişmeye ve değişmeye devam etti. Dijitalleşmede yenilenen finansal ürünlerde ve hizmetlerde yapılan finansal girişimler geleneksel finans sistemine göre olumsuz etkiler yaratabilir. Bu etkiler de yeniliğe finansal açıdan hazırlıksız yakalanan kurumlar dijital ürünlere geç sahip

olacağından rekabet ortamında geriye düşebilir. Dijitalleşme finansal alanda kendisini yenileyen kurumlar açısından önemli kazanç kaynakları sağlayabilir. Örnek verilecek olursa İngiltere’de faaliyet gösteren Revolut isimli dijital banka geleneksel bankaların aksine tamamen şubesiz hizmet ermektedir. Buna rağmen müşteri sayısı birçok hizmet veren geleneksel bankalardan fazladır. Çünkü dijitalleşme ile birlikte geleneksel bankaların verdiği ATM kartı, döviz alım-satımı, kripto para alım-satımı ve bireyler arasındaki para transferleri gibi hizmetleri sunmaktadır. Yaklaşık 4 milyon müşterisi ile geleneksel bankalardan daha fazla kar elde etti (Alam ve diğerleri, 2021, ss. 24-25).

Yapay zeka veya büyük veri sistemiyle dönüşüme başlayan finans sektöründe, dijitalleşmeyle kendisini geliştirmek için maddi kaynaklar ayrılarak büyük çabalar sarf edilmektedir. Bireyler de finans sektörü içerisinde dijitalleşmeyi kullanmak istemektedirler. Bireylerin dijitalleşmeyi kullandığı alanlar şu şekilde belirtilebilir; finansal aracılık hizmetlerinde maliyetlerin düşürülmesi için imkan sağlanan mobil uygulama veya internet bankacılığı üzerinden dijitalleşme desteği bulunan alternatif dağıtım kanallarını kullanmaktır. Bir diğer bireylerin kullandığı dijital ürün ise yapay zeka ve makineleşmeden doğan düşük maliyetli büyük riskler taşımayan dijital kanalları kullanmaktır (Rockwell Automation, 2022).

Dijitalleşmenin İslami Finans açısından öneminden de kısaca bahsedilecek olursa, İslami finans hızla gelişen bir sektördür. 2018 yılında değeri 2.05 Trilyon \$ iken günümüzde 2.5 Trilyon \$ ‘a çıkmıştır. İslami bankacılık sistemi de İslami finans sistemi içerisinde %71 oranında yükselterek 1,72 Trilyon Dolar’a yükselerek büyük bir paya sahip oldular (Salaam Gateway, 2019).

Yapılan araştırmalara göre de İslami finansın en çok geliştiği bölgelerden olan Orta Doğu ve Afrika’daki birçok finans kurumlarının dijital firmalar ve fintech kuruluşları ile ortaklıklar kurularak bu müşterilerinin %45’inin dijitalleşen kurumları daha fazla tercih edeceğini belirtmektedir. Verilere göre 2017 yılında dünyada sadece 5 bölgede hizmet veren İslami finans kuruluşları dijitalleşmenin etkisiyle dünyada 20 bölgede hizmet vermeye başladı. 2021 yılının sonlarında İslami finansı tercih eden müşteri sayısında 150 milyondan fazla müşteri artışı yaşanmıştır (EY, 2021b).

2.9.1. Dijitalleşmenin Finans Alanında Kullanıldığı Yerler Üzerine Yapılan Çalışmalar

Erden ve Topal (2021), çalışmasında gelişen teknolojik ürünlerin bireylerin yaşamlarında büyük değişiklikleri beraberinde getirdiğini ve dijitalleşme ile bireylerin her alanda kişisel yaşantılarının değiştiğinden bahsedilmiştir. Bu değişimdeki en büyük etkenin dijitalleşme olduğu belirtilerek teknolojinin finans alanında da bireylerin yaşantılarını nasıl değiştirdiği örneklerle gösterilmiştir. Ülkemizdeki ve dünyadaki fintech ve İslami fintech üzerine yapılan diğer araştırmalar detaylı olarak incelenmiş ve analizleri yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise dijitalleşen finans sektöründe bireylere sağladığı düşük maliyetler, kesintisiz ve sürekli erişimler ile şeffaflık ve kolay kullanım hizmetlerinin finans sektöründeki dijitalleşme çabalarına pozitif katkı sağladığı söylenmektedir.

Yolusever (2018), çalışmasında finansal alandaki dijitalleşmenin gelişiminden kaynaklı finansal risklerin ortaya çıktığını belirtmiştir. Bu risklerin bireylerin dijital kanallara karşı ön yargılı olabileceği söylenmiştir. Ancak çalışmanın sonuç kısmında ise bireylerin dijitalleşen finans sektörüne ilgi gösterdiği ve dijital ürünleri tercih ettiği analizlerle gösterilmiştir.

Demir (2021), çalışmasında finans alanındaki dijitalleşme çalışmalarının nakit akış sisteminin, finansal analizleri ve mali gelişmelerin gelişimine bağlı olarak gerçekleştirilmekte olduğu söylenmiştir. Özellikle dijitalleşen finans alanlarında çalışan yöneticilerin finans konularında daha çok düzenlemesine destek verilmesine katkı sağlamaktadır. Çalışmanın sonuç kısmında ise analizler yapılarak dijital finans alanında bireylerin hizmetine sunularak kurumların daha fazla gelir elde etmesini sağlayacağı belirtilmiştir.

Gümüş vd. (2020) çalışmalarında, finans sektöründe dijitalleşme ile birlikte yapay zekâ uygulamaları ile bireylerin mali işlerinde kullandıkları ödemelerini ve tasarruflarını dijitalleşme ile ne kadar geliştirdikleri belirtilmiştir. Dijitalleşme ile birlikte yapay zekâ kavramının da tanımı yapılarak ve finans sektörü içerisindeki

işleyiş incelenmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ise bireylere uygulanan anket çalışmaları ile birlikte dijitalleşen finans uygulamalarına olan ilgi analiz edilmiş ve önerilerde bulunarak dijitalleşen finans sektörünün içeriği açıklanmıştır.

2.10. Dijitalleşmenin Bankacılık Alanındaki Gelişimi

Küreselleşen dünyamızda dijitalleşme ülkelerin siyasi ve ekonomik açıdan rekabette diğer ülkelere göre öne çıkmasını sağlamaktadır. Ekonomik alanda da önemli sektörlerden birisi bankacılık sektörüdür. Bankacılık sektörü, dijitalleşmeden büyük oranda etkilenmektedir. İnternetin yaygın ağ haline gelmesi ve bireylerin akıllı telefonlar kullanarak bu telefonlardaki uygulamalardan yararlanması bankacılık sektöründe de dijitalleşmenin hangi konular üzerinde etkili olacağını belirtmektedir (Wirdiyanti, 2018).

Dijitalleşme, bankacılık sektöründe müşteriler üzerinde önemli bir tercih faktörü olmuştur. Bu faktörünün müşteriler açısından hayatını kolaylaştırması ve müşterilerin maliyetlerini azaltması ile bankalar da müşterilerine, teknolojiyi bankacılık işlemlerine dahil ederek alternatif dağıtım kanallarına yatırım yaptılar ve bankacılık alanındaki rekabet ortamının dijital açıdan gelişmesine katkı sağlamıştır. Ayrıca dijitalleşme kavramı günümüzde bankacılık sektöründeki rekabetin gelişmesine de katkı sunmaktadır. Bankacılık sektöründe etkili olan dijitalleşmenin ilk aşaması 1980’li yılların sonu 1990’lı yılların başında gerçekleşen internet kanalıdır. İnternetin gelişmesiyle birlikte bankacılık sektörü de müşterilerine şubeye gelmeden internet bankacılığı üzerinden hizmet verme dönemini başlattı. Dijitalleşmenin ikinci aşaması ise akıllı telefonların hizmete sunulması ve yaygınlaşmasıyla birlikte mobil uygulamalar aracılığıyla internet üzerinden bankacılığa girme maliyetini de azaltarak bireylerin hızlı bir şekilde akıllı cihazlarından bankacılık işlemlerini güvenli bir şekilde yapmasını sağladı. Birçok banka dünya genelinde kendi yatırımlarıyla dijitalleşmeyi sağlasa da bankacılık sektörü ile beraber finansal teknoloji şirketleri de hizmet vermeye başlamıştır. Bu durumla birlikte bankacılık sektöründe de rekabet ortamı gelişmiş kendi iç kadrolarıyla dijitalleşmeye ayak uyduran bankaların yanında profesyonel destek alan bakalar da rekabette öne geçmeye başladı (Roa, 2019).

Dijitalleşmenin bankacılık sektöründeki önemli gelişmeler 4 farklı dönemde incelenmektedir. Bu dönemlerden ilki internetin kullanımının yaygınlaştığı 1990'lı yılların sonundaki dönemdir. 1998' de başlayan dijitalleşmenin ilk dönemi müşteri ilişkileri yönetimi merkezileri ile telefon bankacılığının kurulmaya başlandığı zamandır. Devamında bu dönemde bankalar veri tabanı yönetimleri de kurmuşlardır. Bu dönemde internet bankacılığı gelişmeye başladığından bankalar rekabet için internet yoluna başvurmuş ve müşterilerinin e-maillerini sistemde kaydederek bankacılık işlemlerinde tanıtım ve dijitalleşme işlemleri başlamıştır. 2000'li yıllardan sonra bankacılıkta dijitalleşmenin ikinci adımında ise dijital kanallardan kredi veya finansman başvuruları işlemleri başlamıştır. Devamında alternatif dağıtım kanallarından müşteri olma süreçleri ve internet ağlarından fatura ödemeleri yapılmaya başlanmıştır. 2008 Ekonomik Krizi'nden sonra bankacılık alanında tüm dünyada düzenlemeler getirildi ve dijitalleşmeye daha fazla önem verildi. Büyük veri ve bilgi teknolojisine önem verildi. Müşterilerin tüm ihtiyaçlarının karşılanması için bilgileri dijital ortamlarda saklandı. Akıllı telefonların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte mobil bankacılık uygulamaları da gelişti ve tüm işlemler bireylerin kendi akıllı telefonlarından tüm işlemler yapılmaya başlandı. Dijitalleşmenin bankacılık sektöründeki gelişiminin günümüzde Endüstri 4.0 kavramıyla birleşmesi sonucunda yeni ürünler ortaya çıktı. Dijitalleşmenin bu bölümünde tam anlamıyla alternatif dağıtım kanalları gelişti ve müşterilerin her finansal ihtiyaçlarını karşılayabileceği bankacılık ürünü haline geldi. Veriler dijital ortama alındı. Müşterilerin bütün bilgilerini bankalar dijital verilerinde saklayarak sadece kendi iç hizmetlerinde müşterilerin ihtiyaçlarına yönelik ürünler üretmek için yararlanabileceği güvenilir dijital altyapılar oluşturulmaya başlandı. Bankalar rekabet ortamında müşterileri merkeze alarak teknolojik gelişimlerini ihtiyaç duyulan müşteri verileri üzerinden yapmaya başladı (Khanboubi ve diğerleri, 2019, s. 80).

Sonuç olarak 1980'lerde başlayan dijitalleşme gelişmeleri bankacılık sektörüne diğer sektörlerden daha hızlı girerek ürünlerin sürekli gelişmelerini sağladı. Bireylerin dijitalleşmeye olan ilgisine bankalar da karşılık vererek tüm dijital kanallarını geliştirmeye başladı. Pandemi dönemi ile birlikte dijitalleşmeye önem veren geleneksel bankalar ve katılım bankaları teknolojik araçlara önem vererek

müşterilerine temassız bir şekilde tüm işlemlerini yapabilecekleri ürünleri sunmaya başladılar.

2.10.1. Dijitalleşmenin Bankacılık Alanında Gelişmesi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Demirhan (2021), çalışmasında ülkemizdeki bankacılık sektöründe hali hazırdaki dijitalleşme düzeyi ile alternatif dağıtım kanallarının gelişmesinin şubeleşme üzerindeki etkisini incelemiştir. Dijital ortamda yayınlanan çalışmalar da incelenerek bankacılık sektörünün bilgi birikimiyle yorumlaması yapılmıştır. Sonuç kısmında ise dijitalleşmenin şube kanalında müşterilerin fiziki olarak gitmesinin azalmasına, şubede yapılan finansal işlemlerin azalmasına, şubelerdeki çalışan personellerin azalmasına ve maliyetlerin azalmasına yol açtığı belirtilmiştir.

Koç (2020), çalışmasında bankacılık sektöründeki paranın ve merkez bankalarının dijitalleşmesinin incelenmesi yapılmış ve paradaki dijitalleşmenin merkez bankalarındaki sistemleri de bir süre sonra teknolojik ürünlerle geliştirerek dijitalleşmenin etkili olacağı anlatılmıştır. Çalışmanın genelinde paranın dijitalleşmesi ile birlikte merkez bankalarının dijital para konusunda dönüşüme başlayacağı incelenmiştir. Sonuç kısmında ise para sağlayıcı faktörlerin bankacılık sektöründeki dijitalleşme kısmında gelişen parasal hareketlere yönelik olarak etkisiz kalmaması gerektiği önerisinde bulunulmuştur.

Arslan ve Yavuzaslan (2019), çalışmalarında bankacılık sektöründeki dijitalleşmenin ülkemizdeki yeri incelenerek bankacılığın bireylere ne kadar dijital ürün sağlayarak işlemleri kolaylaştırdığının anlatılması amaçlanmıştır. Çalışmanın genelinde bireylere anketler uygulayarak ülkemizdeki bankacılığın dijitalleşmesi üzerine veriler toplanmıştır. Sonuç kısmında ise çalışmanın ülkemizdeki bankacılık sektöründeki dijitalleşmenin bireylerin yaşamlarına yenilikler getirdiği ve finansal ihtiyaçlarını dijital kanallardan hızlı bir şekilde karşıladığı belirtilmiştir.

Korkmazgöz ve Ege (2020), çalışmalarında tüm dünyada güncel olan teknolojik aletlerin öneminin sürekli artması ile birlikte çeşitli kuruluşlarında teknolojiye önem

vermesi ve dijitalleşme konusunu ön plana çıkardığını göstermiştir. Finans ve dijitalleşmenin günümüzde iç içe geçmiş terimler olduğu söylenerek finansal teknoloji yani fintech kavramının bankacılık sektöründe etkili olduğunu belirtmiştir. Finans dünyası içerisinde yer alan bankaların dijitalleşme ile birlikte yeni ürünler üretilip müşterilerine sunarak rekabet içerisinde ön planda olmak istediklerini ve bireylerin finansal hayatlarını kolaylaştırmak için gerekli yatırımlar yaptıkları söylenmiştir. Bu yatırımlar içerisinde en önemlisi ise mobil bankacılık uygulamasıdır. Bireylerin finansal ihtiyaçlarını hızlı ve daha az maliyetle karşılayabilmeleri bankaların mobil bankacılık ürünlerine daha fazla yatırım yapması ihtiyacını ortaya çıkardı. Çalışmanın sonuç kısmında ise mobil bankacılık ürünlerine önem vererek işlem ağırlıklarını bu kanala yönlendirmelerini ve ülkemizdeki mobil bankacılığın daha iyi yerlere gelmesinin bireylerin hayatlarını daha fazla kolaylaştıracağı söylenmiştir. Bu önermelerde anketler yardımıyla toplanan verilerin analiz edilmesiyle ölçülmüş ve yorumlanmıştır.

Palabıyık ve Başol (2020), çalışmalarında bankacılık sektöründeki dijitalleşmeyi parasal açıdan incelemiştir. Çalışmada dijitalleşmeden küresel düzeyde hizmet veren bankaların sektöre olan yatırımlarının para alanına kaydırıldığından bahsedilmiştir. Sonuç kısmında ise blok zincir teknolojisinin bankacılık sektöründeki istihdamı etkileyerek bankaların dijitalleşmeye yönelik verilerini kullanabilen bireylerden oluşacağını belirtmişlerdir.

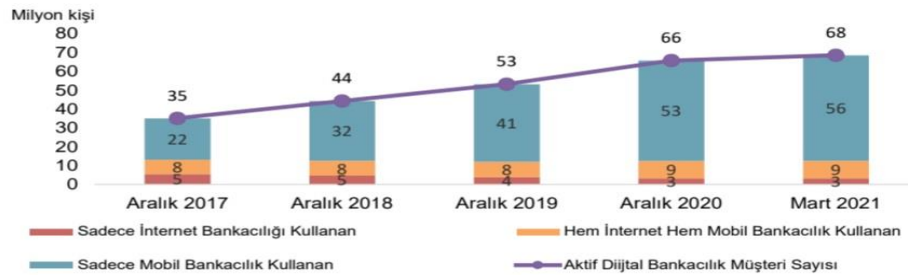
2.11. Türk Bankacılık Sistemindeki Dijitalleşme Çalışmaları

Günümüzde teknolojik gelişmeler her alanda etkili olduğu gibi bankacılık sektöründe de etkili oldu. Dijital ürünlerin ortaya çıkmasıyla birlikte müşteriler de hem zamandan hem de maliyetten kurtulmak için teknolojiye önem veren bankalara yöneldi. Bu yönelme özellikle pandemi döneminde daha fazla etkili oldu. Teknolojik gelişmelerdeki dinamizm bankacılık sektöründe de derinden değişimlere yol açtı. Bankacılık alanında yeni hizmete sunulan bir ürün hızlı bir şekilde ulaşılabilir hale geldi ve kısa sürede birçok bireyin ürünlere erişmesini sağladı. Ayrıca bankalar tarafından hizmete sunulan bu ürünlerin de müşterilerine ulaştırma açısından

maliyetlerini azaltarak bankaların karlılık seviyelerini artırdı. (Arslan ve Yavuzaslan, 2019, ss. 965-966).

Türk bankacılık sisteminde de dijitalleşme tüm dünya ile eş zamanlı olarak gelişme gösterdi. İlk olarak bankalar kendi çalışanlarının gün içerisindeki işlemlere ayırdıkları zamanı hızlandırmak ve daha fazla müşteriye hizmet vermeleri için bilgisayar teknolojisini kullanmaya başladı. Daha sonrasında şube içerisinde başlayan dijitalleşme teknolojik ürünlerin de yardımıyla şube dışındaki faktörlere yansıdı. Müşterilere ilk olarak internet bankacılığı hizmeti sunuldu. Daha sonrasında akıllı telefonların gelişmesiyle mobil uygulamalar üzerinden mobil bankacılık hizmetleri sunuldu. Pandemi sonrasında ise bankacılık sektöründe dijitalleşme uzaktan erişilebilir sistemler üzerinden ilerledi. Ülkemizdeki bankacılık sistemi de uzaktan erişime uygun hareket etti. Örneğin, Garanti Bankası, İş Bankası, Yapı Kredi ve QNB Finansbank gibi özel sermayeli bankalar yatırımlarını uzaktan canlı destek sistemleri üzerine kurarak müşterilerinin herhangi bir bankacılık sorunu yaşaması durumunda mobil cihazlarından canlı destek bağlantıları ile müşteri temsilcilerine bağlanarak yazışmalar aracılığıyla bankacılık işlemlerinin çözülmesini sağladı. Bunun haricinde ülkemizde hizmet veren bankaların hemen hemen tümü rekabet ortamında müşteri kazanımlarını artırmak için uzaktan müşteri edinimi uygulamasını başlattı. Akıllı telefonlar üzerinden NFC özelliği olan tüm telefonlardan kimlik ve yüz taramaları yapılarak kısa süreliğine müşteri temsilcilerine bağlanıp görüşme gerçekleştirilerek müşteri olmaları sağlandı. Bu gelişme ülkemizde ve tüm dünyada bankacılık sektörü açısından dijital bankacılığa yatırım yapmanın rekabet ortamında ne kadar önemli bir yatırım kaynağı olduğunu gösterdi (Ustaömer, 2019, s. 19).

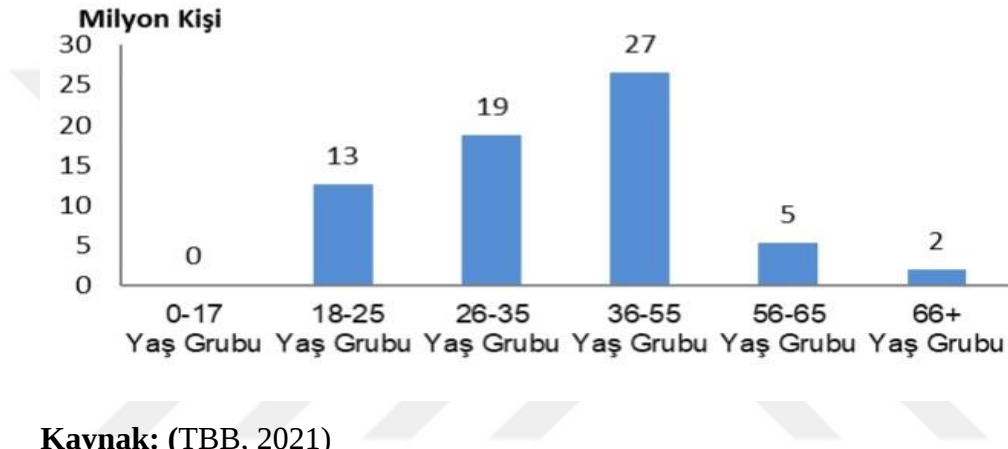
Şekil 2.2: Türkiye’de bankacılık işlemlerinde alternatif dağıtım kanalları kullanım oranları (kişi bazında)



Kaynak: (TBB, 2021)

Şekil 2.2’ye görüldüğü gibi 2017, 2018, 2019 senelerinde dijital bankacılığı kullanan kişi sayısı düzenli bir artış göstererek 9 Milyon kişi artmıştır. Ancak pandemi dönemi ile birlikte dijital kanalları kullanan kişi sayısından önceki dönemlere göre daha fazla artış göstermiştir. Bu grafikten çıkarılacak sonuç ise Türk Bankacılık Sisteminde dijitalleşme 2017 senesinde nüfusun yarısından biraz fazla iken 2021 senesinde ülkemizdeki nüfusun büyük bir bölümü dijital bankacılığı kullanmaya başlamıştır.

Şekil 2.3: Türkiye’de alternatif dağıtım kanallarını kullanım oranları (yaş grupları bazında)



Şekil 2.3’de görüldüğü gibi ülkemizde 2021 yılında yapılan son TBB raporuna göre alternatif dağıtım kanallarını kullanan nüfusumuzun yaş gruplandırması yapılmıştır. Grafikte 26-55 yaşa arasındaki nüfus, dijital kanallara en fazla ilgi gösteren yaş grubudur. Bunun nedeni çalışma hayatında da etkin nüfus olduklarından zaman ve maliyet kavramı bu yaş grubu için oldukça önemlidir. Ülkemizdeki bankaların birçoğu da bu yaş grubuna uygun olan dijital ürünleri üreterek hizmete sunmaktadır. Böylelikle bankacılık sektöründe oluşan rekabet ortamında öne çıkarak müşteri sayılarını artıracaklardır.

2.11.1. Türk Bankacılık Sistemi’ndeki Dijitalleşme Üzerine Yapılan Çalışmalar

Ustaömer (2019), çalışmasında günümüzde teknolojinin gelişmesinin Endüstri 4.0 kavramı ile başlamasını ve gelişme kaydetmesini göstererek bankacılık sektörünün de dijital gelişim içerisinde olduğunu belirtmiştir. Çalışmada özellikle gelişmekte

olan ülkelerin bankacılık sektörüne önem verdiğini söyleyerek ülkemizin geliştirmekte olan ülkeler kategorisinde olduğunu ve bankacılık sektöründeki dijitalleşmenin müşterilerin işlem hızı ve maliyetlerini azaltmasının önemli olacağı vurgulanmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise Türk Bankacılık sektöründe gelişen teknolojiler ile birlikte yaşanan dijitalleşme sürecinin ele alınmasıyla bir çalışma yapıldığını ve Dijital Bankacılık kullanım oranlarının bankalar tarafından takip edilerek bu alana yapılacak doğru yatırımların bankacılık sektörünü geliştireceği sonucu ortaya konulmuştur.

Yazgan vd., (2022), çalışmalarında tüm dünyada yaşanan dijitalleşme ile birlikte ülkemizdeki bankacılık sektörünün dijitalleşmeye uyum sağlayarak kendisini yenilemesi ve modern teknolojiyi kullanarak müşterilerine hizmet vermesinin bireyler açısından önemli olduğu ifade edilmiştir. Çalışma da amaç olarak dijital bankacılığın müşteriler açısından önemi açıklanarak, bankaların dijital araçlarla birçok avantaj sağladığı ön plana çıkarılmış ve bankacılık sektöründe yaşanan dijital gelişmelerin müşterilerin işlem sayılarının, şubelerde çalışan personel sayısının ve şubeleşme sayısının nasıl etkilendiği belirtilmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ise dijital bankacılık konusunun özeti yapılarak sağladığı avantajlar belirtilmiştir.

Beybur (2022), çalışmasında günümüzde dijital bankacılığa önem veren bankaların ulaştığı müşteri sayıları ile birlikte sermaye büyüklükleri incelenmiştir. Çalışmanın amacı olarak Türk bankacılık sektöründe BDDK tarafından yayımlanan şubesiz dijital bankacılık lisansının verilmesiyle ilgili yönetmelik incelenerek şubesiz bankacılığın ülkemizdeki yeri anlatılmıştır. Çalışma da ülkemizdeki dijital bankacılıkta önemli rol oynayan ve şubesiz bankacılık hizmeti sunan bankalar üzerinden yapılan analizlere yer verilmiştir. Çalışmanın sonucunda ise Türk bankacılık sistemindeki dijital uygulamaların başarılı olma düzeylerinden elde edilen analiz sonuçları yorumlanarak önerilerde bulunulmuştur.

Çelik ve Mangır (2020), çalışmalarında, Dünya’da ve ülkemizde dijital bankacılığın tarihsel gelişimi yapılmış ve ülkemiz ile dünya genelinde hizmet veren bankaların dijitalleşmeye verdikleri önemin karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada birçok bankanın vermiş olduğu dijital hizmet ve müşteri sayıları üzerinden analizler

yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise ülkemizdeki hizmet veren bankaların pandemi döneminin başlamasıyla birlikte dijital kanallara yatırımlar yaparak dünya geneline göre daha geç gelişme gösterdiği belirtilmiştir.

Yakın ve Erdil (2012), çalışmasında Türk Bankacılık Sektöründe dijitalleşme çalışmalarının arttığı ve müşterilere daha fazla teknolojik ürünler sunulduğunun analizlerinin yapılması amaçlanmıştır. Bu dönemde dijital bankacılık ürünlerine önceden yatırım yapan bankaların müşteri memnuniyetleri artarak sektör içerisindeki rekabette önde oldukları ve müşteri sayılarını artırdıkları söylenmiştir. Sonuç kısmında ise dijital ürünlere doğru zamanda doğru yatırımları yapan bankaların müşteri sayılarındaki artışın karlılık oranlarını da artırdığı ifade edilirken, dijital ürünlere daha az yatırım yapan bankaların ise rekabet ortamında pandemi dönemine hazırlıksız yakalanarak müşteri sayılarında kayıplar yaşadığı ve karlılığının azaldığı belirtilmiştir.

2.12. Dijitalleşmenin Katılım Bankacılığındaki Gelişimi

Günümüzde dijitalleşme Dünya’da ve ülkemizde geleneksel bankacılık alanında hizmet veren bankalar tarafından daha hızlı ve daha az maliyetler ile sağlanabilirken katılım bankacılığında dijitalleşme daha farklı ve daha maliyetlidir. İslami koşullara göre hizmet veren katılım bankalarında hizmet verilen türler daha farklı olduğundan dijital kanallar oluşturulurken daha fazla zaman ve maliyet harcanmaktadır.

Bankacılık sektöründe katılım bankaları müşterilerin teknolojik beklentileri ve ihtiyaçlarına yönelik olarak İslami şartlara uygun dijital ürünler üretmeye yönelmiştir. Bu şartlardan bazıları şubelerdeki operasyonel birimlerin çalışma koşullarının artırılması ve dijital ürünler yardımıyla müşterilere daha az maliyetli ve kısa zamanda hizmet verilmesi ve müşterilerinin katılım bankacılığı deneyimlerinin iyileştirilmesine yöneliktir.

Katılım bankacılığında dijitalleşmenin özellikle pandemi döneminden sonra artmasıyla birlikte neo-banka olarak tarif edilen fintech temelinde oluşturulmuş katılım bankaları tüm dünyada hizmet vermeye başladı. Bu bankalar müşterilerine

daha iyi hizmet etmek ve beklentilerini karşılamak için teknolojik ürünlerden müşterilerin daha az maliyetle yararlandığı katılım bankaları olarak hizmet vermektedirler. Pandemi dönemi ile birlikte katılım bankaları da sürdürülebilir ve finansal araçlara kolay ulaşılabilir alternatif dağıtım kanallarının gelişmesine yatırımlar yaptılar. Katılım bankaları da dijitalleşme çalışmalarıyla birlikte değışen teknolojik ürünlere geleneksel sistemde hizmet veren bankalardan daha geç sürede erişmiş olsalar da dijital kanallara büyük miktarlarda yatırımlar yaptılar (TKBB, 2022a).

Katılım bankacılığında dijitalleşme çalışmaları müşterilerin geleneksel bankacılık sisteminde aldıkları hizmetten daha hızlı ve daha az maliyetli olması için yapılmaktadır. Bunun yanında İslami açıdan hassasiyetin de temel alınmasıyla dijitalleşme çalışmaları sonucunda müşteri memnuniyetini daha çok artacağı ve bankacılık sektörü içerisindeki rekabette katılım bankalarının daha iyi bir konumda olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle dijital bankacılıkta dijitalleşme çalışmaları müşterilerine gelişmiş şekilde hizmet vermek, şubelerdeki işlem verimliliğini artırmak, son teknoloji ürünlerinin kullanılmasını sağlamak, dijitalleşmeyi kolaylaştıracak düzenlemeler getirmek, fintek ekosistemine dahil olmak, finansal olanaklara erişimin kolaylaştırılmasını sağlamak üzerinde durulmaktadır. Ayrıca bazı ülkelerdeki katılım bankaları yapay zekâ sisteminden yararlanarak dijital bankacılık hizmetleri vermeye başlamış bazı katılım bankaları da blok zincirler kurarak sanal paranın ticaretini müşterilerine ürün olarak sunmaya başlamışlardır (TKBB, 2021).

Bu durumun dışında katılım bankalarının dijitalleşme açısından en fazla değeri verdikleri konu API Platformları olmuştur. Akıllı cihazlar ve internet ağları üzerinden rahatlıkla ulaşılabilen uygulamaları geliştirerek sosyal medya ağlarından da erişilebilir hale getirmişlerdir. Bazı sosyal medya ağları kendi sistemleri üzerinden bankacılık sitemlerine ulaşımın güvenli olmayacağını paylaşırsa da günümüzde uluslararası ve ülkemizde hizmet veren katılım bankaları sosyal medya ağlarından erişimi kolaylaştırmakta ve reklamlarını yine sosyal medya ağları üzerinden vermektedirler. Ayrıca yine sosyal medya ağları üzerinden fintek ürünlerinin tanıtımı ve erişimi de hızlı ve kolay ulaşılabilir şekilde katılım bankacılığı müşterilerine sunulmaktadır (Fintech İstanbul, 2019).

2.12.1. Dijitalleşmenin Katılım Bankacılığı Arasındaki Bağı Üzerine Yapılan Çalışmalar

Aydın, S., ve Tavukçu, A. (2019) çalışmalarında, dijital pazarların katılım bankacılığından hizmet alan müşterilerin müşteri sadakatleri ve müşteri memnuniyetlerine olan etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Çalışma da katılım bankacılığında dijital pazarlardan hizmet alan müşterilere yönelik anket çalışması yapılarak veriler toplanmış ve bu toplanan verilerin analizleri yapılarak ölçümler gerçekleştirilmiştir. Bu ölçümlerin sonucunda katılım bankacılığı müşterilerinin dijital pazarlardan hizmet almasının müşteri memnuniyetini artırdığı, bunun sonucunda da müşteri sadakatinin arttığı ifade edilmiştir.

Aslan, S., ve Torlak, Ö. (2022) çalışmalarında, katılım bankacılığının ülkemizdeki geleneksel sistemde hizmet veren bankalara göre büyümesinin devam ettiğinden söz edilerek günümüzde hizmet veren kamu bankalarının da katılım bankası kurmalarıyla birlikte katılım bankacılığında büyümenin daha hızlı olacağı belirtilmiştir. İslami esaslara göre faizsizlik prensibi ile hizmet veren katılım bankalarında dijitalleşmenin büyümeleri için önemli olduğu vurgulanmıştır. Katılım bankalarından hizmet alan müşterilerin dijital ürün hizmeti almasıyla birlikte oluşan müşteri memnuniyeti ve müşteri algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Çalışmada veriler katılım bankacılığından hizmet alan müşterilere uygulanan anketler ile toplanmıştır. Anketlere uygun analizler yapılarak çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında dijital kanallardan hizmet alan katılım bankacılığı müşterilerinin zamandan ve maliyetten tasarruf ettikleri için müşteri memnuniyetlerinin arttığına ulaşılmıştır.

Yurttadur (2021a) çalışmasında, katılım bankacılığının İslami bankacılık sistemi olarak ülkemizde ve dünyada her kesime uygun bankacılık hizmeti verebileceği için her bireye yönelik olarak çalışmalar yapılabilmesi ve İslami finans ürünlerinin kullanımının daha geniş kitlelere ulaşması için çalışmalar yapılmasının önemi vurgulanmıştır. Çalışmada genel olarak katılım bankacılığında en fazla kullanılan ürünlerin dijitalleşme ile birlikte gelişmesi sonucunda ürünlerin her birinin ayrı ayrı reel sektörlerde hangi amaçlarla nasıl kullanıldığının açıklaması yapılmış ve tarihsel gelişiminin ele alınmasıyla katılım bankalarının ortaya çıkmasında ve bireylere

hizmet vermesinde nasıl daha fazla etkin olabileceği tartışılarak müşterilerine fon toplama ve finansman desteği sağlama konusundaki yöntemlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada genel anlatımlarla dünyada ve ülkemizdeki katılım bankalarının tarihsel gelişimi incelenmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ise hizmet veren katılım bankalarının dijital finans ürünlerinin müşterilerine iyi bir şekilde sunulmasıyla birlikte bu ürünlerin müşteriler tarafından kullanım oranlarının artacağı ifade edilmiştir.

2.12.2. Dijitalleşmenin Türk Katılım Bankacılığı Arasındaki Bağı Üzerine Yapılan Çalışmalar

Çetin (2017) çalışmasında, bankacılık sektörü içerisinde önemli bir yere sahip olan katılım bankacılığının dijitalleşme ile birlikte ürün ve hizmetlerinin de geliştiği belirtilmiştir. Katılım bankacılığından hizmet alan müşterilerin de tüketici eğilimleri ve satın alma davranışları ile aynı ölçüde olup müşterilerin karar aşamalarında önemli olduğunu vurgulamıştır. Çalışma da müşterilerin satın alma konusundaki kararlarını etkileyen tüketici tercihlerinin katılım bankacılığındaki dijital ürünlerine olan yansımalarının araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma da örneklem yeri olarak Karaman ilimiz seçilmiştir. 01-28 Haziran 2017 tarihleri arasında Karaman ilimizde faaliyet gösteren Türkiye Finans, Kuveyt Türk ve Albaraka Türk katılım bankalarının potansiyel 30.000 müşterisi arasından 258 kişiye anket çalışması yapılarak veriler toplanmış ve analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuç kısmında ise bireysel olarak tüketici kararlarında katılım bankalarının hizmet olarak sunduğu dijital ürünler hakkında dürüst ve açık bir şekilde bilgi verilmesi müşterilerin taleplerine olumlu yansıdığı ifade edilmiştir.

Bağcı (2013) çalışmasında, ülkemizde hizmet veren ticari bankalar ve katılım bankalarının sunmuş olduğu dijital ürünlerin karlılıklarını artırma şekillerinin araştırılması amaçlanmıştır. Çalışma da Topsis yöntemi kullanılarak ülkemizde hizmet veren ticari bankalardan ve katılım bankalarından veriler alınmış ve analizleri yapılmıştır. Çalışmanın sonuç kısmında ise ülkemizde hizmet veren katılım bankalarının ticari bankalara göre daha iyi dijital ürünleri müşterilerin hizmete

sunulduğunu ve katılım bankalarının daha yüksek performans skorlarına ulaştıkları belirtilmiştir.

Boydak (2019) çalışmasında, geleneksel bankacılıkta hizmet veren bankalar ile katılım bankalarının sosyal ağlar kullanılarak sosyal sorumluluklarını yerine getirip her iki bankacılık türünün de karşılaştırmalı analizinin yapılması amaçlanmıştır. Toplamda 451 kişiye anket çalışması uygulanmıştır. Örneklem olarak İstanbul ilimizin Bakırköy, Fatih, Kadıköy ve Pendik ilçelerinde hizmet veren geleneksel sistemdeki bankalar ve katılım bankaları seçilmiştir. Bu bankalar; TEB ve Kuveyt Türk tür. Çalışmanın sonuç kısmında ise anket sonuçlarının analizleri yapılarak bu hizmet veren bankalara öneriler sunulmuştur.

2.13. Katılım Bankacılığında Dünya ve Türkiye’de Yaşanan Dijital Gelişmeler

Teknolojide gerçekleşen yenilikler her sektörü etkilediği gibi bankacılık sektörünü de etkilemiştir. Katılım bankacılığı da bankacılık sektörü içerisinde hızlı gelişen dijital ürünleri müşterilerinin hizmetine sunmuştur. Böylelikle katılım bankacılığından hizmet alan müşteriler finans alanında yapacakları işlemleri daha kısa sürede daha az maliyetle yapmaya başlamıştır. Rekabet düzeyinin artmasıyla birlikte katılım bankaları için müşteri memnuniyetini üst noktaya çıkarmak temel hedef haline gelmiştir. Bunun için de dijital bankacılık hizmetlerinde çeşitli ürünleri müşterilerinin hizmetine sunarak en hızlı şekilde bankacılık hizmetlerini gerçekleştirebilmeleri için ürünler üretmeye başlanmıştır. Bu dijital ürünlerin üretilmesi için de katılım bankaları yatırımlarının büyük bir kısmını dijital ağlara ve teknolojik ürünlere yöneltmiştir (Demirel, 2017).

Dünya’da akıllı telefon kullanımının artması ve internet ağı kapsamının yaygınlaşmasıyla birlikte katılım bankaları da bu yönde yatırımlar sonucunda alternatif dağıtım kanallarının kullanımı artmıştır. Dünya’da ve ülkemizde hizmet veren katılım bankaları da sektörde ilgi çekici ve dijital uygulamalar kullanmaya başladılar. Katılım bankası müşterileri dijital bankacılık kullanımıyla birlikte para transferi, döviz alım satımı, kıymetli maden alım satımı, TL hesaplarına bağlı katılma hesapları, yatırım hesapları ve fatura ödemeleri gibi birçok işlemi kısa sürede

ve en az maliyetle gerçekleştirmeye başladılar. Katılım bankacılığının günümüzde dünya geneli üzerinde getirmiş olduğu yeniliklerden birisi de chatbotlar aracılığıyla müşterilerine temassız hizmet verebilmeleridir. Canlı destek olarak bilinen bu uygulamalardan müşteri temsilcisine internet şube ya da mobil şube üzerinden bağlanarak anlık ve canlı bir şekilde destek alıp bankacılık işlemlerini yapabilmektedirler. Katılım bankalarının dijitalleşmesinde önemli sayılabilecek diğer konular ise blockchain sisteminin getirilmesi ve mobil uygulamalardır (Katılım Finans, 2020).

Dünya üzerinde katılım bankacılığında yaşanan gelişmelerden bazılarına örnek verilecek olursa, ilk olarak dijitalleşme ürünü olarak müşteri kazanımına yönelik dijital modellerin oluşturulmasıdır. Bu modelin içeriğine bakıldığında dijital bankacılık alanında yaşanan dijital ortamdan katılım bankalarının müşteri kazanması için yaşanan gelişmeler sayesinde katılım bankacılığı hizmetinden yararlanmak için potansiyel müşterilere daha hızlı ve kolay bir şekilde erişmesinin değerlendirilmesi için dijital müşteri deneyiminin iyileştirilmesi amaçlanmıştır.

İkinci olarak müşterilerin sınıflandırılması yapılarak katılım bankacılığında iş birliklerinin hayata geçirilmesi amaçlanmıştır. Katılım bankacılığında dijitalleşmenin devamı teknolojik ürünlerin gelişmesi ve yenilikçi çözümler geliştirilebilen fintek ürünlerinin sayısının artırılmasıyla farklı sınıflardaki müşterilere uygun ihtiyaçların tasarlanması sağlanmaktadır. Üçüncü konu ise katılım bankacılığında dijitalleşmeyi sağlayacak teknolojik altyapının oluşturulmasıdır. Bu altyapı oluşturulurken dijitalleşmenin çok hızlı olması gerekir. Bunun için eğer ülkemiz teknolojik altyapısı yetersizse ya da bir bölgede yetersiz görülüyorsa buralara yeterli yatırımın merkezi yönetim ve katılım bankalarının da mali destek vermeleri gerekmektedir. Dördüncü konu katılım bankalarının kendi kurumları içerisinde dijitalleşmeyi sağlaması gerekmektedir. Dijital bankacılık alanındaki gelişmeleri katılım bankalarının yakından takip etmeleri gerekmektedir. Kendi iç sistemlerinde, genel merkezlerinde ve şubelerinde dijital dönüşümü personelleri içerisinde de tamamlamış olmalıdırlar. Böylelikle katılım bankaları müşterilerine de dijital ürünler sunmaya başlayacaktır. Beşinci olarak katılım bankacılığında dijital okuryazarlığın artırılması gerekmektedir. Bunun için de finansal ürünlerin ve dijital okuryazarlığın düşük

kalması durumunda katılım bankacılığı ürünleri hakkında farkındalığın artırılarak bir fırsat oluşturarak dijital kanalların müşterilere sunulacak eğitim programlarının düzenlenerek çalışanların ve müşterilerin dijital yetkinliklerinin artırılması gerekmektedir. Son konu ise dijital bankacılık yetkinliklerinin de geliştirilmesi gerektiğidir. Katılım bankacılığında müşterilere sunulan ürünlerin ve sistemin işleyişi hakkında kurumların kendi içerisinde müşterilerin artan dijital ürün beklentisine karşın eğitimlerin düzenli olarak hazırlanması ve katılım bankalarında çalışan personellerin dijital ürünlerin işleyişlerine hâkim olmaları gerektiği ifade edilmektedir (TKBB, 2021).

Ülkemizde ise katılım bankacılığının dijitalleşme gelişmeleri dünyadaki diğer ülkelere göre aynı hızda olsa da bazı konularda altyapı eksikliğinden dolayı geri kalmaktadır. Pandemi dönemi ile birlikte sağlık açısından temassız bankacılık hizmetlerinin yaygınlaşması ülkemizde de katılım bankacılığındaki dijital ürünlerin kullanımını artırmıştır. Katılım bankalarında dijital bankacılığı kullanan aktif birey sayısı pandeminin başladığı dönemde 3,1 milyon kişi iken pandemi döneminde uzaktan müşteri edinimi hizmetinin de başlamasıyla 3,6 milyona kişiye yükseldi. Bu 3,6 milyon kişinin %86 oranında sadece mobil bankacılık kullanırken %6'sı sadece internet bankacılığını kullanmaktadır. Sadece %8'i hem mobil hem de internet bankacılığı kullanmaktadır. Bu verilere bakıldığında akıllı cihazların yaygınlaşmasıyla birlikte katılım bankalarının da ülkemizde mobil uygulamalar üzerinden bankacılık hizmeti vermek için gerekli yatırımların yapılması gerektiği görülmektedir (TKBB, 2021).

Ülkemizde katılım bankalarının dijitalleşmesine örnekler verilecek olursa örneğin Kuveyt Türk Katılım Bankası, Dijital Kaşif Mobil Uygulamasını hayata geçirerek hem katılım bankacılığını hem de katılım bankacılığındaki İslami finansal okuryazarlık oranının artması için bir ürün geliştirmiştir. Bu uygulama ile çocukların hem hesap bakiyesini görüntüleyebilmesini hem de hesap hareketlerini inceleyebilmesine imkân verebilecek bütçe yönetimini küçük yaştan itibaren öğrenilmesi hedeflenmiştir. Aileler ise çocuklarına kendileri tarafından belirlenebilecek harcama limitleri ile birlikte çocuklarının giderlerini de kontrol altına alabilecektir. Diğer bir örnek ise Albaraka Türk Katılım Bankası'dır. Dijital

kart uygulamasını müşterilerinin hizmetine sunmuştur. Bu uygulama ile müşterilerinin şubeye gitmeden ve kurye ihtiyacı olmadan internet şubesi üzerinden başvuru yapılarak dijital kart almalarını ve dijital ağlardan yapılacak harcamalarını güven içerisinde saklanmasını sağlayacaktır. Emlak Katılım ve Vakıf Katılım ise mobil uygulama üzerinden cepte pos uygulamasını başlatarak müşterilerine hizmet vermektedir. NFC (Yakın alan iletişimi) özelliği olan akıllı cihazlardan temassız POS cihazlarına dönüştürerek temassız şekilde banka kartları ve kredi kartları ile ödemeler yapılabilmektedir (TKBB, 2021).

Katılım bankacılığının dijitalleşmesinde katkısı olan ürünler incelendiğinde pandemiden önce başlayan internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanımları pandemi sonrasında hayatımızda yer alan temassız ve uzaktan finansal işlemleri çözümleme de müşterilerine büyük imkanlar sunmuşlardır. Bu yeniliklerden en önemli sayılabilecek ürün ise hızlı bir şekilde bireyler arası para transferini hızlı bir şekilde 7 gün 24 saat yapılabilmesidir. Güncel oranı tek seferde 5000 TL ile gönderim yapılabilecek FAST uygulaması ise pandemi döneminden sonra da katılım bankacılığı açısından büyük bir gelişme olmuş ve müşteri sayılarının artmasını sağlamıştır. Bununla birlikte katılım bankalarına olan ilgi pandemi döneminden sonra daha fazla artarak geleneksel sistemde hizmet veren bankalara karşın rekabette ön plana çıkarak hem müşteri sayısı hem de katılım bankalarına yatırılan mevduatların sayısı artmıştır.

2.14. Dijitalleşmenin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri

Sanayi Devrimi ile başlayan teknolojik gelişmeler 1990'lı yılların sonu 2000'li yılların başından itibaren yerini dijitalleşmenin yoğunlaştığı bir döneme bırakarak her alanda akıllı cihazlar ve yapay zekanın etkili olduğu ürünlerin kullanımına bıraktı. Günümüzde bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle küreselleşen dünyamızda dijital ürünler vazgeçilmez hale geldi. Tüm sektörlerde hem çalışanları hem de müşterileri etkisi altına alan dijital unsurlar küresel rekabette bir diğer kurumun ya da bireyin önüne geçmek için temel unsur haline geldi.

Dijitalleşmenin gelişmesiyle teknolojik ürünlerin de artması ve gelişmesi birçok sektörde yeni unsurları ortaya çıkararak mevcut olanakları fırsat haline getirdi. Dijitalleşen kurumlar hem uluslararası alanda hem de ülkemiz genelinde gelişimin bir parçası haline geldiler (Ersöz ve Özmen, 2020, s. 174).

Çalışanlar için dijitalleşme unsuru ise çalışma performanslarının artırılması için gerekli hale geldi. Dijital ürünlerin çalışanların kullanımına sunarak birçok kurum hem çalışanlarının bir iş için harcadığı performansı azaltarak daha az emekle daha fazla iş yapmasını sağladı hem de bir iş için harcanan süre ve maliyetten tasarruf edilmesini sağladı. Günümüzde kısa sürede değişen bilgi, iletişim ve teknolojik ürünlerin önemli bir kısmı iş sahipleri tarafından gerekli yatırımlarla ortaya çıkmaktadır. Yaşanılan bu dijital dönüşüm zaman zaman kargaşa ve olumsuzluğa yol açsa da çalışanlara uzun vadede olumlu olabilecek çalışma hayatı sunmaktadır (Şen, 2020, s. 179).

Dijitalleşme ile birlikte çalışanlar da teknolojik ürünleri anlayıp kullanabilen ve mevcut işlerini kaybetmemek için kendisini sürekli eğitimlerle geliştirmektedir. Bu durumda çalışanlar açısından pozitif bir gelişme yaratmaktadır. Devamında almış oldukları teknolojik ürün kullanabilme ve dijitalleşme eğitimleri ile kendisini bu alanda geliştiren çalışanlar da kariyerlerinde sürekli olarak yükselme ve liderlik etme konumuna erişmelerini sağlayacaktır (İrge ve Yazıcı, 2020, s. 69). Bankacılık sektöründe de dijitalleşmenin sürekli olması bu alanda çalışmak isteyen kişilerin ve mevcutta çalışan personellerin de kendilerini sürekli geliştirme yenileme gereksinimi duyacağı bilinmektedir. Bu nedenle birçok banka insan kaynakları birimlerini de geliştirerek dijital platformlar üzerinde iş ilanları verip iş görüşmelerini de dijital platformlar üzerinden yapmaktadır. Böylelikle teknolojik hale gelen bankacılık sektöründe personel alımları da ürünlere ilgi duyan ve kolay adapte olabilen bireylerden personellerin oluşması sağlanacaktır (Bartel ve diğerleri 2000, s. 69). Bankacılık alanında veya diğer kurumlarda çalışan personellerin sürekli gelişen teknolojik ürünlere karşı eğitimlerinin düzenlenmesi gerekir. Bu durumda da kurumlar içerisinde yer alan eğitim birimlerinin kurumlarının çıkarları doğrultusunda doğru eğitimleri vererek personeli teknolojik ürünlerin kullanımına hazırlamış olur. Bu durum içinde hem bankalar hem de diğer kurumlar belli oranlarda yatırım

yaparlar. Bu duruma önem veren ve daha fazla yatırım yapabilen sermaye durumu güçlü olan kurumlar ise kendi sektörlerinde lider konumlara gelir ve küresel rekabet ortamında diğer kurumlara göre daha ileride yer alır. Ayrıca herhangi bir ekonomik ya da farklı kriz unsurlarında da hazırlıklı olduklarından hem kurumsal yapıları hem de sermaye yapıları daha az etkilenecek sektörlerinde hizmet vermeye devam ederler (Greenhaus ve diğerleri, 2010, s. 84).

2.14.1. Dijitalleşmeyle Birlikte Çalışanların İş Yükümlülüklerindeki Değişimler

Dijitalleşme ile birlikte çalışanların da kurumlarına karşı görev tanımları değişti. 1980'li yıllardan itibaren çalışanlar klasik yöntemlerle çalışmalarını sürdürürken hayatımıza giren teknolojik ürünlerle birlikte çalışanlar da teknolojik ürünler üzerinden eğitimler alarak kendilerini geliştirmeyi sürdürdü. Günümüzde özellikle pandeminin başlamasıyla birlikte çalışanların iş hayatlarında da yeni çalışma düzeni ve iş yükümlülükleri getirildi. Tüm dünyada ekonomi ve bankacılık sektöründe yoğunlaşma yaşandı. Bununla birlikte dijital ürünlerin gelişmeyi sağlayarak çalışanların iş yükümlülüklerini hızlandırmaya ve değiştirmeye başlandı. Bu dönemde çalışanların hayatına giren en önemli terim ise hibrit çalışma modelidir.

Hibrit çalışma modelinin tanımı: Aylık olarak personellerin çalıştığı günlerde iş gününün belirli günlerinde çalışma yerlerinde, çalışanların belli günlerde ise çalışma yerleri dışında kendi evlerinde ya da çalışma yerinden başka yerlerde çalışmak için gerekli şartların oluşturulmasına denir. Hibrit çalışma modelinde çalışanların iş hayatlarında karma olarak çalışma düzeni oluşturulmasını temsil etmektedir. Hibrit çalışma modeli, hem ofis içerisinde ekip bilincinin oluşması hem de çalışana özgürlük alanı sunması açısından oldukça ön plana çıkmaktadır. Çalışma yerlerinden bağımsız olarak gerçekleştirilen iş faaliyetinin artırılması ile birlikte kurumlarda çalışanların da sorumluluk ve görevleri değişmektedir. Çalışanlar yeni görevlerini üstlenirken kendi çalışma hayatlarında büyük bir özgürleşme yaratmaktadır. Özgürleşen bu çalışma ortamında kurumların çalışanlarının kuruma karşı aidiyet duygusunun oluşmasının ve performansının artması ile geri dönüş sağlamaktadır (Allianz, 2014).

Hibrit Çalışma modelinin dijitalleşme çalışmalarıyla birlikte birleşmesi çalışanlara da bazı faydalar getirmiştir (Allianz, 2014). Bu faydalar;

1) *Pandemi dönemi ile birlikte bir süre uzaktan çalışmanın olmasıyla çalışanlar bağlı oldukları kurum ortamından ve çalışma disiplninde kopmalar yaşadılar. Hibrit çalışma modeli ise çalışanların ihtiyaç duyduğu sosyalleşmeyi ve çalışma ortamındaki disiplini sağlayarak oluşabilecek çalışma ortamı olumsuzluklarını minimuma indirmiştir.*

2) *Çalışanlar kurumlarındaki kültürün çalışanlara verilmesi açısından büyük önem oluşturmaktadır. Hibrit çalışma modeli ile bu durum sağlanabilmektedir.*

3) *Kurumlarda çalışanlar kendilerine ait ve iş hayatlarında verim alabildikleri çalışma ortamları oluşturulmasına katkı sağlamaktadır.*

4) *Ülkemizde ve dünyada büyük şehirlerde çalışma yerlerine gidebilmek için zaman ve maliyet açısından önemli bir kayıp yaşayan çalışanların bu kayıplarını azaltmasını sağlar.*

5) *Hibrit çalışma modelinin çalışanlar için sağladığı en büyük avantajlardan birisi de kurumların hem enerji kaynakları yönünden azaltılmasıyla katkı sağlar hem de enerjiye harcanabilecek maddi kaynakların azalmasını sağlamaktadır.*

6) *Hibrit çalışma modelinde karma bir çalışma düzenini temsil etmesi ile yürütülebilecek iş veya proje çalışma düzenlerinin en uygun ve en yüksek verimi alabilecek şekilde en yüksek çalışan veriminin hedeflenmesi sağlanmaktadır.*

Sonuç olarak dijitalleşmenin ilerlemesi ve teknolojik ürünlerin gelişmesiyle de çalışanların da bilgisayar aracı başta olmak üzere birçok dijital ürün konusunda eğitimler alarak dönüşümler yaşanmıştır (Allianz, 2014).

Çalışanlar internetin de gelişmesiyle birlikte dijital dünya da rekabet haline girdi. Kurumlarda rekabet ortamında küreselleşmek ve birçok kişiye ulaşarak müşteri ve

sermaye yapısını artırmak için dijital ürünlere yönelmiş başta kendi çalışanları olmak üzere birçok teknolojik ürünü hizmete sunmuştur. Böylelikle dijitalleşmenin sunduğu imkânlar dâhilinde çalışanlar kendi işleri ile ilgili emeklerini zaman veya çalışma mekânı ayırt etmeksizin teknolojik ürünler yardımıyla çalışabileceklerdir. Çalışanlara yönelik verilecek eğitimlerle birlikte üretim odaklı çalışma yaşamında yeni iş alanları geliştirilerek yüksek teknolojinin kullanıldığı iş ortamlarında yeni çalışma alanları ortaya çıkacaktır. Günümüzde Endüstri 4.0 devrimi ile birlikte daha çok üretim odaklı bir ülke oluşturularak hayata geçirilmesi ile çalışanların da iş hayatları değişecektir. Ayrıca teknolojik gelişmelerin araştırmalara ve çalışmalara yönelik olarak kurumların gerekli yatırımlarının AR-GE desteğiyle de önem arz ederek kurumlar rekabette ön plana çıkacaktır. Çalışanların iş yerlerinde vermiş oldukları emeklerin hem performans hem de çalışma ortamlarındaki verimliliklerinin artırılmasına odaklanarak dijitalleşme ile teknolojik araçların gelişmesinde başarılı olmalarında önemli bir faktör olacaktır (Ersöz ve Özmen, 2020, s.180).

2.14.2. Çalışanların Bankacılık Sektöründeki Dijital Becerileri

Bankacılık sektöründe çalışan bireylerin dijitalleşme ile birlikte teknolojik ürünleri kullanımı da artmıştır. Müşteri memnuniyetinin artırılması ve çalışılan kurumlara daha fazla fon getirisinin sağlanması amacıyla çalışanlar da daha hızlı ve daha fazla kişiye yönelik çalışma performanslarını artırmak mecburiyetinde kaldılar. Müşteri memnuniyetinin sağlanması amacıyla bankaların sosyal medya yorumlarına ve pazar faaliyetlerine önem vermeleri gerekir. Bu verilen önemle birlikte müşterilerin de bankaların ürün ve hizmetleri hakkında bilgi edinebileceği ve müşterilere ziyaretlere gidilerek yeni ürün tanıtımlarının yapılması gerekeceği ortadadır. Günümüzde müşteriler bankacılık işlemlerini hem daha hızlı ve aha az maliyetle yapmak istemektedir hem de bankalardan aldıkları hizmetlerin daha fazla kaliteli olmasını istemektedir. Bu durum da yaşanan dijitalleşme ile birlikte teknolojik ortamlara doğru kaymış ve gerek yüz yüze gerekse online tanıtımlar yapılarak müşterilerine ürün veya hizmetlerinin satın alınmasında destek artmıştır. Bu durum müşteri memnuniyeti olarak adlandırılrsa da bankalarda çalışan bireylerin dijitalleşme ile birlikte daha fazla müşteriye ulaşabilmek için daha fazla teknolojik ürünleri kullanması gerekmektedir (Deloitte, 2019).

Bankacılık sektöründe yaşanan dijitalleşme ile bankalar da şube yapılarını ve iş modellerini değiştirmişlerdir. Yeni gerçekleşen teknolojik gelişmeler ile birlikte küçük ölçekli şubeler açmakta ayrıca personel sayılarını da azaltmaktadırlar. Birçok banka küçük ölçekli şubeler açarak daha fazla müşteriye ulaşabilmeyi istemektedir. Dijitalleşme ile birlikte bankalarda değişen şubeleşme ve çalışan modelleri bankalarda bulunan gişelerin ve operasyon birimlerinin de işlevini tamamlayarak yerlerini ATM cihazlarına ve yapay zekâ kaynaklı robotlara bırakmıştır (Özçelik ve Akçay, 2019, ss. 150-163). Bankalarda çalışan personellerden gişe ve operasyon birimlerinde çalışanlar dijitalleşmede daha fazla eğitim almaları gerekmektedir. Bankalarda işlem yapmak isteyen müşterilerin büyük bir kısmı gişe ve operasyon birimlerinde işlemlerini yaptırmaktadır. Çalışan personellerde pazarlama ve satış alanlarında iyi bir eğitim almaları gerekmektedir. Eğer yetenekli değillerse yeni açılacak pozisyon veya şubelerde ihtiyaç durumlarına göre atama ve terfi alamamaktadırlar. Bankalarda teknolojik gelişmelerle birlikte büyük şubeler açmak yerine daha az personelle küçük şubelerle daha az personelle hizmet vermektedir. İhtiyaç duyulan personellerin yerini de teknolojik ürünlerin yardımıyla gerekli işlemler yapılmaktadır. Bu durumda da mevcut personellerin dijitalleşmeyle birlikte mevcutta bulunan işlerini kaybetmemek için teknolojik ürünlere karşı eğitimlerini almaları gerekmektedir (Charkazzade, 2022).

2.14.3. Çalışanların Bankacılık Sektöründeki Dijital Becerilere İlgisi

Bankacılık sektöründe dijitalleşme önemli bir yere geldi. Çalışanların dijital becerilere sahip olması ve ilgisi olması gerekmektedir. Bankacılık sektöründe eski teknolojinin yerini günümüzde bilişim ve yapay zekâ almıştır. Bunun dışında fintechlerle birlikte bankacılık sektörü de gelişmeye başlamıştır. Tüm sektörler içerisinde teknolojik gelişmelerden en hızlı etkilenen sektör bankacılık sektörü olmuştur (Yurtseven, 2019).

2000’li yıllardan başlayarak bankacılık sektöründe ilerleyen teknolojik gelişmeler çalışanların da kendilerini dijital ürünler konusunda eğitmesiyle gelişmeye başladı. Öncelikle müşterilere sunulan hizmet kaliteleri artırıldı ve devamında müşterilere yaptıkları işlemler için daha az maliyetler yansıtıldı. Teknolojik gelişmelerle birlikte

yaşanabilecek dijital dolandırıcılık olaylarına karşı da bankalar altyapılarını güvenilir hale getirdi. Müşterilerin bankalara olan ilgisi arttı ve özellikle şubelere fiziken gitmeden bankacılık işlemlerini yapabilmeleri çalışanların da kendilerini geliştirmesi açısından şubelerdeki müşteri yoğunluğunun azalmasından dolayı daha iyi eğitim alabilmelerini sağladı. Yüksek gelirli müşteriler için dijital ürünlerin çeşitliliği artırıldı ve özel bankacılık hizmetleri sunuldu. Ayrıca yaşanan gelişmelerle müşterilerin en çok talep gösterdiği nakit yönetiminin sağlanması, tüketicilerin finansman desteklerinde bulunması, sigorta işlemlerini hızlandırması gibi işlemleri temassız kredi kartları ürünlerinin dışında uzaktan ve temassız bir şekilde de yapabilmelerine imkân verdi. Teknolojinin ucuzlamasıyla birlikte de müşteriler işlemlerinin birçoğunu uzaktan ve temassız şekilde yapmaya başladı. Bankaların çalışanlarına yönelik olarak da eğitimleri artırarak daha fazla kendilerini geliştirmeye yöneltti. Böylelikle şubelerde daha hızlı ve daha az maliyetle işlemlerin yapılmasını sağladı. Günümüzde küresel olarak bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankaların %92'si şubeleşmeyi azaltarak mobil şube, internet şube imkanlarını sunmaktadır. Ayrıca müşterilerin günlük harcamaları için kredi Kartı veya banka kartı yerine sanal kartları hizmet olarak sunmaya başladılar. Müşteri olma sürecini de şubeden ıslak imza ile yapılması yerine uzaktan görüntülü görüşme ile müşteri olma imkanları sunuldu (Işın, 2006).

Sonuç olarak bankaların büyük çoğunluğu geleneksel sistemde bankacılık hizmeti vermek yerine daha fazla tercih edilmesi ve daha fazla gelir elde etmeleri nedeniyle yatırımlarını ve altyapı desteklerinin büyük bir çoğunluğunu dijital kanallara yönlendirdi. Böylelikle bankalar içinde çalışanlar geleneksel eğitimleri alanlar yerine teknolojik ürünler konusunda kendilerini geliştirmiş ve dijital alanda tecrübeli olan bireylere yönelerek istihdamı bu alanda gerçekleştirmektedirler.

2.15. Pandeminin Bankacılık Sistemine Olan Etkileri

2019 yılının sonlarında Çin'de başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisinin bankacılık sektörüne de etkisi çok fazla oldu. Bankacılık sektörünün temelini oluşturan bireylerin Covid-19 pandemisi ile birlikte sağlıklarını ve ekonomik davranışlarının etkilemesiyle birlikte yıpratıcı etkilerinin de olduğu

görülmüştür. Salgının çok hızlı yayılması ve devamında bu yayılım hızının azaltılması için tüm dünya da sosyal hayatın kısıtlamaya gidilmesi ile bankacılık sektörü de zor duruma girdi. Bankacılık sektörünün temelini oluşturan bireylerin seyahatlerinin kısıtlanması, birçok iş yerinin kapanması ve sokağa çıkma yasaklarının getirilmesiyle bireyler harcamalarını sadece temel gıda ürünleri üzerine yapmasına neden oldu. Özellikle bankaların en önemli ticari müşterileri konumunda olan birçok iş yerinin kapanması bankalara olan borçların da geri dönememesine yol açtı ve bazı bankalarda likidite krizlerini tetiklenmesini sağladı. Ekonominin büyük kısmının durma noktasına gelmesiyle finansman desteğine olan ilgiyi artırmış ancak sağlanan finansmanların geri dönüş risklerini artırmıştır (Duran ve Acar, 2020, s. 59). Pandemi ile bankacılık sektörü içerisinde mücadele etmek için ekonomik düzenlemeler yapılarak hem bankacılık sektörü hem de ekonomi sektörünün üzerindeki baskının azaltılması amaçlandı. Birçok ülke hızlı bir şekilde maliye politikaları geliştirilerek mali önlem paketleri uygulandı ve ekonomilerin daralmasının azaltılması için çeşitli önlem paketleri yayınlandı. Bu pandemi süreci ile mücadele edilmesi sürecinde hazırlanan bu önlem paketlerinin temelinde bireylerin ya da bankaların ticari portföyünde önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin likidite açısından rahatlamaları için finansman veya benzeri bankalara olan borçların yeniden yapılandırılması için piyasaya fazladan ve direkt olarak likidite destekleri verildi. Ayrıca düşük faizli krediler de verilerek kısa vadede bireylerin ekonomik durumlarının zarar görülmemesi amaçlandı. Ayrıca politika faizi oranları ile de değişiklikler yapılarak para politikalarının hızla yürürlüğe konulması sağlandı. Bunun yanında birçok ülkede IMF, ECB ve Dünya Bankası gibi uluslararası finans kuruluşlarından hızlı bir şekilde destek paketlerini devreye soktular (Arabacı ve Yücel, 2020, s. 198).

Alınan bu önlem paketlerinin içeriğine bakılacak olursa öncelikle para politikaları ile başlamak gerekir. Para politikası konusunda alınan önlemler şu şekilde olmuştur; faiz politikalarında indirimler yapılması, parasal politikalarda genişlemeye gidilmesi ve zorunlu karşılıklarda indirimler uygulanmasıdır. Maliye politikalarında alınan önlemler ise; kamu harcamalarında bireyler ve ticari kurumların ekonomik açıdan desteklenmesi için artışlar yapılması, uygulanan vergilerde indirimlerin sağlanması, bireylerin veya ticari kurumların vergi veya borçları varsa ertelenmelerinin

sağlanması ve transfer ödemelerinde artışa gidilmesidir. Bu politikaların haricinde farklı politikalarda uygulanabilir. Bu uygulanabilecek farklı politikalara örnekler verilecek olursa; işsizliği önleyici önlemlerin alınması ve gerekli teşviklerin verilmesi ve fiyat denetimlerinin sıkı bir şekilde yapılmasıdır (Eğilmez, 2020).

Bankalar pandemi döneminde tasarruf sahibi müşterilerine ihtiyaç duydukları fonu sağlamak için farklı finans kuruluşlarıyla da anlaşmalar yaparak aracı konumunda görev yaptılar. Ülkeler ekonomilerinde oluşabilecek sorunları ya da krizlere karşı güçlü bir yapıda bulunmak için bankacılık sektörüne de ekonomik destek oldular. 2008 Ekonomik Krizi'nden günümüze kadar geline süreçte bankaların ekonomik yapılarının sağlam olmaması sebebiyle pandemi döneminde de birçok ülke bireyleri ya da kurumları ekonomik olarak desteklemek için öncelikle bankalara ekonomik destekler sağladılar. Bankacılık sektöründe de pandemi sonrasında yaşanabilecek ekonomik sorunların çözülmesi için ülke hükümetleri ve merkez bankaları likidite destekleri sağladılar. Bunun yanında birçok çalışana sahip şirketlerinde vergi borçlarını veya kredi borçlarını ertelediler. KOBİ'lere de finansal destek sağlayan bankalar ekonomik açıdan birçok yükün altına girmiş oldular.

2.15.1. Pandeminin Katılım Bankacılığına Etkileri

Covid-19 pandemisi ile birlikte ülke ekonomilerinin ve finansal sistem üzerindeki etkileri ilk zamanlarında belirsizliğini koruyordu. Pandeminin devam etmesiyle birlikte belirsizliğin uzun sürmesinin tahmin edilmesiyle bankacılık sektörü içerisinde önemli yere sahip olan katılım bankaları da çeşitli önlemler aldı. Hem katılım bankaları hem de bulundukları ülkelerde yer alan ekonomi mekanizmaları salgın sebebiyle birçok önlem aldılar (Gezen, 2019, ss. 213-232).

Katılım bankacılığının pandemi sonrası dönemde de günümüzde hem küresel hem de ülkemiz genelinde ekonomilerin istikrarlı bir şekilde büyümelerinin devam etmesinde etkisi vardı. Aynı şekilde pandemi sürecinde dalgalanmalar yaşanmış ancak katılım bankalarında büyüme eğilimi pandemi dönemine rağmen büyümeye devam etti (Gençtürk ve diğerleri, 2021). Örnek olarak aşağıdaki tabloya bakıldığında ülkemizdeki katılım bankalarının karlılığı üzerine bir değerlendirme

yapılmıştır. Bu değerlemede 2019 yılı ile 2020 yıllarında çeyrekler döneminde elde edilen karlılık miktarları karşılaştırılmıştır.

Tablo 2.2. Türkiye’de katılım bankacılığı çeyrek karlılıkları (1.000 TL)

2019 Yılı 1. Çeyrek Karı	521.325
2020 Yılı 1. Çeyrek Karı	766.274
2019 Yılı 2. Çeyrek Karı	1.217.131
2020 Yılı 2. Çeyrek Karı	1.641.498
2019 Yılı 3. Çeyrek Karı	1.629.828
2020 Yılı 3. Çeyrek Karı	2.842.930
2019 Yılı 4. Çeyrek Karı	2.393.063
2020 Yılı 4. Çeyrek Karı	3.636.123

Kaynak: (TKBB, 2021)

Tablo 2.2’de görüleceği üzere katılım bankalarının pandemi döneminde yaşadıkları ekonomik değerlendirmelere örnek olarak ülkemiz verilebilir. Ülkemizde 2008 Ekonomik Krizi’nden sonra gelişmeye başlayan ve yayılan katılım bankacılığı en büyük gelişmesini 2015 senesinden sonra yaşamıştır. Ancak bu yükselişten 4 sene sonra pandeminin ortaya çıkması yeni yaygınlaşmaya başlayan katılım bankalarının gelişmesini durduracağı konusunda endişeler oluştursa da tam tersine birçok bireyin geleneksel bankacılık sisteminden katılım bankacılığına geçmesiyle katılım bankalarının ekonomik yapılarının da gelişmesini sağladı.

Tablo 2.2’ye göre pandemi dönemi incelendiğinde pandeminin başlangıcından itibaren ülkemizde katılım bankacılığına olan ilgi ve güven 4 ayrı çeyrek dönemde de bir önceki yılın çeyrek dönemine göre artmıştır. Ülkemizdeki katılım bankalarında pandemi sürecindeki karlılıklarda da en büyük karlılık dördüncü çeyrekte gerçekleşti. En düşük karlılık ise pandeminin başladığı ilk çeyrekte gerçekleşti. Ancak birinci çeyrekten dördüncü çeyreğe doğru her dönem karlılık bir önceki döneme göre artış gösterdi. Bu duruma sebep olan şey ise katılım bankacılığının ülkemizde yeni yeni şubeleşmeye başlaması ve yağın hale geldiği dönemden beri dijitalleşmeye önem verdikleri için müşterilerin ilgisini çekerek bankacılık sektörü içerisinde ön plana çıktılar. Katılım bankalarının müşteriler tarafından çok fazla ilgi görmesi yine ülkemizden örnek verilerek açıklanabilmektedir. Katılım bankaları reel sektörleri

faizsiz ortamda reel ekonominin kurallarına uyarak desteklemesinin önemli bir etkisi vardır. Günümüzde pandeminin devam etmesiyle birlikte dijitalleşmeye yeterli yatırımı ayıran ve gelişen katılım bankaları karlılıklarını daha fazla artıracıdır (Yurtadur, 2021b).

2.15.2. Pandeminin Türkiye’de Bankacılık Sistemine Olan Etkileri

Covid-19 Pandemisinden kaynaklı ilk vaka ülkemizde 11 Mart 2020 tarihinde görüldü. Bu tarihten itibaren gerek merkezi yönetim gerekse Sağlık Bakanlığımız tarafından bazı önlemler alınmaya başlandı. Bu önlemlerin başında virüsün bulaşmasının engellenmesi için sosyal hayatın hareketliliğinin azalmasına yönelik olarak sokağa çıkma yasakları ve kısmi sokağa çıkma zamanları gibi düzenlemeler getirildi. Pandeminin başlangıcı sayılan Mart 2020 tarihinden itibaren ilk 10 hafta katı tedbirler uygulanması ülkemizde bankacılık sektörünün de gelişmesini engelledi. Ülkemizde ilk 10 hafta uygulanan katı tedbirlerin ekonomik maliyetleri günümüze doğru gelindiğinde daha net ortaya çıkmaktadır (Ersoy ve diğerleri, 2020, ss.149-153). Bankacılık sektörü ise pandeminin etkisinin azaltılmasında önemli rol oynamıştır. Bankalar bireylerin ve üreticilerin hem talep yönünden hem de üretim kapasitesinin artırılabilmesi için kritik öneme sahip olmuştur. Bankalar, likidite ihtiyacının karşılanmasında sağlıklı bir yöntem olarak görülmüştür. Ancak ülkemizde pandemi döneminde verilen finansman desteklerinin daralan likidite kaynakları sebebiyle ödenememesi bankaların da gerek bireyleri gerekse kurumları finanse etmeleri konusunda zor bir duruma düşürmüştür. Düşük kar oranları ile sağlanan kredilerin çok fazla ilgi görmemesi de bankaların ihtiyaç duyduğu likiditeye Merkez Bankası aracılığıyla ulaşmasına yol açmıştır. Bu durumda ülkemiz hazinesine fazladan ekonomik yük oluşturmıştır. Ülkemizde faaliyet gösteren bankaların ekonomik yönden kayıplarının artması yeni finansman destekleri konusunda sorunlar oluşturmıştır. Pandemi kaynaklı ekonomik yavaşlamanın da uzun süreli olması bankaların sağlamış olduğu kredi arzının ötesinde, reel sektörlerin ve bireylerinde geleceğe dair plan yapamayarak kredi talebinde bulunmamaları hem bankacılık sektörünün hem de ülkemiz ekonomisinin durağanlaşmaya başladığının göstergesi olmuştur (Arabacı ve Yücel, 2020, s. 204).

Ülkemizde pandemi dönemi ile birlikte bankacılık sektöründe yaşanan daralmaya çare olarak dijital kanallara olan yatırımlar hızlandırılmış ve alternatif dağıtım kanalları üzerinden hem müşteri kazanımı hem de müşterilerin finansal işlemlerini kolaylıkla yapabilmesi sağlanarak müşteri memnuniyetinin artırılması hedeflenmiştir. Böylelikle dijitalleşme gelişmeleri pandemi döneminde bankaların gelirlerini artırması açısından önemli bir görev üstlenmiştir (Akca ve Tepe Küçüköğlu, 2020, s. 75). Pandemi dönemi boyunca bankalar günümüzde de devam eden bir dizi önlemler alarak finansal yapılarını korumak istemişlerdir. Bu alınan önlemlerde dijitalleşme ve teknolojik ürünler ön planda tutulmuştur. Covid-19 pandemisinin ülkemizde bankacılık sisteminin üzerine olan etkilerini aşağıdaki şekil ile gösterilebilir.

Şekil 2.4: Covid-19 pandemisinde bankacılık sistemine etkisi



Kaynak: (Yetiz, 2021, s. 111).

Şekil 2.4'te ülkemiz açısından öncelikle pandemi döneminin banka personellerine olan etkilerini yorumlamak gerekir. Ülkemizde pandemi dönemi ile birlikte ülkemizdeki bankalarımız geleneksel sistemde şubelerde müşteriler ile yüz yüze iletişim kurarak finansal işlemleri yaparak çalışma sistemi ile hizmet verirken pandemi döneminde covid-19 testleri pozitif çıkan, temaslı olan veya kronik hastalığa sahip çalışanlarının uzaktan çalışma sistemi ile müşterilerine hizmet vermesine devam etmiştir. Bu durum ile bankalar hem çalışanlarının sağlığını korurken hem de o çalışanlarla finansal işlemlerini çözümlmek isteyen müşterilerini sağlık açısından korumuş olmaktadır (Beybur ve Çetinkaya, 2020, s.153). Bir diğer banka çalışanlarına yönelik alınan önlem ise birçok banka çalışanlarının yaz döneminde yurt dışı ve yurt içi seyahatlerini kısıtlayarak ya da tamamen durdurarak

sağlıklarının bozulmasını engellemiş ve şubelerden çalışmak yerine evden çalışma sistemine geçilmesini sağladılar. Böylelikle iş konusunda gelişmiş çalışanlarının sağlıklarının bozulmasının önüne geçilmiş oldu. Bu dönemde bazı bankalarda hibrit çalışma sistemine de geçilerek bazı haftalar şubelerde bazı haftalar evden çalışmak üzere farklı çalışma modellerini uygulamaya aldılar (KPMG, 2020).

Pandemi döneminde müşteriler açısından alınan önlemler ise finansal işlemlerin daha hızlı ve kesintisiz yapılabilmesi için ATM'ler her gün bankalar tarafından dezenfekte edilmiştir. Ayrıca ATM'lerden günlük para çekim limitleri artırılmıştır. Bankacılık işlemlerinin hızlı bir şekilde yapılabilmesi için günlük çekim limitleri 2000-3000 TL'den 5000 TL'ye çıkarılmıştır. Bunun dışında dijital kanallara yatırım yapan bankalar kendi müşterilerinin işlemlerini şubelere gelmeden temassız bir şekilde yapabilmeleri için alternatif dağıtım kanallarına yönlendirmiştir. Müşterileri mobil bankacılık, internet bankacılığı, ATM ve bankaların çağrı merkezleri üzerinden müşterilerin temassız bir şekilde işlem yapabilmeleri sağlandı. Bu işlemler yapılırken de pandemi döneminde ücretsiz hale getirilerek fazladan müşterilerden bir ücret alınmadı. Böylelikle müşteriler temassız finansal işlemler yapılması için teşvik edildi (TBB, 2020). Müşterilerin harcamalarını da hızlı bir şekilde yapabilmesi için ve pandeminin yayılmasında etkili olan sebeplerden kâğıt ve madeni para kullanımının azaltılması için bankalar kredi kartları üzerinden temassız bir şekilde kullanım sağlamaları için temassız kullanım limiti olan 100 TL'yi 250 TL'ye çıkarılması kararı alındı (BKM,2022).

Pandemi döneminde ülkemizde bankacılık sistemi açısından da bir dizi önlemler alındı. Merkezi yönetim tarafından bankalar aracılığıyla alınan bu önlemler şu şekilde açıklanabilir:

1) Pandemi döneminde firmaların ve müşterilerin nakit akışının bozulmaması için hizmet aldıkları bankalara olan kredileri ödeme süreleri 3 ay ertelenmiş ayrıca fazladan kredi desteği de sağlanmıştır.

2) Ülkemizde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarlar için anlaşma yapılan Türkiye Halk Bankası kredi borçlarının 3 aylık dönemde Nisan, Mayıs ve Haziran 2022

aylarına ait hem anapara hem de faiz olan kredi borçları faizsiz olarak ertelenmesi sağlanmıştır.

3) Pandemi döneminde ülkemizde ihracatta yaşanan yavaşlama sürecinde ihracatın desteklenmesi amacıyla ihracat yapan kişilere stok finansmanları desteği verilmiştir.

4) 500 bin liranın altında satılacak konutlarda sağlanabilecek konut kredisi oranı %80'den %90'a yükseltilerek asgari peşinat oranı %10'a düşürülmüştür.

5) Kredi Garanti Fonundan sağlanacak kredi limiti 25 Milyar TL iken bu limit 30 Milyar TL'ye çıkarıldı. Böylelikle pandemi sürecinde yaşanabilecek olumsuz mali süreçte likidite ihtiyacı olan KOBİ'lere destek verilmesi amaçlanmıştır (Yetiz, 2021, s. 112).

Sonuç olarak pandemi döneminde ülkemizdeki bankacılık faaliyetleri incelendiğinde gerek Merkezi Yönetim gerekse BDDK ve TBB gibi kurumların almış olduğu kararlar ile hem ülkemizde faaliyet gösteren bankalar ve bu bankalarda çalışanlar hem de banka müşterilerinin sağlığı korunarak bankacılık faaliyetlerini yerine getirmeleri sağlanmıştır. Birçok ülkede olduğu gibi direkt yardımlar yapılarak bankaların sermaye yapısına zarar verilmesi yerine uygun faizlerle veya kar payları uygulanarak hem bireysel müşterilerin hem de KOBİ ve diğer kuruluşların finansal destekler alması sağlanmıştır. Böylelikle ülkemizdeki bankaların sermaye yapılarında derin hasarlar bırakılmamıştır.

2.15.3. Pandemi Sonrası Katılım Bankacılığındaki Gelişmeler

Pandemi döneminde dijitalleşme çalışmaları hız kazandı. Bunun nedeni birçok ülkenin ve ülkelerdeki merkezi yönetimlerin salgının etkisini azaltmak için sosyal hayatı kısıtlama ve sokağa çıkma yasaklarının alınmasıydı. Bireylerin finansal ihtiyaçlarını çözümlmek için dijital yollara başvurmak zorunda kalmasıyla birlikte katılım bankacılığında da dijitalleşme çalışmaları hız kazandı. Birçok katılım bankası geleneksel sistemden uzaklaşarak müşterilerini alternatif dağıtım kanallarına

yönlendirdi ve bankacılıkta yapılabilecek birçok işlemi mobil veya internet bankacılığı kanallarına taşıdı.

Bu dönemde katılım bankaları sermayelerinin büyük kısmını dijital kanalların gelişmesine ve müşterilerin hizmetine sundukları banka kartı veya kredi kartı gibi ürünlerinin e-ticaret alanında kullanımının yaygınlaşmasına harcadı (EY, 2021a). Pandemi dönemi ile birlikte katılım bankalarının artırdığı dijital yetkinlikleri incelendiği zaman en çok veri toplama ve toplanan verilerin analizlerinin yapılarak müşterilerinin ihtiyaçlarını gidermeye yönelik çalışmalar olduğu anlaşılmaktadır. Katılım bankalarının bu kanalları geliştirmelerindeki amaç müşterilerine kaliteli ve kişiselleştirilmiş hizmetler vererek daha sağlıklı bir müşteri banka ilişkisi kurabilmektir.

Katılım bankalarının pandemi döneminde geliştirdiği ve sermayesinin büyük bir kısmından yatırımlar yaptığı dijital kanallardan örnekler verilecek olursa çağrı merkezleri ve video konferans yöntemi ile kurulan canlı destekler olabilir. Birçok katılım bankası çağrı merkezleri üzerinden bankacılık hizmetleri vermeye başlarken bazı katılım bankaları da mobil şube veya internet şubesi üzerinden canlı destek hizmetleri sunmaya başladılar. Katılım bankalarının müşterilerinin ihtiyaçlarını doğru şekilde anlayarak dijitalleşme sürecini başlatması bankaların karlılığını artırması açısından da kritik öneme sahiptir.

Katılım bankalarının müşterilerine dijital bankacılığı kullanmaya teşvik etmesi hem müşterilerin bankacılık ihtiyaçlarını karşılamada kullandıkları emek ve maliyetin türünü değiştirmiş hem de müşterilerin dijital kanalları daha iyi kullanmasını sağlayarak dijital gelişimin yaygınlaşmasını sağlayacak insan potansiyelini oluşturmalarında etkileri olmuştur (EY, 2020.). Katılım bankacılığında pandemi döneminde ortaya çıkan müşteri tercihleri incelendiğinde de dikkat çeken bir konu nakit akışının azalacağı görüşünün ağır basmasıdır. Müşterilerin bu görüşlerine göre ülkemiz dışındaki katılım bankalarının birçoğu sanal para üretimine de giderek nakit paranın etkisini azaltıcı dijital gelişmelerde bulunmuşlardır. Özellikle İngiltere, Singapur, Endonezya ve Malezya gibi ülkelerde bazı katılım bankaları pandeminin etkisiyle hem döviz baskısından kurtulmak hem de sağlıklı bir ticaretin sağlanması

açısından nakit paranın yerini alabilecek alternatif para türlerinin üretimi konusunda yapılan çalışmalara yatırım yaptılar.

Ülkemizde ise katılım bankacılığı alanında dijitalleşme çalışmaları daha fazla uzaktan görüntülü görüşme ile müşteri edinimi ve alternatif dağıtım kanalları üzerinden şubeye gitmeden temassız ve uzaktan bankacılık işlemlerinin yapılması üzerine kurulmuştur. Tablo 2.3’den de anlaşılacağı üzere ülkemizde faaliyet gösteren katılım bankaları müşterilerini alternatif dağıtım kanallarının kullanılmasına teşvik etmiştir. Müşteriler tarafından da bu yönlendirme olumlu karşılık bulmuş ve alternatif dağıtım kanallarının kullanımı pandemi döneminde bir önceki döneme göre artış göstermiştir (<https://tkbb.org.tr>).

Tablo 2.3: Türkiye aktif dijital bankacılık müşteri sayıları

	Ekim – Aralık 2019	Nisan – Haziran 2020
Toplam Aktif Bireysel Dijital Müşteri Sayısı (Bin Kişi)	51.014	59.076
Toplam Aktif Kurumsal Dijital Müşteri Sayısı (Bin Kişi)	2.143	2.611
Toplam Aktif Dijital Müşteri Sayısı (Bin Kişi)	53.157	61.687

Kaynak: (TKBB, 2021)

Katılım bankalarının pandemi süreci devam ederken dijitalleşmeye önem vermeleri katılım bankacılığından hizmet alan müşterilerin de bankacılık işlemlerindeki hareket alanlarını değiştirmiş ve şubeler yerine alternatif dağıtım kanallarının kullanımı yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte müşteriler de hem zamanlarından tasarruf ettikleri için hem de bankacılık işlerinde harcadıkları maliyetlerden kurtuldukları için dijital kanallara olan ilgilerini artırdılar. Katılım bankaları açısından pandemi sürecinde elde etkileri en büyük kazanım görüntülü görüşme ile müşteri edinimi uygulaması olmuştur. Birçok katılım bankası bu yolu kullanarak şubeye ulaşımın zor olduğu veya şubelerinin bulunmadığı şehirlerden müşteriler elde ederek sermaye yapılarının güçlendirilmesini daha az maliyet harcayarak sağlamış oldular. Ayrıca pandemi sürecinden de tüm dünyanın elde ettiği en büyük çıkarım doğanın korunmasının salgın hastalıkların yayılmasının önüne geçtiğinin görülmesi oldu. Katılım bankaları

da bu alanda çalışmalar yaparak dijitalleşme ile doğayı koruma yoluna gitmiş ve birçok işlemdede basılı kağıtlar kullanılmasının yerine dijital sayfalarının oluşturulmasını hedeflemişlerdir. Birçok katılım bankası Yeşil Sukuk adıyla doğayı koruyan yatırım ürünlerini müşterilerinin hizmetine sunmuşlardır. Ülkemizden de örnek verilecek olursa Türkiye Emlak Katılım A.Ş'nin müşterilerine ürünlerinin tanıtımı için kullandığı tanıtım broşürlerinin artık basılı olarak kağıt harcanması yerine dijital broşürler hazırlanarak doğanın korumasına katkı sağlayacak broşürlerin hizmete sunulması katılım bankacılığındaki dijitalleşme çalışmalarına olumlu katkı sunmaktadır.



3. BÖLÜM

BANKACILIK ÇALIŞANLARININ İŞ TATMİNİ

3.1. İş Tatmini

İş tatmini anlam olarak; kişide çalışma ortamı veya çalıştığı kişiler ile çalıştığı yerin koşulları arasındaki uyum olarak tanımlanmaktadır. İş tatmini sonucunda ortaya çıkan memnuniyet hissi ve kişinin kendi işine karşı bakış açısının pozitif bir tutum içerisinde olması olarak belirtilmektedir (Ugboro ve Obeng, 2000, s. 249). İş tatmini günümüzde çalışan bireylerin çalıştıkları yerlere olan bağlarını artırmada önemli bir etkidir. İş tatmini yüksek olan bireylerin çalıştıkları yerlere katkı vermesi ve geliştirmesi daha kolay olmaktadır. İş tatmini, bireylerin çalışma hayatlarında bir kalite ölçütü olarak görülebilmektedir (Schultz ve Schultz, 1998, s. 250).

İş tatminin çalışan bireyler üzerinde önemli bir etkisinin olmasının nedeni bireylere zihinsel olarak değil duygusal olarak etki etmesidir. Kişisel ve duygusal olması sebebiyle iş tatmininde çalışan bireylerin yanı sıra çalışılan kurumun değerlerinin de yükselmesi açısından yöneticilerin de önem vermesi gereken bir konu olduğu görülmektedir. Yöneticilerin yapmaları gereken en önemli davranış kurumlarında çalışan bireylerin yüksek seviyede iş tatminine ulaşmalarında yardımcı olmak ve çalışanlarının davranışlarını iyileştirerek onlardan alınan verimlerin artırılmasını sağlamaktır (İşcan ve Timuroğlu, 2007, ss. 130-135).

İş tatminini oluşturan bazı etmenler vardır. Bu etmenler belirlenirken çalışanların kendi işlerinde harcadığı emek karşılığında almayı beklediği ücret, yaptığı iş karşısında takdir edilme düzeyi, ek kazançlar ve çalışma ortamındaki ilişkiler çalışanın iş tatminini belirleyici düzeydedir. Bu etmenler kısaca açıklanacak olursa öncelikle ücret konusundan başlamak gerekir. Ücret, bir çalışanın verilen işi yaparken harcamış olduğu emeğin karşılığı olarak görülebilir. Dolayısıyla çalışanın aldığı ücret ve çalışılan yerin uyguladığı zam politikası çalışanların yaptıkları işe karşı ve çalıştığı yere karşı olan tatmin ve bağlılık duygusunu artıracaktır. İş tatminini etkileyen bir diğer etmen ise çalışanların aldığı ücretin yanında çalışılan yerin kendi çalışanlarına elde edilen satışların karşılığında verilen prim veya maddi

ödüller çalışanları motive edip iş tatminini artırırken verilen sözler tutulmaz ise ya da çalışanların yaşadığı ev ile işyeri arasındaki mesafe uzak olmasına rağmen araç veya servisler verilmiyorsa çalışanların iş tatmini düşmektedir.

İş tatminini artıran diğer etmenlere bakıldığında ise çalışanların iş yerlerinde olan kariyer basamaklarının liyakatli bir şekilde iş verenler tarafından uygulanması ve çalışanların iş yerlerinde kendilerini geliştirmeye yönelik imkanların verilmesidir. Ayrıca çalışanlar iş yerlerinde ciddiyetsiz veya çalışma verimini düşürecek olumsuz etkilerden uzak kalarak iş yerlerinde uzmanlaşacağı ve çalışanların iş yerinde yaratıcı olduğu durumlarda iş tatmini maksimum düzeylere ulaşmaktadır.

3.1.1. İşin Niteliğinden Dolayı Kaynaklanan Tatmin

İş tatmininin etkilendiği olaylardan biri de işin niteliğidir. Çalışanların iş yerlerinde kendilerine verilen görevlerin karşılığında iş verenler tarafından gördüğü değer iş tatmini düzeyini artırmaktadır. Bir çalışan kendi eğitimini aldığı alan içerisinde çalıştığında daha fazla işine göstermiş olduğu değer ve iş tatmini artarken çalışanın eğitim aldığı alan dışında kalan bir işte çalıştığında hem yaptığı işteki verimi düşmektedir hem de iş tatmini azalarak sosyal hayatına kadar etki edecek olumsuzluklar yaşamaktadır (Yüksel, 2000, s. 22).

Çalışanların yaşadığı olumsuzluklar iş hayatında yoğun iş stresini beraberinde getirirken bireylerin üzerinde tükenmişlik hissi vererek işlerine karşı harcadıkları enerjiyi de düşürmektedir. Meslekler incelendiğinde diğer insanlarla sık sık yüz yüze gelen veya diyalog halinde olan meslek gruplarında tükenmişlik hissinin arttığı görülmüştür. Bankacılık sektöründe çalışanlarda bu tükenmişlik hissi ve iş tatmininin düşük olduğu mesleklerden biridir (İler ve Kaya, 2016).

Bankacılık sektöründe yer alan kurumların birbirleriyle olan rekabetlerinde ve çalışanlarına yükledikleri işin nitelikleri, kurumlarda çalışanların iş tatmini üzerinde etki yaratmaktadır. Bu etki olumlu olursa çalışanlardan alınan verim artacağından müşterilere sunulan hizmet kalitesini de artıracaktır. Böylelikle kurumların bankacılık sektöründeki rekabet içerisinde karlılıkları da artmış olacaktır. Özellikle

ekonomik durgunluk ya da kriz dönemlerinde bankacılık sektöründe çalışanlarının iş tatminini yüksek tutan kurumların müşteri memnuniyetini de yüksek oranda sağladığından karlılıklarını korumuş ya da artırmışlardır. Tam tersi davranan kurumlar ise ya birleşme ya da kapanma yoluna gitmelerinde etkili olan etmenlerden biri çalışanlarına sağlayamadıkları mutlu bir iş ortamı ya da çalışanların iş tatmininin düşük seviyede olmasıdır (Alpaslan, 2006).

3.1.2. İşin Bağlı Olduğu Yöneticisinden ve Yönetsel Yaklaşımından Tatmin

Çalışan bireylerin iş yerlerinde bağlı oldukları yöneticilerinin yönetsel yaklaşımlarını çalışanların iş tatmini üzerinde etkili olmaktadır. Çalışanların içinde bulundukları iş ortamında iş tatminini etkileyen faktörler arasında yöneticinin çalışanlarına karşı davranışları ve çalışanlarının iş performansına yönelik yönetsel yaklaşımları iki önemli faktör olarak görülmektedir. Örnek olarak bir iş yerindeki yönetici, çalışanlarını sadece belirli bir yönde çalışmalarını için baskı uygulayarak personeli üzerinde çalışma şekline yönelik baskı oluşturabilir. Tersine durumda ise çalışma alanında yöneticiler, çalışanlarının yetkinlikleri doğrultusunda görevler verirlerse çalışanların iş tatmini artar ve işlerine olan bağlılıkları da artarak çalıştıkları yere maddi ve manevi olarak daha fazla olumlu katkı sağlarlar (Koçel, 2007).

İşin bağlı olduğu yönetsel açıdan çalışanların iş tatminine bakıldığında zaman da iş yerlerindeki yönetsel yaklaşımların çalışanlarının gelişmesine açık olacak biçimde olması ve çalışanlarının yeni fikirlerinin değerli olduğu belirtilerek çalışanlarına manevi olarak destek olunması iş tatmininin de artacağını gösterir (Eroğlu, 2008).

İşinden memnun olan ve tatmin düzeyi en yüksek olan çalışanların kendi iş yerlerinde de pozitif davranışlar içerisinde olmasını sağlamaktadır. İş yerinde daha az devamsızlık göstermekte ve çalıştığı yere maksimum katkı sağladığı görülmüştür. Öte yandan tam tersi bir şekilde iş hayatına devam eden çalışanlarda iş yerindeki devamsızlığın arttığı ve çalışma arkadaşlarına karşı da soğuk davranışlar sergilediği görülmüştür. Bu iki farklı durum arasında kalındığında iş yerindeki verimliliğin artmasındaki en önemli katkıyı iş yerindeki yöneticilerin ve yönetim şeklinin

Çalışanların iş tatmini üzerinde önemli etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır (Dinham ve Scott, 1998).

3.1.3. İşin alışma Arkadaşı, İşin Karşılığında Alınan Maaş ve İşin Bağlı Olduğu Kurum Açısından Tatmin

Günümüzde alışma ortamlarında çalışanların performansını yüksek tutabilmesi için büyük ölçüde çalıştıkları iş ortamında iş tatmininin yüksek olmasına bağlıdır. İş tatminini etkileyen faktörler arasında çalışılan ortamda çalışma arkadaşları, çalışmaları karşılığında alınan maaşlar ve çalıştığı işe bağlı olan kurum açısından tatmin olma düzeylerinin önemli olduğu belirtilmektedir (Thakur, 2007).

Bankacılık sektörü açısından iş tatmini değerlendirildiği zaman kamu ve özel sermayeli bankalarda çalışanların iş tatmini için yapılan araştırmalarda da kamu ve özel sermayeli bankalarda çalışanların aynı koşullarda iş tatmini olduğu görüntülenmiştir. Kamu bankalarında çalışanların önemli olduğu konuya bakıldığında alınan maaşın ve yan hakların yüksek olmasının iş tatminin yükselmesine sebep olmuştur. Özel sermayeli bankalarda ise çalışanların iş tatminini yükselten sebeplerden en önemlisi çalışılan ortamdaki çalışma arkadaşlarının motivasyonunu etkilemesi ve yöneticilerin çalışanlara karşı bakış açıları olmuştur (Eğinli, 2009, s. 43).

İş tatmininin sağlanması alt konularda incelendiğinde o çalışma alanında çalışanların aldıkları maaşın artması işine olan bağlılığını artırmakla birlikte harcamış olduğu emeğinde karşılığını aldığı hissine sahip olmasına yol atığından iş tatminini pozitif etkilemektedir. Ayrıca alışma arkadaşlarının da birlik içerisinde hareket ederek iş ortamında yardımlaşmanın artması ve takım olma hissinin atması çalışanlar arasında iş tatminini etkileyen konular olarak görülmüştür. İşin bağlı olduğu kurum açısından incelendiği zamanda burada özel sektör ve kamu sektörü ayrımı ortaya çıkmaktadır. Özel sektörde çalışanların iş tatminin çalışma koşulları, kariyer ve yönetimleri açısından daha az iş tatmini olduğu ve kamu sektöründe çalışanların ise gerek yan haklar gerekse kariyer planlaması açısından iş tatminin

daha yüksek olduğu gör÷lmüştür. Sonuç olarak çalışanların iş tatmininin artmasıyla birlikte de çalışanların kendilerine olan güveni artmıştır (Kurt, 2006).

3.2. Banka Çalışanlarının Sektöre Bakış Açıları

Günümüzde bankacılık sektörü küresel ekonomide önemli bir yere sahip olmuştur. Sürekli ve hızlı değişim içerisinde olan bankacılık sektöründe, nakit paranın ve türev araçların hızlı bir şekilde değişmesine aracı olan bankalar, ekonomide rekabet ortamına ayak uydurabilmek, getirilerini maksimum seviyede tutmak ve hedeflerine ulaşabilmeleri için performans değerlendirme önemli bir araç haline gelmiştir. Bu durum da bankacılık sektöründe çalışanlar üzerinde yoğun baskıların oluşmasına yol açmıştır (Sakınç ve Kakaç, 2018). Günümüzde dijitalleşmenin artmasıyla bankacılık sektöründe de yeni bir dönem başlamıştır. Bu yeni dönem dijitalleşme üzerine olmuştur. Dijitalleşmenin bankalar içerisinde hızla yayılmasının sebebi, müşterilerinin daha hızlı ve daha masrafsız bir şekilde ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirmelerine aracı olmaktadır. Dijital gelişmelerde müşteri tercihleri, rekabet, e-ticaretin gelişimi gibi diğer alanlarda yarattığı değişimlere, ödeme sistem ve araçlarındaki yenilikler karşısında bankaların aldıkları aksiyonlara yer verilmiştir (Ustaömer, 2019, s. 24).

Günümüze doğru geline süreçte bankacılık sektörünü geçmişten günümüze doğru incelemesi yapıldığında görünen durum; küresel düzeyde sıkça yaşanan ekonomik, sosyal, çevresel krizler ile birlikte iklim krizinin beraberinde getirdiği büyük yangınlar, yıkıcı hava olayları, aşırı yağışlar ve şiddetli kuraklıklar ülkelerin ekonomileri üzerinde büyük bir baskı oluştururken ekonominin temel taşlarından biri olan bankalara da maddi yük getirmektedir. Sürdürülebilir bir ekonomi için ülke yönetimleri ilk olarak o ülkede bulunan bankalara belirli yaptırımlar uygulayarak kaynak oluşmasını sağlamaktadırlar. Bu yüzden günümüzde bankacılık sektöründe çalışanlar üzerinde de ağır iş yükleri oluşmaya başlamış ve dijitalleşme ile birlikte de kendisini geliştirebilen çalışanlar bankacılık sektörüne olumlu yaklaşırken yaş grubu olarak daha ileri yaş grubunda olan bankacılık sektörü çalışanlarının sektöre karşı memnuniyetsizliği artmıştır. (TKBB, 2021)

Emhan ve diğerkleri (2011), çalışmalarında bankacılık sektöründe çalışanların iş memnuniyetinin çalışma yılının artması ile azaldığı, bankacılık sektöründe çalışmaya yeni başlayan çalışanların ilk başta gösterdikleri çalışma verimliliğinin sektöre bakış aıllarını değiştirerek ilerleyen yıllarda azaldığı anlatılmıştır. Çalışanların yaş ve kıdemlerinin ilerledikçe bankacılık sektörüne bakış aıllarının olumsuz yönde olmasının nedeni olarak bankacılık sektöründe yeterli düzeyde kariyer fırsatları elde edememesi ve bunun sonucunda işlerinin çalışanlara monoton hale gelmesi ve çekiciliğini kaybetmesi gibi nedenlerin etkili olduğu belirtilmiştir. Bankaların sermaye yapılarına göre değerlendirildiğinde de katılım bankaları çalışanlarının, devlet ve özel bankaların çalışanlarına göre daha yüksek bir iş memnuniyeti sağladıkları belirtilmiştir.

Bu çalışmada da Türkiye’de faaliyet gösteren altı katılım bankasında çalışanların bankacılık sektörüne karşı bakış aıllarına yönelik yapılan anket sorularına göre alışanların Minnesota İş Tatmini leğinden alınan puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Albaraka ve Türkiye Emlak Katılım bankalarında çalışan katılımcıların diğer bankalarda çalışan katılımcılara göre içsel doyum alt boyut, dışsal doyum alt boyut ve toplam puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Bu durumda da Katılım bankacılığında çalışanların da bankacılık sektörüne bakış aıllarında iş tatmin leğinin etkisi de olduğu görülmüştür.

3.3. Bankacılık Sektöründe alışanların Dijitalleşmeye Bakış Aılları

2020 yılından itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi döneminden sonra dijitalleşme çalışmaları hızla tüm sektörlerde yayılmıştır. Bankacılık sektöründe de dijitalleşme çalışmaları hızlanmış ve bütün bankalar müşterilerine temassız ve maliyeti daha az dijital ürünleri hizmete sunarak bankacılık sektöründe rekabet ortamı oluşmuştur. Bankacılık sektöründe dijital hizmetlerin ve bu hizmeti kullanan müşteri sayıları teknolojik gelişmelerle artmıştır. Bankacılık sektöründe gerçekleşen dijitalleşme ile birlikte bankacılık sektöründe çalışanlar da bankalara karşı bakış aılları değişmiştir. Dijitalleşmenin fiziki bankacılığı azaltması gündeme gelmiş ve

birçok banka şube sayısını azaltmış bununla birlikte çalışan sayısında da azalma beklentisi ortaya çıkmıştır (Ulusoy, 2021, s. 259).

Türkiye’de diğer ülkelerde olduğu gibi bankacılık alanında da pandemi dönemi ile birlikte bankacılık sisteminde yatırımlar artmış ve dijital bankacılık tüm müşteriler için kullanılabilir ve avantajlı hale getirilmiştir. Böylelikle temassız bankacılık dönemi de yaygınlaşmaya başlamıştır. Dijital dönüşüm olarak da nitelendirilen artışla birlikte çalışanlara olan ihtiyaç azalmasıyla istihdam kaybı da oluşacaktır. Dijitalleşme ile birlikte üç ayrı sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlardan ilki, Dijitalleşme ile birlikte bankacılık sisteminde fiziki şube çalışanları açısından istihdamı azaltacaktır. Ancak bilgisayar teknolojileri ve dijital alanlarda istihdamı artıracaktır. Yapılan çalışmalarda dijitalleşmenin bankacılık sektöründe şubeler başta olmak üzere istihdamı azaltacağı görüşü hakim olmuştur. Buna rağmen Türkiye’de birçok banka dijitalleşmeye önem verse de yatırımları istediği tutarlarda yapamadığı için şubeleşmeye ve personel alımına devam etmiştir (Ulusoy, 2021, s. 260).

Türkiye’de bankacılık sistemindeki dijitalleşme ile birlikte gelen yeniliklere bakıldığında zaman ilk dikkati çeken internet altyapısındaki gelişmelere yüksek tutarlarda yatırımlar yapılmasıdır. Bununla birlikte mobil telefonlarda ve bilgisayar uygulamalarında mobil ve internet bankacılığı altyapıları iyileştirilmiştir. İkinci dikkat çeken teknolojik gelişme ise müşterilerden gelen geri dönüşlere önem verilerek birçok bankanın ATM kartlarını ve kredi kartlarını temassız hale getirerek alışverişlerde de temassız kullanım limitlerinin önce 500 TL’ye sonra da 750 TL’ye çıkarmışlardır (TKBB,2021).

Üçüncü bir teknolojik gelişme ise tüm dijital bankacılık hizmeti veren bankaların belirlenen mesai saatleri dışında da Fonların Anlık ve Sürekli Transferi (FAST) Sistemi’ni pandeminin etkisiyle de geliştirerek 8 Ocak 2021 tarihinde müşterilerinin kullanımına açmışlardır. Yapılan bu gelişmelerin sonucunda da dijitalleşme ile birlikte müşteriler tüm işlemlerini uzaktan ve temassız bir şekilde yapmaya başlamıştır (Ulusoy, 2021, s. 264).

Yapılan bu çalışmada da katılım bankaları açısından bir değerlendirme yapıldığında dijital bankacılık ve çağrı merkezlerinde çalışan katılımcılar ile bölge müdürlüğü, genel müdürlük ve şubede çalışan katılımcılara göre dijitalleşmeye uyum alt boyut puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Dijitalleşmenin katılım bankacılığında ve bankacılık sektöründe aktif uygulanacağını bu durumun dijital bankacılıkta çalışanların iş düzenlerinde bir sorun yaratmayacağını ancak bölge müdürlükleri, şubeler ve genel müdürlüklerde çalışanların dijitalleşme ile birlikte çalışma şekillerinin değişeceği düşünülmektedir. Bu durum ile birlikte çalışan ve şube sayısının da azalacağı beklenmektedir.

3.4. Bankacılık Sektöründe Çalışanların Dijitalleşme Sonucunda Yaptıkları İşe Karşı Bakışları

Dijitalleşme ile birlikte bankacılık sektöründe de teknolojik gelişmeler yaşanmıştır. Bu yaşanan teknolojik gelişmeler şu şekilde sıralanabilmektedir;

- 1) Uzaktan müşteri edinimi uygulaması ile bankalar özellikle pandemi döneminde NFC özelliği bulunan ve çipli kimlik kartına sahip olan kişileri kendi ürün reklamları sayesinde müşterileri yapabilmişlerdir.*
- 2) İnternet bankacılığı ve mobil uygulamalar üzerinden her türlü para transferi, yatırım, fatura ve kredi kartı işlemleri yapılabilir hale gelmiştir.*
- 3) Kredi başvuru işlemleri de mobil şube ve internet şube üzerinden temassız ve zaman kaybı olmayacak şekilde yapılır hale gelmiştir.*
- 4) Yatırım işlemleri de mobil şube ve internet şube üzerinden temassız bir şekilde hesap açılarak yapılabilir hale geldi. Böylelikle döviz, altın, hisse senedi gibi işlemler hem zaman kaybının hem de maliyetinin azaltıldığı bir şekilde yapılabildi.*
- 5) Sigorta primleri ve trafik cezaları her banka tarafından yine temassız ve fiziken şubede bulunmadan yapılabildi.*

6) Engelli kişilere yönelik olarak bankacılık ürün ve hizmetlerine dijital ortamda erişime kolay hale getirildi.

7) Pandemi döneminin ürün satan kişiler açısından en önemli gelişmesi sayılabilecek teknolojik gelişmesi sanal pos cihazlarının kullanıma sunulması olmuştur. Birçok firma sanal pos sistemine geçerek kendi akıllı telefonlarını pos cihazı haline getirerek alışverişi kolay ve hızlı hale getirmişlerdir.

8) Pandemi döneminde yaşanan teknolojik gelişmelerden sonuncusuna baktığımız zamanda bankaların kendi ATM'lerini temassız hale getirmek için kare kod yöntemi ile para yatırma ve çekme gibi işlemleri müşterilerinin kullanımına sunmaları olmuştur.

Yukarıdaki gelişmelere bakıldığı zaman birçok banka da altyapısını geliştirmeye kaynak ayırarak müşterilerine masrafsız, zaman açısından daha kısa sürede işlemlerini yapabilecek ve şubeye gitmeden bankacılık işlemlerini yapabilecek çalışmalar gerçekleştirmişlerdir (TKBB, 2021).

Bu durumun sonucu olarak da birçok banka gelirlerinin önemli bir kısmını dijitalleşmeye ayırdığından şubeleşme çalışmalarını yavaşlatmış ve personel sayısında da kısıtlamaya gitmişlerdir. Bankacılık alanında yaşanan bu dijitalleşme ile birçok çalışan grubuna ihtiyaç duyulmadığından işten çıkarma durumları da yaşanmıştır. Katılım bankaları ise dijitalleşmeye yaptıkları yatırımları artırarak klasik bankacılık sistemi ile bankacılık sektörü içerisinde yarışır hale gelmiştir. Katılım bankaları üzerine yapılan bu çalışmada, katılım bankalarında çalışanlara anket çalışması uygulanmıştır. Çıkan sonuçlara göre yaşanan dijital gelişime karşı işsizlik konusunda kaygılanma olurken mesleki yeterliliklerinin dijital gelişmeler takip etme açısından yeterli olacağı düşünülmektedir. Çalışanlar arasında yaş ilerledikçe dijitalleşmeyi takibin azaldığı belirtilirken genç yaş grubunun dijital gelişmeleri takip etmesinden dolayı mesleki kaygılarının az olduğu görülmüştür.

3.5. Katılım Bankasındaki Çalışanların Dijitalleşmeye Bakış Açıları

Katılım bankaları hem dünya da hem de Türkiye’de dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin yavaş bir şekilde gerçekleştiği bankacılık sektörünün bir çeşididir. Klasik bankacılık sisteminde teknolojik gelişmeler hızla takip edilip dijitalleşme sağlanırken katılım bankacılığında daha geç gelişmeler yaşanmıştır. Pandemi döneminde her ne kadar çok katılım bankası dijital dönüşüm ile altyapısını düzenlese de katılım bankalarının dijitalleşmeye uyum sağlanması daha geç gerçekleşmiştir. Alternatif dağıtım kanallarına yapılan yatırımlar ile birlikte katılım bankaları da pandemi döneminin ortasından itibaren rekabet edebilir hale gelmiştir. Bu durum ile birlikte katılım bankalarının müşterileri de etkilenererek katılım bankalarına olan bağları daha fazla artmıştır. Ayrıca katılım bankaları, karlılığını artırmada önemli yere sahip olan kredi kartı ürünlerinde de güncellemeler yaparak daha etkin hizmet vermeye başlamışlardır. Katılım bankaları faizsiz sistemi daha iyi müşterilerine anlatabilmek için de dijitalleşmeden faydalananarak dijital kanallar üzerinden reklamları artırmışlardır (Anaç ve Kaya, 2017).

Katılım bankalarında çalışanlar üzerinde yapılan bir çalışmada; Türkiye genelinde faaliyet gösteren altı katılım bankasındaki çalışanlara yönelik anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket çalışmasında katılım bankasında çalışanların dijitalleşmeye karşı bakış açıları saptanmaya çalışılmıştır. Katılım bankalarında çalışan 428 kişiden %92,3 oranında dijitalleşmeyi takip ettikleri, bu oranın içerisindeki %58,9 oranında da çok yakından dijitalleşmenin takip edildiği belirlenmiştir. Yine %95.1 oranında çalışanın bankacılık sektöründe gerçekleşecek teknolojik gelişmelere uyum sağlayabileceğini belirtirken %92.4 oranında çalışanın da dijitalleşmenin daha fazla iş yükü getireceğine inanmaktadır. Dijitalleşmenin bankacılık sektörüne dair çalışanlar açısından anket değerlemesi yapıldığında da katılım bankalarında çalışan ve ankete katılanların %92 oranındaki kesimin dijitalleşme ile bankacılık sektöründe işsizliğin artacağını düşündükleri belirlenmiştir. Anketlere verilen cevaplardan da analizler yapıldığında ve çalışma süresi de göz önünde bulundurulduğunda Dijitalleşme Ölçeği alt boyut ve toplam puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi

yapılmıştır. Yapılan ileri analizde ise 1 yıldan daha az çalışma süresinde olan katılımcıların ölçek alt boyut ve toplam puan ortalamalarının diğer gruplara göre daha düşük olduğu belirlenmiştir (Gençtürk ve Çobankaya, 2015, s. 95).

Ankete katılan çalışanlardan çalıştıkları kurum ile Dijitalleşme Ölçeği çalışanların memnuniyetsizliği, dijitalleşme kaynaklı kaygı ve toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Türkiye Emlak Katılım bankasında çalışan katılımcıların diğer bankalarda çalışan katılımcılara göre çalışanların memnuniyetsizliği, dijitalleşme kaynaklı kaygı ve toplam puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$).

Sonuç olarak dijitalleşme ile birlikte katılım bankaları da geleneksel bankacılık sisteminde faaliyet gösteren bankalarla rekabet edebilir hale gelmek için yatırım yaparken teknolojinin gelişmesi ve sürekli ürünlerin daha teknolojik hale gelmesi, katılım bankacılığında çalışanların özellikle iş yükünü ilk öğrenme aşamasında yükselteceğini daha sonrasında da işsizliğe sebep olabileceğini düşünmektedirler (Gençtürk ve Çobankaya, 2015, s. 103).

4. BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Pandemi döneminde ve sonrasında tüm dünyada temassız bir dönem başlamıştır. Bireylerin yaşamsal faaliyetlerini devam ettirilmesinde ve her türlü ihtiyaçlarının karşılanmasında bankacılık sektörünün önemli bir yeri vardır. Bu dönemde her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de dijitalleşme çalışmaları hızlanmış yeni teknolojik gelişmeler yeni ürünlerin ortaya çıkmasını sağlayarak bireylerin yaşamlarını kolaylaştırmıştır. Katılım bankalarında ise İslami kurallara göre ürünlerin kullanılabilecek olmasından dolayı klasik bankacılık hizmeti veren bankalara göre bu durum daha yavaş gerçekleşmiştir. Pandemi döneminde dijitalleşme hem banka müşterileri için hem de bankalarda çalışanlar için önemli olmuştur. Dijitalleşmenin getirdiği hız ve masrafsız bankacılık ile birlikte bankaların da bu alanlara yatırım yapması yeni açılacak şubeleri ve çalışacak personel alımını kısıtlamış ve hali hazırda çalışan personeller içinse işsiz kalma durumu ile baş başa bırakmıştır. Bu çalışmanın amacı, bankacılık sektörü içerisinde önemli yere sahip olan katılım bankacılığında dijitalleşmenin, çalışanların iş tatminini hangi derecede etkilediğini ve çalışanların dijitalleşmeye karşı bakış açılarının gösterilmesidir.

4.2. Araştırmanın Önemi

Çalışmanın önemi, katılım bankacılığında çalışanlar ile dijitalleşme kavramlarının birleştirilerek iş tatminin hangi ölçüde etkilediğinin ilk kez gösterilecek olmasıdır. Literatür taramasında daha önce katılım bankalarında çalışanlar üzerinde iş tatminine yönelik şehirlere göre araştırmalar yapılsa da Türkiye’de hizmet veren 6 katılım bankasında çalışanların iş tatmini üzerine yapılan ilk çalışmadır. Özellikle pandemi döneminden sonra dijitalleşmenin hızlandığı bankacılık sistemi içerisinde katılım bankalarının da değişime uyum sağlamasıyla birlikte katılım bankalarında çalışanların da iş tanımlamaları değişmeye başlamıştır. Bankacılık sektöründe uzaktan çalışma, hibrit çalışma ya da yerinde çalışma gibi kavramlar ortaya çıkmıştır. Bankacılık sektörü içerisinde katılım bankalarında çalışanlara yönelik yapılan bu

çalışma da pandemi döneminden sonra katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme ile birlikte yaşadıkları iş tatmini üzerine yapılan özgün bir araştırmayı içermektedir.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmada Aralık 2022-Mart 2023 tarihleri arasında Türkiye’de katılım bankacılığında faaliyet gösteren Albaraka, Kuveyt Türk, Türkiye Finans Katılım, Türkiye Emlak Katılım, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım’da çalışanlara yönelik olarak 3 ay süresince e-mail, dijital uygulamalar ve yüz yüze anket uygulanarak veriler toplanmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan katılım bankalarında çalışan kişiler (N=17849) oluşturmuştur. Çalışmanın örneklem hesabı evreni bilinen örnekleme yöntemi ile yapılmıştır (Ural, 2011, s. 43).

$$N = \frac{N \cdot t^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q}$$

Evreni Bilinen Örnekleme Yöntemi Formülü;

N= Evrendeki birey sayısı

n= Örnekleme alınacak birey sayısı

p= İncelenecek olayın görülüş sıklığı (olasılığı)

q= İncelenecek olayın görülmeyiş sıklığı (1-p)

t= Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosunda bulunan teorik değer.

d= Olayın görülüş sıklığına göre yapılmak istenen +/- sapma olarak simgelenmiştir

Çalışmanın örneklem hesabı yapılırken de p=0.50, q=0.50, t=1.96, d=0.005 olarak yapılmıştır. Çalışmanın örneklemini yukardaki formüle göre hesaplanmış ve n=376 bulunmuştur. Bu çalışmada katılım bankalarında çalışıp anket uygulanan toplam kişi sayısı 428’dir. Böylece araştırma örnekleminin araştırma evrenini temsil ettiği görülmektedir.

Tablo 4.1: Çalışmaya Katılanların Çalıştıkları Katılım Bankası Dağılımı

Katılım Bankasının Adı	Katılımcı Sayısı
Albaraka	61
Kuveyt Türk	65
Türkiye Finans Katılım	72
Türkiye Emlak Katılım	32
Vakıf Katılım	96
Ziraat Katılım	102

Tablo 4.1’de ankete katılan 428 kişinin çalıştığı banka ve çalışma yerleri belirtilmiştir. Anketin ilk bölümünde, ankete katılan katılım bankalarındaki çalışanların demografik bilgileriyle ilgili sorular yer almıştır. Anketin ikinci bölümünde, çalışanların iş tatminine yönelik sorular sorulmuştur. Üçüncü kısmında ise çalışanların dijitalleşmeye yönelik bilgileri ve çalışanların dijitalleşme sonrasında işlerine karşı tutumlarının ölçülmesine yönelik sorular yer almıştır. Analiz aşamasında ise ilk olarak MS Excell tablosuna aktarılan veriler SPSS 27 programında analiz edilmiştir.

4.4. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerden dijitalleşme ile ilgili kısmında; dijitalleşmenin ve teknolojik gelişmelerin muhasebe mesleğine ve çalışanlarına etkileri konulu ölçek kullanılmıştır. Dijitalleşme ölçeği daha önce İsmail Tekbaş tarafından 2018 yılında “Dijitalleşmenin ve Teknolojik Gelişmelerin Muhasebe Mesleğine ve Meslek Mensuplarına Etkileri” isimli yüksek lisans tezinde kullanılmıştır.

Katılım Bankalarında çalışanların iş tatminini ölçmek için Minnesota iş tatmini ölçeği kullanılmıştır. Minnesota İş Tatmini ölçeğindeki anket soruları daha önce Osman Akkamış tarafından 2010 yılında öğretmenlerin iş tatmini üzerine bir değerlendirme konulu yüksek lisans tezinde kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilikleri ve güvenilirliklerini hesaplamak için yapılan Cronbach alfa analizleri sonucunda Minesota İş Tatmini ölçeğinin

Cronbach's alfa katsayısı 0.75, Dijitalleşme ölçeğinin Cronbach's alfa katsayısı 0.90 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olduklarını göstermektedir.

Tablo 4.2: Minnesota iş tatmini ölçeği alt boyutları

Minnesota İş Tatmini Ölçeği Alt Boyutları						
Değişkenler	İçsel Doyum		Dışsal Doyum		Toplam Puan	
	r	p	r	p	r	P
Dijitalleşme Ölçeği Alt Boyutları						
E-Dönüşümden Memnuniyet	0.153	0.000	0.250	0.000	0.204	0.000
E-Dönüşüme Uyum	0.170	0.000	0.227	0.000	0.203	0.000
Çalışanların Memnuniyetsizliği	0.161	0.000	0.182	0.000	0.177	0.000
E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı	0.95	0.050	0.103	0.033	0.102	0.035
Mesleki Yeterlilik	0.040	0.404	0.013	0.782	0.029	0.544
Toplam	0.167	0.000	0.216	0.000	0.196	0.000

Tablo 4.2'de Minnesota iş tatmini ölçeği alt boyutları görülmektedir. Çalışmanın bulguları içerisinde analizler yapılırken içsel doyum ve dışsal doyum olmak üzere iki alt boyut ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.3: Katılımcıların Minnesota iş tatmini ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları

Minnesota İş Tatmini Ölçeği Alt Boyutları	X±SS	Alınabilecek Min-Max Puan
İçsel Doyum	46.31±7.14	12-60
Dışsal Doyum	32.14±5.78	8-40
Toplam Puan	78.46±12.45	20-100
Dijitalleşme Ölçeği Alt Boyutları		
E-Dönüşümden Memnuniyet	27.31±3.40	6-30
E-Dönüşüme Uyum	22.97±2.64	5-25
Çalışanların Memnuniyetsizliği	18.75±2.39	5-25
E-Dönüşüm Kaynaklı Kaygı	13.67±1.99	3-15
Mesleki Yeterlilik	20.10±2.07	5-25
Toplam Puan	100.79±9.88	24-120

Tablo 4.3’de katılımcıların Minnesota iş tatmini ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları görülmektedir. Anketlerin analizinde yapılan T-Testi, Tek Yönlü Anova Testi ve Duncan Testi sonucunda katılımcıların Minnesota iş tatmini ölçeğinden aldıkları puan ortalamalarının hesaplaması verilmiştir.

4.5. Araştırmanın Hipotezleri

Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde demografik özelliklerine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezler kurulmuş ve test edilmiştir.

H1₁: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık vardır.

H1₂: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde medeni duruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

H1₃: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.

H14: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık vardır.

H15: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık vardır.

H16: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

H17: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalıştıkları birime göre anlamlı bir farklılık vardır.

Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında demografik özelliklerine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezler kurulmuş ve test edilmiştir.

H21: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık vardır.

H22: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında medeni duruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

H23: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.

H24: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık vardır.

H25: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık vardır.

H26: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

H27: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları birime göre anlamlı bir farklılık vardır.

H28: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre anlamlı bir farklılık vardır.

H29: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalışma şekline göre anlamlı bir farklılık vardır.

Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların iş tatminine etkisine yönelik hipotezler kurulmuş ve test edilmiştir.

H31: Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların içsel doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H32: Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların dışsal doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H33: E-Dönüşümden memnuniyetin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H34: E-Dönüşüme uyumun katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H35: Çalışanların memnuniyetsizliğinin iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır

H36: E-dönüşüm kaynaklı kaygının katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır

H37: Mesleki yeterliliğin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

4.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmada veriler toplanırken katılım bankalarında çalışanlara yönelik olarak anket yapılmış ve elektronik ortamda gönderilen anket sorularının kişisel bilgilerin gizlenerek cevaplanması sağlanmıştır. Çalışanlara yönelik olarak yapılan anketler Türkiye genelinde faaliyet gösteren 6 katılım bankası: Albaraka, Kuveyt Türk Katılım, Türkiye Finans, Türkiye Emlak Katılım, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım çalışanlarına uygulanmıştır. Çalışanlara uygulanan bu anketlerde 6 katılım bankasından toplamda 428 çalışan cevaplandırmıştır. Katılım bankalarında çalışanlardan anketlerle toplanan veriler, SPSS programı yardımıyla seçilen hipotezler çerçevesinde analiz edilmiştir. Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme ile birlikte yaşanan iş tatmininin hangi düzeyde olduğu ölçülmüştür. Ayrıca katılım bankalarında çalışanların iş tatmin düzeylerini etkileyen faktörler de hipotezlerde belirlendiği şekilde ölçümü yapılmıştır.

4.7. Araştırmanın Bulguları

Yapılan çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren altı katılım bankası; Albaraka, Kuveyt Türk, Türkiye Finans, Türkiye Emlak Katılım, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım’da çalışanlara yönelik olarak anket çalışması uygulanmıştır. Ankete katılım çalışanlara 3 bölüme ayrılarak sorular sorulmuştur. İlk bölümde ankete katılan katılım bankasında çalışanların demografik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. İkinci bölümde katılım bankalarında çalışanların şu an çalıştıkları yerlerden memnun olmalarına yönelik olarak iş tatmini ölçeklerine yönelik olarak sorular sorulmuştur. Anket çalışmasının üçüncü bölümünde ise katılım bankalarında çalışanların dijitalleşmeye bakışları ve dijitalleşme ile birlikte oluşacak çalışan fazlalığı olacağını ve devamında ise işsiz kalınacağı yönünde görüşlerinin olup olmadığının gösterilmesi amaçlanmıştır.

Tablo 4.4: Katılımcıların tanımlayıcı özellikleri (N=428)

Özellikler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	251	58,6
Erkek	177	41,4
Yaş		
18-23	8	1,9
24-29	125	29,2
30-35	84	19,6
36-41	118	27,6
42-47	65	15,2
48-53	28	6,5
Medeni Durum		
Evli	281	65,7
Bekar	147	34,3
Eğitim Durumu		
Lise	5	1,2
Üniversite	352	82,2
Yüksek lisans-Doktora	71	16,6
Çalışma Süresi		
1 yıldan az	10	2,3
1-5 yıl	124	29,0
6-10 yıl	155	36,2
10-15 yıl	90	21,0
15 yıldan fazla	49	11,4
Çalıştığınız Katılım Bankası		
Albaraka	61	14,3
Kuveyt Türk	65	15,2
Türkiye Finans	72	16,8
Türkiye Emlak Katılım	34	7,9
Vakıf katılım	93	21,7
Ziraat katılım	103	24,1
Çalıştığınız Birim		
Bireysel bankacılık	36	8,4
Dijital Bankacılık ve Ödeme Yöntemleri/ Çağrı Merkezi	32	7,5
Kobi bankacılığı	86	20,1
Kurumsal ve ticari bankacılık	64	15,0
Krediler/finansman	31	7,2
Nakit Yönetimi	22	5,1
Özel bankacılık	50	11,7
Operasyon birimi	107	25
Çalıştığınız Birimin Bağlı Olduğu Yer		
Bölge Müdürlükleri	12	2,8
Genel Müdürlük ve Ek Hizmet Yerleşkeleri	92	21,5
Dijital Bankacılık ve Çağrı Merkezleri	33	7,7
Şube	291	68,0
Çalışma Şekli		
Hibrit Çalışma	78	18,2
Uzaktan Çalışma	4	0,9
Yerinde Çalışma	346	80,8

Tablo 4.4’de ankete katılanların demografik özellikleri görülmektedir. Çalışanların demografik özelliklerine bakıldığında kadınların erkeklere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durumda katılım bankalarının kadın istihdamına da katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Çalışan sayılarına oranla katılanlara bakıldığında, en az katılımın

olduğu katılım bankası Türkiye Emlak Katılım bankası çalışanları olmuştur. Bu durumun bu katılım bankasının hem personel sayısının az olması hem de Türkiye'nin en yeni kurulan katılım bankası olmasından dolayı olduğu düşünülmektedir.

Katılım bankalarında çalışılan süreler sorulduğunda ise katılımcıların en düşük cevaplama gösterdiği 1 yıldan az seçeneği olmuştur. Bu durumun pandemi sonrası istihdamın Türkiye genelinde azalması ve dijitalleşme ile personel sayısının da sınırlı tutulmasının etkisi olduğu varsayılmaktadır.

Anket çalışmasının ikinci bölümünde çalışanlara yönelik olarak iş tatmin ölçeği soruları sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar ve Minnesota iş tatmini ölçeği puan ortalamaları aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.5: Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Minnesota İş Tatmini Ölçeği Puan Ortalamaları

Özellikler		İçsel Doyum Puan Ortalaması	Dışsal Doyum Puan Ortalaması	Toplam Puan Ortalaması
	n(%)	X±SS	X±SS	X±SS
Cinsiyet				
Kadın	251 (58.6)	46,61±7,83	32,47±6,26	79,08±13,62
Erkek	177 (41.4)	45,88±6,02	31,68±5,00	77,57±10,54
Test	t*	1,09	1,37	1,29
p değeri	p	0,273	0,169	0,195
Medeni Durum				
Evli	281 (65.7)	47,06±5,18	32,73±3,96	79,79±8,54
Bekar	147 (34.3)	44,87±9,71	31,02±8,10	75,90±17,41
Test	t*	2,54	2,40	2,55
p değeri	p	0.012	0.017	0.002
Yaş				
18-23 ^a	8 (1.9)	48,25±6,08	32,25±6,58	80,50±11,94
24-29 ^b	125 (29.2)	44,15±10,24	30,78±8,46	74,93±18,26
30-35 ^c	84 (19.6)	46,28±4,98	32,53±4,03	78,82±8,47
36-41 ^d	118 (27.6)	47,19±4,96	32,41±4,05	79,61±8,53
42-47 ^e	65 (15.2)	47,64±5,52	32,81±4,08	80,46±8,97
48-53 ^f	28 (6.5)	48,67±4,76	34,35±3,46	83,03±7,63
Test	F**	3,96	2,55	3,44
p değeri	p	0.002	0.027	0.005
		b ve f p<0.05***	b ve f p<0.05***	b ve f p<0.05***
Eğitim Durumu				
Lise	5 (1.2)	48,20±11,75	32,20±9,95	80,40±21,10
Üniversite	352 (82.2)	46,01±7,45	32,01±6,02	78,03±13,05
Yüksek lisans- Doktora	71 (16.6)	47,66±4,68	32,77±5,78	80,43±7,75
Test	F**	1,75	0,50	1,16
p değeri	p	0,174	0,605	0,314
Çalışma Süresi				
1 yıldan az	10 (2.3)	44,40±8,65	30,40±8,42	74,80±16,34
1-5 yıl	124 (29)	44,60±10,24	31,19±8,41	75,79±18,23
6-10 yıl	155 (36.2)	47,16±4,88	32,70±3,83	79,87±8,21
10-15 yıl	90 (21)	46,57±5,06	32,26±3,97	78,84±8,39
15 yıldan fazla	49 (11.4)	47,85±5,76	32,91±4,61	80,77±9,83
Test	F**	3,16	1,67	2,26
p değeri	p	0.014	0,154	0.035

Tablo 4.5: Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre Minnesota iş tatmini ölçeği puan ortalamaları (devam)

Özellikler		İçsel Doyum Puan Ortalaması	Dışsal Doyum Puan Ortalaması	Toplam Puan Ortalaması
	n(%)	X±SS	X±SS	X±SS
Çalıştığımız Bankası	Katılım			
Albaraka ^a	61 (14,3)	42.00±7.63	29.86±6.49	71.86±13.69
Kuveyt Türk ^b	65 (15,2)	47.53±6.25	33.06±5.00	80.60±10.74
Türkiye Finans ^c	72 (16,8)	45.93±6.02	31.77±5.25	77.70±10.71
Türkiye Emlak Katılım ^d	34 (7,9)	44.64±7.51	29.58±5.72	74.23±12.37
Vakıf katılım ^e	93 (21,7)	47.21±5.62	32.61±4.83	79.82±10.12
Ziraat katılım ^f	103(24,1)	48.09±8.09	33.60±6.34	78.46±12.45
Test	F**	7.33	5.28	6.67
p değeri	p	0.001	0.001	0.001
		a ve d; b, c ,e,f	a ve d; b, c ,e,f	a ve d; b, c ,e,f
		p<0.05***	p<0.05***	p<0.05***
Çalıştığımız Birim				
Bireysel bankacılık	36 (8,4)	44,88±8,61	30,91±8.01	75,80±16,16
Dijital Bankacılık ve Ödeme Yöntemleri/ Çağrı Merkezi	32 (7,5)	45,93±7,54	31,75±5.19	77,68±11,94
Kobi bankacılığı	86 (20,1)	46,54±6,39	32,31±4.68	78,86±10,44
Kurumsal ve ticari bankacılık	64 (15)	46,32±6,52	32,43±4.24	78,76±10,27
Krediler/finansman	31(7.2)	46,32±6,53	32,19±6.26	78,51±12,38
Nakit Yönetimi	22 (5.1)	44,59±8,17	31,50±6.91	76,09±14,77
Özel bankacılık	50 (11.7)	47,10±5,11	33,12±3.75	80,22±8,48
Operasyon birimi	107(25)	46,69±8,18	32,03±6.99	78,72±14,86
Test	F**	0.53	0.53	0.52
p değeri	p	0.805	0.811	0.813
Çalıştığımız Birimin Bağlı Olduğu Yer				
Bölge Müdürlükleri	12 (2.8)	49,41±5.53	34,75±3.93	84,16±8.71
Genel Müdürlük ve Ek Hizmet Yerleşkeleri	92(21.5)	45,95±7.79	32,10±6.72	78,06±14.15
Dijital Bankacılık ve Çağrı Merkezleri	33 (7.7)	45,03±7.25	31,60±4.84	76,63±11.24
Şube	291 (68)	46,44±6.95	32,11±5.61	78,55±12.11
Test	F**	1.22	0.911	1.11
p değeri	p	0.302	0.436	0.34
Çalışma Şekli				
Hibrit Çalışma	78	44,11±8.90	30,52±7.67	74,64±16.12
Uzaktan Çalışma	4	44.00±10.80	33.50±5.00	77.50±15.02
Yerinde Çalışma	346	46.83±6.55	32.49±5.22	79.33±12.45
Test	F**	4.91	3.86	4.60
p değeri	p	0.008	0.022	0.010

*Independent Sample t Test ** One way ANOVA ***Duncan Test

Tablo 4.5’de katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre Minnesota İş Tatmini Ölçeği alt boyut ve toplam puan ortalamalarına yer verilmiştir.

Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezler kurulmuş ve test edilmiştir.

H1₁: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez t testi ile test edilmiş, cinsiyete göre ölçekten alınan puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış, ($p>0.05$) olduğundan hipotez reddedilmiştir.

H1₂: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde medeni duruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez t testi ile test edilmiş, medeni durum açısından evli olan katılımcıların içsel doyum alt boyut, dışsal doyum alt boyut ve toplam puan ortalamalarının bekar olanlara göre yüksek olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan medeni durum açısından anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H1₃: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, yaş grupları açısından incelendiğinde Minnesota İş Tatmini ölçeğinden alınan puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Minnesota İş tatmini Ölçeği toplam puan ve alt boyutlarından alınan puan ortalamaları arasında 24-29 yaş grubu ve 48-53 yaş grubu arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiş olup 48-53 yaş ortalaması arasındaki katılımcıların içsel doyum alt boyut, dışsal doyum alt boyut ve toplam puan ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan yaş grupları açısından anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H1₄: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, Minnesota İş Tatmini ölçeği alt boyutları ve toplam puan ortalamaları arasında katılımcıların eğitim durumuna göre ölçekten alınan puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış, ($p>0.05$) olduğundan hipotez reddedilmiştir.

H1₅: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA testi ile test edilmiş, çalışma süresine göre Minnesota İş Tatmini ölçeğinden alınan puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Yapılan analizde çalışma süresine göre gruplar arasında farklılık tespit edilmiş, ($p<0.05$) olduğundan çalışma süreleri açısından anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H1₆: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA testi ile test edilmiş, katılımcıların çalıştıkları kurum ile Minnesota İş Tatmini ölçeğinden alınan puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Albaraka ve Türkiye Emlak Katılım bankalarında çalışan katılımcıların diğer bankalarda çalışan katılımcılara göre içsel doyum alt boyut, dışsal doyum alt boyut ve toplam puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir, ($p<0.05$) olduğundan çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H1₇: Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalıştıkları birime göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA testi ile test edilmiş, katılımcıların çalıştıkları birim ve çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre Minnesota İş Tatmini ölçeği alt boyutları ve toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamış, ($p>0.05$) olduğundan hipotez reddedilmiştir.

Tablo 4.6: Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre dijitalleşme ölçeği puan ortalamaları

Özellikler		E-dönüşümden Memnuniyet	Dijitalleşmeye Uyum	Çalışanların Memnuniyetsizliği	Dijitalleşmeden Kaynaklı Kaygı	Mesleki Yeterlilik	Toplam Puan Ortalaması
	n(%)	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS
Cinsiyet							
Kadın	251 (58.6)	27.60±3.20	23.14±2.51	18.96±2.22	13.87±1.83	20.25±1.79	101.70±8.65
Erkek	177 (41.4)	26.90±3.64	22.74±2.80	18.45±2.58	13.40±2.17	19.88±2.40	99.49±11.30
Test	t*	2.12	1.53	2.13	2.32	1.72	2.19
p değeri	p	0.035	0.126	0.033	0.021	0.085	0.029
Medeni Durum							
Evli	281 (65.7)	27.31±2.96	22.90±2.34	18.91±2.17	13.76±1.70	20.15±1.91	101.02±8.55
Bekar	147 (34.3)	27.32±4.13	23.11±3.14	18.44±2.74	13.51±2.44	20.00±2.34	100.34±12.05
Test	t*	-0.039	-0.775	1.905	1.274	0.742	0.677
p değeri	p	0.969	0.440	0.057	0.203	0.458	0.499
Yaş							
18-23 ^a	8 (1.9)	25,12±5.19	21,75±2.96	16,25±3.28	11,75±2.37	18,00±1.30	90,75±12.64
24-29 ^b	125 (29.2)	27,59±3.96	23,35±3.07	18,53±2.59	13,59±2.54	20,28±2.31	101,26±11.67
30-35 ^c	84 (19.6)	27,19±3.39	22,66±2.82	18,61±2.23	13,59±1.92	20,14±1.87	100,20±9.51
36-41 ^d	118 (27.6)	27,50±3.20	23,03±2.30	19,10±2.41	13,93±1.45	20,11±1.89	101,66±8.98
42-47 ^e	65 (15.2)	26,84±2.59	22,64±2.30	18,86±1.81	13,69±1.55	20,07±2.21	100,03±8.45
48-53 ^f	28 (6.5)	27,39±2.31	23,14±1.75	19,10±2.28	13,78±2.00	19,82±1.78	101,46±6.59
Test	F**	1.17	1.31	2.71	1.99	1.96	2.07
p değeri	p	0.319	0.255	0.020	0.07	0.083	0.067
				a ve b,c,d,e,f, p<0.05***			
Eğitim Durumu							
Lise ^a	5 (1.2)	26,80±5.63	23,40±2.30	15,20±2.58	9,60±4.33	18,60±2.19	91,20±11.58
Üniversite ^b	352 (82.2)	27,34±3.60	23,01±2.76	18,7±2.36	13,76±1.92	20,10±2.09	100,98±10.32
Yüksek lisans-Doktora ^c	71 (16.6)	27,23±1.96	22,76±1.98	18,85±2.34	13,53±1.85	20,21±1.91	100,54±6.89
Test	F**	0.084	0.340	5.74	11.52	1.41	2.45
p değeri	p	0.919	0.712	0.003	0.000	0.244	0.087
				a ve b,c p<0.05***	a ve b,c p<0.05***		
Çalışma Süresi							
1 yıldan az ^a	10 (2.3)	24,00±5.24	20,20±4.04	15,10±3.47	11,20±3.04	17,80±1.87	86,60±14.26
1-5 yıl ^b	124 (29)	27,72±3.93	23,47±2.96	18,76±2.41	13,73±2.34	20,33±2.28	101,88±11.16
6-10 yıl ^c	155 (36.2)	27,68±3.17	23,13±2.38	18,97±2.37	13,83±1.81	20,23±1.95	101,84±9.19
10-15 yıl ^d	90 (21)	26,67±2.84	22,44±2.38	18,66±2.00	13,66±1.26	19,86±1.98	99,30±8.23
15 yıldan fazla ^e	49 (11.4)	26,97±2.61	22,77±2.20	18,91±2.25	13,59±2.14	20,00±1.76	100,34±7.84
Test	F**	4.31	5.16	6.58	4.26	4.06	6.86
p değeri	p	0.002	0.000	0.000	0.002	0.003	0.000
		a ve b,c,d,e,f p<0.05***	a ve b,c,d,e,f p<0.05***	a ve b,c,d,e,f p<0.05***	a ve b,c,d,e,f p<0.05***	a ve b,c,d,e,f p<0.05***	a ve b,c,d,e,f p<0.05***

*Independent Sample t Test ** One way ANOVA ***Duncan Test

Tablo 4.6: Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre dijitalleşme ölçeği puan ortalamaları (devam)

Özellikler	n(%)	Dijitalleşmeden		Dijitalleşmeye		Katılım		Dijitalleşm		Mesleki		Toplam Puan	
		Memnuniyet		Uyum		Bankalarında Çalışanların Memnuniyetsizliği		eden Kaynaklı Kaygı		Yeterlilik		Ortalaması	
		X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS
Çalıştığımız Katılım Bankası													
Albaraka ^a	61 (14,3)	27,50±3.87	22,96±3.11	19,32±2.28	14,08±1.45	20,34±2.08	102,21±10.28						
Kuveyt Türk ^b	65 (15,2)	27,32±3.19	22,95±2.38	18,70±2.42	13,70±1.80	20,00±1.94	100,66±9.05						
Türkiye Finans ^c	72 (16,8)	27,01±3.19	22,59±2.80	18,97±1.76	13,79±1.71	20,25±1.92	100,56±8.93						
Türkiye Emlak Katılım ^d	34 (7,9)	26,11±3.06	21,91±2.36	17,35±2.75	12,67±2.01	19,35±2.30	95,26±8.65						
Vakıf katılım ^e	93 (21,7)	27,68±2.95	23,23±2.28	18,94±2.15	13,90±1.64	20,30±1.89	102,10±8.74						
Ziraat katılım ^f	103 (24,1)	27,47±3.81	23,38±2.70	18,57±2.71	13,47±2.65	19,99±2.27	100,83±11.55						
Test	F**	1.26	2.10	3.50	2.76	1.40	2.77						
p değeri	p	0.278	0.064	0.004	0.018	0.223	0.018						
				d ve a,b,c,e,f p<0.05***	d ve a,b,c,e,f p<0.05***		d ve a,b,c,e,f p<0.05***						
Çalıştığımız Birim													
Bireysel bankacılık ^a	36 (8,4)	26,00±4.28	22,38±2.71	16,58±3.51	12,00±3.26	19,13±2.52	94,47±12.76						
Dijital Bankacılık/ Çağrı Merkezi ^b	32 (7,5)	26,84±2.85	22,28±2.21	17,53±2.25	12,65±2.59	19,46±2.32	96,81±8.02						
Kobi bankacılığı ^c	86 (20,1)	27,58±3.41	23,10±2.74	19,20±1.84	14,02±1.54	20,39±1.69	102,29±8.67						
Kurumsal ve ticari bankacılık ^d	64 (15)	27,45±2.95	23,12±2.63	18,84±2.44	13,64±1.66	19,84±2.09	100,84±9.32						
Krediler/finansman ^e	31(7.2)	26,77±3.93	22,67±3.16	18,54±2.04	14,12±1.08	19,77±2.06	99,61±10.02						
Nakit Yönetimi ^f	22 (5,1)	27,22±2.50	22,59±2.46	19,50±2.13	14,13±1.16	20,36±1.98	101,90±7.83						
Özel bankacılık ^g	50 (11.7)	27,98±2.32	23,40±2.06	19,34±1.94	14,06±1.65	20,56±1.68	103,28±7.86						
Operasyon birimi ^h	107(25)	27,47±3.81	23,16±2.77	19,05±2.17	13,89±1.86	20,36±2.15	101,83±10.72						
Test	F**	1.37	1.01	7.66	6.60	2.76	4.04						
p değeri	p	0.215	0.421	0.000	0.000	0.008	0.000						
				a,b ve c,d,e,f,g,h p<0.05***	a,b ve c,d,e,f,g,h p<0.05***	a ve g p<0.05***	a ve c,f,g,h p<0.05***						

Tablo 4.6: Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre dijitalleşme ölçeği puan ortalamaları (devam)

Özellikler		Dijitalleşmeden Memnuniyet	Dijitalleşmeye Uyum	Katılım Bankalarında Çalışanların Memnuniyetsizliği	Dijitalleşmeden Kaynaklı Kaygı	Mesleki Yeterlilik	Toplam Puan Ortalaması
	n(%)	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS
Çalıştığınız Birimin Bağlı Olduğu Yer							
Bölge	12 (2.8)	27,08±2.67	23,33±2.34	17,41±3.11	12,41±2.31	18,75±2.05	97,33±7.47
Müdürlükleri ^a							
Genel	92(21.5)	28,02±2.10	23,29±2.07	19,38±1.93	13,95±1.56	20,31±1.83	102,97±7.09
Müdürlük ve Ek Hizmet Yerleşkeleri ^b							
Dijital Bankacılık ve Çağrı Merkezleri ^c	33 (7.7)	25,42±4.40	21,60±3.10	16,45±3.22	12,33±2.92	19,18±2.61	93,30±12.29
Şube ^d							
291 (68)		27,31±3.56	23,02±2.72	18,86±2.21	13,79±1.90	20,19±2.03	101,09±10.04
Test F**		4.86	3.55	15.13	7.90	4.50	8.85
p değeri		0.002	0.015	0.000	0.000	0.004	0.000
		c ve b,d	c ve a,b,d	a,c ve,b,d	a,c ve,b,d	a ve b	b ve c
		p<0.05***	p<0.05***	p<0.05***	p<0.05***	p<0.05***	p<0.05***
Çalışma Şekli							
Hibrit Çalışma ^a	78	27,70±3.31	23,14±2.73	18,32±2.80	13,51±2.20	20,16±2.39	100,85±10.91
Uzaktan Çalışma ^b	4	22,50±6.55	19,50±4.65	16,00±3.65	11,75±2.75	19,50±3.69	88,50±17.31
Yerinde Çalışma ^c	346	27,28±3.34	22,98±2.58	18,88±2.24	13,73±1.92	20,09±1.97	100,92±9.48
Test F**		4.60	3.64	4.50	2.31	0.208	3.15
p değeri		0.011	0.027	0.012	0.100	0.812	0.044
		b ve a,c	b ve a,c	b ve a,c			b ve a,c
		p<0.05***	p<0.05***	p<0.05***			p<0.05***

*Independent Sample t Test ** One way ANOVA ***Duncan Test

Tablo 4.'da katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine göre Dijitalleşme Ölçeği alt boyut ve toplam puan ortalamalarına yer verilmiştir.

Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında demografik özelliklerine göre bir farklılık olup olmadığına yönelik hipotezler kurulmuş ve test edilmiştir.

H2₁: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez t testi ile test edilmiş, cinsiyete göre ölçekten alınan puan ortalamalarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Kadın katılımcıların e-

dönüşümden memnuniyet, çalışanların memnuniyetsizliği, e-dönüşüm kaynaklı kaygı ve toplam puan ortalamalarının erkek katılımcılara göre yüksek olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan çalışanların dijitalleşme algısında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₂: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında medeni duruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez t testi ile test edilmiş, medeni durum açısından incelendiğinde ölçekten alınan puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak çalışanların dijitalleşme algısında medeni duruma göre anlamlı bir farklılık bulunamamış, ($p>0.05$) olduğundan hipotez reddedilmiştir.

H2₃: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, yaş grupları açısından incelendiğinde dijitalleşme ölçeği çalışanların memnuniyetsizliği alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Puan ortalamasının 18-23 yaş grubunda diğer yaş gruplarına göre düşük olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan yaşa göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₄: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, katılımcıların eğitim durumu ile dijitalleşme ölçeği çalışanların memnuniyetsizliği ve e-dönüşümden memnuniyet alt boyutları puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Eğitim durumu lise olan katılımcıların üniversite ve yüksek lisans-doktora olan katılımcılara göre puan ortalamalarının

düşük olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan eğitim durumuna göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₅: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, çalışma süresine göre dijitalleşme ölçeği alt boyut ve toplam puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Yapılan ileri analizde ise 1 yıldan daha az çalışma süresinde olan katılımcıların ölçek alt boyut ve toplam puan ortalamalarının diğer gruplara göre daha düşük olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan çalışma süresine göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₆: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, katılımcıların çalıştıkları kurum ile Dijitalleşme Ölçeği çalışanların memnuniyetsizliği, e-dönüşüm kaynaklı kaygı ve toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Türkiye Emlak Katılım bankasında çalışan katılımcıların diğer bankalarda çalışan katılımcılara göre çalışanların memnuniyetsizliği, e-dönüşüm kaynaklı kaygı ve toplam puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan çalıştıkları kuruma göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₇: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları birime göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, katılımcıların çalıştıkları birime göre dijitalleşme ölçeği çalışanların memnuniyetsizliği, e-dönüşüm kaynaklı kaygı, mesleki yeterlilik ve toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Bireysel bankacılık ve dijital bankacılık birimlerinde çalışanların diğer birimlerde çalışan katılımcılara göre çalışanların memnuniyetsizliği ve e-dönüşüm kaynaklı kaygı alt boyut puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir. Mesleki yeterlilik alt boyutu puan ortalamaları açısından incelendiğinde bireysel bankacılık ve özel bankacılık birimlerinde çalışanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu; özel bankacılık biriminde çalışanların puan ortalamalarının yüksek olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan çalıştıkları birime göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₈: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, katılımcıların çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre dijitalleşme ölçeği alt boyutları ve toplam puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Dijital bankacılık ve çağrı merkezlerinde çalışan katılımcıların ile bölge müdürlüğü, genel müdürlük ve şubede çalışan katılımcılara göre e-dönüşüme uyum alt boyut puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Bölge müdürlükleri ve genel müdürlüklerde çalışan katılımcıların mesleki yeterlilik alt boyut puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Genel müdürlüklerde çalışan katılımcıların mesleki yeterlilik alt boyut puan ortalamalarının yüksek olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Dijitalleşme ölçeği toplam puan ortalamaları açısından incelendiğinde Genel müdürlükler ve dijital bankacılık birimlerinde çalışan katılımcıların puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Dijital bankacılık biriminde çalışan katılımcıların dijitalleşme ölçeği toplam puan ortalamaları genel müdürlüklerdeki çalışanlara göre düşük bulunmuştur ($p<0.05$).

Dijital bankacılık ve çağrı merkezlerinde çalışan katılımcıların “genel müdürlük” ve şubelerde çalışan katılımcılara göre çalışanların memnuniyetsizliği alt boyut puan ortalamasının düşük olduğu belirlenmiş, ($p<0.05$) olduğundan çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

H2₉: Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalışma şekline göre anlamlı bir farklılık vardır.

Bu hipotez ANOVA ile test edilmiş, çalışma şekli açısından incelendiğinde dijitalleşme ölçeği alt boyutları toplam puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemeye yönelik Post-Hoc Duncan testi yapılmıştır. Çalışma şekli uzaktan olan katılımcıların diğer katılımcılara göre e-dönüşümden memnuniyet, e-dönüşüme uyum, çalışanların memnuniyetsizliği alt boyutları ve toplam puan ortalamalarının düşük olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$) olduğundan çalışma şekline göre çalışanların dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu bulunmuş ve hipotez kabul edilmiştir.

Katılımcıların dijitalleşme ve iş tatmini düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson Korelasyon analizi yapıldı. Analiz öncesinde skewness and kurtosis testi ile her iki değişkenin normal dağıldığı belirlendi ($p>0.05$). Analiz sonucunda dijitalleşme ve iş tatmini arasında istatistiksel olarak anlamlı, çok zayıf derecede pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlendi ($r:0.196$, $p<0.001$).

Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisine yönelik hipotezler kurularak test edilmiştir.

H3₁: Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların içsel doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.7: Dijitalleşme değişkeni ile İçsel Doyum değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	34,146		9,771	0,000
Dijitalleşme	0,121	0,167	3,498	0,001
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,167	0,028	0,026	12,239	0,001

Dijitalleşmenin içsel doyum üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.7’de verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen düzeltilmiş belirleme katsayısına göre (0,026) İçsel Doyum değişkenindeki değişkenliğin %2,6’sı doğrusal regresyon modeli aracılığıyla Dijitalleşme değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Dijitalleşme değişkeninin katsayısının pozitif ve anlamlı olması iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve dijitalleşmenin içsel doyumunu pozitif yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Tabloda verilen bulgulara göre regresyon doğrusunun tahmini

$$(\text{İçsel Doyum}) = 34,146 + 0,121 (\text{Dijitalleşme})$$

olarak elde edilir. Standart regresyon katsayısına göre Dijitalleşme değişkenindeki 1 birim artışın İçsel Doyum değişkeninde 0,167 birim artışa neden olması beklenir. Bu durumda çalışanların içsel doyumunu üzerinde dijitalleşmenin anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ve H3₁ hipotezi kabul edilmiştir.

H3₂: Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların dışsal doyumunu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.8: Dijitalleşme değişkeni ile Dışsal Doyum değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	19,409		6,927	0,000
Dijitalleşme	0,126	0,216	4,568	0,000
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,216	0,047	0,044	20,863	0,000

Dijitalleşmenin dışsal doyum üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.8’de verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen düzeltilmiş belirleme katsayısına göre (0,044) İçsel Doyum değişkenindeki değişkenliğin %4,4’ü doğrusal regresyon modeli aracılığıyla Dijitalleşme değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Dijitalleşme değişkenin katsayısının pozitif ve anlamlı olması iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve dijitalleşmenin dışsal doyumunu pozitif yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Tabloda verilen bulgulara göre regresyon doğrusunun tahmini (Dışsal Doyum) = $19,409 + 0,126 (\text{Dijitalleşme})$ olarak elde edilir. Standart regresyon katsayısına göre Dijitalleşme değişkenindeki 1 birim artışın Dışsal Doyum değişkeninde 0,216 birim artışa neden olması beklenir. Bu durumda dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların dışsal doyumunu üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ve H2₂ hipotezi kabul edilmiştir.

H3₃: E-Dönüşümden memnuniyetin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.9: E-Dönüşümden memnuniyetin değişkeni ile İş Tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	58,081		12,164	0,000
E-Dönüşümden memnuniyet	0,746	0,204	4,301	0,000
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,204	0,042	0,039	18,499	0,000

E dönüşümden memnuniyetin iş tatmini üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.9’da verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen düzeltilmiş belirleme katsayısına göre (0,039) iş tatmini değişkenindeki değişkenliğin %3,9’unun doğrusal regresyon modeli aracılığıyla e dönüşümden memnuniyet değişkeni tarafından açıklanmaktadır. E dönüşümden memnuniyet değişkenin katsayısının pozitif ve anlamlı olması iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve e dönüşümden memnuniyetin iş

tatminini pozitif yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Tabloda verilen bulgulara göre regresyon doğrusunun tahmini (İş Tatmini) = 58,081+ 0,746 (E Dönüşümden memnuniyet) olarak elde edilir. Standart regresyon katsayısına göre E Dönüşümden memnuniyet değişkenindeki 1 birim artışın İş Tatmini değişkeninde 0,204 birim artışa neden olması beklenir. Bu durumda da e dönüşümden memnuniyetin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ve H2₃ hipotezi kabul edilmiştir.

H3₄: E-Dönüşüme uyumun katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır

Tablo 4.10: E-Dönüşüme uyum değişkeni ile iş tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	56,501		10,944	0,000
E-Dönüşüme uyum	0,956	0,203	4,281	0,000
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,203	0,041	0,039	18,330	0,000

E dönüşüme uyumun iş tatmini üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.10’da verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen düzeltilmiş belirleme katsayısına göre (0,039) iş tatmini değişkenindeki değişkenliğin %3,9 unun doğrusal regresyon modeli aracılığıyla e dönüşüme uyum değişkeni tarafından açıklanmaktadır. E dönüşüme uyum değişkeninin katsayısının pozitif ve anlamlı olması iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve e dönüşüme uyumun iş tatminini pozitif yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Tabloda verilen bulgulara göre regresyon doğrusunun tahmini İş Tatmini) = 56,501+ 0,956 (Dijitalleşmeye uyum) olarak elde edilir. Standart regresyon katsayısına göre E Dönüşüme uyum değişkenindeki bir birim artışın iş tatmini değişkeninde 0,203 birim artışa neden olması beklenir. Bu durumda e-dönüşüme uyumun katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ve H3₄ Hipotezi kabul edilmiştir.

H3₅: Çalışanların memnuniyetsizliğinin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır

Tablo 4.11: Çalışanların memnuniyetsizliği değişkeni ile iş tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	61,214		13,035	0,000
Çalışanların memnuniyetsizliği	0,920	0,177	3,702	0,000
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,177	0,031	0,029	13,705	0,000

Çalışanların memnuniyetsizliğinin iş tatmini üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.11’de verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen düzeltilmiş belirleme katsayısına göre (0,029) iş tatmini değişkenindeki değişkenliğin %2,9’u doğrusal regresyon modeli aracılığıyla çalışanların memnuniyetsizliği değişkeni tarafından açıklanmaktadır. Çalışanların memnuniyetsizliği değişkeninin katsayısının pozitif ve anlamlı olması iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve çalışanların memnuniyetsizliğinin iş tatminini pozitif yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Tabloda verilen bulgulara göre regresyon doğrusunun tahmini (İş Tatmini) = $61,214 + 0,920$ (Çalışanların memnuniyetsizliği) olarak elde edilir. Standart regresyon katsayısına göre çalışanların memnuniyetsizliği değişkenindeki bir artışın İş Tatmini değişkeninde 0,177 artışa neden olması beklenir. Bu durumda da dijitalleşmenin çalışanlar üzerinde işlerinde memnuniyetsizliği artıracak düşüncesinin çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ve H3₅ hipotezi kabul edilmiştir.

H3₆: E-dönüşüm kaynaklı kaygının katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır

Tablo 4.12: E-dönüşüm kaynaklı kaygı değişkeni ile İş Tatmini değişkeni doğrusal regresyon modeli bulguları

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	69,741		16,768	0,000
E dönüşüm kaynaklı kaygı	0,637	0,102	2,119	0,035
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,102	0,010	0,008	4,489	0,035

E dönüşüm kaynaklı kaygının iş tatmini üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.12’de verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Elde edilen düzeltilmiş belirleme katsayısına göre (0,008) iş tatmini değişkenindeki değişkenliğin %0,8’i doğrusal regresyon modeli aracılığıyla E dönüşüm kaynaklı kaygı değişkeni tarafından açıklanmaktadır. E dönüşüm kaynaklı kaygı değişkeninin katsayısının pozitif ve anlamlı olması iki değişken arasında pozitif yönlü ilişki olduğu ve E dönüşüm kaynaklı kaygının iş tatmini pozitif yönde etkilediği anlamına gelmektedir. Tabloda verilen bulgulara göre regresyon doğrusunun tahmini (İş Tatmini) = 69,741+ 0,637 (e dönüşüm kaynaklı kaygı) olarak elde edilir. Standart regresyon katsayısına göre E dönüşüm kaynaklı kaygı değişkenindeki bir birim artışın İş Tatmini değişkeninde 0,102 birim artışa neden olması beklenir. Sonuç olarak e-dönüşüm kaynaklı kaygının katılım bankacılığında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiş ve H3₆ hipotezi kabul edilmiştir.

H3₇: Mesleki yeterliliğin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4.13: Mesleki yeterliliğin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

	Regresyon katsayıları	Standard regresyon katsayıları	t	p
Sabit	74,907		12,730	0,000
Mesleki yeterlilik	0,177	0,029	0,607	0,544
R	R kare	Düzeltilmiş R kare	F	p
0,029	0,001	-0,001	0,369	0,544

Mesleki yeterliliğin iş tatmini üzerine etkisi için yapılan doğrusal regresyon analizi bulguları Tablo 4.13’de verilmiştir. ANOVA testine göre model istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Mesleki yeterliliğin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiş ve H3₇ hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4.14: Hipotez Bulguları

Çalışmanın Hipotezleri	Bulgular
H1 ₁ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık vardır.	Reddedildi
H1 ₂ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde medeni duruma göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H1 ₃ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H1 ₄ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık vardır.	Reddedildi
H1 ₅ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H1 ₆ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H1 ₇ : Katılım bankalarında çalışanların iş tatmininde çalıştıkları birime göre anlamlı bir farklılık vardır.	Reddedildi
H2 ₁ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₂ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında medeni duruma göre anlamlı bir farklılık vardır.	Reddedildi
H2 ₃ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında yaşa göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₄ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₅ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₆ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları kuruma göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₇ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları birime göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₈ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H2 ₉ : Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme algısında çalışma şekline göre anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul edildi
H3 ₁ : Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların içsel doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edildi
H3 ₂ : Dijitalleşmenin katılım bankalarında çalışanların dışsal doyumu üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edildi
H3 ₃ : E-Dönüşümden memnuniyetin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edildi
H3 ₄ : E-Dönüşüme uyumun katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul edildi
H3 ₅ : Çalışanların memnuniyetsizliğinin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır	Kabul edildi
H3 ₆ : E-dönüşüm kaynaklı kaygının katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır	Kabul edildi
H3 ₇ : Mesleki yeterliliğin katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Reddedildi.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde katılım bankacılığı, bankacılık sektörü içerisinde sürekli olarak yükselen ve bankacılık sisteminde yer alan bireyler içerisinde ilgiyle karşılanan bir ekonomik aktör haline gelmiştir. Ülkelerin ekonomik faaliyetlerini yerine getirebilmesi için bankacılık sisteminin gelişerek uluslararası düzeyde hizmet vermesi önemli bir konu haline gelmiştir. Bu durumda ülkelerdeki ekonomi yönetimlerinin bankacılık sektörüne yapılacak yatırımların artırılmasına yönelik çalışmaları hızlandırmasını sağlamıştır. Ülkeler ekonomik döngülerine ne kadar fazla ürün ve birey katabilirlerse aynı oranda gelişmişlik düzeylerini artırmakta ve ülke içinde yaşayanların refah düzeylerini de artırmaktadır. Dünya üzerinde gelişmiş ülkeler incelendiği zaman bu ülkelerdeki bankacılık sektörünün de küresel etkiye sahip ekonomik birimler haline geldiği görülmüştür.

Türkiye’de de bankacılık sektörü, geçmişten günümüze doğru gelindiğinde birçok finansal kriz yaşanmasına sebep olan aynı zamanda finansal krizlerden de çıkılmasına yardımcı olan aktörler arasında görülmüştür. Türkiye’de uluslararası güce sahip bankalar kamu sermayeli bankalar olurken özel sermayeli bankalar daha çok yurtdışı merkezli bankalar haline gelmiştir. Türkiye’de bankacılık sistemi günümüze doğru gelindiğinde oldukça sağlam temelleri olan ve güven veren ekonomik birimler haline gelmiştir. Bunun nedenlerinden biri de 2001 yılında yaşanan ekonomik krizin derinleşmesinde iflasını açıklayan banka sayısının fazla olmasıdır. Bu dönemden sonra Türkiye’de bankacılık sistemini denetleyecek hukuki ve yönetsel birçok kurumun faaliyete geçirilerek denetimin bankalar üzerinde artmasının olumlu yanı ise Dünya’da yaşanan 2008 Ekonomik Krizi’nin birçok ülkede önemli küresel bankaların iflasını açıklamasının yanında Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların ekonomik krizden etkilenmemesi olarak gösterilebilmektedir.

Günümüzde bankacılık sistemi üzerinde değişen teknolojik sistemlerle birlikte dijitalleşmenin etkisini göstermesi bankacılık sektöründe faaliyet gösteren katılım bankalarının ve klasik sistem ile faaliyet veren bankaların dijitalleşmeye yatırım yapmasının önünü açmıştır. Özellikle tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi

döneminde sokağa çıkma yasaklarının uygulanması ve seyahatin kısıtlanması birçok bankanın alternatif dağıtım kanallarına önem vermesini ve bu alanda yatırımlar yapmasını sağlamıştır.

Katılım Bankaları ise pandemi döneminden sonra geleneksel bankacılık sistemine göre dijitalleşmeyi ve teknolojik gelişmeleri geriden takip etmiştir. Bu durumun temel sebeplerinden biri katılım bankacılığının dayandığı İslami Hukuk ve İslami Finans kurallarına bağlı olmasıdır. Teknolojik gelişmelere daha hızlı yatırım yapan geleneksel sistemdeki bankalar müşteri sayılarını da artırarak rekabette önde giderken, katılım bankaları teknolojik gelişmeleri İslami Hukuk ve İslami Finans kuralları çerçevesinde ürünlerin gelişimine yatırım yaparak bankacılık sektöründe rekabet edebilir hale gelmiştir.

Katılım bankacılığında da yaşanan dijitalleşme ve teknolojik gelişme hareketleri, katılım bankalarında çalışanlar üzerinde de etkiler bırakmıştır. Dijitalleşme çalışmalarının teknolojik gelişmeleri desteklemesiyle birlikte katılım bankalarının da yatırımlarını teknolojik çalışmalara aktarması katılım bankalarında çalışanların işlerini hem hızlandırmaya ve kolaylaştırmaya başlamış hem de iş yükünü azaltarak çalışana olan ihtiyacı azalttığından, çalışanların gelecekte gelirlerinin azalması ve işsiz kalmaları korkusuna yol açmıştır. Bundan durum katılım bankalarında çalışanların iş tatminini etkileyerek yaptıkları işlere karşı motivasyonlarının düşmesine yol açmıştır.

Yapılan bu çalışmada Türkiye genelinde faaliyet gösteren katılım bankalarında çalışanlara yönelik olarak dijitalleşmenin iş tatminlerini hangi yönde etkilediği araştırılmıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren altı katılım bankasında (Albaraka, Kuveyt Türk, Türkiye Finans Katılım, Türkiye Emlak Katılım, Vakıf Katılım ve Ziraat Katılım) çalışanlara yönelik olarak uygulanan anket çalışmasında çalışanların dijitalleşmeye karşı olumlu bakış açılarının olduğunu ve işlerinin kolaylaşacaklarını belirtmelerine rağmen, dijitalleşmenin işsizliği de beraberinde getirerek daha az çalışanla daha fazla verim alınacağı görüşünün hakim olduğu ve bu durumunda iş tatminlerini olumsuz etkilediği görülmüştür. Buna rağmen çalışanlar mevcut iş durumlarını korumak için de dijitalleşme ile birlikte teknolojik ürünleri daha

yakından takip ederek daha iyi hizmet vermek istedikleri yönünde de görüş belirtmişlerdir.

Çalışma için toplanan anket verilerinin analizi sonucunda katılımcıların dijitalleşme ve iş tatmini düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz öncesinde skewness and kurtosis testi ile her iki değişkenin normal dağıldığı belirlenmiştir. ($p>0.05$). Analiz sonucunda dijitalleşme ve iş tatmini arasında istatistiksel olarak anlamlı, çok zayıf derecede pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r:0.196$, $p<0.001$). Bulgular dijitalleşmenin içsel ve dışsal doyumu ve dolayısıyla iş tatminini artırdığını ancak bu artırıcı etkinin zayıf olduğunu göstermiştir.

Yapılan analizlerde bakıldığında katılım bankalarında çalışanların cinsiyet, eğitim durumu ve çalıştıkları birim konularının iş tatmininde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu reddedilirken, medeni durumları yaşları, çalışma süreleri ve çalıştıkları kurum iş tatmininde anlamlı bir farklılık olduğu kabul edilmiştir. Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşmeye algısına yönelik olarak yapılan analizde de katılım bankasında çalışanların cinsiyetin, yaşın, eğitim durumunun, çalışma süresinin, çalışılan kurumun, çalışma birimlerinin, çalışılan birimin bağlı olduğu yer ve çalışma şeklinin dijitalleşme algısında anlamlı bir farklılık olduğu kabul edilmiştir. Çalışanların medeni durumunun ise dijitalleşme algısı üzerinde anlamlı bir farklılığın olduğu reddedilmiştir.

Çalışmada anket sorularının analizi yapılırken iki bağımsız değişkenin olduğu sorulara yönelik olarak t testi uygulanmıştır. İki'den fazla bağımsız değişkenin olduğu sorularda da ANOVA uygulanmıştır. Dijitalleşmenin iş tatmini ilişkisinin araştırıldığı hipotezlere yönelik olarak regresyon analizi uygulanmıştır. Regresyon analizinde yedi hipotezden bir tanesinde anlamlı bir etkinin olmadığı tespit edilmiştir. Hipotezlere göre sorulan anket sorularından mesleki yeterliliğin iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığı analiz edilmiştir. Anketlere verilen cevaplarda katılım bankasında çalışanlarda dijitalleşmenin sonucunda işten çıkarılma kaygısı olduğu görülmektedir. Ayrıca anket sonuçlarında, genç yaş grubunun 48-53 yaş grubuna göre de iş tatmininin az olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine anket

sonuçlarında dikkat çeken cevaplardan birisi; Çalışma yılı ilerledikçe ve yaş ilerledikçe dijitalleşmeden memnuniyetsizliğin oluştuğudur. Diğer cevap ise; Katılım bankalarında bireysel bankacılık ve dijital bankacılık-çağrı merkezi çalışanlarında iş memnuniyetsizliği olduğudur.

Günümüze kadar yapılan çalışmalarda geleneksel bankacılık sisteminde çalışanlar ya da katılım bankalarında çalışanların iş tatmini üzerine çalışmalar yapılmıştır. Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların belirli bir şehirdeki şubelerinde çalışanlar üzerine sadece iş tatmini veya sadece dijitalleşme ile ilgili anket soruları oluşturularak analizler yapılmıştır. Ancak bu çalışmanın özgün olmasının nedeni hem Türkiye geneline yönelik farklı birimlerde faaliyet gösteren farklı katılım bankalarında çalışanların ankete katılımı sağlanmış hem de iş tatmini ve dijitalleşme aynı çalışmada yer almıştır. Ergül, O. (2015) yapmış olduğu çalışmada, iş tatmini açısından benzerlikler ortaya çıkmıştır. Araştırmasında bankalarda çalışanların, çalışma karşılığı ücret, amirlerinin davranışları ya da iş arkadaşlarının görülen olumsuz tepkiler gibi nedenlerin iş tatminini azalttığı yönünde sonuca ulaşmıştır. Benzer nedenler bu çalışmada da katılım bankacılığında çalışanlar üzerinde görülmüştür. Özellikle amirlerin çalışanların performanslarını davranışları ile etkiledikleri ve çalışanların da amirlerinden kaynaklı iş tatminlerinin düşük olduğu görülmüştür. Çalışma karşılığı alınan ücretlerdeki düşüklükler de katılım bankacılığında çalışanların iş tatminini olumsuz etkilediği görülmüştür.

Demografik özelliklerinin iş tatmini üzerine etkisine bakıldığında cinsiyet, eğitim durumu, çalıştıkları birim, çalıştıkları birimin bağlı olduğu yere göre anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yaş grupları, çalışma süresi ve katılımcıların çalıştıkları kurumlara göre anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Teknolojik gelişmeleri yakından takip eden ve dijitalleşmeye açık yaş grubunda çalışanların iş tatmini, yaşı ileri olan ve teknolojik gelişmeleri takip edemeyen ve teknolojik gelişmelere adapte olamadığı için işini kaybedeceğini düşünen çalışanlara göre daha yüksek iş tatmini olduğu görülmüştür.

Tekin (2020), çalışmasında katılım bankacılığında çalışanların ve katılım bankacılığında faaliyet gösteren bankalardaki yöneticilerin dijitalleşmeye önem

vermesi gerektiğini belirterek özellikle pandemi döneminden sonra rekabette dijitalleşmeyi hızlı sağlayan katılım bankalarının daha fazla müşteri tarafından tercih edileceğini belirterek bu çalışma ile ortak yönler belirtilmiştir. Çalışmadaki farklılık ise bu çalışmada çalışanların da kendi bankalarındaki yöneticiler kadar dijitalleşmeyi takip etmesinin hem iş tatminini artıracak hem de işlerini kaybetme korkusunun olmayacağı düşüncesinin gösterilmesidir.

Bundan sonra bu konuyla ilgili çalışma yapacak olanlar için aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

Bankacılık sektörü ülkelerin ekonomileri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle dijitalleşme konusunda daha çok araştırma ve daha çok analiz yapılması gerekmektedir. Pandemi döneminden sonra dijitalleşme çalışmalarının artmasıyla teknolojik yatırımların da artması bankacılık sektöründe özellikle katılım bankacılığı alanında faaliyet gösteren kurumların da bu alana daha fazla yatırım yaparak rekabet ortamında daha hızlı hareket etmesi gerektiğini ortaya çıkarmaktadır.

Katılım bankalarının dijitalleşmeye hızlı adapte olması ve müşterilerine hem daha hızlı hem de en az maliyetlerle hizmet vermesi gerekmektedir. Katılım bankalarında çalışanlara yönelik olarak yapılan çalışmada çalışanların iş tatmini ile dijitalleşme arasında bir ilişkinin olduğu ancak zayıf bir ilişkinin olduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedenlerine yönelik olarak araştırmalar yapılması önerilmektedir.

Katılım bankalarında çalışanların da kendilerini dijitalleşmeye karşı hazırlamaları ve gerekli altyapı eğitimlerini tamamlamaları gerekmektedir. Özellikle katılım bankalarının dijitalleşmeye ayırdıkları kaynakları çalışanlarının dijitalleşme eğitimlerine de harcaması daha faydalı olacaktır. Çalışanların da teknolojik gelişmeler açısından donanımlı olmaları ve yeni teknolojik gelişmelere hızlı uyum sağlamaları konusunda bankaların hizmet içi eğitimlere daha fazla ağırlık vermeleri önerilmektedir.

Katılım bankalarında çalışanların dijitalleşme ve iş tatmini üzerine yapılan bu çalışmanın geleneksel bankacılık sistemine de uygulanması önerilmektedir.

Türkiye’de bankacılık sistemi üzerine çalışmaların artırılarak ekonomi üzerindeki etkisini küresel boyutlara taşıması, Türkiye’nin ekonomik ve teknolojik gelişimi için faydalı olacaktır.



KAYNAKÇA

- Akca, M., ve Tepe Küçükoğlu, M. (2020). COVID-19 ve iş yaşamına etkileri: evden çalışma. *Journal of International Management Educational and Economics Perspectives*, 8(1), 71-81.
- Akgün, S. (1996). *Mithat Paşa'nın kurduğu memleket sandıkları: Ziraat Bankasının kökeni*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Al, H. (2011). Tanzimat döneminde ufaklık para sorunu (1839-1879). *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(1), 69-78.
- Al, H. (2011). *Osmanlı Devleti'nde kambiyo istikrarı uygulaması (1839-1863)*. Ankara: Birleşik Kitabevi.
- Al, Akar ve Bayraktar, K, (2014). *Osmanlı finans sisteminde modernleşme*, Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Yayınları.
- Alam. N, Gupta. L, ve Zameni. A, (2021). *Fintech ve İslami finans dijitalleşme kalkınma ve yenilikçi yıkım*. Ankara: Albaraka Yayınları.
- Alpaslan, O. (2006). *Bankacılıkta insan kaynakları planlaması ve personel temin süreci*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). T.C Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Anaç. T, ve Kaya. F, (2017). Katılım bankacılığı sektöründe bireysel müşterilerin banka tercih nedenleri üzerine bir araştırma: İstanbul örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 75-96.
- Arabacı, H., ve Yücel, D. (2020). COVID-19 pandemisinin Türk bankacılık sektörü üzerine etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9(3), 196-208.
- Arslan, G. ve Yavuzaslan, K. (2019). Bankacılık sektöründe inovasyonun yeri ve önemi: Türkiye örneği. *Business and Management Studies An International Journal*, 7(2), 965-966.
- Artun, T. (1980). *Türkiye'de bankacılık*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Aslan, S., ve Torlak, Ö. (2022). Katılım bankalarında hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesine yönelik bir alan araştırması. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 6 (11), 1-11.

- Atlı, Y. (2013). Bankacılık sektöründe e-pazarlama uygulamaları Elazığ ilindeki katılım bankaları müşterileri üzerine bir araştırma. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), T.C. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, N. (2006). *Bankacılık uygulamaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aydın, S., ve Tavukçu, A. (2019). *İlişkisel pazarlama uygulamalarının müşteri sadakati, müşteri memnuniyeti ve müşterilerin tavsiye etme eğilimi üzerine etkisi: Türk katılım bankacılığı sektöründe bir araştırma*. Proceedings of the International Congress on Business and Marketing, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Bağcı, H. (2013). *Ticari Bankalar ile katılım bankalarının kârlılık performanslarının topsis yöntemi ile karşılaştırılması*. (Yayımlanmamış doktora tezi). DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Bartel, Ann P. (2000). *Human resources management and performance in the service sector: the case of bank branches*. Working Paper, National Bureau of Economic Research.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., ve Merrouche, O. (2013). Islamic and conventional banking: business model efficiency and stability, *Journal of Banking and Finance*, 37(2), 433-447.
- Beybur, M.,Çetinkaya, M. (2020). Covid 19 pandemisinin Türkiye’de dijital bankacılık ürün ve hizmetlerinin kullanımı üzerindeki etkisi, *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 4 (2), 148-163.
- Boydak, E. (2019). *Kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin banka tercihinin etkisi: geleneksel bankalar ve katılım bankaları üzerine karşılaştırmalı bir analiz*, (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Canbaş, S. ve Doğukanlı, H. (2007). *Finansal pazarlar*. Adana: Karahan Kitabevi
- Charkazzade, I. (2022). *Dijitalleşmenin insan kaynakları süreçleri üzerindeki etkisi: bankacılık sektöründe bir araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Christopher, C. (2000). *Gold for the sultan: western bankers and Ottoman finance*, New York: I. B. Tauris

- Coşkun, Ö. (2012). *Bankacılık sektöründe alternatif dağıtım kanallarının müşteriler üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ufuk Üniversitesi.
- Çambel, H. (2019). *İşletmelerin katılım bankası tercihini etkileyen faktörler: Bolu örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, İ. (2015). Din ve kapitalizm kıskacındaki katılım bankalarının geleceği. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 80-97.
- Çelik, S.B. ve Mangır, F. (2020). Bankacılık sektörünün dijitalleşmesi: dünyada ve Türkiye'de durum analizi, *Siberpolitik Dergisi*, 5 (10), 260-282.
- Çetin, M. A. (2017). *Satın alma davranışlarını etkileyen faktörlerin tüketici tercihlerine etkisi: katılım bankacılığı araçları üzerine bir araştırma: Karaman ili örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demir, F. (2021). *Küresel piyasalar ve ekonomi dışı etkenlerin kripto para piyasaları üzerine etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirel, A. C. (2017). *Dijital bankacılık ve Türkiye'deki mevcut durumunun analizi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dinham, S., Scott, C, (1998). *An international comparative study of teacher satisfaction, motivation and health: Australia, England and New Zealand*. Paper presented at the American Educational Research Association, Annual Meeting, San Diego, 81-84.
- Duran, M. S., & Mustafa, A. C. A. R. (2020). Bir virüsün dünyaya ettikleri: Covid-19 pandemisinin makroekonomik etkileri. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(1), 54-67.
- Eğimli, A. Temel, (2009). Çalışanlarda iş doyumu: kamu ve özel sektör çalışanlarının iş doyumuna yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 23(3). 35-52.
- Emhan, A.ve Gök, R. (2011). Bankacılık sektöründe personel memnuniyeti ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin araştırılması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (51), 157-174.

- Engin, U. (2015). *Bankacılık sektöründe yönetim bilişim sistemleri ve sistemin çalışanlar üzerindeki etkisi hakkında bir araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erden, B., ve Topal, B. (2021). Türkiye’de ve dünyada İslami fintek sektörünün gelişimi. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 69-75.
- Erdönmez, A. P. (2002). Ekonomik kriz sonrası kurumsal yeniden yapılandırma süreci. *Bankacılar Dergisi*, 43, 67-82.
- Ergül, O. (2015). Banka çalışanlarının iş tatminini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir alan araştırması, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eroğlu, K. (2008). Örgütlerde iletişimin çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve konuya ilişkin bir uygulama, (Yayımlanmamış doktora tezi). DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Ersoy, H. Gürbüz, A. O., ve Fındıkçı, M. (2020). Covid-19'un Türk bankacılık ve finans sektörü üzerine etkileri ve alınabilecek önlemler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 146-173.
- Ersöz, B. ve Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin çalışanlar üzerindeki etkileri, *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(42), 170-179.
- Gençtürk, M. ve Çobankaya, F. T. (2015). Katılım bankalarının batı Akdeniz bölgesindeki farkındalık düzeyinin tespiti. *Bankacılar Dergisi*, (93), 82-105.
- Gençtürk, M., Senal, S., ve Aksoy, E. (2021). Covid-19 pandemisinin katılım bankaları üzerine etkilerinin bütünleşik crıtic-marcos yöntemi ile incelenmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (92), 139-160.
- Gezen, A. (2019). Türkiye’de faaliyet gösteren katılım bankalarının entropi ve waspas yöntemleri ile performans analizi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (84), 213-232.
- Greenhaus J.F., Parasuraman S., Wormley W.M. (2010). Effects of race on organizational experiences, job performance evaluations, and career outcomes, *Academy of Management Journal*, 33(1), 64-85.
- Güçlü, F. Ve Kılıç, M. (2019). İslami finansın Türkiye, ABD İngiltere ve Malezya’da gelişimi. *Journal of Management and Economics Research*, 17(3), 271-293.

- Gümüş, E., Medetoğlu, B., ve Tutar, S. (2020). Finans ve bankacılık sisteminde yapay zekâ kullanımı: kullanıcılar üzerine bir uygulama, *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(1), 28-53.
- Güngör, F. (2016). Osmanlı Devleti'nde faiz ve tefeciliğe karşı zirâî kredi teşkilatları, *Turan-Sam*, (31), 87-94.
- Işın, F. B. (2006). Teknoloji araçlarının bankacılık sektöründe uygulanabilirliği ve Türkiye'deki bu doğrultudaki bankacılık uygulamalarının değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 107-120.
- İler, B., ve Kaya, K. (2016). *Bankacılıkta iş tatmini ve tükenmişlik sendromu üzerine bir araştırma: Yozgat örneği*. İşletme Öğrencileri Kongresi.
- İrge, N. T. ve Yazıcı, A. M. (2020). *İnovasyon Yönetimi (Bölüm 3, Güçlendirici Liderliğin İnovasyona Etkisi)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- İşcan, Ö. F., ve Timuroğlu, M. K. (2007). Örgüt kültürünün iş tatmini üzerindeki etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 119-135.
- Kaya, S. (2003). *Uluslararası bankacılık*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Keles, Y. (2020). Katılım bankacılığı yapı uygulama ve yasa bağlamında temel sorunlar. *International Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 6(3), 357-388.
- Khanboubi, F., Boulmakoul, A., ve Tabaa, M. (2019). Impact of digital trends using IoT on banking processes. *Procedia Computer Science*, 151, 77-84.
- Koçel, T. (2007). *İşletme Yöneticiliği*, İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Korkmazgöz, Ç. ve Ege İ. (2020). Finansal teknolojilerin Türk bankacılık sektörünün finansal performansına etkisi: mobil bankacılık üzerine uygulama, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergisi*, 3 (2), 106-125.
- Kurt, C. F. (2006). *Ücretlerin belirlenmesinde performans değerlendirme sistemi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kutval, Y. (2014). *Katılım bankacılığının gelişimi ve Türkiye örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kırıkkale Üniversitesi.
- Orhan, Z. H., Çifci, C., ve Tırman, N. (2020). *Katılım bankacılığı için iş modeli ve kanvasının geliştirilmesi*. Katılım finansmanında yeni yaklaşımlar, TKBB Yayınları.

- Ortabağ, E. (2017). Osmanlı Döneminde Bankacılığın Gelişimi ve Regülasyon (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Özcan, Z. Ö. (2007). *Türkiye'de elektronik bankacılık: internet bankacılığı üzerine bir çalışma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Özçelik, A. G. M. ve Akçay, V. H. (2019). Bankacılık Sektöründe dijitalleşmenin kariyer platosu ile ilişkisi, *Tidsad*, 6(22), 150-163.
- Özhan, T. (2016). *Finansal krizler ve etkileri açıklamalı ve diyagramlarla. E-Kitap Projesi & Cheapest Books*. İstanbul: e-Kitap.
- Palabıyık, Ö., ve Başol, O. (2020). Blokzincir teknolojisinin bankacılık sektörü istihdamı üzerine olası etkileri. *Niğantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 111-124.
- Sakınç, S. ve Kakaç, B. (2018). Banka personellerinin performans değerlendirmesine bakış açıları: Çorum ili örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (40), 116-129.
- Sayan, M. (2021) *Küresel finans krizi ve katılım bankaları, asimetrik bilgi çerçevesinde ampirik bir değerlendirme*, İstanbul: İktisat Yayınları.
- Schultz, D. ve Schultz, S. E. (1998). *Psychology and work today. prentice-hall inc*, 7. edition, New Jersey.
- Siraj, K. K., ve Pillai, P. S. (2012). Comparative study on performance of Islamic banks and conventional banks in GCC region, *Journal of Applied Finance and Banking*, 2(3), 123-145.
- Şen, E. (2020). Global Virus of the digital village covid-19 and senism. *Eurasian Journal of Social and Economic Research*, 7(3), 176-204.
- Şen, S. ve Süer, Ö. (2016). Mülkiyet yapısı bağlamında Türk bankacılık sektörünün tarihçesi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 448-462.
- Sümer, G. (2016). Türk Bankacılık sektörünün tarihsel gelişimi ve AB bankacılık sektörü ile karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 485-508.
- Tekin, B. (2020). Covid-19 pandemisi döneminde ülkelerin covid-19, sağlık ve finansal göstergeler bağlamında sınıflandırılması: hiyerarşik kümeleme analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 336-349.

- Tepe Küçüköğlu, M. ve Akca, M. (2020b). Teknolojik yeniliklerin bankacılık hizmetlerine etkisi: Türk bankaları üzerinde bir değerlendirme, *Alanya Akademik Bakış*, 4(2), 223-244. DOI: 10.29023/alanyaakademik.659189
- Thakur, M., (2007). Job satisfaction of banking: a study of private and public sector banks, *The IUP Journal of Bank Management*, 7(4), 60-68.
- Türkiye Bankalar Birliği (TBB). (2023). *Bankacılık Sektöründe Sürdürülebilirlik: Sektör Görünüm Raporu 2022*. İstanbul: TSKB Sürdürülebilirlik Danışmanlığı A.Ş.
- Türkiye Bankalar Birliği (TBB). (2022). *Bankaların Dijital Yolculukları ve Türkiye Bankalar Birliği Çalışmaları* İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB). (2022a). *Uzaktan ve Şubeden Müşteri Kazanımı Özet Raporu*. (DT 26). İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB). (2022b). *Katılım Bankacılığı Dijital Araştırma Raporu 2021*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB). (2021). *Katılım Bankacılığı Strateji Güncelleme Raporu 2021-2025*. İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği.
- Ugboro, I. Ve K. Obeng; (2000). Top management leadership, employee empowerment, job satisfaction and customer satisfaction in total quality management organizations: an empirical study, *Journal of Quality Management*, 5(2), 230-249.
- Ulusoy, A. (2021). Bankacılık sektöründe dijital dönüşümün istihdam üzerine etkisi. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 10(27), 256-267.
- Ustaömer, K. (2019). Türkiye'nin bankacılık sektöründe dijitalleşme olgusu, *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3(1), 1-24.
- Ural, A., ve Kılıç, İ., (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzundağ, Ş. (2013). *Türkiye'de İnternet bankacılığının gelişimi ve internet bankacılığına ilişkin tüketici davranışları analizi: aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenler üzerine bir araştırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Wirdiyanti, R. (2018). *Digital banking technology adoption and bank efficiency: The Indonesian case*. Ojk,(December), hal, 1-34.

- Yakın, M., & Erdil, O. (2012). Relationships between self-efficacy and work engagement and the effects on job satisfaction: a survey on certified public accountants. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 370-378.
- Yazgan, A. E., Karadağ Ak, Ö., & Telli Üçler, Y. (2022). Dijitalleşmenin Türk Bankacılık Sektörüne Yansımaları. *Five Zero*, 2(1), 48-59.
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın doğuşu ve türk bankacılık sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 107-117.
- Yetiz, F. (2021). COVID-19 pandemi sürecinin türk bankacılık sektörü çalışanlarına ve müşterilerine etkileri: Swot Analizi, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (22), 109-117.
- Yıldırım, O. (2004). Türk bankacılık sektörünün temel sorunları ve sektörde yaşanan mali riskler. *Dış Ticaret Dergisi*, 30 (4), 12-23.
- Yolusever, A. (2018). *Finansal risklerin risk vanası ve risk algısı faktörlerini kullanarak kontrol edilmesi üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yurtseven, S. (2019). Örgütsel kariyer yönetimi ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Bankacılık sektöründe bir araştırma (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yurttadur, M. (2021a). Covid-19 pandemisinin katılım bankalarının karlılıklarına etkileri. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 2285-2297.
- Yurttadur, M. (2021b). İslami finans araçlarının kullanım oranlarının artırılması için katılım bankalarının yaklaşımlarının incelenmesi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (ESAM)*, 2(2), 250-284.
- Yüksel, Ö. (2000). *İnsan kaynakları yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

İnternet Kaynakları

- Albaraka. (2023). *Katılım Bankacılığı*. (Erişim Tarihi: 06.03.2023). <https://www.albaraka.com.tr/tr/hakkimizda/katilim-bankaciligi>
- Allianz. (2014). *Hibrit Çalışma Modeli Nedir?*. (Erişim Tarihi: 04.08.2022) https://www.allianz.com.tr/tr_TR/seninle-guzel/hibrit-calisma-modeli-nedir.html#:~:text=Hibrit%20%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fma%20modeli

[%2C%20ayl%C4%B1k%20i%C5%9F,bir%20%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fma%20d%C3%BCzenini%20temsil%20etmektedir.](#)

Bankalararası Kart Merkezi. (2022). *Raporlar ve Yayınlar*. (Erişim Tarihi: 08.08.2022). <https://bkm.com.tr/raporlar-ve-yayinlar/donemsel-bilgiler/>

BBC News Türkçe. (2020). *Dünyadaki ekonomik krizler: 150 yılda yaşanan 14 resesyon nasıl başladı, maliyeti ne oldu?*. (Erişim Tarihi: 04.06.2022). <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-53327594>

Binbiriz. (2020). *Dijitalleşme/Dijital Dönüşüm Nedir?*. (Erişim Tarihi: 19.07.2022). <https://binbiriz.com/blog/dijitallesme-dijital-donusum-nedir/>

Deloitte, (2019). Müşteri Deneyimi Yönetimi, (Çevrimiçi), Erişim adresi: <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/strategy/solutions/customer-experiencemanagement-services.html/.19/03/2019.html>

Desai, F. (2015) The evolution of fintech. Erişim Adresi: <https://www.forbes.com/sites/falguni-desai/2015/12/13/the-evolution-of-fintech/#6c26dc777175>

Eğilmez, M. (2020). 2022 ve Ötesi. Erişim Adresi: <https://www.mahfiegilmez.com/2020/03/2020-ve-otesi.html>

EY. (2021a). *The CEO Imperative: accelerate to get ahead of the changing consumer*. https://www.ey.com/en_gl/consumer-products-retail/accelerate-to-get-ahead-of-the-changing-consumer

EY. (2021b). *Banking in Emerging Markets GCC FinTech Play, 2021*. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-banking-in-emergingmarkets-gcc-fin-tech-play-2021/\\$FILE/ey-banking-in-emergingmarketsgcc-fin-tech-play-2021.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-banking-in-emergingmarkets-gcc-fin-tech-play-2021/$FILE/ey-banking-in-emergingmarketsgcc-fin-tech-play-2021.pdf)

Fintech İstanbul. (2019). *FinTech İstanbul ile 2019 özeti*. (Erişim Tarihi: 15.12.2022). <https://fintechistanbul.org/2019/12/31/fintech-istanbul-ile-2019-ozeti/>

Garanti BBVA. (2020). *Sanayi Devriminin 4. Evresi: Endüstri 4.0 Nedir?* (Erişim Tarihi: 29.07.2022). <https://www.garantibbva.com.tr/blog/endustri-4-0-nedir>

İlke. (2011). *Katılım Bankacılığı Son 15 Yıldaki Gelişmeler*. (Erişim Tarihi: 08.07.2022). <https://ilke.org.tr/katilim-bankaciligi-son-15-yildaki-gelismeler/>

- Katılım Finans. (2020). *Katılım Bankalarında Dijital Dünya*. (Erişim Tarihi: 28.07.2022) <https://katilimfinans.com.tr/fintech/katilim-bankalarinda-dijital-yeni-dunya-h13074.html>
- KPMG. (2020). *COVID-19 Krizinde İki Temel Bankacılık Aracı*. (Erişim Tarihi: 08.08.2022). <https://kpmg.com/tr/tr/home/gorusler/2020/03/covid-19-krizinde-iki-temel-bankacilik-araci.html>
- Roa, S. (2019). Accelerate digital 12 trends reshaping banking in 2019. The USA; paymentscardsandmobile.com
- Rockwell Automation. (2022). *Digital Transformation. Simplified*. (Erişim Tarihi: 05.07.2022). https://www.rockwellautomation.com/en-gb/capabilities/digital-transformation.html?utm_source=google&utm_medium=CPC&utm_content=LP_DX&utm_campaign=InformationSolutions_MultiAudience_EMEA_XX_X_CMP03864K4Z3X0&gad=1&gclid=CjwKCAjwIJimBhAsEiwA1hrp5pp81jYL1p2z8vU7rF0PuCQolkFJmvXMFZXBWW6RnLyOTONgQhGSKRoCNtoQAvD_BwE
- Salaam Gateway. (2019). *Islamic Finance Volume Expected to Hit 2.5\$ Trillion in 2019*. (Erişim Tarihi: 15.07.2022). http://www.salaamgateway.com/en/story/islamic_finance_volume_expected_to_hit_2.5_trillion_in_2019_zubair_mughalSALAAM02012019023533
- SETAV. (2021). *Dijitalleşmenin Neresindeyiz: Dijital 2021 Raporu* (Erişim Tarihi: 25.05.2022) <https://www.setav.org/dijitallesmenin-neresindeyiz-dijital-2021-raporu/>
- Türkiye Finans. (2022). *Katılım Bankası Nedir?*. (Erişim Tarihi: 03.07.2022) <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/hakkimizda/katilim-bankaciligi-sistemi/Sayfalar/katilim-bankasi-nedir.aspx>
- Vikipedi. (2021). *G7 Ülkeleri*. (Erişim Tarihi: 17.07.2022) [https://tr.wikipedia.org/wiki/ATM_\(makine\)#:~:text=ATM%20cihaz%C4%B1%20T%C3%BCrkiye'ye%20ilk,Bankas%C4%B1%20taraf%C4%B1ndan%20Bankamatik%20ismiyle%20kurulmu%C5%9Ftur](https://tr.wikipedia.org/wiki/ATM_(makine)#:~:text=ATM%20cihaz%C4%B1%20T%C3%BCrkiye'ye%20ilk,Bankas%C4%B1%20taraf%C4%B1ndan%20Bankamatik%20ismiyle%20kurulmu%C5%9Ftur)
- Ziraat Katılım. (2020). *Katılım Bankacılığını Tanıyın*. (Erişim Tarihi: 15.06.2022). <https://www.ziraatkatilim.com.tr/bizi-taniyin/katilim-bankaciligini-taniyin#:~:text=Kat%C4%B1l%C4%B1m%20Bankalar%C4%B1%2C%20>

[C3%B6zel%20cari%20ve,kulland%C4%B1rmak%20%C3%BCzere%20faali
yet%20g%C3%B6steren%20bankalard%C4%B1r](#)



EKLER

EK-1: Çankırı Karatekin Üniversitesi etik kurul görüşü



T.C. ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ Fen, Matematik ve Sosyal Bilimler Etik Kurulu
--



Toplantı No:	28
Araştırmanın Yürütücüsü:	Seyfican GÖRGÜLÜ
Araştırmanın Başlığı:	Dijitalleşmenin Çalışanların İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Katılım Bankalarında Çalışanlar Üzerinde Bir Uygulama
Karar Tarihi:	23-11-2022
Kurul Görüşü:	Kabul Edilmiştir. Araştırmanın/Projenin uygulanabilirliği konusunda bilimsel araştırmalar etiği açısından bir sakınca yoktur.

SONUÇ: Kabul Edilmiştir. Araştırmanın/Projenin uygulanabilirliği konusunda bilimsel araştırmalar etiği açısından bir sakınca yoktur.

Başkan
Profesör Dr Hüseyin Odabaş

İMZA

Başkan Yardımcısı
Profesör Dr Ela Özkan Canbolat

İMZA

Üye
Profesör Dr Gülcihan Yıldırım

İMZA

Üye
Doçent Dr Hakan Çolak

İMZA

Üye
Doçent Dr Bilgehan Tekin

İMZA

Üye
Doçent Dr Emine Çeliksoy

İMZA

Üye
Doçent Dr Süheyla Bozkurt Balcı

İMZA

Üye
Doçent Dr Serap Aslan Cobutoğlu

İMZA

Üye
Avukat Mehmet Çakmak

İMZA

Üye
Doçent Dr Haydar Koç

İMZA

Belge Doğrulama Adresi:
<https://etikkurul.karatekin.edu.tr/dogrulama/301e64fb4f1e4732>



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı	Seyfican GÖRGÜLÜ
Doğum Yeri	
Doğum Tarihi	

LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite	Başkent Üniversitesi
Fakülte	İİBF
Bölüm	İktisat

1.1. YABANCI DİL BİLGİSİ

İngilizce	TOEFL 70
-----------	----------

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurum	
Görevi/Pozisyonu	Gişe Yetkili Yardımcısı
Tecrübe Süresi	3

1.2. KATILDIĞI

Kurslar	Hızlı Okuma, Matematiksel Hafıza, İran Güz Seminerleri
Projeler	Rize Belediyesi Çevreci Ulaşım Projesi, Afyonkarahisar Belediyesi Tarih Projesi

İLETİŞİM

Adres	
E mail	