

T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ

DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI KABULÜNÜN
BANKA ÇALIŞANLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ:
KARAMAN İLİNDE BİR UYGULAMA

Şaban KOCATAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Dr.Öğr.Üyesi Arzu ÖZMERDİVANLI

ŞUBAT - 2023

T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI KABULÜNÜN
BANKA ÇALIŞANLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ:
KARAMAN İLİNDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Şaban KOCATAŞ

Enstitü Anabilim Dalı: Yönetim Bilişim Sistemleri
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim Bilişim Sistemleri

“Bu tez 27/01/2023 tarihinde savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI



ENSTİTÜ TEZ ONAY FORMU

Doküman No	FR-285
İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
Revizyon Tarihi	08.02.2021
Revizyon No	02
Sayfa No	1/1

DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI KABULÜNÜN BANKA ÇALIŞANLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ: KARAMAN İLİNDE BİR UYGULAMA

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 27/01/2023

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 09.01.2023 tarih ve 01/02 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.



Hazırlayan

Kalite Sistem Onayı

ETİK BEYAN METNİ

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet

Hayır

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütölen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

AD SOYAD

Şaban KOCATAŞ

27.01.2023

ÖNSÖZ

Bankacılık sektörü ekonominin canlı olması ve tasarrufların yatırıma dönüşmesi için güvenlik unsurunu sağlayan önemli kurumlardır. Günümüzde bankacılık hizmetleri dijitalleşme çağı ve araçlarının etkisiyle neredeyse 7/24 hizmet veren kuruluşlar haline gelmiştir. Ödeme araçları, kaynak değerlendirme ve sağlama aracı olarak önemli işlevlere sahip olan bankacılık sektöründe çalışanlar dijital dönüşüm sayesinde daha hızlı ve etkin bir şekilde çalışabilmektedir. Bu çalışmada kısaca bankalar ile ilgili bilgiler sunulmuş ve çalışanların dijital uygulamaların benimseme düzeylerini ölçmeye yönelik bir anket çalışması yapılmıştır.

Çalışma başlığının belirlenmesinden sunum aşamasına kadar bana tecrübesiyle yol gösteren saygıdeğer danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Arzu ÖZMERDİVANLI'ya teşekkürü bir borç bilirim. Yine tez savunmasında olumlu eleştirileriyle çalışmanın daha iyi hâle gelmesine yardımcı olan jüri üyelerine de teşekkür ederim. Yüksek lisans ders aşamasından savunma tarihine kadar bana sabreden sevgili eşim Şerife KOCATAŞ ve oğlum Ahmet KOCATAŞ'a da şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
İÇİNDEKİLER	ii
KISALTMALAR	v
TABLO LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
ÖZET	viii
ABSTRACT.....	ix
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM: BANKACILIK SEKTÖRÜ İLE İLGİLİ TEMEL BİLGİLER	3
1.1. Banka ve Bankacılık Kavramları	3
1.2. Dünya’da Bankacılığın Tarihsel Gelişimi.....	4
1.3. Türkiye’de Bankacılığın Tarihi.....	5
1.3.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1847-1923).....	6
1.3.2. Ulusal Bankacılık Dönemi (1923-1933)	7
1.3.3. Kamu Bankaları Dönemi (1933-1945).....	8
1.3.4.Özel Bankalar Dönemi (1945-1960).....	9
1.3.5.Planlı Dönem (1960-1980).....	10
1.3.6. Dışa Açılma ve Serbestleşme Dönemi (1980-1990).....	11
1.3.7.Yeniden Yapılandırma ve Günümüzde Türk Bankacılığı (2002 ve sonrası)	12
1.4. Bankaların Kuruluşu, Faaliyete Geçmesi, Şube Açması ve İradi Tasfiyesi	12
1.5. Bankacılık Faaliyetleri	15
1.6. Banka Türleri.....	16
1.6.1. Yasal özelliklerine Göre Bankalar	17
1.6.2. Mülkiyetlerine Göre Bankalar	18
1.6.3. Faaliyet Konularına Göre Bankalar	20
1.6.4. Ekonomik Fonksiyonlarının Özelliklerine Göre Bankalar	21

1.6.5. Örgütlenme Alanlarının Yaygınlığına Göre Bankalar	24
1.7. Türk Bankacılık Sektörünü Düzenleyen ve Denetleyen Kurumlar	25
1.7.1. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB).....	26
1.7.2. Türkiye Bankalar Birliği (TBB).....	26
1.7.3. Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)	27
1.7.4. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF)	28
1.7.5. Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK).....	28
1.7.6. Rekabet Kurulu (RK).....	29
1.7.7. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)	29
1.7.8. Bankalararası Kart Merkezi (BKM)	29
1.7.9. Hazine ve Maliye Bakanlığı (HMB).....	30
1.8. Dijital Bankacılık	30
1.8.1. İnternet Bankacılığı.....	31
1.8.1. İnternet Bankacılığı Kullanım Adımları.....	32
1.8.2. İnternet Bankacılığında Sunulan Hizmetler	32
1.8.3. İnternet Bankacılığının Avantajları ve Dezavantajları	33
1.8.4. Mobil Bankacılık	34
1.8.4.1. Mobil Bankacılıkta Sunulan Hizmetler.....	35
1.8.4.2. Mobil Bankacılığın Avantajları ve Dezavantajları	36
1.8.5. Dünya’da ve Türkiye’de Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Gelişimi	37
1.8.5.1. Dünya’da Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Gelişimi.....	37
1.8.5.2. Türkiye’de Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Gelişimi	38
2. BÖLÜM: TEKNOLOJİNİN BENİMSENMESİNE YÖNELİK TEORİK MODELLER ve AMPİRİK ÇALIŞMALAR.....	40
2.1. Teorik Modeller	40
2.1.1. Teknoloji Kabul Modeli (TKM).....	41
2.1.2. Teknoloji Kabul Modeli 2 (TKM2).....	42

2.1.3. Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi (BTKKT)	44
2.1.4. Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi 2 (BTKKT2)	45
2.1.5. Yeniliğin Yayılımı Teorisi (YYT)	47
2.1.6. Kullanım ve Haz Teorisi	47
2.1.7. Gerekçeli Eylem Teorisi	49
2.1.8. Planlanmış Davranış Teorisi	50
2.2. Ampirik Literatür	51
3. BÖLÜM: BANKA ÇALIŞANLARININ DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI KABULÜNÜ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA	57
3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları	57
3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	57
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	61
3.4. Veri Toplama Araçları	61
3.5. Araştırmanın Yöntemi	62
3.6. Bulgular	62
3.6.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	63
3.6.2. Normallik Analizi	63
3.6.3. Güvenirlik Analizi	64
3.6.4. Geçerlilik Analizi	65
3.6.5. İlişki Analizleri	71
3.6.6. Fark Analizleri	73
3.6.7. Hipotez Testi Sonuçları	77
SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER	78
KAYNAKÇA	82

KISALTMALAR

BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BKM	: Bankalararası Kart Merkezi
HMB	: Hazine ve Maliye Bakanlığı
MASAK	: Mali Suçları Araştırma Kurulu
RK	: Rekabet Kurulu
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
SWIFT	: Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği'
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Araştırmada Kullanılan Ölçek Bilgileri	62
Tablo 2: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler	63
Tablo 3: Normallik Analiz Sonuçları	63
Tablo 4: Güvenirlilik Analizi.....	64
Tablo 5: DFA Model Uyum İndeksleri	65
Tablo 6: Araştırmada Kullanılan Faktörlere Ait Uyum İndeksi Değerleri.....	70
Tablo 7: İlişki Analizleri.....	71
Tablo 8: Çoklu Regresyon Analizi	72
Tablo 9: Cinsiyete Göre Fark Analizleri	73
Tablo 10: Yaşa Göre Fark Analizleri	74
Tablo 11: Medeni Duruma Göre Fark Analizleri	75
Tablo 12: Eğitim Düzeyine Göre Fark Analizi.....	76
Tablo 13: Hipotez Testi Sonuçları.....	77

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Teknoloji Kabul Modeli (Technology Acceptance Model).....	41
Şekil 2: Teknoloji Kabul Modeli 2 (Extended Technology Acceptance Model).....	43
Şekil 3: Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi.....	45
Şekil 4: Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi 2 (BTKKT-2)	46
Şekil 5: Kullanım ve Haz Teorisi.....	49
Şekil 6: Gerekçeli Eylem Teorisi	50
Şekil 7: Planlanmış Davranış Teorisi.....	51
Şekil 8: Araştırmanın Modeli.....	60
Şekil 9: Kullanım Faydası Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri.....	66
Şekil 10: Kullanım Kolaylığı Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri.....	67
Şekil 11: Sosyal Etki Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri.....	68
Şekil 12: Kolaylaştırıcı Koşullar Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri	68
Şekil 13: Güven Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri	69
Şekil 14: Kullanma Niyeti Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	70

ÖZET

Bu araştırma banka çalışanlarının dijital bankacılığı kabullenmelerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu kapsamda kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve güven faktörlerinin dijital bankacılığı kullanma niyeti üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmanın örneklemini 2021 yılı itibariyle Karaman ilinde bulunan kamu ve özel banka şubelerinde görev yapan çalışanlar oluşturmuştur. Araştırmada; Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Sosyal Etki, Kolaylaştırıcı Koşullar, Güven ve Kullanma Niyeti ölçekleri kullanılarak hazırlanan anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Bulgulara göre kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güven ile kullanma niyeti arasında pozitif yönlü düşük ve orta düzeyde ve anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Bir diğer deyişle, kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve güven düzeylerinde bir artış olduğunda kullanma niyeti düzeyinde de bir artış görülmektedir. Regresyon analizi sonucu elde edilen bulgulara göre, kullanım faydası ve güven faktörlerinin kullanma niyeti üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi bulunmakta ve diğer faktörlerin ise kullanım niyeti üzerinde herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Katılımcıların kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin hiçbiri katılımcıların cinsiyetine ve eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamıştır. Bununla birlikte katılımcıların kullanım faydası ve kullanım kolaylığı algı düzeylerinin onların yaşına göre, katılımcıların kullanma niyeti algı düzeyinin ise medeni duruma göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı yönünde bulgular elde edilmiştir. Çalışma sonucunda banka çalışanlarına teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmetleri kullanımı ve faydaları hakkında farklı kanallar vasıtasıyla uygun eğitim materyalleri ve olanakların sağlanması önerilmiştir.

Aanahtar Kelimler: Dijital bankacılık, Teknoloji Kabul Modelleri, Banka Çalışanları

ABSTRACT

This research was conducted to examine the factors that affect bank employees' acceptance of digital banking. In this context, the effects of utility of use, ease of use, social impact, facilitating conditions and trust factors on the intention to use digital banking were investigated. The sample of the study consisted of 150 employees working in public and private bank branches in Karaman as of 2021. In the research; Data were collected through a questionnaire prepared using the Perceived Benefit, Perceived Ease of Use, Social Impact, Facilitating Conditions, Trust and Intention to use scales. According to the findings, it has been determined that there are positive, small and medium level and significant relationships between utility of use, ease of use, social impact and trust, and intention to use. In other words, when there is an increase in the levels of utility, ease of use, social impact, facilitating conditions and trust, an increase in the level of intention to use is also observed. According to the findings obtained as a result of the regression analysis, the factors of use utility and trust have a positive and significant effect on the intention to use, and other factors have no effect on the intention to use. None of the perception levels of the participants' utility of use, ease of use, social impact, trust and intention to use factors differed statistically according to the gender and education level of the participants. In addition, it was found that the perception levels of the participants' usefulness and ease of use differ according to their age, and the perception level of the participants' intention to use differs statistically according to their marital status. As a result of the study, it can be recommended to provide appropriate training materials and opportunities to bank employees through different channels on the use and benefits of technology-based banking products and services.

Keywords: Digital Banking, Technology Acceptance Models, Bank Employees

GİRİŞ

Küreselleşme ile birlikte ülkeler birer küresel yaşam merkezi haline gelmiş, teknoloji çok hızlı gelişmiş, sektörlerin tamamında meydana gelen gelişmeyle birlikte bankacılık sektöründe de hızlı değişimler meydana gelmiştir. İnternetin ve teknolojinin gelişmesi birçok sektörde iş akış ve süreçlerinin değiştirilmesine neden olmuştur. Bu sektörlerden değişime uğrayan birisi de bankacılık sektörüdür (Dirican, 2017: 2). Bankalar daha hızlı, daha kaliteli ve daha güvenli hizmet verebilmek amacıyla internet bankacılığı hizmetini uygulamaya koymuştur. İnternet bankacılığı; para transferi, bakiye görüntüleme, fatura ve vergi ödemeleri ya da çek, senet ve yatırım işlemleri gibi bankacılık hizmetlerinin gerçekleştirilebilmesi için internetin kullanıldığı bir platform şeklinde ifade edilebilir. Banka şubelerine gitmeye gerek kalmadan kişilerin çeşitli mali işlemlerini oturdukları yerden yapabilmeleri, internet bankacılığına olan ilgiyi arttırmıştır. Ayrıca internet bankacılığıyla birlikte bankacılık sektörü de müşterilerinin beklenti ve ihtiyaçlarını belirleyebilme ve hedef kitlelere özel olarak ulaşabilme imkânı bulmuş ve aracılara yapılan harcamalar ortadan kalktığı için bankacılık maliyetlerinde de önemli düzeyde azalmalar olmuştur (Armağan ve Temel, 2016: 412, Okumuş vd., 2010: 90).

Teknoloji yoğunluğunun en fazla hissedildiği sektörlerden biri olan bankacılık sektörü, baş döndüren hızla yaşanan teknolojik gelişmeleri hizmetlere kısa sürede entegre olduğu bilinen bir gerçektir. Bankacılık sektöründe, müşteri ihtiyaçları ve küresel lokasyonun gerektirdiği hizmetleri sunabilmek ve dönemin gerisinde kalmamak için devamlı bir rekabet söz konusudur. Bu rekabette teknolojik gelişmelere uyum her ne kadar önemli ise de, çalışan işgücü kullanımını önemini hala koruyan bir husustur (Tüzün, 2020:435).

Bankacılık, ülkemiz toplumu gibi toplumlarda, kişilerden bağımsız düşünülemez. Müşteri açısından, kimi zaman bankanın kendisi değil, müşteri temsilcisinin kim olduğu daha önemli hale gelebilmektedir. Şüphesiz, bu duruma sebep, karşısındaki kişiye duyulan güven ve geçmişten bu yana süregelen bankacı müşteri ilişkisidir. Çoğu zaman, banka çalışanının, bulunduğu bankadan farklı bir kurumda bankacılık yapmaya devam etmesi, müşteri ile olan ilişkisini yeni kurumunda da devam ettirmesi sonucunu doğurmaktadır. Büyük şehirler de dâhil olmak üzere, tecrübeli çalışan alımlarında belirli bir müşteri portföyüne sahip olan çalışanların tercih sebebi olması, sektör içerisinde teamül halini almıştır. Teknoloji ile birlikte düşünüldüğünde, bankaların insan kaynakları

stratejilerinde işe alımla ilgili bir takım değişiklikler de meydana gelmiştir. Günümüzde teknolojiyi bilen ve kullanabilen, nitelikli, yeniliklere hızla uyum sağlayabilen çalışanlar tercih edilmeye başlanmıştır (Armağan ve Temel, 2016: 418). Dijital kanalların etkinliğinin giderek artması, Şube çalışanından ziyade “Bilgi Teknolojileri” bölümlerine insan kaynağı ihtiyacında artış göstermiştir.

Günümüzde dijital bankacılık hizmeti sunan bankaların sayısı hızla artmıştır. Hemen hemen bütün bankaların internet Şubesi bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye’deki finans kuruluşlarının gerek teknoloji ve gerekse finansal ürün/hizmet anlamında oldukça iyi bir seviyede olduğu gözlemlenmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki bankaların internet sitelerinde kullanılan teknolojinin aynısını Türk finans kuruluşları ve özellikle bankaları da kullanmaktadır. Ülkemizdeki bankalar online hizmet ve işlem çeşitliliğinde de gelişmiş ülkedeki örnekleri seviyesinde bulunmaktadır.

Bu araştırmanın amacı banka çalışanlarının dijital bankacılığı kabullenmelerini etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Bu kapsamda kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve güven faktörlerinin dijital bankacılığı kullanma niyeti üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmanın evrenini Karaman ilinde bulunan kamu ve özel banka Şubelerinde görev yapan tüm banka çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye Bankalar Birliği tarafından yayınlanan bilgilere göre 2021 yılı itibariyle Karaman ilinde özel ve kamu bankalarında 274 kişi çalışmaktadır (<https://www.tbb.org.tr>).

Bu çalışma sonuçlarının Karaman’daki banka çalışanlarının dijital bankacılığı kullanma durumunun ve kullanmasında etkili olan faktörlerin belirlenmesinde etkili olacağı düşünölmektedir.

1. BÖLÜM: BANKACILIK SEKTÖRÜ İLE İLGİLİ TEMEL BİLGİLER

1.1. Banka ve Bankacılık Kavramları

Günümüzde finans sektörünün en önemli kurumları arasında yer alan bankalar, ekonominin en istikrarlı ve önemli unsurlarından biridir (Zengin, 2019: 3).

Banka sözcüğünün İtalyanca “Banco” sözcüğünden geldiği varsayılmaktadır. Kelime anlamı olarak 'para bozdurma kulübesi', 'para bozdurma yeri' veya 'tüccar gişesi' anlamına gelen banco sözcüğü, Cenevizliler döneminde halktan mevduat toplayan ve yabancı para işlemleri yapan tüccarların kurdukları masaya verilen addır. Banka kelimesinin ise burdan türetildiği düşünülmektedir (Uygun ve Dölek, 2017: 13; Yaman, 2018: 14).

Banka, para ve para olarak kullanılabilen herşeyin ticaretini yapan ve çeşitli finansal hizmetler sunan kurumlardır. Banka, kabul ettiği mevduatları verimli bir şekilde kullanmaya çalışan finansal kuruluşlardır (Çağırıcı, 2016: 4).

Bankalar, mevduat kabul eden ve bunları kredi işlemlerinde kullanan, esas faaliyet konusu düzenli olarak kredi vermek ve almak olan ve her türlü sermaye işlemlerini yapmasına izin verilen finansal kuruluşlardır.

Banka; tasarruf sahiplerinden toplanan paraların gerçek veya tüzel kişilere kredi olarak kullanılabilir hale getirilmesi; diğer bir deyişle finansman fazlası olan kişi veya kuruluşlarla finansman ihtiyacı olan gerçek veya tüzel kişileri bir araya getirerek finansal aracılık faaliyetinde bulunan kurumlardır (Zengin, 2019: 3).

Banka faaliyetlerinin temel amacı, sürekli olarak kredi almak ve dağıtmaktır, bu nedenle banka, kredi olarak kullanmak amacıyla mevduat toplayan bir ekonomik varlıktır. Uygun ve Dölek (2017) finansal kuruluşu "sermaye, kredi ve paraya bağlı çok sayıda işlem yaparak bu sektördeki kamu ve özel kişi veya kuruluşların taleplerini karşılayan ekonomik bir varlık" olarak tanımlamaktadır.

Bankalar para ve sermaye dolaşımının istikrarlı şekilde gerçekleşmesi, finansal imkanların sağlanması ve parasal anlamda yatırım çeşitlerinin sunulması gibi işlemler

yapan kurum veya işletmeler şeklinde tanımlanabilir (Babuşcu ve Hazar, 2019: 41). "Bankacılık" terimi, banka olarak bilinen mali kuruluşların veya bu mali kuruluşların istihdam ettiği bankerlerin yürüttüğü faaliyetlerin tümünü ifade etmektedir(Küçüköğlü, 2019: 2).

1.2. Dünya’da Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Sümer ve Babil dönemleri bankacılık sektörünün başlangıcı olarak kabul edilmekte olup bankacılık faaliyetlerinin 3.500 yıl öncesine dayandığına dair spekülasyonlar bulunmaktadır. "Model" terimi, bu yıllarda kurulan bilinen ilk bankayı ifade etmektedir. Bankacılık pratiği, işlem aracı olarak hizmet edecek para diye bir şeyin olmadığı ilk dönemlere kadar izlenebilmektedir. Mallarının çeşitli tehditlere karşı güvende olmasını isteyen insanlar, onları tapınakların bakımına adanmışlardır. Ayrıca din adamları kendilerine verilen şeyleri israf etmemiş, ihtiyaç sahibi kişilere ücret karşılığında kiraya vermişlerdir. Dünya tarihindeki en eski bankaların gerçekten de tapınaklar olduğu ve bankacılıkta ilk çalışanların din adamları olduğu sanılmaktadır (Sümer, 2013: 7; Erol, 2006: 9).

Kazılar sonucunda ortaya çıkarılan kağıtlar, bankacılığın temel işlemlerinin tutarlı bir şekilde yürütüldüğünü ortaya koymaktadır. Bu belgeler, hesaplar arası para aktarma, ödeme ve teslimat belgelerini içermektedir. Hammurabi kanunları en eski kanunlardan biridir ve adını dönemin Babil kralı Hammurabi'den almıştır. Bu kanunlar, borç verme ve alacak tahsilatının nasıl yapılacağı, borçlunun mallarının borcun tasfiyesinde nasıl kullanılacağı, hangi hallerde borca faiz uygulanmayacağı konularını ele almaktadır. Hammurabi kanunlarında kredi işlemlerinin yanı sıra faiz tahsilatına da yetki verilmiştir. Bu faizin hurma veya hububat ihracatında sermayenin üçte birini, peşin ihracatta ise beşte birini oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu dönemde Sümerler uzak ülkelerle yaptıkları ticarete banknot gibi dolaşım içerisinde olan, çek ya da itibar mektuplarına benzeyen belgeler kullanmışlardır (Parasız, 2011: 19-20; Demirel, 2017: 10; Kaya, 2017: 44).

Rönesans ile bağlantılı bir dizi hareketi ateşleyen İstanbul'un fethi; yeni kıtaların keşfi; ve okyanuslar boyunca ticaretin başlaması ve genişlemesi batı ülkelerinde kilise hukukunun geçerliliğini yitirip yerine Roma hukukunun gelmesine sebep olmuştur. Bu nedenle insanların faize bakışı değişmiş, faiz yasağı kaldırılmış ve o zamana kadar

hukuka aykırı olan faiz uygulaması yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu gelişmeler bankacılık sektörünün büyümesine önemli katkılar sağlamıştır (Parasız,2011:20).

13. yüzyılda Avrupa'daki ilk işlevsel banka İtalya'da kurulmuş ve kısa bir süre sonra faaliyete geçmiştir. Kariyerlerine emtia tüccarı, komisyoncu veya nakliyatçı olarak başladıktan sonra, birçok banka zaman içinde çeşitli nedenlerle borç para veren ve mevduat çıkaran finansal kuruluşlar haline gelmiştir. Bu dönemde İspanyolların Güney Amerika'dan getirdikleri altınlarla farklı paralar basmaları sikkelerin birbirlerine göre değerlerinin belirlenmesinde zorluklara neden olmuştur. Neticede bu madeni paraların ticaretin yoğun olduğu Amsterdam ve Hamburg'a gelmesinden kaynaklanan para karışıklığını ortadan kaldırmak için 1609 yılında Bank of Amsterdam kurulmuştur. Bank of Amsterdam genel olarak çağdaş anlamda bankacılık faaliyetlerinde bulunan ilk banka olarak kabul edilmektedir. 1637 yılında ise Venedik Bankası kurulmuştur. 15. ve 16. yüzyılda sarraf dükkanları ve kasaların gelişmesiyle ortaya çıkan bankalar 19. yüzyılda ekonomik ve ticari faaliyetlerin yardımcısı hatta bu faaliyetleri geniş ölçüde düzenleyen kurumlar hâline gelmişler ve faaliyet alanlarına göre de uzmanlaşmaya başlamışlardır (Yaman, 2011:14). 1694 yılında kurulmuş olmasına rağmen İngiltere Merkez Bankası, devlet kontrolünde özel bir banka şeklinde kurulan modern bir Merkez Bankası'nın ilk örneği olmuştur (Demirel, 2017: 11 ; Kaya, 2017: 44).

1.3. Türkiye'de Bankacılığın Tarihi

Türk bankacılığının Osmanlı İmparatorluğu'ndaki kökenlerinden bugünkü yapısına ve Cumhuriyet dönemindeki gelişimine kadar olan gelişimine bakıldığında, sektörün ekonomideki ve ekonominin durumundaki değişimlerden derinden etkilendiği açıktır (Balur, 2014: 3).

Bu dönemde yetersiz finansal koşullar, bankacılık faaliyetlerinin sarraflar ve bankacılar tarafından yürütülmesi ve toplumdaki insanların değer yargıları, çok sayıda yabancı sermayeli bankanın var olduğu bir dönemde kurumsal yapı ve modern anlamda bankacılık faaliyetlerinin ortaya çıkmasına ve gelişmesine engel olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu döneminde ekonomik büyümeyi desteklemek amacıyla ulusal bankacılığın büyümesinin temelleri atılmış ve bu gelişme cumhuriyetin ilanından sonra hızlanmıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra ulusal bankacılık kavramı ön plana çıkarılmış, uluslararası

düzyeyde sağlam bir bankacılığın oluşturulması gerektiği bilinciyle hareket edilmiştir. İlk dönemde kamu bankalarını içeren faaliyetlere hız verilmiş, sonrasında liberal ekonomi politikaları benimseyen özel bankalar gelişmeye başlamıştır (Bilgin, 2019: 3). Türkiye'de bankacılık sektörünün büyümesi batı ülkelerine göre daha yavaş olmuştur. Türkiye'de bankacılık sektörünün gelişimi yedi farklı dönemde incelenmektedir.

1.3.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1847-1923)

Osmanlı Devleti zamanında bankacılık işlemleri ilk olarak Venedik ve Ceneviz şehirlerinden banka ve tüccarların yrttğu faaliyetler sonucu oluşmuştur. Bizans İmparatorluğu'na mali desteklerini sürdüren bu şehirler, Osmanlı İmparatorluğu içindeki bankacılık operasyonlarını da devam ettirmişlerdir. Tanzimat ncesi Osmanlı Devleti'nde banka benzeri kurumlar bulunmamasına rağmen büyük şehir merkezlerinde sarraflar faaliyet göstermekteydi. Bunun nedeni Türklerin genellikle askerlik ve yöneticilik gibi işlerle uğraşmaları ve ticaret, sarraflık ve bankacılık gibi faaliyetlerin Türk ve Müslüman olmayan insanlara bırakılmış olmasıdır. Ayrıca Osmanlı ekonomisi, sanayi devrimine ayak uyduramayan kapalı bir ekonomi olarak kabul grmştir. (Kaya, 2017: 45; Duramaz, 2019: 3).

Osmanlı Devleti'nde bankacılığın oluşumu ve gelişimi, Batılı ülkelerin gerçekleştirdiği Sanayi Devrimi'nin etkilerinin burada görülmemesinden etkilenmiştir. Aksine Osmanlı Devleti son yıllarda sınai ve ticari alanlarda bir durgunluk dönemine girmiş ve ekonomi giderek dış ticarete bağımlı hale gelmiştir. Ancak diğer ekonomik sektörler gibi bankacılık da, özellikle bankacılık alanında uzmanlık eksikliği nedeniyle Avrupalı zengin Galata Bankacılarının ve girişimcilerin kurbanı olmuştur (Duramaz, 2019: 3).

Galata Bank, bankacılık işlemlerinin başlangıçta Galata Bankerleri tarafından yrtldğu bu süreçte, gerçekte ilk banka olan Bank of Istanbul (Banque de Constantinople) hkmetinin desteğiyle J. Alleon ve Thedor Baltazzi tarafından 1847 yılında kurulmuş ve 1852'ye kadar varlığını srdrmştir. Daha sonra 1856'da sermaye yetersizliği sorununu zmeğ için Osmanlı Bankası faaliyete geçmiştir. İngiliz sermayesi ile kurulan banka Osmanlı hükümeti ve yabancı yatırımcılar arasında dış borçlanma ile ilgili aracılık yapmıştır. Daha sonra banka bünyesine Fransız ve Avusturya sermayeleri de dahil edilmiştir. 1863 yılında çiftçilere tarımsal kredi sağlamak amacıyla Memleket

Sandıkları kurulmuştur. Önce imece yöntemiyle Memleket Sandıkları'nın sermayesi sağlanmış, daha sonra köylüler mal varlığı oranında buğday vermiştir. Sermayenin toplanmasında yaşanan sıkıntılar ve kredi de yapılan yolsuzluklar nedeniyle bu banka, Menafi Sandıkları adını alarak yeniden düzenlenmiştir. Daha sonra 1888 yılında tarımsal kredilerin devlet denetimine alınması amacıyla Ziraat Bankası, ilk devlet bankası olarak kurulmuştur. Bugünkü T.C. Ziraat Bankası'nın sermayesinin oluşmasında Menfaat Sandığı alacaklarının devri etkili olmuştur. 1097 yılında, halkın elindeki sınırlı parayı toplayarak ihtiyaç sahiplerine yardımda kullanmak ve halkın tasarruf etmesini sağlamak amacıyla 1868 yılında kurulan İstanbul Emniyet Sandığı, Ziraat Bankasına 1097 yılında bağlanmıştır (Küçüköğlü, 2019: 5 ; Parasız,2 011: 21; Kaya, 2017: 46-47).

1.3.2. Ulusal Bankacılık Dönemi (1923-1933)

Osmanlı döneminde, ekonomik yapı eskimiş olmasına rağmen, ekonomi çoğunlukla tarım sektörüne bağlıydı. Bu bağlamda, ulusal bankacılık döneminde uygulanan ekonomi politikaları, kendisinden önceki dönemde uygulanan faaliyetleri değiştirme şeklinde gerçekleşmiştir. 1923 yılı Şubat ayında toplanan ve tüccar, sanayici, çiftçi ve işçi gibi çeşitli ekonomik sektörlerden üyelerin katıldığı İzmir İktisat Kongresi'nde ekonominin gelecekteki karakteri ve temel hedefleri tartışılmış ve belirlenmiştir. Ekonomik büyüme ve ulusal sermaye payının genişletilmesi adına ulusal bankacılığın inşası için kongrede planlar yapılmış ve bu planların genel hatlarını belirlemek temsilcilerin sorumluluğunda olmuştur. Kongrede ülkenin en önemli ticari bankasının oluşumuna büyük önem verilmiş ve bu amaçla 1924 yılında Türkiye'de bir özel sektör bankası olarak Türkiye İş Bankası A.Ş. kurulmuştur. Cumhuriyet döneminin ilk özel sermayeli mali kuruluşu olduğu belirtilen bankanın her türlü sınai ve ticari faaliyetlerde bulunmasının görevi olduğuna karar verilmiştir. Bu faaliyetler, gayrimenkul alım satımı ve gerektiğinde bu sektörde çalışan işletmelere kredi sağlanmasını da içermektedir (Bilgin, 2019: 8).

İlk kalkınma bankası olan Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası, kongreye katılan işadamlarının verdikleri fikirler sonucunda 1925 yılında kurulmuştur. 1933 yılında Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası Sümerbank'a devredilmiştir. Kongrede hazır bulunan tarım sektörü temsilcileri, Ziraat Bankası'nın tarım sektörüne daha fazla katkı sağlamak amacıyla yaygınlaştırılmasını arzu ettiklerini dile getirmişlerdir. Bu nedenle 1924 yılında Ziraat Bankası'nın sermayesi iki katına çıkarılmış ve bankaya geleneksel tarımsal kredi

sağlama rolüne ek olarak çok çeşitli bankacılık faaliyetlerine katılma izni verilmiştir (Kaya, 2017: 48).

Bu dönemde Türkiye'de bankacılık sistemi önemli ölçüde genişlemeye başlamış ve bankalar finansal sistemin en önemli kuruluşları haline gelmiştir. 1923-1933 yılları arasında Türk mali sektöründe meydana gelen en önemli değişiklik 1930 yılında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın kuruluşudur. İzmir İktisat Kongresi'nde "dolaşım bankası" görevini üstlenecek bir devlet bankası kurulması fikriyle gündeme getirilen Merkez Bankası'nın kurulmasıyla, Osmanlı Bankası'nın otoritesi para basmak için Merkez Bankasına havale edilmiştir. Bu tarihten önce Osmanlı Bankası Türkiye'de para basımından sorumluydu. 1931'de Merkez Bankası'nın faaliyete geçmesiyle kendi para birimini yaratma olanağına kavuşan Türkiye, ulusal bağımsızlığını kazanmanın ön koşullarından birini yerine getirmiştir. Ülke Merkez Bankası'nın misyonu, ülke genelinde sağlıklı ekonomik büyümeyi teşvik etmektir. Bu görevi yerine getirebilmesi için kendisine önemli yetenekler bahşedilmiştir. Merkez Bankası'nın kurulmasıyla birlikte ekonomik düzeni korumak kolaylaşmış, Osmanlı Bankası ve diğer yabancılar nezdinde millî çıkarlara aykırı olan para ve sermaye piyasalarının uygulamaları son bulmuştur. Bu Türkiye adına olumlu bir gelişme sayılmaktadır (Sucu, 2019: 31-33).

Bu dönemde bankacılık alanında yaşanan en önemli gelişmelerden biri çok sayıda küçük yerel bankaların açılmış olmasıdır. 1929'daki küresel ekonomik kriz (büyük buhran), yerel tüccar topluluğunun bankacılık ve kredi ihtiyaçlarını karşılamak için kurulmuş olan bu bankaları kapatmaya zorlamıştır (Parasız, 2011: 22-23).

1.3.3. Kamu Bankaları Dönemi (1933-1945)

Özel sektör, Cumhuriyetin ilanından hemen sonra kendisine verilen teşvik ve korumaya rağmen, istenilen performansı gösterememiş, ekonomik büyümeyi garanti altına almak için gerekli olan sermaye birikimini ve sanayileşmeyi gerçekleştirememiştir. 1929'daki küresel ekonomik kriz dünyanın dört bir yanındaki hükümetleri etkilemeye başlayınca, devletin ekonomiye müdahalesi fikrine dayanan Keynesyen politika hakim olmaya başlamıştır. Keynesyen politikadan etkilenen Türkiye, ilk olarak sanayileşmenin sağlanmasında aktif rol almış, sanayi sektöründe gerekli yatırımların uygulanmasına

rehberlik edecek Birinci Beş Yıllık Sanayi Planını 1934 yılında hazırlamıştır (Erol, 2006: 35-36 ; Kaya, 2017: 49).

Önemli sermayeye sahip devlet bankaları bu dönemde kurulmuş ve aktif olarak ülke ekonomisinin büyümesine katkıda bulunmuştur. Merkezlerinde devlet sermayesi bulunan bu bankalar, geliştirilen sanayi planının gerçekleştirilmesinde çok önemli görevler üstlenmişlerdir (Parasız, 2011: 23; Zengin, 2019: 11).

Sümerbank, 1933 yılında, sınai kalkınmayı ve altyapıyı güçlendirmeyi amaçlayan Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı kapsamında, il ve kasabalara su, elektrik ve altyapı hizmetleri sağlamak ve belediyelerin imar planları hazırlamak için ihtiyaç duyduğu kredileri sağlamak üzere kurulmuştur. Etibank, madencilik, maden çıkarma ve enerji üretimi sektörlerini finanse etmek için 1935 yılında, Denizbank yurt içi ve yurt dışı limanlar arasındaki liman işlerini yürütmek için 1937 yılında, Halkbank ise ülke esnafının ihtiyaçlarını karşılamak için 1938 yılında kurulmuştur (Küçüköğlü, 2019: 6; Kaya, 2017: 49).

1.3.4.Özel Bankalar Dönemi (1945-1960)

1945 ile 1960 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'nde meydana gelen ekonomik ve sosyal değişimler; yeni yatırımlar, modern işletmelerin açılması, nüfusun hızla artması, şehirlerin gelişmesi, sanayi sektörünün daha fazla pay almaya başlaması gibi etkenlerle ekonomide para ve kredi talebini artırmış, buna bağlı olarak bankacılığın önemi de artmıştır. Bankacılık sektörünün yatırım getirisi arttıkça özel bankacılık da ayrı bir önem kazanmıştır (Balur, 2014: 11).

Bu dönemin en dikkat çekici yönü, bir sanayileşme yaklaşımı olarak devletçilik yerine ekonomik büyümeyi hızlandırmak için özel sektör desteğinin kullanılmasına yapılan vurgudur (Erol, 2006: 39). Savaş sonrası enflasyon krizi, tarım ve ticarete özel sektörün yükselişi ve liberalizm ilkesine bağlı Demokrat Parti'nin 1950'de iktidara gelmesi bu politika değişikliğinin başlıca etkenleri olmuştur (Zengin, 2019: 13).

Beş Yıllık Planlar kapsamında sektörel üretimi artırmak amacıyla Turizm Bankası, Sınai Yatırım ve Kredi Bankası, Devlet Yatırım Bankası ve Devlet Sanayi ve Emekçi Yatırım Bankası olmak üzere 30 banka kurulmuştur. Garanti Bankası (1946), Akbank (1948),

Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950), yatırımların artan getiri oranlarına yanıt olarak bankacılık alanına giriş yapmışlar ve her biri mevduata dayalı farklı rekabet stratejisi yöntemler kullanmaya başlamıştır. Bankalar mudi arayışlarında daha agresif hale geldikçe, şube bankacılığı daha yaygın hale gelmiş, bu eğilim, birçok finans kuruluşunun çöküşünü hızlandırmıştır. 1958 yılında 7129 sayılı Kanun ile devlet bankaları üzerindeki kredi kısıtlamaları tamamen gevşetilmiş ve Türkiye Bankalar Birliği kurulmuştur (Küçükolu, 2019: 6; Kaya, 2017: 50).

1.3.5. Planlı Dönem (1960-1980)

1960 yılından sonra, iktisat politikasında öncesine göre daha devletçi bir yaklaşım benimsenmiş ve planlı kalkınma çağı başlamıştır. Planlı dönem, ithal ikamesi nedeniyle sanayileşme ile birlikte kapalı bir bankacılık sistemini ifade etmektedir. Bu süre zarfında kamu müdahalesi artmış ve özel bankacılık döneminde uygulanan liberal politikaların aksine devletçiliğe daha çok benzeyen politikalar benimsenmiştir (Bilgin, 2019:12; Uygun ve Dolek, 2017: 30).

Karma ekonomik modele ağırlık verilen bu dönemde, ithal edilen sanayi mallarının ülke içinde üretilmesini sağlamak amacıyla uygulamaya konulan ithal ikameci modelin yanı sıra faiz oranları kesin bir şekilde dünyadaki faiz oranlarından bağımsız olarak hükümet tarafından belirlenmiştir. Bu süre zarfında, bazı istisnai durumlar dışında, yeni ticari ve yabancı bankaların kurulmasına izin verilmemiştir. Belirlenen sektörlere ulaşabilen sınırlı kaynakların rekabeti teşvik edici bir ortamda ve kalkınma planları çerçevesinde tahsis edilmesi bu durumun nedeni olarak gösterilebilir (Uygun ve Dölek, 2017: 30).

Ekonomik daralma ve bunalımın bir sonucu olarak, bankacılık sektörü sert bir darbe almıştır. 1963-1964 yılları arasında altı mali kuruluş kapılarını kapatmıştır. Bu kapatmaların ardından Merkez Bankası, mudilerin menfaatlerini korumak için Bankalar Tasfiye Fonu'nu oluşturmuştur. Maliye Bakanlığı tarafından tasfiye edilen bankaların açıkları bu Fon tarafından kapatılmıştır. Ardından Fon, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmiştir (Erol, 2006: 44).

Bu süre zarfında, beşi kalkınma ve ikisi ticaret olmak üzere yedi yeni banka oluşturulmuştur. Kalkınma planları çerçevesinde kamu iktisadi teşebbüslerinin

yatırımlarını desteklemek amacıyla 1964 yılında Devlet Yatırım Bankası, özel sektörün orta ve uzun vadeli ihtiyaçlarını karşılamak üzere 1963 yılında Sınai Yatırım ve Kredi Bankası, turizm sektöründeki yatırımları desteklemek için 1962 yılında Turizm Bankası ve uluslararası ticaretin finansmanı için 1964 yılında Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası kurulmuştur. Devlet Sanayi ve İşçi Bankası, yurt dışında çalışan Türk vatandaşlarının ürettikleri yatırımları stratejik ekonomik sektörlere yönlendirmek amacıyla 1976 yılında, Türkiye Maden Bankası ise 1968 yılında madencilik sektörünü geliştirmek amacıyla kurulmuştur. Yatırım Bankası ve Arap-Türk Bankası, Arap yatırımını Türkiye'ye çekmek amacıyla 1977'de kurulmuştur (Küçükoğlu, 2019: 7; Uygun ve Dölek, 2017: 31; Parasız, 2011: 24).

1.3.6. Dışa Açılma ve Serbestleşme Dönemi (1980-1990)

On yılın sonunda, ödemeler dengesi sorunlarının getirdiği ekonomik durgunluk, sanayileşmeye yeni bir yaklaşımın geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. 1980'den önce, sanayileşme çabaları kapalı bir ithal ikame sistemine dayanmakta olup 24 Ocak 1980'de yapılan tercihlerden sonra ithalata dayalı bir sanayileşme stratejisi uygulanmaya başlanmıştır. Bu yeni yaklaşımı desteklemek ve serbest piyasa ekonomisine göre düzenlemek için esnek döviz kurları ve pozitif reel faiz oranları ile ekonomik piyasaları genişletmeyi hedefleyen kurallar uygulanmaya başlanmıştır. Bankacılık sektörü, ekonomide serbest piyasa işleyişinin ve finansal piyasaların liberalleşmesinden derinden etkilenmiştir. 1980 yılından sonra Türkiye'de bankalar, ülkenin hızlı ekonomik gelişimi ve küresel ekonomiye artan entegrasyonu nedeniyle yeniden yapılanmaya başlamıştır. Yabancı ve yerel bankaların piyasaya girmesine izin verilmemiş, faiz oranları merkez bankası tarafından belirlenmiş ve 1980 yapısal uyum programından önce ithal ikameci sanayileşme stratejisi kullanılmıştır. 1980 yılından itibaren sektör, yurtdışı satış ve yatırım odaklı bir büyüme stratejisine yönelmiştir. Yerel ve uluslararası bankaların bankacılık sektörüne girmesi ve mevduat/kredi faiz oranlarının serbestleştirilmesi sonucunda rekabet gelişmiş, kaynak ve faaliyet çeşitliliğini artıran bankacılık sistemi uygulamaya konulmuştur. Bankacılık sektörü, teknolojik gelişmeler, bilgisayarlı sistemlerin yaygın olarak benimsenmesi ve tüm çalışanlar için eğitime odaklanma nedeniyle daha üretken hale gelmiştir (Bilgin, 2019: 13 ; Kaya,2 017: 51 ; Uygun ve Dölek, 2017: 31-32).

3182 sayılı Bankalar Kanunu, sektörde artan hizmet çeşitliliği ve ortaya çıkan rekabet ortamına karşılık olarak bankaların etkin rekabet yönetimi ile kontrol ve denetimini sağlamak amacıyla 1985 yılında oluşturulmuştur. Bu kanun ile uluslararası bankacılık standartlarının Türkiye’de oluşması için önemli bir adım atılmış, bankalarda tek düzen hesap planı uygulanmaya başlanmış ve bilançoların dışarıdan kontrol edilmesinin önü açılmıştır. Bankaların kısa vadeli likidite ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Merkez Bankası bünyesinde Interbank (Bankalararası) Piyasası kurulmuş ve bu piyasada işlem hacmi ciddi boyutlara ulaşmıştır. Bankalarda yeni ürün ve hizmet girişimleri artmış ve bankalar bireysel müşterilere de yönelerek tüketici ve ihtiyaç kredileri ile ATM sistemleri yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde bankacılık sektöründe teknoloji yatırımlarına hız verilerek bilgi ve haberleşme maliyetleri düşürülmüştür (Uygun ve Dölek, 2017: 33-34 ; Parasız, 2011: 25-26).

1.3.7.Yeniden Yapılandırma ve Günümüzde Türk Bankacılığı (2002 ve sonrası)

Türkiye’de kredi kuruluşları ve bankalar, sektörün büyüme hacminin hedeflenen düzeye yaklaşmaya başladığı 2002 yılından bu yana artan performanslarıyla takdir toplamıştır. Enflasyon hedeflemesi nispeten yeni bir para politikası yürütme yöntemidir ve ilk olarak 2000’li yılların başında uygulamaya konulmuştur. 2002-2005 yılları arasında uygulanan örtük enflasyon rejimi sonucunda Merkez Bankası’nın altyapısı güçlendirilmiş, tahmin modelleri oluşturulmuş ve veriler genişletilmiştir. 2005 yılından itibaren sürekli büyüme ve süreklilik hedefi devam ederken, yapısal yeniliklerin etkisiyle ve yabancı sermayenin yarattığı rekabet ortamının bir sonucu olarak banka bilançolarında kârlılık yükseliş göstermeye başlamıştır (Bilgin, 2019: 17 ; Güneş ve Çoban, 2019: 86-87).

1.4. Bankaların Kuruluşu, Faaliyete Geçmesi, Şube Açması ve İradi Tasfiyesi

Bankalar mevduat sahipleri ile kredi talep eden kişi ve işletmeleri bir araya getiren finans sektörünün temel taşlarından biridir. Ülke ekonomisinde önemli görev ve fonksiyonları olan bankaların önemi kaynakları mevduat ve katılım fonu adı altında halktan toplanan paralardır. Borç kaldırıcıları çok yüksek olduğu için sermayesinin üstünde borçlanabilmektedirler. Sektörde herhangi bir sorun yaşandığında hem tasarruf sahipleri hem de işletmeleri olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle banka şubelerinin ruhsatlandırılması, işletilmesi ve açılması ile ilgili katı kurallar bulunmaktadır. 5411

sayılı Bankacılık Kanunu, mevzuatın birincil parçasıdır. Bu düzenlemeye göre, finansal kuruluşlar halka açık anonim ortaklıklar şeklinde kurulabilecektir (Kaya,2017:59).

Bankacılık faaliyetini ancak anonim şirket şeklinde yapılanmış ortaklıklar yürütebilmektedir. Bu durumda, bir bankanın kurulabilmesi için öncelikle anonim ortaklığın temellerinin atılması gerekmektedir. Bunun için şirket ana sözleşmesi hazırlanmalı, kurucu ortaklar noter huzurunda ana sözleşmeyi imzalamalı ve firma resmi açılış izni için Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na başvuru yapmalıdır. Esas sözleşmede bankacılığın şirket konusunun ve amacının belirtilmesi önemlidir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı anonim şirket kuruluşunu onayladığında, bir sonraki adım anonim bankanın faaliyet izni için Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'na (BDDK) başvurudur. Kurulun çoğunluğunun uygun görmesi halinde banka anonim şirketine tüzel kişilik verilmekte ve kuruluş izni ticaret siciline işlenmektedir.

Türkiye'de banka kurmanın ilk şartı BDDK'dan izin almaktır. Kuruluş aşamasında henüz bir banka işleyişi bulunmamakta, sadece kuruluş için aranan mali ve sosyo-ekonomik yeterlilikler denetlenmektedir. Kuruluş tamamlandıktan sonra, maddi ve maddi olmayan varlıkların kurulması ve banka işinin bir bütün olarak kurulması için yatırım ve harcamalar başlamaktadır. Bu hazırlık süreçleri sonucunda ortaya çıkan işin bankacılık için yeterli olup olmadığı da denetlenmektedir. Bu denetim sonucunda şartlara uygun olduğu takdirde 5411 sayılı Kanunun 10. maddesi kapsamında ana sözleşmeye uygun olarak faaliyet göstermesine izin verilmekte ve böylece banka, bankacılık işlemleri yapmaya başlamaktadır (Aydın, 2009 :23-24 ; Budak, 2010: 90-97 ; Kaya, 2017: 60). Bankanın kurulabilmesi için yerine getirilmesi gereken şartlar şunlardır:

- ✓ Bankanın anonim şirket olarak kurulmuş olması
- ✓ Hisselerinin nakit karşılığına sahip olması ve nama yazılı şekilde olması,
- ✓ Banka kurucularının 5411 sayılı Kanun'da belirtilen şartları taşıması,
- ✓ Yönetim kurulu üyelerinin ilgili yasal düzenlemede belirtilen mesleki deneyime sahip olması,
- ✓ Öngörülen faaliyet konularının planlanan mali yapı, yönetim yapısı ve organizasyon yapısı ile uyumlu olması,

- ✓ Organizasyon, verimli denetimler için herhangi bir engel oluşturmeyen, açık ve şeffaf bir ortaklık yapısının olması,
- ✓ Tescil anında ödenmiş sermayesi minimum otuz milyon Türk Lirası olması (Parasız, 2011: 39-40).

Bankacılık mevzuatına göre, banka kurma işlemi faaliyete başlama işleminden farklılık göstermektedir. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 6. Maddesi kapsamında kuruluş ruhsatı alan bankaların, ayrı bir faaliyet ruhsatı talep etmeleri gerekmektedir. Kararın izin başvurusundan itibaren doksan gün içinde verilmesi ve faaliyete başlayabilme başvurusunun iznin onaylanmasından itibaren en geç üç ay içinde yapılması gerekmektedir. Mevzuatın gereklerini yerine getirmeyenlere gerekli düzeltmeleri yapmak ve eksikliklerini gidermek için altı ay süre verilmektedir. Bu süre içinde yeniden başvuruların gereksinimlerinin yetersiz görülmesi halinde verilen kuruluş izni iptal edilmektedir (Kaya, 2017: 65).

5411 sayılı Kanun'un faaliyet iznini düzenleyen 10. maddesi bankacılık işlemlerinin başlatılmasını düzenlemektedir. Buna göre faaliyet izni, 5411 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinde belirtilen faaliyetlerin tamamını, maddenin son fıkrasında belirtilen sınırlar içinde olmak üzere kapsamaktadır. 5411 sayılı Kanun'un 10. maddesinin ilgili olduğu 4. maddesinde, bankaların sınırlı sıfatla da olsa yapmalarına izin verilen tüm işlemler sıralanmaktadır.

Dolayısıyla anılan makale, bir bankanın ne tür faaliyetlerde bulunabileceği sorusunun cevabını vermektedir. Bu sonuca varılırken mevduat kabul eden bankalar ile kalkınma ve yatırım bankaları ile katılım bankaları arasındaki ayrımlar da dikkate alınmaktadır. Buna göre, mevduat bankalarının katılım fonu kabulü ve finansal kiralama işlemleri dışında, katılım bankalarının mevduat kabulü dışında her türlü faaliyette bulunmasına ve kalkınma ve yatırım bankalarının mevduat ve katılım fonları dışında her türlü faaliyette bulunmasına izin verilmektedir (Aydın, 2009: 76; Budak, 2010: 90-91).

Sonunda, doğru bir şekilde kurulan ve faaliyete geçen bankalar, gelirlerini artırmak ve ek insan ve finansal kaynaklara erişmek için şubeler açmaya çalışmaktadırlar. Kanun koyucu bu durumu bankaların kuruluş ve işleyişine ilişkin kurallar dışında düzenlemiştir. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu, yurt içinde daha fazla şube açılması durumunda Kurul'a bilgi

verme yükümlülüğünü getirirken, daha önceki bankacılık kanunları Kurul'un onayını gerektiriyordu. Bankacılık Kanunu'nun 13. maddesi ile Bankaların İzne Tabi İşlemleri ve Dolaylı Pay Sahipliği Hakkındaki Yönetmeliğin 8. maddesi Türk bankalarının şube açmasını düzenlemektedir. Anılan kısıtlamaların yurt dışında kurulu uluslararası bankaların açacakları ilk şube dışındaki şubeler için de geçerli olduğu belirtilmektedir. Ayrıca 13. madde, Türk bankaları ile uluslararası banka şubelerinin serbest bölgelerde şube açmasını da düzenlemektedir (Önal, 2014: 132-133). 5411 sayılı Kanun'un 12. maddesinde faaliyet izninin iptalinin şartları düzenlenmiştir. Buna göre;

- ✓ Gerçeğe aykırı beyanlar ile faaliyet izninin alınması,
- ✓ Faaliyet izninin alınmasından itibaren yüz seksen gün içinde faaliyete başlamaması veya bir yıl içerisinde yüz seksen gün kesintisiz olarak faaliyete geçmemesi,
- ✓ Faaliyet izni aldıktan sonra bir ay içinde Bankalar Birliği'ne üye olunmaması durumlarında bankanın faaliyet izni iptal edilmektedir (Aydın, 2009: 110).

1.5. Bankacılık Faaliyetleri

Ülkemizde eski dönemlerde banka kanunlarında banka faaliyetleri mevduatlar ve diğer faaliyetler şeklinde ifade edilmekteydi. Eğer bir banka mevduat bankası olarak kurulmak istiyorsa hem bankacılık işlemleri için hem de mevduat kabulü için izin alması gerekiyordu. 5411 sayılı kanun ile bu ayırım ortadan kalkmıştır. Bankacılık faaliyetlerinin ilk yapılmaya başlandığı zamanlar ile modern bankacılık dönemi düşünüldüğünde günümüzde temel bankacılık faaliyetlerinden türetilmiş finansal araçlar göze çarpmaktadır. Temel bankacılık faaliyetleri mevduat kabulü ve kredi işlemleridir. Günümüzde temel bankacılık faaliyetlerinin yanında sermaye piyasası faaliyetleri ve ödeme sistemine yönelik faaliyetler de yapılmaktadır. Reel piyasaya uyum ve finansal araçların çeşitliliğine yönelik ihtiyaçlar para ve sermaye piyasalarındaki çeşitliliği arttırmıştır (Gündoğdu, 2016: 1-3). Bankacılık, genel olarak mevduat kabul etmek, kredi vermek ve diğer finansal hizmetleri sağlamak gibi üç ana iş kategorisini içermektedir. Bu işlemleri tanımlamak için birçok farklı terim kullanılmaktadır.

- **Nakdi Kredi Faaliyetleri:** Ticari, borçlu cari, iskonto, spot, döviz, dövize endeksli, ticari, altın, eximbank cat, prefinansman, kredili mevduat hesabı, tüketici ve tarım kredileri.
- **Gayri Nakdi Kredi Faaliyetleri:** Teminat mektupları, kredi, kabul ve aval kredileri, doğrudan borçlandırma sistemi.
- **Mevduat İşlemleri:** Vadesiz, vadeli, ihbarlı, döviz, altın, birikim, kiralık kasa, ekstre ve hesap ekstreleri.
- **Mali Hizmetler:** Kabul kredisi, senet indirimi, nakit yönetimi hizmetleri, vergi, SGK prim tahsilatları, bilgisayar hizmetleri, mevduat sertifikaları, faktoring, leasing, altın alım satım, hisse senedi alım satım, sigorta, ticari danışmanlık hizmetleri, taksitli satış, yatırım yönetimi, bireysel müşteri hizmetler, mali danışmanlık hizmetleri.
- **Yabancı Paralı İşlemler:** Teminat mektubu, havale, swift, pasaport işlemleri, seyahat çekleri, uluslararası para havalesi, döviz alım satım, sigorta hizmetleri, senet iskontosu, belgeli krediler, dış teminatlar
- **Para Aktarma:** Kasiyer çekleri, banka havaleleri, banka poliçeleri, fatura ödemeleri, döviz bozdurma ve arbitraj anlaşmaları.
- **Tasarruf İşlemleri:** Birikim, yatırım, yatırım fonu, bütçe, seyahat planları.
- **Zaman Mekan Faaliyetleri:** Cep bankacılığı, gece kasaları, atm, telefon bankacılığı, internet bankacılığı, bankamatik, drive-in banka.
- **Statü İşlemleri :** Kredi Kartı, garanti, itibar, tanıtım, istihbarat servisleri, çek karnesi.
- **Türev Hizmetler:** Opsiyon, futures, swap (Çağırıcı, 2016: 55-63; Sümer, 2018: 73-74).

1.6. Banka Türleri

Bankaların insanlık tarihi boyunca geniş bir hizmet yelpazesi sunan kuruluşlar olarak faaliyet göstermesi, hizmet ağlarını genişletmelerine ve ekonomi içindeki konumlarını sağlamlaştırılmalarına olanak sağlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak bankalar, zaman içinde sundukları hizmetlerde doğrudan farklılaşmanın bir sonucu olarak niteliklerine göre sınıflandırılmışlardır. Bankaların bu şekilde sınıflandırılması, hangi tür bankaların hangi tür faaliyetlerde bulunduğu ve her bir banka türünün hangi müşteri gruplarına

hizmet edebildiğine ilişkin kamuoyu anlayışının artmasına yardımcı olmuştur. Böylece hem kişi hem de kuruluşlar bankacılık sektöründen daha fazla fayda sağlayabilmiştir (Sucu, 2019: 7). Aşağıda, birçok banka türünün temel bir açıklaması yer almaktadır:

1.6.1. Yasal özelliklerine Göre Bankalar

Bankalar yasal özelliklerine göre şahıs bankaları, sermaye şirketi şeklinde kurulan bankalar ve özel kanunlarla faaliyet gösteren bankalar olmak üzere üç sınıfta incelenebilir.

- **Şahıs Bankaları:** Uluslararası bankacılık tarihinde 19. yüzyılda Avrupa ülkelerinde yaygın olan banka şekli olup günümüzde, bir banka için kullanılabilir bir yapı değildir. Bu tür bankaların kuruluşları geçmişte zengin olan Avrupalı ailelere dayanmaktadır. Zamanla bankacılığın ekonomik sistem içindeki öneminin artmasıyla beraber, şahıs bankalarının kurulmasına engel olacak yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bununla beraber tüzel kişilik kazanarak anonim ya da limited şirketlere dönüşmüşlerdir. Türkiye’de bankaların anonim şirket olarak kurulma zorunluluğundan dolayı şahıs şirketi şeklinde bankalar kurulamamıştır.
- **Sermaye Şirketi Şeklindeki Bankalar:** Başlangıçta özel şirketler olarak kurulan bankalar, iş ve girişimlerin tarihsel gelişimini yansıtabilecek şekilde, zamanla yerlerini sermaye şirketleri olarak kurulan bankacılık kurumlarına bırakmıştır. Bankalar genellikle limited şirketler, anonim şirketler veya limited şirketler olabilen sermaye işletmeleri olarak düzenlenmektedir. Bu kuruluşların sermayesi tipik olarak hissedarlar arasında hisse şeklinde dağıtılmaktadır. Bankaların sermaye yapıları açısından istikrarı ve halkla ilişkilerindeki güvenilirliği doğrulanmış ve onaylanmıştır.
- **Özel Yasalarla Faaliyet Gösteren Bankalar:** Kurulmasına devlet veya hükümetin karar verdiği, haklarında yasal bir düzenlemeye tabi olan ve yasa ile kurulmalarına sebep olan amacına yönelik faaliyet sürdüren bankalardır. Başka bir deyişle, belirli bir kanunla yaptırıma tabi tutulmuş ve oluşumları için gerekli eylemlere katılan finansal kuruluşlardır. Cumhuriyetin ilk yıllarında, özellikle büyük kamu bankalarının kurulduğu yıllarda, özel kanunlarla kurulmuş çok sayıda devlet bankası bulunmaktaydı. Sümerbank (1933), Belediyeler Bankası

(1933), Etibank (1935), Denizbank (1938), Türkiye Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) özel mevzuatla kurulmuş bankalara örnek olarak gösterilebilir. Bu bankalar kuruldukları yıllarda amaçlarına uygun faaliyetlerde bulunsalar da zamanla bazı bankalar toplumun tüm kesimlerine hizmet eden bankalar haline gelmişlerdir. (Çağırıcı, 2016: 13 ; Demirel, 2017: 14 ; Gündoğdu, 2016: 176).

1.6.2. Mülkiyetlerine Göre Bankalar

Mülkiyetlerine göre bankalar; devlet bankaları, özel sermayeli bankalar, yabancı sermayeli bankalar, karma sermayeli bankalar şeklinde sınıflandırılabilir.

- **Devlet Bankaları:** Sermayesi Hazine veya diğer kamu tüzel kişileri tarafından doğrudan veya dolaylı olarak sağlanan bankalardır. Bu bankalar, devlet tarafından yürütülmesi zorunlu olan ancak özel kişi ve kuruluşlar için kazançlı olmayan ekonomik girişimlerin finanse edilmesi amacıyla kurulmuştur. Ziraat Bankası, Halk Bankası, Vakıfbank ve İller Bankası bu kategoriye giren bankalardan bazılarıdır. Ülkemizde uzun bir süredir özelleştirme stratejisi uygulanıyor olmasına rağmen, kamu bankaları finans sektöründe önemli bir ağırlığa sahip olmaya devam etmektedir (Çağırıcı, 2016: 14 ; Demirel, 2017: 14 ; Zengin, 2019: 44 ; Gündoğdu, 2016: 178).
- **Özel Sermayeli Bankalar:** Sermayelerinde kamu payı olmayan, bunun yerine özel kişi veya kuruluşlar tarafından kapsanan bankalara özel sermayeli bankalar denmektedir. Rezervlerinde kamu sermayesi olmayan bankalardır. Bankacılığın ilk uygulandığı zamandan beri var olan türden bir finans kurumudur. Özel bankaların birincil işlevleri tipik olarak mevduat, ticari veya yatırım bankacılığıdır. Liberal olmayan ekonominin Türkiye'de ve dünyanın geri kalanında baskın ekonomik model olduğu 1970'lerden bu yana, her iki ülkede de özel bankalara doğru bir eğilim bulunmaktadır. Ayrıca sektördeki kamu bankaları da özelleştirme sonucu özel bankalara dönüşmüştür. Serbest piyasa ekonomisinin hakim olduğu ülkelerde, özel bankalardan oluşan bankacılık sektörünün oranı çok daha fazladır. Her dönemden özel banka örnekleri olmakla birlikte Türkiye'de 1944-1967 yılları arası özel bankacılığın gelişme ve şekillenme dönemi olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde ekonomide önemli rol oynayan 25 özel banka

kurulmuştur. 1980'den sonra özel bankaların sayısı artmış ve kamu bankaları özelleştirilmiştir. 2001 krizinin ardından kamu bankaları çoğunlukla tasfiye edilmiş ve özel bankalar piyasaya büyük ölçüde hakim durumda kalmıştır. Akbank, Garanti Bankası ve İşbank gibi birincil bankaların amacı kar elde etmek olan özel sermayeli bankalara örnek olarak verilebilir (Gündoğdu, 2016: 177; Büyükçelebi, 2016: 14 ; Demirel, 2017: 14).

- **Yabancı Sermayeli Bankalar:** Sermayeleri başka ülkelerde bulunan kişi ve kuruluşlara ait olan finansal kurumları ifade etmektedir. Belirli bir ülkede bu tür bankaların kurulması, merkezi başka bir ülkede bulunan bir kuruluşun yan kuruluşu olarak başlayabilmekte veya doğrudan finansman yoluyla yabancı yatırımcılar tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Yabancı bir bankanın başka bir ülkede şube açması ve yetkili otorite onay verdiği sürece orada faaliyet göstermesi mümkündür. Küreselleşme ile birlikte dünya çapında faaliyet gösteren bankaların sayısındaki artış, gelişmekte olan ülkelerin genel bankacılık sistemleri içinde diğer ülkelerde yerleşik bankaların oranının artmasına neden olmuştur. ING Bank, Burgan Bank ve Odea Bank diğer ülkelerde yerleşik bankalara örnek olarak verilebilir.

Yabancı bankaların sağladığı avantajlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Çağırıcı, 2016:4; Zengin, 2019: 45; Kaya, 2017: 73-74):

- ✓ Bu bankalar sektöre yenilikler getirerek yerleşik kurumların mali etkinliğini arttırmaktadır.
- ✓ Rekabet ortamı sağlayarak kârlılığın artmasını sağlamaktadır.
- ✓ Özel sektöre verilen kredilerin çoğalmasını sağlayarak ülke ekonomisinin büyümesine yardımcı olmaktadır.
- ✓ Yabancı bankaların ülkeye girişi ile beraber düzenleme, denetim ve kurumsal yönetim uygulamaları artarak şeffaflık sağlanmaktadır.
- ✓ Gelişmiş iç kontrol sistemleri ile iç denetimin etkinliğini artırmakta ve operasyonel risklerin azalmasına yardımcı olmaktadır.
- ✓ Kapsamlı ve gelişmiş risk yönetimi uygulamaları ve müşteri portföyünün sürekli olarak takip edilmesi ile sağlıklı ve güvenilir banka bilançoları oluşmaktadır.
- ✓ Ulusal bankacılık sisteminde kamu ağırlığı azalmaktadır.

- ✓ İnsan kaynakları kalites artırmaktadır.
- ✓ Yabancı bankaların bünyesinde barındırdığı bazı dezavantajlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Çağırıcı, 2016:4; Zengin, 2019: 45; Kaya, 2017: 73-74):
- ✓ Yabancı bankalar devletin taleplerine esnek davranarak devletin kontrolünün azalmasına sebep olur. Ulusal durumlara yerli finans kuruluşları kadar destek vermezler.
- ✓ Yerli bankaların yaşadıkları yarış maliyetlerinin artmasına neden olur.
- ✓ Yerel bankalar oluşan rekabet yüzünden daha fazla risk alırlar.
- ✓ Yabancı bankalar piyasanın en kârlı alanlarına girerken yerel bankalar risk taşıyan sektörlerde çalışmak zorunda kalmaktadır.

Karma Sermayeli Bankalar: Bu bankaların sermayesi, hem gerçek hem de tüzel kişiler ile devlet kurumları dahil olmak üzere çeşitli kaynaklardan gelmektedir. Başka bir deyişle, bu finansal kuruluşlar, hem özel sektörden hem de devletten gelen paranın önceden belirlenmiş faiz oranlarında yatırıma dönüştürülmesiyle kurulan bankalardır. Kurulan karma bankaların çoğu 1950-1960'lı yıllarda hakim olan karma ekonomik model arayışının bir yansımasıdır. Kamu bankalarının özelleştirildiği dönemlerde payların özel sektöre geçmesi ile oluşan bir karma bankacılık dönemi yaşanmıştır. Sermayesinin tamamı halka ait olan bir banka, hisselerinin bir kısmını özel yatırımcılara satmaya karar verebilmekte ve bu da karma bir bankanın kurulmasıyla sonuçlanabilmektedir (Büyükçelebi, 2016: 14 ; Gündoğdu, 2016: 178).

1.6.3. Faaliyet Konularına Göre Bankalar

Ekonomik sistem çok çeşitli alt faaliyet alanlarını içerdiğinden, belirli bir faaliyet alanında uzman bankalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bankaların yönelmek istediği müşteri portföyüne ve ekonomik alanlara göre sınıflandırılması faaliyet konularına göre bankaları oluşturmaktadır. Bu bağlamda faaliyet konularına göre bankalar tek amaçlı ve çok amaçlı bankalar olmak üzere iki sınıfta incelenebilir.

Tek Amaçlı (Uzman-Toptan) Bankalar: Son zamanlarda büyük şirketlerin finansal isteklerini karşılamak, sorunlarına çözüm önerileri sunabilecek banka arayışları artmıştır. Uzman bankalar olarak da bilinen tek amaçlı bankalar, sınırlı sayıda şubesi bulunan ancak müşterilerinin büyük ölçekli kredi taleplerini karşılamak için uluslararası kaynaklar da

dahil olmak üzere büyük fon kaynaklarına erişebilen bankalardır. Bu bankalar aynı zamanda müşterileri ile olan yakın ilişkilerinin bir sonucu olarak, bilgili ve hızlı karar alıp uygulayabilen personel istihdam etmektedir. Şube sayılarının az olması nedeniyle operasyonlarını birkaç önemli finans merkezinde yoğunlaştırmaktadırlar. Tarım, madencilik veya ekonomik büyüme gibi belirli sektörlere odaklanan bankalar, gerekli mevzuatın yürürlüğe girmesi sonucunda var olabilmişlerdir.

Bu bankaların öncelikli sorumluluğu, iş yaptıkları dev işletmelerin kredi ihtiyaçlarını karşılamaktır. Bununla birlikte, faaliyetlerinin doğası ve müşterilerinin gereksinimleri nedeniyle bu işletmeler, uluslararası ticaret ve proje finansmanı, para ve sermaye piyasalarında işlemler ve yatırım danışmanlığı dahil olmak üzere çeşitli hizmetler sunmaktadır. Müşterilerinin sürekli olarak nakit ihtiyacı nedeniyle, bu bankaların sürekli olarak büyük miktarlarda mevduat tutmaları gerekmektedir. Kullanılmayan nakitlerin banka tarafından bu şekilde biriktirilmesi, kaynakların maliyetinin artmasına neden olmaktadır. Ancak, ihtisas bankaları mevduatlarının yetersiz kaldığı durumlarda, dış pazarlarda kaynak bulabildikleri için önemli miktarda atıl kaynak depolamazlar ve giderlerini artırmazlar (Çağırıcı, 2016: 19; Demirel, 2017: 16; Kaya, 2017: 77-78).

Çok Amaçlı Bankalar: Ticari işlemler, mevduat, kredi, yatırım, gayrimenkul geliştirme ve yönetimi gibi çeşitli hizmetleri tek bir kurum çatısı altında sunan finansal kuruluş türleridir. Çok çeşitli bankacılık hizmetleri sunabilecek şekilde yapılandırılmış bankalardır. Özellikle, bireylere ve küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ'ler) mevduat alma ve kredi verme faaliyetlerinde bulunmaktadır. İşlem adetleri nispeten düşük olmakla birlikte, toplamda önemli sayıda işlem yapmaktadırlar. Sürekli işlem yapan ve çok sayıda şubesi bulunan bu bankaların kasalarında atıl fon bulunabilmektedir. Genel masrafları oldukça fazla olup müşteri sayıları çok ve mevduat ile kredi yelpazeleri geniştir. Çok fazla personel çalıştığından dolayı personel giderleri yüksektir (Çağırıcı, 2016: 20; Demirel, 2017: 16; Kaya, 2017: 78-79).

1.6.4. Ekonomik Fonksiyonlarının Özelliklerine Göre Bankalar

Ülke ekonomisi içerisinde gerçekleştirilen faaliyetlerin finansmanını sağlayan bankalar, ekonomik fonksiyonların yerine getirilebilmesi açısından büyük öneme sahiptir. Bu

bağlamda ekonomik fonksiyonlara paralel bir yapılanma gösteren banka türleri bu bölümde belli sınıflar içerisinde sunulmuştur.

- ✓ **Tarım Sektörü Bankaları:** Tarım sektörüne yardımcı olmak, karşılaştığı zorluklara çözüm bulmak ve tarım sektörünün yapısına uygun finansman kuruluşları oluşturmak amacıyla kurulmuş bankalardır. Tarımsal kredilerin kendine özgü birtakım riskler barındırması, çiftçilerin kredi alabilme kriterlerine uyup uymadığının incelenebilmesinin diğer kredi alanlara göre farklılık göstermesi bu bankaların diğer bankalardan farklı olmasını sağlamaktadır. Genellikle kamu tarafından özel kanunlar ile sağladıkları kredileri kooperatifler aracılığıyla çiftçilere kullanırlar. Geçmişte kurulan birçok tarım bankasının günümüzde faaliyetlerine devam etmedikleri veya faaliyetlerini farklı alanlar üzerine kaydardıkları görülmektedir. Özellikle Afrika ve Latin Amerika’da tarım bankaları ya kapanmış ya da iflas eşiğinde faaliyetlerini devam ettirmektedir (Yaman, 2018: 16; Gündoğdu, 2016: 184; Kaya, 2017: 79-80).
- ✓ **Maden Sektörü Bankaları:** Belirli bir ülkenin madencilik sektöründeki doğal kaynakların araştırılması ve işletilmesi için gerekli olan temel finansal kaynakları sağlamak için özel olarak kurulmuş bankalardır. Sanayileşmiş ülkelerde özel işletmeler şeklini alan bu finans kuruluşları, henüz sanayileşme sürecinde olan ülkelerde devlet bankaları olarak bilinmektedir. Bu bankalar gelişmekte olan ülkelerde yüksek miktarda ve uzun vadeye sahip krediler sağlayarak hem yeni işletmeler kurmakta hem de var olan işletmelere destek olmaktadır (Çağırıcı, 2016: 21; Kaya, 2017: 80).
- ✓ **İpotek ve Emlak Sektörü Bankaları:** Gayrimenkul piyasasında müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gayrimenkul karşılığında kısa, orta ve uzun vadeli kredi sağlayan ve yeni yapıların inşasını finanse eden kuruluşlardır. Önemli miktarda sermayeye ihtiyaç duyan bu bankalar, finansmanlarını uzun vadeli mevduat toplayarak ve uzun vadeli tahvil ihraç ederek sağlamaktadır. Faaliyet konuları büyük ölçekli sermaye gerektirdiğinden dolayı ipotek ve emlak bankaları genellikle devlet tarafından veya özel yasalarla kurulmaktadır (Demirel, 2017: 17; Kaya, 2017: 86).
- ✓ **Halk Bankaları:** Bunlar, zanaatçı ve esnafın küçük işletme kredisi ihtiyaçlarını karşılamak için özel olarak kurulmuş bankalardır. Sağladıkları hizmetlerin çoğu,

fiziksel emek ve kişisel yetenekleri kullanarak mal üreten bireylerin taleplerini karşılamaya yöneliktir (Demirel, 2017: 18; Çağırıcı, 2016: 21).

- ✓ **Ticaret ve Mevduat Bankaları:** Bankacılık sektöründe önemli bir konuma sahip olan ticaret ve mevduat bankaları, ticari işletmelerin kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını karşılamakta ve topladıkları kaynakları kullanarak üretimin finansmanına katkıda bulunmaktadır. Borç almak ve kredi vermek sırasıyla ticaret bankalarının ve mevduat bankalarının gerçekleştirdiği başlıca faaliyetlerdir. Hem ticari hem de mevduat bankaları, müşterilerinden mevduat kabul ederek sermayelerini artırma olanağına sahiptir. Ticaret bankaları ve mevduat bankaları satın alma gücü yaratan finansal kuruluşlar olmaları nedeniyle para ve kredi politikasında oynadıkları rol açısından merkez bankasının ardından ikinci sırada yer almaktadır. Mevduat bankaları, verimli sektörlerle kazançlı yatırımlar yaparak kaynakların ve sermayenin kullanılmasını sağlamakta, böylece ekonominin büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunmaktadır. İtibari para üretimi bu kurumların gerçekleştirdiği en önemli işlemlerden biridir. Kaydi para, bankada bulunan mevduatın yasal yedek akçe tutarından sonra tekrar kredi olarak verilmesiyle oluşan para türüdür. mahsup edilmiştir. Bu tür para, özellikle çek kullanımının yaygın olduğu gelişmiş ülkelerde son derece önemlidir. Bu bankaların fon kaynakları mevduat, krediler ve özkaynaklardır. Kredi vererek, sabit kıymet ve menkul kıymet olarak ve iştirakte bulunarak bu fonlarını değerlendirmektedirler (Sümer, 2013: 71-72; Bilgin, 2019: 23; Kaya, 2017: 81).
- ✓ **Kalkınma Bankaları:** Parasal kuruluşlar olan kalkınma bankalarının amacı, doğrudan kredi kullanmaksızın işletmelerin orta ve uzun vadeli fon ihtiyaçlarını karşılamak ve atıl fonları olan kurumsal firmaların veya yatırımcıların paralarını menkul kıymet alım satım işlemlerinde kullanmaktır. Bu finansal kuruluşlar, az gelişmiş ülkelere kredi sağlayarak bu ülkelerin ekonomik büyümelerine yardımcı olan bankalardır. Bu finansal kuruluşlar, mevduat kabul etmek için gerekli düzenleyici izinlere sahip olmadıkları ve yaygın bir şube ağına sahip olmadıkları için, tüm bankacılık ürün ve hizmetlerini gerçekleştiremezler (Sümer, 2013: 72; Demirel, 2017: 18; Uygun ve Dölek, 2017: 72).
- ✓ **Yatırım Bankaları:** Özel işletmelerin ve kamu kuruluşlarının uzun vadeli finansman ihtiyaçlarını hisse senedi ve tahvil ihraçları yoluyla karşılayan finansal

kuruluşlardır. Mevduat toplama yetkisi olmayan, geniş bir şube ağına sahip olmayan ve ticari faaliyetleri sınırlı olan yatırım bankaları, finansal piyasalarda önemli aktörler olan işletmelerin büyük ölçekli yatırımlarda kullanılmak üzere fon ihtiyaçlarını karşılayan kuruluşlardır. Yatırım bankaları tahvil satışı ile ve ulusal ve uluslararası bankalardan finansman sağlayarak elde ettikleri fonları, menkul kıymet karşılığında kullanılabilir hale getirerek, finansal kiralama işletmelerine fon sağlayarak ve şirketlere orta ve uzun vadeli yatırım kredileri vererek değerlendirmektedirler (Çağırıcı, 2016: 23; Bilgin, 2019: 25; Uygun ve Dölek, 2017 :72; Kaya, 2017: 81-82).

1.6.5. Örgütlenme Alanlarının Yaygınlığına Göre Bankalar

Bankaların organizasyon yapısının konumlandığı bölge türüne göre bankaları; mahalli, bölgesel, ulusal, global ve kıyı tipi bankalar olmak üzere beş sınıfta toplamak mümkündür.

- ✓ **Mahalli Bankalar:** Yalnızca tek bir bölge veya alanda faaliyet gösteren bankalara denir. Bankacılığın erken büyüme sürecinde ortaya çıkan bir banka türüdür. Tek şube olma şartı bulunmayan yerel bankaların aynı bölgede birden fazla şubeleri olabilmektedir. Bir ya da birkaç şubesi olan belli bir il veya ilçede faaliyetlerini sürdüren bu küçük ölçekli bankaların Dünya’da örnekleri bulunmaktadır. Osmanlı’nın son dönemlerinde ve Cumhuriye’tin ilk yıllarında tüccar ve zanaatkarların kurdukları örnekler bulunmaktadır. Dünya’da ise ABD, Çin ve Rusya gibi coğrafyası geniş olan ülkelerde hala örnekleri bulunan mahalli bankalar bulunmaktadır. Bankacılık sisteminin gelişmesi ile birlikte önemleri azalmıştır (Demirel, 2017: 19; Çağırıcı, 2016: 16; Gündoğdu, 2016: 179).
- ✓ **Bölgesel Bankalar:** Ülkenin belirli bir bölgesinde faaliyetlerini yürüten bankalardır. Bankacılık faaliyetlerini belli bir ülke corafyası ile sınırlandıran bölgesel bankalar kaynak tasarrufu sağlamaktadırlar. Bölgesel ölçekte bankacılık, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin gibi devasa ulusların ekonomik büyümesi için kritik öneme sahiptir. Prensip olarak, ulusal ekonomi içinde bölgesel kalkınma amacıyla bu tür bankaların kurulması mümkündür. Bu bankacılık türü ülkemizde görülmemektedir (Gündoğdu, 2016: 179; Çağırıcı, 2016: 16).
- ✓ **Ulusal Bankalar:** Tüm ülke geneli faaliyetlerini sürdürerek belli bir bölgeye veya yerleşim yerine ait olmayan bankalardır. Dünyadaki en yaygın banka türüdür.

Ulusal bankalar, bankacılık hizmetleri sunan ve ülke çapında birçok lokasyona sahip olan finansal kuruluşlardır. Herkesin ulaşabileceği ve insanların en çok kullandığı banka türü olup çok şubeli bir yapıya sahiptir (Büyükçelebi, 2016: 25; Gündoğdu, 2016: 180).

- ✓ **Global Bankalar:** Uluslararası bankalar, çok uluslu işletmelerin çoğalması, küreselleşen ekonomi, ülkelerin sermaye ihtiyaçlarının karşılanması, çeşitli ülkelerden sermaye girişi sağlanması gibi ihtiyaçlar sonucunda oluşan bankalardır. Uluslararası bankalar çeşitli ülkelerde şubeler açabilir veya uluslararası şirketler birliği kurabilirler. Bu madde bağlamında "uluslararası bankacılık", ticari bankaların uluslararası finans merkezlerinde yerli ve yabancı müşterilerine toptan veya perakende bankacılık hizmetleri sunmaları ve ayrıca tüm dünyada geniş bir şube ağına sahip olması anlamına gelmektedir (Sümer, 2013: 69; Demirel, 2017:19).
- ✓ **Kıyı Tipi Bankalar (Off-Shore):** Genellikle serbest bölgelerde kurularak merkezlerde faaliyet göstermekte olup, yurt dışından sağlanan fonların yine yurt dışında veya yurt içinde kullanılması, fon fazlası olan merkezlerden konvertibl paranın fon açığı olan merkezlere aktarılması gibi hizmetler vermektedir. Sağladığı mali ve hukuki faydaların mümkün kıldığı elverişli çalışma koşullarının yaratılmasından sorumlu olan bankacılık türüdür. Bu bankalar, düzenleyici gözetim ve vergilerin gevşek olduğu yerlerde konvertibl para birimlerinde işlemler yaparak çok uluslu şirketlerin ve uluslararası işletmelerin faaliyetlerine katılmaktadırlar. Sıkı gizlilik politikalarıyla tanınan offshore bankalar, faaliyet gösterdikleri ülkenin bankacılık düzenlemelerinden çıkarılarak, yerel bankalara uygulanan mali kısıtlamalara tabi değildir. Dalgalı kur politikasının uygulandığı ülkelerde kurulan bu bankalar sağladıkları fonları yine yurt dışında kullanmayı amaçlayarak buldukları ülkede mevduat toplayamazlar (Zengin, 2019: 46; Kaya, 2017: 75-76).

1.7. Türk Bankacılık Sektörünü Düzenleyen ve Denetleyen Kurumlar

Bu bölümde Türk bankacılık sektörü ile ilgili yasal düzenlemeler çerçevesinde, bankacılık sektörünü düzenleyen ve denetleyen yetkili otoritelere yer verilmektedir.

1.7.1. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB)

11 Haziran 1930 tarihinde 1211 sayılı Kanunla anonim şirket olarak kurulan Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, devletin para ve kredi politikasını yürüterek bu çerçevede düzenleyici bir rol oynamaktadır. Merkez Bankası'nın Türkiye'de banknot basma imtiyazı bulunmaktadır. 1931 yılında faaliyetlerine başlayan Merkez Bankası'nın öncelikli amaçları; fiyat istikrarını sağlamak, döviz kuru rejimini yetkili birimlerle birlikte belirlemek, altın ve döviz rezervlerini saklayarak yeri geldiğinde ülke menfaati doğrultusunda kullanmak, banknot ihraç etmektir. Hem para politikasını hem de merkez bankasının kullanacağı araçları belirleyen birincil kurumdur (Küçüköğlü, 2019: 9; Çağırıcı, 2016: 43; Güneş ve Çoban, 2019: 155). Bankanın görev ve yetkileri şunlardır:

- ✓ Banknot basma yetkisi ve para dolaşımını sağlamak,
- ✓ Para politikasını belirlemek,
- ✓ Ülkedeki hazine adına bankacılık işlemlerini yürütmek,
- ✓ Döviz kuru rejimini belirlemek,
- ✓ Ülkede finansal istikrarı sağlamak,
- ✓ Faiz oranını belirlemek,
- ✓ Para arzının kontrolünü dolayısıyla para piyasasını düzenlemek,
- ✓ Avans ve reeskont işlemleri yapmak,
- ✓ Bankalardaki zorunlu karşılık oranlarını belirlemek,
- ✓ Açık piyasa işlemleri yapmak,
- ✓ Bir denetleme kurumu olarak ülkedeki kredi limitini ayarlamak,
- ✓ Ülkedeki altın ve döviz stoklarını yöneterek dış ödemeleri dengelemek,
- ✓ Ülkenin haznedarlığı görevini yerine getirmek (Babuşçu ve Hazar, 2019 :63-64).

Kanunla Merkez Bankası'na tanınan görev ve yetkiler, kendi işlerinden sorumlu olan Merkez Bankası tarafından özerk bir şekilde yürütülmekte ve kullanılmaktadır (Uygun ve Dölek, 2017: 62).

1.7.2. Türkiye Bankalar Birliği (TBB)

Türkiye Bankalar Birliği, 1958'de kendine özgü bir yasal kimliğe sahip bir devlet kuruluşu olarak kurulmuştur. Örgütün merkezi İstanbul'dadır. Sorumlulukları, bankaların faaliyet gösterdiği serbest piyasa ekonomisini ve rekabet ilkelerini desteklemek,

bankacılık sisteminin sağlığını ve verimliliğini artırmak, daha fazla rekabeti teşvik etmek, rekabetçi bir ortamı teşvik etmek için tasarlanmış kararlar almak ve uygulamak ve tüketicileri aldatıcı ticari uygulamalardan korumaktır (Küçüköğlü, 2019: 9; Çağırıcı, 2016: 49). Görev ve yetkilerini:

- ✓ Mesleğin gelişmesine katkı sağlamak,
- ✓ Mesleğin yol gösterici ilkelerini oluşturarak ekonomiye uyumlu bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlamak,
- ✓ Birliğe üye olan banka üyelerinin de uymakla yükümlü oldukları mesleki standartları belirlemek,
- ✓ Aldıkları kararların ve tedbirlerin uygulanmasını takip etmek,
- ✓ Üyeler arasında haksız rekabetin önlenmesi için gerekli tedbirleri almak ve uygulamaya koymak,
- ✓ Üyelerin reklamları ve ilanları söz konusu olduğunda uymaları beklenen yönergeleri oluşturmak,
- ✓ Bankaların kendi aralarında işbirliği yapması durumunda bankalar arasında ortak projelerde işbirliği yapılması şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Babuşçu ve Hazar, 2019: 76).

1.7.3. Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)

1981 yılında 2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nun kabul edilmesiyle yürürlüğe girmiştir. Kendi yükümlülükleri doğrultusunda yetkilerini serbestçe kullanan, yönetim ve ekonomi bakımından bağımsız bir yapıya sahip bir kamu kurumudur. Finansal piyasa işlemlerinde aracılık yapacak kişilerin önceden belirlenmiş idari ve yasal düzen çerçevesinde aracılık yapması zorunludur. Finansal piyasaları kuran ülkelerde, finansal piyasaların, finansal araçların ve finansal aracılarn işleyiş düzeninin, piyasanın o andaki koşullarına göre sürekli olarak değerlendirilmesini sağlayan idari ve yasal kanunlar mevcuttur. Sermaye Piyasası Kurulu, ülkenin çeşitli finansal piyasalarının işleyişine ilişkin kurallar koymak ve denetlemekle görevlidir (Çağırıcı, 2016: 54; Güneş ve Çoban, 2019: 168). Temel görevi sermaye piyasasının güvenli ve kararlı bir şekilde çalışmasını sağlayarak yatırımcıların haklarını korumak olan Sermaye Piyasası Kurulunun amaçları:

- ✓ Sermaye piyasalarının işleyişini belirtmek,
- ✓ Piyasadan fon satın alan yatırımcıların harcadıkları paradan en iyi şekilde yararlanmalarını garanti etmek,
- ✓ Borsanın finansal işlemlerine katılan kişilerin hukuki menfaatlerini korumak,
- ✓ Piyasaların tüm katılımcılar için verimli ve adil bir şekilde işlemesini sağlamak şeklinde sıralanabilir (Güneş ve Çoban,2019:169).

Sermaye Piyasası Kurulu, bu amaçların gerçekleştirilmesine yönelik olarak, piyasa gözetim ve kontrolünün uygulanması, mevcut kanun ve düzenlemelere uygun kurallar oluşturulması ve yeni düzenlemeler oluşturulması yoluyla çalışmaktadır. Kendi sektöründe ticaret kurallarını belirleme ve bu piyasalarda gerçekleşen işlemleri takip etme yetkisi verilmiş bir kuruluştur (Babuşçu ve Hazar, 2019: 68).

1.7.4. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF)

Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonu, 1983 yılında kurulmuş olup, tasarruf mevduatı ve katılım fonu sahiplerinin haklarını korumak, devredilen bankaların yönetimini devralmak, banka yapılarını güçlendirmek, fonları izlemek ve yönlendirmek, haciz konulan bankaların tasfiye ve satış işlemleri gibi görev ve yetkilere sahiptir. Ayrıca, banka yapılarının güçlendirilmesinden Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonu sorumludur. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu, özellikle serbest piyasa ilkelerine göre faaliyet gösteren ekonomilerde piyasanın en önemli ve hassas katılımcıları arasında yer alan bankalara ilişkin yapılanması nedeniyle faaliyetlerini sürdürmektedir (Küçüköğlü, 2019: 9; Bilgin, 2019: 79). Mevduat sağlanabilmesi için bankacılık sistemine güven duyulması gerekmektedir. Bu güvence ile toplumun tasarruflarının korunması ve kaynakların sürekliliği sağlanmaktadır. Türkiye’de mevduatın sigortalanması hakkındaki yetki ve görev Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna aittir (Babuşçu ve Hazar, 2019: 73).

1.7.5. Mali Suçları Araştırma Kurulu (MASAK)

1996 yılında faaliyetlerine başlayan Mali Suçları Araştırma Kurulu, kara para aklama ile ilgili bilgi toplama, değerlendirme, bu verileri inceleme, bu faaliyetleri yürütme, denetleme, düzenleme ve koordine etme yetkisine sahiptir. Bu sorumluluklar 1996 yılında MASAK'a verilmiştir (Küçüköğlü, 2019: 10).

1.7.6. Rekabet Kurulu (RK)

1997 yılında kurulan bu organizasyonun temel misyonu, çeşitli pazar yerlerinde sağlıklı rekabet seviyelerinin teşvik edilmesi ve sürdürülmesidir. Ülke içinde piyasa rekabetini engelleyen veya kısıtlayan kuruluşları cezalandırmak, ülke ekonomisine katkı sağlayan anlaşmalara güvence sağlamak, birleşme, devralma gibi işlemleri inceleyerek piyasada tekelleşmeyi önlemek kurumun sorumlulukları arasındadır (Küçüköğlü, 2019: 10).

1.7.7. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu 2000 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Misyonu, düzenleme ve denetim kapsamına giren kuruluşların bankacılık kanunu ve diğer düzenlemelerle belirlenen görev ve yetkiler çerçevesinde faaliyetlerinin yürütülmesini sağlamaktır. İstanbul, hem idari hem de mali alanlarda bağımsız olarak faaliyet gösteren bir kamu kuruluşu olan Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun genel merkezine ev sahipliği yapmaktadır (Çağırıcı, 2016: 42; Bilgin, 2019: 74). Kurumun amaçları:

- ✓ Bankacılık Kanunu'nun sektörde uygulanmasına yardımcı olmak,
- ✓ Tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerini korumak,
- ✓ Finansal piyasalarda güven ve istikrar oluşturmak,
- ✓ Ekonomik büyümenin ihtiyaçlarını dikkate alarak kredi sisteminin iyi ve düzenli çalışmasını sağlamak ve bankaların idari işlerini nasıl yapacaklarına dair kurallar koymaktır. Bankacılık sektörünün hem düzenleyeci hem de denetleyici organı olarak BDDK oldukça önemli bir kurumdur (Babuşçu ve Hazar, 2019: 72).

1.7.8. Bankalararası Kart Merkezi (BKM)

Bu merkez, ülkemizdeki banka ve kredi kartı kural ve standartlarını geliştirmek, kartlı ödeme sistemindeki ortak sorunlara çözüm bulmak amacıyla 1990 yılında 13 kamu ve özel Türk bankasının birlikte çalışmasıyla kurulmuştur. Görevi, nakit gerektirmeyen her türlü ödeme veya para transferine izin veren bir sistem oluşturmak, çalıştırmak ve kullanmaktır. Bankalararası Kart Merkezi, Türkiye'de takas ve hesap işlemlerini yürüten ve farklı bankalar arasındaki kart işlemlerini yöneten tek işletmedir. En son teknolojilere ayak uydurduğu için temassız işlemler ve mobil cüzdanlar gibi birçok önemli işlemi gerçekleştirmiştir. BKM, bir bankanın kredi kartının başka bir bankanın POS

makinesinde kullanılmasının elektronik sürecinin önemli bir parçasıdır (Küçüköğlü, 2019: 10; Yerlikaya, 2017: 73; Uygun ve Dölek, 2017: 228).

1.7.9. Hazine ve Maliye Bakanlığı (HMB)

1983 yılında “Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı” adı altında kurulmuş, 1994 yılında adını “Hazine Müsteşarlığı” olarak değiştirmiş ve 2018 yılında Maliye Bakanlığı ve bağlı ortaklıkları ile birleşerek bugünkü halini almıştır. Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın görevleri arasında bölgesel ve uluslararası alanda ikili temaslar kurmak, borç ve hibe müzakereleri yapmak, ekonomi politikasının oluşturulmasına yardımcı olmak ve yatırım faaliyetlerinin büyümesine ilişkin kararlar almak yer almaktadır (Küçüköğlü, 2019: 11).

1.8. Dijital Bankacılık

Dijital bankacılık; kaynakların etkin olarak kullanıldığı, maliyetlerin azaltılmasına yönelik çalışmalar yapan, sunulan hizmetlerde son teknolojiyi kullanarak kolay ve hızlı hizmet almanın mümkün olduğu bir dönüşümdür. "Dijital bankacılık" derken, modern teknolojinin bankacılık faaliyetlerine uygulanması ve geliştirilmesi sonucunda, giderlerin düşürülmesi, bilgi toplumunun ihtiyaçlarının karşılanması, bankalara teknoloji kazandırılması gibi hedefler dikkate alınarak ortaya çıkan her şey kastedilmektedir. Dijital bankacılık , dijital kanallar vasıtasıyla bireysel bankacılık ürün ve hizmetlerinin sağlanmasıdır. Dijital bankacılığın faydalarından biri, hizmetin daha önce ulaşamayan yerlere yayılması, bir diğeri ise daha fazla ürünün kullanılabilirliğidir. Dijital bankacılık kredi kartı işlemleri, kredi işlemleri, mevduat işlemleri, para transferleri, ticari işlemler, yatırım işlemleri ve ödeme işlemleri vs. gibi birçok bankacılık işlemlerinin herhangi bir banka şubesine gitmeden internet, mobil, ATM gibi teknoloji tabanlı kanallar üzerinden zaman tasarrufu sağlanarak yapılmasına imkan tanıyan bir platformdur (Yerlikaya, 2017: 6; Ustaömer, 2019: 23; Kaya, 2017: 503-505). Dijital bankacılığın avantajları şunlardır:

- ✓ Zaman kısıtını ortadan kaldırarak 7/24 işlem yapabilme avantajı sağlar,
- ✓ İşlem yapabilmek için yer sınırını ortadan kaldırır,
- ✓ Hizmet kalitesinin artmasını sağlar,
- ✓ Maliyet avantajı sağlar (Kaya, 2017: 505).

1.8.1. İnternet Bankacılığı

Günümüzde dijital bankacılık dendiğinde akla ilk gelen internet bankacılığıdır. İnternetin yaygınlaşması ve insanların bekletilerinin artması ile birlikte bankalar bu teknolojiyi alternatif bir dağıtım kanalı olarak görmeye başlamış ve hemen hemen bütün bankacılık hizmetleri internet üzerinden yapılabilir duruma gelmiştir. İnternet aracılığıyla finansal hizmetlerin sağlanması, internet bankacılığı olarak bilinen yeni bir dağıtım kanalının ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternet bankacılığı, müşterilere dünyanın neresinde olursa olsun herhangi bir banka şubesinin sunduğu tüm hizmetlerden hızlı ve kolay bir şekilde yararlanma olanağı sağlar. Geleneksel olarak, aracı kurumların pazarlamadaki temel görevleri olan uygun ürünü uygun yerde, uygun zamanda, uygun miktarda, uygun şekilde ve uygun fiyatta sağlamak daha basit bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Günümüzde şubeleri olan bankalar ayrıca internette de hizmet vermektedir. Bununla beraber şubesi olmadan sadece internette faaliyetlerini sürdüren bankalar da mevcuttur. Bu tür bankaların hem fiziki mekanları hem de iş gücü ile ilişkili nispeten düşük maliyetleri olduğundan, maliyet yapılarındaki olumlu koşullar, kendilerine sunulan hizmetler için müşterilerden istenen oranlara olumlu yansımaktadır (Kaya, 2017: 509; Atlı, 2013: 104-105).

İnternet bankacılığını etkin, verimli ve doğru bir şekilde kullanabilmek için finansal okuryazarlık ve temel düzeyde de olsa bilgisayar bilmek gerekmektedir. İnternet bankacılığı ATM'lerin geliştirilmesinden sonra sektörde görülen önemli bir teknolojik devrim olmuştur. Müşterilerin bilgisayarlarından bankanın sistemine bağlanarak bankacılık hizmetlerini kendisinin yapmasına imkan sağlayan internet bankacılığı müşteriye ulaşmada bir pazarlama kanalı olarak düşünülebilir. İnternet teknolojisinin geliştiiği ve hergün gelişmeye devam ettiği günümüzde internet bankacılığı bankalar açısından son derece önemlidir. Bankalar internet bankacılığını stratejik bir araç olarak görmektedir. Bu bankacılık türünde hizmetlerin her an internetin ucunda olması ve istenildiği zaman kullanılabilmesi, coğrafi şartların önemini yitirmesi, işlem maliyetlerinin son derece düşük olması müşteriler arasında en çok tercih edilen bankacılık yöntemlerinden birisi olmasını sağlamıştır (Gündoğdu, 2016: 296-297).

1.8.1. İnternet Bankacılığı Kullanım Adımları

İnternet bankacılığının kullanımını beş ana bileşene ayrılabilir. Bu aşamalar aşağıdaki kategorilere ayrılmıştır:

- 1. Aşama:** Müşteri etkileşimlerini organize etme sürecindeki ilk adım, stratejik açıdan önemli web sayfaları oluşturmaktır. Bu aşamada amaç, müşteriye ihtiyaçlarını karşılayan bilgi, mal ve hizmetler sağlayarak daha iyi donatmaktır.
- 2. Aşama:** Bu adım, etkileşimli bir arayüz aracılığıyla gerekli uygulamaları indirmek ve temel hesap işlevlerini araştırmak gibi temel görevlerin yapılmasını içermektedir.
- 3. Aşama:** Para transferleri, fatura ödemeleri, ürün kontrolü ve gerçek bankacılık işlemleri gibi daha kapsamlı işlemlerin gerçekleştirildiği aşamadır.
- 4. Aşama:** Müşteri, sunulan yardım hizmetleri sayesinde kendi mevduatını, fonunu veya yatırım portföyünü yönetebilmekte ve gelecekteki yatırımları için tavsiye alabilmektedir.
- 5. Aşama:** Son aşamadır ve ister şubeden, ister ATM'den, ister telefondan yapılmış olsun tüm bankacılık işlemlerinin tamamlanabildiği aşamadır (Küçüköğlü, 2019: 30-31).

1.8.2. İnternet Bankacılığında Sunulan Hizmetler

Şubeye gitmeden bankacılık işlemlerinin online olarak yapılmasını sağlayan internet bankacılığı, tüketicilere çeşitli mal ve hizmetler sunmaktadır. Bu ürün ve hizmetler, elektronik para transferlerinden yatırım işlemlerine, ürün uygulamalarından hesap kurulumuna kadar uzanmaktadır. Müşteriler, isterlerse internet bankacılığı aracılığıyla hesaplarını hızlı bir şekilde takip edebilmekte ve hesapları ile ilgili rapor ve bilgilere rahatlıkla ulaşabilmektedirler (Yerlikaya, 2017: 13). Bankalar internet şubeleri aracılığıyla şu hizmetleri sağlamaktadır:

- ✓ Hesap açma ve hesap kapatma
- ✓ Bakiye ve hesap özeti raporu
- ✓ Havale ve EFT işlemleri
- ✓ Menkul kıymet işlemleri
- ✓ Döviz alımı ve satımı

- ✓ Kredi kartı ile ilgili işlemler
- ✓ Bireysel kredi ile ilgili işlemler
- ✓ Fatura, vergi, sosyal güvenlik primi ve trafik cezası ödemeleri
- ✓ Üniversite harç işlemleri
- ✓ Cep telefonuna lira yükleme
- ✓ Kartlı ve Otomatik geçiş sistemi için ödemeler
- ✓ Sigorta prim ödemeleri
- ✓ Bireysel emeklilik sistemine giriş ve prim içeren işlemler

Artan müşteri memnuniyeti ve bağlılığının yanı sıra rekabet avantajı, bankaların çevrimiçi bankacılık tekliflerini geliştirmeye ve müşterilerine üstün hizmet vermeye yönelik süregelen çabalarının bir sonucu olacaktır (Gündoğdu, 2016: 299; Kaya, 2017: 510-511).

1.8.3. İnternet Bankacılığının Avantajları ve Dezavantajları

Banka, internet bankacılığından birçok yönden fayda sağlayacaktır. Söz konusu fayda ve avantajlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- ✓ Tüketicilere sunulan hizmet kalitesinin artması sonucunda müşteri sadakati ve memnuniyeti artacaktır.
- ✓ Kullanılan üstün teknoloji sayesinde rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlayan hizmetler sunar.
- ✓ Müşterilerle iletişim kurmayı ve onlara çeşitli ürünler, hizmetler ve o anda yürütülen kampanyalar hakkında bilgi vermeyi kolaylaştırır.
- ✓ Dünya çapında veya diğer ülkelerde yaşayan müşteriler bu hizmeti kullanarak işlem yapma olanağına sahip olur.
- ✓ Banka çalışanlarına daha sağlıklı bir ortamda çalışma fırsatı verir, verimliliklerini artırır ve hem çalışanların yaptığı hataların sayısını hem de bu hatalar nedeniyle oluşan maliyetleri azaltır.
- ✓ Her şubede daha az müşteri olduğu için tüketiciler için bekleme süreleri ve işlem süreleri kısalmıştır (Zengin, 2019: 71-72; Küçüköğlü, 2019: 33-34).

Tüketicilerin internet bankacılığını kullanarak elde edebilecekleri faydalar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- ✓ Müşterilere bankacılık işlemlerini 7-24 vakit kaybetmeden hızlı ve kesintisiz bir şekilde gerçekleştirme olanağı sağlar.
- ✓ Şubeye gitmeden, gişede sıra beklemeden bankacılık işlemlerini tamamlamalarını sağlar.
- ✓ Hesap üzerinde yapılan işlemler, kredi bilgileri, kart bilgileri vb. gibi işlemler hakkında kapsamlı bilgi ve veri alma imkanı sağlar.
- ✓ Müşteriler, masraflar düştüğünde mevduat hesaplarına daha fazla faiz alma seçeneğine sahiptir ve bu her iki tarafa da fayda sağlar (Zengin, 2019: 71-72; Küçüköğlü, 2019: 33-34).

İnternet bankacılığının bünyesinde barındırdığı dezavantajlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- ✓ İnternet bankacılığı, sistemin işleyişi sırasında ortaya çıkan sorunlara hızlı bir şekilde müdahale edebilecek destekleyici bir altyapı ve teknik personel ihtiyacı nedeniyle sabit yatırım maliyetini yükseltmektedir.
- ✓ Çevrimiçi bankacılığın rahatlığı, tüketicileri kaybetme olasılığıyla birlikte gelir. Tüketici bir bankanın hizmetinden memnun kalmazsa dakikalar içinde farklı bir kurumda hesap açabilir..
- ✓ Çevrimiçi bankacılık söz konusu olduğunda, güvenlik büyük bir endişe kaynağıdır. Pek çok kişi, küçük bir güvenlik açığı bile keşfettiklerinde belirli bir kurumla bankacılığı bırakmaya karar verebilir (Zengin, 2019: 73-74).

1.8.4. Mobil Bankacılık

Mobil bankacılık banka müşterilerinin kablosuz cihazlar ile bankacılık hizmetlerinden faydalanmasıdır. Önceleri internet bankacılığı ile birlikte dijital ortama taşınan şubesiz bankacılık işlemleri, mobil cihazların yaygınlaşması ile dijital kullanımın artmasına neden olmuştur. Mobil bankacılık, teknolojinin ilerlemeye devam etmesiyle daha kısa sürede ve daha düşük maliyetle işin yapılmasını mümkün kılmaktadır. Müşteriler, hesapları üzerinden her türlü işlemi ilgili bankayı arayarak ve yardım isteyerek

yapabilmektedirler. İnternet bankacılığını kullanan müşteriler mobil bankacılık uygulamalarını da cihazlarına yükleyerek kullanabilmektedir. Mobil bankacılık, internet bankacılığı ve telefon bankacılığının karması şeklindedir. Bu bankacılık yöntemi ile müşteriler işlemlerini her an ve istediği her yerden yapabilme imkanına kavuşmaktadır. Ülkemizde hayata geçirildiği 1996 yılından bu yana hizmet veren mobil bankacılık, günümüzde özellikle internet bankacılığının sağladığı güvenlik düzeyi ve bilgisayar kullanımında zorluk yaşayan müşteriler tarafından aktif olarak kullanılmaktadır. Bu hizmet, sistemin bir parçası olan her banka tarafından ücretsiz olarak sağlanmaktadır. Başlangıçta kullanıldığında, işlemlerin tamamlanmasının tek yolu telefonun sayısal tuş takımını kullanmayı gerektiriyorken, zaman geçtikçe gelişen müşteri etkileşimi kavramlarına uygun olarak kişisel bankacılık kurulmuş ve nihayetinde çağrı bazlı bankacılık üretilmiştir. "Mobil bankacılık" terimi üç farklı bağlamda kullanılabilir. Bunlardan ilki müşterilere kısa mesaj yoluyla bilgi vermek, ikincisi Kablosuz Uygulama Protokolüne uygun cep telefonlarını kullanarak internet üzerinden iş yapmak ve üçüncüsü de avuç içi (palm) olarak bilinen el bilgisayarları ve internet üzerinden iş yapmaktır (Atlı, 2013: 103-104; Gündoğdu, 2016: 299; Yavuz ve Babuşçu, 2018: 35).

1.8.4.1. Mobil Bankacılıkta Sunulan Hizmetler

Mobil bankacılık ile sunulan hizmetler şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Kredi kartı ile işlem yapmak ve hesap tutarını takip etmek,
- ✓ İşlem geçmişine ilişkin sorgulama, inceleme ve raporların alınması,
- ✓ Parasal varlıkları transfer etme ve yönetme yeteneği,
- ✓ Bir faturada ödeme yapma veya bir ödeme emri verme yeteneği,
- ✓ Kredi başvurusunda bulunmak için eksiksiz bilgi alma,
- ✓ Mevduat içeren faaliyetleri görüntüleme ve kontrol etme şansı sağlama.

Bu hizmetlerin yanı sıra mobil bankacılık uygulamalarında bankaların geliştirdiği teknoloji, en yakın ATM'yi bulma araçları, döviz kurlarını veya hareketlerini gösteren arayüzler, değişen müşteri profili nedeniyle sunulan yabancı dil seçenekleri, ürünler hakkında doğrudan bilgi alabilme ve kampanyalar ve tüm bunları dilediğiniz zaman etkinleştirebilmeniz sunulan özelliklerden bazılarıdır (Küçüköğlü, 2019: 37).

1.8.4.2. Mobil Bankacılığın Avantajları ve Dezavantajları

Mobil bankacılığın kullanıcılara sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Müşteriler finansal ihtiyaçlarını karşılamak için banka şubesine gitmek zorunda kalmadıkları için daha uygundur.
- ✓ Uzak yerlerde yaşayan ve bankaya erişimi kısıtlı olan kişiler, nakit dışındaki tüm finansal işlemlerini mobil bankacılık kullanarak gerçekleştirebilmektedir.
- ✓ Mobil bankacılıkla ilgili giderlerdeki önemli azalma nedeniyle, bankalar genellikle mobil bankacılık için işlem ücreti almazlar.
- ✓ Müşterilerin doğrudan banka ofisine gitmeleri gerekmediğinden, park yeri bulma veya park yeri için ödeme yapma konusunda endişelenmeleri gerekmez.
- ✓ Mobil bankacılığı kullandıkları için, finansal işlemlerini istedikleri zaman, istedikleri zaman, işte değilken bile tamamlayabilirler.
- ✓ Mobil bankacılık kullanıcılarına hesap bakiyeleri ve işlem geçmişleri hakkında doğru bilgiler sunmaktadır. (Zengin, 2019: 83-85; Küçüköğlü, 2019: 38-40).
- ✓ Bankaların mobil bankacılık uygulamalarını kullanarak elde edebilecekleri faydaların bir özeti aşağıdadır:
- ✓ Acil bir durumda eylem planları önerebilecek otomatik uyarı hizmetleri sunar.
- ✓ Artan işlemlerin akıllı asistan gibi alternatiflerle karşılanması açısından operasyonel verimlilik sunmakta ve bu tür işlemler sonucunda bankaların maruz kaldığı işlem yükünü azaltmaktadır.
- ✓ Mobil bankacılıkta, banka çalışanlarının müşteri bilgilerini manuel olarak toplaması, işlemesi, aktarması ve arşivlemesi yerine, bu işlevler sistemin kendisi tarafından gerçekleştirilmektedir.
- ✓ Bir kanalın çökmesi durumunda oluşabilecek satış kayıplarının önlenmesine, operasyonel maliyetlerin en aza indirilmesine ve dağıtım kanalları çeşitlendirildiğinde müşteri mutsuzluğunun azaltılmasına yardımcı olmaktadır.
- ✓ Mobil bankacılık uygulaması, verimliliği artırmak için şirket prosedürlerini hızlandırmakta ve müşteri kaybını azaltmaktadır (Zengin, 2019: 83-85; Küçüköğlü, 2019: 38-40).

1.8.5. Dünya’da ve Türkiye’de Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Gelişimi

İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık, dijital bankacılık şemsiyesine giren elektronik bankacılık kanallarına örnektir. İnternet bankacılığı, kişisel bilgisayar ve dizüstü bilgisayarlarda bankacılık işlemlerinin yapılması işlemi olarak tanımlanırken, mobil bankacılık, bankacılık işlemlerinin akıllı telefon veya tablet gibi mobil cihazlar kullanılarak çeşitli uygulamalar aracılığıyla gerçekleştirilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık her ikisi de dijital bankacılık türüdür (Özcan vd.,2019: 479).

İnternetin gelişerek hızlanması, mobil internet erişiminin artması ve teknoloji alanındaki gelişmeler, internet kullanıcılarının sabit dağıtım kanalları dışında her zaman ve her yerde hızlı bir şekilde farklı farklı hizmetlere erişmesine imkan sağlamaktadır. Bu durum pek çok sektörü olumlu yönde etkilemektedir. Finansal hizmetler de bu teknolojik gelişmelerin etkisinin görüldüğü alanlardan biridir (Özer, 2017: 31).

1.8.5.1. Dünya’da Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Gelişimi

1970’li yılların başında dünyadaki bankalarda teknolojik gelişme para çekme makinası olan ATM’ler ile başlamıştır. 1967’de ilk defa İngiltere’de kullanılan ATM’ler zaman içinde gelişerek maliyetlerin büyük ölçüde düşmesini sağlamıştır (Gündoğdu, 2016: 287-288).

1981 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde "ev bankacılığı" hizmetleri olarak bilinen ilk dijital bankacılık uygulaması ortaya çıkmıştır. Ev bankacılığının sağlanması, banka bilgisayarına bir hat bağlanarak gerçekleştirilmiştir. Bu, tüketicilere kendi banka hesaplarını kullanarak doğrudan evlerinden finansal işlem yapma olanağı sağlamıştır. Bu hatlar sayesinde tüketiciler, hesapları arasında para transferi yapabilmekte ve bankalarına özel talimat verebilmektedir. Müşteriler, ev bankacılığı uygulaması kapsamında bankanın kullandığı birincil bilgisayarlara kendi modemli kişisel bilgisayarları ile bağlantı kurmaktadır. Bu sayede tüketiciler, bankanın birçok hizmetinden aynı anda yararlanma imkanı bulmaktadır (Demirel,2017:27).

Başlangıçta banka müşterilerinin gelişen yeni teknolojiye uyum sağlaması zaman almıştır. İnternet erişim imkanlarının artması ve mobil iletişim araçlarının popüler hale

gelmesiyle beraber bankaların sunduğu elektronik hizmetler müşteriler tarafından benimsenmeye ve kullanılmaya başlamıştır. 2000'lerin başında yaşanan ekonomik yavaşlama ile dijital bankacılık hizmetlerine soğuk yaklaşan müşteriler daha sonraki yıllarda elektronik bankacılığı tekrar benimsemeye başlamıştır. Bankacılık sektöründe dijital teknolojilerin kullanılması sektörde yeni bir gelişme olmasa da, internet teknolojisinin yaygınlaşmasıyla beraber 21. yüzyıldan itibaren farklı bir boyut kazanmıştır (Özer, 2017: 32).

Teknolojideki gelişmeler nedeniyle dünya nüfusunun yüzde sekseninden fazlası artık dijital bankacılık hizmetlerinden faydalanmaktadır. 4 milyardan fazla kişinin mobil hizmetlere abone olduğu bilinmektedir. Abonelerin gelirlerine bakıldığında, bu kişilerin büyük çoğunluğunun düşük gelirli müşteri demografisinden geldiği açıktır. İnternet teknolojisindeki gelişmeler sonucunda 2000 yılında 361 milyon olan internet kullanan kişi sayısı, 2010 yılında tehlikeli bir şekilde 2 milyara yaklaşmıştır (Demirel, 2017: 27-28).

1.8.5.2. Türkiye’de Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Gelişimi

Mobil cihazlara erişimin ve kullanımının artması, internetin yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin gelişmesiyle beraber, müşteriler banka şubelerini ziyaret etmeden bankacılık hizmetlerine daha hızlı erişmeye başlamıştır. Dijital bankacılık yeni bir gelişme olmamakla birlikte, yeni girişimlerle beraber bankacılık hizmetleri sadece dijital ortamlarda sunulabilmekte ve kullanıcı dostu olan dijital bankalar geleneksel bankacılığa alternatif olarak hizmetlerini sürdürmektedirler (Özer, 2017: 36).

Plastik kartlar, bankamatikler (ATM'ler), satış noktası (POS) hizmetleri, internet ve mobil bankacılık uygulamaları 1990 yılında Türkiye'de uygulanmaya başlanmıştır. Bu yıldan önce, Türkiye'de bankacılık faaliyetleri yalnızca fiziki şubelerde yürütülüyordu. Bankalar, şubelerde yapılması gereken iş miktarını ve buna bağlı maliyetleri azaltmak amacıyla alternatif dağıtım kanalları üzerinden hizmet vermeye başlamıştır. İnternet teknolojisinin kullanılmasıyla oluşturulan Sanal POS programını 2000 yılında hayata geçiren ilk kurum Garanti Bankası olmuştur. Bu uygulama, müşterilerin ve işletmelerin internet üzerinden online işlem yapmalarını sağlamıştır. Türkiye'nin ilk otomatik para çekme makinesi "Bankamatik" markasıyla 1987 yılında İş Bankası tarafından hizmete

sunulmuştur. İş Bankası, aynı zamanda ATM'lerde kartsız işlem yapılmasını sağlayan parmak izi tanıma teknolojisini kullanan ilk finans kuruluşlarından biri olmuştur. Türkiye'de internet teknolojisinin kurulması ve kullanılmasından üniversiteler sorumluydu ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi, 1993 yılında kiralık hat kullanarak ülkenin ilk internet bağlantısını kuran kurum oldu. Orta Doğu Teknik Üniversitesi aynı zamanda internete ilk bağlantıyı sağlayan kurum olmuştur. 1995 yılında Türk Telekom, TURNET ihalesini hayata geçirmelerini ve internet erişimini Türkiye geneline yaymalarını sağlayan mali tercihi yaptı. TURNET tarafından yürütülen çalışmalarla birlikte Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi kurulmuştur. Bu, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu ve Yüksek Öğretim Kurumu ile işbirliği içinde yapılmıştır. Ayrıca omurga olarak ULAKNET kurulmuştur. 1997 yılında İş Bankası, Türkiye'de müşterilerine internet üzerinden finansal işlem yapma olanağı sağlayan ilk banka olmuştur. Elektronik çağı olarak adlandırılan bu dönemde Türk bankacılık sektörüne incelendiğinde, özellikle 1994 yılından sonra müşteri memnuniyeti odaklı yeniden yapılanan bir profil olduğu ve iyi işler yapıldığı görülmektedir. Bankalar, şubelerdeki işlemlerin operasyonel yükünü ve işlem giderlerini azaltmak amacıyla internet bankacılığı, telefon bankacılığı ve ATM bankacılığı gibi alternatif kanalları aktif olarak kullanmaya başlamıştır. Bankalar, standartlaştırılmış hizmetler sunarak tek bir veri tabanı üzerinden merkezi olarak işleyen bir kanal yönetimi yaklaşımı oluşturma eğilimindedir. Bu strateji, şube bazlı satış ve hizmet sunumuna önem vermektedir (Zengin, 2019: 94-95).

2. BÖLÜM: TEKNOLOJİNİN BENİMSENMESİNE YÖNELİK TEORİK MODELLER ve AMPİRİK ÇALIŞMALAR

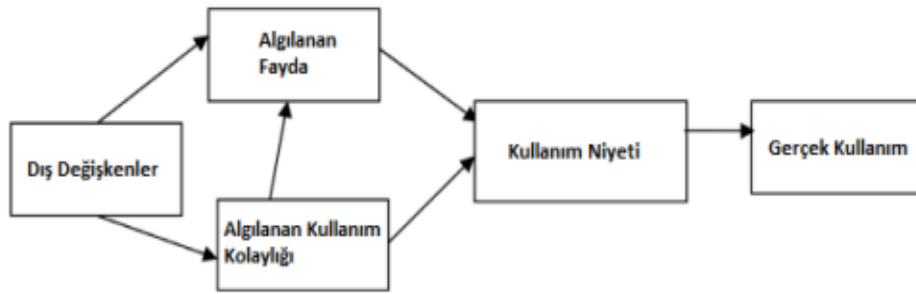
2.1. Teorik Modeller

Teknolojinin geçmiş yüzyıllara göre hızlı bir şekilde geliştiği ve yayıldığı günümüzde teknolojik araçların, makinelerin ve yazılımların insanlar arasında kullanımı da artmıştır. Geçmişten günümüze yaşanan bu gelişim sürecinde en çok ilerleme kaydeden sektörlerden birisi de bankacılık sektörüdür ve dijital bankacılık da gelişen bu teknolojik araçlardan birisidir. Zorlu rekabet şartlarında bankalar interneti bir pazarlama kanalı olarak kullanmaya başlayarak müşterileri ile aralarındaki ilişkilere yeni bir boyut kazandırmışlardır. Bankalar interneti hem müşterilerle ilgili bilgi sağlayabilmek adına hem de müşterilerle güvenilir bir ilişki kurabilmek için kullanmaya başlamışlardır. Bu etkileşimler ile birlikte ilişkisel pazarlama uygulamayı amaçlamışlardır. 21. Yüzyıl'da kullanımı daha da yaygınlaşan internetle birlikte dijital bankacılıkla ilgili olarak hizmet kalitesi kavramının ölçülmesine yönelik çalışmalar giderek hız kazanmaya başlamıştır (Vural, 2019: 51-52; Esen, 2020: 403).

İnsanların sürekli olarak ilerleyen teknolojiyi ve getirdiği yenilikleri benimsemeleri için literatürde sıkça kullanılan ve kabul görmüş birçok teori, model ve çalışma yer almaktadır. Bankacılık sektörü gibi teknolojinin önemli ve değişmez bir etken olarak görüldüğü finansal faaliyetlerde teknolojinin getirdiği yenilikler ile sağladığı imkan ve kolaylıklardan verimli bir şekilde faydalanıp bunu kullanıcıların hizmetine etkili biçimde sunmak, bu doğrultuda kullanıcının dijital bankacılığa adapte olup olmadığını anlamak amacıyla kullanıcı algılarını etkileyen olumlu veya olumsuz faktörleri tespit edip buna uygun stratejik adımlar atmak son derece önemlidir. Uzun süredir inceleme konusu olan bireylerin gelişen yeni teknolojilere nasıl ve hangi sebeple uyum sağladığı konusu üzerine geniş çalışma alanı içerisinde farklı zamanlarda, farklı kültürler üzerinde yapılmış ve kabul görmüş birçok farklı bakış açısı bulunmaktadır (Küçüköğlü, 2019: 43). Söz konusu teorik modellerin en önemlileri aşağıda tek tek açıklanmıştır.

2.1.1. Teknoloji Kabul Modeli (TKM)

Dijital bankacılık, internetin hızlanması ve daha güvenli hale gelmesi ile ortaya çıkmış ve yayılmış olan kullanımı kolay ve insanların vakit tasarrufu sağlamasında oldukça etkili olan teknolojik bir gelişmedir. Davranışların tutumsal ve normatif nedenlerine yoğunlaşan ve Ajzen tarafından 1980 yılında geliştirilen Planlı Davranış Teorisini (Theory of Planned Behavior) teknolojik gelişmeler için yetersiz bulan Fred D. Davis 1989 yılında Teknoloji Kabul Modelini (Technology Acceptance Model) geliştirmiş ve araştırmalarında kullanmıştır. Literatürde bir kişinin teknoloji kabulüne ilişkin en çok kullanılan teori modeli olarak yer alan Teknoloji Kabul Modeli, Davis tarafından ilk olarak herhangi bir çalışma ortamındaki teknolojik yeniliğin birtakım kriterlere göre kullanım durumunu görmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Bir süre sonra teknolojinin etki alanının daha da genişlemesiyle verilen hizmetler ve yapılması gereken işlemlerin çoğalması, e-ticaret hizmetinin yaygınlaşması gibi gelişmelerin yaşanması ve bu gelişmelerin kullanıcı tarafından kabul edilip-edilmemesini incelemek ve kullanıcıyı arka planda bu davranışlara yönelten faktörleri belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Teknolojik Kabul Modeli, teknolojik araçların ve ara yüzlerin kullanıcılar arasında yayılması ve kabul edilmesi ile ilgili önemli nedensel ilişkileri ortaya koymaktadır (Esen, 2020: 402; Küçüköğlü, 2019: 44).



Şekil 1: Teknoloji Kabul Modeli (Technology Acceptance Model)

Kaynak: Ayaz, AYTEKİN ve TÜMİNÇİN, 2019: 309

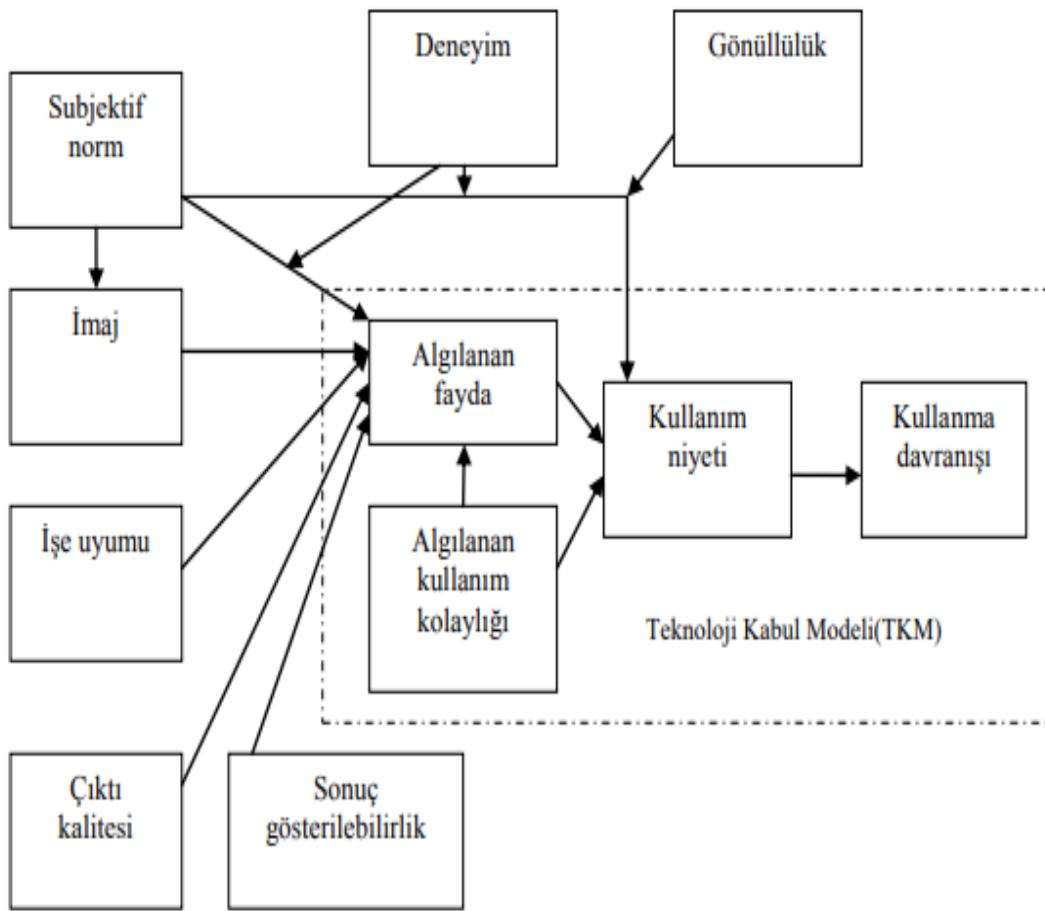
Modelde yer alan dış etkenler (güven, inançlar ve yaklaşım gibi) kitlelerin teknoloji kabul düzeyini etkilemektedir. Modelde yer alan bir diğer değişkenlerden “algılanan fayda” kişilerin teknolojik bir ara yüzü, makineyi ya da sistemi kullanmaları neticesinde önceden belirlemiş oldukları bir amaca/amaçlara ulaşabilme ve bu teknolojinin kişilerin

işlerindeki performanslarını artırma düzeyi şeklinde tanımlanmıştır. Bahsi geçen “fayda” kavramı, tamamen kişiseldir ve anlamı kullanıcılara göre farklılık göstermektedir. Teknolojinin sağladığı avantajların sağlıklı ve doğru bir biçimde açıklanması, kullanıcıların geleneksel olarak kabul edilen hizmetler yerine dijital hizmet kanallarına yönelerek benimsemeye daha yatkın olabileceği ve bu hizmetlerin sürekli olarak kullanılmasının tüketicilerin kullanım deneyimlerinin artmasını ve bağlılık seviyelerinin yükselmesini sağlayacağı düşüncesine inanılmaktadır. “Algılanan kullanım kolaylığı” değişkeni ise kullanım öncesinde ve kullanım esnasında en az çabayı sarf etmenin derecesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bu iki değişkenin ardılı olan “kullanım niyeti” değişkeni “Gerekçeli Eylem Teorisi (Theory of Reasoned Action)” kapsamında Ajzen ve Fishbein tarafından ortaya atılmıştır ve davranışsal sebep-sonuç ilişkilerini belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Kişilerin öznel olarak, uzun vadede yaptıkları bir davranışı devam ettirme niyetlerinin düzeyi şeklinde tanımlanmaktadır. Gerçek kullanım ise bu niyetin gerçekleştirilmesine dayanan bir değişkendir. Bu değişken de algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı etkisi neticesinde sahip olunan tutumu değiştirme eğiliminde olan bireyin bu fayda ve kullanım kolaylığının pozitif etkisiyle sistemi daha sonraki süreçlerde de kullanmaya karar vererek tam adaptasyon göstermesi ve o sistemi benimsemesi şeklinde açıklanmaktadır. (Esen, 2020: 403; Küçükoğlu, 2019: 45).

2.1.2. Teknoloji Kabul Modeli 2 (TKM2)

Venkatesh ve Davis (2000), Teknoloji Kabul Modeline bazı değişkenler ekleyerek yeni bir model geliştirmişler ve bunu Teknoloji Kabul Modeli 2 (TKM2) adıyla yayınlamışlardır. Kullanım üzerindeki sosyal etkilerin araştırılması sebebiyle oluşturulan Teknoloji Kabul Modeli (TKM2)’de Teknoloji Kabul Modelindeki değişkenlere birbiriyle ilişkili üç sosyal form olan öznel norm, gönüllülük ve imaj değişkenleri eklenmiştir. Bu yeni formların, bireyin yeni bir sistemi kabul edip etmeyeceğini belirlemeye yardımcı olduğu düşünülmektedir. Öznel norm, kişinin teknolojiyi kullanmayı isteyip istememe kararı üzerinde başka kişilerin etkisini, yani sosyal etkileri açıklamaktadır. Öznel norm kullanım niyetinin hem doğrudan hem de algılanan fayda aracılığıyla dolaylı belirleyicisi olarak dikkate alınmaktadır. İmaj ise yeniliğin kullanılarak bireyin sosyal yapı içindeki statüsünü değiştirip değiştiremeyeceği konusundaki algısını ölçmektedir. Gönüllülük de bireyin yeniliği benimseme kararının ne

derecede kendi kararı olduğuna yönelik algısını ölçmektedir. Bu üç sosyal forma ek olarak modelde algılanan faydanın diğer belirleyicileri olarak iş uygunluğu, çıktı kalitesi ve sonuç görünürlüğü modele eklenmiştir. İş uygunluğu "teknolojinin hangi seviyeye kadar uygulanabilir durumda olduğunu" açıklarken, çıktı kalitesi "gerekli olan görevlerin teknoloji tarafından yeterli düzeyde yerine getirilip getirilmediğini", son olarak sonuç görünürlüğü ise "teknolojinin somut sonuçlar üretip üretmediğini" açıklamak için modele eklenmiştir (Özcan, 2019: 9-10). Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli'nin kavramsal yapısı aşağıda gösterilmiştir.



Şekil 2: Teknoloji Kabul Modeli 2 (Extended Technology Acceptance Model)

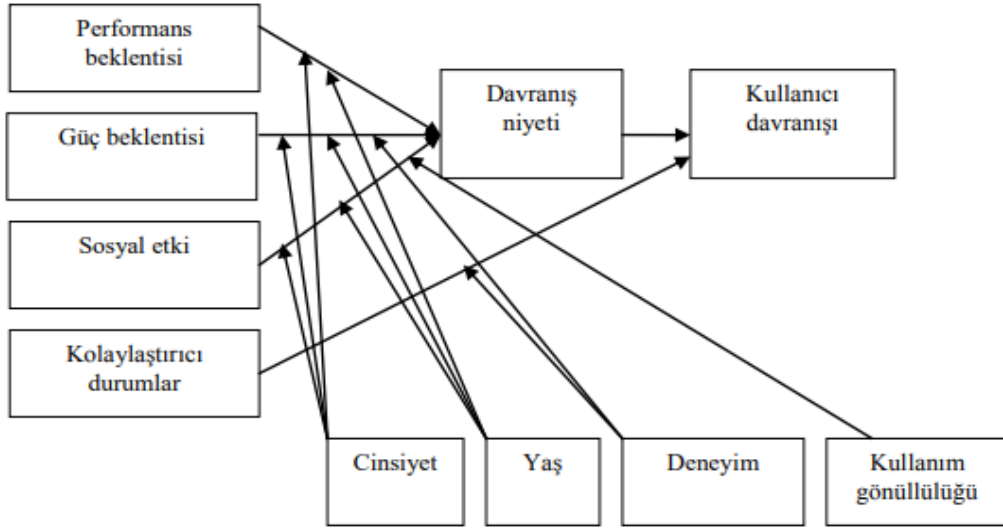
Kaynak: Erdem,2011:34

Teknoloji Kabul Modeli'nden farklı olarak bu modelde ilk defa sistemi direkt olarak etkileyen faktörlerin varlığından bahsedilmiş ve kullanıcıların verilen bir sistemi farklı farklı zamanlarda faydalı bulmasının sebepleri hakkında ayrıntılı açıklamalar

getirilmiştir. Kişinin sistemi kullanma süreci boyunca o sistemi direkt olarak etkileyen kişisel özellikler, deneyim ve gönüllülük faktörlerinin, sisteme faydalı olacak algıların oluşturulmasıyla kişinin niyet göstererek davranış sergilemesine etki ettiği ortaya konulmuştur (Küçüköğlü, 2019: 47-48).

2.1.3. Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi (BTKKT)

Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi, Teknoloji Kabul Modeli'nin sosyal özellikleri ve zihinsel farklılıkları göz önünde bulundurmama gibi eksikliklerini gidermek için ortaya atılmıştır. Özellikle teknolojik bir sistemi veya yeniliği kullanan kişilerin belirli bir davranışta bulunup bulunmama haline bağlı olarak modellendirilmiş ve algılanan sosyal baskı hakkındaki kişisel faktörlerin de sisteme dahil edilerek ölçümününün yapabilmesi amacıyla geliştirilen Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi (BTKKT), Teknoloji Kabul Modeli 2'yi geliştirmiş (Venkatesh ve diğ.) tarafından 2003'te ortaya konulmuş bir teoridir. Bu teori, kullanıcının teknolojik bir yeniliği kabullenme niyetini tahmin etmek için geliştirilmiş ve dört önemli faktör üzerine oluşturulmuştur. Bu teoride TKM'den farklı olarak, kullanıcı kabulü ve kullanım davranışında önemli rol oynadığı düşünülen 4 değişken modele dahil edilmiştir. Bunlar performans beklentisi, güç beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullardır. Yine TKM'den farklı olarak modelde yaş, cinsiyet, deneyim ve gönüllülüğün düzenleyici etkisine yer verilmiştir. Bunun yanında TKM'de yer alan algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda ve tutum yapıları bu modelde yer almamıştır. BTKKT, bilgi sistemleri kullanımında kullanıcı niyeti ve davranışını açıklamak amacıyla modellenmiştir. Teoriyi oluşturan dört anahtar yapıdan performans beklentisi, güç beklentisi ve sosyal etki kullanım niyetinin; kolaylaştırıcı durumlar ise kullanıcı davranışının doğrudan belirleyicisi durumunda olmaktadır. Modelde yer alan; cinsiyet, yaş, deneyim ve gönüllülük değişkenleri de, kullanım niyeti ve davranışını etkileyen düzenleyici değişkenler olarak modelde bulunmaktadır (Uğur ve Türkmen, 2014: 7; Kurt ve Turan, 2017: 32; Küçüköğlü, 2019: 49).



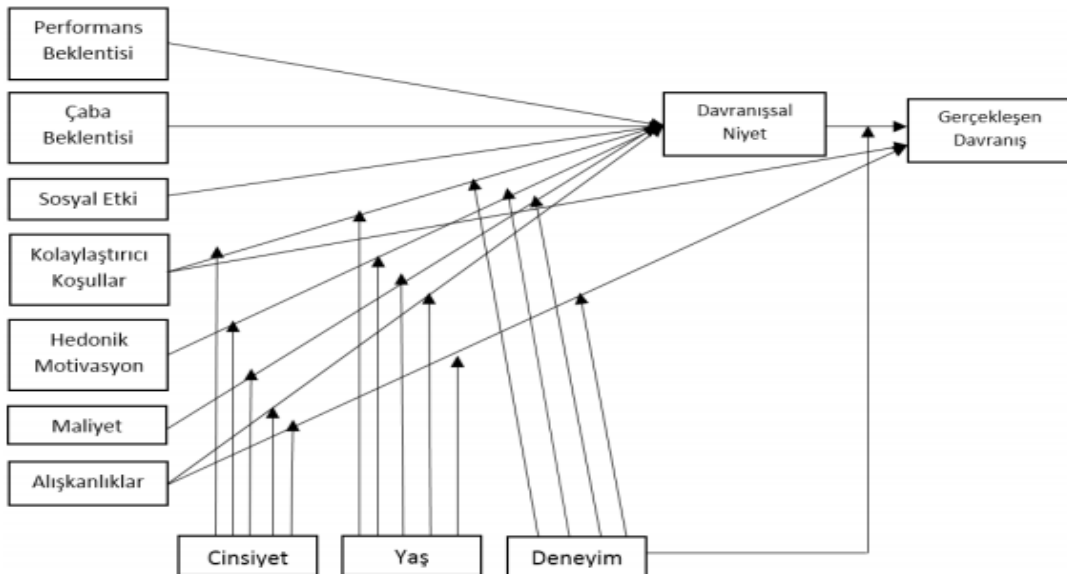
Şekil 3: Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi

Kaynak: Erdem, 2011: 35

2.1.4. Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi 2 (BTKKT2)

Bu model BTKKT'nin odaklandığı performans beklentisi, güç beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar şeklinde ifade edilen dört ana faktörün yeni bir sistemi benimsemek için yeterli olmayacağı, kullanan kişinin tutum ve davranışını etkileyen içsel motivasyon ve bireysel yeterliliklerin daha çok dikkate alınması gerektiği düşüncesiyle ortaya çıkarılmıştır. Teorinin daha uygun hale getirilmesi için Teknoloji Kabul Modeli (TKM) ve Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi (BTKKT) modellerinin belirli bazı kriterlere göre birleştirilerek sistemi kavramak ve kullanabilmek için gereken özyeterlilik, kullanım maliyeti ve kullanımı doğrudan etkileyen alışkanlık unsurları da modele eklenmiş bununla beraber yedi bağımsız faktöre odaklanılmıştır. Performans beklentisi, bireyin teknolojik sistemin iş performansını arttırdığına inanma derecesi şeklinde açıklanmıştır ve davranışsal niyeti direkt olarak etkileyen bir unsur şeklinde görülmektedir. Güç beklentisi, kişinin teknolojiyi kullanmasıyla alakalı algıladığı kolaylık derecesi şeklinde tanımlanmakta ve davranışsal niyeti direkt olarak etkileyen önemli bir faktör olarak görülmektedir. Sosyal etki, bireyin çevresinde fikirlerini önemseyip benimsediği kişiler tarafından teknolojik yeniliği kullanma konusundaki etkilenme düzeyi biçiminde ifade edilmektedir. Bu etkilenme düzeyinin davranışsal niyet üzerinde çok önemli bir etkiye sahip olmadığı belirtilmektedir. Kolaylaştırıcı koşullar, teknolojinin kullanımını destekleyen altyapı yeterliliğini ifade etmektedir. Ayrıca

kolaylaştırıcı koşullar kavramı ile ilgili sistemin doğru biçimde çalıştığı, sürekli olarak güncellendiği ve kullanımının kolaylık derecesi belirlenmektedir. Böylelikle kolaylaştırıcı koşulların daha da iyi olmasıyla daha fazla teknolojik adaptasyon sağlanmasının mümkün olacağı varsayılmaktadır. Modele sonradan dahil olan değişkenlerden hedonik motivasyon, yeni bir sistem tercih edildiğinde bunun kullanımından duyulan tatminkârlık veya zevk derecesini ifade etmektedir. Bu durumda algılanan zevk düzeyinin kullanıcı kişi memnuniyeti üzerinde oldukça güçlü bir etkiye sahip olduğu ve kişinin davranışsal niyeti üzerinde ciddi bir etkisinin olduğu düşünülmektedir. Özyeterlilik kavramı bireyin teknolojik bir sistemi kullanma yeteneğinin ölçüsü şeklinde ifade edilmektedir. Bu kavramın belirtilen teknolojik sistemin davranışsal niyet üzerinde kesin bir etkiye sahip olduğu ve ilgili olan sisteme adaptasyonu etkilediği düşünülmektedir. Kişinin bir sistemi kabullenmesinde tutum ve davranışını etkileyen dışsal faktörlerden bir diğerinin de maliyet olduğu ve kişinin teknolojik bir yeniliği tercih etmesi için kullanımı için istenen parasal değer önemli bir tercih sebebi olduğu savunulmuştur. Yeni bir sistemi kullanma niyetinde olan bir kişinin daha önce o sistemi veya benzerlerini kullanıp kullanmadığı, eğer kullandıysa bunun hangi durumlarda ne şekilde gerçekleştiği, kullanımı etkileyebilecek kişisel özellikleri ve çevresel etkenler sonucunda içerdiği bir önyargı olup olmadığı gibi durumlar bireyin alışkanlığını ifade etmektedir (Venkatesh ve diğ., 2012: 161; Küçüköğlü, 2019: 51-52).



Şekil 4: Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi 2 (BTKKT-2)

Kaynak: Küçüköğlü,2019:53.

2.1.5.Yeniliğin Yayılımı Teorisi (YYT)

Yeniliğe uyum sağlamayı etkileyen faktörleri ortaya çıkarmayı amaçlayan Yenilik Yayılımı Teorisi (YYT), Rogers (1983) tarafından ortaya konulmuş bir modeldir. Özellikle bilgi sistemleri ve teknolojileri çalışmalarında yaygın olarak kullanılan bu teori, yeniliğe uyum sağlama süreciyle alakalı bilgi toplamaya ve belirsizliği azaltmaya odaklı bir yaklaşım ortaya çıkarmıştır. Yenilik “kişi tarafından yeni olarak nitelendirilen düşünce, yöntem veya nesne”, yayılım ise “sosyal sistemde yer alan üyeler arasında yeniliklerin belirli kanallar yardımıyla iletilme süreci” olarak tanımlanmıştır. Rogers, yenilik yayılımı teorisini “yenilik”, “iletişim kanalı”, “zaman” ve “sosyal sistem” olarak 4 temel öge üzerine oturtmuştur. Bir yeniliğin benimsenmesini belirleyen ögeleri ise beş başlık altında gruplandırmıştır. Bunlar göreceli yarar, uyumluluk, karmaşıklık, denenebilirlik ve gözlenebilirliktir. Göreceli yarar, yeniliğin bir önceki fikre göre çok daha iyi olarak algılanma derecesi olarak tanımlanmaktadır ve ekonomik olarak karlı olma ya da sosyal statü kazanma vb. şekillerinde ifade edilebilmektedir. Uyumluluk, yeniliğin kullanıcıların değerlerine, deneyimlerine ve ihtiyaç duydukları gereksinimlerine uyumuyla ilgili algı derecesi olarak ifade edilmektedir. Karmaşıklık, yeniliği tam olarak anlamının ve kullanımının zor olduğu ile ilgili algı derecesini ifade etmektedir. Teknolojik bir yenilik kişiler tarafından karmaşık, anlaşılması ve kullanılması zor olarak algılanıyorsa, benimsenmesi de zor hale gelecektir. Denenebilirlik, yeniliğin uygulanması kararı alınmadan önce yeniliği kullanacak olan bireylerin, yeniliği yeterince denenebiliyor olacağına inanma düzeylerini ifade etmektedir. Son olarak gözlenebilirlik ise, yeniliğin sonuçlarının başka kişiler tarafından görülebilir olması durumudur. Bir yenilik, denenebilir ve sonuçları da gözlenebilir olursa, bu yeniliğin kişiler tarafından benimsenmesi kolaylaşacaktır (Kurt, 2017: 17-18; Erdem, 2011: 38-39).

2.1.6. Kullanım ve Haz Teorisi

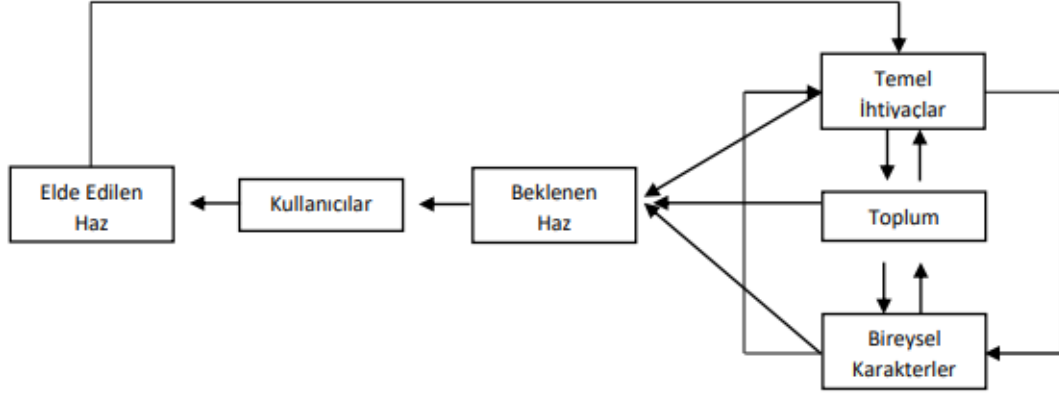
Katz ve Blumler tarafından 1974 yılında ileri sürülen Kullanım ve Haz Teorisi literatürde ihtiyaç, doyum, tatmin duygusu olarak da ifade edilen ve sosyal iletişim araçları yardımı ile ihtiyaçların karşılanması için medya unsurlarının kullanılmasına odaklanmış, kişilerin içinde buldukları sosyal ve psikolojik koşulların da dikkate alındığı iletişim teorilerinden birisi olarak yer almaktadır. Kullanım ve Haz teorisine göre bireyin ihtiyaç duyduğu bir yeniliğin karşılanma oranı ne kadar yüksek olursa elde edilen kişisel haz ve

tatmin duygusu o kadar yüksek olacaktır. Bu çerçevede düşünülduğünde potansiyel kullanıcının ihtiyaçlarının yerine getirilmesinde veya bir yeniliğin kullanım arzusu uyandırmasında iletişim araçlarının ve medyanın rolü oldukça büyük ve işlevsel olduğu belirtilmiştir (Katz ve diğ., 1973: 175).

Haz kişinin ihtiyaçlarının karşılanması sonucu bireylerde farklı yoğunluklarda hissedilen tatmin duygusu şeklinde tanımlanabilir. Kullanım ise potansiyel kullanıcıyı ihtiyaçlarına yönlendiren televizyon, radyo, gazete, dergi, video, internet gibi her türlü medya araçlarının doğru ve etkin bir şekilde kullanılması ile ihtiyacın bu araçlar yoluyla karşılanması süreci olarak tanımlanmaktadır. Potansiyel kullanıcıların farklı kişisel özellikleriyle beraber genel anlamda medyanın kişi üzerindeki etkilerini inceleyen Kullanım ve Haz Teorisi yaklaşımı sonraki süreçlerde yeniliği kullanma olasılığı olan kişilerin içinde buldukları sosyal sistemin analiz edilmesini de sağlamaktadır (Küçüköğlü, 2019: 58-59; Uğur ve Türkmen, 2014: 4-5).

Kullanım ve Haz Teorisi, iletişim kanallarının kişiler üzerindeki etkisini araştırmak üzere çalışan diğer araştırmacılar tarafından bilimsel olarak kabul görmüş dört gelişim aşamasında incelemeleri yapılmıştır. Bu aşamalardan ilki 1940'lı yıllara dayanmakta ve sistemin kavramsal olarak açıklarını doldurmak amacıyla ele alınan çalışmaları içermektedir. İkinci aşama olarak da, Blumler ve Katz'ın (1974) medya kullanımı sırasındaki farklı kişisel özellikler ile sosyolojik ve psikolojik değişkenlerin pratik uygulama olarak kullanıldığı adımdır. Üçüncü aşamada ise Katz, Blumler ve Gurevitch (1974), tüketici potansiyeline sahip takipçilerin memnuniyet sürecine yoğunlaşmış ve başlangıçta oluşturulan hipotezleri yeniden düzenleyerek yani revize ederek yaklaşımın teorik olarak tutarlı olup olmadığına yönelik çalışmalar yapmışlardır. Ayrıca araştırmacılar kişilerin sosyal ve psikolojik durumlarının dikkate alınarak yürütüldüğü çalışmalarında bireylerin ihtiyaçlarının farkında olup o ihtiyacı giderme süresi boyunca karşılaştıkları sorunlar ile bu sorunlara aradıkları cevapların medya araçları yoluyla giderilmesi sonucu bir memnuniyet ve tatmin duygusunun ortaya çıktığını savunmuşlardır. Araştırma sürecinin son aşamasında Palmgreen ve Rayburn (1985) tarafından hayli karmaşık bir teorik yapı ortaya atılmıştır. Son aşamada teorinin test edilmesi ve eksikliklerinin giderilmesi amacıyla beklenen memnuniyet ve elde edilen memnuniyet oranları üzerinde çalışmalar yapılmıştır. Katz ve arkadaşlarının (1973) bu

çıkarımlarından faydalanan Rosengren (1974) ise teorinin kavramsal olarak çerçevesini belirlemiş ve ana unsurlarını oluşturmuştur (Küçüköğlü, 2019: 59-60; Govender ve Sihlali, 2014: 453).



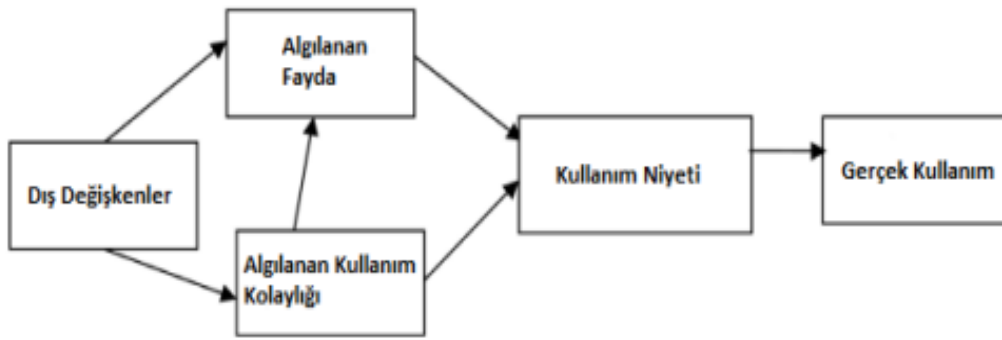
Şekil 5: Kullanım ve Haz Teorisi

Kaynak: Küçüköğlü, 2019: 60

2.1.7. Gerekçeli Eylem Teorisi

Gerekçeli Eylem Teorisi, Fishbein ve Ajzen (1975) tarafından tutum ve davranış arasında bulunan ilişkinin anlaşılması amacıyla geliştirilmiştir ve bir kişinin davranışının bireyin davranışsal niyeti ile belirlendiğini varsaymaktadır. Geleneksel yaklaşımlara göre şekillenen davranışların tahmin edilmesindeki başarı oranının çok düşük olması nedeniyle bu konu üzerinde çalışan teorisyenler, bireylerin davranışlarını etkileyen birincil faktörün belirli bir davranışı gerçekleştirmeden önce eylemin sonucunda olacakları düşünerek buna göre beklenen sonuçların ortaya çıkacağına inandıkları davranışları gösterdiklerini savunmuşlardır. Bu nedenden dolayı teorinin, öznel normları göz ardı etmeden bireysel inanç, tutum, niyet ve davranış arasındaki ilişkiyi açıklamak için geliştirildiği belirtilmiştir. Teori kişilerin sahip oldukları bilgi ile yapabilecekleri eylemlerin sonuçlarını değerlendirdiklerini, ortaya çıkabilecek etki ve sonuçlarına göre bir davranışı gerçekleştirme veya gerçekleştirme kararı aldıkları üzerinde durmaktadır. Temel olarak sosyal psikoloji alanı baz alınarak geliştirilen teoride davranışa yönelik tutum, niyet ve davranış arasındaki ilişkinin daha iyi şekilde anlaşılabilmesi amaçlanmıştır. Bu ilişki ile beraber sosyal faktörler de modele dahil edilmiştir (Söylemez, 2018: 8 ; Küçüköğlü, 2019: 61).

Sosyo-psikolojik açıdan, Gerekçeli Eylem Teorisi, kişilerin eriştikleri bilgileri rasyonel ve sistematik biçimde kullandıklarını ve belirli bir davranışa yönelik olarak diğer kişilerin bu davranışı ne kadar önemli gördüklerini detaylı biçimde düşünerek, hareketlerinin faydalarını ve olası zararlarını rasyonel bir şekilde hesapladıkları belirtilmiştir. Yani, Gerekçeli Eylem Teorisine göre kişinin davranışlarını, davranışsal niyeti büyük ölçüde etkilemektedir. Bu teoriye göre, bir ürün veya hizmeti kullanmaya yönelik davranışsal niyetin oluşmasında, bireyin sadece tutumları yeterli olmayacaktır (Sezgin ve diğ., 2019: 310).



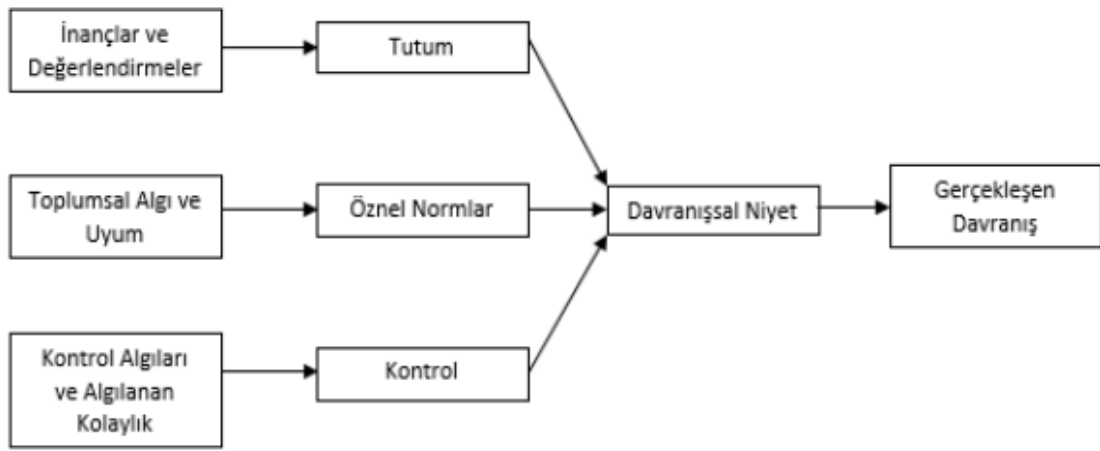
Şekil 6: Gerekçeli Eylem Teorisi

Kaynak: Küçüköğlü,2019:63

2.1.8. Planlanmış Davranış Teorisi

Planlanmış Davranış Teorisi'nin temelini oluşturan Gerekçeli Eylem Teorisi kişinin tutum ve davranışları arasındaki ilişkinin, gözlemlenebilecek unsur olan davranışı açıklamak için yeterli olduğunu varsaymıştır. Fishbein ve Ajzen tarafından 1975 yılında ortaya çıkarılan bu teoriye göre kişilerin tutumlarının davranışa dönüşmesinde iki unsur ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki davranışın, sonrasında ortaya çıkaracağı sonuçların kişi için olumlu ya da olumsuz olacağına yönelik inançların olduğu “bireysel etki”, ikincisi ise kişinin yaşamını sürdürdüğü çevrenin beklentilerinin olduğu “sosyal etki” dir. Bu aşamada teori zaman kavramının da önemini belirterek, bireysel tutumların davranışa dönüşmesindeki zaman aralığının uzamasıyla beraber aralarındaki ilişkinin de azalacağını varsaymaktadır. Planlanmış Davranış Teorisi insan davranışını anlayabilmek için gerekli olan kuramsal çerçeveyi sağlamaktadır. Planlanmış Davranış Teorisi, Gerekçeli Eylem Teoris'nin daha da genişletilmiş halidir. Gerekçeli Eylem Teoris'nin yeniden

geliştirilmesinin nedeni, kişinin davranışlarında “tamamlanmamış irade kontrolünü” davranışlarla ilişkilendirmesini sağlamaktır. Gerekçeli Eylem Teorisi’ndeki gibi Planlanmış Davranış Teorisi’nde de esas etken; kişinin davranışa olan niyetini yerine getirmesidir. Niyetler davranışı etkileyen ve oluşmasını sağlayan motivasyonel faktörleri kapsamaktadır ve davranış için ne kadar çok istekli olduklarını ifade etmektedir. Genel bir kural olarak kişiler, ne kadar güçlü niyetlere sahipse, bu onların davranışlarına o derece yansıtacaktır. Davranış niyeti sayesinde kişiler davranış yapmak veya yapmamak yönünde karar vererek eyleme geçmektedir (Uğur ve Türkmen, 2014: 5).



Şekil 7: Planlanmış Davranış Teorisi

Kaynak: Küçüköğlü, 2019: 65.

2.2. Ampirik Literatür

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte dijital teknolojilerin kullanılmadığı alan neredeyse kalmamış ve bankacılık sektörü de bu durumdan payına düşeni almıştır. Bankacılık sektöründe dijital uygulamaların kullanımı son dönemlerde artarak devam etmekte olup bankacılık faaliyetlerinde bireylerin teknoloji kullanımı konusundaki davranışları sektöre yön vermektedir. Bu nedenle bireylerin dijital bankacılık uygulamalarını tercih etmelerinin altında yatan faktörler ulusal ve uluslararası literatürde sıklıkla araştırılmaktadır. Bu bölümde konu ile ilgili ulusal ve uluslararası çalışmalara yer verilecektir.

Çakıcı (2008) tarafından yapılan çalışmada Antalya, Ankara ve İstanbul’da anket kullanılarak Türk müşterilerin mobil bankacılık servislerinin adaptasyonunda hangi

faktörlerden etkilendiği belirlenmeye çalışılmıştır. Faktör analizi, regresyon analizi, t testi ve ANOVA analizi gibi yöntemlerin kullanıldığı çalışma sonucunda; eğilim, iç etkiler, algılanan kullanılabilirlik, eğilim, öznel normlar ve kişiselleştirme faktörlerinin kullanım niyetini etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir. Bununla birlikte sonuçlar; kişiselleştirme, iç etkiler ve güven gibi faktörlerin demografik değişkenler açısından farklılık gösterdiğini kanıtlamaktadır.

Riquelme ve Rios (2010) Singapur'da mevcut internet bankacılığı kullanıcıları arasında mobil bankacılığın benimsenmesini etkileyebilecek faktörleri ve bir düzenleyici değişken olarak cinsiyeti test etmeyi amaçlamışlardır. 600 kişiden fazla internet bankacılığı kullanıcısı üzerinden yapılan anket verileri, Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile analize tabi tutulmuş ve çalışma sonuçları kullanılabilirlik, sosyal normlar ve sosyal risk gibi faktörlerin mobil bankacılık hizmetlerini benimseme niyetini etkilediğini ve kullanım kolaylığı, görece avantaj ve sosyal normlar gibi faktörlerin demografik değişkenler açısından farklılık oluşturduğunu göstermektedir.

Ustasüleyman ve Eyüboğlu (2010) tarafından yapılan çalışmada 8 ilde (Trabzon, Ankara, İstanbul, Konya, Samsun, Kocaeli, Sakarya ve İzmir) anket kullanılarak bireylerin internet bankacılığını benimsemesinde etkili olan faktörler araştırılmıştır. Anket verileri YEM ile analize tabi tutulmuş ve güven, algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan web güvenliği değişkenlerinin kullanım niyetini etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir.

Şiker'in (2011) Niğde ilinde banka müşterilerinin, İnternet bankacılığını benimsemelerinde etkili olan faktörleri incelemek amacıyla yaptığı çalışmada, anket kullanılarak veriler toplanmış ve faktör analizi ve regresyon analizi gibi yöntemler kullanılmıştır. Çalışma sonucunda algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı ve web site özellikleri gibi faktörlerin bireylerin internet bankacılığını benimsemelerinde önemli ve pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Al-Jabri ve Sohail (2012) tarafından Sudi Arabistan'da yapılan çalışmada mobil bankacılığın benimsenmesinde etkili olan faktörler araştırılmıştır. Verilerin toplanmasında anket yöntemi, analizlerin gerçekleştirilmesinde faktör analizi ve regresyon analizi gibi yöntemler kullanılmıştır. Çalışma sonuçları mobil bankacılığın

benimsenmesinde; göreceli avantajın, uyumluluğun ve gözlemlenebilirliğin pozitif, algılanan riskin negatif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Chitungo ve Munongo (2013) Zimbabve'de banka hesabı olmayan kırsal toplulukların mobil bankacılık hizmetlerini benimseme niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Anket kullanılarak toplanan verilerin regresyon analizine tabi tutulmasıyla elde edilen sonuçlar; algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, göreceli avantajlar, kişisel yenilikçilik ve sosyal normlar gibi faktörlerin kullanıcının tutumu üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve algılanan riskler ve maliyetlerin hizmetin benimsenmesini engellediği yönünde bulgular elde edilmiştir.

Ceylan vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada Uşak Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenlerin internet bankacılığını benimsememesinde etkili olan faktörler araştırılmıştır. YEM'in kullanıldığı çalışma sonucunda; bireylerin internet bankacılığına ilişkin kullanım kolaylığı ve fayda algılarının, internet bankacılığına yönelik tutumları aracılığıyla kullanım niyetini etkilediği ve bireyler tarafından algılanan riskin internet bankacılığını kullanım niyetlerini hem internet bankacılığına yönelik tutumları aracılığıyla hem de doğrudan etkilediği tespit edilmiştir.

Kazi ve Mannan'ın (2013) Pakistan'da bireylerin mobil bankacılığı benimsemesinde belirleyici olan faktörleri tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada çoklu regresyon analizi kullanılmış ve çalışma sonucunda tüketicilerin mobil bankacılık hizmetlerini benimseme niyetinin sosyal etki, algılanan risk, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığından önemli ölçüde etkilendiğine yönelik bulgular elde edilmiştir.

Juma (2014) tarafından yapılan çalışmada Kenya'da dijital bankacılık hizmetlerinin benimsenmesini etkileyen faktörler incelenmiştir. Anket yöntemi ile verilerin elde edildiği çalışmada t testi, ANOVA ve regresyon analizi gibi yöntemler kullanılmıştır. Çalışma sonuçları farkındalık, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının dijital bankacılık hizmetlerinin benimsenmesini olumlu yönde etkilediğini, güven eksikliğinin ise olumsuz etkilediğini göstermektedir.

Doğan vd. (2015) Ankara, Eskişehir ve Balıkesir illerinde internet bankacılığını kullanan öğretmen ve akademisyenlerin internet bankacılığına ilişkin tutum ve davranışlarını

araştırmışlardır. Çalışma sonucunda kişisel norm ve algılanan kullanım kolaylığı faktörlerinin internet bankacılığına ilişkin olumlu tutum geliştirmede önemli olduğu ve algılanan davranış kontrolü faktörünün internet bankacılığı kullanma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Agu vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada Nijerya’da banka personeli ve müşterilerinin mobil bankacılık hizmetlerinin benimsenmesine yönelik tutumu incelenmiştir. Anket araştırmasının yapıldığı çalışma, mobil bankacılığı benimseme düzeyinin orta yaşlı katılımcılar arasında yaşlılara kıyasla hala düşük olduğunu ortaya koymuştur.

Kamutuezu (2016) Namibya’da internet bankacılığının benimsenmesini etkileyen faktörleri araştırmaktadır. Çalışma bulguları, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanılabilirliğin Namibya’da internet bankacılığının benimsenmesini etkileyen temel belirleyiciler olduğunu göstermektedir.

Kurt ve Turan (2017) tarafından yapılan çalışmada Türkiye’de mobil bankacılık uygulamalarının benimsenmesinde etkili olan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Anket ile elde edilen veriler, faktör analizi, regresyon analizi gibi yöntemler ile analize tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda, performans beklentisi, kolaylaştırıcı şartlar, kişisel yenilikçilik ve güven faktörlerinin bireylerin mobil bankacılık uygulamalarının benimsenmesine ilişkin davranışsal niyetlerini anlamlı bir şekilde etkilediğine yönelik bulgular elde edilmiştir.

Özkan ve İpekten (2017) Atatürk Üniversitesi personelinin internet bankacılığı kullanımını ve benimsemesini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Ki kare analizinin kullanıldığı çalışma sonucunda kullanım kolaylığı, uygunluk ve etkinlik gibi faktörlerin, Atatürk Üniversitesi personelinin internet bankacılığı kullanımında ve benimsemesinde en önemli faktörler olduğu ortaya çıkmıştır.

Söylemez (2018) tarafından yapılan çalışmada Türkiye ve İngiltere’de bireylerin mobil bankacılık uygulamalarını kullanmalarına ilişkin tutum ve kullanma niyetleri üzerinde etkili olan unsurlar incelenmiştir. Çok gruplu yol analizinin kullanıldığı çalışma sonuçları; mobil bankacılığa ilişkin tutumun açıklanma oranını Türkiye’de biraz daha fazla olduğunu, İngiltere’de ise daha az olduğunu; mobil bankacılığı kullanma niyetinin

de mobil bankacılığı kullanma tutumu, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol değişkenleri tarafından açıklanma oranının İngiltere'ye göre daha az ve Türkiye'ye göre daha fazla olduğunu göstermektedir.

Küçüköğlü (2019) Atatürk Üniversitesi öğrencilerinin dijital bankacılık uygulamalarını kullanım durumunu etkileyen faktörleri araştırmıştır. YEM'in kullanıldığı çalışma sonucunda; öznel kural etkisinin algılanan fayda üzerinde, güven hissini algılanan kullanım kolaylığı üzerinde pozitif yönlü bir etki oluşturduğu, algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda, davranışsal niyet ve gerçekleşen davranış açığa çıkarılmasında anlamlı ve olumlu bir etki oluşturduğu, davranışsal niyetin de gerçekleşen davranışın açığa çıkmasında olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir.

El-Hajjar ve Ouaida (2019) tarafından yapılan çalışmada Lübnanlı bankacılık müşterileri için mobil bankacılığı benimsemeyi etkileyen en önemli faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonuçları; dijital okuryazarlık, değişime direnç, algılanan risk, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın, kullanıcıların mobil bankacılığı benimsemeye yönelik tutumlarını etkileyen ana değişkenler olduğunu, farkındalık ve uyumluluğun ise benimseme üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir.

Nguyen vd. (2020) Vietnamlı tüketicilerin dijital bankacılığı benimsemeye veya kullanmaya yönelik davranışsal niyetlerinin belirleyicilerini araştırmışlardır. Anket yaklaşımının ve regresyon analizinin kullanıldığı çalışma sonucunda; performans beklentisi, çaba beklentisi, hedonik motivasyon, alışkanlık ve güvenin dijital bankacılık hizmetlerinin davranışsal niyetini önemli ölçüde ve olumlu yönde etkilediğini gösteren bulgular elde edilmiştir.

Ananda vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada Umman'da bireysel bankacılık müşterilerinin dijital bankacılığı benimsemesinde etkili olan faktörler incelenmiştir. Regresyon analizinin kullanıldığı çalışma sonuçları; farkındalığın, web özelliklerinin ve algılanan kullanılabilirliğin dijital bankacılığın benimsenmesinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Erdoğan ve Eti (2021) Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans öğrencilerinin mobil bankacılık uygulamalarını kullanım niyetini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Anket yöntemi ile toplanan veriler faktör analizi, regresyon analizi ve fark analizlerine tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda; mobil bankacılığa yönelik tutum, kolaylık ve kullanılabilirlik faktörlerinin mobil bankacılık kullanım niyetini etkilediğine ve algılanan risk ve algılanan güven faktörlerinin ise yaş, eğitim, sınıf ve gelir seviyeleri gibi demografik değişkenler açısından farklılık gösterdiğine ilişkin bulgular elde edilmiştir.

Awoniyi vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada Nijerya'da bireylerin dijital bankacılık uygulamalarını benimsemelerini etkileyen faktörler incelenmiştir. Çalışmada regresyon analizi kullanılmış ve algılanan kullanım, kullanım kolaylığı, güvenlik ve bankacılık düzenlemesi gibi faktörlerin dijital bankacılık uygulamalarının benimsenmesinde önemli faktörler olduğu ortaya çıkmıştır.

Alnemer (2022) Suudi Arabistan Krallığı'nda dijital bankacılığın benimsenmesinin belirleyicilerini araştırmıştır. Ki-kare testi ve lojistik regresyon gibi yöntemlerin kullanıldığı çalışma sonuçları, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda faktörlerinin dijital bankacılığın benimsenmesinde önemli ve pozitif bir marjinal etkiye, güven faktörünün ise dijital bankacılığın benimsenmesinde negatif ve önemli bir marjinal bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

3. BÖLÜM: BANKA ÇALIŞANLARININ DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI KABULÜNÜ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Bu bölümde araştırmanın gereç ve yöntemleri hakkında bilgi verilmiş ve araştırmanın nasıl gerçekleştirildiği anlatılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, kapsamı, sınırlılıkları, modeli, hipotezleri, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, veri toplama süreci, verilerin analizi ve araştırma bulguları ile ilgili bilgiler sunulmuştur.

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada banka çalışanlarının dijital bankacılığı kabullenmelerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve güven faktörlerinin dijital bankacılığı kullanma niyeti üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmada ayrıca banka çalışanlarının kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, güven ve kullanma niyeti algı düzeylerinin onların cinsiyetine, yaşına, medeni durumuna ve eğitim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak nicel bir araştırma dizaynı kullanılmıştır.

Araştırma sadece Karaman ilindeki banka çalışanlarını kapsamaktadır. Hem zaman hem de maliyet nedeniyle ülke genelindeki tüm banka çalışanlarına ulaşmak mümkün olmamıştır. Dolayısıyla çalışma sonucunda elde edilen bulguların sadece Karaman ilindeki banka çalışanları için genellenebilmesi, araştırmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Bununla birlikte banka çalışanlarının dijital bankacılık uygulamaları kabulünü etkileyen faktörlerin incelenmesi ile ilgili olarak daha önce Karaman'da yapılan herhangi bir çalışma olmaması, araştırmanın önemini ve literatüre yaptığı katkıyı vurgulamaktadır.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Teknolojinin benimsenmesi konusunda bugüne kadar geliştirilen ve araştırmalarda sıklıkla kullanılan modeller arasında Gereçeli Eylem Teorisi (GET), Planlı Davranış Teorisi, Teknoloji Kabul Modeli (TAM), Yeniliklerin Yayılması Teorisi ve Birleşik Kabul Teorisi ve Teknoloji Kullanımı (BKTTK) gibi yaklaşımlar yer almaktadır. GET

(Fishbein ve Ajzen, 1975), bir birey tarafından gerçekleştirilen davranışı, bu bireyin davranışı gerçekleştirme niyeti olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte TAM (Davis, 1989) çerçevesinde, teknolojiyi kullanmaya yönelik davranışsal niyet, teknolojinin gerçek kabulünün ana belirleyicisi olarak görülmekte ve algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyetle önemli ölçüde ilişkili olan iki faktör olarak ifade edilmektedir. Ayrıca Venkatesh vd. (2003) tarafından TAM'ın genişletilmiş versiyonu olarak ortaya konan BKTTK, daha önce geliştirilen modellerin fikir ve teorilerini birleştirerek teknolojiyi kullanmaya yönelik davranışsal niyetin belirleyicileri arasında performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar gibi faktörlerin önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu çalışmada GET, TAM, BKTTK ve konu ile ilgili ampirik literatür dikkate alınarak model oluşturulmuştur. Modelde kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve güven gibi faktörlerin dijital bankacılık uygulamalarını benimsemeye ilişkin davranışsal niyet üzerindeki etkisi araştırılmaktadır.

Davranışsal Niyeti: Davranışsal niyet, belirli bir davranışı gerçekleştirmenin belirli bir sonuç yaratma olasılığına dair bilgi veya inançların bir ölçüsü olarak ifade edilebilir (Madden vd., 1992: 3). Davranışsal niyetler, insanların bir davranışı gerçekleştirmeye ne kadar istekli olduklarını gösteren faktörlerdir (Ajzen, 1991). Bu bağlamda dijital bankacılık uygulamalarının benimsenmesinin, söz konusu teknolojinin kullanımına ilişkin davranışsal niyete bağlı olduğu söylenebilir.

Algılanan Kullanım Faydası: Teknolojiyi kullanmanın iş performansının artmasını sağlayacağına dair beklenti algılanan kullanım faydası olarak tanımlanmaktadır (Davis, 1989: 320). Bugüne kadar yapılan araştırmalar, gönüllü bilgisayar kullanımının büyük ölçüde algılanan fayda tarafından yönlendirildiğini göstermektedir (Davis vd., 1992: 1112). Ayrıca, Davis vd., (1992: 1113) algılanan faydanın çeşitli tutum, memnuniyet ve algı ölçümleri dahil olmak üzere literatürde bildirilen diğer değişkenlere göre kullanım davranışı ve niyetleri ile daha güçlü ve daha tutarlı bir ilişki gösterdiğine dikkat çekmiştir. Konu ile ilgili literatürde dijital bankacılık uygulamalarını benimseme konusunda algılanan kullanım faydasının kullanım niyetini etkilediğine kanıtlar sunan çok sayıda çalışma yer almaktadır (Kazi ve Mannan, 2013; Ceylan vd., 2013; Juma, 2014; Küçüköğlü, 2019, Alnemer, 2022).

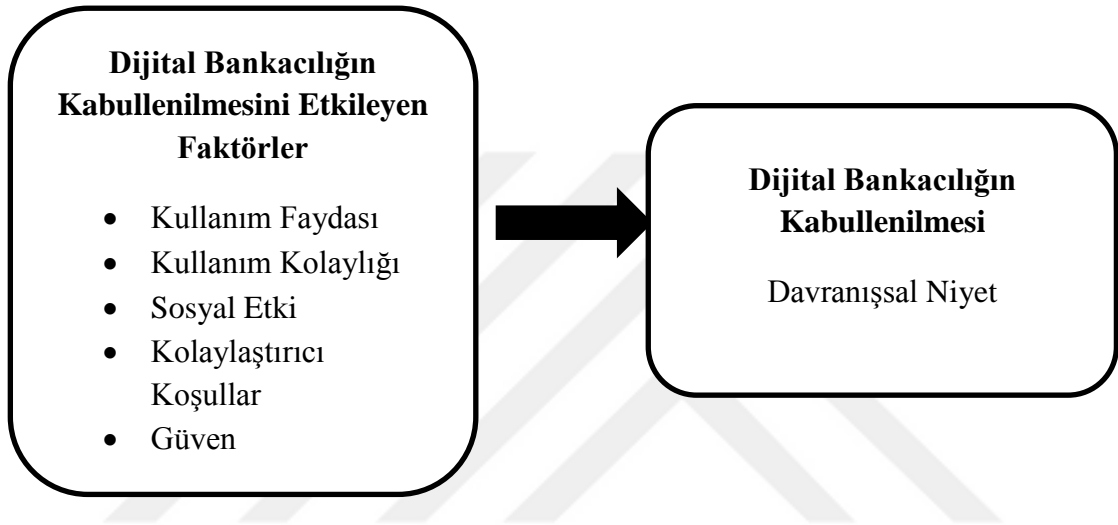
Algılanan Kullanım Kolaylığı: Algılanan kullanım kolaylığı, bir bireyin belirli bir sistemi veya uygulamayı kullanmanın zahmetsiz olacağına yönelik inanma derecesi şeklinde ifade edilmekte ve bütün şartlar eşit olduğunda, kullanımı diğerinden daha kolay olarak algılanan bir uygulamanın kullanıcılar tarafından kabul edilme olasılığının daha yüksek olduğu iddia edilmektedir (Davis, 1989: 320). Dijital uygulamalara yönelik algılanan kullanım kolaylığının, söz konusu uygulamaları kullanma niyetini etkilediğine dair bulgular ortaya koyan çalışmalar (Ustasüleyman ve Eyüpoğlu, 2010; Şiker, 2011; Kazi ve Mannan, 2013; Juma, 2014; Awaniyi, 2022) da Davis'in (1989) bu iddiasını desteklemektedir.

Sosyal Etki: Bir kişi için önemli olduğu düşünülen bireylerin, o kişinin yeni bir sistemi kullanması gerektiğine dair inaçlarının kişi tarafından algılanma derecesi sosyal etki olarak tanımlanmaktadır. Teknolojiyi benimseme konusunda ortaya konan teorilerde sosyal norm, sosyal faktörler, imaj, öznel norm gibi farklı isimlerle ifade edilse de, sosyal etki, bireyin davranışının, teknoloji kullanmanın bir sonucu olarak başkalarının kendilerini nasıl göreceğinden etkilendiğini kapsayan bir kavramdır (Venkatesh vd., 2003: 451). Mobil bankacılık ve internet bankacılığı uygulamalarını benimseme niyetini etkileyen unsurların araştırıldığı çalışmalardan bazıları (Çakıcı, 2008; Zhou vd., 2010; Riquelme ve Rios, 2010; Yu vd., 2012; Kazi ve Mannan, 2013) sosyal etkinin dijital bankacılık kullanma niyetini etkilediğini göstermektedir.

Kolaylaştırıcı Koşullar: Kolaylaştırıcı koşullar, bir bireyin sistemin kullanımını desteklemek için bir organizasyonel ve teknik altyapının var olduğuna inanma derecesi olarak tanımlanmaktadır (Venkatesh vd., 2003: 451). Dijital bankacılık uygulamalarının benimsenmesine yönelik davranışsal niyeti etkileyen unsurlar arasında kolaylaştırıcı koşullar faktörünün önemli olduğunu gösteren çalışmalara, Zhou vd. (2010), Yu vd. (2012), Kurt ve Turan (2017) ve Nguyen vd. (2020) tarafından yapılan çalışmalar örnek olarak gösterilebilir.

Güven: Güven, bir tarafın, güvenen için önemli olan belirli bir eylemi gerçekleştireceği beklentisine dayalı olarak, diğer tarafın eylemlerine karşı savunmasız olma istekliliği şeklinde ifade edilebilir (Mayer vd., 1995: 712). Büyük belirsizlik ve risk içeren online işlemlerin riskini azaltmak ve işlemleri kolaylaştırmak için kullanıcıların güven

oluşturmaları gerekmektedir. Önemli rolü nedeniyle güven, özellikle e-ticaret, dijital bankacılık ile ilgili araştırmalarda büyük ilgi görmüştür (Zhou vd., 2012: 28). Laforet ve Li (2005), Zhou vd. (2012), Kurt ve Turan (2017), Nguyen vd. (2020) tarafından yapılan çalışmalar güven faktörünün, kullanıcıların çevrimiçi ve mobil bankacılığı benimsemesini etkileyen önemli unsurlardan biri olduğunu göstermektedir. Konu ile ilgili teorik modeller ve yapılan ampirik çalışmalar sonucunda elde edilen bulgulara paralel olarak araştırmanın modeli Şekil 3.1'deki gibi oluşturulmuştur.



Şekil 8: Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeline uygun olarak hipotezler aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

H₁: Dijital bankacılık uygulamalarına yönelik algılanan kullanım faydası dijital bankacılığı kullanıma ilişkin davranışsal niyetini etkilemektedir.

H₂: Dijital bankacılık uygulamalarına yönelik algılanan kullanım kolaylığı dijital bankacılığı kullanıma ilişkin davranışsal niyetini etkilemektedir.

H₃: Dijital bankacılık uygulamalarına yönelik sosyal etki dijital bankacılığı kullanıma ilişkin davranışsal niyetini etkilemektedir.

H₄: Dijital bankacılık uygulamalarına yönelik kolaylaştırıcı koşullar dijital bankacılığı kullanıma ilişkin davranışsal niyetini etkilemektedir..

H₅: Dijital bankacılık uygulamalarına yönelik güven dijital bankacılığı kullanıma ilişkin davranışsal niyetini etkilemektedir.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Karaman ilinde bulunan kamu ve özel banka şubelerinde görev yapan tüm banka çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye Bankalar Birliği tarafından yayınlanan bilgilere göre 2021 yılı itibariyle Karaman ilinde özel ve kamu bankalarında 274 kişi çalışmaktadır (<https://www.tbb.org.tr>). Araştırma örnekleme aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır (Barlett vd., 2001: 47):

$$n_o = \frac{t^2 \times pxq}{d^2} \quad n1 = \frac{n_o}{1 + n_o / \text{Anakütle}}$$

Güven aralığının %95, hata payının %5 olarak kabul edildiği 274 kişilik bir evrende söz konusu formül ile örneklem sayısı 160 olarak hesaplanmıştır. Bu doğrultuda araştırmaya katılmaya gönüllü olan 200 banka çalışanına anket formu dağıtılmıştır. Hatalı veya eksik cevaplanmış anketlerin çıkarılmasıyla toplanan 150 anketten elde edilen veriler üzerinden uygulama yapılmıştır.

Hazırlanan anket formu 2022 yılı Nisan ve Mayıs ayları içerisinde Karaman ilindeki 20 adet kamu ve özel banka şubesi fiziksel olarak ziyaret edilerek ve çalışanlarla yüz yüze görüşerek dağıtılmıştır. Doldurulan anket formları yine banka şubeleri fiziksel olarak ziyaret edilerek elden toplanmıştır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmanın verileri alandaki araştırmalarla benzer olarak anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırmanın modelindeki değişkenleri ölçmek için bir anket formu geliştirilmiştir. Anket iki bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerini ölçmeyi hedefleyen 4 soru yöneltilmiştir. İkinci bölümde ise araştırmanın modelinde yer alan 6 değişkeni ölçmeyi hedefleyen ölçekler yer almıştır. Kullanılan ölçekler daha önce ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılmış geçerlik ve güvenilirlikleri rapor edilmiş ölçeklerdir. Kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1: Araştırmada Kullanılan Ölçek Bilgileri

Ölçeğin adı	İfade sayısı	Kaynak
Algılanan Fayda	5	Ananda vd. 2018; Ananda, 2020
Algılanan Kullanım Kolaylığı	4	Ananda vd. 2018; Ananda, 2020
Sosyal Etki	4	Nguyen vd. 2020
Kolaylaştırıcı Koşullar	4	Arenas-Gaitan vd., 2015
Güven	5	Küçüköğlü, 2019
Kullanma Niyeti	4	Nguyen vd. 2020
Toplam	26	

Araştırma kapsamında 6 değişkeni ölçmek için hazırlanan anket, 26 maddeden oluşmaktadır. Anket 5’li Likert tipindedir ve ifadeler katılma derecesine göre “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” veya “tamamen katılıyorum” şeklindedir. Puanlamada ifadelere verilen cevaplar “kesinlikle katılmıyorum” ifadesinden “tamamen katılıyorum” ifadesine doğru 1–2–3–4–5 şeklinde kodlanmaktadır.

3.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verilerinin analiz edilmesinde çok sayıda analiz ve yöntem kullanılmaktadır. Öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığına yönelik olarak Kolmogorov-Smirnov, Shapiro Wilk analizleri yapılmış ve verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Daha sonra ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için iç tutarlılık katsayıları (Cronbach’s Alpha) hesaplanmış ve ölçeklerin geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiştir. Etki analizleri için çoklu regresyon analizi, ilişki analizleri için Pearson momentler çarpımı korelasyon testi, gruplar arası farklılıkları analiz etmek için bağımsız örneklem *t* testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) testi kullanılmıştır. Araştırmanın verileri SPSS ve AMOS paket programları kullanılarak analiz edilmiştir.

3.6. Bulgular

Araştırma kapsamında banka çalışanlarının dijital bankacılığı kabullenmelerini etkileyen faktörlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen analizler ve elde edilen bulgular bu bölümde yer almaktadır.

3.6.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumu gibi demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	88	58,7	Medeni Durum	Bekar	47	31,3
	Kadın	62	41,3		Evli	103	68,7
Yaş	30 yaş ve altı	31	20,7	Eğitim Durumu	Lise	10	6,7
	31-40	77	51,3		Ön lisans	15	10,0
	41-50	32	21,3		Lisans	105	70,0
	51 ve üzeri	10	6,7		Lisansüstü	20	13,3

Tablo 2’deki bulgulara göre katılımcıların %58,7’si erkek iken %41,3’ü kadındır. Katılımcıların %20,7’sinin yaşları 30 yaş ve altında, %51,3’ünün yaşı 31-40 arasında, %21,3’ünün yaşı 41-50 arasında ve %6,7’sinin yaşı da 51 ve üzerindedir. Katılımcıların %31,3’ü bekar, evli olanların oranı ise %68,7’dir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%70) lisans mezunudur. Lisansüstü mezunu olanların oranı da %13,3’tür. Ön lisans mezunu olanların oranı %10, lise mezunu olanların oranı ise %6,7’dir.

3.6.2. Normallik Analizi

Araştırmada kullanılan kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, güven ve kullanma niyeti ölçeklerinin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogorov-Smirnov, Shapiro Wilk analizleri ve çarpıklık, basıklık değerleri ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 3: Normallik Analiz Sonuçları

Değişkenler	Kolmogorov-Smirnov (p)	Shapiro-Wilk (p)	Çarpıklık	Basıklık
Kullanım Faydası	0,212(0,000)	0,819(0,000)	-1,29	1,40
Kullanım Kolaylığı	0,161(0,000)	0,889(0,000)	-0,81	-0,10
Sosyal Etki	0,115(0,000)	0,943(0,000)	-0,29	0,25
Kolaylaştırıcı Koşullar	0,175(0,000)	0,874(0,000)	-0,89	0,22

Güven	0,116(0,000)	0,932(0,000)	-0,51	-0,14
Kullanma Niyeti	0,237(0,000)	0,000(0,839)	-0,76	-0,53

Tablo 3 incelendiğinde bütün değişkenlerin Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testlerine ait p değerlerinin 0,05'ten küçük olduğu ve buna bağlı olarak verilerin normal dağılmadığı görülmektedir. Bununla birlikte çarpıklık ve basıklık değerleri de verilerin normal dağılıp dağılmadığının belirlenmesinde kullanılmaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 aralığında olması durumunda verilerin normal dağıldığı kabul edilebilmektedir (George ve Mallery, 2020: 114-115). Ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 2 aralığında olduğu ve araştırma verilerinin normal dağıldığı söylenebilir.

3.6.3. Güvenirlilik Analizi

Güvenirlilik analizleri için ölçeklerin iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) hesaplanmış ve Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4: Güvenirlilik Analizi

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's
Kullanım Faydası	5	0,87
Kullanım Kolaylığı	4	0,74
Sosyal Etki	4	0,67
Kolaylaştırıcı Koşullar	3	0,77
Güven	5	0,75
Kullanma Niyeti	4	0,79

Tablo 4'te yer alan bulgulara göre araştırmada kullanılan 6 ölçeğin iç tutarlılık katsayıları (Cronbach's Alpha) değerlerinin 0,67 ila 0,87 arasında olduğu görülmektedir. 0,60 ila 0,79 arası değerler orta güvenirlilikte ve 0,80 ve üzeri değerler de yüksek güvenirlilikte ölçeklere işaret etmektedir (Nakip ve Yaraş, 2017). Bu nedenle araştırmanın ölçeklerinin güvenirlilik açısından kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

3.6.4. Geçerlilik Analizi

Araştırmada kullanılan faktörlerin geçerliğini test etmek için faktör analizi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan faktörler daha önce geliştirilmiş ve pek çok araştırma tarafından kullanılmış ölçekler olduğundan doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerinin geçerliliği incelenirken benzeşim geçerliliği (convergent validity) ve uyum iyiliği indeksleri (goodness of fit indices) dikkate alınmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonunda elde edilen standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0,5'e eşit ya da bu değerden daha yüksek olması benzeşim geçerliliğinin sağlanması açısından uygun kabul edilmektedir (Hair vd., 2019: 676).

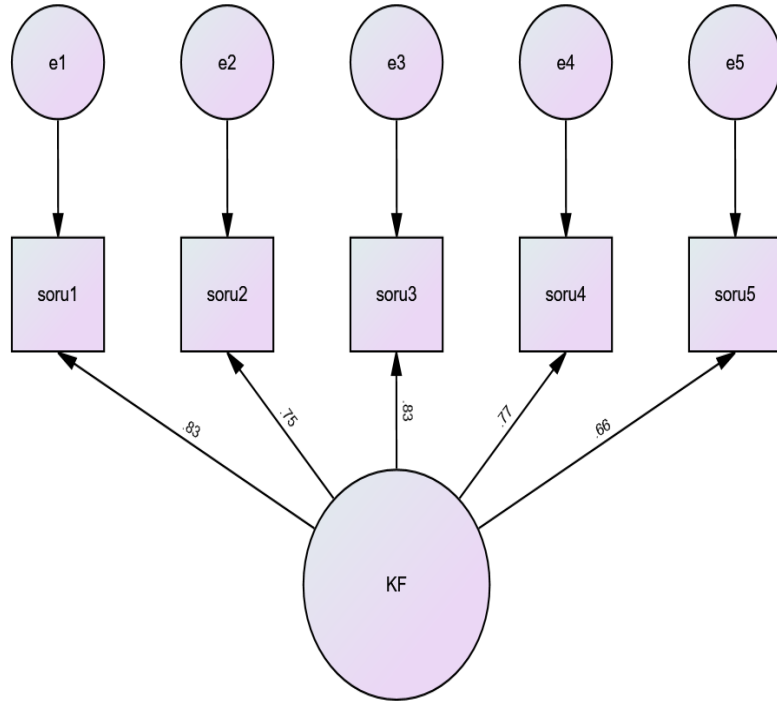
Doğrulayıcı faktör analizinde test edilen gizli değişkenin veri ile desteklenip desteklenmediğini belirlemek amacıyla, analizler sonucunda elde edilen uyum iyiliği indeksleri kullanılmaktadır. Söz konusu indeksler arasında en yaygın kullanılanı ki kare (CMIN) değeri olup, bunun yanında çok sayıda uyum indeksi bulunmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018: 344). Yaygın kullanılan uyum indeksleri ve bunların kabul edilebilir eşik değerleri Tablo 5.'te sunulmuştur.

Tablo 5: DFA Model Uyum İndeksleri

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
CMIN	$p > 0,05$	
CMIN/DF	$0 \leq \text{CMIN/DF} \leq 2$	$2 \leq \text{CMIN/DF} \leq 5$
RMSEA	$0 \leq \text{RMSEA} \leq 0,05$	$0,05 \leq \text{RMSEA} \leq 0,10$
SRMR	$0 \leq \text{SRMR} \leq 0,05$	$0,05 \leq \text{SRMR} \leq 0,10$
NFI	$0,95 \leq \text{NFI} \leq 1$	$0,90 \leq \text{NFI} \leq 0,95$
CFI	$0,95 \leq \text{CFI} \leq 1$	$0,90 \leq \text{CFI} \leq 0,95$
GFI	$0,95 \leq \text{GFI} \leq 1$	$0,90 \leq \text{GFI} \leq 0,95$
AGFI	$0,90 \leq \text{GFI} \leq 1$	$0,80 \leq \text{AGFI} \leq 0,90$
TLI	$0,95 \leq \text{TLI} \leq 1$	$0,90 \leq \text{TLI} \leq 0,95$

Kaynak: Hu ve Bentler, 1999

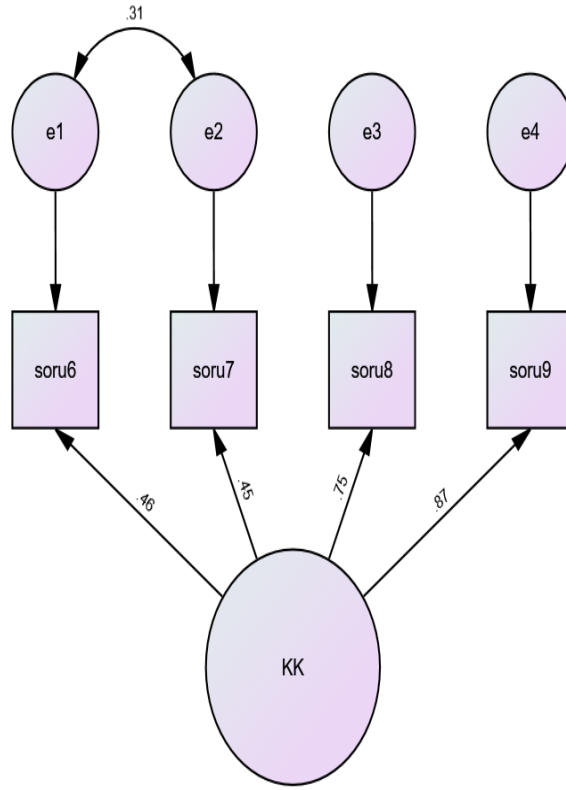
Araştırmada kullanılan ölçeklerden kullanım faydası (KF) faktörüne ilişkin standartlaştırılmış faktör yükleri Şekil 9'da sunulmuştur.



Şekil 9: Kullanım Faydası Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri

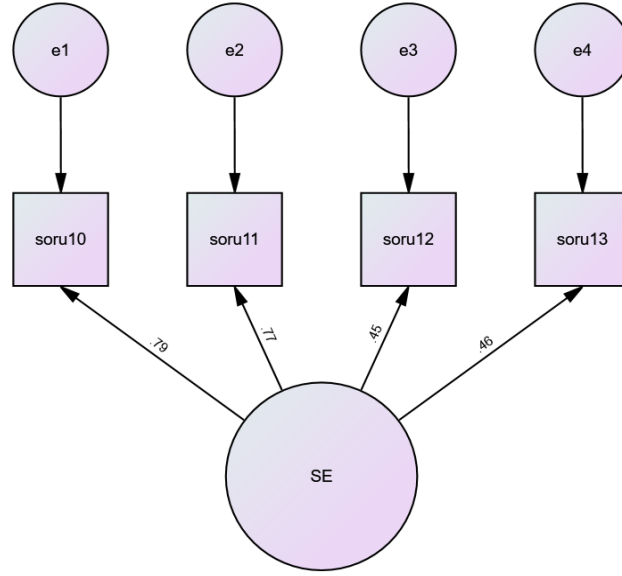
Şekil 9 incelendiğinde kullanım faydası ölçeğine ait 5 ifadenin standartlaştırılmış faktör yüklerinin (Soru1: 0,83, Soru 2: 0,75, Soru 3: 0,83, Soru 4: 0,77 ve Soru 5: 0,66) 0,5'ten büyük olduğu görülmektedir. Bu durumda söz konusu faktörün benzeşim geçerliliği açısından yeterli olduğu söylenebilir.

Şekil 3.3'e göre kullanım kolaylığı (KK) ölçek ifadelerinin faktör yükleri 0,5'e yakın ve bu değerden büyük (Soru 6: 0,46, Soru 7: 0,45, Soru 8: 0,75, Soru 9: 0,87) olarak gerçekleşmiştir. Kullanım kolaylığı faktörünün yeterli düzeyde benzeşim geçerliliğine sahip olduğu söylenebilir.

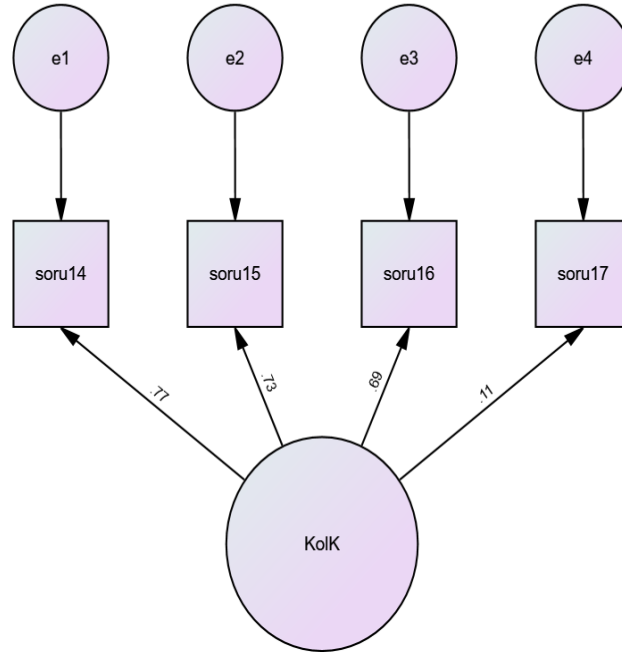


Şekil 10: Kullanım Kolaylığı Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri

Şekil 10'da sosyal etki (SE) ölçeğinin standartlaştırılmış faktör yükleri yer almaktadır. Söz konusu sonuçlar sosyal etki değişkenine ait ifadelerin faktör yüklerinin 0,5'e yakın ve bu değerden büyük (Soru 10: 0,79, Soru 11: 0,77, Soru 12: 0,45, Soru 13: 0,46) olduğunu göstermektedir. Sosyal etki değişkeni benzeşim geçerliliği açısından kabul edilebilir düzeydedir.



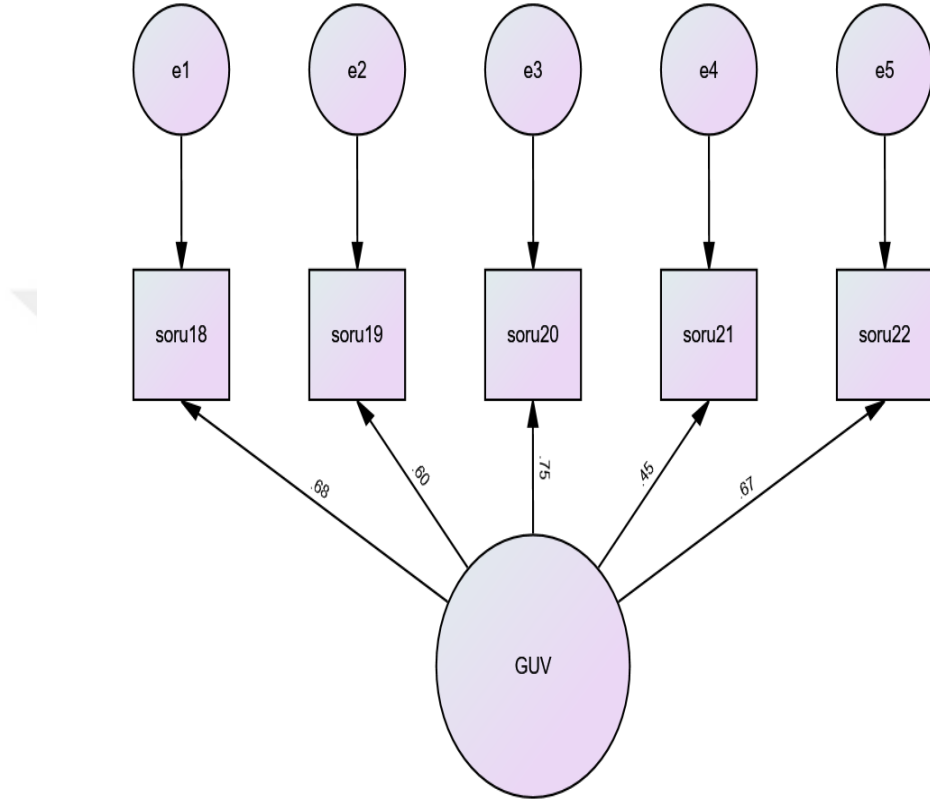
Şekil 11: Sosyal Etki Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri



Şekil 12: Kolaylaştırıcı Koşullar Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri

Şekil 12 incelendiğinde kolaylaştırıcı koşullar (KolK) ölçeği faktör yüklerinden (Soru 14: 0,77, Soru 15: 0,73, Soru 16: 0,69, Soru 17: 0,11) birinin 0,5'ten küçük olduğu görülmektedir. Bu nedenle soru 17 modelden çıkarılarak doğrulayıcı faktör analizi

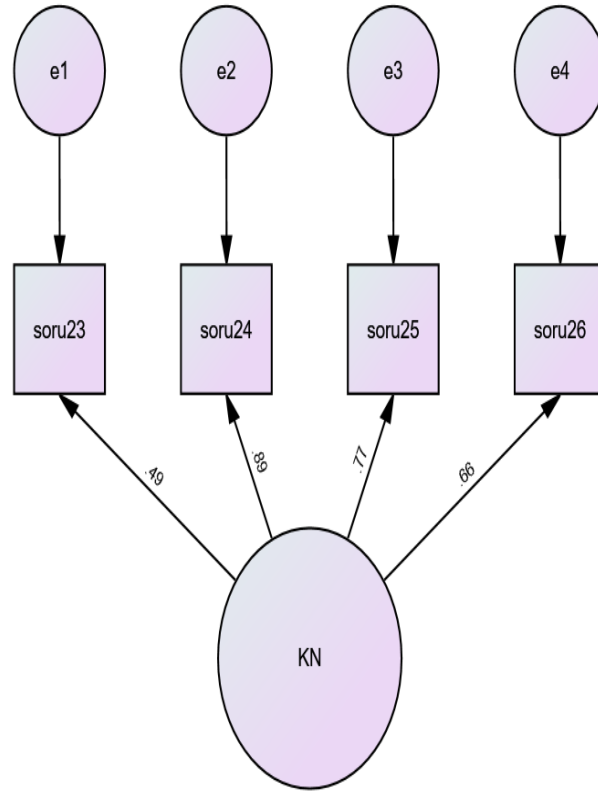
tekrarlanmıştır. Ancak analiz sonucunda elde edilen bulgular uyum indeksi değerleri açısından kabul edilebilir düzeyde olmadığından kolaylaştırıcı koşullar ölçeği uygulama kapsamına dahil edilmemiştir.



Şekil 13: Güven Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri

Şekil 13’de yer alan güven ölçeğine (GUV) ait ifadelerin faktör yükleri (Soru: 18 0,68, Soru 19: 0,60, Soru 20: 0,75, Soru 21: 0,45, Soru 22: 0,67) 0,5’ten büyük olup söz konusu değişken benzeşim geçerliliği açısından yeterli düzeydedir.

Şekil 3.7’de kullanma niyeti ölçeğine ait standartlaştırılmış faktör yükleri sunulmuştur. Söz konusu değişkenin faktör yüklerinin (Soru 23: 0,49, Soru 24: 0,89, Soru 25: 0,77, Soru 26: 66) 0,5’ten büyük olduğu görülmektedir. Kullanma niyeti değişkeninin benzeşim yeterliliği açısından kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.



Şekil 14: Kullanma Niyeti Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklere uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum indeks değerleri Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6: Araştırmada Kullanılan Faktörlere Ait Uyum İndeksi Değerleri

Değişken	CMIN/DF	RMSEA	NFI	CFI	GFI	AGFI
Kullanım faydası	2,77	0,10	0,96	0,98	0,96	0,90
Kullanım Kolaylığı	0,26	0,00	0,99	1	0,99	0,99
Sosyal Etki	1,97	0,02	0,97	0,98	0,99	0,94
Kolaylaştırıcı Koşullar	6,36	0,08	0,91	0,92	0,96	0,80
Güven	2,96	0,10	0,92	0,94	0,96	0,88
Kullanma Niyeti	1,07	0,02	0,99	0,99	0,99	0,97

Tablo 6 incelendiğinde kolaylaştırıcı koşullar faktörü dışındaki diğer faktörlere ait CMIN/DF, RMSEA, NFI, CFI, GFI ve AGFI değerlerinin kabul edilebilir aralıkta olduğu görülmektedir. Bu durumda kolaylaştırıcı koşullar dışındaki test edilen tüm ölçeklerin (kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven, kullanma niyeti) veri ile uyumlu olduğu ve geçerli olduğu söylenebilir. Kolaylaştırıcı koşullar değişkeninin geçerliliği kanıtlanamadığından araştırma kapsamına dahil edilmemiştir.

3.6.5. İlişki Analizleri

Bu bölümde araştırmada ölçülen kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri arasındaki ilişkiler ve ayrıca kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, ve güvenin kullanma niyeti üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Aşağıda Tablo 7’de kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, güven ve kullanma niyeti faktörleri arasındaki ilişki analizlerinden elde edilen bulgulara gösterilmiştir.

Tablo 7: İlişki Analizleri

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
1.Kullanım Faydası	1					
2.Kullanım Kolaylığı	0,71	1				
3.Sosyal Etki	0,38	0,43	1			
4. Güven	0,49	0,51	0,47	1		
5. Kullanma Niyeti	0,55	0,47	0,36	0,63	1	

Tablo 7’deki bulgulara göre kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güven ile kullanma niyeti arasında pozitif yönlü düşük ve orta düzeyde ve anlamlı ilişkiler bulunmaktadır (sırasıyla; $r=0,55$ ve $p<0,05$, $r=0,47$ ve $p<0,05$, $r=0,36$ ve $p<0,05$, $r=0,63$ ve $p<0,05$). Bir diğer deyişle, kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, ve güven düzeylerinde bir artış olduğunda kullanma niyeti düzeyinde de bir artış görülmektedir.

Tablodaki bulgulara göre kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, ve güven faktörlerinin kendi aralarında da pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bir diğer

deyişle, bu 5 faktörün birinin düzeyinde meydana gelen bir artış diğerlerinin düzeylerinde de bir artış meydana getirmektedir.

Tablo 8’de kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güvenin kullanma niyeti üzerine etkisine ilişkin çoklu regresyon analizinden elde edilen bulgular sunulmuştur.

Tablo 8: Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Kullanma Niyeti							
Bağımsız Değişken	B	S. Hata	β	<i>t</i>	<i>p</i>	VIF	D-W
Sabit	1,668	0,272		6,126	0,000		
Kullanım Faydası	0,254	0,072	0,311	3,524	0,001*	2,144	
Kullanım Kolaylığı	-	0,083	-	-	0,970	2,257	2,04
Sosyal Etki	0,017	0,055	0,022	0,315	0,753	1,373	
Güven	0,392	0,063	0,470	6,239	0,000*	1,568	
R: 0,69		F:					
Düzeltilmiş R²: 0,47		p: 0,00					

*%1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 8 incelendiğinde Durbin Watson değerinin 1,0’dan büyük olduğu (2,04), otokorelasyonun olmadığı ve hataların bağımsız olma şartının sağlandığı görülmektedir. Modelde VIF değerlerinin 10’dan küçük olduğu ve buna bağlı olarak çoklu regresyon analizinin çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) probleminden etkilenmediği söylenebilir (Nimon, 2010). Tablo 3.8’de yer alan bulgular kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güvenin kullanma niyeti üzerinde yaklaşık %50’lik bir varyans açıkladığını ve açıklanan bu varyans miktarının istatistikî olarak anlamlı olduğunu göstermiştir ($F = 32,695, p < 0,01$). Bir diğer deyişle, dijital bankacılığı kullanma niyeti %50 oranında bu 4 faktör ile açıklanabilmektedir. Ancak, yine bulgular bu 4 faktörden 2 tanesinin kullanma niyeti üzerinde istatistikî olarak anlamlı etkisi olduğunu göstermiştir. Kullanma faydası ve güven faktörlerinin kullanma niyeti üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi varken ($\beta = 0,254, p < 0,05$ ve $\beta = 0,392, p < 0,05$) kullanım kolaylığı ve sosyal etki faktörlerinin kullanma niyeti üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisi bulunamamıştır ($\beta = -0,003, p > 0,05$ ve $\beta = 0,017, p > 0,05$).

3.6.6. Fark Analizleri

Bu kısımda kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin katılımcıların cinsiyetine, yaşına, medeni durumuna ve eğitim düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Aşağıda Tablo 9’da kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin cinsiyete göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 9: Cinsiyete Göre Fark Analizleri

	Cinsiyet	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Kullanım Faydası	Erkek	88	4,44	0,74	0,94	0,33	0,45	0,65
	Kadın	62	4,38	0,62				
Kullanım Kolaylığı	Erkek	88	4,39	0,63	0,46	0,50	1,02	0,31
	Kadın	62	4,29	0,61				
Sosyal Etki	Erkek	88	3,92	0,74	0,99	0,32	0,97	0,33
	Kadın	62	3,80	0,72				
Güven	Erkek	88	4,20	0,70	0,59	0,44	0,93	0,35
	Kadın	62	4,09	0,65				
Kullanma Niyeti	Erkek	88	4,51	0,56	1,49	0,22	1,02	0,31
	Kadın	62	4,42	0,59				

Tablo 9’deki bulgulara göre kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin hiçbirisi katılımcıların cinsiyetine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır (tüm t değerleri için; $p>0,05$). Bir diğer deyişle, katılımcıların cinsiyetleri farklılaşsa dahi onların kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti hakkındaki algı düzeyleri farklılaşmamaktadır.

Tablo 10’da kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin yaşa göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 10: Yaşa Göre Fark Analizleri

	Yaş	n	\bar{X}	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Kullanım Faydası	30 ve - ^a	31	4,47	0,69	G.A.	5,74	3	1,91	4,22	0,01
	31-40 ^b	77	4,51	0,62	G.İ.	66,26	146	0,45		
	41-50 ^c	32	4,05	0,80	Top.	72,01	149			
	51 ve + ^d	10	4,68	0,53						
Kullanım Kolaylığı	30 ve - ^a	31	4,46	0,63	G.A.	4,20	3	1,40	3,87	0,01
	31-40 ^b	77	4,43	0,56	G.İ.	52,82	146	0,36		
	41-50 ^c	32	4,03	0,68	Top.	57,01	149			
	51 ve + ^d	10	4,43	0,53						
Sosyal Etki	30 ve - ^a	31	3,75	0,72	G.A.	1,92	3	0,64	1,21	0,31
	31-40 ^b	77	3,98	0,71	G.İ.	77,55	146	0,53		
	41-50 ^c	32	3,73	0,70	Top.	79,47	149			
	51 ve + ^d	10	3,88	0,97						
Güven	30 ve - ^a	31	4,19	0,71	G.A.	1,44	3	0,48	1,03	0,38
	31-40 ^b	77	4,16	0,69	G.İ.	67,90	146	0,47		
	41-50 ^c	32	4,02	0,69	Top.	69,33	149			
	51 ve + ^d	10	4,44	0,51						
Kullanma Niyeti	30 ve - ^a	31	4,51	0,59	G.A.	1,48	3	0,49	1,55	0,20
	31-40 ^b	77	4,53	0,50	G.İ.	46,71	146	0,32		
	41-50 ^c	32	4,28	0,67	Top.	48,19	149			
	51 ve + ^d	10	4,53	0,59						

Tablo 10'daki bulgulara göre katılımcıların sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeyleri onların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır (F değerleri için; $p>0,05$). Diğer taraftan katılımcıların kullanım faydası ve kullanım kolaylığı algı düzeylerinin onların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur ($F=4,42$ ve $p<0,05$, $F=3,87$ ve $p<0,05$). Farklılaşmanın birebir hangi yaş grupları arasında olduğuna Bonferroni Post-Hoc analiziyle bakıldığında kullanım faydası faktörü için 31-40 yaş grubu ile 41-50 yaş grubu arasında ve 31-40 yaş grubu lehine olduğu bulunmuştur. Kullanım kolaylığı faktörü için

ise 41-50 yaş grubu ile 30 yaş ve altı grubu ve 31-40 yaş grubu arasında ve 41-50 yaş grubu aleyhine olduğu bulunmuştur.

Tablo 11’de kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin medeni duruma göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 11: Medeni Duruma Göre Fark Analizleri

	Medeni Durum	n	Ort.	Ss.	Levene Testi		t Testi	
					F	p	t	p
Kullanım Faydası	Bekar	47	4,45	0,64	1,76	0,19	0,43	0,67
	Evli	103	4,40	0,72				
Kullanım Kolaylığı	Bekar	47	4,39	0,61	0,33	0,57	0,49	0,63
	Evli	103	4,33	0,62				
Sosyal Etki	Bekar	47	3,86	0,69	0,43	0,52	-0,17	0,86
	Evli	103	3,88	0,75				
Güven	Bekar	47	4,26	0,63	2,10	0,15	1,31	0,19
	Evli	103	4,10	0,70				
Kullanma Niyeti	Bekar	47	4,64	0,44	8,56	0,00	2,86	0,00
	Evli	103	4,39	0,60				

Tablo 11’de bulgulara göre kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güven faktörleri algı düzeylerinin katılımcıların medeni durumuna göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır (*t* değerleri için; $p > 0,05$). Diğer taraftan katılımcıların kullanma niyeti algı düzeyinin medeni duruma göre farklılaştığı bulunmuştur ($t = 2,86$ ve $p < 0,05$). Bir diğer deyişle, bekar olan katılımcıların dijital bankacılığı kullanma niyeti düzeyleri evli katılımcılarınkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 12’de kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin eğitim düzeyine göre fark analizlerinin bulguları gösterilmiştir.

Tablo 12: Eğitim Düzeyine Göre Fark Analizi

	Eğitim Düzeyi	n	\bar{X}	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Kullanım Faydası	Lise ^a	10	3,90	0,71	G.A.	3,38	3	1,13	2,40	0,07
	Önlisans ^b	15	4,33	0,80	G.İ.	68,62	146	0,47		
	Lisans ^c	105	4,44	0,67	Top.	72,01	149			
	Lisansüstü ^d	20	4,58	0,67						
Kullanım Kolaylığı	Lise ^a	10	4,00	0,76	G.A.	1,42	3	0,47	1,24	0,30
	Önlisans ^b	15	4,45	0,58	G.İ.	55,60	146	0,38		
	Lisans ^c	105	4,37	0,58	Top.	57,01	149			
	Lisansüstü ^d	20	4,38	0,75						
Sosyal Etki	Lise ^a	10	3,98	0,58	G.A.	0,26	3	0,09	0,16	0,92
	Önlisans ^b	15	3,88	0,63	G.İ.	79,21	146	0,54		
	Lisans ^c	105	3,85	0,74	Top.	79,47	149			
	Lisansüstü ^d	20	3,94	0,84						
Güven	Lise ^a	10	3,80	0,55	G.A.	3,04	3	1,01	2,23	0,09
	Önlisans ^b	15	4,39	0,49	G.İ.	66,30	146	0,45		
	Lisans ^c	105	4,19	0,66	Top.	69,33	149			
	Lisansüstü ^d	20	3,95	0,88						
Kullanma Niyeti	Lise ^a	10	4,23	0,65	G.A.	0,85	3	0,28	0,88	0,45
	Önlisans ^b	15	4,43	0,50	G.İ.	47,34	146	0,32		
	Lisans ^c	105	4,48	0,58	Top.	48,19	149			
	Lisansüstü ^d	20	4,58	0,50						

Tablo 12'deki bulgulara göre katılımcıların kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeyleri onların eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır (F değerleri için; $p>0,05$).

3.6.7.Hipotez Testi Sonuçları

Aşağıda Tablo 13’de bu araştırmada test edilen hipotezlerin sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 13: Hipotez Testi Sonuçları

No	Hipotez	Sonuç
H ₁	Dijital bankacılığın algılanan kullanım faydası dijital bankacılığı kullanma niyetini etkiler.	Kabul
H ₂	Dijital bankacılığın algılanan kullanım kolaylığı dijital bankacılığı kullanma niyetini etkiler.	Ret
H ₃	Dijital bankacılıkla ilgili algılanan sosyal etki dijital bankacılığı kullanma niyetini etkiler.	Ret
H ₅	Dijital bankacılıkla ilgili algılanan güven dijital bankacılığı kullanma niyetini etkiler.	Kabul

Araştırmadan elde edilen bulgulara dayanılarak araştırmanın H₁ ve H₅ hipotezleri kabul edilmiş, H₂ ve H₃ hipotezleri ise ret edilmiştir.

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Sonuç ve Tartışma:

Bankacılık sisteminin ve bilgi güvenliğinin tüm dünyada gelişmesi ile birlikte Türkiye’de de bu yönde önemli değişimler olmuştur. Bunlardan birisi de bireysel kullanıcıların, internet bankacılığı ve mobil bankacılığı içinde barındıran dijital bankacılığı daha fazla kullanmaya başlamasıdır. Ancak halen bu araçları kullanmayan bireysel kullanıcılar da mevcuttur. Literatürde bu kullanımı tetikleyen faktörler incelenmiştir. Çalışma sonucunda banka çalışanlarının dijital bankacılığı kabullenmelerini etkileyen faktörlerin incelenmesini amaçlayan bu çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki sonuçlar ortaya konmuştur.

Çalışmada katılımcıların %58,7’si erkek iken %41,3’ü kadın, katılımcıların çoğunluğunun yaş ortalaması %51,3 ile 31-40 arası, katılımcıların evli olanlarının oranı %68,7dir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%70) lisans mezunudur (Tablo 2).

Bulgulara göre kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güven ile kullanma niyeti arasında pozitif yönlü küçük ve orta düzeyde ve anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bir diğer deyişle, kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar ve güven düzeylerinde bir artış olduğunda kullanma niyeti düzeyinde de bir artış görülmektedir (Tablo 7). Ayrıca bulgular kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, ve güven faktörlerinin kendi aralarında da pozitif yönlü anlamlı ilişkiler olduğunu göstermektedir. Bir diğer deyişle, bu 5 faktörün birinin düzeyinde meydana gelen bir artış diğerlerinin düzeylerinde de bir artış meydana getirmektedir. Lin ve ark. (2007) yapmış oldukları çalışmada, teknolojiye hazır olmanın algılanan kullanım kolaylığı üzerinde doğrudan ve olumlu bir etkisi olduğunu savunmuştur. Ayrıca, Walczuch ve ark (2007) teknolojiye hazır olmanın teknolojinin algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydalılığını etkileyebileceğine dair benzer kanıtlar sağlamıştır. Sahi ve Gupta (2013) da teknolojiye hazır olmanın algılanan kullanım kolaylığı üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi olduğunu bulmuştur. Lin ve arkadaşlarına (2007) göre, kullanıcıların teknolojiye hazır olma eğilimleri, teknolojiye dayalı bir ürün ve hizmetin kullanım kolaylığı konusundaki algılamalarıyla pozitif olarak ilişkilidir. Söz konusu çalışmada elde edilen bulgular bu çalışmada ilişki analizlerinde elde edilen bulguları desteklemektedir.

Tablo 8’de yer alan bulgular kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güvenin kullanma niyeti üzerinde yaklaşık %50’lik bir varyans açıkladığını ve açıklanan bu varyans miktarının istatistikî olarak anlamlı olduğunu göstermiştir. Bir diğer deyişle, dijital bankacılığı kullanma niyeti %50 oranında bu 4 faktör ile açıklanabilmektedir. Ancak, yine bulgular bu 4 faktörden 2 tanesinin kullanma niyeti üzerinde istatistikî olarak anlamlı etkisi olduğunu göstermiştir. Kullanma faydası ve güven faktörlerinin kullanma niyeti üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi varken kullanım kolaylığı ve sosyal etki faktörlerinin kullanma niyeti üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Görz ve ark. (2000), tarafından yapılan çalışmanın analiz sonuçlarına göre, bireysel yenilikçiliğin ne algılanan kullanışlılığa, ne de kullanma niyetine olumlu bir etkisi vardır. Ancak, bireysel yenilikçiliğin algılanan kullanım kolaylığına olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılık üzerinde kuvvetli, olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Algılanan kullanım kolaylığının kullanma niyetine anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Kullanma niyetine etki ettiği öne sürülen bir diğer değişken ise algılanan kullanışlılıktır ve bu ilişki de anlamlıdır, hatta kuvvetli bir ilişkiden söz edilebilir. Bu araştırma kısmi olarak benzerlik arz etmektedir. Diğer ampirik araştırmalar Yen (2005); Chiu ve ark. (2006); Mandilas ve ark. (2013) da algılanan kullanım kolaylığının kullanım niyeti üzerindeki etkisini olumlu ve anlamlı bulmuşlardır. Algılanan faydanın teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmetleri kullanım niyeti üzerinde anlamlı ve olumlu etkileri olduğu bulunmuş ve araştırmanın beşinci hipotezi de doğrulanmıştır. Nysveen ve ark. (2005); Venkatesh ve Morris, (2000) bilgi sistemleri alanında birçok araştırmada, algılanan faydalılığının kullanım niyeti üzerinde anlamlı ve olumlu etkisi olduğuna dair kanıtlar sağlamışlardır. Buna göre teknolojiye dayalı bankacılık bir ürün veya hizmetlerinin faydalılığı bir müşterinin performansını arttırdığı ya da tüketicinin amacına ulaşmasına yardımcı olduğu için teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmeti kullanım niyetini arttırmaktadır.

Katılımcıların kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeylerinin hiçbiri katılımcıların cinsiyetine göre istatistikî olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır. Bir diğer deyişle, katılımcıların cinsiyetleri farklılaşsa dahi onların kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti hakkındaki algı düzeyleri farklılaşmamaktadır (Tablo 9). Diğer yandan Esen'in (2020) çalışmasında, modelde kullanılan değişkenlerin ve tek yönlü ilişkilerin demografik

değişkenlere göre farklılaştığı görülmüştür. Örneğin, modelde yer alan değişkenlerin tamamında erkeklerin kadınlara göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, literatürdeki birçok bulguyla paralellik göstermektedir. Bunun yanında, cinsiyetin tek yönlü ilişkilerin büyüklükleri üzerinde herhangi bir yönetici etkisi bulunmamıştır. Esen (2020) tarafında yapılan bu araştırma çalışmamız ilr benzerlik göstermemiştir.

Katılımcıların sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeyleri onların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır. Diğer taraftan katılımcıların kullanım faydası ve kullanım kolaylığı algı düzeylerinin onların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur (Tablo 10). Kwon ve Chidambaram'ın (2000) araştırmalarında skaler değişkenler olan yaşın, test edilen modeldeki anlamlı bulunan ilişkilerin derecesine etkisini ölçmek amacıyla, bu demografik değişkenlerin ilişkiler üzerindeki yönetici etkisine (moderating effect) bakılmıştır. Toplam 12 test sonucunda, 10 anlamlı yönetici etki bulunmuştur. Yaşı büyük olan kişilerde, bireysel yenilikçiliğin algılanan kullanım kolaylığına etkisi daha belirgindir. Benzer şekilde, bu kişilerde kullanma niyetinin kullanma davranışına etkisi daha fazladır. Walczuch ve ark. da (2007) yapmış oldukları araştırmada, yaşlı insanların, birbiriyle ilişkili iki faktörden dolayı yeni teknoloji sistemlerini öğrenmelerinin daha zor bulabileceğini belirtmiştir. Walczuch ve ark. da (2007) çalışması bu araştırma ile benzerlik göstermektedir.

Çalışmada kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki ve güven faktörleri algı düzeylerinin katılımcıların medeni durumuna göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır. Diğer taraftan katılımcıların kullanma niyeti algı düzeyinin medeni duruma göre farklılaştığı bulunmuştur. Bir diğer deyişle, bekar olan katılımcıların dijital bankacılığı kullanma niyeti düzeyleri evli katılımcılarınkinden anlamlı düzeyde daha yüksektir (Tablo 11). Zakiri (2017), çalışmasında katılımcıların medeni durumlarına göre farklılıklar gösterip göstermediğini bulmak için bağımsız örneklem t-testi kullanmıştır. Teknolojiye hazır olma ölçeğinin İyimserlik, Yenilikçilik, Huzursuzluk ve Güvensizlik boyutları ve algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanım niyetinin medeni durum açısından farklılık göstermediği bulunmuştur. Bu araştırma benzerlik göstermemektedir.

Katılımcıların kullanım faydası, kullanım kolaylığı, sosyal etki, güven ve kullanma niyeti faktörleri algı düzeyleri onların eğitim düzeyine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır (Tablo 12). Esen (2022) çalışmasında eğitim durumunun tüm ilişkiler üzerinde yönetici etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bireysel yenilikçiliğin algılanan kullanım kolaylığına etkisi, eğitim durumu yüksek bireylerde, düşük olanlara göre daha fazladır. Ancak, algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanılabilirliğe etkisine bakıldığında durum tam tersidir. Eğitimli düzeyi düşük olan bireylerde algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanılabilirlik üzerine etkisi, eğitim düzeyi yüksek olan bireylere göre daha yüksektir. Eğitim düzeyinin yüksek olması, niyetin davranışa dönüşmesinde de artırıcı bir etkiye sahiptir. Esen çalışmasında bu çalışmanın tam tersi yönünde bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara dayanılarak araştırmanın H₁ ve H₅ hipotezleri kabul edilmiş, H₂ ve H₃ hipotezleri ise ret edilmiştir.

Öneriler:

- Çalışma sonucunda bankalar çalışanlarına teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmetleri kullanımı ve faydaları hakkında farklı kanallar vasıtasıyla uygun eğitim materyalleri ve olanaklarını sağlamalıdır.
- Bankalar teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmetlerinin çalışanların ilgisine artırmak için teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmetlerinin güvenliğini vurgulamalıdır.
- Türkiye hükümeti ve Türkiye Bankacılık Birliği, bankaların sundukları teknolojiye dayalı bankacılık ürün ve hizmetleri için birbiriyle rekabeti başlatma eğilimi gösteren bir mekanizma yaratmalıdır.

KAYNAKÇA

- Agu, BO., Sİmon, NP., Onwuka, I. O. (2016), Mobile Banking – Adoption and Challenges in Nigeria , *International Journal of Innovative Social Sciences & Humanities Research* 4(1):17-27
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (1991). Planlı davranış teorisi. Örgütsel davranış ve insan karar süreçleri , 50 (2), 179-211.
- Albort-Morant, G., Sanch 1s-Pedregosa, C. and Jazmin, R. (2022), Online banking adoption in Spanish cities and towns. Finding differences through TAM application, *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, Vol. 35, No. 1, 854–872.
- Al-Jabri, İM. and Sohail, MS. (2012), Mobile Banking Adoption: Application Of Diffusion Of Innovation Theory, *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 13, No 4: 379-391.
- Alnemer, HA. (2022), Determinants of digital banking adoption in the Kingdom of Saudi Arabia: A technology acceptance model approach, *Digital Business* 2: 1-8
- Alragıg, A. (2018), *Mobil Bankacılığı Benimsemeye Davranışsal Niyeti Etkileyen Faktörler: Akdeniz Üniversitesi'nde Bir Uygulama*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Ananda, S. Devesh, S. Al Lawati, AM. (2020), What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking , *Journal of Financial Services Marketing*, 25:14–24 .
- Arenas Gaitán, J., Peral Peral, B. y Ramón Jerónimo, M.Á. (2015). Yaşlı ve İnternet Bankacılığı: Bir UTAUT2 Uygulaması. *İnternet Bankacılığı ve Ticaret Dergisi*, 20(1), 1-23.
- Arenas Gaitán, J., Peral Peral, B., & Ramón Jerónimo, M. (2015). Elderly and internet banking: An application of UTAUT2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20 (1), 1-23.
- Armağan E. Temel E. (2016) Türkiye'de İnternet Bankacılığı Kullanımında Demografik Faktörlerin Tüketici Algısına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 14 (2): 411-436.

- Ashik, S.J. (2020), A Study On Adoption of Digital Banking in India, International Journal of Research in Engineering, Science and Management Volume-3, Issue-5,2581-5792
- Atlı Y. (2013). *Bankacılık Sektöründe E-Pazarlama Uygulamaları Elazığ İlindeki Katılım Bankaları Müşterileri Üzerine Bir Araştırma*. T.C. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Awoniyi, O. (2022), Digital Banking Adoption in Nigeria: The Place of Technology Acceptance Model, *Asian Journal of Economics, Business and Accounting* 22(7): 59-72,
- Aydın Z. (2009). *Bankaların Kuruluşu ve Faaliyete Geçmesi*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hukuk Anabilim Dalı Özel Hukuk Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Babuşcu Ş. ve Hazar A. (2019). *Finansal Piyasalar ve Kurumlar*. Akademi Yayıncılık.
- Balakrishnan, V. ve Loo, H. S. (2012). Mobile Phone and Short Message Service Appropriation, Usage and Behavioral Issues among University Students. *Journal of Social Sciences*, 8,3, 364-371.
- Balur G. (2014). *Türk Bankacılık Sektöründe Yabancılaşma Nedenleri, Sektörel ve Makro Ekonomik Sonuçları*. Gediz Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bilgin K. (2019). *Türk Bankacılık Sisteminin Gelişimi ve 2000-2001 Finansal Krizleri Sonrası Bankacılık Sektörünün Yeniden Yapılanması*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret ve Para Yönetimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Bozpolat, C. Ve Seylan, H. (2020), Mobil Ödeme Teknolojisi Kabulünün Teknoloji Kabul Modeli ile İncelenmesi: Ampirik Bir Araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, Sayı 1, ss. 119-145.
- Budak E. (2010). *Yabancı Bankaların Türkiye’de Kuruluşu ve Faaliyetleri*. T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Devletler Özel Hukuku Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Bulut E. ve Akyüz G. (2020). Türkiye’de Dijital Bankacılık ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 42, 2, ss. 223-246.
- Büyükçelebi S.G. (2016). *Yabancı Sermayeli Bankalar; Osmanlı Bankasının Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyetinin İktisadi Hayatına Etkileri*. T.C. Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonomi ve Finans Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ceylan, HH. Genç, E. ve Erem, I. (2013), Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Araştırılması, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt/Vol.: 13 - Sayı/No: 3 (143-154)
- Chawla, D. and Joshi, H. (2016), Consumer perspectives about mobile banking adoption in India – a cluster analysis, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 35 No. 4, pp. 616-636
- Chitungo, SK. and Munongo, S. (2013), Extending the Technology Acceptance Model to Mobile Banking Adoption in Rural Zimbabwe, *Journal of Business Administration and Education*, Volume 3, Number 1, 51-79
- Çağırıcı E. (2016). *Bankacılık Sektörü, Mülkiyet Yapısı ve Tüketicilerin Mülkiyet Yapılarına Karşı Tutumları*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Çakıcı, S. (2008), *Adoption Of Mobile Banking Services In Turkey*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Davis FD., (1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly* Vol. 13, No. 3 pp. 319-340.
- Davis FD., Bagozzi, RP., Warshaw, PR. (1992), Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computers in the Workplace, *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 14, pp. 1111-1132.
- Demirel A.C. (2017). *Dijital Bankacılık ve Türkiye’deki Mevcut Durumun Analizi*. T.C. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık ve Finans Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Dirican C. (2017) İnternet Bankacılığının Bankacılıktaki Yeri Ve Etkilerine Dair Türkiye'deki Güncel Uygulamalar Taraması. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*,2(2): 1-14.
- Doğan, M., Şen, R. ve Yılmaz, V. (2015), İnternet Bankacılığına İlişkin Davranışların Planlanmış Davranış Teorisi ve Teknoloji Kabul Modeli Kullanılarak Önerilen Bir Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8/2 : 1-21
- Duramaz S. (2019). *Türk Bankacılık Sisteminde Kurumsal Sermayeli Bankaların Karşılaştırmalı Etkinlik Analizi: 2008-2017 Dönemi Değerlendirmesi*. T.C. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Teorisi Programı Yüksek Lisans Tezi.
- Durukal, E. ve Arman, K. (2021), Müşterilerin Mobil Ödeme Hizmetleri Kullanım Davranışlarını ve Kullanıcı Tatminini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, *İzmir İktisat Dergisi*, Cilt: 36 Sayı: 1 Sayfa: 171-190.
- El-Hajjar, S. ve Ouaida, F. (2019). An analysis of factors affecting mobile banking adoption, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 38 No. 2, pp. 352-367
- Erdoğan, Y. ve Eti, H:S: (2021), Mobil Bankacılık Kullanım Niyetinin İncelenmesi (Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Örneği) , *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık 2021 Cilt 23 Sayı 2 (807-840) .
- Erol H.M. (2006). *Dünya 'da ve Türkiye 'de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Türkiye 'de Kamu Bankalarının Yeniden Yapılandırılması*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Esen, F.S. (2020). Dijital Bankacılık Kullanımına Teknoloji Kabulü Temelli Bir Yaklaşım, *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 4:401-409.
- Fishbein, M., Ajzen, I., (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- George D, Mallery P. (2010). *SPSS for Windows step by step. A simple study guide and reference* (10. Baskı). GEN, Boston, MA: Pearson Education, Inc..
- Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of e-banking Services in Iran: The Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 801-807.

- Gündoğdu A. (2016). *Küresel Kriz Sonrası Gelişmeler Işığında Bankacılığın Temelleri*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güneş M. ve Çoban M. (2019). *Genel Bankacılık Finansal Sistem, Ürün ve Hizmetler*. Türkmen Kitabevi.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, JF , Risher, JJ , Sarstedt, M. ve Ringle, CM (2019), "PLS-SEM'in sonuçları ne zaman kullanılır ve nasıl rapor edilir", *European Business Review* , Cilt. 31 No. 1, s. 676.
- Hu, LT ve Bentler, PM (1999). Kovaryans yapı analizinde uyum indeksleri için kesme kriterleri: Yeni alternatiflere karşı geleneksel kriterler. *Yapısal eşitlik modellemesi: çok disiplinli bir dergi* , 6 (1), 1-55.
- Janani, R. And Rajasekaran, R. (2022), Customers Adoption Of Digital Banking, *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR) - Peer Reviewed Journal* Volume: 8| Issue: 4:37-39.
- Juma, JO. (2014), *Factors Influencing Adoption Of Digital Banking Services By Customers In Kenya: A Case Of Commercial Banks In Thika Sub County- Kenya*, A Research Project Report Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Award of Degree of Master of Arts In Project Planning and Management, University of Nairobi.
- Kamutuezu, EU. (2016), *The Adoption of Digital Banking in Namibia*, A dissertation submitted in partial fulfilment of the requirements of Master in Business Administration – International Business at the Amity Centre for E-learning Amity University, Noida .
- Karabacak, Z. İ., & Sezgin, A. A. (2019). Türkiye’de dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık. *Türk İdare Dergisi*, 1(488), 310
- Karakaş, F. (2019), *Mobil Bankacılık Kullanım Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Y Kuşağı Örneği*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass*

- Communications: Current Perspectives on Gratifications Research (pp. 19-31). Beverly Hills: Sage Publications.
- Katz, E., Haas, H. ve Gurevitch, M. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review*, 38, 164-181.
- Kaur, S.J., Ali, L., Hassan, M.K., Al-Emran, (2021), Adoption of digital banking channels in an emerging economy: exploring the role of in-branch efforts, *Journal of Financial Services Marketing*, 26:107–121
- Kaya F. (2017). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Kazi, A.K. ve Mannan, M.A. (2013). Factors affecting adoption of mobile banking in Pakistan: Empirical Evidence , *International Journal of Research in Business and Social Science IJRBS*, Vol.2 No.3,:54-61
- Kiplagat, R., Gesimba, P., & Gichuhi, D. (2019). Influence of Technology Usability on Digital Banking Adoption by Customers of Selected Commercial Banks in Nakuru Town, Kenya. *Editon Cons. J. Econ. Dev. Stud.*, 1(1), 28-39.
- Korur, V. (2020), *Factors Affecting The Adoption Of Digital Banking In Kenya: A Case Study Of Commercial Banks*, United States International University – Africa.
- Kurt, K. ve Turan, A.H. (2017). Mobil Bankacılık Uygulamalarının Benimsenmesine Yönelik Davranışsal Niyetleri Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Bilimi Dergisi (JOBS)*, 5(3): 25-58.
- Kurt, K. (2017), *Yetişkin Bireylerin Mobil Bankacılık Uygulamalarını Benimsemelerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Küçüköğlü H. (2019). *Dijital Bankacılık Kanalları Kabulünün Üniversite Öğrencileri Açısından İncelenmesi*. T.C. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Küçüköğlü, H. (2019), *Dijital Bankacılık Kanalları Kabulünün Üniversite Öğrencileri Açısından İncelenmesi*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Liberatore, M.J. and Breem, D. (1997), Adoption and Implementation of Digital-Imaging Technology in the Banking and Insurance Industries, *IEEE Transactions On Engineering Management*, Vol. 44, No. 4:367-377.

- Lin TJ, Walter FG, Hung DZ ve ark. (2008) Epidemiology of Organophosphate Pesticide Poisoning in Taiwan. *Clin Toxicol (Phila)* 46:794-801.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., ve Ajzen, I. (1992). *A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action*. *Personality and Social Psychology Bulletin*.
- Madden, TJ., Ellen, PS., Ajzen, I. (1992), A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol:18, No:1:3-9
- Mandilas, A., Karasavoglou, A., Nikolaidis, M. & Tsourgiannis, L. (2013). Predicting consumer's perceptions in on-line shopping. *Procedia Technology*, 8, 435-444.
- Mayer, RC., Davis, JH. (1995), An Integrative Model Of Organizational Trust, *Academy of Management Review*. Voi. 20. No. 3, 709-734.
- Nakip, M. & Yaraş, E. (2017). *Pazarlamada Araştırma Teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Nguyen, TT., Nguyen, HT., Mai, HT., Manh, TT. (2020), Determinants Of Digital Banking Services In Vietnam: Applying Utaut2 Model, *Asian Economic and Financial Review*, Vol. 10, No. 6, 680-697.
- Nimon K. (2010). Regression commonality analysis: Demonstration of an SPSS solution. *Multiple Linear Regression Viewpoints*, 36(1): 10-7.
- Otieno, OS., Ndede, FWS., (2020), Adoption Of Digital Banking Technology And Financial Performance Of Commercial Banks In Kenya, *International Journal of Current Aspects in Finance, Banking and Accounting*, Volume 2, Issue 1:42-50,
- Önal A. (2014). *Türk Hukukunda Yabancı Bankaların Durumu ile Bankaların Kuruluş, Faaliyet ve Sona Ermesi*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Özcan H.P. , Çelik Ş.S. ve Özer A. (2019). Bireysel Müşterilerin Mobil Bankacılık Kullanım Niyetini Etkileyen Faktörler. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9,2, 475-506.
- Özcan, HP., Çelik, ŞS., Özer, A. (2019), Bireysel Müşterilerin Mobil Bankacılık Kullanım Niyetini Etkileyen Faktörler, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 9, Sayı 2, ss. 475-506
- Özer M. (2017). Dünyada Dijital Bankacılık. *Gösterge*, 2,2, 31-38.

- Özkan, T. ve İpekten, OB. (2017), İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörler: Atatürk Üniversitesi Personeli Üzerine Bir Uygulama, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Haziran, 21(2): 647-664
- Palmgreen, P. ve Rayburn, JD (1985). Medya memnuniyetinin doyum modellerinin karşılaştırılması. *İletişim Monografıları*, 52(4), 334-346
- Parasız İ. (2011). *Türkiye 'de ve Dünya 'da Bankacılık*. Ezgi Kitabevi.
- Pham, DK. (2022), igital Banking Adoption in Vietnam: An Application of UTAUT2 Model, *Webology*, Volume 19, Number 1:3243-3262
- Rawashdeh, A. (2015). Factors Affecting Adoption of Internet Banking in Jordan. *International Journal of Bank Marketing*, 33,4, 510-529.
- Raza, M.A., Naveed, M., Ali, S. (2017), Determinants of Internet Banking Adoption by Banks in Pakistan, *Management and Organizational Studies* Vol. 4, No. 4:12-22
- Riquelme, HE. ve Rios, RE. (2010), The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 28 No. 5, pp. 328-341
- Rogers , E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. (3rd edition). New York: The Free Press.
- Rogers, E. M. (1995). *The Diffusion of Innovations*. 4th ed., The Free Press, New York.
- Shafir, E. ve LeBoeuf, R. A. (2002). Rationality. *Annual Review of Psychology*, 491–517.
- Shankar, A. (2016). Factors Affecting Mobile Banking Adoption Behavior in India. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21,1, 3-10.
- Sheikh, B.A., Rajmohan, P. (2017), Adoption Of Digital Banking In India, *Asia Pacific Journal of Research* , Vol: I. Issue LII:147-151
- Singh, S., Srivastava, R. K.(2020), Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study, *Journal of Financial Services Marketing* (2020) 25:86–96.
- Sivathanu, B. (2019), Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India, *Journal of Science and Technology Policy Management* Vol. 10 No. 1, pp. 143-171
- Söylemez, C. (2018), *Mobil Bankacılık Uygulamalarını Kullanmaya Yönelik Tutumların Teknoloji Kabul Ve Planlı Davranış Teorisiyle İncelenmesi*, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Doktora Tezi, Kütahya.

- Sucu Ö. (2019). *Katılım Bankaları ile Mevduat Bankalarının Finansal Performansı Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi : Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma*. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para, Sermaye Piyasaları Finansal Kurumlar Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Sümer G. (2013). *Türk Vergi Sistemi Açısından Bankaların Ödev ve Yükümlülükleri*. T.C. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Şiker, P. (2011), Müşterilerin İnternet Bankacılığını Benimsemelerine Yönelik Keşifsel Bir Araştırma, *IUYD '2011 / 2(2):35-50*
- Teo, T. and Lee, CB. (2010), Explaining the intention to use technology among student teachers, *Campus-Wide Information Systems* Vol. 27 No. 2, pp. 60-67
- Tüzün, P. (2020). Türk Bankalarında Dijital Bankacılık Uygulamalarının İnsan Kaynakları Stratejileri Kapsamında İşe Alımlar Üzerine Bir Tahmin . *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi* , Milli Mücadele'nin 100. Yılı Özel Sayısı , 433-452 .
- Usluel, Y. K., Mazman, S. G. (2010). Eğitimde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü ve Benimsenmesi Sürecinde Yer Alan Öğeler: Bir İçerik Analizi Çalışması. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi: 39, s.60-74.*
- Usta, R. (2005), Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma, *Dogus Üniversitesi Dergisi*, 6 (2): 279-290
- Ustaömer K. (2019). *Türkiye'nin Bankacılık Sektöründe Dijitalleşme Olgusu (Özel Bankalar Örneği)*. T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ustasüleyman, T. Ve Eyüboğlu, K. (2010), Bireylerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Belirlenmesi, *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar* Cilt:4, Sayı:2, :11-38.
- Uygun D. ve Dölek A. (2017). *Bankacılık*. Umut Kitap Basım Yayın Dağıtım.
- Uygurtürk, H., Görgülü, M.Z., Büyükyılmaz, O. (2021), İnternet Bankacılığı Kullanım Kararını Etkileyen Unsurların Demografik Faktörler Açısından Değerlendirilmesi: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt.6 Sayı.4:682-698
- Venkatesh, V., Morris M. G. ve Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27,3, 425-478.

- Venkatesh, V., Morris, MG., Davis, GB., Davis, FD., (2003), User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3 pp. 425-478
- Vural, E. , Işık, D. K. C. & Koç, D. S. (2019). İnternet Bankacılığı Ve Mobil Bankacılık Uygulamalarının Finansal Hizmet Kalitesi Açısından Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesi . *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 4 (1) , 74-89 .
- Wang, Y. S. ve Shih, Y. W. (2009). Why do People use Information Kiosks? A Validation of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Government Information Quarterly*, 26, 158-165.
- Wen Ni, T. (2020), Factors Influencing Behavioural Intention Towards Adoption Of Digital Banking Services In Malaysia, *International Journal of Asian Social Science*, Vol. 10, No. 8, 450-457.
- Windahl, S., Signitzer, B. ve Olson, J. T. (2008). Using Communication Theory: An Introduction to Planned Communication. *Sage*, 67-94.
- Wood, W. (2000). *Attitude Change: Persuasion and Social in Xuence*. Annual Review of Psychology. Vol. 51.
- Yaman G. (2018). *Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Personelin Rolü*. T.C. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Yavuz A.E. ve Babuşcu Ş. (2018). Türk Bankacılık Sektöründe Penetrasyon; İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Ürünlerindeki Penetrasyonun Analizi. *Turkish Journal Park Academic*, 2, 1, 24-57.
- Yerlikaya S. (2017). *Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye’de Dijital Babkacılığın Dönüşümü*. T.C. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Yu, CS. (2012), Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The Utaut Model, *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 13, NO 2:104-121
- Zakiri, A. M. (2018). *Teknolojiye Hazır Olma İle Teknolojiye Dayalı Bankacılık Ürünleri Ve Hizmetleri Kullanım Niyeti Arasındaki İlişki* (Doktora tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir

- Zengin O. (2019). *Türkiye’de Dijital Bankacılık Sistemi ve Gelişimi*. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Finansal İktisat ve Bankacılık Programı Yüksek Lisans Tezi.
- Zhou, T. (2012), Examining mobile banking user adoption from the perspectives of trust and flow experience, *Inf Technol Manag*, 13:27–37.
- Zhou, T., Lu, Y., Wang, B. (2010), Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption, *Computers in Human Behavior* 26 : 760–767
- <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> Erişim Tarihi: 14.03.2021
- <https://masak.hmb.gov.tr/sunus> Erişim Tarihi: 12.03.2021
- <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Sayfa/Kurumsal/hakkimizda> Erişim Tarihi: 14.03.2021
- <https://www.tbb.org.tr/tr/bankacilik/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/59> Erişim Tarihi: 15.03.2021
- https://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-iligileri/istatistikiraporlar/Banka,_Calisan_ve_Subbe_Bilgileri_/3909, Erişim Tarihi: 07.03.2021

EKLER

EK 1: Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Sizi, “Dijital Bankacılık Uygulamaları Kabulünün Banka Çalışanları Açısından İncelenmesi” çalışmasına katılmaya davet ediyoruz. Bu araştırmanın amacı, banka çalışanlarının dijital bankacılık uygulamaları teknolojilerini benimsemelerini etkileyen faktörleri ve bu faktörlerin etki düzeylerini belirlemektir. Araştırmadan elde edilecek sonuçların dijital bankacılık uygulamalarının daha verimli kullanılması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anket 2 bölümden ve 3 sayfadan oluşmaktadır. Anketi doldurmanın 10 dakika süreceği tahmin edilmektedir. Bu anket çalışması Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi izni ve bilgisi dâhilinde yapılmaktadır. Bu ankete katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanır. Anketi doldurarak bu çalışmaya katılmayı kabul etmiş olmaktadır. Size rahatsızlık veren soruları cevaplamak zorunda değilsiniz. İstedığınız zaman da anketi doldurmayı bırakabilirsiniz. Anket kâğıtlarına lütfen isminizi ve kimlik tespiti sağlayabilecek herhangi bir bilgiyi yazmayınız. Bu çalışmaya katılanların bilgileri kesinlikle gizli tutulacak ve üçüncü şahıslarla paylaşılmayacaktır. Ankete katıldığınız için teşekkür ederiz.

Dr. Öğr. Üyesi Arzu ÖZMERDİVANLI
KMÜ UBYO Bankacılık ve Sigortacılık
Bölümü Öğretim Üyesi

Şaban KOCATAŞ
Yüksek Lisans Öğrencisi

BÖLÜM 1: KİŞİSEL BİLGİLER

Açıklama: Lütfen aşağıdaki soruların karşılığını sizi en iyi yansıtacak şekilde veriniz.

1. Cinsiyetiniz?

a) Kadın b) Erkek

2. Medeni Durumunuz?

a) Evli b) Bekar

3. Eğitim Durumunuz?

a) Lise b) Ön lisans c) Lisans d) Lisansüstü

4.Yaşınız?

a)30 yaş ve altı

b)31-40

c)41-50

d)51 ve yukarı



BÖLÜM 2: Dijital Bankacılık Uygulamaları Kabulünü Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesine İlişkin İfadeler

Açıklama: Lütfen, aşağıdaki ifadelerin karşılığı olarak sizin görüşünüzü en iyi yansıtan ve en uygun olan seçeneği işaretleyiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1.	Dijital bankacılık, işlemlerimi hızlı bir şekilde gerçekleştirmemi sağlar.	1	2	3	4	5
2.	Dijital bankacılık, iş verimliliğimi ve etkinliğimi artırır.	1	2	3	4	5
3.	Dijital bankacılık, finansal işlemlerimi yönetmenin uygun bir yoludur.	1	2	3	4	5
4.	Dijital bankacılık, finansal işlemlerim üzerinde bana daha fazla kontrol sağlar.	1	2	3	4	5
5.	Dijital bankacılık, elektronik işlem yapma becerimi artırır.	1	2	3	4	5
6.	Dijital bankacılık kullanmak, banka şubelerini ziyaret etmekten daha kullanıcı dostudur.	1	2	3	4	5
7.	Dijital bankacılık uygulamalarının kullanımı açık ve anlaşılırdır.	1	2	3	4	5
8.	Dijital bankacılık uygulamaları, istenilen yer ve zamanda kullanılabilirliği için esnekler.	1	2	3	4	5
9.	Dijital bankacılık uygulamaları, yapmak istediğim işlemleri daha kolay yapmamı sağlar.	1	2	3	4	5
10.	Benim için önemli olan insanlar dijital bankacılık uygulamalarını kullanmam gerektiğini düşünürler.	1	2	3	4	5
11.	Çevremdeki insanlar dijital bankacılık uygulamalarını kullanmam gerektiğini düşünürler.	1	2	3	4	5
12.	Çevremdeki çoğu insan dijital bankacılık uygulamalarını kullanır.	1	2	3	4	5
13.	Sosyal medya üzerinden dijital bankacılık hizmetlerini kullanmam gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
14.	Dijital bankacılık uygulamalarını kullanmak için yeterli kaynağa sahibim.	1	2	3	4	5
15.	Dijital bankacılık uygulamalarını kullanmak için yeterli bilgiye sahibim.	1	2	3	4	5
16.	Dijital bankacılık uygulamaları kullandığım diğer teknolojilerle uyumludur.	1	2	3	4	5
17.	Dijital bankacılık uygulamalarını kullanmakta zorlandığımda başkalarından yardım alırım.	1	2	3	4	5
18.	Dijital bankacılıkta kişisel verilerimin başkaları tarafından görüntülenemeyecek şekilde güvenilir bir ortamda saklandığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
19.	Dijital bankacılık sayesinde olağandışı bir durumda bankadaki bilgilerime herhangi bir yerden istediğim anda ulaşabilmek beni rahatlatıyor.	1	2	3	4	5
20.	Dijital bankacılık kanallarında dolandırıcılık ve bilgi hırsızlığına karşı gereken önlemler alınmıştır.	1	2	3	4	5
21.	Dijital bankacılık kanallarından para transferi yaptığımda paramın kaybolmayacağına inanıyorum.	1	2	3	4	5

22.	Dijital bankacılık kanallarına erişim sırasında başarısız giriş denemelerinde sistem güvenliğim için giriş yapılmasına izin vermediği için kullanılan şifreleme yöntemlerini güvenli buluyorum.	1	2	3	4	5
23.	Yeterli koşullara sahip olduğumda dijital bankacılık hizmetlerini kullanacağım.	1	2	3	4	5
24.	Dijital bankacılık hizmetlerini kullanmaya devam edeceğime inanıyorum.	1	2	3	4	5
25.	Gelecekte daha fazla dijital bankacılık hizmeti kullanacağım	1	2	3	4	5
26.	Dijital bankacılık hizmetlerini kesinlikle başkalarına tanıtacağım.	1	2	3	4	5





ve Sayısı: 23.03.2022-63027

EK 2: ETİK KURUL RAPORU

T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULU KARARLARI

Toplantı Tarihi	Toplantı Sayısı	Karar Sayısı
21.03.2022	02	17 - 24

23.03.2022

Üniversitemiz Bilimsel Araştırma Yayın Etik Kurulu Prof. Dr. Hüseyin MUŞMAL başkanlığında 21.03.2022 günü saat 10.00'de toplanarak aşağıdaki kararı almıştır.

KARAR 02-2022/22. Üniversitemiz Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Şaban KOCATAŞ'ın, Dr. Öğr. Üyesi Arzu ÖZMERDİVANLI danışmanlığında yapacağı "**Dijital Bankacılık Uygulamaları Kabulünün Banka Çalışanları Açısından İncelenmesi: Karaman İli'nde Bir Uygulama**" başlıklı çalışmaya ait yapacakları anket / ölçek çalışmasında gerekli izinlerin alınması kaydıyla fikri, hukuki ve telif hakları bakımından sorumluluğu başvuran kişiye ait olmak üzere etik olarak uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

(e-imza)

Prof. Dr. Hüseyin MUŞMAL

Başkan

(e-imza)

Prof. Dr. Mehmet AKGÜL

Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Mehmet MERCAN

Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Mehmet KURT

Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Aliye
ÇINAR KÖYSÜREN

Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Gizem SAYGILI

Üye

(e-imza)

Prof. Dr. Sefa LÖK

Üye

Ferdane YAŞAR

Raportör