

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI FİNANS VE KATILIM BANKACILIĞI BİLİM
DALI

KATILIM BANKALARININ DİJİTAL DAĞITIM
KANALLARI HİZMETLERİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ
İLE BİR ANKET ÇALIŞMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TUBA SİVRİ

İstanbul

Ocak-2025

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İSLAM EKONOMİSİ VE FİNANS ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI FİNANS VE KATILIM BANKACILIĞI BİLİM
DALI

KATILIM BANKALARININ DİJİTAL DAĞITIM KANALLARI
HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİ İLE BİR ANKET ÇALIŞMASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tuba SİVRİ

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Zeyneb Hafsa Orhan

İstanbul

Ocak-2025

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İslam Ekonomisi ve Finans Anabilim Dalı, Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Doç. Dr. Zeyneb Hafsa ORHAN

Üye Dr. Öğr. Üyesi Fatih KAZANCI

Üye Dr. Öğr. Üyesi Ozan MARAŞLI

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Erhan İÇENER

Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Katılım Bankalarının Dijital Dağıtım Kanalları Hizmetlerinin Değerlendirilmesi: Üniversite Öğrencileri ile Bir Anket Çalışması” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

Tuba SİVRİ

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanma aşamasında ihtiyacım olduğu her an sıcak gülümsemesini ve samimiyetini benden hiç esirgemeyerek, kıymetli zamanını ayıran, sabır ve ilgiyle bana yardımcı olmak için elinden gelenin fazlasını yapan, ilham veren ve yol gösteren, kıymetli bilgilerini benden hiç esirgemeyen değerli Doç. Dr. Zeyneb Hafsa ORHAN hocama teşekkürlerimi sunarım.

Yine araştırmama zaman ayırarak görüşlerini benimle paylaşan anket çalışmamda emeği geçen tüm öğrencilere ve hayatımda bana her konuda sonsuz emek, sevgi, sabır ve desteklerini esirgemeyen sevgili Babam ve Annem'e şükranlarımı sunar, çalışmamın konu ile ilgili literatüre katkı sağlamasını temenni ederim.

Tuba SİVRİ
İstanbul- 2025

ÖZET
KATILIM BANKALARININ DİJİTAL DAĞITIM KANALLARI
HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: ÜNİVERSİTE
ÖĞRENCİLERİ İLE BİR ANKET ÇALIŞMASI

Tuba SİVRİ

Yüksek Lisans, Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Zeyneb Hafsa ORHAN

Ocak, 2025 – 103 Sayfa

Teknolojide her alanda meydana gelen değişim ve gelişmelerin bankacılık sektörüne de yansımalarıyla birlikte, geleneksel bankacılık faaliyetlerinin yanında dijital bankacılık faaliyetleri var olmuştur. Bu çalışma bankacılık sisteminde, katılım bankalarının dijital platformlar üzerinden müşterilerine sunmuş oldukları hizmetlerde özellikle üniversite öğrencilerinin bu hizmetleri değerlendirmelerine ilişkin analizleri içermektedir.

Teknolojiye bağlı olarak gelişen dijital bankacılık kapsamında, çağdaş bankacılık sisteminde, bankaların dijital platformlar üzerinden müşterilerine sunmuş oldukları hizmet kanalları incelenerek, dijital bankacılık faaliyetlerinin kurum ve müşteriler için avantaj ve dezavantajları ele alınmıştır. Katılım bankacılığında dijitalleşme faaliyetlerini üniversite öğrencilerinin değerlendirmesi amacıyla ele alınan çalışma dâhilinde katılım bankalarının dijital bankacılık hizmetleri detaylı şekilde incelenmiştir.

Çeşitli üniversite ve bölümlerden seçilen öğrencilere anket tekniğiyle sorular yöneltilerek elde edilen veriler dâhilinde; öğrencilerin bankacılık işlemlerinde dijital bankacılık kanallarını oldukça sık tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen teorik çerçeve ve ilgili konudan elde edilen sonuçlar analiz edilerek rapor edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Katılım Bankacılığı, Dijital Hizmetler, Dijital Kanallar, Üniversite Öğrencileri, Dijital Bankacılık

ABSTRACT
**EVALUATION OF PARTICIPATION BANKS DIGITAL
DISTRIBUTION CHANNEL SERVICES: A SURVEY STUDY
WITH UNIVERSITY STUDENTS**

Tuba SIVRİ

Master, International Finance and Participation Banking

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Zeyneb Hafsa ORHAN

January, 2025 – 103 Pages

With the reflection of the changes and developments in every field of technology to the banking sector, digital banking activities have existed alongside traditional banking activities. This study includes analyzes of the services offered by participation banks to their customers through digital platforms in the banking system, and especially the evaluation of these services by university students.

Within the scope of digital banking, which develops depending on technology, the service channels that banks offer to their customers through digital platforms in the modern banking system are examined and the advantages and disadvantages of digital banking activities for institutions and customers are discussed. Within the scope of the study aimed at evaluating digitalization activities in participation banking by university students, digital banking services of participation banks were examined in detail.

Within the scope of the data obtained by asking questions to students selected from various universities and departments using a survey technique; it was observed that students frequently preferred digital banking channels in their banking transactions. The theoretical framework examined within the scope of the research and the results obtained from the relevant subject were analyzed and reported.

Keywords: Participation Banking, Digital Services, Digital Channels, University Students, Digital Banking

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY.....	i
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xii
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Konusu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	2
1.3. Araştırmanın Kapsamı ve İçeriği.....	2
1.4. Araştırmanın Hipotezleri.....	3
1.5. Araştırma Konusunun Önemi ve Özgün Değeri.....	4
1.6. Araştırma Yöntemi.....	4
1.7. Araştırma Kısıtları.....	6
İKİNCİ BÖLÜM.....	7
KONVANSİYONEL BANKACILIK VE KATILIM BANKACILIĞI: TARİHİ ARKA PLANLARI VE MODERN DÖNEM UYGULAMALARI.....	7
2.1. Bankacılık Kavramı ve Tanımı.....	7
2.2. Bankacılık Tarihi.....	7
2.2.1. Türkiye’ de Bankacılık.....	8
2.2.2. Osmanlı Dönemi (1847 - 1923).....	8
2.2.3. Ulusal Bankalar Dönemi (1923 - 1933).....	9

2.2.4.	Kamu Bankaları Dönemi (1933 - 1945).....	9
2.2.5.	Özel Bankalar Dönemi (1945 - 1960).....	9
2.2.6.	Planlı Dönem (1960 - 1980).....	10
2.2.7.	Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 ve Sonrası).....	10
2.3.	Bankacılık Sistemi İçinde Katılım Bankacılığı Oluşumu	12
2.3.1.	Katılım Bankacılığı Nedir?	12
2.3.2.	Katılım Bankaları Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntemleri.....	13
2.3.3.	Katılım Bankacılığı Dönemsel Gelişimi	14
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM		16
DİJİTALLEŞMEYE KATILIM BANKACILIĞI ÜZERİNDEN BAKIŞ		16
3.1.	Dijitalleşme Kavramı ve Önemi.....	16
3.2.	Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Sisteminde Geleneksel Bankacılık Sisteminden Çağdaş Bankacılık Sistemine Geçiş	16
3.3.	Dijital Bankacılık	18
3.3.1.	ATM Bankacılığı.....	18
3.3.2.	Satış Noktasında Elektronik Fon Transferi (EFTPOS).....	19
3.3.3.	Ev ve Ofis Bankacılığı.....	19
3.3.4.	Telefon Bankacılığı.....	19
3.3.5.	Çağrı Merkezleri	20
3.3.6.	Mobil Bankacılık	20
3.3.7.	Kiosk Bankacılık.....	20
3.3.8.	İnternet Bankacılığı.....	21
3.4.	Dijital Bankacılık Faaliyetleri Avantajlar ve Dezavantajları	21
3.4.1.	Avantajları	21
3.4.2.	Dezavantajları	23
3.5.	Katılım Bankacılığı ve Dijitalleşme.....	24
3.6.	Katılım Bankacılığı Dijital Hizmetleri.....	26

3.6.1. Ziraat Katılım Bankası	26
3.6.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası:	27
3.6.3. Albaraka Türk Katılım Bankası.....	29
3.6.4. Emlak Katılım Bankası	31
3.6.5. TOM Bank.....	33
3.6.6. Dünya Katılım Bankası	33
3.6.7. Hayat Finans.....	33
3.6.8. Türkiye Finans Katılım Bankası.....	34
3.6.9. Vakıf Katılım Bankası	37
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	39
LİTERATÜR TARAMASI.....	39
4.1. Literatür Taraması	39
BEŞİNCİ BÖLÜM	51
BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	51
5.1. Araştırmada Kullanılan Yöntem	51
5.2. Bulgular.....	52
5.3. Değerlendirme.....	67
ALTINCI BÖLÜM.....	76
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	76
6.1. Sonuç.....	76
6.2. Tartışma ve Öneriler.....	77
KAYNAKÇA.....	79
EK-1 Anket Soruları	85
ÖZGEÇMİŞ.....	88

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 5.1: Anketin Birinci Bölümündeki Sorulara Katılım Yüzdesi.....	52
Tablo 5.2: Anketin İkinci Bölümündeki Sorulara Katılım Yüzdesi.....	53
Tablo 5.3: Ankete Katılanların Cinsiyeti.....	54
Tablo 5.4: Ankete Katılanların Yaş Dağılımları.....	54
Tablo 5.5: Ankete Katılanların Okudukları Üniversiteler.....	56
Tablo 5.6: Ankete Katılanların Okudukları Bölümler.....	58
Tablo 5.7: Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalaniyor musunuz?.....	60
Tablo 5.8: Yeni Teknoloji Katılım Bankacılığı İşlemlerini Hayatınızda Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz?.....	60
Tablo 5.9: Bankacılık İşlemlerinizi Çoğunlukla Kuruma Giderek Mi Yoksa Dijital Kanallar Aracılığıyla Mı Gerçekleştirirsiniz?.....	61
Tablo 5.10: Dijital Kanallar Yardımıyla Katılım Bankalarında En Çok Hangi Hizmetten Yararlanıyorsunuz?.....	61
Tablo 5.11: Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Öncelikle Tercih Etme Sebebiniz Nedir?.....	62
Tablo 5.12: Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir?.....	63
Tablo 5.13: Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Üzerinden Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Kıstas Nedir?.....	64
Tablo 5.14: Katılım bankalarında dijital kanallar üzerinden aldığınız hizmetlerde sizin için en önemli risk nedir?.....	65

Tablo 5.15: Katılım Bankacılığı Dijital Hizmetlerinde Meydana Gelen

Gelişmeleri Tanıtma Adına Gelen Bildirim ve Sunulan Reklam Kampanyaları

Sizce Yeterli Midir?.....65

Tablo 5.16: Dijital Kanallar Yardımıyla Katılım Bankalarında En Çok Hangi Hizmetten Yararlanıyorsunuz Sorusuna En Çok “Mobil Bankacılık” Cevabı Veren 193 Kişinin, Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir? Sorusuna Verdiği Cevaplar.....72

Tablo 5.17: Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Öncelikle Tercih Etme Sebebiniz Nedir Sorusuna En Çok Hızlı Ve Pratiklik Cevabı Veren 127 Kişinin, Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir? Sorusuna Verdiği Cevaplar.....73

Tablo 5.18: Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir Sorusuna En Çok “Yok” Cevabı Veren 179 Kişinin, Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Üzerinden Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Kıstas Nedir? Sorusuna Verdiği Cevaplar.....74

Tablo 5.19: Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir Sorusuna En Çok “Yok” Cevabı Veren 179 Kişinin, Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Üzerinden Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Kıstas Nedir? Sorusuna Verdiği Cevaplar.....75

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1: Türkiye’de Bankacılık Dönemleri	8
Şekil 2.2: Günümüz Bankacılık Sistemi Nasıl Çalışır	11
Şekil 2.3: Fon Kullanırma Yöntemleri	13
Şekil 2.4: Fon Toplama Yöntemleri	13
Şekil 2.5: Dünya Üzerinde İslami Bankacılık Alanında Faaliyet Gösteren Ülkeler ..	14
Şekil 3.6: Dijital Bankacılık Dağıtım Kanalları.....	18



KISALTMALAR LİSTESİ

POS	: Point Of Sale/ Satış Noktası
ATM	: Otomatik Para Çekme Makinesi
EFTPOS	: Satış Noktasında Elektronik Fon Transferi
FİNTEK	: Finansal Teknolojiler
IBAN	: Uluslararası Hesap Numarası
EFT	: Elektronik Fon Transferi
FAST	: Fonların Anlık ve Sürekli Transferi
MTV	: Motorlu Taşıtlar Vergisi
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
SMS	: Kısa Mesaj Hizmeti
İİBF	: İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
TKBB	: Türkiye Katılım Bankaları Birliğ

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Bu çalışma katılım bankacılığı dijital hizmetlerinin üniversite öğrencileri kapsamında değerlendirilmesi amacıyla ele alınmış olup; konu ile ilgili elde edilecek yeni verileri sunmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın amacı dâhilinde; konusu, kapsamı ve içeriği, hipotezleri, önemi ve özgün değeri, kullanıldığı yöntemi, kısıtları ile ilgili planlama şu şekilde yapılmıştır:

1.1.Araştırmanın Konusu

Son dönemlerde her alanda meydana gelen değişim ve gelişmeler bankacılık sektöründe de birçok kolaylığı beraberinde getirmiştir. Verilen hizmetlerde işlem süresini en aza indirme, yoğunluğu azaltma ve tüm bu süreci pratiğe dönüştürmeyi hedefleyen bankalar, dijitalleşme çerçevesinde banka kurumlarında sunulan birçok hizmeti insanlara “İnternet Bankacılığı, Mobil Bankacılık, POS Hizmetleri” gibi çeşitli şekillerde sunmaktadır.

Bu tezin konusu, üniversite öğrencilerinin birçoğunun aktif olarak kullandığı internet ve mobil bankacılık hizmetlerinde, özellikle katılım bankalarında sunulan dijital hizmetlerin kullanımına dair yönelimlerini incelemektir. Bu bağlamda, katılım bankalarının dijitalleşme bağlamında sunduğu hizmetler araştırılmış ve dijital bankacılıkta alınan hizmetlere yönelim her yönüyle tespit edilmek istenmiştir. Araştırmada birçok üniversiteden, farklı bölümlerden, farklı yaş grupları çalışma kapsamına dâhil edilecek, çıkarımlar sonucunda bankaların bu hizmetlere yönelik değişim ve gelişimi için stratejiler önerilmiştir.

Katılım bankası müşterilerinin şubeye gitmeden kişilere sunduğu bu hizmetler ile ilgili çok yönlü değerlendirme içeren anket ile üniversite öğrencileri üzerinde bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Temel işlevleri fon toplama ve bu fonu kullandırma olmasının yanında birçok farklı şekilde müşterilerine hizmet sağlayan katılım bankaları, dünyada neredeyse her alanda meydana gelen yeniliklere, değişim ve gelişmelere de ayak uydurmuştur.

Yapılacak işlemler hususunda zaman tasarrufu, maliyet tasarrufu, sürekli erişim ve bunun gibi birçok alanda müşterilerine daha iyi hizmet verme amacıyla mobil bankacılık, internet bankacılığı, ATM bankacılık, POS uygulaması gibi çeşitli hizmetler ile kişilere erişim imkânı sunmaktadır. Bu yöntemler ile müşteriler bankacılık işlemlerini daha pratik şekilde uygulayabilme fırsatı yakalamaktadır.

Genç neslin internet, bilgisayar, telefon gibi araçları çok daha sık kullanmaları yadsınamaz bir gerçektir. Bu kapsamda araştırma, üniversite öğrencilerinin dijital bankacılık hizmetlerine yönelik memnuniyet düzeylerini, alışkanlıklarını ve sunulan hizmetlerin kullanım durumunu ve kullanım kolaylığı üzerine algılarını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırma da üniversite öğrencilerinin şu gibi hususlardaki deneyim ve görüşleri incelenmiştir: katılım bankalarının internet üzerinden sundukları tüm hizmetler için bu işlemlerin kullanılma durumu, güvenlik durumu; bunların hangi işlemleri kapsadığı; hizmet kalitesi; tercih edilme-edilmeme sebepleri; bu işlemlerin avantaj ve dezavantajları.

Bunlar dâhilinde, dijital bankacılık hizmetlerinin öğrenci kitlesi üzerindeki etkileri analiz edilerek eksik noktalar ile ilgili öneriler sunulması amaçlanmıştır.

1.3. Araştırmanın Kapsamı ve İçeriği

Dünyada bankacılık sektörünün doğuşu, M.Ö. 3500 yıllarında Babil ve Sümerlere kadar dayanmaktadır (Pehlivan, 2022:9). Farklı medeniyetlerde çeşitli şekillerde var olan bankacılık işlemleri zamanla şekillenmiştir. Temelde “Faizsiz” düşüncesi ile işlem yapan katılım bankaları ise özellikle 20. Yüzyılın son dönemlerinde bir ihtiyaç olarak görülüp ortaya çıkarılmıştır. Katılım bankaları şubelerinde kişilere birçok hizmeti vermenin yanında, hızla dijitalleşen dünyada, müşteri işlemlerine cevap verebilen internet bankacılığı ile ilgili de çalışmalar yapmışlardır.

Katılım bankalarının günümüz teknolojisine cevap veren ve işlemleri çok daha az maliyet ile gerçekleştirme fırsatı buldukları dijitalleşme faaliyetleri şunlardır:

- İnternet Bankacılığı
- Mobil Bankacılık
- POS Cihazları
- ATM Bankacılığı

Günümüzde belki de bu kolaylıkları en çok deneyimleyen ve benimseyen, yeniliğe açık, uygulama hususunda aktif olan üniversite öğrenci grubunun katılım bankalarına ait bu hizmetlerden tercih ettiği birçok işlem bulunmaktadır. Bu kapsamda kişilerin dijital bankacılık işlemlerini kullanma durumunu, tercih etme- etmeme sebeplerini, en çok kullanılan dijital bankacılık hizmetlerini, bireylerin olumlu-olumsuz değerlendirmelerini tespit etme amacıyla ele alınmıştır.

1.4.Araştırmanın Hipotezleri

Tezin araştırdığı sorulara bağlı olarak geliştirdiği hipotez şudur:

Sıfır Hipotez: Katılım bankalarının şube hizmeti haricinde dijital kanallar yardımıyla müşterilerine işlemlerde yardımcı olması teknolojiyi etkin kullanan üniversite öğrencilerinin dijital bankacılık işlemleri tercihi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Alternatif Hipotez: Katılım bankalarının sunduğu internet hizmetlerinin üniversite öğrencileri açısından şubede işlem yapmaktan farkı yoktur.

Araştırmayı özellikle üniversite öğrencileri üzerinden yapmanın iki ana nedeni bulunmaktadır: Birincisi günümüzde, dünyada dijitalleşme olgusuna ilgi duyan gençlerin, bankalar da dâhil her alanda teknoloji kullanım merakını ölçmektir. İkinci olarak ise özellikle katılım bankalarında yapılan işlemlerde gençlerin ağırlıklı olarak yaptıkları işlemlerdeki olumlu-olumsuz değerlendirme sonuçlarını ortaya koymaktır.

1.5. Araştırma Konusunun Önemi ve Özgün Değeri

Çalışmaya değer katan en önemli husus, ekonomide fon akışını sağlamanın yanında, tüm sistemini dayanışma temeline dayandıran ve bankacılık işlemlerinde özel “Cari ve Katılma Hesapları” yoluyla fon toplamak ve topladığı fonları faizsiz finans prensiplerine uygun yöntemlerle kullandırmak üzere faaliyet gösteren katılım bankalarının dijital hizmetlerinin özellikle üniversite grubu öğrencilerinin aktif kullanım oranına dair bulgular üzerinden çalışılacak olmasıdır.

Bu zamana kadar ele alınan çalışmalarda genel olarak dijital bankacılık hususunda; kişilerin kullanım oranları, kullanım nedenleri, Türkiye’de bankaların dijitalleşme olgusu, müşterilerin dijitalleşmeyle sağladığı uyum gibi hususlar ele alınmış olsa da; öncelikle internet, bilgisayar, telefon vb. teknolojiye yatkın üniversite öğrencilerinin, katılım bankalarının bu hizmetlerinden faydalanma-faydalanmama durumlarını, aldıkları hizmetin olumlu-olumsuz yönlerini, sunacakları tavsiyeler gibi tüm aşamaları dikkate alarak incelemeyi amaçlayan bu araştırma, toplumda özellikle üniversite öğrencilerinin, bankaların dijital işlemleri üzerindeki değerlendirmelerini detaylı incelemesi bakımından da özgün bir değere sahiptir.

1.6. Araştırma Yöntemi

Tez çalışmasında araştırma konusunun daha detaylı analiz edilmesi adına “Literatür Taraması, Kolayda Örneklem Yöntemi ile Anket Çalışması ve Nicel Araştırma” aşamaları takip edilmiştir.

Nicel Araştırma; bir durum hakkında bilgi edinme amacıyla, sayısal verilerin objektif şekilde gözlem yardımıyla ölçülerek değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen ve yorumlayan yöntem olup temel özellikleri şunlardır (Garip, 2023:4):

- Çalışmanın başında hipotezleri bellidir.
- Ele alınan konu hakkında olgular arası ilişkiler incelenir.
- Toplanan veriler sayısal değerlere dönüştürülür.
- Toplanan veriler istatistiksel olarak özetlenir.
- Çalışma sonuçları kesin açıklamaları içerir.

Anket ise; bireylerden konularla ilgili düzenli şekilde bilgi toplama amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Anket yöntemiyle bağımlı-bağımsız değişken ilişkileri incelenir, önemli bağımsız değişkenler tespit edilir, yeni varsayım ve araştırmalar oluşturulur (Oğur ve Tekbaş,2003:336).

Bu kapsamda araştırma yöntemi seçilirken, seçilen örneklem üzerinde konu ile ilgili görüşleri anlama, örneklem grubunun değerlendirmelerine yer verme, detaylı analiz etme, fikir sahibi olma ve öneri sunma amacıyla çalışma nicel yöntem üzerine kurularak, araştırma tekniği ise anket olarak tercih edilmiştir.

Çalışmada ilk olarak literatürdeki konu ile ilgili araştırmalar incelenmiştir. Bankaların rekabet ortamında tercih edilme stratejileri arasında hizmet çeşitliliği unsuru yatmaktadır. Katılım bankalarının tamamının sunduğu internet bankacılığı hizmetleri, bu hizmetlerin işlevselliği, kullanım sıklığı gibi durumlar müşterilerin banka tercihlerini etkileyen ana unsurlar olarak kabul edilmektedir.

Buradan hareketle ikinci olarak; bankaların sundukları hizmetleri incelemenin yanında, bu kurumların yaptıkları yenilikler ve düzenlemeler, banka işlemlerinde öğrencilerin dijital kanalları tercih etme durumu, dijital bankacılığın sağladığı avantaj ve dezavantajların öğrenciler kapsamında değerlendirilmesi vb. hususların tamamı için nicel bir yöntemle veriler toplanmıştır.

Üçüncü olarak araştırmanın asıl amacı olan, dijital bankacılık uygulamalarının genç bireyler tarafından değerlendirilmesi doğrultusunda, çalışmanın örneklem grubu “Üniversite Öğrencileri” olarak seçilmiş olup; örneklem seçim yöntemlerinden “Kolayda Örneklem Yöntemi” kullanılmıştır.

Kolayda örneklem yöntemi; örneklem grubunun içinde seçilecek kişilerin, araştırmacı tarafından belirlendiği yöntemdir (Haşiloğlu, Baran Ve Aydın, 2015:20).

Kolayda örneklem yönteminde örneklem grubuna erişim oldukça kolay olarak gerçekleşir (Yağar Ve Dökme, 2018:5).

Örneklem grubu “Üniversite Öğrencileri” olarak kısıtlanan çalışmada, farklı okul ve bölümlerden rastgele kişiler seçilmiştir. Bu kapsamda anket yöntemiyle elde edilecek verilerde özellikle okul veya bölümde okuyan herhangi bir öğrenciye odaklanılmamış, tüm okul ve bölümlerde öğrenim gören öğrenciler rastgele olarak araştırmaya dâhil edilmiştir.

Toplamda 34 üniversiteden, çeşitli bölümlerden ve yaşlardan hedef kitle üzerinden bir çalışma yapılmıştır. Bu araştırma bilimsel örneklem üzerinde ankete dayalı olarak, 378 kişi üzerinden gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan 14 temel soru kapsamında, anket katılımcılara iki bölüm olarak sunulmuş olup; birinci bölüm yaş, cinsiyet, okul, bölüm gibi kişisel bilgileri kapsarken, ikinci bölüm ise bireylerin katılım bankacılığı dijital faaliyetleri hakkındaki değerlendirmeleri üzerine olmuştur.

Araştırmanın saha kısmı tamamlandıktan sonra toplanan bilgiler (anket değerlendirmesi) sistematik bir rapora dönüştürülerek tasnif edilmiş olup, elde edilen her bir veri ayrı ayrı tablolar halinde sunulurken, teorik çerçeveye bağlantısı kurularak yorumlanıp değerlendirilmiştir.

1.7.Araştırma Kısıtları

Çalışma ele aldığı konu kapsamında şu kısıtlar üzerine kurulmuştur: öncelikle araştırma belirli bir örneklem grubuyla (üniversite öğrencileri) sınırlandırılmış olup, dijital kanallar aracılığıyla verilen hizmetlerin tüm bireyler dâhilinde değerlendirilmemesi açısından genelleme durumu kısıtlanmıştır. Bunun yanında örneklem büyüklüğü sınırlı olup, 378 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

KONVANSİYONEL BANKACILIK VE KATILIM BANKACILIĞI: TARİHİ ARKA PLANLARI VE MODERN DÖNEM UYGULAMALARI

2.1. Bankacılık Kavramı ve Tanımı

Banka kurumları, fon toplayan, topladığı fonları ihtiyacı olan kişilere vadeli olarak sunan, kişilerin mevduatlarını kabul eden finansal kurumlardır. Bankalar fon toplama, kullandırma ve mevduat işlemleri haricinde şu işlemleri de gerçekleştirmektedirler (Yetiz, 2016: 107):

- Finansal işlemlerde süreç içerisindeki aracılık faaliyetlerine yardımcı olma,
- Kişilerin menkul kıymet alma-satma işlemleri,
- Bireylerin kıymetli varlıklarının kasalar yardımıyla korunmasını sağlama,
- Ticaretin tamamında aracılık faaliyetlerinde bulunma.

2.2. Bankacılık Tarihi

Bankacılığın doğuşuna bakıldığında, ilk bankacılık faaliyetlerinin Sümer ve Babillere kadar uzandığı bilinmektedir. M.Ö. 3500 yıllarında Sümer ve Babil’de borç verilerek yapılan bankacılık işlemlerine rastlanmaktadır. 13. yüzyıl itibariyle başlayan bankacılıktaki gelişmeler, İstanbul’un fethiyle beraber hız kazanmıştır. Rönesans ve reform hareketleriyle birlikte faiz yasağının kaldırılması bankacılıkta yenilenmelere katkı sağlamıştır.

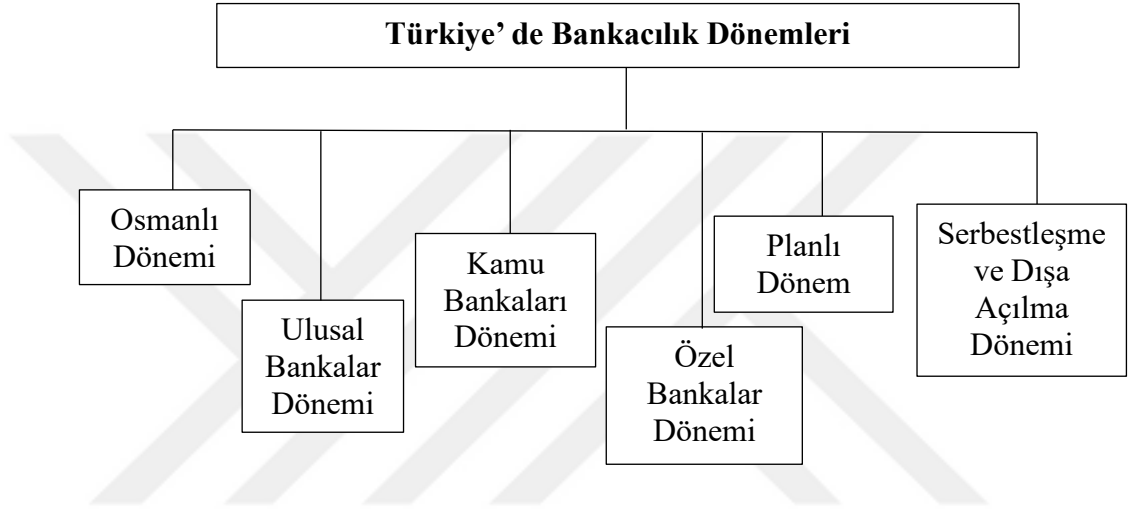
Tüm bunlarla beraber 17. yüzyıl itibariyle günümüz bankacılık kurumları oluşmaya başlamıştır. Bu kapsamdaki ilk örnekler şunlardır (Özdemir, 2005:870):

- 1609 Amsterdam Bankası
- 1637 Venedik Bankası
- 1664 İngiltere Bankası
- 1782 Bank of North America
- 1791 Bank of The United States
- 1913 FED (Federal Reserve System)

2.2.1. Türkiye’de Bankacılık

Türkiye’de bankacılık faaliyetleri, Tanzimat’ın ilanı ile hızlanmıştır. Sonrasında cumhuriyetin ilanı ile beraber millileşme ile Türk bankacılık sektörü gelişim göstermiştir. Oluşan ekonomik krizler ile alınan kararlar ve ortaya çıkan kurumlar ile günümüz bankacılık sektörü halini almıştır (Sümer, 2016:487).

Bankacılığın Türkiye’de tarihsel gelişimine bakıldığında aşağıdaki gibi bir şekil hazırlanabilir:



Şekil 2.1: Türkiye’de Bankacılık Dönemleri

Kaynak: Yetiz, 2016:110 Yazar tarafından yeniden şekillendirilmiştir.

Aşağıda bu dönemlere ait özet bilgiler paylaşılacaktır.

2.2.2. Osmanlı Dönemi (1847 - 1923)

Osmanlı devleti döneminde, Tanzimat’ın ilan edilmesine kadar bankacılık alanında faaliyetler bulunmamaktadır. Bunun temel iki sebebi: Birincisi, Türklerin meslek yoğunluğunun yöneticilik, askerlik alanlarında olması iken; ikincisi ise, sanayi devrimine ayak uydurulamama durumudur.

Dönemin bankaları ise şunlardır (Kılıç, 2020:8-9):

- 1856 - Osmanlı Bankası
- 1917 - Osmanlı İtibari Milli Bankası
- 1888 - Ziraat Bankası

2.2.3. Ulusal Bankalar Dönemi (1923 - 1933)

Türkiye İktisat Kongresi'nin 1923 yılında toplanmasıyla birlikte tarımda, sanayide, ticarete piyasada önde olan isimlerle ulusal bir bankanın kurulması fikri üstünde herkes birleşmiştir. Kongrenin ana konusu ise kısaca şöyledir: Özel sektör kolları banka açacak ve devam ettirecek kadar gelişmişlik düzeyinde değildir. Burada devlet bankaları kurularak devletin destek olması gerekmektedir. Bu görüş doğrultusunda kurulan bankalar şunlardır (Yetiz, 2016:110):

- 1924 – Türkiye İş Bankası
- 1925 – Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuştur.

2.2.4. Kamu Bankaları Dönemi (1933 - 1945)

Bu yıllarda Türkiye'de tarımsal üretim ağırlıktadır. Özel sektör kapsamında sanayileşme stratejisinde başarısız olunması sonucunda ekonomik kalkınma için devletin daha aktif olması gerektiği düşüncesi ortaya çıkmıştır. Böylece kalkınma için özel sektörden vazgeçilerek, devletin sanayi yatırımlarında bulunması ile kalkınma hedeflenmiştir. Bu kapsamda bankacılık alanında da yeni kurumlar ortaya çıkarmıştır. Bunlar şu bankalardır (Pehlivan, 2022:15-16):

- 1933 – Sümerbank
- 1945 – İller Bankası
- 1935 – Etibank
- 1938 – Halk Bankası

2.2.5. Özel Bankalar Dönemi (1945 - 1960)

Şehirlerde meydana gelen büyüme, nüfustaki hızlı artış, yatırımların hızlı artışı, üretimdeki hızlı artış gibi durumlarda yaşanan gelişmeler para ve düzenlenmeleri hususunda ihtiyaçların artmasına neden olmuştur. Bu sebeple bankacılık alanına önem artmıştır.

Bununla birlikte Şu bankalar kurulmuştur (Yetiz, 2016:111):

- 1946 – Garanti Bankası
- 1948 – Akbank
- 1950 – Tŕrkiye Sınai Bankası
- 1955 – Pamukbank

2.2.6. Planlı Dŕnem (1960 - 1980)

Uygulanan ekonomi politikaları sonucunda ekonomideki durgunluğa ŕzŕm bulunamamıŐtır. Buna paralel olarak politika deĐiŐikliĐiyle planlı dŕneme geçiş yapılmıştır. Bu kapsamda, var olan bankaların altında Şube sayıları arttırılırken, kŕk bankalar ise birleŐtirilmiŐtir. Dŕnemin yeni kurulan bankaları ise Şunlardır (Gŕlen, 2015:11):

- 1962 – Turizm Bankası
- 1963 – Sınai Yatırım ve Kredi Bankası
- 1964 – Devlet Yatırım Bankası
- 1964 – Tŕrk / Dış Ticaret Bankası
- 1968 – Tŕrk Maden Bankası
- 1976 – Devlet Sanayi ve İŐçi Yatırım Bankası
- 1977 – Arap Tŕrk Bankası

2.2.7. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dŕnemi (1980 ve Sonrası)

Bu dŕnemde bankacılıkta meydana gelen yenilikler Şunlardır (GŕndoĐdu, 1998:79):

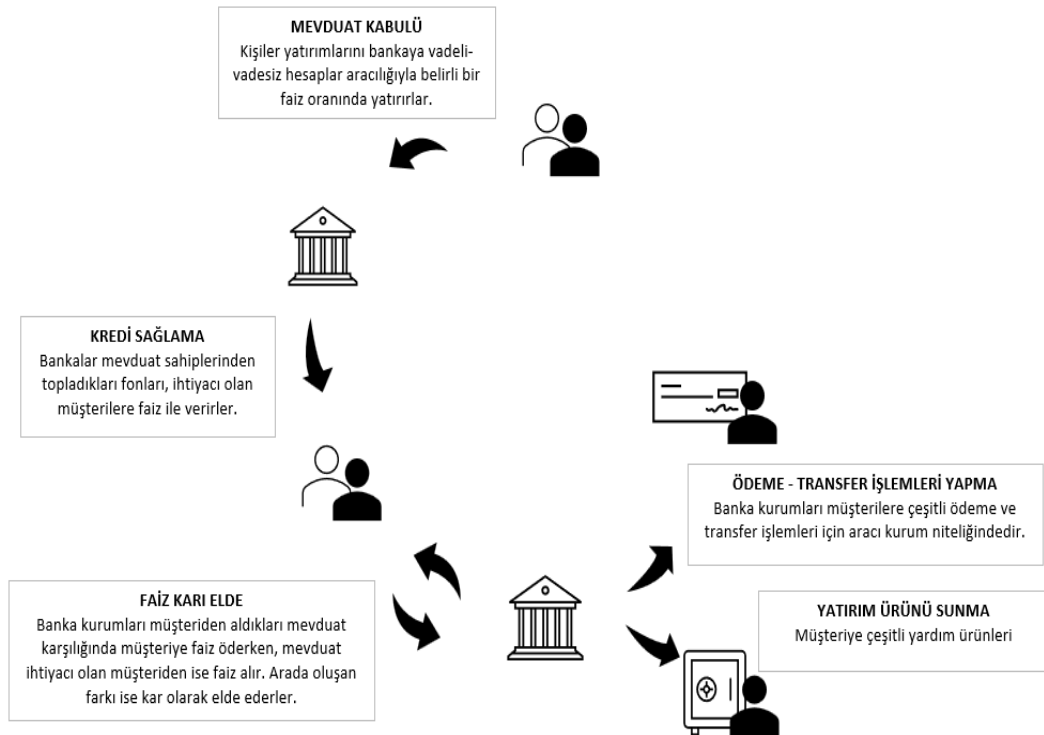
- Mevduat ve kredi faizleri serbestleŐmiŐtir.
- Faizde yaşanan serbestleşme ile tasarruflarda artış meydana gelmiştir.
- Tekdŕze hesap planı hazırlanmış ve uygulanmaya baŐlanmıŐtır.
- Dijitalleşme faaliyetleri ile maliyetlerde dŕŐŕ olmuştur. Dijital kanallar kullanılmaya baŐlanmıŐtır.
- Bankalar arası para piyasası kurulmuştur.

Gŕnŕmŕzde bankacılık sistemi; nakit para yatırma, yatırımları nakit paraya çevirme işlemi yapma, kişiler ve kurumlar arasında nakit para dolaŐımını sağlama, mevduatları çeşitli ticari araçlara dŕnŕŐtŕme, paranın gŕvenliĐini sağlama iŐlevlerini gerçekleştirmektedir (Kanuşağı, 2023:20).

Bu kapsamda, Deran ve Özulucan'ın (2009:94) özetlediği gibi, bankaların yöntemi; fon toplama ve fon kullandırma işlemlerinde faiz esas alınmakta olup, para temel ticari araçtır. Fonksiyonları; para, belirlenen bedel karşılığında alınır veya satılır. Böylece ürün paradır ve paranın ticareti yapılmaktadır. Fon toplama yöntemleri; önceden belirlenen faiz miktarı ile müşterilerden fon sağlanmakta olup, kişi bankayla ortaklık oluşturmayıp, borçlu-alacaklı sistemi işlemektedir. Fon kullandırma yöntemleri; kişilere kredi, faiz karşılığında sağlanmaktadır.

Banka için kredi kullanımında müşterinin sağlayacağı güvence oldukça önemlidir. Kurumlar bireylere kısa vade ile fon sağlamaktadır. Müşteri riski ve kuruma duyulan güven; kişiler kar veya zarara herhangi bir ortaklıkta olmayıp, işlemlerinde faiz unsuru olduğu için herhangi bir risk bulunmamaktadır. Müşteri maliyetleri; krediden oluşan maliyetler, sonrasında değişiklik gösterebilmektedir.

Günümüzde bankacılık sisteminin nasıl çalıştığına dair özet bir şema Şekil 2'den takip edilebilir:



Şekil 2.2: Günümüz Bankacılık Sistemi Nasıl Çalışır

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

2.3. Bankacılık Sistemi İçinde Katılım Bankacılığı Oluşumu

Kişilerin dini hassasiyetleri gereği birikimlerini çeşitli yöntemler seçerek korumasıyla beraber bu birikimleri ekonomiye kazandırma amacıyla farklı bir sistem oluşturulmaya ihtiyaç duyulmuştur (Kaya, 2010:29).

İslami bankacılık olgusunun ortaya çıkmasında temel sebep dini bakış açısı yani “faizsiz” ilkesi olmakla birlikte, bazı sosyal sebeplerin de sayılması mümkündür. Kişilerin birbirlerinden farklı sahip oldukları imkânlar, toplumda sınıf farklılıklarına sebep olmaktadır. Barış ve huzur, toplumsal eşitliği sağlamada önemli bir etmendir. İşte burada katılım bankacılığının bir diğer oluşma sebebi ortaya çıkmaktadır. İslami bankacılık sistemi; bireyler arasında gelir farklılığını azaltarak eşitliği sağlama, yeni çalışma alanları oluşturarak üretimi canlandırma, faizin sebep olduğu emek olmadan var olan haksız kazancın ve buna paralel oluşan adaletsizliğin önüne geçme gibi amaçları da taşımaktadır (Sunbat, 2016:20).

Özetle; bireylerin dini inanışları gereği uyguladıkları faiz hassasiyetleri, emek sarf etmeden elde edilen dengesiz kazanç, toplumdaki eşitliğin her konuda sağlanmak istenmesi gibi etkenler bankacılık sisteminde katılım bankacılığını oluşmasına zemin hazırlamıştır yorumu yapılabilir.

2.3.1. Katılım Bankacılığı Nedir?

Katılım bankacılığı diğer adıyla faizsiz bankacılık ya da dünyada bilinen ismiyle İslami bankacılık, mal ve hizmete dayalı olarak işleyen, gelirin ise kar-zarar ortaklığı çerçevesinde dağıtıldığı sistem olarak tanımlanabilir.

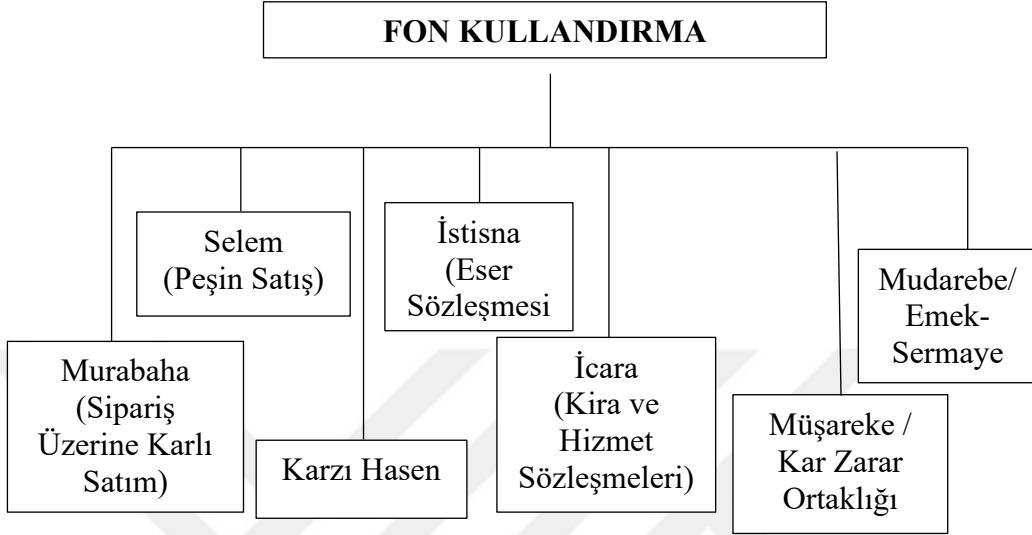
Katılım bankaları, bankacılık işlemlerini faizsiz usuller ile yapmakta olup, kişilere fon toplama ve bu fonu kullanma kısmını ortaklık çerçevesinde yaptırmaktadır. Kurulan ortaklık ile ilk etapta faiz miktarı belirlenmez, sonuç itibariyle oluşan kar-zarar kişilere bölüştürülür (Tetik ve Dündar, 2014-45).

Katılım bankacılığının temel ilkeleri şu şekilde özetlenebilir (Tuhan, 2014: 14):

- Faiz kesin bir şekilde yasaktır.
- Risk paylaşımı esasına dayanır.
- Para sermaye aracıdır.
- Belirsizlik yasaktır.
- İslam dininin uygun gördüğü faaliyetleri içerir.

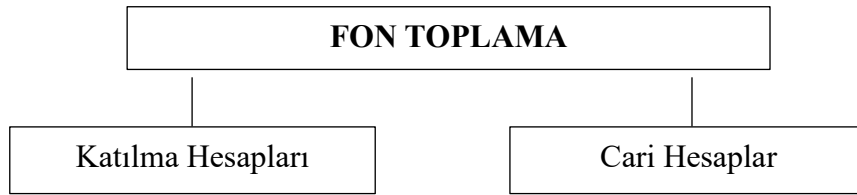
Katılım bankaları, İslam dininin kurallarını ölçü olarak çalışmaktadır. Bu sebeple katılım bankaları yapacakları finansal işlemlerde bu kurallar doğrultusunda hareket etmektedirler.

2.3.2. Katılım Bankaları Fon Toplama ve Fon Kullandırma Yöntemleri



Şekil 2.3: Fon Kullandırma Yöntemleri

Kaynak: Yazıcı, 2022: 12 Yazar tarafından yeniden şekillendirilmiştir.



Şekil 2.4: Fon Toplama Yöntemleri

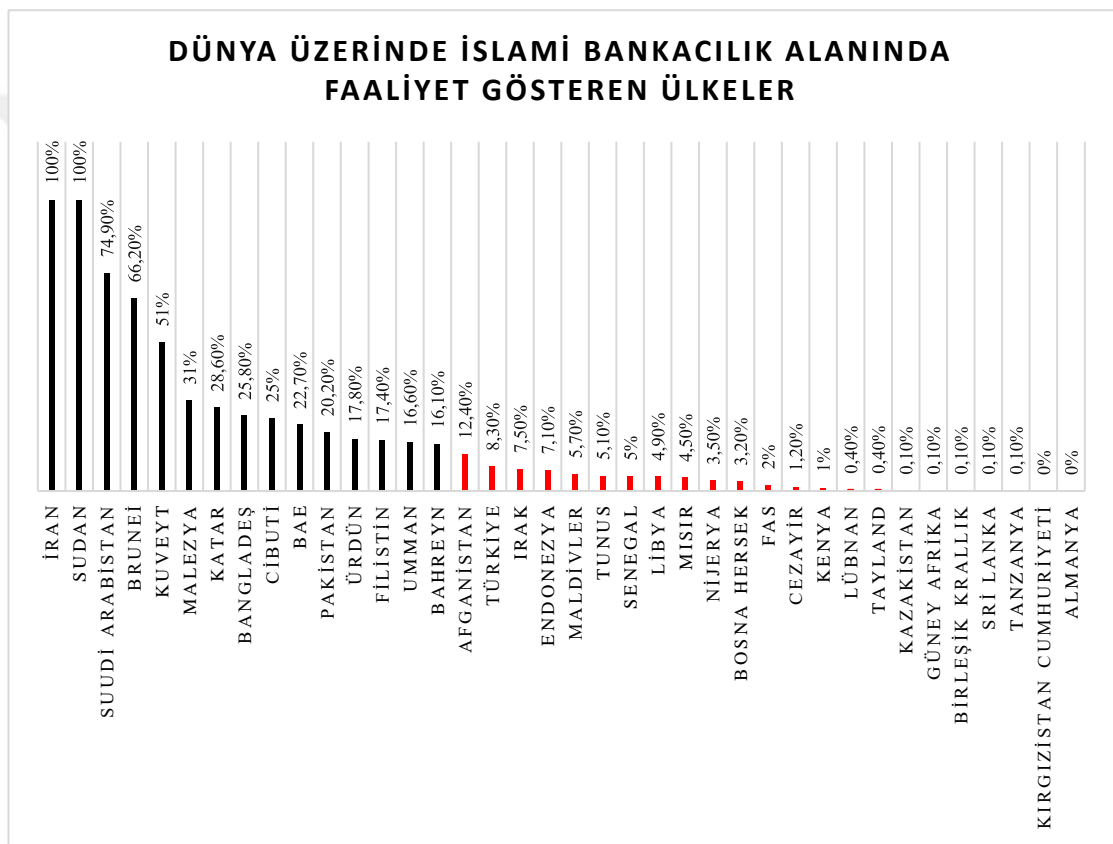
Kaynak: Şireci, 2023: 29 Yazar tarafından yeniden şekillendirilmiştir.

2.3.3. Katılım Bankacılığı Dönemsel Gelişimi

Diğer adı İslami Bankacılık olan ve sistemini İslam dini kurallarına uygun yürüten katılım bankalarının düşünce olarak ilk ortaya çıkışı 1955 yılında Muhammed Uzeyr tarafından Pakistan’da olmuştur.

Bu süreçten sonra katılım bankacılığı sistemine uygun ilk faizsiz banka ise 1963 yılında Mısır’da kurulan Mith Ghamr Tasarruf Bankası’dır (Yazıcı, 2022: 8).

Dünya üzerinde İslami Bankacılık alanında önemli faaliyetler gösteren ülkeler ise özellikle şunlardır:



Şekil 2.5: Dünya Üzerinde İslami Bankacılık Alanında Faaliyet Gösteren Ülkeler

Kaynak: Islamic Financial Services Industry Stability Report, 2023 Yazar tarafından yeniden şekillendirilmiştir.

İslami Bankacılığın Türkiye’deki durumuna bakıldığında ise; Türkiye’de Katılım Bankacılığı veya diğer adıyla Özel Finans Kurumu’nun başlangıcı 1984 tarihine dayanmaktadır. 1983 yılında Bakanlar Kurulu tarafından karar verilen Albaraka Türk Özel Finans Kurumu 1985 yılı itibariyle Merkez Bankası’nın faaliyet iznini onaylamasıyla faaliyete başlayan Türkiye’de kurulan katılım bankası işlevi yapan ilk özel finans kurumu olma niteliği taşımaktadır (Atar, 2017:1052).

Bu kapsamda Türkiye’de şu anda hizmet veren 9 katılım bankası şu şekilde sıralanabilir “Türkiye Katılım Bankaları Birliği”, <https://www.tkbb.org.tr/> [21.08.2024].

- Albaraka Türk Katılım Bankası
- Dünya Katılım Bankası
- Hayat Finans
- Emlak Katılım Bankası
- Kuveyttürk Katılım Bankası
- T.O.M Katılım Bankası
- Türkiye Finans Katılım Bankası
- Vakıf Katılım Bankası
- Ziraat Katılım Bankası

Bunlardan Vakıf Katılım, Ziraat Katılım ve Emlak Katılım kamu katılım bankaları iken diğerleri özeldir. İlaveten, T.O.M ve Hayat ise dijital katılım bankası olarak geçmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DİJİTALLEŞMEYE KATILIM BANKACILIĞI ÜZERİNDEN BAKIŞ

3.1. Dijitalleşme Kavramı ve Önemi

Dijitalleşme, eldeki verilerin teknolojik araçlar yardımıyla; okunması, üzerinde düzenleme yapılabilmesi, iş akışlarında kullanılmak üzere dijital ortama transfer edilmesi sürecidir. Bu kapsamda dijitalleşme; bilgiye ulaşma, yorumlama, paylaşma hususunda teknolojiyle iç içe olması bakımından; oluşan fırsatları, rekabet ortamında üstünlüğü, avantajları, verimlilik artışını, risklerin önüne geçilmesini teknolojik araçları kullanarak oluşturmaktadır (Üzmez ve Büyükbeşe, 2021:123-124).

3.2. Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Sisteminde Geleneksel Bankacılık Sisteminden Çağdaş Bankacılık Sistemine Geçiş

Geçmişten günümüze çeşitli faaliyetler gösteren bankaların, ilk ortaya çıktıkları dönemlerde kapsamlı hizmetler verememekle birlikte; ticaretin gelişmesi, günümüz teknolojisinin yaygın kullanımı gibi durumların da etkisiyle müşteri portföyünün sorunlarına hızlı cevap arayan, çeşitli teknolojik dağıtım kanallarıyla hizmet sunan kurumlar haline geldikleri söylenebilir.

Küreselleşme kapsamında yaşanan gelişmeler ile dünyada paranın işlevselliği artmış ve finansal piyasalarda da dijital faaliyetlere ihtiyaç duyulmuştur (Demirez, Gür ve Özeltürkay, 2021:12).

Uzun dönemler boyunca faaliyetlerini aynı şekilde devam ettiren bankacılık sektöründe, teknolojinin gelişmesi ve bilgi toplumunun talepleri, değişimi ihtiyaç haline getirmiştir. Bankalar artık para alışverişi yapma özelliklerinden ziyade bilgi işletmesi rolüne sahip olmuşlardır. Teknoloji sayesinde bankalar, zaman ve mekân kavramı olmadan sürekli olarak parasal işlem ve bilgi aktarımı yapma fırsatı yakalamışlardır. Teknoloji bankalarda sadece gelişime değil; maliyetlerde azalmaya, rekabet üstünlüğü sağlamaya ve bireylerin istek- ihtiyaçlarına cevap verebilmeye fayda sağlaması açısından da fayda sağlaması açısından da tercih sebebidir (Eşdur, 1999:10-11).

Bu kapsamda bankaların, geleneksel bankacılık sisteminden çağdaş bankacılık sistemine geçme durumlarının, dijitalleşme olgusuyla müşteri beklentilerini karşılama, artan rekabet ortamında rakiplerinden ön plana çıkma ve verimliliği artırma isteği olduğu söylenebilir.

Finansal yenilikler, etkin biçimde kullanılmayan finansal hizmetlerin, gelişmiş ve yenilenmiş ürünlerle sunulmasıdır. Teknolojide meydana gelen gelişmeler, bireyler için birçok kolaylık sağlamaktadır. Teknolojik gelişmelere uyum sağlama, rekabet ortamında işletmeleri avantaj sağlayarak ön plana çıkarırken, gelişmelerden uzak kalan işletmelerde ise rekabet ortamında geride kalmalarına sebep olmaktadır (Danacı, 2020:53).

Bankalar açısından dijital dönüşüme uyulmasının sebeplerinden bazıları şu şekilde sıralanabilir: (Bakırtaş ve Ustaömer, 2019:10).

- Rekabet avantajı
- Müşteri beklentisini karşılama
- Verimliliği artırma arzusu
- Karlılığın artırılmak istenmesi
- Sektörde ön plana çıkma durumunda olumlu etki
- Farklı olma isteği
- Eski müşterinin devam etmesi/ yeni müşterinin kazanılması isteği
- Yeni ürün fikirleri
- Sosyal medyanın etkisinden faydalanma
- Yeni fırsatlar yaratılması
- Yeni pazarlar yaratılması

Bankacılık sektöründe dijitalleşme hem kurumlara hem de bireylere birçok kolaylık sunmaktadır. Dijitalleşme kapsamında bankalar; kar etmede artış, hızlı işlem yapma, otomasyon, maliyetlerde düşme, verimlilikte artış konularında avantaj sağlarken, müşteriler ise, zamandan tasarruf, işlemlere her zaman erişim olanağı, hizmet esnasında konfor gibi avantajlardan faydalanmaktadır (Demirhan, 2021:11).

3.3. Dijital Bankacılık

Şubersiz bankacılık olarak da bilinen dijital bankacılık, banka şubelerine gidilerek alınacak hizmetleri, şube ve personel yardımına gerek duyulmadan kişilere teknolojik araçlar ile sunulmasıdır.

Müşteriler işlemlerini internete ulaşabildikleri her yerden veya mobil uygulamalar üzerinden kolaylıkla yapabilmektedirler (Demirel, 2017: 26-27).

Dijital bankacılıkta dağıtım kanalları, müşterilerin bankacılık işlemlerini dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmesini sağlayan teknolojik yenilikler olarak ifade edilebilir. Bu kanallar kurumların kişilere dijital ortamda hizmet vermesini sağlar. Dijital bankacılığın dağıtım kanalları şunlardır:

- ATM (Otomatik Vezne Makineleri)
- Satış Noktasında Elektronik Fon Transferi (EFTPOS)
- Ev ve Ofis Bankacılığı
- Telefon Bankacılığı
- Çağrı Merkezleri
- Mobil Bankacılık
- Kiosk (Kabin) Bankacılığı
- İnternet Bankacılığı

Şekil 3.6: Dijital Bankacılık Dağıtım Kanalları

Kaynak: Özcan, 2007 Yazar tarafından yeniden şekillendirilmiştir.

3.3.1. ATM Bankacılığı

ATM bankacılık sistemi, kişilerin banka şubelerine fiziki olarak gitmeden, bankacılık işlemlerini yerine getirmektedir. İlk etapta yalnızca para çekme hizmeti sunarken sonrasında teknolojinin de gelişmesiyle, birçok bankacılık işlemini kolaylıkla gerçekleştirmektedir (Zengin, 2019: 63).

Bu işlemler genel olarak;

- ✓ Para çekme-yatırma
- ✓ Para transferi yapma
- ✓ Ödeme işlemlerini gerçekleştirme
- ✓ Çeşitli başvuru işlemlerini yapma
- ✓ Bakiye öğrenme
- ✓ Hesap özet bilgisi alma

gibi birçok işlemi içermektedir.

3.3.2. Satış Noktasında Elektronik Fon Transferi (EFTPOS)

Satış noktasından elektronik fon transferi sistemi, alışveriş sonucunda müşterilerin banka-kredi kartları ile satıcıya ödemeyi göndermesi teknolojisidir (Süzen, 2016: 33).

İlk örneği 1974 yılında kullanıma sunulan POS sistemi, kişilerin kart üzerindeki bilgilerini okutarak alışveriş ödemesini yapmayı sağlayan dijital bankacılık uygulamasıdır (Demirel, 2017:25).

3.3.3. Ev ve Ofis Bankacılığı

Dijital kanallar yardımıyla müşterilere sunulan ev veya ofis bankacılığı hizmeti, kişilerin bankaya gitmeden ev veya ofislerinden bankaya bilgisayar ile bağlanarak işlem yapma imkânı sunmaktadır. Bu sayede müşteriler evlerinden veya ofislerinden (Özcan, 2007: 67);

- ✓ Hesap bilgileri alma
- ✓ Hesaplar arası transfer işlemi yapma
- ✓ Bankaya talimat verme

Gibi birçok işlemleri gerçekleştirmektedirler.

3.3.4. Telefon Bankacılığı

Telefon bankacılığı, kişilerin bankaları ücretsiz olarak arayarak, tuşlar yardımıyla “Sesli Yanıt Sistemi” veya “Müşteri Hizmetleri’ne” bağlanarak işlemlerini gerçekleştirdiği dijital bankacılık kanallarından biridir.

Müşteriler telefon bankacılığıyla (Akoğlu, 2003: 29-30);

- ✓ Para transferi gerçekleştirme
- ✓ Kart işlemleri gerçekleştirme
- ✓ Hesap işlemleri gerçekleştirme
- ✓ Ödeme işlemleri gerçekleştirme
- ✓ Şifre işlemleri gerçekleştirme
- ✓ Döviz işlemleri gerçekleştirme
- ✓ Yatırım işlemleri gerçekleştirme

ve daha birçok işlemi yapabilmektedir.

3.3.5. Çağrı Merkezleri

Çağrı merkezleri, bankaların müşterilerine telefonlar ile sunmuş oldukları 24 saat sınırsız hizmetin verildiği dijital bankacılık dağıtım kanalıdır. Çağrı merkezleri hizmetlerinde amaç, kişilerin yapacakları işlemleri telefon üzerinden gerçekleştirme fırsatı sunmaktır (Özcan, 2007: 71).

Çağrı merkezleri ile kişiler çeşitli teknolojik araçlar yardımıyla iletişim kurabilmektedir. Bankalar görevlendirdikleri personeller ile telefonlar aracılığıyla müşterilerinin işlemlerini hızla yerine getirebilmektedir (Gümüş, 2002:134).

Bu kapsamda çağrı merkezleri ile bankaya fiziksel olarak gitmeden birçok işlem telefon üzerinden yapılacak yönlendirmeler ile gerçekleştirilebilir hale gelmiştir.

3.3.6. Mobil Bankacılık

Mobil bankacılık kişilere telefonlar yardımıyla bankacılık işlemlerini gerçekleştirme imkânının sunulmasıdır. Mobil bankacılık ile hesap işlemleri ve ödeme işlemleri gibi birçok işlem telefonlar veya kurumların belirlediği dijital asistanlar yardımıyla gerçekleştirilmektedir (Yaşar, 2018: 22).

3.3.7. Kiosk Bankacılık

Kiosklar, müşterilere satış yapma, ürün pazarlama, hedef kitleye hizmetleri sunma işlevi gören, dokunmatik ekran yardımıyla hizmet veren dijital bankacılık uygulamasıdır. Kiosklar aracılığıyla; müşterilere anlatılmak istenen bilgiler, görsel veya işitsel olarak aktarılabilir. Burada temel amaç ise kişilere sanal ortam üzerinden ürün veya hizmetlere hızlı ulaşmalarını sağlamaktır (Işkın, 2010: 40).

3.3.8. İnternet Bankacılığı

Müşterilerin banka kurumlarından yapacakları çoğu işlemi internet üzerinden gerçekleştirmesidir. İnternet bankacılığı ile kişiler mekân değişikliği ve zaman kaybı olmadan pratik şekilde işlemlerini gerçekleştirirken, bankalara ise maliyetlerin azalması gibi birçok fayda sağlamaktadır. İnternet bankacılığı ile Hesap özeti inceleme, para transferi gerçekleştirme, ödeme işlemleri gibi birçok bankacılık işlemi yerine getirilmektedir (Uzundağ, 2013: 32 ve 39).

3.4. Dijital Bankacılık Faaliyetleri Avantajlar ve Dezavantajları

Teknolojinin gelişmesiyle bankacılıkta meydana gelen dijitalleşme faaliyetlerinin kurum ve kişiler için olumlu ve olumsuz birçok etkisi bulunmaktadır.

Sağlanan yararlar açısından avantajlı yönleri, riskleri ve zorlukları ile ise dezavantajlı yönleri bulunmaktadır.

3.4.1. Avantajları

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde temel avantajlar olarak şunlar öne çıkmaktadır:

Bankalar dijital bankacılık işlemlerini fiziksel araçlar olmadan gerçekleştirdiği için, bu durumun maliyet azaltıcı etkisi bulunmakla birlikte, kurumlar bu sayede müşterilerine de daha uygun teklifler sunabilmektedir. Maliyetin en az seviyede olması iki taraf içinde gelir artışına da sebep olmaktadır. Bankaların daha kolay şekilde müşterilerin ihtiyacı olan hizmetleri tespit ederek yerine getirmeleri pazar paylarını arttırarak karı yükseltmektedir. Bunların yanında dijital bankacılık ile daha az personel ile daha fazla iş yapmak mümkün olmaktadır. Kurumlar arası rekabette üstünlük sağlamak amacıyla bankalar hizmetlerini çeşitlendirme imkânını da dijital bankacılık faaliyetleri ile kolaylaştırmaktadır. Müşteriler için; zaman veya mekân kısıtlaması olmadan istenilen şekilde işlem yapma fırsatına sahip olmaları hızlı ulaşılabilirlik açısından oldukça önemlidir. Buna paralel olarak müşterilerin şubeye gitmeden işlem yapmaları da yine maliyetlerin azalmasında pozitif yönlü etkiye sahiptir (Kocatürk, 2023:40).

Dijital bankacılık işlemlerinin kolaylık sağlaması, yenilikçi olması, erişilebilme olanağının olması, zaman ve maliyette tasarruf sağlaması, geleneksel bankacılık işlemlerine olan bağlılığı azaltması, müşteri ihtiyacına hızlı cevap vermesi, pazarı genişletmesi hususunda banka ve müşterilere birçok konuda avantajlar sunmaktadır.

Müşterilerin değişen beklenti ve ihtiyaçlarının artması, rekabet ortamında maliyeti azaltıp karlılığı arttırma adına yenilenmek oldukça önemlidir. Dijital bankacılık faaliyetleri müşterilerin sürekli değişen ihtiyaçlarına cevap verme, maliyetleri düşürme, müşteri memnuniyetini arttırma ve farklı müşteriler bularak pazarı büyütme olanakları sağlar (Yazgan, Ak ve Üçler, 2022:50).

Dijital bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilebilmesi için herhangi bir banka şubesine gerek yoktur. Bu durum şubede kullanılan cihazların oluşturabileceği birçok maliyeti engellemektedir. İşlemlerin dijital kanallar ile yapılması sayesinde personel sayısında oluşacak düşüş ile çalışana yapılan ödeme azalmaktadır.

Kurumlar için sağlanan bu avantajların yanında müşterilerde sürekli hizmet alabilmekte, işlemler kısa sürede gerçekleştirilerek zaman tasarrufu sağlamaktadır (Tekin, 2019:34).

Dijital bankacılık faaliyetleri; 24 saat müşteriler tarafından kullanıma açık olabilme, işlemlerin gerçekleştirilmesi için şube ihtiyacı bulunmaması, maliyetleri azaltıcı etkenlerin bulunması, dijital kanallar ile müşterilere özel ürünlerin sunulması, kurum ve kişilerin karşılıklı esneklik ve kontrol edilebilme imkânı sunması sağlanan avantajlardır (Akbaş, 2023:9).

Dijital bankacılık faaliyetlerinin müşteriler için sağladığı avantajlar şöyle özetlenebilir: Sürekli işlem yapabilme fırsatı sunma, zaman tasarrufu sağlama, yapılacak işlem için şubede sıra beklemeye maruz kalmama, işlem ücretlerini daha az ödeme, dijital ortamda yapılan işlemlere kolayca ulaşabilme, her an her yerde işlem yapabilme fırsatı sunma.

Öte yandan bankalar için ise şu gibi avantajlar söylenebilir: Maliyet tasarrufu sağlama, personel ihtiyacını en aza indirme, fiziksel şubeye ihtiyaç duymama, işlem süreçlerini hızlandırma, kısa sürede daha fazla müşteriye ulaşma, farklı stratejiler geliştirme ve rekabet ortamında üstünlük sağlama, belirlenen mesai saatleri haricinde de müşterilere hizmet vererek müşteri memnuniyetini kazanma (Dinçer, 2019:50-51).

Bu kapsamda dijital bankacılık faaliyetlerinin;

- Maliyet azaltma
- Kolay erişim olanağı
- Zaman tasarrufu
- Hızlı çözüm
- Sürekli işlem yapabilme
- Rekabet üstünlüğü sağlama
- İhtiyaçlara cevap verme
- Memnuniyeti artırma
- Pazarı büyütme
- Fiziksel şubeye ihtiyaç duymama
- Müşteriye özel ürün sunma

gibi hem kuruma hem de müşterilere birçok avantajı olduğu söylenebilir.

Ayrıca transfer, ödemeler gibi birçok işlemi hızlı ve pratik olarak gerçekleştirme fırsatı, maliyetlerin azalması sonucu işlem ücretlerini düşürmesi, müşteri ihtiyacına uygun hizmet sunma, işlemlerin dijital kanallar yoluyla gerçekleştirilmesi sonucu takibin kolaylaşması da pozitif yönlü etkiler arasında sayılabilir.

3.4.2. Dezavantajları

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde şu gibi dezavantajlar söylenebilir:

Bankacılık sektöründe dijitalleşmenin; insan gücüne olan ihtiyacı azaltması ve bunun beraberinde şubelerin kapatılıp işten çıkarmaların artmasıyla işsizliğin doğması, müşteriyle olan iletişimi azaltması, güvenliği azaltması, teknoloji kullanımında beceri eksikliğini çoğaltması (Karyağdı, 2022:865).

Ayrıca, mobil bankacılık hizmetleri; güvenlik kaygısı, karmaşıklık ve teknolojik sorunlara sebep olmaktadır. Tüm bunların yanında; finansal, sosyal, performans, yasal bazı riskleri taşıması da dezavantajlar arasında sayılmaktadır (Agamyradova, 2023:9).

Bankalarda dijitalleşme faaliyetlerinin dezavantajları; müşterilerin teknoloji ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmaması, bireylerin oluşan yenilikleri kabul edip-etmeme durumu, güvenlik ile ilgili yaşanacak bazı problemler, kurumların sistemi kurma adına yapacağı harcamalar, müşterilerin dijital yenilikleri öğrenme ve adapte olmalarında süreci beklemeleri şeklindedir (Koçoğlu, 2017:31).

Bu kapsamda dijital bankacılık faaliyetlerinin dezavantajları;

- Personele olan ihtiyacı azaltma
- Şubelerin kapanması sonucu oluşan işsizlik
- Müşteri ve kurum arasında iletişimin önüne geçme
- Güvenlik sorunları
- Teknolojinin doğru kullanılmaması
- Müşterilerin yeni faaliyetleri kabul etme-etmeme durumu

gibi başlıklar ile özetlenebilir.

Özetle; dijital bankacılık faaliyetlerinde işlemlerin teknolojik kanallar yardımıyla gerçekleştirilmesi ve müşteri-personel arasında direk bir bağlantının olmaması iletişimi sınırlandırma, müşterilerin işlem esnasında yaşadığı teknik problemlerin erişim sorunlarını oluşturma, bireylerin teknolojik kanallar ile işlem yapma konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması durumu kişilerde kullanıcı hatalarına sebep olma, müşterilerin dijital ortamda işlemlerini tamamlaması sonucu personel ihtiyacını azaltma ve işsizliği beraberinde getirme, son olarak bireylerin güvenlik sorunlarının tamamı dezavantajlar arasında sayılabilir.

3.5. Katılım Bankacılığı ve Dijitalleşme

Son yıllarda yaşanan pandemi süreci, beraberinde getirdiği uzaktan çalışma modeliyle FinTech sektörü oldukça olumlu etkilenmiştir. Düşük maliyetlerle hizmet verme, şeffaf ve yenilikçi ürün-hizmet sunma, kayıt dışı ekonominin önüne geçme, zaman tasarrufu sağlama, büyük kitlelere ulaşma, kişilere güvenli işlem yapma kolaylığı sunma gibi avantajlar İslami FinTech'in sunacağı avantajlar olarak sıralanabilir (Erden ve Topal, 2021: 74):

Tıpkı dünyada olduğu gibi Türkiye'de de İslami bankalar yani katılım bankaları açısından dijitalleşme giderek önemini artırmaktadır.

İslami Finansal Teknolojiler, katılım bankacılığı sisteminin asıl amacı olan; ortaklık, eşit paylaşım, faiz yasağı kuralları dâhilinde üretilen ürün ve hizmetleri teknolojiyle birleştirmektedir (Yücel, Ayyıldız ve Er, 2023:95).

İslami bankaların finansal teknolojiyi işlemlerinde tercih etmesi; bireylerin İslami bankacılık işlemlerini kolaylıkla yerine getirme, İslam dini kurallarına uygun yeni ürün ve hizmetler geliştirerek, müşterilere işlem yapma fırsatı sunma, kişilerin banka kurumlarına sadakatini arttırma gibi konularda birçok kolaylık sağlamaktadır (Erden ve Topal, 2021:73).

Dijitalleşme katılım bankacılığı sektöründe gelişimi var eden önemli bir yenilenme faaliyetidir.

Bankacılık, özellikle katılım bankacılığı sisteminde dijitalleşme aşağıdaki hususlar ve benzerleri açısından önemlidir (Güney, 2023:937):

- Müşteri deneyimini geliştirme
- Verimliliği arttırma
- Yeni nesil teknolojiler ile kişilerin bankacılık işlemlerini kolaylaştırma
- Uzun dönemde sürdürülebilir bankacılığı sağlama

Finansal teknolojilerin ortaya çıkışı hem konvansiyonel bankalarda hem de katılım bankalarında birçok yeniliği beraberinde getirmiştir. Özellikle katılım bankalarının sektörde paylarını büyütme adına teknolojinin oldukça önemli bir fırsat olduğu bilinmektedir.

Finansal teknolojilerin; fatura ödeme işlemlerin de kullanılmasıyla katılım bankacılığı komisyon gelirlerini arttırma, çeşitli uygulamalar ile yeni müşterilere ulaşarak pazarda büyüme fırsatı elde etme, yine para transferi işlemleri gerçekleştirilirken komisyon elde etme, operasyonel işlemlerdeki yenilenme ile iş yükü ve maliyetlerde azalma, teknoloji ile müşterilere yeni hizmetler sunarak memnuniyet elde etme adına önemli bir fırsattır (Canbaz ve Erbaş, 2021: 486-487).

Bu kapsamda katılım bankacılığı dijitalleşme faaliyetlerinin literatür araştırması incelendiğinde, büyüme ve gelişme açısından kurumlar için oldukça önemli olduğu söylenebilir. Hızlı olma, pratik olma, yeni ürün geliştirme, komisyon gelirleri sağlama, personel için işlem yükünü hafifletme gibi faydaların yanında maliyetleri azaltma yönünden de pozitif yönlü etkilerinin olması, İslami Bankacılık Sistemi'nin dijital faaliyetlere önem verme sebepleri arasındadır.

3.6. Katılım Bankacılığı Dijital Hizmetleri

İslami bankaların dijital kanallar yardımıyla müşterilerine sundukları çeşitli ürün ve hizmetler bulunmaktadır. Dijital bankacılık ürün ve hizmet çeşitleri şu şekilde sıralanabilir:

3.6.1. Ziraat Katılım Bankası

Ziraat katılım bankası dijital hizmetler kapsamında müşterilerine şu imkânları sağlamaktadır “Dijital Bankacılık“ , Ziraat Katılım Bankası, <https://www.ziraatkatilim.com.tr/ticari/dijital-bankacilik> [18/08/2024]:

➤ Açık Bankacılık

Müşterilerin belirli izinler dâhilinde bankacılık verilerini, diğer bankalardaki hesapları ile internet üzerinden görebilmekte ve yönetebilme kolaylığıdır. Bu hizmetin amacı, verilen hizmetlerin şeffaf ve rekabetçi olmasını sağlamaktır.

➤ Katılım Mobil

Müşterilerin bankacılık işlemlerini telefon üzerinden yapabilmesini sağlayan katılım mobil hizmeti ile kişiler; hesap işlemleri, para transferi işlemleri, ödeme işlemleri, bağış işlemleri, finansman işlemleri, yatırım işlemleri, üye işyeri işlemleri, nakit yönetimi işlemleri yapabilmektedir.

➤ İnternet Bankacılığı

Müşterilerin bankacılık işlemlerinin birçoğunu telefon veya bilgisayar yardımıyla internette yapabildiği internet bankacılığı ile hesap işlemleri, kart işlemleri, üye işyeri işlemleri, transfer işlemleri, emir işlemleri, yatırım işlemleri, sigorta işlemleri, döviz ve kıymetli maden işlemleri, finansman işlemleri, ödeme işlemleri, bağış işlemleri, vergi ödeme işlemleri, başvuru işlemleri ve dijital belge onay işlemleri yapılmaktadır.

➤ ATM (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşterilerin bankacılık işlemlerinin şubeye gitmeden 7/24 makineler ile yapıldığı bankacılık uygulamasıdır. ATM’ler ile para çekme-yatırma işlemleri, hesap hareketleri izleme işlemleri, bakiye sorgulama işlemleri, IBAN sorgulama işlemleri, Havale- EFT (Elektronik Fon Transferi) işlemleri, hesaptan döviz alış-satış işlemleri, kur bilgisi öğrenme işlemleri, şifre değiştirme işlemleri ve fatura ödeme işlemleri yapılmaktadır.

➤ Müşteri İletişim Merkezi

Müşterilerin bankacılık işlemlerini telefonlar aracılığıyla 7/24 gerçekleştirebildiği bu hizmet ile hesap bilgisi ve hareketi izleme işlemleri, cari hesap açma-kapama işlemleri, katılma hesabı açma-kapama işlemleri, EFT ve Havale işlemleri, döviz-altın- fon alış ve satış işlemleri, talimat işlemleri, bireysel finansman işlemleri, banka kartı işlemleri, internet şube-mobil uygulama şifre işlemleri yapılmaktadır.

➤ Anında Finansman Platformu

Müşterilerin çeşitli ihtiyaçları için ödeme sağlanan bu hizmet ile kişiler birçok hususta finansman ihtiyacını karşılamaktadır.

3.6.2. Kuveyt Türk Katılım Bankası:

Kuveyt Türk katılım bankası dijital erişim kanallarıyla müşterilerine sunduğu hizmetleri şu şekilde belirtmiştir “Dijital Bankacılık“, Kuveyt Türk Katılım Bankası, <https://www.kuveytturk.com.tr/dijital-bankacilik> [18/08/2024]:

➤ Kuveyt Türk Mobil

Müşterilerin bankacılık işlemlerini mobil aracılığıyla gerçekleştirebilme hizmetinin sunulduğu mobil ile hesap kapama işlemleri, hesap adı değiştirme-tanımlama işlemleri, yatırım hesabı açma işlemleri, katılma hesabı açma işlemleri, hesap hareketleri izleme işlemleri ve bakiye görüntüleme işlemleri yapılmaktadır.

➤ İnternet Şube

Müşterilerin bankacılık işlemlerini internet üzerinden hızlı bir şekilde yapabilmesini sağlayan bu hizmet ile kişiler bireysel veya kurumsal; hesap işlemleri, para transfer işlemleri, finansman işlemleri, çek-senet işlemleri, bireysel emeklilik sistemi işlemleri, yatırım işlemleri, sigorta işlemleri, kurumsal işlemler, döviz-maden işlemleri, dış ticaret işlemleri, ödeme işlemleri, kart işlemleri, nakit yönetimi işlemleri ve kayıtlı işlemler yapılmaktadır.

➤ ATM (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşterilerin bankacılık işlemlerini 7/24 yapabildikleri dijital bankacılık faaliyetidir. Yapılan işlemlere göre belirli çeşitlere ayrılan ATM'ler şu şekilde sıralanabilir: Exchange ATM ile Dolar - Euro'yu TL olarak bozdurabilme, Lobi ATM ile şube içerisinde işlem yapabilme, Engelsiz ATM ile engelli müşterilere uygun olarak tasarlanan ATM, Altın veren ATM ile gram veya çeyrek altın hizmeti veren ATM'ler.

➤ Self Nokta

Müşterilerin çağrı merkezlerine görüntülü görüşme yöntemiyle bağlanarak işlemlerin gerçekleştirildiği self nokta hizmetiyle; kendi hesabına para yatırma işlemleri, QR kod ile kendi hesabına para yatırma işlemleri, kendi hesabına döviz yatırma işlemleri, fatura ödeme işlemleri, EFT işlemleri ve QR ile para çekme işlemleri yapılmaktadır.

➤ Müşteri İletişim Merkezi

Müşterilerin belirtilen iletişim numarasını arayarak, personellere 7/24 ulaşabilme ve işlem yapabilme özelliği ile kişiler; hesap işlemleri, kredi kartı işlemleri, çek-senet işlemleri, bireysel kredi işlemleri, para transfer işlemleri, döviz işlemleri, ödeme ve sigorta işlemleri yapılmaktadır.

➤ Kâğıtsız Bankacılık

Müşterilerin şubede gerçekleştirdiği işlemler için ihtiyaç duydukları belgeleri dijital belge onay sistemiyle dijital ortamda gerçekleştirerek kâğıt kullanımını azaltmaktadır. Bu kapsamda; Tablette dijital imza; belgelerin onaylanma sürecinde şubede tablete imza atarak gerçekleştirme, dijital belge eklemeye; işlemler için gereken belgelerin kâğıtlara aktarılarak değil de internet üzerinden gönderilme kolaylıkları sunulmaktadır.

➤ Akıllı SMS Servisi

Müşteriler kurumdan kısa mesaj yardımıyla çeşitli konularda bilgi alabilmektedir. Bu hizmet ile kişiler; TL bakiye işlemleri, Dolar bakiye işlemleri, Euro bakiye işlemleri, kar payı işlemleri, konut-taşıt- ihtiyaç finansmanları güncel oran sorgulama işlemleri yapılmaktadır.

➤ Dijital Asistanımız Selim

Yapay zekâ teknolojisi kullanarak oluşturulan sanal yardımcıdır. Böylece kişilere; ürün ve hizmetler hakkında bilgi alma, sorulan soruları yanıtlama, işlemler için yönlendirme, anlık kur bilgisi görüntüleme, şube ve ATM konumu öğrenme kolaylıkları sunulmaktadır.

➤ API (Açık Bankacılık) Bankacılık

Bankanın API'ler aracılığı ile bankacılık hizmetlerini ortak kullanıma açmasıdır. Kurumlar kendi geliştirdikleri dağıtım kanalları haricinde, başka kurumların alternatif platformları ile müşterilere ulaşabilmektedirler. Bu hizmet ile 7/24 bankacılık hizmetlerine birçok uygulamadan erişim sağlanmaktadır.

➤ Masrafsız Bankacılık

Müşterilerinin mobil uygulama üzerinden yapacakları işlemlerde herhangi bir ücret yansıtılmayan bankacılık işlemidir. Masrafsız bankacılık sistemiyle; Hesap açma-kapama işlemleri, FAST (Fonların Anlık ve Sürekli Transferi), Havale, EFT işlemleri, para çekme-yatırma işlemleri, fatura ödeme talimatı verme işlemleri ücretsiz olarak yapılmaktadır.

➤ Yurt Dışı Hesap Açılışı

Yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarına uzaktan sunulan bu hizmet sayesinde, kişiler buldukları ülkeden kolayca bankanın müşterisi olabilmektedirler.

3.6.3. Albaraka Türk Katılım Bankası

Albaraka Türk Katılım Bankası'nın dijital kanallar üzerinden kişilere sağladığı hizmet çeşitliliği şu şekilde gösterilebilir “Dijital Bankacılık“ , Albaraka Türk Katılım Bankası, <https://www.albaraka.com.tr/tr/dijital-bankacilik> [18/08/2024]:

➤ Albaraka Mobil

Bankacılık işlemlerinin telefon üzerinden 7/24 yapılabildiği bu hizmet sayesinde kişiler; para transfer işlemleri, ödeme işlemleri, fatura talimatı işlemleri, hesap işlemleri, kart işlemleri, finansman işlemleri, döviz kıymetli maden işlemleri, QR işlemleri, yatırım işlemleri yapılmaktadır.

➤ İnternet Şube

Müşterilerin şubeye gitmeden 24 saat internet üzerinden işlem yapabilmesidir. Kişiler; kart işlemleri, hesap işlemleri, transfer işlemleri, yatırım işlemleri, finansman işlemleri, ödeme işlemleri, sigorta ve emeklilik işlemleri, nakit yönetimi işlemleri, dış ticaret işlemleri, üye işyeri işlemleri yapmaktadır.

➤ ATM (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşterilerin şubede işlem sırası beklemeden işlem yapma olanağı sağlayan bu sistem ile kişiler, hesap işlemleri, para transferi işlemleri, kredi kartı işlemleri, ödeme işlemleri, TL yükleme işlemleri, bağış işlemleri, döviz-altın-fon işlemleri, telefon ve e-posta işlemleri, kart şifre işlemleri ve dijital kanal üyelik işlemleri yapmaktadır.

➤ Alo Albaraka

Müşterilerin, telefon üzerinden verilen numarayı arayarak şubelerde yapılacak birçok işlemi buradan kolaylıkla gerçekleştirilebilme fırsatıdır. Bu hizmet sayesinde bankanın hem kurumsal hem de bireysel müşterileri telefon üzerinden; hesap işlemleri, kart işlemleri, transfer işlemleri, yatırım işlemleri, finansman işlemleri, ödeme işlemlerini kolayca yapabilmektedir.

➤ Albarakalı Ol

Müşterilerin Albaraka mobil uygulamasıyla, banka hesabı açılarak müşteri olma kolaylığının sunulmasıdır. Böylece bireysel veya kurumsal müşteri olma fırsatı sağlanmaktadır.

➤ Alneo

Müşterilerin POS (Point Of Sale) cihazı olmadan ödeme yapılmasını kolaylaştıran bu sistem sayesinde, AlneoPOS uygulaması telefona uygulama olarak yüklenir ve karekod, kart okuma, SMS ve e-posta kullanılarak zaman veya konum önemi olmadan müşterilerden tahsilat kolaylıkla sağlanmaktadır.

➤ Western Union

Müşterilerin tüm ülkelere kolaylıkla para transferi işlemlerini sağlayan sistemdir. Bu hizmet ile para gönderme/para alma işlemleri pratik şekilde gerçekleşmektedir. Uluslararası para transferini sağlamaktadır.

➤ Nakit Basit

Müşteriler; zincir marketlerden, perakende satış noktalarından, fatura ödeme merkezlerinden, para transfer merkezlerinden cep telefonu yardımıyla hesapta bulunan parayı çekmesi için sunulan bankacılık hizmetidir.

➤ Semosis

Müşteriler bu uygulamayla, senet oluşturma, yönetme, devretme, tahsil etme süreçlerinin tamamını dijital ortam üzerinden gerçekleştirebilmektedir.

➤ Açık Bankacılık

Müşteriler açık bankacılık sistemiyle, Albaraka mobil ve internet üzerinden diğer banka hesaplarını ekleme, eklenen hesap bilgilerini görüntüleme, bankalar arası para transferi işlemlerini yapabilmektedir.

3.6.4. Emlak Katılım Bankası

Emlak Katılım Bankası, dijital kanallar vasıtasıyla müşterilerine sunduğu hizmetleri şöyle listelemektedir “Dijital Bankacılık“ , Emlak Katılım Bankası, <https://www.emlakkatilim.com.tr/tr/dijital-bankacilik/internet-subesi> [18/08/2024]:

➤ E-Şube

Müşteriler banka kurumlarına gitmeden kuruma görüntülü görüşme sistemi ile bağlanarak işlem yapabilmektedir. E-şube ile kişiler; para transferi ve ödeme işlemleri, cep telefonuna para transferi işlemleri, QR kod kullanarak ücretsiz para çekme işlemleri, müşteri temsilcileri ile 7/24 bağlanma işlemleri yapabilmektedir.

➤ Mobil Şube

Müşterilerin, mobil uygulamayı indirerek kolaylıkla birçok hizmeti internet üzerinden almalarını sağlamaktadır. Mobil şube ile kişiler; kod ile para çekme işlemleri, döviz alım-satım işlemleri kıymetli maden alım-satım işlemleri, EFT-FAST-Havale işlemleri, virman işlemleri, para transferi talimatı işlemleri, bağış işlemleri, finansman işlemleri, diyanet ödemesi işlemleri, MTV (Motorlu Taşıtlar Vergisi) ödeme işlemleri, trafik cezası ödeme işlemleri SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu) ödemesi işlemleri yapmaktadır.

➤ İnternet Şubesi

Müşterilere, internet üzerinden 7/24 bankacılık işlemlerinin sunulduğu dijital hizmettir. İnternet şubeyle; döviz alım – satım işlemleri, kıymetli maden alım – satım işlemleri, EFT-FAST-Havale işlemleri, kendi hesabına havale işlemleri, para transferi talimatı işlemleri, fatura ödeme işlemleri, vergi ödemeleri işlemleri, bağış işlemleri, finansman taksit ödemesi işlemleri, döviz transferi işlemleri, diyanet ödemesi işlemleri, MTV ödeme işlemleri, trafik cezası işlemleri, SGK ödemesi işlemleri yapılmaktadır.

➤ Temassız Bankacılık

Müşterilere sunulan bu hizmet ile kişiler işlemlerinde kare kod kullanarak temassız hizmet almaktadır. Temassız bankacılık hizmetiyle; kartsız para çekme işlemleri, kartsız QR ile POS'tan ödeme işlemleri, kare kod ile para gönderme işlemleri yapılmaktadır.

➤ ATM (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşteriler ATM sistemiyle; para çekme işlemleri, para yatırma işlemleri, para transferi işlemleri, şifre işlemleri, bakiye görüntüleme işlemleri, hesap hareketleri görüntüleme işlemleri, yatırım işlemleri, ödeme işlemleri yapabilmektedir.

➤ Engelsiz Bankacılık

Engelli müşterilerin kolayca hizmet alabilmesi adına şube ve ATM'ler üzerinden birçok kolaylığın kişilere sunulmasıdır. Şube girişinde görme engelli bireyler için Braille alfabesi kullanımı, kapı girişlerinde butonların kullanımı, yönlendirme ve bilgilendirme levhalarının bulunması engelsiz bankacılık sisteminin örnekleridir.

➤ Müşteri İletişim Merkezi

Müşterilerin belirlenen iletişim numaralarını arayarak 7/24 hizmet alma kolaylığı sunulmasıdır. Müşteri iletişim merkeziyle; hesap işlemleri, şifre işlemleri, teknik destek hizmetleri işlemleri yapılmaktadır.

3.6.5. TOM Bank

TOM katılım bankasının dijital hizmetleri şu şekildedir “Dijital Bankacılık“ , Tom Bankası, <https://tombank.com.tr/> [18/08/2024]:

Müşterilerin finansal işlemlerini şubeye gitmeye gerek duymadan, mobil şube uygulaması üzerinden yapması hizmetidir. Tom bank ile kişiler; 7/24 banka işlemlerini gerçekleştirebilir, taksitlendirilmiş alışveriş kredilerinden faydalanabilir, şimdi al sonra öde kredilerini kullanabilir, katılım vadeli hesap seçeneklerinden faydalanabilir, döviz ve altın işlemleri yapabilir, para transferleri yapabilir, otomatik ödeme talimatları verebilir, başka bankaların kredi kartı borcu ödeme işlemleri yapabilir, fatura ödeme işlemleri yapabilir. Bankanın dijital bankacılık kapsamında ise şu ürünleri bulunmaktadır; para çekme-yükleme-gönderme, QR ile ödeme, vadesiz hesap açılımı, katılma hesabı açılımı, veresiye alışveriş kredisi imkanı, taksitli alışveriş kredisi imkanı, kredi kartı imkanı, hadi bana kartı hizmeti, hadi sanal kartı hizmeti ve döviz altın alış-satış işlemleri.

3.6.6. Dünya Katılım Bankası

Dünya katılım bankasının dijital platformları üzerinden müşterilerine sağladığı hizmetler şunlardır “Dijital Bankacılık“, Dünya Katılım Bankası, <https://dunyakatilim.com.tr/musteri-iletisim-merkezi/bilgilendirme-hizmetleri/dijital-bankacilik-islemleri> [18/08/2024]:

Müşteriler dijital kanallar üzerinden; cari ve katılma hesabı açma işlemleri, kıymetli maden alım-satım işlemleri, altın bankacılığı uygulamaları, konut finansmanı, taşıt finansmanı, ihtiyaç finansmanı, EFT-Havale-FAST işlemleri, çek ve senet işlemleri, kiralık kasa işlemleri, fatura ödeme işlemleri, döviz transfer işlemleri, altın transfer işlemleri yapmaktadır.

3.6.7. Hayat Finans

Hayat finans katılım bankasının müşterilerine sunmuş olduğu dijital hizmetleri şu şekildedir “Dijital Bankacılık“, Hayat Finans Katılım Bankası, <https://www.hayatfinans.com.tr/> [18/08/2024]:

➤ Hayatlı Olmanın Tam Zamanı

Kişilerin hayat finans müşterisi olması için, oluşturulan QR kodun okutulmasıyla uygulamanın indirilmesi ve müşteri olma kolaylığıdır. Böylece bireysel veya ticari hesap açmak için kişiler izlenecek 4 adımla müşteri olabilmektedir.

➤ Hayat Finans Mobil

Müşterilere, bankanın mobil uygulamasını indirerek kolaylıkla; hesap işlemleri, para transferi işlemleri, kart işlemleri, QR işlemleri, finansman işlemleri ve ödeme işlemlerini yapma imkânının sunulmasıdır.

➤ İletişim Merkezi

Müşterilerin bankanın sesli yanıt sistemine bağlanarak işlemlerini gerçekleştirmesidir. Bu sayede kişiler; ATM kartı yenileme işlemleri, ATM kartı geçici bloke açma kapama işlemleri, ATM kartı kayıp çalıntı işlemleri, ATM kartı ile para çekme limiti belirleme işlemleri, ATM kartına hesap bağlama ve çıkarma işlemleri, ATM kartı işlem kısıtlama ve kısıt kaldırma işlemleri, mobil aktivasyon onay ve iptali işlemleri, hesap kısıtlama ve iptali işlemleri, internet bankacılığı, hayat finans mobil uygulaması ve telefon bankacılığı kanal erişimi açma ve kapama işlemleri ve hesap işlemleri yapabilmektedir.

➤ ATM Bankacılığı (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşteriler hayat finans kartları ile İş Bankası ve Yapı Kredi ATM'lerinden kolaylıkla işlemlerini yerine getirebilmektedir. ATM bankacılığıyla; para çekme işlemleri, para yatırma işlemleri, bakiye sorgulama işlemleri, şifre yükleme işlemleri kolaylıkla yapılmaktadır.

3.6.8. Türkiye Finans Katılım Bankası

Türkiye Finans Katılım Bankası'nın müşterilerine sunduğu dijital hizmetler aşağıdaki gibidir “Dijital Bankacılık“, Türkiye Finans Katılım Bankası, <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/dijital-bankacilik/sayfalar/default.aspx> [18/08/2024]:

➤ Mobil Bankacılık

Müşterilerin bankacılık işlemlerini mobil kanallar aracılığıyla 7/24 ücretsiz olarak gerçekleştirilmesini sağlayan mobil bankacılık sisteminde kişiler; extra limit işlemleri, katılım hesabı açma işlemleri, kredi kartı işlemleri, sigorta poliçesi satın alma işlemi, EFT-Havale-FAST işlemleri, döviz ve kıymetli maden alış-satış işlemleri yapmaktadır.

➤ SMS Şube

Müşterilerin telefonlar aracılığıyla bankaya kısa mesaj göndererek işlem yapabileceği bu uygulama ile kişiler kısa mesajlar aracılığıyla; hesap sorgulama işlemleri, kart sorgulama işlemleri, kur sorgulama işlemleri, emirler ve faturalar ile ilgili hatırlatma işlemleri yapmaktadır.

➤ QR Kod

Müşterilerin kredi kartı veya banka kartı olmadan uygulama üzerinden QR kod okutmasıyla; ATM üzerinden para çekme işlemleri, para yatırma işlemleri ve PO cihazlarından ödeme işlemleri yapılmaktadır.

➤ Akıllı Asistan ARI

Yapay zekâ tarafından geliştirilen sistem ile müşteriler asistan ARI aracılığıyla; ürün ve hizmetler için bilgi alma, işlemler için yardımda bulunma, şube ve ATM bilgisi öğrenme, canlı destek isteme işlemleri yapmaktadır.

➤ Müşteri İletişim Merkezi

Müşterilere 3 farklı dilde hizmet sunulan müşteri iletişim merkezi aracılığıyla kişiler bankanın belirtilen numarasını arayarak; hesap bilgisi işlemleri, başvuru işlemleri, kâr payı-döviz kuru-bireysel kredi bilgileri işlemleri, kredi kartı işlemleri, hesap işlemleri, para transferi işlemleri, döviz işlemleri, ödeme işlemleri, fatura talimatı işlemleri, internet şube işlemleri, şifre işlemleri, menkul kıymet işlemleri, POS işlemleri, bilgi hizmet işlemleri, sigorta işlemleri yapmaktadır.

➤ Dijital Slip

Müşterilerin yaptıkları işlem sonucunda POS makinasından alacakları sliplerin kâğıt tüketimini azaltmak amacıyla mobil şubeden dijital olarak alınmasını sağlayan yeniliktir. Bu sayede gereksiz kâğıt tüketimini azaltmak amaçlanmıştır.

➤ İnternet Şube

Müşteriler internet şube ile 7/24 birçok işlemi kolayca yapabilmektedir. Kişiler şubeye gitmeden; hesap işlemleri, para transfer işlemleri, ödeme işlemleri, kart işlemleri, finansman işlemleri, yatırım işlemleri, finansal planlama işlemleri, başvuru işlemleri, kişiselleştirilebilir ana sayfa hizmeti, sigorta işlemleri yapmaktadır.

➤ Engelsiz Bankacılık

Engelli ve 70 yaş üstü müşteriler için tasarlanan bu hizmet ile kişiler hem internet şubeden hem de mobil şubeden birçok işlemi gerçekleştirmektedir. Bu sayede kişiler görüntülü görüşme ile bankanın müşterisi olma, müşteri iletişim merkeziyle işlem yapabilme, engelli müşterilere uygun olarak kullanıma sunulan ATM'ler de para çekme, bakiye sorgulama, para yatırma, kart borcu sorgulama, kart borcu ödeme işlemleri gibi işlemler yapmaktadır.

➤ Görüntülü Görüşme ile Hesap Açma

Kişilere bankaya gitmeden dijital platformlar üzerinden müşteri olma imkânının sunulmasıdır. Bu sayede bireylere görüntülü bağlanarak hesap açma hizmetidir.

➤ Ödeme İste

Müşterilere, mobil bankacılık üzerinden ödeme yapma ve tahsilat süreçlerinin hızlanması için sunulan bir dijital bankacılık hizmetidir. Bu sayede ödeme limitleri kapsamında ödeme isteme talebi oluşturulabilir veya ortak harcamalar paylaşılabilir.

➤ ATM Bankacılığı (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşterilerin QR kod, banka kartı, kredi kartları ile 7/24 işlem yapma olanağı sunan pratikler sayesinde kişiler; QR Kod ile para çekme ve para yatırma işlemleri, TL, USD ve EUR hesaplardan para çekme işlemi, TL hesaplar para yatırma işlemi, EFT-havale işlemleri, finansman ödemesi işlemleri, kredi kartı borç ödemesi işlemleri fatura ödemesi, kıymetli maden alım-satım işlemleri, cep telefonu için TL yükleme işlemleri yapmaktadır.

3.6.9. Vakıf Katılım Bankası

Vakıf katılım bankası internet ve mobil uygulamaları üzerinden müşterilerine sunduğu hizmetler listesi şu şekilde sıralanabilir “Dijital Bankacılık“ Vakıf Katılım Bankası, <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/kendim-icin/dijital-bankacilik> [18/08/2024]:

➤ Görüntülü Görüşme ile Şirket Hesabı Açma

Kişilere banka şubesine gitmeden görüntülü görüşme yöntemiyle bankanın müşteri olma hizmetinin sunulmasıdır.

➤ İnternet Şube

Müşterilerin internete bağlanabildikleri her yerden birçok işlemi gerçekleştirme fırsatının sunulduğu internet bankacılığı ile kişiler; hesap işlemleri, kart işlemleri, finansman işlemleri, para transferi işlemleri, ödeme işlemleri, yatırım işlemleri, sigorta işlemleri, çek-senet işlemleri yapmaktadır.

➤ Mobil Şube

Müşterilere mobil şube hizmeti kapsamında birçok hizmeti şubeye gitmeden yapabileme fırsatı sunan dijital bankacılık uygulamasıdır. Bu kapsamda kişiler mobil şube ile; QR kod işlemleri, hesap işlemleri, kart işlemleri, finansman işlemleri, çek-senet işlemleri, para transferi işlemleri, ödeme işlemleri, döviz- kıymetli maden işlemleri, yatırım işlemleri, sigorta işlemleri yapmaktadır.

➤ ATM (Automated Teller Machine/Otomatik Para Çekme Makinesi)

Müşterilerin banka kartlarıyla birçok işlemi ATM’ler üzerinden yapılması kolaylığı sunulan bu hizmette kişiler; para çekme-yatırma işlemleri, hesap bilgileri işlemleri, döviz-kıymetli maden işlemleri, para transferi işlemleri, şifre işlemleri, ödeme işlemleri, GSM TL yükleme işlemleri, kredi kartı işlemleri yapmaktadır.

➤ Engelsiz Bankacılık

Engelli müşteriler için sunulan dijital bankacılık hizmetiyle, kişiler müşteri hizmetlerine görüntülü görüşme yöntemiyle bağlanarak işlem yapmaktadır. Duyma engelli müşterilere sağlanan bu kolaylık sayesinde kişiler bankaya görüntülü bağlanarak işaret dili yardımıyla işlem yapabilmektedir.

➤ Müşteri İletişim Merkezi

Müşteriler bankanın belirtilen iletişim numarasını arayarak müşteri temsilcilerinden 7/24 hizmet alabilmektedirler.

Kişiler müşteri iletişim merkeziyle; hesap işlemleri, başvuru işlemleri, kar payı-döviz kuru ve bireysel finansman bilgisi işlemleri, kredi kartı işlemleri, hesap işlemleri, para transferi işlemleri, döviz işlemleri, ödeme işlemleri, fatura talimatı işlemleri, internet şube işlemleri, şifre işlemleri, POS işlemleri, bilgi hizmetleri işlemleri yapmaktadır.

➤ Masrafsız Bankacılık

Müşterilerin dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirdiği işlemlerde Havale, FAST, EFT işlemleri ücretsiz olarak kişilere sağlanmaktadır.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

Literatür taraması, araştırmada ele alınan konuyla ilgili yapılan önceki çalışmaları inceleyerek analiz sürecini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda literatür araştırması, bilgiyi toplama, konu ile ilgili eksikleri tespit etme ve konuyu farklı şekillerde ele alabilme fırsatı sunmaktadır.

Bu bölüm araştırmanın teorik çerçevesini oluşturan literatür incelemesi sonuçlarından oluşmaktadır. Bu kapsamda konu ile ilgili ele alınan örnek çalışmalar incelenerek, çalışma kapsamında elde edilen bulgular özetlenmiştir.

4.1. Literatür Taraması

İncirkuş ve Ündey Kalpaklıoğlu (2023) tarafından ele alınan “Bireysel Müşterilerin Banka Hizmet Kanalı Tercih Faktörleri” isimli çalışmada, müşterilerin dijital hizmetlerden faydalanırken tercihlerinin neler olduğu saptanmak istenmiştir. Araştırmacılar çalışmada anket yöntemini tercih ederek bireysel müşterilerin banka tercihini etkileyen temelde üç unsur olduğunu, bunların da teknolojik ve kullanışlı, yenilikçi ve pratik, güvenli ve sağlam olması olduğunu söylemişlerdir. Bunun yanında, elde edilen veriler sonucunda müşteriler için hizmet kanalının güvenliği, kullanım kolaylığı gibi hususların da müşteri tercihini etkileyen faktörler olduğu belirtilmiştir. Çalışmamızla ortak noktayı oluşturan asıl husus bireylerin dijital bankacılık faaliyetlerinden yararlanma sebeplerini etkileyen; iki çalışmada da kullanışlı olma, pratik olma ve kullanım kolaylığı olma sebeplerine ulaşılmasıdır.

Anaç ve Kaya (2017) tarafından ele alınan “Katılım Bankacılığı Sektöründe Bireysel Müşterilerin Banka Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği” isimli çalışmanın temel amacı bireysel müşterilerin katılım bankalarını tercih etme sebeplerini incelemektir. Çalışmada betimleme yöntemi tercih edilmiştir. Çeşitli verileri karşılaştırmak için ise anket yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca araştırmacılar, çalışmanın çerçevesini İstanbul’da yaşayan 18 yaş üstü katılım bankası müşterileri olarak sınırlandırmıştır.

Bu veriler ışığında müşterilerin özellikle katılım bankacılığı tercih sebepleri arasında temelde iki görüşe varılmıştır: Bunlardan ilki kişilerin dini görüşleri, ikincisi ise çevrenin tavsiyesi, personel davranışları, ulaşımdaki kolaylık, hizmet kalitesi gibi unsurlardır.

Bu etmenler ilk sıralarda yer alırken diğer önemli husus ise personellerin müşterilere samimi tutumları ve işlem esnasında personel yardımının önemidir. Araştırmacıların önerisi ise şudur: Bankalar dijitalleşme ile müşteri kitlesinin beklenti ve ihtiyaçlarına cevap verebilmelidir. Kurumlar gelişen ve değişen ortamda hizmeti hatasız şekilde sunmayı amaç edinmelidir. Sektörde ayakta kalanlar değişen pazar koşullarına, gelişmelere cevap verebilenler olacaktır. Araştırmanın bireysel müşteriler üzerinden anket yöntemiyle yapılması, kişilerin katılım bankacılığı tercih sebeplerini incelemesi bakımından ilgili çalışmayla benzerlikler barındırmaktadır. Fakat çalışma 18 yaş üstü İstanbul'daki katılım bankacılığı müşterilerini oluşturduğu için örneklem grubu çalışmamıza kıyasla daha geniş bir kitleyi içermesi bakımından farklılık göstermektedir.

Uzun (2022) tarafından yapılan “Türkiye’de Katılım Bankacılığına Yönelik Tercihlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışma uygulama ve betimsel yöntem ile ele alınmıştır. Araştırmanın sonuçlandırılması için ise anket tekniği uygulanmıştır. Çalışmanın amacı, katılım bankalarının tercih edilmesindeki sebeplerin araştırılmasıdır. Araştırma, Türkiye’de katılım bankalarından hizmet alan bütün müşterileri kapsarken, anket sorularının verdiği çıkarımlar şu şekildedir: Katılım bankaları var olan müşteri ve kazanılacak yeni müşteriler için pazarlama stratejilerinde yeniliklere gitmelidirler. Dünyadaki gelişmelerle birlikte müşteri istek ve ihtiyaçları da buna paralel olarak değişmektedir. Katılım bankalarının büyümesi için bu isteklere cevap verebilmesi gerekmektedir. Personel yetkinliğinin artırılması, teknolojiyle uyum, katılım bankacılığının tanıtılması, kurum için verilen tavsiyeler arasındadır. Yapılacak çeşitli antlaşmalar ile kurumlarda sunulan konferanslar aracılığıyla kişilerin “İslami Finans” düşüncesine aşina edilmesi gerektiği sonuçlarına varılmıştır. Bu kapsamda iki çalışmada da verilerin elde edilmesi için anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmacı çalışmasını katılım bankacılığı sisteminin geneli için ele almış olsa da özellikle katılım bankalarında dijital bankacılık faaliyetleri için de bu çıkarımları yapmak gayet mümkündür.

Tekin (2019) tarafından yapılan “Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi” isimli çalışmada amaç, üniversite öğrencileri üzerinden katılım bankacılığının değerlendirilmesidir.

Araştırmanın temelinde farklı özelliklere sahip (demografik özellikler, eğitimler, dini bakış açısı) öğrencilerin katılım bankacılığını bilme ve tercih etme durumları incelenmiştir. Araştırmacının anket yöntemini tercih ettiği çalışmada özellikle Çankırı Karatekin Üniversitesi’nde öğrenciler tarafından katılım bankacılığı farkındalık düzeyi çok düşük çıkmıştır. Neticede bankacılık ürün ve hizmetlerinin genç nüfusa tanıtılması üzerinde durulmasının önemi vurgulanmıştır. Son olarak çalışmada öğrencilerin tercihlerini etkileyen unsurlar ortaya çıkarılıp, bunun üzerinde çalışmalar yapılmasına ışık olma niteliğindedir. Türk’ün (2020)’ de üniversite öğrencileri üzerinden yürüttüğü çalışması bu araştırmayla benzer sonuçlar elde etmiştir. İki çalışma da katılım bankacılığı sektörünün gençler arasında az bilindiği hususunda ortak görüştedir. İki araştırma da katılım bankacılığı ürünlerinin gençlere tanıtılması hususunda öneri sunmaktadır. Araştırmada üniversite öğrencileri üzerinden anket yönteminin kullanılması ve bu ankete katılan kişilerin katılım bankacılığını değerlendirmesi, çalışmamızla benzer yönleri oluşturmakla birlikte araştırmamızın temel farkı, katılım bankacılığının özellikle dijital kanallar ile sunduğu hizmetlerin üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilmesidir.

Tekin (2019) tarafından yapılan çalışma “Bankacılıkta Dijital Gelişmeler ve Müşterilerin Dijitalleşmeye Uyumu ve Analizi” başlığı altında üç bölümden oluşmaktadır. Genel olarak dijitalleşmenin, özellikle bankacılık sektöründe işletmeler üzerindeki etkisi incelenmektedir. Araştırmacılar birinci bölümde banka kurumları ile ilgili genel bilgilere değinerek, yasal dayanakları ve denetim mekanizması ile ilgili bilgiler vermiştir. İkinci bölümde dijitalleşme açıklanarak bankacılıkta kullanılan dijital banka yazılımlarına, dijitalleşmenin bankalar üzerindeki etkisine, dijital bankacılığın işlem hacmine, avantaj ve dezavantajlarına giriş yapılmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde değinilen; dijital bankacılığın ne olduğu, avantaj ve dezavantajları gibi hususlar bu çalışmanın da ele aldığı benzer başlıklardandır. Son olarak üçüncü bölümde ise, konu ile ilgili yapılan anket çalışması, çıkarılan anket sonuçlarına dayanılarak konunun analiz ve yorumlanması yapılmıştır.

Araştırma için hazırlanan anket soruları kişilerin yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, çalışma şekli, aylık gelir gibi bireysel konuların yanında aynı bankayla ne kadar süredir çalışıldığı, tercih edilen bankacılık işlemleri, banka tercihini etkileyen faktörler hususlarına da değinmektedir.

Araştırmacı dijitalleşme kapsamında bireylerin, bu hizmetlerden git gide daha çok faydalandığını, genç ve yaşlı bireyler arasında bankacılıkta dijitalleşme konusunu değerlendirirken gençlerin bu yeniliklere daha hızlı adapte olduğunu, yaşlı bireylerin ise gençlere göre daha düşük orana sahip olmasını güven eksikliği ve dijital ürünlerin kullanımında hâkimiyeti sağlayamamaları sebeplerine bağlamıştır. Bu tez çalışmasında ise sadece gençler yer aldığı için bu tarz bir kuşak mukayesesi yer almayacaktır.

Akbaba ve Gündoğdu (2021) tarafından ele alınan “Bankacılık Hizmetlerinde Yapay Zekâ Kullanımı” isimli çalışmanın temel amacı, yapay zekânın gelişimi hakkında bilgi vererek bankacılık sektöründeki önemi ve kullanım alanlarını detaylandırmaktır. Çalışmada bankalar tarafından kullanılan hizmetlerin mobil bankacılık kanalı, internet bankacılık kanalı olduğu belirtilmiştir. Araştırmacılar tüm bunlar dâhilinde bankaların hizmet verirken yapay zekâ uygulamalarının maliyet hususunda olumlu sonuçlar doğurduğunu belirtmiştir. Bu uygulamalar ile işlemlerin sınıflandırılmasıyla müşteri ihtiyacını belirlemek kolaylaşmış, hizmet kalitesinde artış meydana getirmiştir. Ayrıca sesli iletişim merkezinin yerini mobil bankacılık almaya başlamış hem müşteri hem de banka personeli tarafından daha az tercih edilir hale gelmiştir. Gün içerisinde sık sık yapılan bankacılık işlemlerinin dijitalleşmesiyle bankalar teknolojik gelişmeleri daha yakından takip ederek, toplumun da teknoloji okuryazarlığına olumlu etki sağlayabileceği çıkarılan sonuçlardandır. Bu tez ile çalışmamızın asıl farkını oluşturan unsur, ele aldığımız çalışmada yapay zekâ kullanımı ile ilgili detay bilgilerin olmamasıdır.

Dinçer (2019) tarafından ele alınan “Geleneksel Bankacılık ile Mobil Bankacılık Verimliliğinin Kıyaslanması” isimli çalışmanın amacı, Türkiye’de mobil bankacılık ve geleneksel bankacılığın veriler yardımıyla verimliliğinin karşılaştırılmasıdır. Çalışmacı araştırmasını Türkiye’deki bankalar ile sınırlandırmıştır.

Çeşitli verilerin analiz edilmesiyle bankaların gün geçtikçe dijital kanallara yatırımlarında artış gözlemlenirken, bunun sonucu olarak merkezler üzerinden yönetim sağlanarak personel sayısında azalış olduğu görülmüştür. Müşterilerin daha çok mobil bankacılık ile zamandan tasarruf ederek işlem yapmayı tercih ettikleri görülmüştür.

Araştırmacı şu gibi önerilerde bulunmuştur: Dijital kanallar ile bankalar beraber ilerlemeli ki bu sayede maliyet avantajı elde edilmeli; giderlerin azalması için yeni planlar yapılmalı ve son olarak mobil bankacılıkta işlem adetlerinin artması verimliliğe olumlu etki sağlayacaktır.

Bu da yapılacak olan reklam kampanyalarına bağlıdır. Araştırmacının elde ettiği verilerden hareketle sunduğu; dijital bankacılık kullanımı ile maliyet avantajı elde etme, giderlerin azalmasının yapılacak olan yenilenmeler ile mümkün olması ve mobil bankacılık işlem adetlerinin artırılması gerekliliği, verimliliği artırma hususunda önemli etkenler olarak çalışmamızla değinilen ortak noktalardır.

Beybur (2022) tarafından yapılan çalışma “Şubesiz Dijital Bankacılık ve Türk Bankacılık Sektörü İçin Öneriler” başlığı altında ele alınmıştır. Çalışmada şubesiz bankacılığın tarihsel gelişim sürecinden bahsedilirken, dijital bankacılığın avantaj ve dezavantajları, Türk bankacılık sektöründe dijitalleşme uygulamaları, kanalların kullanım düzeyleri, bankaların dijital şube çalışmaları hususlarına değinilmiştir. Bu veriler ışığında, dijital bankacılıkta markanın değerinin değil de müşterinin asıl seçimini etkileyen konular, verilen hizmetin kalitesi ve düşük işlem maliyetinin etkileyici bir unsur olduğu, özellikle Z kuşağının dijitalleşme hususundaki yatkınlığının gözle görülür derecede olduğu belirtilerek genç kuşağın ihtiyaçlarına cevap verebilen hizmetlerin geliştirilmesi önerilmektedir. Dijitalleşme ile ileriki dönemlerde banka kurumlarının varlığına daha az ihtiyaç duyulacağı belirtilerek, bankaların bu süreci iyi yönetmesi hususunda öneriler verilmiştir. Çalışmada bahsedilen dijital bankacılığın avantaj ve dezavantajları, bankacılıkta dijitalleşme uygulamaları, bankacılıkta dijital şube çalışmaları başlıkları, çalışmamızla benzerlikleri oluşturmakla birlikte bankacılıkta dijitalleşmenin git gide önem kazanması hususu da varılan ortak sonuçlardandır.

Yıldırım (2006) tarafından yapılan “Elektronik Bankacılık- Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları” isimli çalışma toplamda üç bölümden oluşmaktadır. Araştırmacı ilk bölümde bankacılığın tarihsel gelişimine değinerek, dünyada ve Türkiye’de gelişimini detaylandırmıştır. Bankacılıkta çağdaş döneme geçilmesinin ve buna ihtiyaç duyulmasının nedenlerini açıklamıştır. İnternet ve bankacılık hususunda bilgiler vererek bankalara, firmalara ve müşterilere yararları ele alınmıştır. İkinci bölümde ise, elektronik bankacılık hizmetleri ile ilgili detaylı bilgiler vermiştir.

Son olarak ise elektronik bankacılık kullanımında meydana gelebilecek riskler, güvenlik sorunları, güvenlik teknolojileri konularına değinilmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise Avrupa Birliği ve Türkiye’de dijital bankacılık uygulamaları karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Bunlar dâhilinde çıkarılan sonuçlar şunlardır: Teknolojinin kullanımı ve sürekli yaygınlaşması bankaların hedef kitlelerini etkilemekte, rekabet ortamı oluşturmaktadır. Bu da sürekli değişim ve gelişime meydan hazırlamaktadır. Bankalar da elektronik işlemlerini sürekli geliştirmelidirler. Bankacılık işlemlerinin dijital ortama aktarılması bununla beraber elektronik para, elektronik imza uygulamalarını da beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler ise sektörde sürekli yenilenmelerin yaşanacağına örneğidir. Son olarak araştırmacı bankacılık sektöründe, Türk bankacılık sektörünün bir adım geride seyretmesinin, gelişmişlik düzeyi, dijital bankacılık hakkında yetersiz bilgilendirme, yaygınlaştırılmama hususlarından dolayı olduğunu belirterek, çözüm önerisi olarak halkın tüm bu konulardaki tereddütlerinin giderilmesi, bilinçlendirme kampanyaları, olumsuz durumları iyileştirme hususlarının detaylandırılmasını söylemiştir. Çalışmada bankacılıkta çağdaş döneme geçilmesine duyulan ihtiyacın ele alınması bu araştırmayla benzerlikleri gösterirken araştırmacının elektronik bankacılık uygulamalarının oluşturabileceği riskleri, güvenlik sorunlarına değinmesi iki çalışma arasındaki temel farkları oluşturmaktadır.

Güngör Karyagdı (2022) tarafından “Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşümün Verimliliğe Olan Etkileri Trb2 Bölgesinde Nitel Bir Çalışma” isimli çalışmanın amacı, bankacılıkta dijitalleşmeyi avantaj ve dezavantajlarıyla değerlendirerek verimliliğe olan etkisini araştırmaktır. Araştırma yöntemi olarak ise nitel araştırma yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve görüşme formu tekniği tercih edilmiştir. Araştırma yapılacak bölgeler “Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van” olarak sınırlandırılmıştır.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmeler sonucunda bankalarda meydana gelen dijital dönüşümün avantajlarına bakıldığında maliyetlerde düşüş, zaman, çevre gibi unsurlar ön plandadır. Araştırmacı dezavantajları değerlendirirken güvenlik, istihdam sorunu, kaygı sorunu, sürekli rekabet ortamı unsurlarını ele almıştır. Son olarak ise bankacılıkta dijitalleşmenin avantajlı olduğu kadar dezavantajının da olduğu belirtilerek konu ile ilgili farklı bölgelerde çalışma yapılması önerilmiştir. Çalışma kapsamında araştırılan, bankacılıkta dijitalleşmenin avantaj ve dezavantajları çalışmamızın içeriğiyle benzerlik barındırmaktadır.

Bu kapsamda dijital bankacılığın avantajları, maliyetlerde düşüş ve zaman kavramı oldukça önemliken; dezavantajları ise, güvenlik, kaygı rekabet ortamı iki çalışmada da ortak değinilen noktalardır.

Akın (2020) tarafından hazırlanan “Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri” isimli çalışmanın amacı, dijitalleşme ile kullanılan teknolojiler ve bu teknolojilerin bankacılık sektöründe meydana getirdiği etkileri incelemektir.

Araştırmacı yaptığı araştırma kapsamında, teknolojilerin banka ve finans sektöründe kullanım alanları, internet kullanımının nüfusa oranı, kişi başı mobil telefon abonelikleri, küresel FinTech yatırımlarının toplam değeri, seçilen Bigtek şirketlerinin finansal faaliyetleri, dijital bankacılığın Türkiye’de aktif müşteri sayısı ile ilgili bilgiler vermiştir. Bunlara paralel olarak araştırmada, internet ve mobil teknoloji kullanımının hızlı yayılmasının müşteri beklentilerine hızlı cevap verebilmek adına dijital yatırımların artmasına neden olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca banka kurumlarında yapılan işlemler kamu denetimine tabi olduğu için dijitalleşme diğer sektörlerle göre hızlı ve pratik olmuştur. Dijitalleşme sonucunda meydana gelen müşteri beklentileri ve artan rekabet ortamı geleneksel bankaları da dijitalleşmeye mecbur bırakmıştır. Dijitalleşme kapsamında, müşterilerin alacakları hizmeti hızlı, kolay ve daha az maliyet ile halletme fırsatı yakalanmaktadır. Dijitalleşme banka kurumlarına; verimlilik, maliyet avantajı, müşteri deneyimi fırsatları kazandırmaktadır. Düşük maliyetler ile işlem yapabilme unsuru dijital bankacılık hizmeti veren bankalara talebi arttırıp, sektörde rekabet üstünlüğü elde etmeye yardımcı olmaktadır. Dijitalleşme kapsamında teknolojik yeniliklerin sürekli artacağı beklentisi de çıkarılan sonuçlardan biridir. Dijitalleşme ile meydana gelebilecek risklerin önlenmesi, siber güvenlik stratejilerinin önceden belirlenmesi için önemlidir.

Dijitalleşme ile bankaların sektör dışındaki rakipleriyle kayıplara uğraması söz konusu olmakta, bunun yanında dijital kanalların ve bankaların müşteri portföyleri için ortak iş birliklerinin gelecekte artabileceği sonuçlarına varılmıştır. Araştırma kapsamında dijitalleşme ile bankalarda; verimlilik artışı, maliyet avantajı, müşteri deneyimi, düşük maliyet, rekabet avantajı gibi çıkarılan sonuçlar çalışmamızla ortak varılan bulgulardır.

Özcan (2007) tarafından yapılan “Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma” isimli araştırma toplamda dört bölümden oluşmaktadır. Araştırmacı birinci bölümde, bankacılığın tarihsel gelişimi ile ilgili dönemsel bilgilere yer vermiştir.

İkinci bölümde elektronik ticaret konusunu ele alırken, üçüncü bölümde ise, elektronik bankacılık ile ilgili bilgilere değinmiştir. Çalışmanın konusu temelde internet ve teknolojinin her alanda gelişmesiyle buna bağlı olarak internet bankacılığının öneminin artması ve benimsenmesi hususu üzerinedir. Çalışmanın amacı, internet bankacılığının benimsenip-benimsenmeme durumunu, tercih edilmesinin-edilmemesinin sebeplerini, internet üzerinden müşterilere sunulacak hizmetlerin neler olduğu konularını açıklamaktır.

Bu bağlamda ulaşılmak istenen sonuç tüm bu veriler kullanılarak internet bankacılığı ile işlem yapan müşterilerin aldıkları hizmette beğendikleri kısımların neler olduğu, hizmeti almayanların ise tercih etmeme sebeplerinin neler olduğunu tespit ederek çözüm önerileri sunulması amaçlanmıştır. Araştırmacı çalışmanın kısıtlarını “Sakarya İli Sınırları” çevresinde belirlerken, yöntem olarak ise “Anket Yöntemi” tercih etmiştir. Çalışma toplamda yedi hipotez üzerinden kurulmuştur. Araştırmacı çalışmasında şu sonuçları elde etmiştir: İnternet, günümüzde bilgi çağının en önemli unsurunu oluşturmaktadır. İnternetin kullanımı ile ülkeler arası iletişim kolaylaşmış, sınırlar ortadan kaldırılmıştır. Elektronik ticaretin faydaları firmalara maliyet avantajı sağlar, ülkeler arası ticareti kolaylaştırır, rekabet ortamı yaratır. Fakat bunların yanında zararları ise, gizlilik ortamının oluşmaması, sanal ortamın oluşturduğu stres vb. şeklinde sıralanabilir. Elektronik bankacılık ile müşterilere sunulan hizmet sayesinde bankaya gitmeden birçok işlemi internet üzerinden yapabilme fırsatı sunmaktadır. Bu durum birçok kolaylık yaratırken kurumların maliyetlerini de düşürmektedir. İnternet bankacılığında dikkat çeken en önemli unsurun müşterilerin güvenlik hususunda duyduğu endişeler olduğu gözlemlenmiştir.

İnternet bankacılığı kullanan müşteriler üzerinden yapılan araştırmada özellikle e-bankacılıkta tercih edilen işlemler şunlardır: Bakiye İnceleme-Bilgi Alma, Kredi Kartı İşlemleri, Fatura Ödemeleri. Araştırmacı çalışmasını üzerine kurduğu yedi hipotezinin internet bankacılığının tercih edilme sebepleri üzerinde etkisi olduğunu kanıtlamıştır. Sonuç olarak internet bankacılığı kullanımının sıklaştırılması için, bankaların kişilere bilgiler vermesinin yaygınlaştırılması, müşterilerin güvenlik ortamının sağlanması ve bu konuda ikna edilmeleri hususlarına varılmıştır.

Çam ve Çam (2016) tarafından ele alınan “Finansal Okuryazarlığın Mobil Bankacılık Kullanımındaki Rolü: Doğu Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma” isimli çalışma 546 kişi üzerinden anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar şunlardır: Mobil bankacılık uygulamalarının tercih edilmesi için buna paralel olarak cep telefonu ve internetin kullanımının artmasının gerekli olduğu vurgulanmıştır. İlâveten, daha fazla mobil bankacılık uygulamalarının tercih edilmesi maliyetlerde düşüşe, erişim kolaylığının sağlanmasına, güvenlik sorunlarının çözülmesine olanak sağlayacaktır. Son olarak ise, kişilerin mobil bankacılık uygulamalarını kullanmalarının finansal okuryazarlık düzeyini de olumlu etkileyebileceği çıkarımları yapılmıştır.

Çalışma bulgularına anket yöntemi kullanılarak ulaşılması ve elde edilen veriler ışığında mobil bankacılık kullanımının maliyetlerde düşüşe sebebiyet vermesi, kişilerin erişim kolaylığının sağlanması noktalarında bu çalışmayla ortak elde edilen sonuçlardandır.

Elmas ve Yılmaz (2016) tarafından ele alınan çalışmanın amacı, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi'nin özellikle “İİBF 4. Sınıf Öğrencilerinin” finansal okuryazarlık oranlarının tespitidir. Anket formatında çalışılan araştırma kapsamına dâhil olan öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin oldukça düşük olduğu, kız ve erkek öğrenciler arasında finansal bilgi konusunda anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca kredi kartı kullanıp-kullanmama durumunun finansal okuryazarlık düzeyini etkilemediği görülmüştür. Son olarak ise, örgün veya ikinci öğretimde okuyan öğrenciler arasında finansal okuryazarlık oranlarında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Araştırmacılar tarafından ele alınan konunun belirlenen üniversitede özellikle bir grup öğrenci üzerinden çalışılacak olması yani örneklem grubunun kısıtlı olması bu çalışmayla arasındaki temel farkı oluşturmaktadır.

Bu kapsamda araştırma çalışmamızın çeşitli okul ve bölümlerden oluşan örneklem grubu sayesinde araştırılan konu ile ilgili üniversite öğrencilerinin geneli adına çıkarımlar yapılması temel farkı oluşturmaktadır.

Altundere Doğan (2020) tarafından yapılan “İslami Finans Okuryazarlığı ve Finansal Tercihlere Etkisi” isimli çalışma Türkiye’de olan İslami Finans okuryazarlığının üniversite öğrencileri üzerinden inceleme ve değerlendirmeyi içermektedir. Araştırmanın amacı, İslami Finans Sistemi’nin yaygınlaşmasıyla beraber özellikle öğrencilerin bu konudaki farkındalığını analiz etmektir. Bunun yanında, öğrencilerin finansal okuryazarlık ve İslami Finans okuryazarlığı arasındaki ilişkiyi de incelemektir. Ayrıca Türkiye’de şuan da kullanılmakta olan katılım bankacılığı sisteminin kullanımı ile faizsiz finans sektöründeki büyümeyi de araştırmaktır.

Araştırmacı çalışmasında anket yöntemi kullanmıştır. Örneklemi ise İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi öğrencileri olup 376 kişiden oluşmaktadır. Çalışmada, üniversite öğrencilerinin İslami Finans okuryazarlık oranının oldukça düşük olduğu, buna paralel olarak İslami Finans farkındalıklarının da düşük olduğu görülmüştür. Regresyon analizi kullanılarak yapılan araştırmada, değişkenler sabitken, özellikle erkek öğrencilerin ortalamasının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Öğrenciler arasında “İslam Ekonomisi ve Finans” bölümü okuyor olmanın İslami Finans okuryazarlığını önemli derecede pozitif etkilediği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte “İslami İlimler” bölümü öğrencisi olmanın ise etkisinin büyük derecede olmadığı belirlenmiştir. Araştırmada rastlanan bir diğer sonuç, Türkiye’de İslami Finans ile ilgili okuryazarlığın artırılması bu sektörün gelişimi ve yaygınlaşması için oldukça büyük önem taşır. Bununla birlikte İslami Finans ile ilgili çalışmaların yapılması, bilgilendirme faaliyetleri, çeşitli düzenlenecek eğitimlerin de gerekli olduğu görülmüştür. Son olarak üniversitelerde bu bölümlerin artırılması, İslami İlimler’de ise bu derslerin eklenmesi alanın gelişmesi için önemli bir adımdır sonucuna varılmıştır. Araştırmanın üniversite öğrencileri üzerinden yapılması, çalışmamızla ortak noktaları barındırmaktadır. İslami Finans’ın üniversite öğrencileri arasında bilinirlik durumuna paralel olarak katılım bankacılığı kullanım durumu oranı ilişkisini ele almak amacıyla çalışma incelenmiştir.

Keskin ve Koparan (2010) tarafından yapılan “Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kartı Sahipliğini Belirleyen Faktörler” isimli araştırmada amaç, üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımını belirleyen etkenler ve bu etkenlerin incelenmesidir. Araştırmacılar yaptıkları çalışmayı Türkiye’deki belirli üniversitelerin öğrencileri ile sınırlandırmış, verileri anket yöntemiyle elde etmişlerdir. Çalışma toplamda yirmi hipotez üzerine kurulmuştur. Tüm bunlar sonucunda, anket sorularında diğer değişkenler ele alınarak öğrencilerin özellikle ailelerinden ayrı, farklı şehirlerde olduğu durumlarda kredi kartı kullanımının daha çok tercih edildiği görülmüştür. Yaş, sınıf düzeyi, aylık harcama durumu, aylık gelir unsurları yükseldikçe kredi kartı kullanım tercihlerinde de artış olduğu belirtilmiştir. Bunun yanında öğrencilerin kardeş sayısı arttıkça kart kullanım oranının düştüğü de çıkarımlar arasındadır. Ayrıca kızlara göre erkek öğrencilerin kredi kartı kullanım oranındaki sıklık da çıkarılan bir diğer sonuçtur. Bu çalışmayla ortak noktalardan bir tanesi, örneklem grubu için seçilen kişilerin üniversite öğrencilerinden oluşmasıdır.

İki çalışmanın da anket yöntemi kullanılarak veri elde edilmek istenmesiyle birlikte araştırmacılar tarafından öğrencilerin banka işlemlerinin özellikle kredi kartı kullanımı üzerinden incelenmesi, çalışmamızın ise tüm dijital bankacılık kanallarını içermesi iki çalışma arasındaki temel farkı oluşturmaktadır.

Türk (2020) tarafından ele alınan “Katılım Bankacılığına Üniversiteli Gençlerin Bakışı” isimli çalışmada, araştırma konusunu üniversite öğrencilerinin katılım bankalarını tercih etme sebepleri üzerine belirlemiştir. Çalışmanın kısıtları ise “Gelişim Üniversitesi ve Bir Tane Devlet Üniversitesi Öğrencileri” üzerinden belirlenmiş olmasıdır. Verileri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Tüm bunlardan hareketle çalışmada elde edilen veriler katılım bankacılığı sektörünün büyüüp gelişmesi için bu sistemin bilinip tercih edilmesinin gerekli olduğu ve gençler tarafından katılım bankacılığının son derece az bilindiği ve kullanıldığı gösterilmektedir. Araştırmada gençlerin bu alanda kendilerini geliştirebilmek için finansal okur-yazarlık hususunda yenilikler önerilmiştir. Ayrıca araştırmacı, katılım bankacılığı ürün ve hizmetlerinde özellikle gençler için yenilikler yapılması gerektiğini söylemekte ve yapılan bu yeniliklerde reklam ve tanıtım kampanyalarının kullanılmasını önermektedir.

Araştırmacının alışma verilerini elde etme amacıyla anket yöntemini kullanması, örnekleme grubunun niversite öğrencilerinden oluşurken, anket uygulanacak öğrencilerin iki okul ile sınırlandırılması ve odaklanılan sonucun bankacılıkta dijitalleşme ve gençlerin kullanım durumu değil de katılım bankacılığının niversite öğrencileri kapsamında değerlendirilmesi ise iki çalışma arasındaki farkı oluşurmaktadır.



BEŞİNCİ BÖLÜM

BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

5.1.Araştırmada Kullanılan Yöntem

Katılım bankalarının dijital ortam üzerinde sundukları hizmetlerin üniversite öğrencileri kapsamında değerlendirilmesi adına ele alınan bu çalışmada “Anket Tekniği” kullanılarak bulgular elde edilmiştir.

Çalışmanın verilerini tespit etmek amacıyla tercih edilen anket yöntemi 34 farklı üniversitede öğrenim gören toplamda 378 katılımcıyla sonuçlandırılmıştır. Bu kapsamda katılım bankalarının dijital dağıtım kanalları hizmetlerinin üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilmesi amacıyla 14 soruluk çoktan seçmeli anket hazırlanmıştır. Anket çalışmanın hedef kitlesini oluşturan üniversite öğrencilerine uygulanırken, öğrenciler “Kolayda Örnekleme Yöntemi” ile seçilmiş olup çeşitli okul ve bölümlerden kişiler soruları cevaplandırmıştır.

Soruların tamamında çoktan seçmeli türünün kullanılma sebebi ise yapılan ilk ankette (deneme), öğrencilerin büyük çoğunluğunun kısa yanıt türündeki sorulara cevap vermemiş olmasıdır. Bu da elde edilecek verilerin doğruluğu açısından risk oluşturmaktadır.

Araştırmanın evrenini “Üniversite Öğrencileri” oluşturmakla birlikte, öğrencilerin katılım bankacılığı dijital hizmetlerini kullanım durumuyla ilgili genel değerlendirme yapılabilmesi amacıyla anket belirli okul ve bölümlerden kişilere değil, çeşitli okul ve bölümlerden farklı yaş grubundaki öğrencilere, öncesinde araştırma amacı bilgisi verilerek uygulanmıştır.

Araştırma çerçevesinde kullanılan anket soruları tezin ek kısmında bulunmakta olup, tamamı çalışmanın konusuna yararlı olacak biçimde hazırlanmış, yaş, cinsiyet, okul, bölüm gibi temel sorular haricindeki diğer sorular araştırmacıya ait özgün sorulardır. Kişilere uygulanan anket sorularının özgün hazırlanmasındaki temel amaç, çalışmanın yöneldiği konunun derinlemesine analiz edilebilmesidir. Çalışmanın ulaştırılması istenen asıl sonuçlara uygun olarak net ve doğru veriler elde etme, konuyu farklı boyutlarıyla ele alma ve etkili inceleme amacıyla sorular yeniden tasarlanmıştır.

Elde edilen tüm veriler bilgisayar ortamında Microsoft Excel programı yardımıyla tablolar halinde çalışmaya aktarılmıştır.

5.2. Bulgular

Çalışmada incelemek istenilen süreksiz verilere ait 14 adet çıktı bulunmaktadır.

Araştırma kapsamında çalışmanın sonuç verilerini elde etmek amacıyla anketin uygulanacağı kişi sayısı 378 (N) olarak belirlenmiş olup, bu kişiler farklı okul ve bölümlerden oluşan üniversite öğrencileridir.

Tablo 5.1: Anketin Birinci Bölümündeki Sorulara Katılım Yüzdesi

Anket Soruları	Geçerli	Kayıp Veri	Yüzde Katılım
Cinsiyetiniz nedir?	378	0	100,0
Yaşınız nedir?	378	0	100,0
Okulunuz nedir?	378	0	100,0
Bölümünüz nedir?	378	0	100,0
Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalaniyor musunuz?	378	0	100,0

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Anket katılımcılara iki bölümde sunulmuştur.

Bunun temel sebebi ise; öğrencilerin katılım bankacılığını kullanma durumuna göre anketin devamını doldurmalarını sağlamaktır. Bu sayede anketin ikinci kısmını, sadece katılım bankacılığında hizmet alan öğrencilerin değerlendirmeleri oluşturmaktadır.

Birinci kısımda katılımcılara cinsiyet, yaş, okul, bölüm gibi daha çok kişisel sorular yönlendirilirken, bölümdeki son soru olan işlemlerden faydalanma sorusuna “Hayır” cevabı veren katılımcıların anketi orada sonlandırılmıştır.

Tablo 5.1’de görülmek üzere katılımcılara yöneltilen ankette kayıp veriye rastlanmamıştır. Yani anketin bu bölümünde katılımcılar tüm sorulara cevap vermiştir.

Anketin ikinci bölümüne katılan 271 kişinin katılım bankacılığı dijital hizmetlerini kullanım sıklıklarını, yararlandıkları hizmetleri, tercih etme veya etmeme sebeplerini, müşteri olarak önemsedikleri riskleri, görüş, öneri, istek ve değerlendirmeleri ile ilgili fikir veren detay soru ve cevaplardan oluşmaktadır. Bu bölümün 271 kişi ile sonuçlandırılmasının nedeni, elde edilen anket verilerinin seçilen örneklem grubu için genel eğilimleri ortaya koyma da yeterli olmasıdır. 271 kişinin cevapları ile sonuçlanan çalışmanın %95 güven aralığını sağlamakta olup bu da araştırmanın geçerli olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.2: Anketin İkinci Bölümündeki Sorulara Katılım Yüzdesi

Anket Soruları	Geçerli	Kayıp Veri	Yüzde Katılım
Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerini hayatınızda ne sıklıkla kullanıyorsunuz?	271	107	71.7
En son yaptığınız bankacılık işleminizi kuruma giderek mi yoksa dijital kanallar aracılığıyla mı gerçekleştirdiniz?	271	107	71.7
Dijital kanallar yardımıyla katılım bankalarında en çok hangi hizmet / hizmetlerden yararlanıyorsunuz?	271	107	71.7
Katılım bankalarında aldığınız hizmetlerde dijital bankacılık kanallarını tercih etme sebepleriniz nedir?	271	107	71.7
Katılım bankalarında aldığınız hizmetlerde dijital bankacılık kanallarını tercih etmiyorsanız sebepleriniz nedir?	271	107	71.7
Katılım bankalarında dijital kanallar üzerinden aldığınız hizmetlerde sizin için en önemli kıstas / kıstaslar nedir?	271	107	71.7
Katılım bankalarında dijital kanallar yardımıyla aldığınız hizmetlerde sizin için en önemli risk nedir?	271	107	71.7
Katılım bankacılığı dijital hizmetlerinde meydana gelen değişim ve gelişmeleri yakından takip etmeniz adına gelen bildirim ve sunulan reklam kampanyaları sizce yeterli midir?	271	107	71.7
Katılım bankalarının dijital hizmetleri hakkında görüş, öneri, istek ve şikâyetleriniz nelerdir?	18	360	4.8

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Tablo 5.2 ‘den hareketle katılım bankacılığı hizmeti alan öğrenciler ile geçerli kişi sayısı 271’e düşerek kayıp verinin 107’ye yükseldiği görülmektedir.

Burada varılan sonuç ise 378 kişiye uygulanan anket üzerinde üniversite öğrencilerinin %71.7'si katılım bankalarının herhangi birinden hizmet almayı tercih ederken, geriye kalan %28.3'lük kısmın ise katılım bankacılığında herhangi bir hizmet almadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan anket sonucunda elde edilen verilerin raporlanmasında frekans tabloları kullanılmıştır. Bu türün kullanılma sebebi ise, her soru için ayrı ayrı tüm cevapların daha açık ve net şekilde yorumlamaya yardımcı olmasıdır.

Tablo 5.3: Ankete Katılanların Cinsiyeti

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	257	68.0	68.0
Erkek	121	32.0	100.0
Toplam	378	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Bu kapsamda Tablo 5.3'te gösterilen "Cinsiyet" tablosunda katılımcıların 257 katılım ile %68'ini kız öğrenciler kapsarken, 121 katılımcı ile %32'sini ise erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Ankette kız öğrenci ağırlıklı olması herhangi bir özel tercih sebebi değil, rastlantısal bir durumdur.

Tablo 5.4: Ankete Katılanların Yaş Dağılımları

Yaş	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
17 Yaş	4	1.1	1.1
18 Yaş	21	5.6	6.6
19 Yaş	60	15.9	22.5
20 Yaş	81	21.4	43.9
21 Yaş	56	14.8	58.7
22 Yaş	37	9.8	68.5
23 Yaş	24	6.3	74.9
24 Yaş	25	6.6	81.5
25 Yaş	33	8.7	90.2
26 Yaş	16	4.2	94.4
27 Yaş	11	2.9	97.4
28 Yaş	7	1.9	99.2
29 Yaş	3	0.8	100.0
Toplam	378	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Ankete katılanların yaş dağılımları Tablo 5.4'te incelendiğinde 17-29 yaş arası farklı yaş gruplarına rastlanmıştır. Anketi cevaplayan 378 kişinin 4'ü 17 yaşındayken; 21'i 18 yaş, 60'ı 19 yaş, 81'i 20 yaş, 56'sı 21 yaş, 37'si 22 yaş, 24'ü 23 yaş, 25'i 24 yaş, 33'ü 25 yaş, 16'sı 26 yaş, 11'i 27 yaş, 7'si 28 yaş, 3'ü ise 29 yaşta olan kişilerdir. Sıklığı en çok olan yaş grubu 81 katılımcıyla 20 yaş iken, en az olanı ise 3 katılımcıyla 29 yaş gruplarıdır. Bu kapsamda anketi cevaplayanların %21.4'ü 20 yaş grubu bireylerden oluştuğu gözlemlenmiştir. Bu da araştırmada elde edilen sonuçlar dahilinde en fazla etkisi olan 20 yaşındaki kişilerin olduğunu ve bu yaştaki öğrencilerin çalışma sonuçlarını önemli ölçüde şekillendirdiklerini göstermektedir.

Araştırmanın temel konusu olan katılım bankalarının dijital alanda müşterilerine sunduğu hizmetleri değerlendirme amacıyla seçilen üniversite öğrencileri belirli okul ve bölümlerden seçim ile sınırlandırılmayarak, farklı okul ve bölümlerden rastgele seçilen kişilerden oluşturulmuştur. Bu kapsamda Tablo 5.5'te görüldüğü gibi 34 farklı okuldan öğrenciler soruları cevaplandırmıştır.

Tablo 5.5: Ankete Katılanların Okudukları Üniversiteler

Üniversite	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Afyon Kocatepe Ü.	4	1.1	1.1.
Akdeniz Üniversitesi	6	1.6	2.6
Altınbaş Üniversitesi	1	0.3	2.9
Artvin Çoruh Üniversitesi	1	0.3	2.9
Atatürk Üniversitesi	6	1.6	4.8
Aydın Üniversitesi	7	1.9	6.6
Bahçeşehir Üniversitesi	1	0.3	6.9
Beykent Üniversitesi	13	3.4	6.9
Biruni Üniversitesi	3	0.8	11.1
Boğaziçi Üniversitesi	1	0.3	11.4
Bolu Abant İzzet Baysal Ü.	1	0.3	11.6
Dokuz Eylül Üniversitesi	1	0.3	11.9
Düzce Üniversitesi	1	0.3	11.1
Esenyurt Üniversitesi	4	1.1	10.6
Gelişim Üniversitesi	2	0.5	10.8
Giresun Üniversitesi	1	0.3	10.8
Kültür Üniversitesi	7	1.9	11.1
İstanbul Üniversitesi	9	2.4	11.6
Sabahattin Zaim Ü.	263	69.6	81.0
Topkapı Üniversitesi	1	0.3	77.8
Yeni Yüzyıl Üniversitesi	1	0.3	77.2
İstanbul Teknik Üniversitesi	2	0.5	77.5
Kapadokya Üniversitesi	1	0.3	77.5
Karabük Üniversitesi	1	0.3	77.5
Kırıkkale Üniversitesi	1	0.3	77.5
Maltepe Üniversitesi	1	0.3	76.7
Marmara Üniversitesi	6	1.6	77.8
Okan Üniversitesi	1	0.3	77.8
19 Mayıs Üniversitesi	2	0.5	76.5
Recep Tayyip Erdoğan Ü.	4	1.1	75.1
Sakarya Üniversitesi	12	3.2	8.7
Selçuk Üniversitesi	1	0.3	8.7
Namık Kemal Üniversitesi	2	0.5	9.0
Yıldız Teknik Üniversitesi	10	2.6	11.1
Toplam	378	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Yanıtlara göre örneklem grubunu oluşturan 378 öğrencinin sıklık oranlarına baktığımızda en çok %69.6'lık cevapla 263 kişinin İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir. Bunun temel sebebi, bu tezi hazırlayan kişinin dâhil olduğu üniversite bu olduğu için yayılımın daha kolay olmasındandır.

Bunu takip eden diğer okullara bakıldığında; Afyon Kocatepe Üniversitesi'nden 4 kişi, Akdeniz Üniversitesi'nden 6 kişi, Altınbaş Üniversitesi'nden 1 kişi, Artvin Çoruh Üniversitesi'nden 6 kişi, Aydın Üniversitesi'nden 7 kişi, Bahçeşehir Üniversitesi'nden 1 kişi, Beykent Üniversitesi'nden 13 kişi, Biruni Üniversitesi'nden 3 kişi, Boğaziçi Üniversitesi'nden 1 kişi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nden 1 kişi, Dokuz Eylül Üniversitesi'nden 1 kişi, Düzce Üniversitesi'nden 1 kişi, Esenyurt Üniversitesi'nden 4 kişi, Gelişim Üniversitesi'nden 2 kişi, Giresun Üniversitesi'nden 1 kişi, Kültür Üniversitesi'nden 7 kişi, İstanbul Üniversitesi'nden 9 kişi, Sabahattin Zaim Üniversitesi'nden 263 kişi, Topkapı Üniversitesi'nden 1 kişi, Yeni Yüzyıl Üniversitesi'nden 1 kişi, İstanbul Teknik Üniversitesi'nden 2 kişi, Kapadokya Üniversitesi'nden 1 kişi, Karabük Üniversitesi'nden 1 kişi, Kırıkkale Üniversitesi'nden 1 kişi, Maltepe Üniversitesi'nden 1 kişi, Marmara Üniversitesi'nden 6 kişi, Okan Üniversitesi'nden 1 kişi, 19 Mayıs Üniversitesi'nden 2 kişi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi'nden 4 kişi, Sakarya Üniversitesi'nden 12 kişi, Selçuk Üniversitesi'nden 1 kişi, Namık Kemal Üniversitesi'nden 2 kişi, Yıldız Teknik Üniversitesi'nden ise 10 kişi soruları cevaplandırmıştır.

Her ne kadar Sabahattin Zaim Üniversitesi'nden katılım hususunda bir ağırlık olsa da katılanların diğer bölümü (yaklaşık %30'u) başka üniversitelere dağıldığı için bunun herhangi bir yanlılık yaratmaması beklenmektedir.

Tablo 5.6: Ankete Katılanların Okudukları Bölümler

Bölüm	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Anestezi	2	0.5	0.5
Arapça Öğretmenliği	6	1.6	2.1
Astronomi Ve Uzay Bilimleri	1	0.3	2.1
Bankacılık	2	0.5	2.4
Beslenme Ve Diyetetik	8	2.1	2.9
Bilgi Ve Belge Yönetimi	1	0.3	5.0
Bilgisayar Mühendisliği	4	1.1	5.3
Biyo Mühendislik	2	0.5	6.3
Coğrafya Öğretmenliği	1	0.3	6.9
Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İliş.	1	0.3	7.1
Çocuk Gelişimi	4	1.1	7.4
Dış Ticaret	1	0.3	8.5
Odyometri	1	0.3	8.7
Elektrik Ve Elektronik Mühendisliği	2	0.5	9.0
Endüstri Mühendisliği	15	4.0	9.5
Ergoretapi	1	0.3	13.5
Felsefe	1	0.3	13.8
Fizyoterapi Ve Rehabilitasyon	1	0.3	14.0
Gastronomi Ve Mutfak Sanatları	6	1.6	14.3
Gazetecilik	5	1.3	15.9
Gemi Makineleri İşletme Müh.	1	0.3	17.5
Geomatik Mühendisliği	1	0.3	17.7
Gıda Mühendisliği	1	0.3	18.0
Görsel İletişim Tasarımı	2	0.5	18.5
Hemşirelik	3	0.8	19.3
Hukuk	15	4.0	23.3
İç Mimarlık	15	4.0	27.2
İç Mekan Tasarımı	1	0.3	27.5
İktisat	2	0.5	28.0
İletişim Sanatları	3	0.8	28.8
İlköğretim Matematik Öğretmenliği	2	0.5	29.4
İngilizce Öğretmenliği	2	0.5	29.9
İnşaat Mühendisliği	1	0.3	30.2
İslam İktisadı Ve Finans	44	11.6	41.8
İslami İlimler	22	5.8	47.6
İşletme	42	11.1	58.7
Kimya	1	0.3	59.0
Kontrol Ve Otomasyon Mühendisliği	1	0.3	59.3
Lojistik	1	0.3	59.5
Maden Mühendisliği	1	0.3	59.8
Makine Mühendisliği	1	0.3	60.1
Manevi Danışmanlık Ve Rehberlik	1	0.3	60.3
Matematik	1	0.3	60.6

Moleküler Biyoloji Ve Genetik	7	1.9	62.4
Odyoloji	1	0.3	62.7
Okul Öcesi Öğretmenliği	4	1.1	63.8
Pazarlama	1	0.3	64.0
Sağlık Yönetimi	1	0.3	64.3
Sınıf Öğretmenliği	4	1.1	65.3
Psikoloji	16	4.2	69.6
Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi	4	1.1	70.6
Siyaset Bilimi Ve Uluslararası İ.	1	0.3	70.9
Sosyal Hizmet	3	0.8	71.7
Sosyoloji	4	1.1	72.8
Tıbbi Görüntüleme Teknikleri	1	0.3	73.0
Tıbbi Laboratuvar Teknikleri	1	0.3	73.3
Türk Dili Ve Edebiyatı	4	1.1	74.3
Türkçe Öğretmenliği	7	1.9	76.2
Uluslararası Finans Ve Katılım B.	3	0.8	77.0
Uluslararası İlişkiler	8	0.3	77.2
Uluslararası Ticaret Ve Finansman	82	21.7	98.9
Yazılım Mühendisliği	3	0.8	99.7
Yeni Medya Ve İletişim	1	0.3	100.0
Toplam	378	100	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Ankete katılan kişilerin bölüm dağılımları Tablo 5.6’da görüldüğü üzere 63 farklı alana dağılmaktadır. Fakülte bazlı demografik veriler ele alındığında bölümler arasında katılımcı oranı en yüksek olan %21.7 oran ile Uluslararası Ticaret ve Finansman bölümü olurken, onu ikinci en yüksek katılım oranı %11.6 ile takip eden İslam İktisadı ve Finans bölümünün olduğu tespit edilmiştir. Bu da özellikle bu bölümlerde okuyan öğrencilerin anket cevaplarında daha fazla etkiyi oluşturduğunu göstermektedir. Ayrıca 378 kişiye uygulanan araştırmada katılımcıların tamamının “Bölümünüz?” sorusunu cevapladığı görülmekte olup ankete çeşitli bölümlerden kişilerin katılması, üniversite öğrencileri üzerinden yapılan çalışmada konu ile ilgili öğrencilerin fikirlerini yansıtması açısından genelleme yapılmasını kolaylaştırmıştır.

Tablo 5.7: “Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalaniyor musunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif yüzde
Evet	271	71.7	71.7
Hayır	107	28.3	100
Toplam	378	100	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Yukarıda da bahsedildiği gibi, 271 kişi yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalandığını söylerken, 107 kişi ise herhangi bir yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalanmadığını belirtmiştir.

Anketin ilk bölümünün son sorusu olan “Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalaniyor musunuz?” sorusuna hayır cevabı veren 107 katılımcının anketi burada sonlandırılırken, aynı soruya “Evet” cevabı veren 271 kişiyle anketin ikinci bölümünde elde edilen veriler şu şekildedir:

Tablo 5.8: “Yeni Teknoloji Katılım Bankacılığı İşlemlerini Hayatınızda Ne Sıklıkla Kullanıyorsunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif yüzde
Hiç kullanmıyorum	12	4.4	4.4
Biraz kullanıyorum	142	52.4	56.8
Sık sık kullanıyorum	117	43.2	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Dijital bankacılık faaliyetlerinin üniversite öğrencileri arasında tercih durumunu inceleme amacıyla eklenen, “Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerini hayatınızda ne sıklıkla kullanıyorsunuz?” sorusuna kişilerin değerlendirme sonuçlarına bakıldığında Tablo 5.8’de görüldüğü gibi en az %4.4 oranıyla 12 kişi “Hiç Kullanmıyorum” şikkını işaretlerken, en yüksek %52.4 oranla 142 kişi “Biraz Kullanıyorum” şikkını işaretlemiştir. Öğrenciler arasında %43.2 oranla “Sık Sık Kullanıyorum” cevabını veren ise 117 kişi olduğu tespit edilmiştir.

Genç bireyler arasında dijital bankacılık faaliyetlerini tercih etmeme oranı oldukça düşükken, biraz ve sık sık tercih eden kişi sayısı 259 kişiyle oldukça yüksektir.

Tablo 5.9: “Bankacılık İşlemlerinizi Çoğunlukla Kuruma Giderek Mi Yoksa Dijital Kanallar Aracılığıyla Mı Gerçekleştirirsiniz?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif yüzde
Kuruma Giderek	20	7.4	7.4
Dijital Kanallar Aracılığıyla	251	92.6	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

“Bankacılık işlemlerinizi çoğunlukla kuruma giderek mi yoksa dijital kanallar aracılığıyla mı gerçekleştirirsiniz?” sorusuna katılımcılar tarafından verilen cevaplar ise şu şekildedir: Öğrencilerden %92.6’lık oran ile büyük çoğunluğu işlemlerini dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirdiklerini belirtirken, %7.4’lük düşük oranla 20 kişinin ise “Kuruma Giderek” seçeneğini işaretlediği tespit edilmiştir. Tablo 5.9’da da görüldüğü üzere 251 kişinin bankacılık işlemlerini dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirmeyi tercih ettiği görülmektedir. Burada üniversite öğrencileri temel alındığında bankacılıkta teknolojik faaliyetlere oldukça sık başvurdukları yorumu yapılabilir.

Tablo 5.10: “Dijital Kanallar Yardımıyla Katılım Bankalarında En Çok Hangi Hizmetten Yararlanıyorsunuz?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
ATM Bankacılığı	56	20.7	20.7
Kiosk Bankacılığı	0	0.0	20.7
Mobil Bankacılık	193	71.2	91.9
Çağrı Merkezleri	0	0.0	91.9
İnternet Bankacılığı	21	7.7	99.6
Ev ve Ofis Bankacılığı	1	0.4	100.0
Diğer	0	0.0	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

“Dijital kanallar yardımıyla katılım bankalarında hangi hizmetten yararlanıyorsunuz?” Sorusuna ait cevapları kapsayan Tablo 5.10’a bakıldığında öğrencilerin büyük çoğunluğunun “Mobil Bankacılık” hizmetlerinden faydalandığı; “Kiosk Bankacılığı ve Çağrı Merkezleri” hizmetlerini ise hiç tercih etmedikleri tespit edilmiştir.

Bu kapsamda Mobil Bankacılık %71.2 oranla 193 kişi tarafından kullanılırken, ATM Bankacılığı %20.7 oranla 56 kişi tarafından, İnternet Bankacılığı %7.7 oranla 21 kişi, Ev ve Ofis Bankacılığının ise %0.4 oranla 1 kişi tarafından kullanıldığı görülmektedir. Yani bir diğer deyişle araştırmaya dâhil olan üniversite öğrencileri arasında en çok Mobil Bankacılık, ardından ATM ve İnternet Bankacılığı tercih edilirken; Kiosk ve Çağrı Merkezleri Bankacılığı kanallarından işlem yapmadıkları saptanmıştır.

Tablo 5.11: “Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Öncelikle Tercih Etme Sebebiniz Nedir?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kolaylık	66	24.4	24.4
Hızlı ve Pratiklik	127	46.9	71.3
Erişim Kolaylığı	37	13.7	85.0
Zaman Tasarrufu	28	10.3	95.3
Yok	13	4.7	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

“Katılım bankalarında aldığınız hizmetlerde dijital bankacılık kanallarını tercih etme sebebiniz nedir?” sorusuna kişilerin cevaplarını içeren Tablo 5.11’e bakıldığında öncelikle öğrencilere 4 ayrı avantajın sunulduğu, bunların ise; “Kolaylık, Hızlı ve Pratiklik, Erişim Kolaylığı ve Zaman Tasarrufu” seçenekleri olduğu görülmektedir. Katılımcıların değerlendirme sonuçları incelendiğinde tercih etme sebeplerini en çok etkileyen faktörün %46.9 oranla “Hızlı ve Pratiklik” sıklığı olduğu tespit edilmiştir.

Kolaylık sağladığı için kullanan 66 kişi varken, erişimde kolaylığını düşünen her yerde ve zamanda hizmet alma adına tercih eden %13.7 oranla 37 kişi, zaman tasarrufu sağlama amacıyla %10.3 oranla 28 kişi olduğu görülmüştür. Tüm bunlar haricinde bazı öğrenciler bu soruya “Yok” cevabı vermiştir. Bu oran %4.7 ile 13 kişiyi kapsamaktadır.

Sonuç olarak Tablo 5.11’den hareketle öğrencilerin bankacılık işlemlerini dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirmelerinde tercih etme sebeplerinin en önemlisi hızlı ve pratiklik iken, en düşük tercih sebepleri arasında ise zaman tasarrufu olduğu söylenebilir.

Tablo 5.12: “Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Güvenlik Problemleri	38	14.0	14.0
Kullanım Zorluğu	10	3.7	17.7
Sistemsel Sorunlar	30	11.0	28.7
Reklam Sıklığı	14	5.2	33.9
Yok	179	66.1	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

“Katılım bankalarında aldığımız hizmetlerde dijital bankacılık kanallarını tercih etmeme sebepleriniz nedir?” sorusuna katılımcı cevaplarını gösteren Tablo 5.12 incelendiğinde, araştırmaya katılan öğrencilerin tercih etmeme sebepleri çok düşük olmakla birlikte bunlardan en önemlisinin %14 oranla ile 38 kişi tarafından güvenlik problemleri seçeneğinin olduğu söylenebilir. Geriye kalan kıstaslardan; kullanım zorluğu %3.7 oranla 10 kişi, sistemsel sorunlar %11 oranıyla 30 kişi ve reklam sıklığı ise %5.2 oranla 14 kişi tarafından cevaplandırılmıştır. Özetle %66.1 oranla 271 kişi herhangi bir tercih etmeme sebeplerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo 5.13: “Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Üzerinden Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Kıstas Nedir?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Müşteriye Sunulan Hizmet Kalitesi	90	33.2	33.2
İmaj	11	4.1	37.3
Hizmet Komisyonu	35	12.9	50.2
Kolay Erişim	128	47.2	97.4
Ürün Çeşitliliği	7	2.6	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Kişilerin “Katılım bankalarında dijital kanallar üzerinden aldığınız hizmetlerde sizin için en önemli kıstas nedir?” sorusuna verilen cevapları içeren Tablo 5.13’e bakıldığında üniversite öğrencilerinin katılım bankaları dijital kanallarında aldıkları hizmetlerde, onlar için en önemli kıstasın “Kolay Erişim” olduğu tespit edilmiştir. Bireylere sunulan Hizmet Kalitesi, İmaj, Uygunluk, Kolay Erişim, Ürün Çeşitliliği gibi seçeneklere verilen cevaplarda; öğrencilerin %47.2 oranla 128 katılımcıyla seçtikleri Kolay Erişim seçeneği olurken, %33.2 oranla 90 kişi ise müşteriye sunulan hizmet kalitesini ön planda tutmuştur. Bunların yanında bankaların dijital kanallardan sunduğu hizmetlerde ürün çeşitliliğinin bireyler tarafından kolay erişim ve hizmet kalitesi kadar ön planda olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 5.14: “Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Yardımıyla Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Risk Nedir?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Güvenlik Riski	143	52.8	52.8
Hatalı İşlem Riski	52	19.2	72.0
İşlem Esnasında Meydana Gelebilecek Teknik Arızalar Riski	55	20.3	92.3
Yanıtıcı SMS Bildirimleri	21	7.7	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

“Katılım bankalarında dijital kanallar yardımıyla aldığınız hizmetlerde sizin için en önemli risk nedir?” sorusuna verilen cevapların dağılımını gösteren Tablo 5.14 incelendiğinde, kişilerin dijital bankacılık kullanımında kendileri için en önemli riskin “Güvenlik Riski” olduğunu belirtmişlerdir. Veriler incelendiğinde %52.8 oranla 143 kişi Güvenlik Riskini seçerken, %19.2 oranla 52 kişi Hatalı İşlem Riskini, %20.3 oranla 55 kişi Teknik Arıza Riskini, %7.7 ile 21 kişi ise Yanıtıcı SMS Bildirimleri şikkını tercih etmiştir.

Görülen sonuçlar itibariyle kişilerin en önemli risk unsurunun “Güvenlik Problemleri” iken, en düşük gördükleri risk unsurunun ise “Yanıtıcı SMS Bildirimleri” olduğu yorumu yapılabilir.

Tablo 5.15: “Katılım Bankacılığı Dijital Hizmetlerinde Meydana Gelen Gelişmeleri Tanıtma Adına Gelen Bildirim ve Sunulan Reklam Kampanyaları Sizce Yeterli Midir?” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı

	Sıklık	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yeterlidir	209	77.1	77.1
Yeterli Değildir	62	22.9	100.0
Toplam	271	100.0	

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

“Katılım bankacılığı dijital hizmetlerinde meydana gelen gelişmeleri tanıtma adına gelen bildirim ve sunulan reklam kampanyaları sizce yeterli midir?” sorusuna Tablo 5.15’ de görüldüğü gibi öğrenciler tarafından %77.1 oranında “Yeterlidir” cevabı verilirken, %22.9 oranıyla “Yeterli Değildir” cevabı verilmiştir. “Yeterli Değildir” görüşleri için ise kişilere ankette görüş ve öneri sunmaları amacıyla son soru hazırlanmıştır.

Katılımcılara son soru olarak yöneltilen “Öneriler ve Geliştirmeler” kısmında öğrencilere katılım bankacılığı dijital hizmetleri kapsamında varsa sunacakları tavsiyeler sorulmuştur.

Bu kapsamda bireyler;

- Ürün ve hizmet çeşitliliğinin artırılması
- Güvenilirlik ve bilgi paylaşımı konularında müşterinin korunması
- Şubede yapılması gereken bazı işlemlerin mobil uygulama üzerinden yapılabilmesi
- Dijital bankacılık kanallarının orta yaşlıların da kolaylıkla kullanabileceği tarzda düzenlenmesi
- Yapılacak işlemleri kolay bulma amacıyla yapay zeka destekli bir arama butonun oluşturulması
- Müşteri temsilcilerine bağlanabilmenin kolaylaşması
- Müşterilerin kullanımına sunulacak kolay bir ara yüz
- Reklam ve tanıtım kampanyalarının sıklaştırılması
- Mobil uygulamaların sürekli güncel tutulması
- Güvenlik sistemlerinin güçlendirilmesi
- Havale işlemlerinde SMS veya arama ile iki faktörlü doğrulama
- Sistem yoğunluğu esnasında oluşabilecek sistem çökmelerine hızlı çözüm
- Müşterilere sunulan yeni ürün ve hizmetlerde bireylere yapılacak bilgilendirmelerin sıklaşması cevapları verilmiştir.

5.3. Değerlendirme

Gerek literatürdeki konu ile ilgili benzer çalışmaların incelenmesi gerek çalışmanın vardığı ortak sonuçlardan hareketle erişilen temel bulgular şu şekildedir:

Bankalar tarafından sunulan dijital bankacılık faaliyetlerinde, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun bir yapılanma sağlanmasının oldukça önemli olduğu söylenebilir. Teknolojinin hızla gelişmesi ve her alanda yaygın kullanımı bankacılık alanında da bu ihtiyacı meydana getirmiştir. Bunun temel sebebi kişilerin teknolojiyi bankacılık işlemlerinde de kullanarak, dijital kanallar yardımıyla hızlı ve güvenilir şekilde hizmet alma istekleri olabilir.

İncelenen çalışmalar kapsamında, bireysel müşterilerin dijital bankacılık hizmetlerini tercih etme sebepleri arasında kullanışlı olma ve pratiklik sağlanması unsurları ön plana çıkmıştır. Bunun temel sebebi, kişilerin zaman veya mekan sınırlaması olmadan istedikleri her an bankacılık işlemlerini yapabilme kolaylıklarının bulunmasıdır.

Dijital bankacılık sistemi; müşteri beklentilerini anlayarak bu istek ve ihtiyaçları karşılama, yeni müşterilere ulaşma, ürün ve hizmet geliştirme, maliyetler de pozitif yönlü etki yaratma gibi birçok hususta kolaylıklar sunarken, bankaların her geçen gün dijital bankacılık alanında yoğunlaşmaları halinde tek bir merkezden yönetim sağlanması personele olan ihtiyacı azaltma, işsizliği arttırma gibi sonuçlara sebep olabileceği çıkarılan sonuçlardandır.

Bu kapsamda yeni teknoloji bankacılık sisteminin kurum ve müşteriler için avantaj ve dezavantajları şöyle sıralanabilir:

Avantajlar;

- Maliyetleri azaltma
- Müşterilere kolay erişim imkânı sunma
- İşlem esnasında zaman tasarrufu sağlama
- Hızlı çözüm sunma, zaman veya mekân ayrımı olmadan sürekli işlem yapabilme fırsatı sunma
- Hızlı ve pratik olma
- Yeni ürün geliştirmede kolaylık
- İşlemlerden komisyon geliri elde etme
- Personellerin işlem yükünü hafifletme

- Kurumların farklı ürün ve hizmetler geliştirerek çeşitlenme stratejisi ile rekabet ortamında üstünlüğü sağlama
- İhtiyaçlara hızlı cevap verebilme
- Kısa sürede daha geniş kitlelere ulaşarak pazar payını büyütme
- Yapılacak bankacılık işlemleri için herhangi bir fiziksel şubeye ihtiyaç duymama
- Müşteri istek ve ihtiyacına uygun olarak ürün geliştirebilme seçenekleri şeklinde sıralanmaktadır.

Tüm bu avantajların yanında oluşturduğu dezavantajlar ise;

- İşlemlerin dijital kanallar aracılığıyla yapılması sonucu banka personellerine duyulan ihtiyacın azalması ve buna paralel işsizlik sorununun oluşması
- Dijital kanalların müşteri ve personel arasındaki iletişimi engellemesi
- Teknolojik araçların meydana getirebileceği tüm güvenlik problemleri
- Araçların doğru kullanılmaması sonucu oluşabilecek işlem hataları
- Müşterilerin bu yenilikleri benimseyebilme veya benimseyememe durumları şeklindedir.

Meydana gelen teknolojik gelişmeler sektörlerin tamamında olduğu gibi bankacılık sektöründe de işlem süreçlerinde değişimler ve gelişimler meydana getirmiştir.

Bu sayede geleneksel bankacılık faaliyetlerinin yanında teknoloji odaklı kanallar ile dijital bankacılık işlemleri oluşmuştur. Bunun temel sebebi kurumların, oluşan müşteri beklentilerini karşılama, rekabet ortamında üstünlük sağlama, verimliliği artırma istekleridir. Bu kapsamda bankalar müşterilerine şubesiz dijital bankacılık kapsamında çeşitli dağıtım kanalları ile bankacılık hizmetleri sunmaktadır. Bu dağıtım kanalları Otomatik Vezne Makineleri, EFTPOS, Ev ve Ofis Bankacılığı, İnternet Bankacılığı, Mobil Bankacılık, Kiosk Bankacılık çeşitlerinden oluşmaktadır. Şu an Türkiye’de faaliyette bulunan toplam 9 katılım bankası ise müşterilerine dijital kanallar yardımıyla birçok hizmeti sunmaktadır. Bu hizmetlerin üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilmesi ise şu şekilde özetlenebilir:

Anket öğrencilere eşit olmayan şekilde dağıtılmış olup, kadın öğrencilerin katılım oranının erkek öğrencilere göre yüksek sonuçlanması tamamen tesadüfi olarak gerçekleşmiştir. Birçok yaş grubunun katıldığı anket sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin çoğunluğunun dijital bankacılık hizmetlerinden faydalanması, onların teknolojiyle yakından ilgilenmesiyle açıklanabilmektedir.

Öğrencilere yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerini kullanım sıklığı sorulduğunda genel olarak biraz ve sık sık şıkkını işaretlemiş olsalar da bazı öğrencilerin hiç kullanmıyorum olması, bazılarının ise biraz kullanıyor olması dijital bankacılığın bireyler tarafından tam anlamıyla faydalanamıyor olmasıyla ilgili de olabilmektedir.

Öğrencilerden sadece 20 kişinin, işlemlerini çoğunlukla dijital kanallardan değil de fiziksel şubeye giderek yaptığını belirtmesi bankacılık işlemlerinde fiziksel şubelere duyulan talebin çok düşük olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin bankacılık işlemlerini dijital kanallar ile gerçekleştiriyor olması, dijital bankacılığın aktif kullanıldığını göstermektedir. Dijital bankacılığın kişilere özellikle hızlı, pratik ve kolaylık sağladığı için tercih ettikleri sonucuna yine anket cevaplarından varılmaktadır.

Araştırmaya dâhil edilen üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı dijital hizmetlerinden yüksek oranda faydalandığı görülmektedir. Katılım bankalarının herhangi birinden hizmet alan bireylerin, kurumların dijital bankacılık faaliyetlerinden neredeyse her öğrenci faydalanmakta olup, öğrenciler bankacılık işlemlerinin büyük çoğunluğunu dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Anket verileri sonucunda öğrencilerin katılım bankaları dijital hizmetlerinden en sık “Mobil Bankacılık” hizmetlerini kullandığını “Kiosk Bankacılığı ve Çağrı Merkezleri” hizmetlerini ise hiç tercih etmedikleri görülmüştür. Buradan da anlaşıldığı gibi Mobil Bankacılık faaliyetlerinin zaman veya mekân kısıtlaması olmadan sürekli olarak işlem yapma kolaylığı ve şubelere gitmeden ATM Bankacılık işlemlerinin pratik olma açısından tercih ettikleri görülmektedir. Bunun yanında kişilerin yoğun olarak mobil bankacılık hizmetlerini tercih etmesi, kurumların mobil uygulamalarını kullandıklarını göstermektedir.

Öğrencilerin dağıtım kanallarından özellikle “Mobil Bankacılık” hizmetini kullanıyor olmaları, kişilerin bankacılık işlemlerini telefonlar üzerinden gerçekleştirmeleri alışkanlıklarını göstermektedir.

Bireylerin yüksek oranla dijital bankacılık hizmetlerini tercih etme sebeplerini “Hızlı ve Pratik” olduğu için seçmeleri, işlemlerini şubelere gitmeden kolayca halletmelerinin onlar için oldukça önemli olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin dijital bankacılık kanallarını en çok tercih etme unsuru, hızlı ve pratik olma iken; etmeme sebeplerinin ise en çok oranla “Güvenlik Problemleri” olduğunu söylemek mümkündür.

Öğrenciler aldıkları hizmetlerde onlar için en önemli kıstasın “Kolay Erişim” unsurunun olduğunu, en önemli riskin ise “Güvenlik Riski” olduğunu bildirmişlerdir.

Son olarak öğrenciler bankaların gelişmeleri takip etme adına kişilere sunduğu bildirim ve reklam kampanyalarının yeterli olduğunu söylemişlerdir. Görüş ve öneriler kısmında sundukları fikirler anket analizi kısmında da ayrıca sunulmuştur.

Bununla birlikte çalışmada varılan sonuçlar şöyle özetlenebilir:

Üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun katılım bankaları dijital kanallarından sundukları hizmetleri almayı tercih ettiği sonucuna varılmıştır. İşlemleri tercih eden öğrenciler kapsamında şu yorumlar yapılabilir: katılım bankacılığı dijital hizmetlerinde yaş, cinsiyet, okul gibi unsurların ön planda olmadığı, bunun kanıtının ise, her yaş grubundan, cinsiyetten ve okul ismi çeşidinden tercih eden veya etmeyen öğrencilerin bulunduğu tespit edilmiştir.

Katılım bankalarından hizmet almayı tercih eden öğrencilerinin büyük çoğunluğunun banka işlemlerinde dijital kanalları tercih ettiği görülmektedir. Hiç tercih etmeyen öğrencilerin çok az sayıda olması ve öğrencilerin büyük çoğunluğunun son yaptıkları işlemlerde dijital kanalları tercih etmesi ise özellikle üniversite öğrencileri arasında dijital bankacılığın ne kadar yaygın olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin, fiziksel şubeleri ziyaret etmeden bankacılık işlemlerini dijital kanallar kullanarak yerine getirmede öncelikle tercih sebeplerinin “Hızlı ve Pratiklik” unsurunun olduğu saptanmıştır.

Dijital bankacılık ile bireylerin yapacakları işlemleri kolaylıkla yerine getirmek oldukça önemli bir unsur olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun yanında öğrencilerin büyük çoğunluğunun tercih etmeme sebebinin olmayışı ise, bankacılıkta dijital faaliyetlerin benimsendiği yorumu yapılabilir.

Kişilerin bu hizmetleri alırken en önemli kıstaslarının yoğunluklu olarak “Kolay Erişim ve Müşteriye Sunulan Hizmet Kalitesi” olması ise kişilerin yapacakları işlemlerde erişim ve kalitenin en önemli unsur olduğu görülmüştür. Bireylerin dijital kanallardaki alınan hizmetlerde kolay erişim ve müşteriye sunulan hizmet kalitesi unsurlarına dikkat çekilmesi, üniversite öğrencilerinin kolaylıkla işlem yapabilme fırsatı sunma açısından bu kanalları tercih ettiği ve alınan hizmetin kalitesine vurgu yapıldığı söylenebilir. Öğrenciler bu hizmetleri alırken tereddüt ettikleri en önemli konunun “Güvenlik Riski” olduğunu belirtmişlerdir. Bu kapsamda kişiler dijital kanallardan aldıkları hizmetlerde güvenlik problemleri sonucu oluşabilecek durumlardan tedirgin olmaktadır.

Öğrencilerin büyük çoğunluğu yapılan tanıtım ve reklam kampanyalarını yeterli bulmakla birlikte, kurumlara; ürün ve hizmet çeşitliliğinin artırılması, güvenlik ve bilgi paylaşımı hususunda tedbirlerin alınması, ihtiyaç halinde müşteri temsilcilerine daha kolay ulaşılması, mobil uygulamaların ara yüz kullanımında kolaylık sağlanması, uygulamaların sürekli güncel tutulması, belirli işlemlerde iki faktörlü kimlik doğrulamalarının konulması, işlemler hakkında sıklıkla müşterilere bilgilendirme yapılması hususlarında önerilerde bulunmuşlardır.

Çalışmanın anket sorularına verilen cevaplardan hareketle dijital bankacılık hizmetlerinin öğrenci kullanıcıları tarafından değerlendirmeleri, çapraz tablolar kullanılarak incelendiğinde ise:

Tablo 5.16: “Dijital Kanallar Yardımıyla Katılım Bankalarında En Çok Hangi Hizmetten Yararlanıyorsunuz Sorusuna En Çok “Mobil Bankacılık” Cevabı Veren 193 Kişinin, Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir? Sorusuna Verdiği Cevapların Dağılımı”

Dijital Bankacılık Kanallarından Hizmet Aldıkları Kanal	Tercih Etmeme Sebepleri	Öğrenci Sayısı
Mobil Bankacılık (Evet)	Yok	129
Mobil Bankacılık (Evet)	Güvenlik Problemleri	32
Mobil Bankacılık (Evet)	Sistemsel Sorunlar	19
Mobil Bankacılık (Evet)	Reklam Sıklığı	9
Mobil Bankacılık (Evet)	Kullanım Zorluğu	4
Toplam		193

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Dijital kanallar yardımıyla katılım bankalarında yüksek oranla 193 kişi “Mobil Bankacılık” hizmetlerinden yararlandıklarını söylemiştir.

Bu kişilere hizmet aldıkları kanallarda dijital hizmetleri tercih etmemeye sebep olan unsurlar sorulduğunda ise, 129 kişinin herhangi bir tercih etmeme sebebinin olmadığı görülmüştür. Bu da mobil bankacılığın için kişiler tarafından yaygın kullanıldığı görüşünü desteklemektedir.

Tablo 5.17: “Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Öncelikle Tercih Etme Sebebiniz Nedir Sorusuna En Çok Hızlı Ve Pratiklik Cevabı Veren 127 Kişinin, Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir? Sorusuna Verdiği Cevapların Dağılımı”

Tercih Etme Sebepleri	Tercih Etmeme Sebepleri	Öğrenci Sayısı
Hızlı ve Pratiklik (Evet)	Yok	84
Hızlı ve Pratiklik (Evet)	Güvenlik Problemleri	19
Hızlı ve Pratiklik (Evet)	Sistemsal Sorunlar	17
Hızlı ve Pratiklik (Evet)	Reklam Sıklığı	4
Hızlı ve Pratiklik (Evet)	Kullanım Zorluğu	3
Toplam		127

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Tercih etme sebebi olarak “Hızlı ve Pratiklik” özelliğini seçen 127 kişi, dijital hizmetleri tercih etmeme sorusuna ise büyük oranla “Yok” cevabı vererek tercih etmemek için herhangi bir sebepleri olmadığını belirtmişlerdir. Fakat “Yok” seçeneğini işaretleyen 84 kişi haricinde kalan kişiler ise tercih etmemelerine engel olan sebeplerin, 19 kişiyle güvenlik problemleri, 17 kişiyle sistemsal sorunlar, 4 kişiyle reklam sıklığı ve 3 kişiyle kullanım zorluğu seçeneklerinin olduğunu belirtmişlerdir.

Güvenlik problemlerinin 19 kişi tarafından seçilmiş olması, güvenlik algısının bireyler için oldukça önemli olduğunu göstermektedir. Sistemsal sorunları seçen 17 kişi bulunmakla birlikte, bu da katılım bankalarının dijital bankacılık hizmetlerinde teknik arızaların olumsuzluklara sebep olabileceğini düşündürmektedir.

Özetle 127 kişinin dijital bankacılık hizmetlerini tercih etme sebebinin hızlı ve pratiklik olduğu için olması, tercih etmeme sebebinin ise yüksek çoğunlukla olmaması yine katılım bankacılığı dijital hizmetlerinin oldukça sık tercih edildiğini göstermektedir.

Tablo 5.18: “Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir Sorusuna En Çok “Yok” Cevabı Veren 179 Kişinin, Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Üzerinden Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Kıstas Nedir? Sorusuna Verdiği Cevapların Dağılımı”

Tercih Etmeme Sebepleri	En önemli kıstas	Öğrenci Sayısı
Tercih Etmeme Sorunu Yok (179 kişi)	Kolay Erişim	90
Tercih Etmeme Sorunu Yok (179 kişi)	Müşteriye Sunulan Hizmet Kalitesi	63
Tercih Etmeme Sorunu Yok (179 kişi)	Hizmet Komisyonu	20
Tercih Etmeme Sorunu Yok (179 kişi)	İmaj	4
Tercih Etmeme Sorunu Yok (179 kişi)	Ürün Çeşitliliği	2
Toplam		179

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Anket verilerinden elde edilen sonuçlardan hareketle 179 kişi dijital bankacılık kanallarını tercih etmeme hususunda herhangi bir sorunun olmadığını belirtmişlerdir. Yine aynı kişilere bu hizmetlerden beledikleri en önemli kıstasın ne olduğu sorulduğunda ise, yüksek oranla 90 öğrenci “Kolay Erişim” olduğunu söylemiştir.

Kolay erişimin bireyler için en önemli kriter olması, bankacılık işlemlerini dijital kanallar üzerinden gerçekleştiren öğrencilerin kolay erişilebilir hizmet beleditelerine vurgu yapmaktadır.

Tablo 5.19: “Katılım Bankalarında Aldığınız Hizmetlerde Dijital Bankacılık Kanallarını Tercih Etmeme Sebebiniz Nedir Sorusuna En Çok “Yok” Cevabı Veren 179 Kişinin, Katılım Bankalarında Dijital Kanallar Üzerinden Aldığınız Hizmetlerde Sizin İçin En Önemli Kıstas Nedir? Sorusuna Verdiği Cevapların Dağılımı”

En Önemli Kıstas	En Önemli Risk	Öğrenci Sayısı
Kolay erişim (128 kişi)	Güvenlik Riski	57
Kolay erişim (128 kişi)	İşlem Esnasında Meydana Gelebilecek Teknik Arızalar Riski	33
Kolay erişim (128 kişi)	Hatalı İşlem Riski	28
Kolay erişim (128 kişi)	Yanıltıcı SMS Bildirimleri	10
Toplam		128

Kaynak: Yazar tarafından şekillendirilmiştir.

Ankette öğrencilere sunulan dijital hizmetler kapsamında 128 kişi onlar için en önemli kıstasın “Kolay Erişim” olduğunu söylemiştir. Aynı öğrencilere bu hizmetleri alırken karşılaşacak en önemli riskin ne olduğu sorulduğunda ise yüksek oranla 57 öğrenci “Güvenlik Riski” olduğunu söylemiştir.

Öğrencilerin çoğunluğu dijital bankacılığı kolay erişim açısından değerlendirmiş olup, işlemler esnasında en büyük riski ise güvenlik riski olarak görmeleri ise, bu hizmetlerin kullanımı önünde bir engel oluşturabileceğini göstermektedir.

Veriler ışığında; teknoloji ve buna bağlı dijitalleşme olgusu çerçevesinde üniversite öğrencilerinin her alanda teknolojiyi yakından takip etmeleri, bankacılık alanında da meydana gelen dijital yenilikleri uyguladıkları görülmektedir.

Yapacakları çoğu işlemi dijital kanallar aracılığıyla yerine getirmeyi tercih eden bireyler, bu işlemlerin şubede yapılacak herhangi bir bankacılık işleminden daha kolay ve hızlı olduğunu düşünmektedir.

ALTINCI BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Katılım bankalarının dijital kanallar üzerinden müşterilerine sunmuş oldukları hizmetleri özellikle üniversite öğrencilerinin değerlendirmesine ilişkin yapılan bu çalışma, ilgili konunun tüm yönleriyle analiz edilmesi açısından ele alınmıştır.

Konu ile ilgili bilgileri elde etmek amacıyla çeşitli üniversite ve bölümlerde öğrenim gören kişilere anket yöntemiyle sorular yöneltilerek, elde edilmiş olan bilgiler sentezlenerek; katılım bankacılığı dijital hizmetlerinin üniversite öğrencileri tarafından kullanılma durumu, tercih durumu, kullanma sıklığı, tercih ettikleri işlem çeşitleri, önem verdikleri hususları, problem olan riskleri konularının, banka kurumları ve sınıflandırılmış müşteriler (üniversite öğrencileri) kapsamında işlerliğinin nasıl olduğu ortaya koyulmuştur.

Çalışma; araştırma konusu ile ilgili önceki çalışmalardaki bulguları incelemek amacıyla literatür araştırması, konu ile ilgili çıkarılacak sonuçlara ulaşmak için yapılan anket çalışması ve araştırma kapsamında seçilen nicel yöntem kullanılarak tamamlanmıştır.

Anket çalışması temelde iki bölümden oluşmakta olup ilk bölümde katılımcılara cinsiyet, okul, bölüm yaş bilgileri sorulmuş ve katılımcılar %100 geçerli cevap vermiştir. Anketin ikinci bölümü yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalanan öğrenciler ile devam etmiş olup katılımcı sayısı 271 kişi olarak güncellenmiştir.

Sonuçlardan elde edilen veriler kapsamında “Cinsiyetiniz” sorusuna verilen yanıtlarda katılımcı yoğunluğunun kız öğrenciler olduğu tespit edilmiştir. Farklı yaş grupları arasında ilerletilen çalışmada “20” yaş grubunun yoğunluklu olduğu görülmüştür.

Katılım bankalarından hizmet alan öğrencilerin, kurumların dijital bankacılık faaliyetlerinden neredeyse her öğrencinin faydalandığı görülmektedir. Öğrenciler bankacılık işlemlerinin büyük çoğunluğunu dijital kanallar aracılığıyla gerçekleştirmekte olup, dijital kanallardan en sık “Mobil Bankacılık” hizmetini kullanmaktadırlar.

Öğrenciler katılım bankalarının dijital hizmetlerinden “Kiosk Bankacılığı ve Çağrı Merkezleri” hizmetlerini hiç tercih etmemektedir. Bunun yanında öğrencilerin dijital bankacılık kanallarını tercih sebeplerini en çok etkileyen unsurun “Hızlı ve Pratiklik” olduğunu, tercih etmeme sebeplerinin ise büyük çoğunlukla olmadığını belirtmişlerdir.

Bireyler için bu hizmetlerde en önemli kıstasın “Kolay Erişim” imkanının olması, en önemli riskin ise “Güvenlik Riski” olduğunu söylemişlerdir.

Son olarak öğrencilerin büyük çoğunluğu bankaların gelişmeleri takip etme adına kişilere sunduğu bildirim ve reklam kampanyalarının yeterli olduğunu söylemişlerdir.

Dijital bankacılık hizmetlerine özellikle üniversite öğrencileri kapsamında bakıldığında gençlerin kullanım hususunda meraklarının oldukça yüksek olduğu çalışmadan çıkarılan temel sonuçlardandır. Dijital bankacılık hizmetlerinin kullanım durumuna dair genç bireyler kapsamında kıyaslama yapıldığında, gençlerin yeniliklere daha hızlı adapte olduğu ve işlemlerinde kullandığı sonucuna varılmıştır.

Araştırma bulguları;

Katılım bankalarının şube haricinde dijital kanallar üzerinden müşterilerine sundukları hizmetler kapsamında, katılım bankacılığı kurumlarının herhangi birinden hizmet alan üniversite öğrencilerinin bankacılık işlemlerinde, yoğun olarak dijital kanallardan işlem yapmayı tercih ettiğini desteklemiştir.

Bu kapsamda çalışma, üniversite öğrencilerinin katılım bankalarının dijital hizmetlerine ilişkin algılarını ve değerlendirmelerini analiz etmesiyle, ilgili literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır.

6.2. Tartışma ve Öneriler

Bu çalışma katılım bankalarının dijital ortam üzerinde sundukları hizmetlerin üniversite öğrencileriyle anket çalışması yapılarak değerlendirilmesi, konu ile ilgili gelecekte yapılacak araştırmalara ve katılım bankacılığı kurumlarına ışık tutacak önemli bulgulara sahiptir.

Konu ile ilgili ele alınacak yeni çalışmalar için ise öneriler şu şekildedir:

Katılım bankacılığı dijital faaliyetlerinin öğrenciler tarafından daha sık tercih edilmesi ve kurumların pazar paylarını büyüterek karlılıklarını arttırması için, katılım bankacılığında herhangi bir hizmet almayan müşteri adaylarını analiz ederek isteğe uygun, uyumlu ve etkili ürünler geliştirebilir.

Bu işlemleri tercih eden müşterilere güvenlik ile ilgili tedirginlikleri hususunda çözüm önerileri sunulabilir, öğrencilere yönelik düzenlenecek finansal okuryazarlık ve dijital bankacılık bilgilendirme programlarıyla yeni ürün ve hizmet sistemi tanıtılabilir.

Anket sonuçlarından hareketle müşterilerin dijital kanallardan en çok mobil bankacılık kanalının kullanıldığı tespit edilmiştir.

Bu kapsamda kurumlar mobil uygulamalarında sürekli yenilik sağlayabilir, diğer tercih edilmeyen dağıtım kanalları için müşteri ve müşteri adaylarına tanıtım ve pazarlama faaliyetleri geliştirebilir. Kurumlar dijital faaliyetleriyle ilgili olarak odak grubuna sunduğu hizmetlerin, kişilerde bıraktığı memnuniyeti araştırarak geribildirimler ile iyileştirme yapabilir.

Konu ile ilgili yapılacak olan yeni araştırmalarda ise; üniversite öğrencilerinin dijital bankacılık hizmetlerinde tercihlerini etkileyen farklı faktörlerin uzun vadeli incelenmesi, bu alanda var olan bilgileri zenginleştirebilir, katılım bankacılığı kurumlarının dijital kanallar yardımıyla yaptığı hizmet sunumlarını etkili hale getirebilir ve katılım bankaları müşteri ve aday müşteri potansiyeli artabilir.

KAYNAKÇA

- Agamyradova, H. (2023). *Mobil Bankacılık Uygulamalarının Müşteri Deneyimi ve Sadakati Üzerine Etkisi: Konya İli Örneği*.
- Ak, A. E. Y. Ö. K., Üçler, Y. T. *Dijitalleşmenin Türk Bankacılık Sektörüne Yansımaları*.
- Akbaba, A. İ., Gündoğdu, Ç. (2021). Bankacılık Hizmetlerinde Yapay Zekâ Kullanımı. *Journal of Academic Value Studies*, 7(3), 298-315.
- Akbaş, F. (2023). Bankacılıkta Dijital Dönüşüm ve FinTech. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1-12.
- AKIN, F. (2020). Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 6(2).
- Akoğlu, S. K. (2003). *Türk Bankacılık Sistemindeki Teknolojik Gelişmeler, Telefon, İnternet Bankacılığının Gelişimi ve Uygulamaları*. Marmara Üniversitesi.
- Anaç, T., Kaya, F. (2017). Katılım Bankacılığı Sektöründe Bireysel Müşterilerin Banka Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(2), 75-96.
- Atar, A. (2017). Başlangıcından Günümüze Dünyada ve Türkiye’de İslami Bankacılığın Genel Durumu. *Journal of History Culture and Art Research*, 6(4), 1029-1062.
- Beybur, M. (2022). Şubesiz Dijital Bankacılık ve Türk Bankacılık Sektörü İçin Öneriler. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), İN286-303.
- Canbaz, M. F., Erbaş, S. (2021). Katılım Bankacılığında Fintek Eğilimleri ve Sektöre Katkıları. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 477-489.
- Çam, H., Çam, A. V. (2016). Finansal Okuryazarlığın Mobil Bankacılık Kullanımındaki Rolü: Doğu Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma. *Yönetim Bilişim Sistemleri Dergisi*, 2(2), 98-104.
- Danacı, M. C., Çetintaş, Ö. (2020). Bankalarda Finansal Teknoloji ve Yenilikler. *Turkish Business Journal*, 1(2), 179-187.
- Demirel, A. C. (2017). *Dijital Bankacılık ve Türkiye'deki Mevcut Durumunun Analizi*. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Demirez, D., Gür, D., Özeltürkay, E. Y. (2021). Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm: Açık Bankacılık ve Uygulamalarına İlişkin Kavramsal Bir Araştırma. *Tarsus Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 10-28.
- Demirhan, M. (2021). Sektörel Bakış: Türk Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Şube Dağıtım Kanalına Etkileri. *Erciyes Akademi*, 35(1), 1-19.
- “Dijital Bankacılık“, Albaraka Türk Katılım Bankası, <https://www.albaraka.com.tr/tr/dijital-bankacilik> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Emlak Katılım Bankası, <https://www.emlakkatilim.com.tr/tr/dijital-bankacilik/internet-subesi> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Kuveyt Türk Katılım Bankası, <https://www.kuveytturk.com.tr/dijital-bankacilik> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Tom Bankası, <https://tombank.com.tr/> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Ziraat Katılım Bankası, <https://www.ziraatkatilim.com.tr/ticari/dijital-bankacilik> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“ Vakıf Katılım Bankası, <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/kendim-icin/dijital-bankacilik> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Dünya Katılım Bankası, <https://dunyakatilim.com.tr/musteri-iletisim-merkezi/bilgilendirme-hizmetleri/dijital-bankacilik-islemleri> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Hayat Finans Katılım Bankası, <https://www.hayatfinans.com.tr/> [18/08/2024].
- “Dijital Bankacılık“, Türkiye Finans Katılım Bankası, <https://www.turkiyefinans.com.tr/tr-tr/dijital-bankacilik/sayfalar/default.aspx> [18/08/2024].
- Dinçer, İ. (2019). *Geleneksel Bankacılık ile Mobil Bankacılık Verimliliğinin Kıyaslanması*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi.
- Doğan, M. B. A. (2020). İslami Finans Okuryazarlığı ve Finansal Tercihlere Etkisi. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 14(1), 69-98.
- Erden, B., Topal, B. (2021). Türkiye’de ve Dünyada İslami Fintek Sektörünün Gelişimi. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 69-75.

- Eşdur, B. (1999). *Yeni Teknolojilerin Türk Bankacılık Sektörü'nün İstihdam ve Verimlilik Yapısına Etkileri*. Marmara Üniversitesi.
- Garip, S. (2023). Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırma Geleneği Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *International Journal of Social Science Research*, 12(1), 1-19.
- Gülen, M. (2015). *Bankacılık Sektöründe Kamu ve Özel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması*. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gümüş, M. (2002). Günümüzün Gelişen Sektörü Çağrı Merkezleri. *Sakarya University Journal of Science*, 6(2), 134-141.
- Gündoğdu, F. (1998). *Türkiye'de Bankacılık ve 1980 Sonrası Dönemin Değerlendirilmesi*.
- Güney, G. (2023). Türkiye'de İslami Finansa Dijital Bankacılık Anlayışı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 932-944.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: Kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, (1), 19-28.
- Islamic Financial Services Industry Stability Report 2023. "Dünya Üzerinde İslami Bankacılık Alanında Faaliyet Gösteren Ülkeler". [18/08/2024].
- Işkın, S. A. (2010). *Türk Bankacılık Sisteminde Alternatif Dağıtım Kanalları (Elektronik Bankacılık) Hizmetlerinin Riskleri ve Denetimi*. Marmara Üniversitesi.
- İncirkuş, A., Kalpaklıoğlu, N. Ü. (2023). Bireysel Müşterilerin Banka Hizmet Kanalı Tercih Faktörleri. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 15(28), 15-41.
- Kanuşağı, İ. (2023). *İslami ve Konvansiyonel Bankaların Finansal Etkinliklerinin Karşılaştırmalı Analizi: Türkiye ve Dünya Örneği*.
- Karyağdı, N. G. (2022). Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşümün Verimliliğe Olan Etkileri: Trb2 Bölgesinde Nitel Bir Çalışma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 852-870.

- Kaya, Ö. (2010). *Katılım Bankacılığının Gelişimi ve Türk Bankacılık Sistemi İçerisindeki Etkinliğinin Araştırılması*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kazan, G. (2022). *Katılım Bankacılığı Finansman Ürünleri Bilinirliğinin Katılım Bankacılığı Tercihine Katkıları: Küçük ve Orta Boy İşletmelere (KOBİ) Yönelik Bir Uygulama*. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Keskin, H. D., Koparan, E. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Kredi Kartı Sahipliğini Belirleyen Faktörler. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 111-129.
- Kılıç, E. K. (2020). Dünyada Bankacılık Tarihi ve Krizleri: Türkiye'deki Bankacılık Sektörü. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 1(1), 1-31.
- Kocatürk, Y. (2023). Bankacılıkta Dijitalleşmenin Etkileri ve Türkiye'deki Analizi. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 38-50.
- Koçoğlu, B. (2017). *Türkiye'deki İnternet Bankacılığı Etkinliğinin İncelenmesi*.
- Oğur, R., Tekbaş, Ö. F. (2003). Anket Nasıl Hazırlanır. *Sted*, 12(9), 336-340.
- Özcan, Z. Ö. (2007). *Türkiye'de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma*. Sakarya Üniversitesi.
- Özdemir, Z. (2005). Bilanço Yapısı İtibarıyla Türk Bankacılık Sistemi. *In Journal of Social Policy Conferences* (No. 50, pp. 867-899). Istanbul University.
- Özulucan, A., Deran, A. (2009). Katılım Bankacılığı ile Geleneksel Bankaların Bankacılık Hizmetleri ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Karşılaştırılması/The Comparison of Participation Banking and Traditional Banking on the Perspective of Banking Services and Accounting Applications. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 85-108.
- Pehlivan, P. (2022). Bankacılık Tarihi. Güncel Finans, *Bankacılık ve Sigortacılık Çalışmaları*, 7.
- Sunbat, A. (2016). *Katılım Bankacılığı*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi.

- Sümer, G. (2016). Türk Bankacılık Sektörünün Tarihsel Gelişimi ve AB Bankacılık Sektörü ile Karşılaştırılması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 485-508.
- Süzen, E. (2016). *Türkiye'de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şireci, Y., Kayadibi, S. (2023). Geleneksel Bankacılık ve Katılım Bankacılığı Uygulamaları: Karşılaştırmalı Performans Analizi. *Uluslararası Finansal Ekonomi ve Bankacılık Uygulamaları Dergisi*, 4(1), 18-42.
- Tekin, B. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Katılım Bankacılığına Yönelik Bilgi, Algı ve Farkındalık Düzeyleri ve Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(1), 135-150.
- Tekin, S. (2019). *Bankacılıkta Dijital Gelişmeler ve Müşterilerin Dijitalleşmeye Uyumu ve Analizi*. Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Tetik, N., Dündar, M. Ş. (2014). Geleneksel Bankacılık Sistemine Alternatif Olarak Faizsiz Bankacılık Sistemi. *Reforma*, 1(61), 42-50.
- “Tkbb Verileri.” Üyelerimiz. <https://tkbb.org.tr/> [21.08.2024].
- Tuhan, A. (2014). *Katılım Bankacılığı ve Türkiye Uygulamaları*. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türk, B. (2020). *Katılım Bankacılığına Üniversiteli Gençlerin Bakışı*. Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Ustaömer, K. (2019). Türkiye'nin Bankacılık Sektöründe Dijitalleşme Olgusu. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3(1), 1-24.
- Uzun, E. (2022). *Türkiye'de Katılım Bankacılığına Yönelik Tercihlerin Belirleyicileri Üzerine Bir Araştırma*. Bursa Uludağ Üniversitesi.
- Uzundağ, Ş. (2013). *Türkiye'de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi: Aydın İli Merkezinde Görev Yapan Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma*. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Üzmez, S. S., Büyükbeşe, T. (2021). Dijitalleşme Sürecinde Bilgi Yönetiminin İşletmelerin Teknoloji Uyumuna Etkileri. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 16(2), 117-127.
- Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.
- Yaşar, İ. K. (2018). *Akıllı Telefonlarla Mobil Bankacılık Uygulaması ve Tüketici Tatmin Analizi*. Uludağ Üniversitesi.
- Yetiz, F. (2016). Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 107-117.
- Yıldırım, K. (2006). *Elektronik Bankacılık-Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları*. İstanbul.
- Yılmaz, H., Elmas, B. (2016). Finansal Okuryazarlık: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1).
- Yücel, R., Ayyıldız, Y., Er, Ö. Ü. H. (2023). *Dijitalleşmenin Finans Sektörüne Getirdiği Yenilikler*.
- Zengin, O. (2019). *Türkiye'de Dijital Bankacılık Sistemi ve Gelişimi*. Dokuz Eylül Üniversitesi.

EK-1 Anket Soruları

1- Cinsiyetiniz?

- Kadın
- Erkek

2- Yaşınız?

3- Okulunuz?

4- Bölümünüz?

5- Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerinden faydalanıyor musunuz?

- Evet
- Hayır

6- Yeni teknoloji katılım bankacılığı işlemlerini hayatınızda ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

- Hiç Kullanmıyorum
- Biraz Kullanıyorum
- Sık Sık Kullanıyorum
-

7- Bankacılık işlemlerinizi çoğunlukla kuruma giderek mi yoksa dijital kanallar aracılığıyla mı gerçekleştirirsiniz?

- Kuruma Giderek
- Dijital Kanallar Aracılığıyla

8- Dijital kanallar yardımıyla katılım bankalarında en çok hangi hizmetten yararlanıyorsunuz?

- ATM Bankacılığı
- Kiosk Bankacılığı
- Mobil Bankacılık
- Çağrı Merkezleri
- İnternet Bankacılığı
- Ev ve Ofis Bankacılığı
- Diğer

9- Katılım bankalarında aldığınız hizmetlerde dijital bankacılık kanallarını öncelikle tercih etme sebebiniz nedir?

- Kolaylık
- Hızlı ve Pratiklik
- Erişim Kolaylığı
- Zaman Tasarrufu
- Yok

10- Katılım bankalarında aldığınız hizmetlerde dijital bankacılık kanallarını tercih etmeme sebebiniz nedir?

- Güvenlik Problemleri
- Kullanım Zorluğu
- Sistemsel Sorunlar
- Reklam Sıklığı
- Yok

11- Katılım bankalarında dijital kanallar üzerinden aldığınız hizmetlerde sizin için en önemli kıstas nedir?

- Müşteriye Sunulan Hizmet Kalitesi
- İmaj
- Hizmet Komisyonu
- Kolay Erişim
- Ürün Çeşitliliği

12- Katılım bankalarında dijital kanallar yardımıyla aldığımız hizmetlerde sizin için en önemli risk nedir?

- Güvenlik Riski
- Hatalı İşlem Riski
- İşlem Esnasında Meydana Gelebilecek Teknik Arızalar Riski
- Yanıltıcı SMS Bildirimleri

13- Katılım bankacılığı dijital hizmetlerinde meydana gelen gelişmeleri tanıtma adına gelen bildirim ve sunulan reklam kampanyaları sizce yeterli midir?

- Yeterlidir
- Yeterli Değildir

14- Öneriler ve Geliştirmeler

ÖZGEÇMİŞ

Tuba SİVRİ

İSTANBUL

A. EĞİTİM

Yüksek Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Uluslararası Finans ve Katılım Bankacılığı, 2025, İstanbul

Lisans: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İslam İktisadı ve Finans, 2021, İstanbul

B. YAYINLARI

INCHOHIS 2023 AUTUMN, International Congress Of New Horizons In Social Sciences Proceedings Book, sayfa:30