



**YENİ NESİL BANKACILIK SİSTEMLERİ VE ÇALIŞAN BAĞLILIĞI
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÖZEL BİR BANKA UYGULAMASI**

Sultan Gözde ÖZTÜRK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

YÖNETİM BİLİŞİM SİSTEMLERİ ANA BİLİM DALI

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
BİLİŞİM ENSTİTÜSÜ**

Ekim 2019

Sultan Gözde ÖZTÜRK tarafından hazırlanan “YENİ NESİL BANKACILIK SİSTEMLERİ VE ÇALIŞAN BAĞLIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÖZEL BİR BANKA UYGULAMASI” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / ~~OY ÇOKLUĞU~~ ile Gazi Üniversitesi Yönetim Bilişim Sistemleri Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Ömer ASAL

İmalat Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

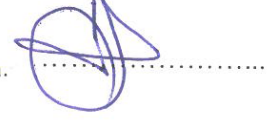
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum.~~



Başkan: Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU

Sigortacılık Ana Bilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum.~~



Üye: Doç. Dr. Selçuk Kürşat İŞLEYEN

Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum.~~



Tez Savunma Tarihi: 18/10/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Doç. Dr. Aslıhan TÜFEKÇİ

Bilişim Enstitüsü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Sultan Gözde ÖZTÜRK

18.10.2019

YENİ NESİL BANKACILIK SİSTEMLERİ VE ÇALIŞAN BAĞLILIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÖZEL BİR BANKA UYGULAMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Sultan Gözde ÖZTÜRK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

BİLİŞİM ENSTİTÜSÜ

Ekim 2019

ÖZET

Günümüzde bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve yenilikler bankacılık sektörünü de önemli bir şekilde etkilemiştir. Dolayısıyla işlem hızı artarak maliyetler de önemli oranda düşürülmüştür. Bankalar, artan rekabet ortamında müşteri memnuniyetini maksimum düzeye çıkarmayı hedeflemektedirler. Bu nedenle dijital bankacılık sistemlerinde de yenilik ve çeşitlilikler oluşturmaya başlamışlardır. Artık şube bankacılığı yerini internet ve mobil bankacılığa bırakmaktadır. Dijital bankacılık, bankacılık sektöründe önemli bir hizmet dağıtım kanalı durumuna gelmiştir. Ancak bankalardaki bu dijital ve teknolojik değişimler, müşterilerin işlerini kolaylaştırdığı kadar çalışan memnuniyetine, çalışanların kaygı düzeylerine, işsizlik korkularına ve çalışan bağlılıklarına da etki etmiştir. Bu araştırmada yeni nesil bankacılık sistemlerinde etki analizi uygulanmıştır. Araştırma verileri nicel araştırma tekniklerinden biri olan anket yöntemi ile toplanmıştır. Çalışmada kullanılan veriler ve demografik bilgi formu özellikleri SPSS paket programına girilmiş ve sağlanan bulguların istatistiksel analizleri bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Banka çalışanlarından 182'si kadın 246'sı erkek toplamda 428 bireye ulaşılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın örneklem grubunu banka çalışanları teşkil etmektedir.

Bilim Kodu : 114610

Anahtar Kelimeler : Bankacılık, dijitalleşme, dijital bankacılık, internet bankacılığı, mobil bankacılık, çalışan bağlılığı

Sayfa Adedi : 89

Danışman : Dr. Öğretim Üyesi Ömer ASAL

NEW GENERATION BANKING SYSTEMS AND ITS EFFECT ON EMPLOYEE
COMMITMENT: A PRIVATE BANKING APPLICATION

(M. Sc. Thesis)

Sultan Güzde ÖZTÜRK

GAZİ UNIVERSITY
INSTITUTE OF INFORMATICS

October 2019

ABSTRACT

Today, developments and innovations in information technologies have also affected the banking sector. Therefore, the process speed has increased and the costs have been significantly reduced. Banks aim to maximize customer satisfaction in an increasingly competitive environment. Therefore, they have begun to create innovation and diversity in digital banking systems. Now, branch banking is being replaced by internet and mobile banking. Digital banking has become an important service delivery channel in the banking sector. However, these digital and technological changes in banks have affected employee satisfaction, employee anxiety levels, unemployment fears and employee loyalty as well as facilitating customers' business. In this research, impact analysis was applied in new generation banking systems. The survey data were collected by a questionnaire which is one of the quantitative research techniques. The data used in the study and demographic information form features were entered into the SPSS package program and the statistical analyzes of the findings were performed on computer. A total of 428 individuals, 182 of whom were female and 246 were male, were reached. In this respect, the sample group of the research is composed of bank employees.

Science Code : 114610

Key Words : Banking, digitalization, digital banking, internet banking, mobile banking, employee commitment

Page Number : 89

Supervisor : Asst. Prof. Dr. Ömer ASAL

TEŞEKKÜR

Tez çalışmasında ve uygulamada yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren ve destek olan tez danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Ömer ASAL' a, tez çalışmamı yürütürken eğitimimin devamlılığı için desteğini ve anlayışını esirgemeyen bölge müdürüm Dr. Erhan ŞATANA' ya, çalışmama ikinci bir göz olduğu için Dr. Öğretim Üyesi Esra GEDİK' e ve bu süreçte manevi bütün sıkıntılara göğüs gererek bana destek olan sevgili eşim Burak ÖZTÜRK' e sonsuz teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolarIN LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI.....	3
2.1.Dijitalleşme	3
2.2.Dijital Bankacılık.....	4
2.2.1. Dijital bankacılığın gelişimi.....	9
2.2.2 Dijital uygulamalar ve çağdaş bankacılık anlayışı	13
2.3.Dijital Bankacılık ve Geleneksel Bankacılık	15
2.4.Dijital Bankacılık Çeşitleri	17
2.4.1. Automatic Teller Machine	17
2.4.2. İnternet bankacılığı	18
2.4.3. Mobil bankacılık	20
2.4.4. Telefon bankacılığı	22
2.4.5. Diğer bankacılık eserleri.....	23
2.5.Dünya’da Dijital Bankacılık Uygulamaları.....	24
2.6.Türkiye’de Dijital Bankacılık Uygulamaları.....	26

2.6.1. Türkiye’de dijital bankacılığın genel olarak gelişimi	26
2.6.2. Türkiye’de dijital bankacılık ve yasal düzenlemeler	29
2.6.3. Türkiye’de kullanılan dijital bankacılık örnekleri	31
2.7. Dijital Bankacılığın Avantajları ve Dezavantajları	35
2.8. Bankalarda Uygulanan Dijitalleşmeye Bağlı Değişikliklerden Bazıları.....	37
2.9. Anket Uygulaması Yapılan Özel Bankanın 2017-2018-2019 Çalışan Bağlılığı Araştırma Özetleri.....	38
3.YÖNTEM.....	41
3.1.Evren ve Örneklem.....	41
3.2.Verilerin Analiz Yöntemi	41
3.2.1.Yapı Geçerliliği	42
3.2.2.Güvenilirlik Analizi	47
4.BULGULAR	49
4.1. Uygulanan Anket Soruları	49
4.2. Demografik Özelliklerin Dağılımları ve Tanımlayıcı İstatistikler.....	51
4.3. Ölçeklerin Yapı Geçerliliği	52
4.3.1. Açımlayıcı Faktör Analizi.....	52
4.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi	55
4.4. Güvenilirlik Analizi	57
4.5. Alt Boyutlar Arasındaki Korelasyonlar	58
4.6. Demografik Özelliklerin Karşılaştırma Sonuçları	59
4.7. 14.ve 25. İfadelerin Dağılımları ve Karşılaştırma sonuçları	62
4.8. 1, 4, 11, 12 ve 13. İfadelerin Dağılımları ve Karşılaştırma Sonuçları	66
4.9.Regresyon Analizi.....	73

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	75
KAYNAKLAR.....	81



TABLOLARIN LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 1. İnternet Bankacılığı Kullanan Müşteri Sayısı (2017).....	19
Tablo 2. Mobil Bankacılık Kullanan Müşteri Sayısı (2017).....	20
Tablo 3. Çağrı Merkezi Özellikleri.....	23
Tablo 4. 2013-2017 Yılları Arası POS, ATM, Kredi Kartı ve Banka Kartı Kullanım...	29
Tablo 5. Ölçüm Modelinin Uyum İyiliği Değerleri.....	47
Tablo 6. Demografik Özelliklerin Dağılımları.....	51
Tablo 7. Ölçeğin KMO Değeri ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları.....	52
Tablo 8. Ölçeğin Varyans Açıklama Tablosu.....	53
Tablo 9. Ölçeğin Maddelerine İlişkin Faktör Yük Değerleri.....	54
Tablo 10. Ölçeğin Maddelerine İlişkin Faktör Yük Değerleri (Son Hali).....	56
Tablo 11. Ölçüm Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri.....	57
Tablo 12. Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	57
Tablo 13. Alt Boyut Puanları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları.....	59
Tablo 14. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi.....	59
Tablo 15. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi.....	60
Tablo 16. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi.....	60
Tablo 17. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi.....	61
Tablo 18. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi.....	61
Tablo 19. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Aylık Gelirler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi.....	62
Tablo 20. Banka Çalışanlarının İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı.....	62

Tablo 21. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	63
Tablo 22. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	64
Tablo 23. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	64
Tablo 24. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	65
Tablo 25. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	65
Tablo 26. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Aylık Gelirler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	66
Tablo 27. Banka Çalışanlarının İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı.....	67
Tablo 28. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	68
Tablo 29. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	68
Tablo 30. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	69
Tablo 31. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	70
Tablo 32. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	71
Tablo 33. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Aylık Gelirler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi	72
Tablo 34. Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı, Çalışan Bağlılığı ve İşsizlik Korkusunun Çalışan Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri ve Modeldeki Katsayılarının Anlamlılığı.....	73

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 1. ABD’de Mobil Bankacılık Kullanıcı Sayısı	25
Şekil 2. 2016 Yılı AB Ülkeleri Mobil Bankacılık Kullanım Oranı.....	26
Şekil 3. Çalışan Mevcut Görev Tanımları	37
Şekil 4. Çalışan Yeni Görev Tanımları.....	37
Şekil 5.Uygulanan Anket Soruları	50
Şekil 6. Ölçüm Modeli.....	55

1. GİRİŞ

Hızla gelişen teknoloji ve küreselleşen serbest piyasa, bankacılık sektöründe teknolojik yatırımları olmazsa olmaz duruma getirmektedir. Bilişim teknolojilerini sürekli olarak kullanan sektörlerin başında bankacılık sektörü gelmektedir. Dijital hayatla beraber bankacılık sektörü, elektronik donanım ve yazılımları kullanmaya başlamıştır. Öyle ki bu finansal kuruluşlar dijital düzeneğin ilk örnekleri olarak kabul edilmektedir.

Günümüz dünyasında bilişim teknolojilerinde gerçekleşen yenilikler bankacılık alanında iki şekilde görülmüştür. Birincisi şubeye ve dolayısıyla kağıda bağlı bankacılık işlemlerinin otomatik bilgi yönetimi yardımıyla ücretlerinin düşürülmesidir. İkincisi ise, müşterilerin kuruluş hizmetlerine mevcut olandan daha az bir ücret ile alternatif hatlara erişmesinin sağlanmasıdır. Ayrıca, bankacılıkta git gide artan karşılıklı yarış, alternatif paylaşım kanallarının geliştirilmesi ve kullanılması ile sonuçlanmıştır (Daniel, 1999: 72).

Küreselleşen dünya ve bilişim teknolojilerindeki değişim hızı iktisadı da değiştirmiş, para hareketliliğini arttırmış, ivme kazandırmış ve çeşitlendirmiştir. Bundan dolayı bankaların çağa ayak uydurabilmeleri için hizmet ve finansal ürünlerinin dijitalleşmesi gerekmiştir.

Banka ile ilgili verilerin ve bankanın müşterileri için verdiği hizmetlerin, herhangi bir sınırlama (zaman ve mekan) olmadan internet ağları vasıtasıyla kullanılmasına dijital bankacılık denir (Özer, 2016).

Modern bankacılık konseptinde bankacılık işlemlerinin en kolay haliyle müşterilere verilmesinde esas olan iki model uygulanmaktadır. Bunlardan ilki, hali hazırda bir veya birden fazla şubesi bulunan bankalarının hizmetlerini bir web sitesi aracılığı ile sunmasıyken, ikincisi, herhangi bir şubesi bulunmayan, hizmet ve işlemlerini sadece internet veri tabanı ile sunan bir bankacılık anlayışıdır (Arnaboldi ve Claeys, 2008).

Bankaların müşterilerine verdiği hizmet ve ürünler git gide benzerlik göstermektedir. Fakat verilen hizmetle farklılaşmayı sağlayabilen bankalar pozitif olarak fark yaratmaktadırlar. Bundan dolayı, alternatif hizmet dağıtım kanallarında artış görülmektedir. İnternet veri tabanındaki değişimler, küresel eğilimler bu çeşitlenmeyi de şekillendirmektedir. İnternet bankacılığı, mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve ATM'ler birer alternatif örnektir. Yeni nesil bankacılık sistemlerinde etki analizinin gerçekleştirildiği bu araştırmada öncelikli olarak dijitalleşme ve dijital bankacılık hakkında bilgiler verilmiştir. Bu başlık altında

dijital bankacılığın gelişimi, dijital uygulamalar, dijital bankacılık çeşitlerine yer verilmiştir. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında ise dünyada ve Türkiye’de dijital bankacılık uygulamaları ile dijital bankacılığın yararları ve sakıncaları değerlendirilmiştir.

Bankaların müşterilerine verdikleri hizmetler dijitalleşirken, banka çalışanlarının da görev tanımları ile birlikte, kullandıkları materyal ve sistemler de değişmeye başlamıştır. Bu değişikliğe uyum sağlamaya çalışırken, çalışanlar birçok eğitimden geçmekte ve aynı zamanda daha kısa sürede daha çok sayıda ve çeşitlilikte iş yapmaları beklenmektedir. 2017 yılından itibaren pilot uygulamalarla başlayan banka şubelerinde şube dekorasyonundan görev tanımı değişikliklerine, sistem kullanım değişikliklerinden müşteri segmentasyon değişikliklerine kadar birçok yeniliği içeren değişiklikler 2019 yılında çoğu banka ve şubelerde tamamlanmıştır. Özel bir banka çalışanlarına bu geçişten sonra uygulanan anket sonrasında, gerçekleşen dijital ve teknolojik değişikliklerin çalışan memnuniyeti ve bağlılığında yarattığı etki analiz edilmiştir. Bunun yanı sıra bu geçiş öncesi, süresi ve sonrasında bankanın çalışanlarına uyguladığı çalışan bağlılığı anketleri ile , tez çalışmasının anketleri de çalışan bağlılığı açısından karşılaştırılmış ve çalışan bağlılığının teknolojik altyapı değişiklikleriyle birlikte ne kadar arttığı ya da azalacağı gözlemlenmiştir.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. Dijitalleşme

Dijital, kavram olarak veriyi olumlu ve olumlu olmayan iki durumla üreten, depolayan ve sayısal olarak işleyen elektronik teknolojiyi tanımlamaktadır. Bu bağlamda dijital kavramı, insan performansını yükseltmek için teknoloji ve bilginin uygulanabilmesi şeklinde açıklanmaktadır (McDonald, 2015). Dijital terimi, birçok yeni teknoloji ve toplumsal değişikliklerin bir araya getirilmesi ile yeni bir elektronik realiteye yol açmaktadır. Sosyal medya, mobil ve web içeriğinin birleşimi bağlı tüketici diye adlandırılan yeni bir kullanıcı türünü yaratmaktadır. Bu kapsamda, dijital ortamların ve araçların gücü, davranışları yeniden şekillendirmektedir (Boag, 2014:124). Dijital dönemle birlikte dijital tüketici gereksinimlerini karşılamak adına beklentilerini daha yüksek skalaya taşımaktadır. Bu durumda firmalar dijital tüketici karşısında stratejilerini yeniden yapılandırmakla yükümlü olmaktadır.

Dijitalleşme, organizasyonlarda bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin doğasını anlamak için entelektüel çabaların bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz dünyasının hızlı ve emin adımlarla ilerleyen dijital teknolojileri, bilgisayarların ve günlük deneyimlerin bir parçasını oluşturmaktadır. Dijital bir şirket olabilmek için yeni iş modelleriyle birlikte, firmaların hem iç çevre hem dış çevre hem de paydaşlarıyla birlikte dijital dönüşüme ortak katkı sağlamalarının önemi vurgulanmaktadır (Açıkel ve Çelikel, 2014: 13).

Küresel dönüşüm ortamında dijitalleşmenin aktif bir şekilde yararlı hale gelebilmesi, yeni iletişim teknolojilerinin desteklenmesi ile mümkün olmaktadır. Bu bağlamda online halkla ilişkiler, şirketlerin dijital profilini çıkartarak şirketlerin ne ölçüde dijitalleşmeyi sağladığı, kriz yönetiminde dijital çözümleri ne kadar kullandığı ve şirketin başarısı için online araçlardan ne şekilde faydalandığı konularını araştırmaktadır. Online halkla ilişkiler faaliyetleri ile geliştirilen şirket profili, şirket yöneticisinin dijital stratejilerini belirleme ve faaliyetlerinde spesifik geliştirme olanaklarını hedeflemeleri açısından bir başlangıç noktası olmaktadır. Dijitalleşme ile yeni teknoloji ve uygulamaları organizasyonların iş akışı sürecini desteklemektedir. Günümüzde dijitalleşme, yeni iş modelleri, yenilikçilik, etkin müşteri ilişkileri, üretkenlik ve verimliliği meydana getirerek şirketlerin isteklerine ve rekabet kapasitelerine katkıda bulunmaktadır. Bu bakımdan dijitalleşme, bütünleşmeyen bir bilgi teknolojisine sahip olma yerine, dijitalleşmiş kaynakları, yeni gelir, büyüme ve

işletmelere değer kazandıracak operasyonel sonuçlara dönüştürme süreci olarak değerlendirilebilir (Accenture, 2013:7).

Dijital teknoloji, toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel alanda gittikçe artan bir şekilde kuralları değiştirmektedir. Firmalar, rekabet ortamında dijital uyum ve dijital özümseme ihtiyacı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu bağlamda dijital teknolojiler bugünün itici gücü haline gelmektedir. Küreselleşmenin artan yeni oluşumu ile birlikte spesifik faktörler, firmaların dijital yaşam eğrisini takip etme kararını etkilemektedir. Dijital teknolojilerin içeriğinde, bilgi sistemleri, bilgisayar, bağlantı kombinasyonları ve iletişim yer almaktadır. Bir işletmenin dijital teknolojileri kullanması, analog yöntemlerle uygulanan faaliyetlerin yerine elektronik ortamın sunduğu fırsatların verimli kullanılma çabalarını kapsamaktadır (Eidhoff, et al. 2016: 1888).

Bilişim çağı ile bir hayli alan ile birlikte iletişim de dijitalleşmiştir. Bu dijitalleşen ortam kodlardan meydana gelmektedir. Analog veri tabanından, bilgisayar veri tabanına aktarılan veriler dijitalleşmiştir. Başka bir deyişle dijitallik; analog verilerin kodlanarak bilgisayar tabanlı sistemlere aktarılmasıyla oluşmaktadır (Yengin, 2012:126).

Dijital dünyada meydana gelmiş bir web sitesinde hem gazetedeki metin ve görsel, hem televizyondaki görüntü hem de radyoda ki ses birlikte olabilir. Buna multimedya adı verilir. Multimedya, görüntü, metin, ses ve videoyu birlikte sergileyen çoklu bir bilişim ortamıdır (Hepkon, 2011: 15).

2.2. Dijital Bankacılık

Bankalar temelde; mevduat olarak kredi işlemlerinde verimlilikle kullanan, aynı zamanda da düzenli olarak kredi alma/verme faaliyetlerini yürüten iktisadi kurumlardır. Endüstriyel ekonomi yönünden bankalar, belli pazarlarda müşterilere hizmet sunan ve bu doğrultuda belli maliyetleri de üstlenen işletmelerdir (Yağcılar, 2011: 5).

Ekonomide finansal politikalarının önemli unsurlarından biri durumundaki bankalar, ülkelerin ekonomik yapıları ve gereksinimleri doğrultusunda kanunlarla kontrol altına alınmıştır. Yaptıkları işlevler bakımından ülke kalkınmasındaki rolleri, bankaları hem ülkede hem de küresel çapta özgün finansal kuruluşlar haline getirmiştir. Yaşadığımız çağda finansal kuruluşlar, işlemlerin komplike ve çeşitliliğinden dolayı geleneksel çağdaki finansal kuruluşlardan daha değişik ve elit bir kurum özelliğine sahip olmuşlardır.

Bankaların genel ekonomideki faaliyeti ile yönetiminin niteliği de bu mevzuda önemli faktör olmuştur (Doğan 2012: 2).

Güney'e göre (2012) bankalar kişiler arasındaki nakit alışverişine ve ödeme işlemlerine vasıta olmaktadır. Yapılan işlemler havale, transfer, çek senet işlemleri, kredi kartı vs. vadeli ödemeye gerçekleşir. Bankalar yatırım aracı olarak lanse edilse de aslında durumun çoğu zaman böyle olmadığı görünür. Aslında bankalar bireylerin iktisadi hayatının düzenlenmesine ve yönlendirilmesine katkı sağlar. Bununla birlikte bankalar, bir depo görevi üstlenerek bireylerin nakit, menkul kıymetlerini ve değerli kağıt gibi önemli eşyaların saklanmasıyla yardımcı olur (Güney 2012: 5).

Önceki dönemlerde bazı toplum kesimini ilgilendiren bankacılık faaliyetleri, günümüzde gerek yurt çapında gerekse uluslararası ticaret ve ekonomi platformunda etkinliğini sürdürmekte, halkın tümünü kapsayın hizmet seçenekleri ile daha da önemli olmaktadır (Parasız, 2011: 21). Ödemelerde yalnızca madeni paraların geçerli olduğu dönemlerdeki bankacılık faaliyetleriyle günümüz bankacılık sistemleri arasında önemli farklılık bulunmaktadır. Bu durum, bankaların daha karmaşık bir bünyeye sahip olmasına temel oluşturmuştur. Bunun en önemli sebebi ise, teknolojik ve ekonomik şartların değişmesiyle birlikte bankacılık sektörünün de hızlı bir şekilde değişim yaşamasıdır. Yaşadığımız dönemdeki bilişim teknolojileri sayesinde ülkeler arası kısa sürede gerçekleşen satın alma gücü aktarımları gerçekleştirilebilmektedir. Dolayısıyla bankaların da etkinlikleri, organizasyonu ve iş düzenleriyle ekonomilerdeki gelişmişlik seviyeleri etkileşim içinde olmaktadır (Erdem, 2008: 47).

Günümüz enformasyon toplumu, artık hemen hemen her alanda yaratıcı, yenilikçi olma ve başarıyı elde etmek için rekabete girme amacındadır. Bunundan dolayı teknolojik gelişmelerle birlikte enformasyon toplumunun istekleri de artmaktadır. Bundan önceki asırlarda yaşayan bir bireyin, tüm hayatı boyunca sahip olabileceği bir bilgiyi günümüzde ki bir birey sadece gazete sayfalarından edinebilir. Bu sebeple enformasyon çağı bireyi artık bankaların sunduğu hizmeti yeterli bulmaz ve yetinmemektedir (Şahin, 2009:77). Global hale gelen dünyada artık her tür teknoloji gelişimiyle iç içe yaşayan ve takip eden kişiler, daha gelişmiş ürünleri kendi bankalarında da görmeyi talep etmekte ve tüm bu beklentiler neticesinde de bankalar; teknolojiyi en iyi biçimde kullanmak suretiyle zaman/mekân sınırlaması olmaksızın eşzamanlı olarak müşterilerini sürekli ve doğru

finansal hizmetleri sunmak için yeni teknolojilerin kullanılması ve geliştirilmesi zorunlu hale gelmektedir (Atik ve Dura, 2002:166).

Laukkanen'e göre (2007) bankacılık sektöründeki rekabetin artmasıyla finansal kuruluşlar, özgün ürün ve hizmetlerini müşterilerine birçok farklı araç vasıtasıyla ve düşük ücretlerle vermeye başlamışlardır. Teknolojinin gelişmesi bankacılık sektörüne doğrudan yarar sağlamıştır. İnternet ve mobil araçların kullanılması hususunda başı çeken sektörlerden olan bankacılık sektörü, 1990'lardan günümüze hizmet verdiği müşterilerine düşük ücretli ve kolay erişilebilir hizmetler sunmaktadır (Laukkanen, 2007).

Alternatif dağıtım kanallarının sunumu, bankalar açısından farklı ürün/hizmetleri satmak için yeni fırsatlar oluşturmakta ve çapraz satış olanakları sağlamaktadır. Aynı zamanda da, şubelerin ekstra bina masrafları, pazarlama ve işgücü maliyetlerinin minimum düzeye indirilebilmesi sağlandığından sabit giderler de düşürülmektedir (Polasik ve Wisniewski, 2009). Tiwari ve diğerleri, "özellikle mobil hizmetler başta olmak üzere bankacılık sektöründeki yenilikçi iş çözümlerinin şu amaçlara hizmet ettiğini" ifade etmektedir (Tiwari, 2007: 11);

- a) Sürekli değişim içinde olan müşteri profillerinin isteklerini yerine getirmek,
- b) Gelişmeye devam eden teknolojiyi etkin kullanırken firma adına pozitif bir imge yaratmak,
- c) Rakiplerden farklılaşarak rekabetçi üstünlük kazanmak,
- d) Yeni teknolojilerle müşteriler cezbedilirken, eldeki müşterilerin de başka kuruluşlara gitmesini önleyebilmek,

Bankacılık alanındaki teknoloji unsurları; bilgisayar, elektronik iletişim ortamları ve yazılımlarla sağlanan bilgi işlem programları olarak sıralanabilir. Müşterilere en kaliteli ve iyi hizmet sunumu, öncelikli olarak bankanın enformasyon kaynaklarının kendi içinde entegrasyonu ile sağlanacaktır (Şendoğdu ve Sezgin, 2008:39). Sektör farkı olmaksızın bir işletmenin kendi içindeki entegrasyonu, iletişim kaynak ve ortamlarının etkin oluşuna, sağlanan bilginin olumlu yönde değerlendirilerek tam zamanlı kullanımına bağlıdır (Işkın, 2012:135). Bilgi ve emeğin fazlaca kullanıldığı alan olan yazılım sektörü, bütün bu teknolojik gelişmelere rağmen bilgisayar ve iletişim teknolojileri kadar gelişmemiş ve geride kalmıştır. Bunun başlıca sebebi uluslararası programa bilgisinin gelişmemiş olması ve kaliteli eğitim görmüş insanların az olmasıdır.

Herhangi bir finansal kuruluşun, teknolojiyi verimli kullanması sonucunda bir “teknoloji üssü” olması muhtemeldir. Fakat bu kuruluşun teknolojiyi kullanmasında esas olan, kuruluşun bütün çevresiyle işlemleri yürütmesi gerekir. Elektronik bankacılığın tam manasıyla işlevsellik kazanabilmesi, ülkenin altyapısına ve belki de en önemlisi müşterilerin teknolojiye ne kadar uyumlu olmasıyla ilgilidir (Altıntaş, 2006:112).

Gelişmiş ülkeler ve hali hazırda gelişmekte olan ülkeler teknolojiyi daha etkin ve tam anlamıyla kullanabilmek için bilişim altyapısını sürekli güncellemekte ve güncel tutmaktadır. Bu anlamda ülkeler veri aktarımını daha sağlıklı gerçekleştirmek için altyapılarını fiber optik kablolarla geliştirerek hızlandırmaktadırlar (Kesim, 2013:40)

Diğer önemli bir nokta ise bankacılık sektöründeki kullanılan teknolojinin, içinde bulunulan toplum tarafından anlaşılır olmasıdır. Türkiye özelinden gidecek olursak tamamen dijitalleşmiş bir bankanın, yeterli eğitime sahip olmayan bir müşteri için olumsuz sonuçlar vermesi elzemdir. Bu olumsuz sonuçları engellemek için bankalar, müşterilerine bu dijital ortamın kullanılmasını anlatmalıdır (Başar, 2014:8).

Dijital bankacılık en dar anlamıyla, şubesi olmayan banka olarak nitelendirilmektedir. Dijital bankacılık ile tüm banka işlemlerini ekstra zaman ve personele ihtiyaç duymadan banka müşterilerine ulaştırır. Bu ekstra zaman ve personel ihtiyacının ortadan kalkmasıyla, işlem ücreti azalmış ve hizmete ulaşım kolaylaşmıştır (Savaş, vd. 2014:2). Dijital bankacılık, banka şubesinde yapılan işlemlerin bilgisayar ve telefon üzerinden yapılmasını sağlar. Müşteriler bu bankacılık işlemlerini ev, iş yeri veya internet erişiminin olduğu herhangi bir yerden yapabilmektedir.

Daniel’ a göre “artan rekabet sonucu finansal hizmetlerin çeşitlendirilmesi maksadıyla geliştirilen alternatif dağıtım kanallarından yakın zamanda hizmete alınanlardan birisi de elektronik veya çevrimiçi bankacılık sistemidir” (Daniel, 1999:72).

Dijital bankacılık, banka bilgilerinin ve sunulan hizmetlerin zaman/mekân sınırlandırması olmadan, web sayfalarının kullanılmasıyla müşterilere sunumudur. Başka bir anlatımla, tasarruf sahipleri, bankanın web sayfalarını kullanma suretiyle bankadaki hesap bilgilerini inceleme olanağı bulabilmekte, geleneksel banka işlemlerini, web siteleri ya da mobil uygulamaları kullanarak işlemlerini yönetebilmektedirler. Mobil bankacılık da, normal bankacılık işlemlerinin şubeye gitmeye gerek kalmadan anlık olarak yapılabilmesidir (Erben-Yavuz ve Babuşçu, 2018: 31). Bununla birlikte dijital bankacılık, kredi işlemleri,

para transfer işlemleri gibi saatlerce şubede sıra beklemek zorunda kalınan işlemlerin internet vasıtasıyla şubeye ihtiyaç duyulmadan yapılmasına olanak verir.

Dijital bankacılık ile birlikte bankaların elde ettiği en önemli kar şüphesiz işlem masraflarının ortadan kaldırılarak karın olumlu şekilde çoğaltılması olacaktır. Finans şirketlerinin bir hayli yüksek ücrete sebep olan kurum içi ofis işleri hafifleterek, daha az ücretli uygulamaların meydana gelmesi süreçlerin optimize edilmesinden sonra oluşan hataların azaltılması banka maliyetlerinin azalmasına doğrudan etki yapacaktır. Bankalar geleneksel yapısından (fiziksel şube şeklinde ve işlemlerin banka personeli tarafından yapıldığı) uzaklaşarak, yeni ve modern yapıya (bilgi teknolojileri sayesinde video konferans vb. uygulamalarla müşterilerin kendi işlemlerini kendileri yapması) dönüşmüştür. Bu modern yapıya sahip bankalar merkeze yerleştirdikleri uzman personellerin de yardımıyla, müşterilerin onayını alacak ve işlem ücretlerini azaltacaktır. İşlem ücretlerinin azalması dolaylı yoldan bankaların kar etmesini de arttıracaktır (Epstein, 2015).

Geleneksel yapıda olup halen bu yapıyı korumayı isteyen bankalar, değişim masraflarının da fazla olması sebebiyle “dijital dönüşüm” karşı durmaktadır. Fakat bu düşünülmenin tersi olarak bankaya daha büyük bir masraf açacaktır. Yapısal değişikliğe gitmek, geleneksel yapıdan daha ucuz olacaktır. Maliyetinin yanı sıra modern yapıya sahip bankalarının müşterileri üzerinde ki pozitif etkisi yeni nesil ürün ve hizmet olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern yapının bir sonucu olarak bankalara yerleştirilen akıllı cihazlar vasıtasıyla, bankalar ürün ve hizmetlerini müşterilerine daha basit şekilde sunmaktadır. Bahsi geçen ürün ve hizmetlerin çeşitliliğinin giderek artırılması, banka müşterisinin sadece yurtiçi değil uluslararası işlem yapmalarını da ulaşılabilir hale getirecektir (Epstein, 2015).

Hayatımızı hızla değiştirmeye devam eden dijital dönüşüm, dünyanın farklı birçok yerinde dostlarımız, meslektaşlarımız veya müşterilerimizle etkileşime girmemizi daha kolay hale getirmiştir. Bu dönüşümle birlikte artık bulunduğumuz mekandan alışveriş yapabilir, uluslararası şirketlerle iletişime girebilir, internet vasıtasıyla karşılıklı fikirler paylaşılabilir, hatta ve hatta yerimizden kalkmadan eğitim alınabilir hale gelmiştir. Bu saydığımız kolaylıklar hayatımıza girdiği günden beri büyümekte ve hayatımızın bir ögesi haline gelmektedir. Bundan dolayı dijitalleşme bankaları yeniden düzenlemekte ve bankacılıkta meydana gelen değişikliklerin ne derece önemli olduğunu belirten bir değişim hareketi olarak meydana gelmektedir.

Bütün bankalar hali hazırda bulunan müşterilerini memnun etmek ve devamlılığını sağlayabilmeyi hedefler. Yeni müşteriler kazanmak için de sunulan hizmet ve ürünlerin çeşitliliğini sağlamak zorunlu hale gelmiştir. Bunun yanı sıra verilen hizmet ve ürünlerin hızlı ve erişilebilir olması dijital bankacılık dönüşümünün önünü açmıştır.

Prensky (2001) tarafından yapılan “ dijital yerliler” ve “dijital yabancılar” tanımları, farklı zaman dilimlerinde doğan insanların teknolojiyi kullanımı ifade etmektedir. Dijital yabancılar teknoloji çağına yabancı olan ama bu teknolojiyi zorluk çekmeden kullananlarken, dijital yerliler bizzat teknoloji çağında dünyaya gelmiş, teknolojiyi hayatın bir parçası olarak görürler (Skinner, 2015: 18).

Finansal kuruluşların dijital dönüşümde özen göstermesi gereken diğer bir nokta ise, bu dönüşümü hayatın bir parçası olarak görmesi ve zorunlulukmuş gibi düşünmemesidir. Günümüze gelinceye kadar bankacılık sisteminin temellerini güçlü şube ilişkileri oluşturmuştur. Fakat günümüzde bankacılığın temelini şubeler değil dijital bankacılık oluşturacaktır. Dijitalleşme olgusunu yalnızca yeni bir dağıtım kanalı olarak görmeyip, şirketin bütün kanal ve süreçlerinin bütünü olarak gören, dijitalleşme konusunu ciddiye alıp ona göre davranan bankalar gelecekte bankacılık sektörünün önde gelen şirketleri olacaklardır.

Dünya’da her alanda temsil bulan dijital bankacılık, dijital dünyanın meydana getirdiği bir sonuçtur. İnternetin daha ulaşılabilir hale gelmesiyle ve sosyal medya aracılığı ile insanların birbiriyle kolay iletişime geçmesi bireylerin teknolojinin lütuflarından biraz daha yararlanması, her zaman daha iyiyi istemesi beklentiyi de arttırmıştır. Bankacılık işlemleri kimi insana göre karmaşık gelebilir veya insanlar kendilerini güvende hissetmek için birincil ilişkileri tercih edebilir. Bu tercih bankacılığa olan görüşü de değiştirmiştir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte banka şubelerine bağlılıkta doğru oranda azalmıştır. İnsanlar teknolojik çağın doğası gereği yeni insanlar tanımayı ve yeni birliktelikler kurmayı sağlayan mobil cihaz ve uygulamalara sahip olma hedefindedir. Bankaların bu noktada yeni müşteriler kazanmak için yapması gereken de budur (Skinner, 2015:28-29).

2.2.1. Dijital bankacılığın gelişimi

Bankacılık sektörü tarih boyunca çağın gerekliliklerini yerine getirmiştir. Bu kapsamda dijital bankacılık da teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkmıştır. Şubelerin ön planda olduğu

sistemde dijital araçlar vazgeçilmez unsurlar olmuşlardır. Yirminci yüzyılın ortalarında dijitalleşmenin ilk adımları atılmış ve genel kullanım amaçlı ilk bilgisayar 1946 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Yıllar içinde gelişen bilgisayarlar, internetin yolunu açmıştır. 1990'lı yıllar da internetin yaygınlaştığı zamanlardır.

1980-1990'lı yıllarda dijital bankacılığı incelediğimizde hızlı bir değişim ve dönüşüm içinde olduğu görülür. Teknolojik değişimler, değişen demografik yapılar, müşterilerin bankalardan beklentilerinin değişmesi, bankaları müşterileri memnun etmek için yeni yollar aramaya itmiştir. Bu değişime bankaları itenin giderek tüm dünyada etkinliğini artıran ve insanlar arasında iletişimin önemli bir parçası haline gelen sanal ortamların etkinliğinin artması olduğu görülmektedir. Bu nedenle, bilgisayarlar yardımı ile yeniliğin ortaya çıkması ve yayılması internette gerçekleşiyor denilebilir (Fırlar, 2010).

Bankalar, önceleri müşterilerin bilgilerini kartlara kaydederlerdi. Tüm bu verilerin bilgisayarlara aktarımı, teknoloji kullanımının ilk safhası olarak kendini göstermektedir. Diğer işlemler ise sonraki dönemlerde devreye girmiştir. İnternet ortamında iletişime geçilmesiyle de telefonla bankacılık işlemleri başlamış ve zamanla gelişerek banka işlemlerinin de yapıldığı bir kanal durumuna gelmiştir. E-bankacılığın giderek daha da gelişmesiyle birlikte internet bankacılığı etkinleşmiştir (Şendoğdu ve Sezgin, 2008:31).

Dijital bankacılık zaman/mekân kısıtlaması olmadan bilgisayar ya da aynı özelliklere sahip tabletler ya da akıllı telefonlarla banka işlemleri ve diğer hizmetlerin sanal ortamdan verilmesi için hazırlanmış olan alternatif bir dağıtım kanalı olmaktadır. İnternet erişimi olduğunda kesintisiz bir şekilde dünyanın her bölgesinden bankacılık işlemlerinin gerçekleşmesine imkân sağlar (Mestçi, 2013). Nakit çekme işlemleri haricindeki tüm işlemler artık internet üzerinden yapılabilmektedir (Yılmaz, 2000).

İnternet bankacılığı bankalar açısından Pazar bilgilerinin sağlanması, banka hizmetlerinin müşterilere ulaştırılarak iletişimin artırılması nedeniyle daha cazip olmaktadır. İnternet bankacılığı, banka imajının güçlendirilerek yeni müşterilerin çekilmesi hedeflendiğinden bankalar, şube sorumlulukları ve yükünün azaltılması ve daha hızlı hizmet sunma kolaylığı getirmesinden dolayı müşterilerini internet şubelerine yöneltmeye gayret göstermektedirler (Okumuş vd. 2010). Diğer taraftan bu sistemin kullanılabilmesinde güçlü bir alt yapının olması bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmakta ve bu nedenle bankalar teknoloji ve özellikle de çeşitli yazılımlara yatırım yapmaktadırlar.

İnternet bankacılığı dünyada başlangıçta 1995'te ABD'de Wells Fargo Bankası tarafından ortaya çıkmıştır (Sullivan ve Wang, 2013: 1). Ayrıca Security First Network Bank da bankacılık aktivitelerini devam ettiren bir banka olmuştur. Daha sonraları bankaların yanı sıra, normal şubelere sahip olmayan ve yalnızca internet ortamından hizmet veren kurumlar da ortaya çıkmıştır (Mermod, 2011: 4). İngiltere'de şubesiz bankacılık kuruluşlarından EGG Bank ise, 1998'de kurularak kısa zamanda önemli miktarda mevduata ulaşmayı başarmıştır. Amerika, internet bankacılığının ortaya çıktığı yer olarak değerlendirilse de, Avrupa'da bu tür bankacılık daha gelişmiştir. Sözelimi 1998 yılında Finlandiya'da Merita Nord bankasının yaklaşık 550 bin internet banka müşterileri bulunmaktadır. Aynı dönemde ise İsveç'te 549 bin olarak belirlenmiştir. Almanya'da Deutsche Bank da, 2001'de internet bankacılığına yaklaşık bir milyar dolar yatırım gerçekleştirmiştir (Işkın, 2012: 59).

İnternet bankacılığı daha ziyade Kuzey Amerika, Norveç ve Finlandiya gibi ülkelerde daha yaygındır. Dünya genelinde değerlendirildiğinde internet banka hesaplarının yarısının Kuzey Amerika'da kalanının ise Avrupa, Japonya, Avustralya öncelikli olmak üzere diğer dünya ülkeleri arasında dağılım gösterdiği gözlemlenmektedir (Mermod, 2011: 18).

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte birçok sistem de değişiklik göstermiştir. Bunlardan biri de ödeme sistemidir. Çoğu zaman bir banka hesabı sayesinde gerçekleştirilen ödemelerde zaman zaman sıkıntılar meydana gelmiştir. Meydana gelen sıkıntıların çözüme ulaştırılması bankalara ekstra bir yük olmuştur (Güney, 2012: 34). Bu sorunu azaltmak isteyen bankalar çareyi elektronik sistemlere geçişte bulmuştur.

1967 yılında, ilk olarak Barclays Bank tarafından İngiltere'de müşterinin banka şubesine gitmeden hesabına para aktarmasını sağlayan sistemler kullanılmaya başlanmıştır (Cash Dispenser). Günümüzde ATM olarak bilinen makinaların ilk sürümleri olan bu cihazlar zamanla geliştirilerek para çekme, para yatırma, para transferi, vb. gibi diğer bankacılık faaliyetlerini de yapma fırsatı sağlamıştır (Güney, 2007: 22).

1894 yılında ABD'de Hot Credit Letter Company tarafından ilk defa para ödemedir ürün satın alma imkanı sunan ilk kredi kartı çıkarıldı. Kredi kartı il önceleri sadece turizm sektöründe aktif iken daha sonra başka sektörlerde de kullanıma açılmıştır. 1951 yılında New York'ta Franklin National Bank tarafından ilk defa gerçek manada çıkarılmıştır (Işkın, 2012: 47).

1981’de ABD’nin New York eyaletinde ilk dijital bankacılık “evde bankacılık” hizmeti olarak kurulmuştur (Sarreal, 2017). Evde bankacılık dönemi bankanın müşterilerinin evlerinden banka hesapları ile ilgili işlem yapmalarını sağlayan sistem olarak tanımlanmıştır. Ev ve işyerlerinde müşterilerin sahip olduğu televizyon ve bilgisayarlara bu hattın bağlanması mümkündür. Bu hatlarla müşteriler, bankalarındaki hesaplara dair işlemleri gerçekleştirmeleri mümkün olmaktadır.

Son dönemlerde, fiziksel şubelerine ek olarak internet aracılığı ile bankacılık yapanlar yanı sıra sadece internette var olan ve internetten sanal faaliyet gösteren bankalar da ortaya çıkmıştır. 1995’te “Security First Network Bank” ABD’de internet üzerinde tüm bankacılık hizmetlerini sunan banka olarak faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu banka sanal ortamda, internet üzerinden sıradan bir bankanın normal olarak sağladığı işlemlerin yapılabilmesine imkan tanımaktadır. Müşteriler belli başlı banka işlemlerini kendilerine verilen özel şifrelerle üyelik işlemelerini tamamladıktan sonra gerçekleştirebilmektedirler (Savaş vd. 2014:103-104).

Emlakbank, İktisat Bankası, Vakıfbank gibi bankalar 1980’li yılların ikinci yarısından itibaren Türkiye’de kredi kartı çalışmalarına başlamışlardır (Güney 2007:112). 1995’ten itibaren internetin tüm dünyada internetin yaygın olarak kullanılmasıyla birlikte gerçek zamanlı işlem yapma olanağı sağlayan internet bankacılığı da yaygınlaşmıştır (Dolanbay 2000:182).

Avrupa ülkelerinin internet bankacılığının ABD’dekinden daha ileri konumdadır. Türkiye’de ilk olarak internet bankacılığını Haziran 1997’de İş Bankası, Temmuz 1997’de de Garanti Bankası kullanmışlardır. Bu hizmet Türkiye’de çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Şubesiz bankacılığı amaç edinen bankalar klasik şubenin yarattığı maliyetten kurtararak, internet üzerinde verdiği hizmetler ile geleneksel bankacılıktan uzaklaşmışlardır. Bu tasarrufu müşterilerinin mevduat hesaplarına yüksek faiz olarak yansıtıp farklılaşmaya başlamışlardır (Kandemir, 2012: 95).

Günümüz şartlarında internet kullanmasını bilen, orta ve üst düzey eğitim seviyesine sahip genç ve yetişkinler bankacılık işlemlerini şubeye gitmektense internetten üzerinden gerçekleştirmeyi tercih etmektedir. Bunun sebebi olarak ise banka şubelerinden bekledikleri hizmeti alamayıp üzerine fazla zaman kaybından dolayı memnun olmamaktadırlar (Uzundağ, 2013: 36).

Son yıllarda göze çarpan diğer bir nokta ise artık Türk bankalarının teknolojiyi etkin biçimde kullanmaktan da ziyade gelişmiş ülkelerinin internet bankacılığı seviyesine gelmiştir. Dünya’da ki bu teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelerin bankacılık sektörüne etkisi, Türkiye’de de görülmeye başlanmıştır. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık artık ülkemizde gelişmeye devam eden ve insanlar tarafından hoş görülmeye başlanan hizmetler olmuştur. Kredi kartları, elektronik ödeme makinaları, satış noktası terminaleri (POS) bu hizmetlerden bazılarıdır (Doğan, 2012:134). Bankacılık sektörünü teknolojiyi kullanmaya yönlendiren temel nedenler ise; maliyet sorunu, rekabet, bilgi toplumunun talepleri, bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler ve verimlilik olmuştur (Işın, 2006:119).

Dijitalleşme ürün ve hizmetlerinin sunumundaki verimlilik ve karlılığı artıracaktır. Dijitalleşme çizgisinde yol alırken önemli hususlardan biri, müşteriyi bir hattan diğerine çevirirken, müşterinin beklentilerini doğru analiz edip iyi bir hizmet vermektir. Bütün bunlardan sonra dünyadaki bankacılık sektörüne ayak uydurmamız gereken bir nokta vardır. Bu da banka şubelerinin sayılarının azaltılıp, içerisine daha fazla teknolojik uygulamaların olduğu cihazlar yerleştirmektir. Bu cihazlar müşterinin yapacak olduğu bankacılık işlemlerinde ikinci bir kişiye ihtiyacı olmadan başlayıp sonlanmasına yarayacaktır. Öyle görünüyor ki yakın gelecekte tüm bankaların bu çizgiyle şubelerine yön verip bu yolda yürüyecekleri bir gerçektir.

Tüm bu gelişmelerin yakından takipçisi olup ona göre politikalarını şekillendiren, müşteri memnuniyetini artıran, yüksek katma değerli ürünler ortaya koyan, bulundurduğu şubelerini teknoloji ile donatan bu bankalar diğerlerinden fazla kazanacak ve bankacılık sektörünün önde gelen isimleri arasında olacaklardır (Skinner, 2015:85).

2.2.2. Dijital uygulamalar ve çağdaş bankacılık anlayışı

Dijital bankacılık faaliyetlerinde finansal hizmetlerin müşterilere ulaştırılmasında temel olarak iki modelden bahsedebiliriz: 1) web sitesi kurmak. 2) şubesiz internet tabanlı bir bankacılık hizmeti (Arnaboldi ve Claeys, 2008:2).

Dijital bankacılık uygulama örnekleri; (Harangus, 2011: 86).

- a) Çevrimiçi hesap yönetimi (*online account management*).
- b) Mevduat ve kredi kart hesap işletimi (*debit card and credit card transactions*)

- c) Elektronik fatura ödemeleri (*electronic bill payments*).
- d) Fon transferleri (*funds transfer*).
- e) Borçlanma (*loan applications*).
- f) Yatırım bankacılığı (*investment banking*).
- g) Çevrimiçi alışveriş (*online shopping*).

İlk mobil şebekenin ortaya çıkışı 1987’de, internet bankacılığı hizmetlerinin sağlanması 1997’de, akıllı telefonların küresel çapta yaygınlık kazanması 2004’te ve mobil bankacılık faaliyetlerinin hizmete sunulması ise 2008’de gerçekleşmiştir. Başarılı mobil uygulamalar değerlendirildiğinde, bu hizmetlerde müşteri değeri kazandırıldığı da gözlemlenmektedir. Bu özellikler (Doğan, 2012);

- a) Kimlik teyidi, aygıtların yitilmesi durumunda da içeriklerin kolaylıkla silinmesini temin eden hizmetler,
- b) Sembollerin kullanıldığı kullanıcılar için avantajlı arayüzler,
- c) Satış yerlerinde hızlı bir şekilde ödemelerin gerçekleşmesini sağlayan ve temasa gerek kalmayan ödeme sistemleri,
- d) Aktif kredilerin kullanılması ve satış birimlerinde yeni ürünleri bireylere sunma olanakları,
- e) Hesap dinamiklerinin günün her saati takibi ve bireylere uyarı gönderme hizmetleri,
- f) Az maliyetli bedellerin cep telefonlarıyla ödenebilmesini temin eden hizmetler,
- g) Hesaplarla ilgili bilgilerle borç verilerine gerçek zamanlı ulaşım ve fatura ödemeleri,
- h) Banka hizmetlerine zaman ve mekan kısıtlaması olmadan erişim.

Mobil telefonlardaki bellek düzeni, internete bağlanma yararı, bireyleri mobil yaşama yönlendirmiş ve insanlar artık mobil tüketici durumuna dönüşmüşlerdir (Çakır vd. 2010). Kablosuz iletişimle beraber mobil aygıtların ortaya çıkarak pazarlama faaliyetlerine katılması ile her yer küresel bir Pazar durumuna gelerek, ticaretin artık mobil kanallarla gerçekleştirilmesi mümkün kılınmıştır. Dolayısıyla mobil iletişim aygıtlarının internetteki kısıtları elimine ettiği söylenebilir (Sarısakal ve Aydın, 2003).

Mobil iletişimin kullanıcının serbestçe hareket etmesini sağlaması ve giderek daha çeşitli hizmetlerin sunulabilmesi öne çıkarak, sesle birlikte her türden verinin de mobil cihazlarla

iletimi söz konusu olmuştur (Aydın, 2007:1). Kişilerin cep telefonlarını gittikleri her yere götürmeleri, devamlı olarak iletişimde olmaları, gelen iletileri kaydetme suretiyle uygun yer ve zamanda okuyabilme olanağını, telefonların ses ve görüntü sistemine imkan sağlaması bu araçların pazarlama faaliyetleri açısından da önemli olduğunun bir göstergesidir (Barutçu ve Öztürk Göl, 2009).

Mobil bankacılık, finans hizmetlerinin mobil iletişim aygıtlarının yardımıyla yapılmasına imkan sağlamaktadır. Verilen hizmetler, yatırım operasyonları, hesap verilerine ulaşma, para havalesi gibi farklı banka işlemlerini kapsamaktadır. Mobil bankacılığa yönelik farkındalık yaratılması ve pozitif tutum gösterilmesinde cep telefonlarının yaygınlıkla kullanımı, iktisadi gelişmelerle mobil hizmetlerin artık bir ihtiyaç olması, genç kuşakların çağdaş iletişim hizmetlerine ilgi göstermeleri ve cep telefonlarının teknolojinin gelişmesiyle birlikte giderek daha hızlı ve güçlü olmasında etkin olmuştur (Tiwari et al. 2007).

Bankalar, dijital bankacılığa farklı nedenlerle yönelmektedirler. Özellikle müşterileri elde tutmak ve rakip bankalara gitmesini engellemek ve rekabette diğer kuruluşlardan geri kalmak istememe durumları önde gelen hedefler olarak görülebilir. Ayrıca genç kitleyi çekebilmek ve düşük maliyetle hizmet verebilmek de diğer amaçlar arasındadır. Önceleri tanıtım amaçlı web sayfalarıyla internet yaklaşımı bulunan bankalar, sonraları bireylere kod ve şifre verme suretiyle banka hizmetlerini online olarak vermeye başlamışlardır. Bu suretle müşteriler kendi özel şifreleri ve kodlarıyla online hizmet alabilmektedirler (Skinner, 2015: 49).

2.3. Dijital Bankacılık ve Geleneksel Bankacılık

“Finansal hizmetlerin elektronik ortamda sunulmasının gelecekte bireysel bankacılık üzerinde oldukça fazla etkisi olacağı ifade edilmektedir” (Skinner, 2015: 58). Geleneksel bankacılık işlemlerini yerine getirebilen alternatif hizmet kanallarının çoğalmasıyla birlikte geleneksel bankacılık hizmetini kullananların sayısının düşmesi beklenmektedir. Dijital bankacılığı deneyimleyen banka müşterileri sonra geleneksel bankacılığı tercih etmemektedirler.

Dijital bankacılıkla, bankanın müşterileri sunduğu hizmetler hesap açma-kapatma, döviz işlemleri, altın alıp-satma gibi finansal tüm işlemleri içine almaktadır. Yine yakın gelecekte tüm bankacılık işlemlerinin yaklaşık %60'ının dijital ortamda yapılacağı düşünülmektedir. Bununla da sınırlı kalmayıp, müşteriler yalnızca banka işlemlerini değil, piyasanın durumunu analiz edip fiyatları olumlu yönde etkileyebilecektir (Skinner,2015: 72).

Geleneksel bankacılık, hem banka için hem de müşteri için fazla ücretler gerektirirken, dijital bankacılıkta durum böyle değildir. Dijital bankacılık geleneksel bankacılığa göre daha düşük maliyetlerle başlatılabilmektedir. Buna ek olarak dijital bankalar yaşanabilecek aksaklıklarla ilgili müşterileri ile ilişkileri için irtibat ofisleri açmaya başlamıştır. Bu durum gelecekte geleneksel bankacılığın sürmesiyle birlikte dijital uygulamaların artacağını göstermektedir. Maliyeti yüksek arka ofis işlemlerinin azaltılması, maliyeti daha düşük uygulamaların kullanılmaya başlanması, otomatikleştirmeden doğabilecek operasyonel hataların düşürülmesi banka maliyetlerinin azalmasına doğrudan etki yapacaktır. Bankalar geleneksel yapısından (fiziksel şube şeklinde ve işlemlerin banka personeli tarafından yapıldığı) uzaklaşarak, yeni ve modern yapıya (bilişim aygıtları sayesinde video konferans vb. uygulamalarla müşterilerin kendi işlemlerini kendileri yapması) dönüşmüştür. Bu modern yapıya sahip bankalar merkeze yerleştirdikleri uzman personellerin de yardımıyla, müşterilerin onayını alacak ve işlem ücretlerini azaltacaktır. İşlem ücretlerin azalması dolaylı yoldan bankaların kar etmesini de arttıracaktır (Epstein, 2015).

Geleneksel yapıda olup halen bu yapıyı korumayı isteyen bankalar, değişim masraflarının da fazla olması sebebiyle “dijital dönüşüme” karşı durmaktadır. Fakat bu düşünülenin tersi olarak bankaya daha büyük bir masraf açacaktır. Yapısal değişikliğe gitmek, geleneksel yapıdan daha ucuz olacaktır. Maliyetinin yanı sıra modern yapıya sahip bankalarının müşterileri üzerinde ki pozitif etkisi yeni nesil ürün ve hizmet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Geleneksel bankacılık hizmetlerini tercih edenlerde ciddi bir düşüş görülmemesine rağmen, dijital bankacılık hizmetlerinde fazlaca bir artış ivmesi gözlenmektedir. Bu sonuçlarının ışığında dijital bankacılık şuanda geleneksel bankacılığı desteklemektedir. Fakat bu durum git gide değişmekte ve gelecekte dijital bankacılık birincil bankacılık çeşidi olarak ön plana çıkmaktadır.

2.4. Dijital Bankacılık Çeşitleri

Günümüzde elektronik ticaretin büyümesi, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte ticaretle ilgili bilgi ve belgeler elektronik ortamlarda saklanmaya ve ilgili işlemler elektronik ortamda yapılma başlanmıştır. Bunun sonucunda elektronik ticaret gelişmeye başlamıştır.

Elektronik gelişmelerin etkisiyle birlikte bankacılık sektöründe de gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Müşterilerin beklediği hizmet ve istekler ışığında bankalar yeni değişiklikler aramaya başlamıştır. Başka bir ifade ile müşterilerine istedikleri hizmeti verme beklentisine girmişlerdir. Bunun sonucunda bankalar şube bankacılığının yanında alternatif hizmet ve uygulamalar arayışına girmişlerdir.

Bankaların, teknolojiye yaptıkları yatırım kadar bunu mobil uygulamalara ve dolayısıyla müşteriye nasıl uyarladığı da önemlidir. Dijital bankacılığın bazı türleri aşağıda açıklanmıştır.

2.4.1. Automatic teller machine (ATM)

Halk arasında bankamatik olarak da bilenen ATM, geçmişte sadece sınırlı işlemleri yapabilen bir hizmet aracıyken günümüzde, para transferi, yatırım ve başvuru gibi pek fazla bankacılık işleminin yapılmasını sağlayan cihazlar konumuna gelmiştir. ATM'ler banka müşterilerine sunulan en önemli hizmetlerdendir ki, müşteriler haftanın her günü ve günün her saati ATM'ler vasıtasıyla işlem yapabilmektedirler.

Dünyada ilk kez 1967 yılında İngiltere'de Barclays Bank tarafından kullanılmaya başlanılan ATM'ler 1982 yılında Türkiye'de kullanılmaya başlanmıştır. Mevcut teknolojiye gelene

kadar zaman zaman farklı formatlarda ve farklı hizmetlerde kullanılmıştır (Yurtadur ve Süzen, 2016).

ATM'lerin ilk uygulamalarına baktığımızda müşterilerine sadece hesabından nakit para çekebilmesine olanak sağlarken, günümüzde pek çok bankacılık işlemleri ATM'lerden yapılabilmektedir. Vezne işlemlerinin bu şekilde azaltılması, bankacılık hizmet maliyetlerinin de bariz bir şekilde azalmasına neden olmuştur (Korkmaz ve Gövdeli, 2005). Günümüzde ATM'ler pek çok hizmeti bir arada sağlayacak şekilde pek çok

mekanizmayı bir arada kullanmaktadır. Bu mekanizmaları kullanabilmesi için müşterinin önce kendi kimliğini doğrulaması gerekmektedir. ATM'ler ile pek çok bankacılık faaliyeti gerçekleştirilebilir: para yatırma, para çekme, havale yapma, döviz alım ve satımı, fon, hazine bonusu alım-satımı gibi.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun yayınlamış olduğu, "Bankalarda Bilgi Sistemleri Yönetimi'nde Esas Alınacak İkelere İlişkin Tebliğ"de yer alan usul ve esaslar bankaların bahsi geçen faaliyetleri için yasal çerçeveyi belirler (BDDK, www.tbb.org.tr/). Bu tebliğ ATM'de gerçekleştirilen işlemler hakkında ve sırasında risk kontrolü, güvenlik yönetimi, kimlik ve bilgi sistemleri ile ilgili işlemler ve sistemler ve tüm bunlar hakkında uyulması gerekli prensipler düzenlenmektedir. Bu doğrultuda, müşteriler tebliğde de yer alan "Kimlik Doğrulama" maddesi ile uyumlu olarak, banka ve kredi kartlarını, kendi şifreleri ile doğrulayarak işlemlerini tamamlayabiliyorlar.

2.4.2. İnternet bankacılığı

İnternet bankacılığı zaman/mekân kısıtlaması olmadan bilgisayar ya da aynı özelliklere sahip tabletler ya da akıllı telefonlarla banka işlemleri ve diğer hizmetlerin sanal ortamdan verilmesi için hazırlanmış olan alternatif bir dağıtım kanalı olmaktadır. İnternet erişimi olduğunda kesintisiz bir şekilde dünyanın her bölgesinden bankacılık işlemlerinin gerçekleşmesine imkân sağlar (Mestçi, 2013). Nakit çekme işlemleri haricindeki tüm işlemler artık internet üzerinden yapılabilmektedir.

İnternet bankacılığı, bankalar açısından Pazar bilgilerinin sağlanması, banka hizmetlerinin müşterilere ulaştırılarak iletişimin artırılması nedeniyle daha cazip olmaktadır. İnternet bankacılığı, banka imajının güçlendirilerek yeni müşterilerin çekilmesi hedeflendiğinden bankalar, şube sorumlulukları, yükünün azaltılması ve daha çabuk hizmet sunma basitliği getirmesinden dolayı müşterilerini internet şubelerine yöneltmeye gayret göstermektedirler (Okumuş vd. 2010). Diğer taraftan bu sistemin kullanılabilmesinde güçlü bir alt yapının olması bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmakta ve bu nedenle bankalar teknoloji ve özellikle de çeşitli yazılımlara yatırım yapmaktadır.

Geleneksel bankacılık sistemlerinin giderek dijitalleşmesiyle BDDK gibi kurumlar hem bankaların faaliyetlerini denetim altında tutarlar hem de müşterileri korumak için yeni düzenlemeler artar. ATM sistemlerinde uygulandığı gibi bankalar, bu sistemleri kullanırken bilgi sistemlerinin yönetiminde BDDK'nın duyurduğu, "Bankalarda Bilgi

Sistemleri Yönetimi'nde Esas Alınacak İlkelere İlişkin Tebliğ'de yer alan yöntem ve esaslara uymak zorundadır.

İnternet bankacılığı günümüz şartlarında yeni bir kanal olarak benimsenmiştir. İnternet bankacılığı girişinde müşterilerden istenilen müşteri parolası ve müşteri kimlik numarasının yanında şifre sorgulaması da yapılmaktadır. Buna ek olarak gelişen güvenlik sistemleri ile birlikte artık kişiye özel tek kullanımlık parolalar meydana getirilerek müşterilerin yaşayabileceği güvenlik kaygısını da ortadan kaldırmıştır.

Tablo 1. İnternet Bankacılığını Kullanan Müşteri Sayısı (Türkiye Bankalar Birliği, 2017)

	Ocak-Mart 2017	Nisan-Haz. 2017
Bireysel müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez log-in olmuş)	12.576	12.077
Kayıtlı (B) (en az 1 kez log-in olmuş)	50.752	52.160
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez log-in olmuş)	22.770	23.589
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	25	23
Kurumsal müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez log-in olmuş)	1.250	1.246
Kayıtlı (B) (en az 1 kez log-in olmuş)	3.018	3.029
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez log-in olmuş)	1.617	1.646
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	41	41
Toplam müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez log-in olmuş)	13.825	13.323
Kayıtlı (B) (en az 1 kez log-in olmuş)	53.771	55.190
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez log-in olmuş)	24.387	25.235
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	26	24

Bankalar, internet bankacılığına farklı nedenlerle yönelmektedirler. Özellikle müşterileri elde tutmak ve rakip bankalara gitmesini engellemek ve rekabette diğer kuruluşlardan geri kalmak istememe durumları önde gelen hedefler olarak görülebilir. Ayrıca genç kitleyi çekebilmek ve düşük maliyetle hizmet verebilmek de diğer amaçlar arasındadır. Önceleri tanıtım amaçlı web sayfalarıyla internet yaklaşımı bulunan bankalar, sonraları bireylere kod ve şifre verme suretiyle banka hizmetlerini online olarak vermeye başlamışlardır. Bu suretle müşteriler kendi özel şifreleri ve kodlarıyla online hizmet alabilmektedirler (Parasız, 2011).

İnternet bankacılığı hizmetleri, müşteri ve bankalar için farklı avantajlar ve dezavantajlar doğurmaktadır. Bu avantajlar, kurumsal açıdan müşteri odaklılığının artması, şube, personel ve kira giderlerinin azalması, ürün yeniliği ve çeşitliliği, pazarlama ve iletişim,

coğrafi bölgeye ve zamana bağlı kalmaksızın hizmet sunmak, müşterilerin işlemlerini gerçekleştirmek için sıraya girmemeleri olarak sıralanabilir. Çalışır ve Gümüşsoy (2008), araştırmalarında genç neslin dijital kanallara bakış açısını ortaya koymuştur. Çalışmaya göre gençler zaman kazanmak için bu uygulamaları tercih etmektedir. İnternet bankacılığı ile müşteri tatmini, yeni müşteri kazanımı, satış ve pazar payını artırma, müşteri ilişkilerini geliştirme ve iş performansı yükseltilmektedir.

2.4.3. Mobil bankacılık

Günümüz teknoloji çağında, akıllı telefon kullanımının artmasıyla birlikte bankaların, internet vasıtasıyla ile akıllı telefon veya akıllı tabletler üzerinden müşterilerine erişim sağladığı kanala mobil bankacılık denir. İnternet bankacılığında sunulan neredeyse tüm hizmetler mobil bankacılıkta da sunulmakta fakat akıllı telefon ve tabletlerin boyutlarının küçük olması nedeniyle bazı hizmetler kısıtlanmıştır. Mobil bankacılık, bankadan bankaya mobil şube, cep bank, cep şube gibi isimlerle nitelendirilmektedir. Bu bankacılık türünün en önemli avantajı ise, müşterinin istediği zaman ve istediği yerde akıllı telefonunu kullanarak hesaplarına erişme imkanı tanımaktadır.

Haziran 2017'den beri 37 milyon 342 bin kişi mobil bankacılık uygulaması için sisteme en az bir kere girmişlerdir. Nisan-Haziran 2017 döneminde 24 milyon 386 bini (% 65) bir kez giriş işlemi gerçekleştirmişlerdir. Baktığımızda toplam aktif müşteri sayısı bir önceki döneme göre yaklaşık 2 milyon kişi artmıştır. Son bir yılı incelediğimizde de en az bir kere giriş işlemi gerçekleştirmiş kişi sayısı 30 milyon 417 bindir.

Tablo 2. Mobil Bankacılık Kullanan Müşteri Sayısı (Türkiye Bankalar Birliği , 2017)

	Ocak-Mart 2017	Nisan-Haz. 2017
Bireysel müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	21.773	23.681
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	33.568	36.157
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	26.507	29.506
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	65	65
Kurumsal müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	646	705
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	1.076	1.185
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	843	911
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	60	60
Toplam müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	22.419	24.386
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	34.644	37.342
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	27.350	30.417
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	65	65

Mobil bankacılık, finans hizmetlerinin mobil iletişim aygıtlarının yardımıyla yapılmasına imkân sağlamaktadır. Verilen hizmetler, yatırım operasyonları, hesap verilerine ulaşma, para havalesi gibi farklı banka işlemlerini kapsamaktadır. Mobil bankacılığa yönelik farkındalık yaratılması ve pozitif tutum gösterilmesinde cep telefonlarının yaygınlıkla kullanımı, iktisadi gelişmelerle mobil hizmetlerin artık bir ihtiyaç olması, genç kuşakların çağdaş iletişim hizmetlerine ilgi göstermeleri ve cep telefonlarının teknolojinin gelişmesiyle birlikte giderek daha hızlı ve güçlü olmasında etkin olmuştur (Tiwari et al. 2007).

İlk mobil şebekenin ortaya çıkışı 1987'de, internet bankacılığı hizmetlerinin sağlanması 1997'de, akıllı telefonların küresel çapta yaygınlık kazanması 2004'te ve mobil bankacılık faaliyetlerinin hizmete sunulması ise 2008'de gerçekleşmiştir. Başarılı mobil uygulamalar değerlendirildiğinde, bu hizmetlerde müşteri değeri kazandırıldığı da gözlemlenmektedir. Bu özellikler (Doğan, 2012);

- a) Kimlik teyidi, aygıtların yitirilmesi durumunda da içeriklerin kolaylıkla silinmesini temin eden hizmetler,
- b) Sembollerin kullanıldığı kullanıcılar için avantajlı arayüzler,
- c) Satış yerlerinde hızlı bir şekilde ödemelerin gerçekleşmesini sağlayan ve temasa gerek kalmayan ödeme sistemleri,
- d) Aktif kredilerin kullanılması ve satış birimlerinde yeni ürünleri bireylere sunma olanakları,
- e) Hesap dinamiklerinin günün her saati takibi ve bireylere uyarı gönderme hizmetleri,
- f) Az maliyetli bedellerin cep telefonlarıyla ödenebilmesini temin eden hizmetler,
- g) Hesaplarla ilgili bilgilerle borç verilerine gerçek zamanlı ulaşım ve fatura ödemeleri,
- h) Banka hizmetlerine zaman ve mekân kısıtlaması olmadan erişim.

Günümüzde müşteriler açısından bireysel bankacılık portalleri gittikçe daha tanınır olmaktadır. Geliştirilen portaller kullanıma rahatlığı ve kolaylığı, aynı zamanda da iyi tasarlanmış cihazlarla bireylerin tasarruflarını bilebilmelerine imkân sağlamaktadır. Mobil bankacılık sınırsız bankacılık yaklaşımlarından hareketle müşterilerle bankalar arası uzaklık problemini elimine etmesi açısından önemli bir fonksiyonu vardır. Örneğin İran,

Guatemala ve Meksikalı tüketiciler mobil şebekelerle yerel mobil bankacılık hizmetlerini kullanmakta, Hindistan'da bireyler bu sayede kendi hesap özetlerini inceleyebilmekte, Nijerya'da halkın önemli bir bölümünün su ve elektriği olmamasına karşın cep telefonlarıyla sağlık, bankacılık ve diğer hizmetleri içeren sistemlere bağlanabilmektedir (Caulderwood, 2015).

2.4.4. Telefon bankacılığı

Telefon bankacılığı, bankanın müşterileri için iş yerinde veya ev de sadece telefon aracılığı ile hesaplarına erişim sağladığı ve bankacılık işlemlerini yaptığı kanaldır. İnternet bankacılığında ki gibi telefon bankacılığında da bankalar müşterilerine tek kullanımlık kod veya parola vererek güvenli işlem yapılmasını sağlamaktadırlar. Telefon bankacılığının önemli diğer bir avantajı ise, herhangi bir şubeye ihtiyaç duyulmadan telefon bankacılığı ile Türkiye'nin farklı birçok bölgesinde hizmet vermesidir (Ergül, 2011).

Öncelikli olarak İngiltere ve Amerika'da uygulanmaya başlanan telefon bankacılığı hizmeti, bankacılık sektöründe hizmet dağıtım kanallarının gelişmesinde önemlidir. Müşterilerin buldukları mekandan telefon veri tabanını kullanarak hesap bakiyelerini öğrenmeleriyle başlamıştır. Bugün ise artık bankadan bankaya değişmekle beraber haftanın ve günün her saati müşterilerine hizmet vermektedir (Coşkun, 2012:37). Telefon bankacılığı uygulaması Türkiye'de ilk kez İş Bankası'nda ortaya çıkmıştır (Yurttadur ve Süzen, 2016:97).

Telefon bankacılığı hizmetinde müşteriler banka personeli tarafından verilen kişiye özel kodlarla işlem yapmaktadırlar. Kimi durumda, telefonun karşısındaki müşteri temsilcisi yardımı ile işlemler yapılırken kimi durumlarda ise müşteri temsilcisine gerek kalmadan IVR denilen akıllı sesli yanıt mekanizması telefon tuşlarıyla işlemleri gerçekleştirmektedir. Bu uygulama zaman ve ücret tasarrufu açısından hem müşteri için hem de banka için önemlidir. Ülkemizde çoğu bankanın hem internet bankacılığı hizmeti hem de telefon bankacılığı hizmeti bulunmaktadır.

Tablo 3. Çağrı Merkezi Özellikleri (Türkiye Bankalar Birliği,2017)

	Nisan-Haziran 2017	Temmuz-Eylül 2017
Gelen çağrı		
Toplam gelen çağrı sayısı (bin)	119.169	122.746
Müşteri temsilcisine gelen çağrı sayısı (bin)	43.454	45.462
Karşılama oranı (yüzde)	92	91
Ortalama konuşma süresi (saniye)	170	171
Dış arama		
Toplam giden çağrı sayısı (bin)	18.125	18.742
Ulaşma oranı (yüzde)	57	55
Ortalama konuşma süresi (saniye)	157	164
Gelen e-posta sayısı	328.384	348.892
Gelen faks sayısı	5.856	6.156
Chat sayısı	415.242	435.074
IVN (IVR Dialer) Sayısı (bin)	24.210	22.679
Görüntülü çağrı sayısı	1.938	2.661

Temmuz-Eylül 2017 döneminde, çağrı merkezlerine gelen toplam çağrı sayısı 122 milyon 746 bin olmuştur. Yine, çağrı merkezlerinden giden toplam çağrı sayısı 18 milyon 742 bin olmuştur.

Telefon bankacılığı çoğu müşteri tarafından, diğer bankacılık türlerinden daha fazla kullanılmaktadır. Bunun doğal olarak en çarpıcı sebepleri zamandan kayıp verilmemesi, kağıt işleriyle uğraşmak zorunda kalınmaması ve gerek duyulduğu her zaman bankayla iletişime geçilebilmesidir.

2.4.5. Diğer bankacılık eserleri

Dijital Şube XTM: yeni dönem dağıtım kanallarındandır. Bankanın müşterilerine hem ATM hem de şube ortamı sağlayan bir cihazdır (Skinner, 2015).

Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT): 1992 yılında Türkiye’de kullanılmaya başlanmış ve iki banka arasında hızlı ve güvenilir para transferi sağlamak için kullanılan bir sistemdir. EFT’nin başta gelen amaçları: para transferinin hızlı ve güvenilir yapılması, Merkez Bankaları ile ilgili faaliyetlerde kolaylık ve hız sağlanması, nakit paranın piyasalardaki dolaşımını azaltmak gibi unsurlar sıralanmaktadır (Yavuzcan, 2014). EFT

ödeme emrini fiziki değil, teknolojik sistemlerle ve bilgisayarların kullanılmasıyla gerçekleştirmektedir.

Elektronik fon transferi sistemi (EFTPOS); mal/hizmet alımı sırasında müşterinin banka hesabından satış miktarının banka veya kredi kartının kullanıldığı POS makinası yardımıyla satıcı hesabına aktarılmasıdır (Kaya, 2009).

POS (Point of Sale/Satış Noktası) sistemi, IBM tarafından geliştirilmiş ve ABD’de marketlerde kullanımı hızla artmıştır. Banka kartı veya kredi kartına ait kart ve kimlik bilgilerini kullanarak hizmet veya mal için ödemelerinin yapılmasını sağlayan sistemdir (Kaya, 2009).

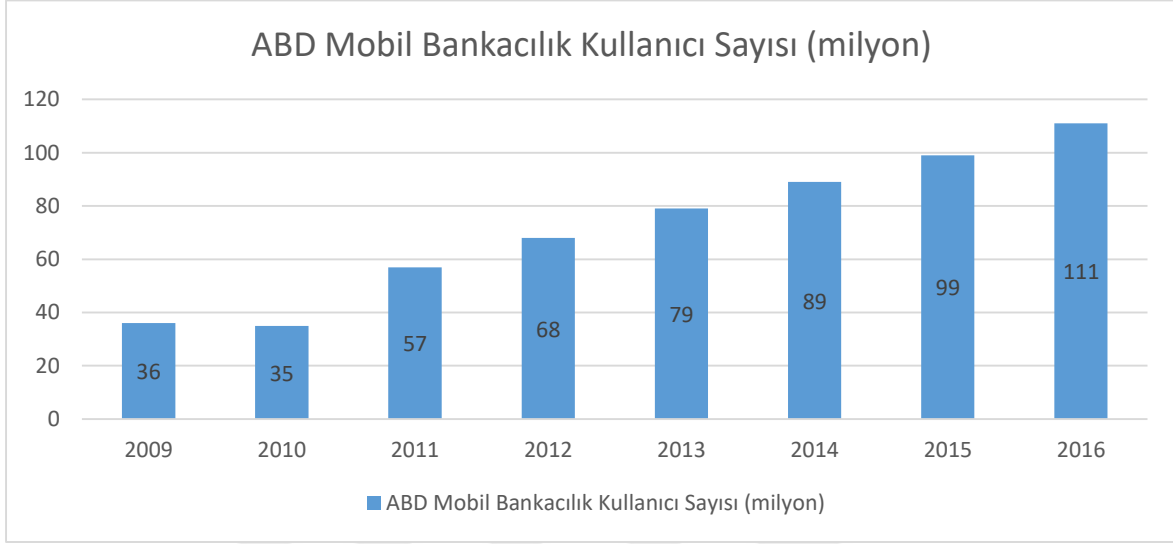
Ev ve ofis bankacılığı; bankaların müşterilerin ev ve ofislerinden bankalarına ulaşmalarını sağlayan bir dijital bankacılık kanalıdır. Ülkemizde ilk kez Yapı Kredi Bankası’nın TeleROM uygulaması ile 1990 yılında uygulanmıştır (Korkmaz ve Gövdeli, 2012: 4).

İlerleyen zamanlarda insansız veya daha az insanla çalıştırılan daha çok teknolojik unsurların yer aldığı dijital banka şubeleri olacaktır. Müşteriler insansız cihazlara dolandırıcılık, kullanıcı hataları nedeni ile ortaya çıkabilecek sorunlar dolayısıyla dijital kanallara karşı güvensizleşmektedir (Mermod, 2011). Bankanın müşterilerinin hepsi benzer eğitime sahip olmayabilir. Bu nedenle dijital kanallarla ilgili faaliyetler için yardıma ihtiyaç duyarlar. Güvenin ortamı için, düzgün kullanım için müşteri eğitimin önemini vurgulamaktadır.

2.5. Dünya’da Dijital Bankacılık Uygulamaları

Finansal olarak ortaya çıkan yenilikler diğer tüm alanlarla benzer şekilde ihtiyaçtan meydana gelmiştir. Ortaya çıkan bu yenilikler daha çok ABD’de olması ve tüm dünyaya dağılmasının birkaç farklı nedeni vardır. İlk olarak ABD’de bankacılık sistemi kısıtlama olmadan idare edilmektedir. İç savaş sonunda bankaların idaresi eyaletlere teslim edilince, eyaletlerce farklı metotlar uygulanmış ve sonucunda sisteme en uygun idare şeklinin liberalizm olduğu tescillenmiştir. Liberalizm bankacılık alanında, “piyasaya giriş engeli bulunmaması ve tahvil çıkarabilmek için devlete belirli bir miktar garanti fonu yatırılması olarak düşünülmelidir” (Rockoff, 1974). İkincisi Horvitz’in de belirttiği gibi ABD’de bir yılda yaklaşık 50 milyar çek yazılmasıdır. Başka bir ifade ile ABD’de yapılan nakit harici ödemelerin %77’sini bu çekler oluşturmaktadır (Humphrey, 2001). Yazılan bu çeklerin

ortalama 20 milyarı fatura ödemeleri için yazılmıştır ve çekler posta yoluyla iletilmektedir. Maliyet ve işgücü düşünüldüğünde elektronik ödeme yapılmasının sağladığı kolaylık net biçimde ortaya çıkmaktadır.



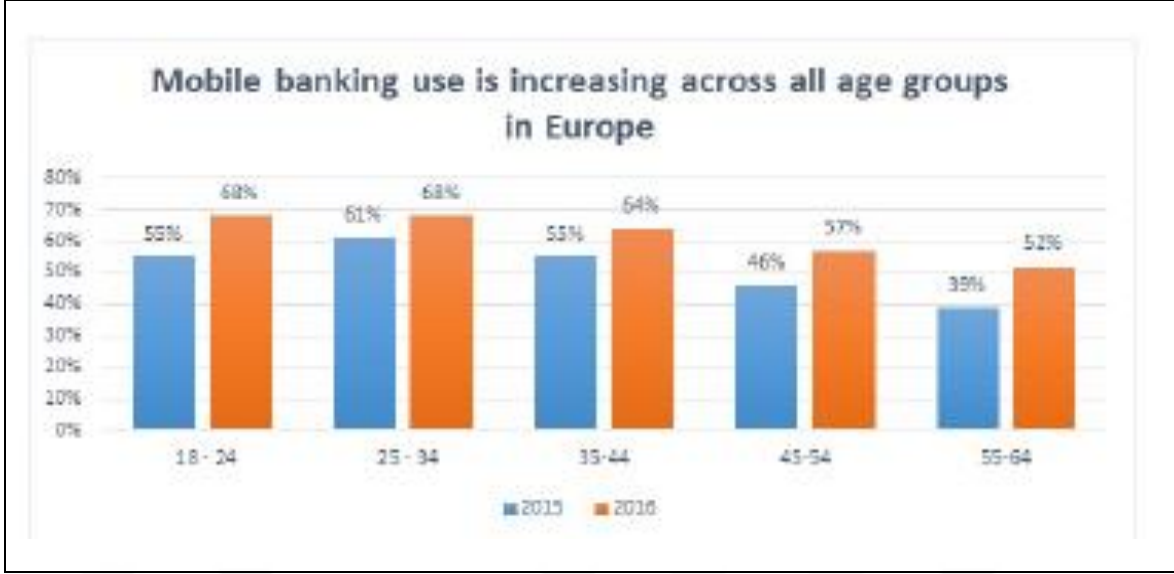
Şekil 1. ABD’de Mobil Bankacılık Kullanıcı Sayısı 2009-2016 (Statista 2018)

ABD’de akıllı telefon kullanıcılarının sayısı her yıl artmaktadır ve artan penetrasyon ile 2009 yılında 36 milyon kişi mobil bankacılık hizmetlerini kullanmakta iken bu oran, 2016 yılına gelindiğinde 111 milyon kişiye ulaşmıştır.

Avrupa Birliği’nde ki dijital bankacılık hizmetlerinin evölüsyonu ülkelerde benzer uygulamaların çoğalmasına sebep olmuştur (Arnaboldi ve Claeys, 2008). Örneğin Norveç’te

1987 yılında %10 olan elektronik ödeme oranı 1996 yılı itibarıyla % 40 seviyesine kadar çıkmıştır (Humphrey et al. 2001).

Avrupa Birliği finansal sistemi iki grupta ele alınabilir. 15 üye ülkeden oluşan grubun bankacılık sistemi denetim ve gözetim standartları yüksektir. Maliyetleri düşüktür. İkinci grup ise üye olan 12 ülkenin sistemleridir. Maliyetleri yüksektir. Yönetim teknikleri ve risk yönetim teknikleri daha geridir (Selvi, 2010). Avrupa Birliği üyesi olan ülkelerden bazıları için 2016 yılı mobil bankacılık kullanım oranları aşağıda tabloda verilmiştir.



Şekil 2. 2016 Yılı AB Ülkeleri Mobil Bankacılık Kullanım Oranları (VisaEurope, 2018)

Avrupa Birliği Ülkelerinde bankaların geleneksel bankacılık hizmetlerinin yanında dijital hizmetleri verdiği ya da sadece dijital bankacılık yaptıkları görülmektedir. Dijital hizmetleri yoğunlukla telefon bankacılığı ve finansal danışmanlık hizmetleriyle ilgilidir. AB’de geleneksel bankacılık ile dijital bankacılığın birbirinin yerine geçmedi, birbirini tamamladığını göstermektedir (Arnaboldi ve Claeys, 2008).

2.6. Türkiye’de Dijital Bankacılık Uygulamaları

1990’lı yıllarda Türkiye’de başlayan kalkınma hareketleri bankacılık sektöründe de görülmüş ve iyileştirmelerin yapılması için son teknoloji kullanılmıştır. Kalkınma hareketleriyle olumlu etkilenen bankacılık sektörü, tam tersine finansal düzen sağlanamadığı için meydana gelen ekonomik krizlerle olumsuz etkilenmiştir. Yeniden düzenlemelerin yapıldığı ve sıkı önlemlerin alındığı ülkemizde, nihayet finansal stabilizasyon sağlanmış ve bankacılık sektörü olumlu bir ivme kazanmıştır. Bunun en net göstergesi geleneksel bankacılık anlayışının yanı sıra yenilikçi uygulamalarla gündeme gelen bir sektör biçimine gelmiştir.

2.6.1. Türkiye’de bankacılığın genel anlamda gelişimi

Çoğu ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de ekonomik gelişmeye paralel olarak bankacılık sistemi de gelişme göstermiştir. Türkiye’de para ekonomisine geçişten sonra banka

işlemlerine ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Cumhuriyet öncesi dönemde milli bankacılık sahasında da ilk önemli adım 1868 yılında Emniyet Sandığı'nın ve 1888 yılında da Ziraat Bankası'nın kurulması ile atılmıştır (Öcal, 1973). 1923 İzmir İktisat Kongresi ve sonrasında Cumhuriyetin kurulması ile milli bir ekonomi anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu anlayış da ancak ulusal, kamusal ve özel bankalar aracılığı ile desteklenebilirdi. Bu doğrultuda özel sermayeyle kurulmuş olan ilk banka Türkiye İş Bankası olmaktadır (1924). Bu banka, Türk bankacılığının gelişmesinde önemli rol oynamıştır. 1960-1980 arası "Planlı Dönem" olarak ifade edilen periyotta bankacılık sektörü büyük ölçüde devlet denetimi altında kalmıştır (Ateş ve Eroğlu, 1999). Serbestleşme ve dışa açılma dönemi olarak nitelendirilebilecek 1981-2001 dönemine, 24 Ocak 1980 finansal liberalizasyon ve ihracata yönelik sanayileşme stratejileri damgasını vurmuştur (Kandemir, 2012). Krizler sonrasında Yeniden Yapılandırma Dönemi olarak adlandırılabilen 2002 ve sonrası dönemine, 2001 yılında uygulamaya konan "Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı" ile başlanmıştır (Er, 2009).

Güçlü ekonomiye geçiş programı ekonominin dıştan gelecek beklenmedik sorunlara karşı direncin yükseltilmesi, enflasyonun minimuma çekilmesi ve bankacılık sektörünün güçlenmesini amaçlamıştır. Bu program sonucunda krizde ciddi zararlar gören bankalar kademe kademe sermayelerini toplamaya başlamıştır. Sermayelerini toparlayamayan bankalar ya birleşme kararı almış ya da Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na (TMSF) devredilmiştir. Bunun sonucunda beklendik bir biçimde Türkiye'de ki banka sayısında bir düşüş gözlenmiştir (Kaya, 2012:55).

2002 yılından itibaren başlayan düzenli bir büyüme tespit edilmiştir. Ekonomik krizin etkileri atlatılmaya başlanmış, giderek büyüyen Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'ya (GSYİH) erişilmiştir. Fakat 2008 yılının sonlarında GSYİH' da beklenmedik ve sürekli olarak bir düşüş meydana gelmiştir. Enflasyon ve faiz oranlarında dengesizlikler oluşmuştur. Tüm bu sorundan ardından ekonomide bütçe açıkları meydana gelmiş, sermaye girişi düşmüştür. 2008 yılında yeniden ortaya çıkan ekonomik krizin etkisi sadece Türkiye'de olmamış tüm dünyada hissedilmiştir. Tüm dünyada hissedilmesi sonucunda küresel kriz ismi verilmiştir. Küresel krizin ardından bir sonraki yıl (2009) dünya ekonomisi zor zamanlar geçirmiştir. Kamu, para ve maliye politikalarıyla ekonomik yapıya müdahale edilmiştir. Merkez bankası kötü gidişi engellemek için faiz oranlarını düşürerek, piyasaya likidite temin etmiştir. Tüm bu gidişatın sonucunda olaylara hızlı cevaplar verebilen ekonomiler

kendilerini sağlama almış ve kısa sürede kötü gidişi durdurmuştur. Türkiye’de ise bir önceki krizde de olduğu gibi birçok banka kapanmıştır (Kaya, 2012).

2008 krizinde küresel ekonomik kriz ağır yaralar açmıştır. 2010 yılından itibaren bu ekonomik krizden dolayı açılan yaralar kapanmaya başlamıştır. Krizin ekonomide mecbur bıraktığı daraltıcı politika kaldırılmış, ekonomik büyüme yeniden gündeme gelmiştir. Kriz döneminde olduğu gibi krizden sonra da ekonominin yeniden canlanması için sektöre likidite desteği sağlanmıştır. Merkez bankası açık piyasa işlemleri yolu ile bankalara fon sağlamıştır (TBB, 2012).

2011 yılından itibaren yükselişe geçen bankacılık sektöründe bir takım belirsizlikler ve riskler ortaya çıkmıştır. Avrupa Birliği’ne üye bazı ülkeler ve ekonomisi güçlü birkaç ülkedeki bankaların mali sıkıntıları ve kamu sektöründeki borçlanma oranının bir hayli yüksek olması, bununla birlikte ekonomi politikalarına karşı duyulan endişe belirsizlik ve riske sebep olmuştur. Kamu borç stokunun bu dönemdeki yükselişi “küresel kriz” kavramının yerine “borç krizi” kavramına bırakmıştır. Uluslararası ekonomide ki belirsizliklerin etkilerini indirmek için, iç tasarruf açığını kısmak, kredi büyümesini yavaşlatmak için bazı önlemler alınmıştır. Bankacılık ve özellikle para politikalarına geniş çaplı düzenlemeler getirilmiştir. Bu önlemlerin ardından 2011 yılında işsizlikte azalma, iç talepteki hızlı yükseliş, kamunun borçlanma ihtiyacında düşüş ve bankalarda büyüme gerçekleşmiştir. Türkiye’de alınan doğru önlemler ve izlenen politikalar sayesinde küresel kriz sinyallerinin verildi bu yılda olumsuz etkilerden korunmuştur (TBB, 2013).

2012 yılına gelindiğinde, yılın ilk altı ayında küresel krizin yarattığı belirsizlik ve riskli durum sürerken, yılın ikinci altı ayında sular biraz daha durulmuştur. Bunun sebebi Avrupa Merkez Bankası’nın Euro bölgesine gözdağı veren yüksek kamu borcuna ilişkin uygulanan politikalarla sistematik riski ortadan kaldırmaya yönelik rahatlatıcı adımlar atmıştır (TBB, 2013).

Uygulanan bu programlar ve bankaların kurumsal politikaları doğrultusunda günümüzdeki çağdaş bankacılık anlayışı, işlemlerinin çok çeşitli ve karmaşık olması nedeniyle klasik çağdaki bankacılık anlayışından çok farklıdır. Bankalar, özellikle teknolojik altyapılı çeşitli ürün ve hizmet seçenekleri sunarak ve geliştirerek, hem çağın gereksinimlerine hem de maliyet ve rekabet ölçütlerine ayak uydurmak zorunda kalmıştır.

Finans sektöründe artan rekabetle birlikte bankalar, yeni ürünlere yönelerek, hizmetlerini bireylere çeşitli mecralardan daha düşük maliyetler ile sunmaya başlamışlardır. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler de bu sektörün gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Bankacılık sektörü 90'lı yıllardan başlayarak internet ve mobil teknolojileri ilk kabul eden sektörler arasında yer alarak, bireylere düşük maliyetlerle istedikleri an ve yerde katma değeri yüksek hizmet vermeleri sağlanmıştır (Kaya, 2012).

2.6.2. Türkiye’de dijital bankacılık ve yasal düzenlemeler

Türkiye’de ilk ATM İş Bankası tarafından 1987 yılında hayata geçirilmiştir. POS olarak bilinen satış terminalleri ise 1989 yılında ülkemizde kullanıma başlamıştır. Giderek artan POS kullanımının en önemli sebebi Bankalararası Takas Odaları Merkezi’nin kurulmasıdır. Türkiye’de otomatik vezne ve kart kullanımı ise 1990’lı yılların sonundan itibaren yükseliş göstermiştir (Tarkan ve Acar-Boyacıoğlu, 2011). Ülkemizde ilk ofis bankacılık uygulaması, Yapı Kredi bankasının yaptığı TeleROM 1990 yılında Tele Firma ismiyle pazara giriş yapmıştır. Bu ve buna benzer uygulamalar tüm bankalar tarafından örnek alınmıştır ve 1992 yılında kullanıma açılmıştır (Özcan, 2007).

Türkiye’de telefon bankacılığı ise 1996 yılında ortaya çıkmıştır. İnternet bankacılığı ise iki bankanın (İş Bankası ve T. Garanti Bankası) ortak çalışmasıyla 1997 yılında bir web sitesinin açılmasıyla başlamıştır (Onay ve Helvacıoğlu, 2007). Devletin bir aracı olan E-devlet uygulaması ile, bankaların dijital ortamda kamu işlemlerini yapabilmesi, müşterilerin güvenini arttırmıştır (Cengiz, 2010). Her ne kadar durum böyle de olsa, Avrupa Birliği ülkelerinin büyük bir kısmının (3/4) internet bankacılığını kullanırken, Türkiye’de bu internet bankacılığı kullanma oranın AB’ye göre düşük olması düşündürücüdür (Boyacıoğlu vd. 2010).

Tablo 4. 2013-2017 Yılları Arası POS, ATM, Kredi Kartı ve Banka Kartı Kullanımı (BKM ,2018)

Yıllar	POS	ATM	Kredi Kartı	Banka Kartı
2013	2.293.695	42.011	56.835.221	100.164.954
2014	2.191.382	45.576	57.005.902	105.513.424
2015	2.158.328	48.277	58.215.318	112.383.854
2016	1.746.220	48.421	58.795.476	117.011.685
2017	1.656.999	49.847	62.453.610	131.593.443

Yukarıda verilen tablo incelendiğinde Kredi Kartı, Banka Kartı ve ATM kullanımının giderek yükseldiği görülmektedir.

2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile Türkiye’de banka müşterilerinin hak ve kazançlarını korunmasına, kredi sisteminin düzgün çalışmasına, ekonomik piyasalarda ve bankalarda güven ve istikrar sağlanmasına yönelik usul ve esaslar düzenlenmiştir. Kanun kapsamında Şubeler “elektronik işlem cihazlarından ibaret birimler hariç olmak üzere, bankaların bağımlı bir parçasını oluşturan ve bu kuruluşların faaliyetlerinin tamamını veya bir kısmını kendi başına yapan, sabit ya da seyyar bürolar gibi her türlü işyeri” olarak tanımlanmıştır. İnternet bankacılığına yönelik olarak BDDK tarafından yayımlanan Bankalarda Bilgi Sistemleri Yönetiminde Esas Alınacak İlkelere İlişkin Tebliğ’de “müşterilerin banka tarafından sunulan hizmetlere internet yoluyla ulaşmalarını ve yapmak istedikleri işlemleri gerçekleştirmelerini sağlayan bankacılık hizmeti dağıtım kanalı” olarak tanımlama yapılmıştır (www.bddk.org.tr/). 24/1/2009, 1/6/2010 ve 28/1/2014 tarihlerinde yapılan değişiklikler de dâhil olmak üzere, Tebliğ kapsamında aşağıdaki yasal düzenlemeler yapılmıştır:

Bankanın, elektronik bankacılık ve alternatif dağıtım kanalları hizmetlerinden yararlanmak isteyen müşterilerini, hizmetlere yönelik şartlar, riskler ve istisnai durumlara yönelik açık bir şekilde bilgilendirme zorunluluğu bulunmaktadır. Risklerin azaltılmasına yönelik alınan güvenlik önlemleri de müşterilerin bilgisine sunulmalıdır. Müşterilerin bu hizmetlerden yararlanma aşamasında karşılaşılabilecekleri sorunların takip edilebileceği, müşteri şikâyetlerinin alınabileceği mekanizmalar, bankalar tarafından oluşturulmalıdır (Madde 16).

İnternet bankacılığı faaliyeti kapsamındaki sistemler için yılda en az bir kez sızma testleri yapılmalı, şüpheli işlemlerin tespiti için takip mekanizmaları kurulmalıdır (Madde 26).

Müşterilerin internet bankacılığı hizmetlerine ulaşabilmeleri için güvenilir bir kimlik doğrulama mekanizması kurulmalı, kimlik doğrulamadan geçemeyen kişilerin hizmetlere ulaşamaması sağlanmalıdır (Madde 27).

Banka, internet bankacılığı faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen iş ve işlemlerle ilgili sorumluluk atamayı ve inkar edilemezliği olanaklı kılmak üzere gerekli teknikleri kullanmalı ve kontrolleri yapmalıdır (Madde 28).

Yapılan her türlü internet bankacılığı faaliyeti için yeterli ve etkin denetim izi tutma mekanizması oluşturulmalıdır (Madde 29).

Banka, internet bankacılığı faaliyetlerinde servis sürekliliğini sağlayabilecek her türlü önlemleri almalıdır (Madde 31).

Dijital bankacılığın alternatif dağıtım kanallarından ATM cihazlarına yönelik her türlü güvenlik önlemi alınmalıdır (Madde 32).

Paranın dijital temsilcisi ya da dijital doğrulayıcısı, nakit paranın dijital tanıtımı olarak ifade edilen elektronik para, Avrupa Merkez Bankası tarafından “yatırılmış değer veya satış noktası terminalleri vasıtasıyla, iki cihaz arasında doğrudan transfer veya internet gibi açık bilgisayar ağları üzerinden ödemelerde bulunmak için değeri önceden ödenmiş ödeme mekanizmaları” şeklinde tanımlanmaktadır (ECB, 1998). Elektronik ödeme teknolojileri elektronik formda yer alan elektronik parayı da ikame etmektedir. Dünyada elektronik para ile ilgili gelişmeler doğrultusunda Türkiye’de ilk adım 2000 yılında T.C. Merkez Bankası başkanlığında çeşitli bankaların katılımı ile Elektronik Para Çalışma Grubu oluşturulması ile başlamıştır. Türkiye’de banka ve özel finansal kurumların denetimi konusunda Merkez Bankası’nın bir sorumluluğu bulunmamaktadır. 20.06.2013 tarih ve 6493 sayılı Ödeme Ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri Ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun (<http://www.mevzuat.gov.tr/>) ile elektronik para kuruluşlarına yönelik bir yasal düzenleme yapılmış, Kanun ile ilgili kuruluşların usul ve esasları düzenlenmiştir. İlgili

Kanun ile yasal izinleri almaksızın elektronik para işlemlerinin yapılması yasaklanmıştır (Ceylan, 2013).

2.6.3. Türkiye’de dijital bankacılık örnekleri

Gelişmekte olan diğer ülkeler gibi Türkiye de geçmişte yaşanan olayların etkisinden kolay çıkmış ve dijital ortamla kendini zorlanmadan adapte edebilmiştir. Türkiye’de kullanılan bu ürün ve hizmetleri şu şekilde sıralayabiliriz (Akı, 2016).

- a) FastPlay Hizmeti (Denizbank’ın dünyada ilk olan Facebook bankacılığı)
- b) iGaranti (Garanti Bankası’nın mobil bankacılık uygulaması)
- c) ParaMara (ING’nin dijital cüzdanı)
- d) Akbank, İş Bankası ve TEB’in mobil bankacılık uygulamaları.

e) Nuvo ve Enpara isimli dijital bankacılık ürünleri

Enpara.com

Türkiye'nin ilk dijital bankası olma özelliğini taşıyan Enpara.com 2012 yılında Finansbank isimli bankanın bir ürünü olarak piyasaya sürülmüştür. Enpara.com İstanbul'da bir şube olarak belirtilmiş ve hem dijital hem de şube bankacılığı olarak müşterilere hizmet vermektedir. (enpara.com, www.qnbfinansbank.enpara.com)

Enpara.com hizmet verdiği kişilere ekstra mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve ATM hizmeti de vermektedir. İnternet bankacılığına benzer şekilde mobil bankacılıkta da, hesap açma, kredi kullanma gibi farklı birçok uygulama yapılabilmektedir. Tüm bu bankacılık hizmetleri dışında piyasayı takip ve analiz etme imkanı da sunmaktadır. Hizmet kalitesi değerlendirme sonuçlarına göre kullanıcılar Enpara.com'un mobil bankacılık hizmetini %95 yeterli bulmaktadır (Dijital Bankacılık, 2015). Müşterilerini telefon bankacılığında da azami sürelerde bekleten uygulama, 30 saniye gibi kısa bir sürede müşterilerine çözüm üretmektedir.

Enpara.com sade tasarımlarla kafa karışmadan işlemlerin gerçekleşmesi, bu işlemler yapılırken daha az zaman harcanması ve daha avantajlı olması yönüyle öne çıkmaktadır. Bu uygulamayı diğer uygulamalardan farklı kılan bir diğer özelliği ise işlem masraflarını müşterilerinden almamasıdır (Durucu,2013). Mevcut müşterilerinin devamlılığını sağlamak ve yeni müşteriler kazanmak için politikalar belirleyen enpara.com müşteri memnuniyetini yukarıya taşımayı başarmıştır.

Enpara.com'un avantajlı yönlerinden bahsetmişken dezavantajlarından da bahsetmek gerekir. Bunlardan bazıları şunlardır; Finansbank'ın hali hazırda bulunan diğer şube bankacılıklarından bu dijital uygulamaya para yatırılmamaktadır. İşlemler sadece dijital bankacılık sistemi üzerinden transfer şeklinde gerçekleştirilmektedir. Diğer bir dezavantajlı yönü ile herhangi bir yabancı para birimi ile işlem yapılmak istendiğinde işlem ücreti kesilmesidir. TL ile yapılan işlemlerden masrafların alınmadığını fakat yabancı para birimleriyle yapılan transferlerde üçüncü bankanın belirlediği ücretle işlemin gerçekleştiği söylenebilir.

Bankalar arası kart merkezi (BKM)

Türkiye’de 1990 yılında 13 devlet ve özel bankanın işbirliği çerçevesinde kurulan merkezin kuruluş amacı, kartla ödeme sisteminde ortaya çıkan sorunlarla baş etme ve kredi kartı işlemlerine kural koymaktır. Bankalar Arası Kart Merkezi’nin izlediği yollar şunlardır: Bankalararası yetkilendirme, takas vs. gibi işlemleri üyelere ağır bir yük olmaksızın cüzi miktarda maliyetlendirerek ihtiyaçların uluslararası mevzuat ve kalite standartlarına uygun şekilde hizmet sunmak; Türkiye’de kart kullanılarak yapılan ödeme sistemlerinin gelişmesini sağlamak; Kartlı ödeme sistemleri ile ilgili standartlar belirlemek ve kurallar oluşturmak; Bankalar arasında, bireysel ve şirket kart müşterileri arasında, banka finansal mevzuatı düzenleyen kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyon sağlamak, iletişim gerçekleştirmek ve idare faaliyetini gerçekleştirmektir (<https://bkm.com.tr>);

BKM’ nin işlevleri ise aşağıdaki şekildedir; (<https://bkm.com.tr/>);

- *Yurtiçi takas ve hesaplaşma-YTH*: Takas Merkezi ile yurtiçinde faaliyet gösteren bankalara aralarında hizmet sunmaktadır.
- *Mesaj yönlendirme-switch sistemi*: Uluslararası faaliyette bulunan bankalara ait simge. Kullanan her kartın üye işyerleri ve bankalar tarafından işleme alınması ve onaylanması gereklidir. Switch denilen bu uygulama 1993 yılında uygulamaya alınmıştır (Kaya, 2009).
- *Raporlama*: BKM aylık belirli periyotlar halinde istatistiksel veriler toplayarak web sitesi üzerinden paylaşım sunar.
- *Switch ücretlendirme ve banka kartı takası*: Gerçekleştirilen işlemlerin ücretlendirilmesidir.
- *chargeback doküman paylaşım hizmeti*: Tutulan kayıtların merkezde depolanarak veri deposu oluşmasını sağlar (Kaya, 2009).
- *Merkezi işyeri veri tabanı*: Üye bankaların kart müşterilerinin kayıt edilmesi, numaralandırılması ve takibinin tek bir merkezden yapılmasını sağlar.
- *BKM veri ambarı*: Tüm bilgilerin dolandırıcılık, sahtekârlık ve oluşabilecek tüm olumsuz olayların önlenmesi için bilgilerin tutulmasını ifade eder.
- *Birleşik uyarı listesi*: Sorunlu ve zararlı kart ve müşteri bilgilerinin iletilmesi amaçlı tutulur.
- *BKM online*: iletişim ve bilgi platformu.

- *Pazarlama faaliyetleri:* BKM, kartlı ödeme sistemleri ile ilgili kullanıcıları ve üye işyerlerini bilgilendirilmek ve bilinçlendirmek gibi faaliyetleri yürütmektedir.

Dijitaldeniz.com

Bankacılık ürün ve hizmetlerinin teknolojiyle birleştiği bir diğer uygulama Denizbank tarafından çıkartılan dijitaldeniz.com'dur. Denizbank bu uygulama ile, tüm bankacılık çeşitlerinin (telefon, internet, mobil ve ATM bankacılığı) tamamlayıcısı olmasını hedeflemiştir. Müşterilerine şubeye ihtiyaç duymadan düşük faiz oranlarıyla ihtiyaç kredisi hizmeti vermektedir.

Dijitaldeniz.com tüm bankacılık hizmet ve ürünlerinin müşterilerin ayağına kadar gönderildiği yeni nesil bankacılık uygulamasıdır. Dijital bankacılık kanalında mobil uygulama bazında bakıldığında MobilDeniz isimli uygulama piyasaya sürülmüş ve bunun sonucunda müşterilerin tüm bankacılık işlerini telefon üzerinden yapabilmeleri sağlanmıştır. (www.dijitaldeniz.com).

E-Devlet hizmetlerine şifresiz ve ücretsiz bir şekilde erişim uygulamasının öncülüğünü yapan Denizbank, EFMA tarafından düzenlenen "EFMA Accenture 2015 İnovasyon Ödülleri"nde çığır açan inovasyon kategorisinde ikincilik ödülü almıştır.

Nuvo.com.tr

Diğer bir dijital bankacılık uygulaması örneği olan nuvo.com Yapı Kredi Bankası tarafından servis edilmiş ve yine tüm bankacılık işlemlerinin webden, cepten veya tableten gerçekleştirilebildiği bir alandır. Müşterilerin kendine göre kişiselleştirebildiği uygulamanın avantajları arasında düşük faiz oranlarıyla ihtiyaç kredisi, yeterli faizle mevduat hesabı, esnek hesap ve daha birçok hizmet vardır.

Nuvo.com'un müşterilerine sunduğu bir diğer yenilik ise "Akıllı Asistan" isimdeki sesli yardım uygulamasıdır. Bu uygulama kredi kartlarının, mevcut hesapların, yeni ürün ve sistemlerin farklı iletişim araçları vasıtasıyla müşterilere ulaşmasını sağlamaktadır. Ancak bu platformun, 10.06.2017 tarihinden itibaren Yapı Kredi tarafından hizmeti durdurulmuştur. Zira Yapı Kredi, çoklu bir ekosisteme geçmekte ve tüm kanalların tek çatı altında iletişimde bulunduğu bir platform olarak Nuvo, Yapı Kredi Mobil'e entegre edilmektedir (<http://digitalage.com.tr/yapi-kredi-dijital-bankacilik-uygulamasi>).

2.7. Dijital Bankacılığın Avantajları ve Dezavantajları

Günümüz bankacılık sisteminde dijital yollarla verilen hizmet ile ilgili yapılan araştırmalar göstermiştir ki, hizmet kalitesi oldukça yeterlidir (Boyacıoğlu, 2010). Dijital bankacılığın karşısında geleneksel bankacılık keskin kurallar ve miraslar sonucunda kısıtlı kalmakta ve zorlanmaktadır.

Dijital bankacılığın zayıf yönleri işgücü niteliği ve niceliğidir. “Bankalar için yetiştirilen işgücünün konvansiyonel bankacılık hizmetlerini yürütecek şekilde eğitilmesi de dijital bankacılık için bir dezavantaj oluşturmaktadır.” (Johne ve Storey, 1998). Banka yöneticilerinin yardımı ve kuruluşların görünümleri yenilikçi bir kültüre dönüşmesini sağlamaktadır (Savaş vd. 2014).

Dijital bankacılıkta işlemler sanal yollarla yapıldığı için birincil ilişkilerin kurulmaması güvensizliğe neden olabilmektedir. Buna ek olarak yapılan görüşme ve yazışmaların bir kopyasının saklanması müşteriler tarafından verimli hizmet alınmasının önüne geçmektedir. Yaşananlar göstermektedir ki dijital bankacılık etkili bir biçimde kullanıldığında, müşteri memnuniyeti artmış ve müşterilerin bağlılığı kazanılmıştır bu da bankanın kara geçmesini sağlamıştır (Centeno, 2004). Kimi kesim tarafından dijital bankacılık yeni uygulamaların öncüsü olarak nitelendirilmektedir. Fakat yine bir dezavantaj olarak güvenlik sorunları ve müşterilerin işlemlerinin takip edilmesi söylenebilir.

Yalnızca internet aracılığıyla işlem yapan bankalar şube masrafı vs. olmadığı için müşterilerine daha düşük fiyatlı hizmet sunmaktadırlar. Aynı zamanda teknoloji sayesinde geleneksel bankacılık işlemlerinde gerek duyulan somut araç ve gereçlere ihtiyaç duyulmamakta bu da maliyetleri düşürmektedir. İşlem ücretleri minimum seviye de olduğu için müşterilere yansıyan ücretler de belirli değil işlem biçimine göre değişmektedir (Daniel, 1999:73). Avrupa’da gerçekleştirilen bir araştırma da 1988-1995 yılları arasında dijital bankacılığa yapılan yatırımlar sayesinde, bankacılık masraflarının %3 kadar düştüğü belirlenmiştir (Mayer, 1997).

Bankalar müşterilerine kolay ve güncel birçok uygulama ve hizmet verebilmektedir (Daniel, 199). Bunun sonucunda finansal olan ile olmayan uygulamaların da sergilenişi basitleşmiştir (Centro, 2004). Mesela, bireyselleşmiş finansal veri menüsü oluşturulması, mail bildirimleri, elektronik alışveriş, borsa ve vergi ödemeleri gibi hizmetler müşterilere

hızlı ve kolay iletilmektedir. Bu ve buna benzer sebeplerle dijital bankacılık geleneksel bankacılığa göre daha fonksiyonel bir bünyeye sahiptir denilebilir (Johnson, 1995). Ayrıca bankalar hizmet verdiği insanların verilerini basitçe elde edebilmekte, seri işletmekte ve sonuçlandırmaktadırlar. Bunun sonucunda müşterilerin istediği hesap kontrol isteği de sağlanmaktadır (Daniel, 199). Müşteri için son derece önemli olan hesap işlemlerinin dökümünün alınması da kolaylaşmaktadır (Vyas, 2010). Böylelikle bankaların birçok riski ortadan kaldırdığı görülmektedir (Centeno, 2004)

Yeni nesil bankacılığın başka bir avantajı ise alternatifleri yerine getirmenin basit oluşudur. Bu olayın yapılabilmesi diğer dijital veri ağlarında benzer biçimde tek bir kaynak vasıtasıyla çözülebilmektedir (Malone, 1989). Dijital bankacılığın sürekli ve hızlı hizmet sürebilmesi diğer bir avantajıdır. Tüm bu avantajlar gözlemlendiğinde dijital bankaların geleneksel bankalara göre, düşük işlem ücreti almasıyla müşterilere verdiği memnuniyet genel anlamda daha fazla kar olarak döndüğü ve daha hızlı büyüdüğü izlenmiştir.

İnternet bankacılığı hizmeti sağlayan bankaların zaman ve mekan ayırt etmeksizin hizmet verebiliyor olması ciddi bir avantaj sağlamaktadır. Buna ek olarak mobil bankacılık kanalı ile bu farka yer değiştirebilirlik getirilmiştir (Akın ve Karaboğa, 2011). Sonuçta dijital bankacılığın en önemli avantajları erişim kolaylığı ve müşteri taraflı olması denilebilir.

Sanal ortamda karşılaşılan tekinsiz durumlar dijital bankacılığın dezavantajlarını meydana getirmektedir. Bunlar özellikle kişisel bilgilerin izinsiz yayılması, bankacılık işlemleri yapılırken yaşanacak güvenlik sorunları ile hesapların ikinci bir şahsa geçmesi, ve yolsuzluk gibi durumlar dijital bankacılığın sorunları olarak görülmektedir. Karşılaşılan bu sorunların bazılarının da müşterilerinin dikkatsiz ve aceleci davranmasından meydana geldiği belirtilmektedir. Buna ek olarak şube bankacılığında görevli personellerin müşteriye ihmal etmesi ve yanlış yönlendirmesi sonucunda da güvenlik sorunları yaşanabilir (Sevim ve Ömür, 2015).

Sonuç olarak dijital bankacılığın avantaj ve dezavantajlarına bakıldığında, bankacılık işlemlerini kolay hale getirmesi ve zaman tasarrufu sağlaması açısından geleneksel bankacılığı geride bırakmaktadır. Yine dijital bankacılıkta yaşanabilecek güvenlik sorunları da göz önüne alındığında, müşterilerin geleneksel bankacılığı seçmeleri de ekstrem bir olay olarak karşımıza çıkmamaktadır.

2.8. Bankalarda Uygulanan Dijitalleşmeye Bağlı Değişikliklerden Bazıları

Dijitalleşme ile birlikte bankalarda meydana gelen uygulama, görev tanımı ve hizmet değişiklikleri dolayısıyla çalışanların koşulları da değişmektedir. Örneğin araştırmanın uygulandığı bankada görev tanımlarındaki değişiklikler şekil 3 ve şekil 4 'te belirtilmiştir.

Mevcut hizmet modeli	
Gişe	Gişe Asistanı
Bireysel	BMT Asistan
	BMT Yetkili
	BMY
Mikro	KOBİ MY Yetkili
	KOBİ MY Yönetmen
Operasyon	MİS Asistan
	MİS Yetkili
	MİS Yönetmen
	NİS Yetkili
	NİS Yönetmen
Dijital	

Şekil 3.Çalışan Mevcut Görev Tanımları

Yeni hizmet modeli
Müşteri Danışmanı
Uzman Müşteri Danışmanı
Uzman Müşteri Danışmanı
Kıdemli Müşteri Danışmanı
Uzman Müşteri Danışmanı
Kıdemli Müşteri Danışmanı
Müşteri Hizmetleri Sorumlusu Asistan
Müşteri Hizmetleri Sorumlusu Yetkili
Müşteri Hizmetleri Sorumlusu Yönetmen
Müşteri Hizmetleri Sorumlusu Yetkili
Müşteri Hizmetleri Sorumlusu Yönetmen
Merkezi Müşteri Hizmetleri Temsilcisi
Dijital Yönlendirme Sorumlusu

Şekil 4. Çalışan Yeni Görev Tanımları

Görev tanımında değişiklik olan personeller verdikleri hizmetlere yönelik sertifikasyona tabi tutulacaklar. Süreç içerisinde tüm sertifikalarını tamamladıklarında tüm segment müşterilere nakit hizmet sunacaklar, Bireysel ve KOBİ mikro segmentlere ürün tanıtımı, satış müşteri ziyareti, satış sonrası destek verebilecekler. Böylece lobi de müşterilere daha hızlı ve daha çok sayıda personel tarafından hizmet verilebilecek ve bekleme süreleri azalacaktır.

Dijitalleşme sorumluları müşterileri de yönlendirebileceğinden daha hızlı ve gelecek işlemleri kendi mobil/ internet uygulamalarından etkin ve hızlı çözebilen müşteriler zaman içerisinde artacaktır.

Şubeye gelen müşteriye yönlendiren eski sıra sistemi, (şimdiki haliyle her bankaya göre isimlendirmede farklılık göstermektedir) ; yeni sistemde müşteriye yapacağı işlemlere göre yönlendirecektir. Müşteri İşlem yapmak istediği yeri değil işlemi seçecektir. Böylece sistem uygun sertifikası bulunan her müşteri danışmanına müşteriye yönlendirebilecektir. Bunların yanı sıra dijital imzalar, satış hedeflerindeki değişiklikler, ürün çeşitliliğinin artması da dijitalleşme ile gelen bazı değişikliklerdendir.

Eskiden şubelerde yer alan gişe bankoları, daha iyi hizmet verebilmek açısından kaldırılmış, müşterinin de oturarak hizmet alabileceği danışman masaları yerleştirilmiştir. Oluşturulan profesyonel ortamda, müşterilerin kendilerini daha iyi ve rahat hissetmeleri sağlanmaya çalışılmaktadır.

2.9. Anket Uygulaması Yapılan Özel Bankanın 2017-2018-2019 Çalışan Bağlılığı Araştırma Özetleri

2017 yılında, pilot değişiklikler başlamadan hemen önceki dönemde, bu araştırmanın örnekleme olan banka çalışanlarına, çalıştıkları banka tarafından çalışan bağlılığı anketi uygulanmıştır. Bu ankete katılım oranı %87 olup, anket sonuçlarında çalışan bağlılığı oranı %73 çıkmıştır. Banka genelinde aynı zamanda uygulanan anketteki bağlılık oranı %66'tür.

2018 yılının ilk yarısında pilot çalışmalardan çıkılıp uygulamalar başlamışken bu araştırmanın örnekleme olan banka çalışanlarına, çalıştıkları banka tarafından uygulanan çalışan bağlılığı anketinde katılım oranı %89 olup, çalışan bağlılığı %77 çıkmıştır. Banka genelinde çıkan bağlılık oranı %62'dir.

2018 yılının ikinci yarısında uygulamaların tüm şubelerde tamamlanmaya yakın olduğu dönemde, bu araştırmanın örneklemini olan banka çalışanlarına, çalıştıkları banka tarafından uygulanan çalışan bağlılığı anketinde katılım oranı %89 olup, çalışan bağlılığı %83 çıkmıştır. Banka genelinde çıkan bağlılık oranı %67'dir.

2019 yılının ilk yarısında tüm geçişlerin tamamlandığı ve yeni görev tanımlarıyla birlikte dijital uygulamaların da bir süredir kullanıldığı dönemde bu araştırmanın örneklemini olan banka çalışanlarına, çalıştıkları banka tarafından uygulanan çalışan bağlılığı anketinde katılım oranı %92 olup, çalışan bağlılığı %87 çıkmıştır. Banka genelinde çıkan bağlılık oranı %73'tür.





3. YÖNTEM

3.1. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Ankara bölgede görev yapan banka çalışanları oluşturmaktadır. Ankara bölgede görev yapan 630 çalışan vardır. Buna göre; örneklem sayısının yeterliliği aşağıdaki formülle hesap edilmiştir. Evrendeki kişi sayısı biliniyor ise aşağıdaki formül kullanılır.

$$n = [Nt^2 * pq] / [d^2 * (N-1) + t^2 * pq]$$

Söz konusu formülde;

N = Hedef kitledeki (evrendeki) birey sayısını,

n = Örneklem alınacak birey sayısını (örneklem hacmi),

p = İncelenen olayın oluş sıklığını (gerçekleşme olasılığı),

q = İncelenen olayın olmayış sıklığını (gerçekleşmeme olasılığı),

t = Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosundan bulunan teorik değeri,

d = Olayın oluş sıklığına göre kabul edilen \pm örneklem hatasını göstermektedir.

Bu formüle göre, toplam 630 çalışan için %95 güvenirlilik ve 0,05 örneklem hatası ile örneklem büyüklüğü 239 olarak hesaplanmıştır. Araştırma için yapılan anket uygulaması sonucunda ise 428 kişiden geri dönüş sağlanmıştır.

3.2. Verilerin Analiz Yöntemi

Çalışma verilerini IBM SPSS Statistics 23 ve IBM SPSS Amos 21 programlarına aktararak analizler yapılmıştır. Veriler değerlendirilirken kategorilerdeki değişkenler için frekans dağılımları, sayısal olan değişkenler için tanımlayıcı istatistik (ort \pm ss) bilgileri verilmiştir. Araştırmada ölçme aracı olarak kullanılan ölçeğin yapı geçerliğinin incelemesi konusunda açılımlayıcı faktör analizinin yanı sıra doğrulayıcı faktör analizleri uygulanmıştır. Ölçeğin güvenilirliğinin incelenmesi Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ile yapılmıştır. Araştırmanın katılımcıları olan banka çalışanlarının ölçek puanlarının elde edilmesi, ilgili maddelerin ortalaması alınarak yapılmıştır. Buna göre; uygulanması düşünülen analizlere karar verebilmek için ölçek puanlarına Kolmogorov Smirnov normallik testi uygulanması uygun bulunmuştur. Test sonucunda elde edilen puanların normallik varsayımını sağladığı görülmüş ve bu nedenle karşılaştırmalarını yaparken parametrik testler kullanılmıştır. İki

birbirinden bağımsız grup arasında puanlara göre farklılık var olduğu ya da olmadığı Bağımsız Örneklem T Testi, ikiden fazla bağımsız grup arasında puanlara göre farklılık var olup olmadığı ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Sayısal iki değişkenin arasında nedensel olmayan ilişkilerin derecesinin belirlenebilmesi konusunda Pearson Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır.

3.2.1. Yapı Geçerliliği

Yapı geçerliliği, ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği doğru ve tam olarak ölçebilme derecesini belirleyebilmek amacıyla kullanılır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014, s. 245). Ölçeğin yapı geçerliliğini incelemek için çok sayıdaki değişkenlerin küçük gruplar veya yapılar altında toplanabilmesini sağlayan faktör analizi ile koşulmuştur (Kline, 2000, s. 113). Faktör analizi, temelde verinin azaltılması ve özetlenmesi için kullanılan genel bir addır. Faktör analizinin temel amacı, veriler arasındaki ilişkilerin kolayca yorumlanması ve anlaşılabilir bir şekilde özetlenmesi ile değişkenlerin yeniden gruplandırılmasıdır. Daha fazla zaman kazanabilmek ve yorumları daha kolaylaştırabilmek için değişkenleri küçük bir set halinde azaltmak için kullanılır ve principal axis factor ve maksimum olabilirlik gibi birçok çıkarma teknikleri vardır. Faktör analizinde yer alan birçok matematiksel karmaşık sayıların ve faktörlerin önemini belirleyebilmek için kullanılan kriterler bulunmaktadır. Ortogonal rotasyon ve eğik döndürme - dönme teknikleri iki türü vardır. Eğik döndürme (örneğin, oblik ve promax) ilişkili faktörleri içerir, oysa ortogonal rotasyon (örn; varimax ve quartimax) ilişkisiz faktörleri içerir. Faktör analizinin yorumlanabilmesi döndürülmüş faktör yüklerine dayanmaktadır ve sıklıkla rotasyon tekniği kullanılmaktadır.

Açımlayıcı Faktör Analizi

Açımlayıcı faktör analizin kullanım amacı çok sayıdaki değişkenin altında yatan temel yapıların ya da boyutların (faktörleri) ortaya çıkarılmasıdır. Değişkenler arasındaki ilişkiye dayalı olarak bir değişken herhangi bir faktörle ilişkili olabilir ve ondan yük alabilir. Açımlayıcı faktör analizinde belirli bir ön beklentinin ya da denemenin olmaması halinde faktör ağırlıkları temelinde verinin faktör yapısı belirlenmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi ise belirli değişkenlerin bir kuram temelinde önceden belirlenmiş olan faktörler üzerinde ağırlıklı olarak yer alacağına dair bir ön beklentinin test edilmesine dayanarak, AFA' da kaç adet faktörün beklendiği bilinmez iken DFA' da faktör sayısı kesin olarak belirtilmesiyle test edilmektedir. Bunun en yaygın uygulandığı yer ise, belirli maddelerin

önceden belirlenmiş alt boyutlarda (gizli değişkenlerde) bulunması beklenen ölçeklerin faktör yapısının incelenmesi ve doğrulanmaya çalışılmasıdır (Eroğlu, 2003:181).

Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), çok değişkenli istatistikî süreçler olarak geçmektedir. DFA, açımlayıcı faktör analizi (AFA) ile belirlenen yapıların test edilmesi ve geçerliliğinin araştırılması veya daha öncesinde yapılmış olan ölçek belirleme sonuçlarının yeni veri yapılarıyla birlikte denetleme/doğrulama işlevini gerçekleştirmektedir. Doğrulayıcı faktör analizindeki tündengelim stratejisi ile hareket edilmektedir ve bununla birlikte araştırmadaki hangi değişkenlerin birlikte faktörleşeceği önermesi yer almaktadır. Bu çerçevede başlatılmış olan istatistiksel süreçte, değişkenlerin varsayılan kuramsal yapıya ne derecede uyduğu belirlenmeye çalışılmaktadır (Alpar, 2013: 289).

Teorik olarak tanımlanan yapıya göre ölçüm modeli oluşturulur. Modelin oluşturulmasından sonra DFA yapılır ve metin çıktıları üzerinden model uyum değerleri incelenir. Veri setinin bundan önceki yapıyı doğrulayıp doğrulamadığı araştırılarak daha iyi uyum değerleri oluşması yönünde kontrol edilir. Ancak genel beklenti kuramsal olarak birbirleriyle ilişkili olan boyutlardan oluşturulan ilişkisiz modelin uyum değerlerinin iyi çıkmayacağı yönündedir. Analiz değerlerinin faktör yapısını doğrulaması gerekmektedir ve faktör yapısı doğrulanan model ile analize devam edilmesi uygun olmaktadır. (Meydan ve Şeşen, 2011: 91-92)

Model Uyum İndeksleri

Araştırma analizinde kullanılan uyum iyiliği indeksleri ve bunların model uyum iyiliği artırmada nasıl kullanıldıkları aşağıda açıklanmıştır.

Mutlak Uyum İndeksleri

Mutlak uyum indeksleri, öncü modelin örneklem verisine ne kadar uyduğunu belirlemek için kullanılır (McDonald and Ho, 2002). Önerilen modellerin hangisinin en iyi uyuma sahip olduğunu gösterir. Bu indeksler veri ile modelin uyumunda en temel işaret olarak kabul edilir. Diğer indekslerin hesaplanmasında olduğu gibi bir temel model ile karşılaştırma yapılmaz, modelin başka hiçbir model ile karşılaştırmadan ne kadar uyum sağladığını gösterir (Jöreskog and Sörbom, 1993). Bu kategoride Ki-Kare testi, RMSEA, GFI, AGFI, RMR ve SRMR indeksleri bulunur.

Ki-Kare Testi (X^2)

Ki-kare değeri tüm modelin uyumunda kullanılan geleneksel ölçüm aracıdır. Uyum kovaryans matrisleri ile örneklem arasındaki uyumsuzluğun düzeyini değerlendirmeye yarar (Hu and Bentler, 1999: 2). Uyum istatistiği olarak bilinmekle birlikte kullanımında birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Öncelikle bu test çoklu normallik varsayımından hareket eder ve normal dağılımdan ciddi sapmalar olduğunda model çok iyi belirlense bile reddedilmesi sonucu verir (McIntosh, 2006). İkinci olarak, ki-kare istatistiği bir istatistiki önem testidir ve örneklem büyüklüğüne karşı duyarlıdır. Yani, ki-kare istatistiği büyük örneklemelerde neredeyse her zaman modelin reddedilmesi sonucu verir (Bentler and Bonnet, 1980; Jöreskog and Sörbom, 1993). Öte yanda, küçük örneklemelerde güç eksikliği gösterir ve bu nedenle iyi uyum sağlayan ile kötü uyum sağlayan modelleri birbirinden ayıramayabilir (Kenny and McCoach, 2003). Bu kısıtlılıklar nedeniyle ki-kare alternatifleri aranmıştır. Örneklem büyüklüğünün modelin ki-karesi üzerindeki etkisini en aza indiren istatistiklere örnek olarak karşılaştırmalı/kurallı ki-kare verilebilir. Bu istatistiki için kabul eşik değeri üzerinde bir fikir birliği olmamakla birlikte 5 ile 2 arasında olması önerilmektedir (Wheaton et al, 1977; Tabachnick and Fidell, 2007).

Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)

RMSEA, raporlanan ikinci uyum istatistiğidir. Bilinmeyen ancak optimal seçilen parametre tahminlerini inceleyerek modelin evren kovaryans matrisine uyumunu ölçer (Byrne, 1998). Modelde tahminlenen parametre sayısına duyarlı oluşu nedeniyle en çok bilgilendiren indekslerden biri olarak görülür (Diamantopoulos and Siguaw, 2000: 85). RMSEA sıklık desteklediğinden daha az parametrelili modeli seçer. İyi bir uyum için eşik değerler olarak 0,05 ile 0,10 kabul edilmiştir. 0,10'dan büyük değerler kötü uyum gösterir (MacCallum et al, 1996).

RMSEA'nın en büyük avantajlarından biri yakın değerlerde güven aralığı hesaplanabilmesidir (MacCallum et al, 1996). Bilinen istatistik değerler dağılımı sayesinde bu mümkündür ve sıfır hipotezi (kötü uyum) testinin daha kesin olarak yapılmasına da olanak tanır. İyi bir model uyumunda RMSEA alt değeri 0'a yakın, üst değeri 0,08 den az olmalıdır.

Uyum İyiliği İstatistiği (GFI) ve Düzeltilmiş Uyum İyiliği İstatistiği (AGFI)

Uyum iyiliği istatistiği ki-kare testine alternatif olarak geliştirilmiştir. Evren kovaryansı tahmini üzerinden varyans oranını hesaplar (Tabachnick and Fidell, 2007). Örneklem büyüdükçe değeri artar 0 ile 1 arasında değerler alır. Örneklem büyüklüğü ile kıyasla serbestlik düzeyi büyükse GFI düşme eğilimine, parametre sayısı veya örneklem büyüklüğü arttıkça yükselme eğilimine girer (Bollen, 1990; Miles and Shevlin, 1998). Tavsiye edilen eşik değeri 0,90'dır. Faktör yükleri ve örneklem azaldıkça 0,95 daha uygundur.

AGFI uyumu azalan doymuş modellerde serbestlik derecesine göre GFI'nın düzeltilmiş halidir (Tabachnick and Fidell, 2007). AGFI örneklem büyüklüğü arttıkça artma eğilimindedir. 0 ile 1 arasında eşik değerler kabul edilir. Uyumlu modellerde 0,90'dan büyük olması istenir. Her iki indekste tek başlarına yeterli görülmezler ancak kovaryans yapı analizlerinde geçmişten günümüze kullanılırlar (Chau and Hu (2001)).

Ortalama Hataların Karekökü (RMR) ve Standardize Ortalama Hataların Karekökü (SRMR) İndeksi

RMR ve SRMR gözlenen ve tahmin edilen kovaryanslar arasındaki farkın kare köküdür. RMR büyüklüğü her bir indikatörün ölçeği üzerinden hesaplanır. Eğer soru formunda 1 ile 5 arasında ve 1 ile 7 arasında değişen değerler varsa bu durumda RMR nin yorumlanması güçleşir (Kline, 2005). SRMR bu sorunu çözer ve yorumlamayı kolaylaştırır. SRMR 0 ile 1 arasında değerler alır. 0,08 kabul edilebilir bir değerdir ancak iyi uyumlu modelde bu değer 0,05 den küçüktür (Joreskog and Sorbom (1989) ve Kline (1998)). SRMR ın 0 değeri alması mükemmel uyum demektir.

Marjinal Uyum İndeksleri

Karşılaştırmalı veya göreceli uyum indeksleri olarak da bilinirler. Ki-kare ve onun ham formlarını kullanmayıp ki-kare değerini temel model ile karşılaştırırlar. Bu modellerde sıfır hipotezi, tüm değişkenler arasında ilişki yoktur, şeklindedir (McDonald and Ho, 2002)

Normlaştırılmış Uyum İndeksi (NFI) ve Normlaştırılmamış Uyum İndeksi (NNFI)

Teori sonucu oluşturulan ve parametre değerleri üretilen modelin, baseline yani olabilecek en kötü modele (genellikle de independence model) kıyasla ne kadar iyi olduğunu değerlendirir. Örneklem büyüklüğüne karşı duyarlıdır. 200'den az örneklemelerde uyumu düşük gösterir ve tek başına kullanılması önerilmez (Kline, 2005). Daha basit modeller tercih eden NNFI (TLI) bu sorunu düzeltir. Buna rağmen diğer indekslerin iyi uyum verdiği küçük örneklemelerde NNFI kötü uyum verebilir (Bentler, 1990; Kline, 2005; Tabachnick and Fidell, 2007). NFI 0 ile 1 arasında değerler alır. 0,95'in üzerindeki değerler modelin iyi uyumunu, 0,90'ın üzerindeki değerler ise modelin kabul edilir uyumunu belirtir (Bentler and Bonnet, 1980).

Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)

NFI indeksinin örneklem büyüklüğünü dikkate alarak revize edilmiş halidir. Örneklem çok küçük olduğunda bile doğru sonuçlar verdiği için çok yaygın olarak YEM analizlerinde kullanılır. NFI gibi tüm gizil değişkenlerin ilişkisiz (sıfır-bağımsız model) olduğunu varsayar ve örneklem kovaryans matrisiyle sıfır modelini karşılaştırır. 0 ile 1 arasında değerler alır. CFI değerinin 0,95'ten büyük olmasını Bollen and Lennox (1991) önerirken, Bagozzi and Yi (1988) bu değer 0,90 ve hatta 0,80'den büyük olmasının kabul edilebileceğini belirtmiştir.

Raporlanması Gereken İndeksler

YEM analiz sonuçlarında en çok raporlanan uyum indekslerinin CFI, GFI, NFI ve NNFI olduğu bilinmektedir (McDonald and Ho 2002). Fakat, raporlanacak indekslerin seçiminde değişmeyen bir kural yoktur. İndeksin çok yaygın kullanılmasından çok farklılık yansıtmasına bakılmalıdır (Crowley and Fan 1997). Farklı yönleri yansıtan indeksler model uyumuna farklı yönlerden bakacağı ve daha sağlam bir uyuma işaret edeceği varsayılmaktadır. Aşağıdaki tablo 5.'te tüm eşik değerler özetle listelenmiştir.

Tablo 5. Ölçüm Modelinin Uyum İyiliği Değerleri (Meydan ve Şeşen, 2011; Şimşek, 2007; Kline; 1998,2011; Joreskog and Sorbom, 1989; Bagozzi and Yi, 1988; Bollen and Lennox, 1991)

	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	≤ 3	4-5
GFI	$\geq 0,90$	(0,89-0,85)
AGFI	$\geq 0,90$	(0,89-0,85)
NFI	$\geq 0,95$	(0,94-0,90)
NNFI (TLI)	$\geq 0,95$	(0,94-0,90)
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
RMSEA	$\leq 0,05$	(0,06-0,08)
SRMR	$\leq 0,05$	(0,06-0,08)

3.2.2. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik, elde edilmiş olan ölçümler üzerindeki yorumlar ile daha sonra ortaya çıkabilecek analizler için bir temel teşkil eder ve Güvenilirlik Analizi ölçmede kullanılan test, anket veya ölçeklerin özelliklerini ve güvenilirliklerini değerlendirilmek amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. Güvenilirlik Analizi prosedürü ile toplam skorların (puanların) söz konusu olduğu Likert vb. ölçeklerin güvenilirliğini belirleyen katsayılar hesaplanır ve ölçekte bulunan sorular arasındaki ilişkiler hakkında bilgi elde edilir (Kalaycı, 2010: 403). Bir bireyin bir olay karşısındaki tutumu ile davranışları ölçekte bulunan k sayıda soruya verdiği cevapların değerlerinin (puan veya skor) toplanması ile bulunuyorsa bu ölçekte bulunan soruların birbirleriyle yakınlıklarının derecesini belirlemek amacıyla güvenilirlik analizi yapılır. K soru bulunduran aracın bütün sorularının bir fenomeni açıklamada yardımcı tipte olması gerekmektedir ve aynı zamanda durum soruların birbirleri ile yüksek korelasyon göstermelerini gerektirir. Bu korelasyonlardan veya kovaryanslardan yola çıkılarak güvenilirlik ölçüleri geliştirilmiştir (Özdamar, 2002: 663).

Cronbach Alfa Katsayısı (Alfa Yöntemi)

Alfa katsayısı ölçekte bulunan k sorunun varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile bulunan bir ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır. Cronbach alfa katsayısı 0 ve 1 arasında değişim göstermektedir (Özdamar, 2002: 663). Bu yöntem ölçekte bulunan k sorunun homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırır. Ağırlıklı standart değişim ortalaması olup, bir ölçekteki k sorunun varyansları toplamının genel

varyansa oranlanması ile elde edilir. Alfa (α) katsayısına bağılı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibidir (Kalaycı, 2010: 405):

$0.00 \leq \alpha \leq 0.40$ ölçek güvenilir değildir

$0.40 \leq \alpha \leq 0.60$ ölçek güvenilirliđi düşüktür

$0.60 \leq \alpha \leq 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirlerdir

$0.80 \leq \alpha \leq 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.



4. BULGULAR

Araştırma verilerinin analiz süreci sekiz başlık altında incelenmiştir. İlk olarak demografik özelliklerin dağılımları verilmiştir. İkinci aşamada çalışmada ölçme aracı olarak kullanılan aile ölçeğinin yapı geçerliği incelenmiş ve üçüncü aşamada ise cronbach alfa katsayısı ile tüm alt boyutların güvenilirliğine bakılmıştır. Dördüncü aşamada alt boyut puanları arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile incelenmiştir. Beşinci aşamada alt boyutlar ile banka çalışanlarının demografik özellikleri karşılaştırılmıştır. Altıncı ve yedinci aşamalarda ölçeklendirmeye girmeyen ifadeler ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Son olarak ise regresyon analizi uygulanmıştır.

4.1. Uygulanan Anket Soruları

Çalışmanın anket bölümünde , seçilen örneklem grubuna uygulanan anket soruları Şekil 5'te yer almaktadır. Daha sonraki bölümlerde bahsedileceği üzere farklı ölçek gruplarına ayrılmış ve analizler yapılmıştır.

DEMOGRAFİK SORULAR

S.1 Cinsiyetiniz?

(TEK CEVAP)	S.1
Erkek	1
Kadın	2

S.2. Doğum yılınız ?

S.3. Mezuniyet durumunuz?

(TEK CEVAP)	S.3
Lise mezunu	1
Meslek lisesi mezunu	2
2 yıllık yükseköğretim mezunu	3
Üniversite mezunu	4
Yüksek lisans mezunu	5
Doktora mezunu	6

S.4. Ne kadar süredir mesleğinizi yapmaktasınız?

S.5. Bankadaki göreviniz?

(TEK CEVAP)	S.5
Uzman Yardımcısı	1
Uzman	2
Yönetici Yardımcısı	3
Yönetici	4

S.6. Aylık aldığınız ücretiniz?

(TEK CEVAP)	S.6
2000 TL – 3000 TL	1
3001 TL – 5000 TL	2
5001 TL – 7000 TL	3
7001 TL ve üzeri	4

Genel olarak aşağıdaki konular hakkındaki görüşlerinizi lütfen belirtiniz. Puanlamayı 1'den 5'e kadar yapınız. 1 "Hiç Katılmıyorum", 5 "Kesinlikle Katılıyorum" anlamına gelmektedir.	Hiç katılmıyorum					Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5	
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	1	2	3	4	5	
2. İşsiz unvanı bana rahatsızlık verirdi	1	2	3	4	5	
3. Bulduğum yas itibarıyla işsiz kalmaktan olumsuz etkilenirim	1	2	3	4	5	
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	1	2	3	4	5	
5. Eğitim yetersizliği nedeniyle iş bulamayabilirim	1	2	3	4	5	
6. Kurumumuz yaptığımız işin niteliği ve ağırlığına göre uygun ücret ve yan haklar sağlamaktadır.	1	2	3	4	5	
7. Kurumdaki izin politikasından memnunum.	1	2	3	4	5	
8. Kurum içinde çalışanlar arasındaki ücret dağılımı adaletlidir.	1	2	3	4	5	
9. Çalıştığım kurumda terfi kararları adil bir şekilde alınmaktadır.	1	2	3	4	5	
10. Çalıştığım kurumun mesleki gelişim ve kariyer imkânları adildir.	1	2	3	4	5	
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla iş yapmamda bana yardımcı oluyor.	1	2	3	4	5	
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor.	1	2	3	4	5	
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	1	2	3	4	5	
14. Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim	1	2	3	4	5	
15. Kurumumuzda artan teknolojik imkanların sayesinde çalıştığım birimde daha üst düzey bir görev getirilmem mümkün	1	2	3	4	5	
16. Kurumumuzda meydana gelen dijital ve teknolojik değişimler dolayısıyla işyerinde bulunduğum bölümün ya da birimin geleceğini belirsiz buluyorum	1	2	3	4	5	
17. Kurumumuzda meydana gelen dijitalleşme ve teknolojik değişimler dolayısıyla kovularak işimi kaybetmem mümkün	1	2	3	4	5	
18. Kurumumuzda meydana gelen dijitalleşme ve teknolojik değişimler dolayısıyla erken emekliliğe zorlanarak işimi kaybetmem mümkün	1	2	3	4	5	
19. Meslek hayatımın geri kalan kısmını bu bankada geçirmek beni çok mutlu eder.	1	2	3	4	5	
20. Çalıştığım bankanın problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	1	2	3	4	5	
21. Şu anda bankamdan ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	1	2	3	4	5	
22. Bankamdan şu anda ayrılacak olsam kendimi suçlu hissederim.	1	2	3	4	5	
23. Bu banka benim sadakatimi (bağlılığımı) hak ediyor.	1	2	3	4	5	
24. Çalıştığım kurumun kural ve politikaları tutarlıdır.	1	2	3	4	5	
25. Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum	1	2	3	4	5	

Şekil 5. Uygulanan Anket Soruları

4.2. Demografik Özelliklerin Dağılımları ve Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan banka çalışanlarının (n=428) demografik özellikleri aşağıdaki tabloda frekans ve yüzdelerle sunulmuştur.

Tablo 6. Demografik Özelliklerin Dağılımları

	Kişi Sayısı (n=428)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Erkek	246	57,5
Kadın	182	42,5
Yaş Grubu (n=423)		
23-30 yaş	106	25,1
31-35 yaş	120	28,4
36-40 yaş	117	27,7
41 yaş ve üstü	80	18,9
Eğitim Durumu (n=425)		
Lise mezunu	21	4,9
Yüksekokul mezunu	15	3,5
Üniversite mezunu	347	81,6
Yüksek lisans mezunu	40	9,4
Doktora mezunu	2	0,5
	Kişi Sayısı (n=428)	Yüzde (%)
Çalışma Yılı		
1-5 yıl	136	31,8
6-10 yıl	128	29,9
11-15 yıl	90	21,0
16 yıl ve üstü	74	17,3
Bankadaki Görev (n=406)		
Uzman Yrd.	28	6,9
Uzman	219	53,9
Yönetici Yrd.	117	28,8
Yönetici	42	10,3
Aylık Alınan Ücret (n=410)		
2000-3000 TL	9	2,2
3001-5000 TL	226	55,1
5001- 7000 TL	132	32,2
7001 TL ve üstü	43	10,5

Tablo 6 incelendiğinde; araştırmaya katılan banka çalışanlarının %57,5'i (246) erkek iken %42,5'i (182) kadındır. %25,1'i (106) 23-30 yaş aralığında iken %28,4'ü (120) 31-35 yaş aralığında, %27,7'si (117) 36-40 yaş aralığında, %18,9'u (80) ise 41 yaş ve üstündedir. Çalışanların %4,9'u (21) lise mezunu iken %3,5'i (15) yüksekokul, %81,6'sı (347)

üniversite, %9,4'ü (40) yüksek lisans mezunu, %0,5'i (2) ise doktora mezunudur. %31,8'i (136) 1-5 yıldır mesleğini yapmakta iken %29,9'u (128) 6-10 yıldır, %21,0'ı (90) 11-15 yıldır, %17,3'ü (74) ise 16 ve daha fazla yıldır mesleğini yapmaktadır. Çalışanların %6,9'u (28) bankada uzman yardımcısı iken %53,9'u (219) uzman, %28,8'i (117) yönetici yardımcısı, %10,3'ü (42) ise yöneticidir. %2,2'sinin (9) aylık aldığı ücret 2000-3000 TL aralığında iken %55,1'inin (226) 3001-5000 TL, %32,2'sinin (132) 5001-7000 TL, %10,5'i (43) 7001 TL ve üstündedir.

4.3. Ölçeklerin Yapı Geçerliliği

4.3.1. Açımlayıcı Faktör Analizi

Faktör Analizi, tüm veri yapıları için uygun olmayabilmektedir. Verilerin, faktör analizi için uygunluğu Kaiser- Meyer- Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett küresellik (sphericity) testi ile incelenebilmektedir. KMO katsayısı, veri matrisinin faktör analizi için uygun olup olmadığını ve veri yapısının faktör çıkarma için uygunluğu hakkında bilgi vermektedir. Faktörleşebilirlik (factorability) için KMO' nun 0,60'dan yüksek çıkması beklenirken; Barlett testi, değişkenler arasında ilişki olup olmadığını kısmi korelasyonlar temelinde incelemektedir (Büyüköztürk, 2011: 126).

Tablo 7. Ölçeğin KMO Değeri ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Kaiser Meyer Olkin (KMO)		0,718
	X ²	3830,490
	sd	105
Bartlett Küresellik Testi	p; Anlamlılık düzeyi	0,000***
***: $p < 0,001$		

Tablo 7 incelendiğinde, Kaiser Meyer Olkin (KMO) değeri 0,876 olarak bulunmuştur. 0 ile 1 arasında değer alan KMO değeri 1'e yaklaştıkça daha güvenilir bir faktör yapısı sunacağı belirtilmektedir (Field, 2009, s. 647; Özdamar, 2017, s. 148). Bu değer 0,50'den büyük olduğu durum kabul edilebilir olarak yorumlanmaktayken; 0,50 ile 0,70 arasında yer alması normal; 0,70 ile 0,80 arasında yer alması iyi; 0,80 ile 0,90 arasında yer alması çok iyi ve 0,90'dan büyük olması durumu mükemmel bir örneklem büyüklüğü olarak

yorumlanabilmektedir (Kaiser, 1974, s. 35). Böylece verilere uygulanacak faktör analizi sonuçlarının yararlı ve kullanılabilir olacağı görülmektedir. Bartlett Küresellik testi sonucunda ise değişkenler arasında anlamlı düzeyde yüksek ilişkiler bulunduğu ve verilerin faktör analizi uygulamak için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($p < 0,001$).

25 madde olan ölçeğe Temel Bileşenler yöntemi ile Ortogonal rotasyon çeşitleri arasında yer alan olan Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. 25 maddeden oluşan ölçek analiz sonucunda 5 alt boyuta ayrılmış ve faktör yükü 0,300'ün altında kalan maddeler ölçekten çıkartılarak 15 maddeye düşürülmüştür (Çıkan Maddeler: M5, M6, M11, M12, M13, M14, M15, M24, M25). Ölçek maddelerinin açıklama oranları ve faktör yükleri aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 8 . Ölçeğin Varyans Açıklama Tablosu

	Başlangıç Öz Değerleri			Toplam Faktör Yükleri (Döndürülmüş)		
	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli %	Toplam	Açıklanan Varyans %	Birikimli %
Çalışan Memnuniyeti	5,42	36,12	36,12	3,39	22,62	22,62
Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı	2,22	14,79	50,91	2,36	15,70	38,33
Çalışılan Bağlılığı	1,90	12,66	63,57	2,30	15,31	53,64
İşsizlik Korkusu	1,16	7,71	71,28	1,97	13,12	66,76
Çalışanın Dijital ve Teknolojik Değişimlere Adaptasyonu	1,00	6,68	77,96	1,68	11,20	77,96

Tablo 8 incelendiğinde, başlangıç öz değeri 1'den büyük olan 5 faktör bulunduğunu görmekteyiz. Faktör yapılarının belirlenebilmesi için öz değer kullanılabileceği ve öz değeri (eigenvalue) 1'den büyük olan sayı kadar faktör yapısının olabileceği önerilir (Özdamar, 2017, s. 142). Açıklanan varyans oranı ise ölçeğin faktör yapısının gücünü gösterir. Çalışan Memnuniyeti alt boyutu toplam varyansın %22,62'sini, Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı alt boyutu toplam varyansın %15,70'ini, Çalışılan Bağlılığı alt boyutu toplam varyansın %15,31'ini, İşsizlik Korkusu alt boyutu toplam varyansın %13,12'sini, Çalışanın Dijital ve Teknolojik Değişimlere Adaptasyonu alt boyutu toplam varyansın %11,20'nunu açıkladığını görüyoruz. Alt boyutların birlikte varyans açıklama oranı ise %77,96'dır. Ölçeğin 5 alt boyutunda hangi maddelerin yer

aldığı bununla birlikte her bir maddenin faktör yükü Tablo 9’da ayrıntılı olarak incelenmiştir ve bütün faktör yüklerinin 0,300’ün üstünde olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Ölçeğin Maddelerine İlişkin Faktör Yük Değerleri

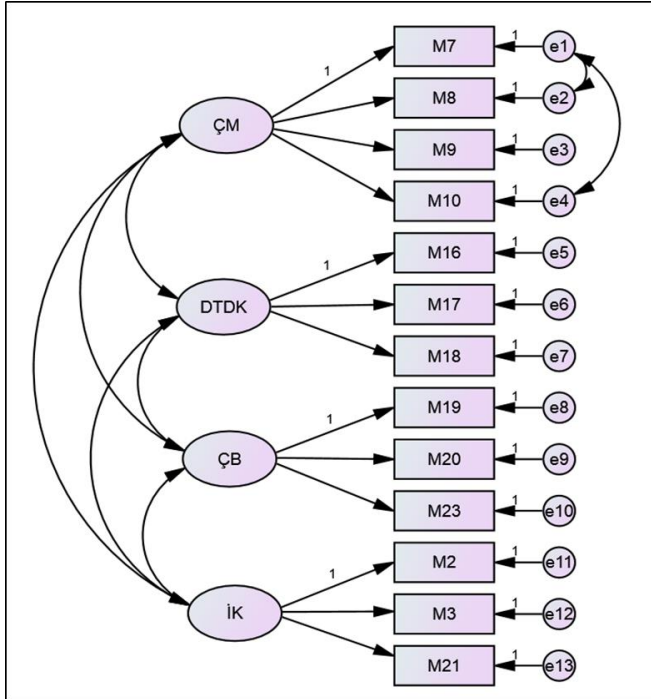
Madde	İfadeler	Faktör Yükü
1	Çalışan Memnuniyeti	
M7	Kurumdaki izin politikasından memnunum.	0,621
M8	Kurum içinde çalışanlar arasındaki ücret dağılımı adaletlidir.	0,879
M9	Çalıştığım kurumda terfi kararları adil bir şekilde alınmaktadır.	0,915
M10	Çalıştığım kurumun mesleki gelişim ve kariyer imkânları adildir.	0,863
2	Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı	
M4	Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	0,908
M16	Kurumumuzda meydana gelen dijital ve teknolojik değişimler dolayısıyla İş yerinde bulunduğum bölümün ya da birimin geleceğini belirsiz buluyorum	0,712
M17	Kurumumuzda meydana gelen dijitalleşme ve teknolojik değişimler dolayısıyla kovularak işimi kaybetmem mümkün	0,899
M18	Kurumumuzda meydana gelen dijitalleşme ve teknolojik değişimler dolayısıyla erken emekliliğe zorlanarak işimi kaybetmem mümkün	0,905
3	Çalışan Bağlılığı	
M19	Meslek hayatımın geri kalan kısmını bu bankada geçirmek beni çok mutlu eder.	0,879
M20	Çalıştığım bankanın problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	0,633
M23	Bu banka benim sadakatimi (bağlılığımı) hak ediyor.	0,749
4	İşsizlik Korkusu	
M2	İşsiz unvanı bana rahatsızlık verirdi	0,583
M3	Bulduğum yaş itibarıyla işsiz kalmaktan olumsuz etkilenirim	0,847
M21	Şu anda bankamdan ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	0,775
5	Çalışanın Dijital ve Teknolojik Değişimlere Adaptasyonu	
M1	Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	0,615

4.3.2. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçeğin açılımlayıcı faktör analizi sonucuna göre banka çalışanlarının verdikleri cevaplar DFA ile de irdelenerek veriye uyumlu hale getirilmiştir. Sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

Ölçeğin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

15 maddelik, 5 alt boyuttan oluşan bu yapıyı doğrulamak için kurulan ölçüm modeli DFA ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda modelin yeterli uyum göstermediği görülmüş ve bu nedenle model iyileştirme çalışmaları yapılmıştır. Öncelikle maddelerin faktör yük değerleri incelenmiş ve modele katkısı olmayan yani faktör yükü 0,300'ün altında kalan 2 madde yani “çalışanın dijital ve teknolojik değişimlere adaptasyonu” alt boyutu ölçekten çıkartılmıştır (Çıkan Maddeler: M1, M4). İkinci aşamada modifikasyon indeksleri tablosuna bakılmış, modelde yapılacak olası değişiklikler için ki-kare düşüş değerleri (“M.I.”değerleri) incelenmiştir. En yüksek “M.I.” değerinin göstermiş olduğu modifikasyon, kavramsal olarak uygun olduğu durumlarda bağlanarak (e1<->e2, e1<->e4) model yürütülmüştür. Modelin uyum indeks değerleri de incelenerek ölçüm modelinin doğrulandığı görülmüştür (Tablo 11). Sonuç olarak doğrulanan ölçüm modeli aşağıda (Şekil 6 ve Tablo 10) sunulmuştur.



Şekil 6. Ölçüm Modeli (ÇM=Çalışan Memnuniyeti, DTDK=Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı, ÇB=Çalışan Bağlılığı, İK=İşsizlik Korkusu)

Şekil 6’da 13 madde ve 4 alt boyut ile doğrulanan ölçüm modeli incelendiğinde, modelin hangi maddelerden oluştuğu ve diğer taraftan tek yönlü oklar üzerindeki yollara ait faktör yüklerini görmekteyiz. Her bir maddenin faktör yükü ayrıntılı olarak incelenmiştir ve 0,300’ün altında değer bulunmadığı görülmektedir. Buna göre; M9 ifadesinin 0,89’lık değeri ile çalışan memnuniyeti alt boyutunun en güçlü göstergesi olduğunu, M17 ifadesinin 0,94’lük değeri ile dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı alt boyutunun en güçlü göstergesi olduğunu, M20 ifadesinin 0,82’lik değeri ile çalışan bağlılığı alt boyutunun en güçlü göstergesi olduğunu, M3 ifadesinin ise 0,83’lük değeri ile işsizlik korkusu alt boyutunun en güçlü göstergesi olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 10. Ölçeğin Maddelerine İlişkin Faktör Yük Değerleri (Son Hali)

Madde	İfadeler	Faktör Yüğü
1	Çalışan Memnuniyeti	
M7	Kurumdaki izin politikasından memnunum.	0,627
M8	Kurum içinde çalışanlar arasındaki ücret dağılımı adaletlidir.	0,862
M9	Çalıştığım kurumda terfi kararları adil bir şekilde alınmaktadır.	0,893
M10	Çalıştığım kurumun mesleki gelişim ve kariyer imkânları adildir.	0,867
2	Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı	
M16	Kurumumuzda meydana gelen dijital ve teknolojik değişimler dolayısıyla İş yerinde bulunduğum bölümün ya da birimin geleceğini belirsiz buluyorum	0,482
M17	Kurumumuzda meydana gelen dijitalleşme ve teknolojik değişimler dolayısıyla kovularak işimi kaybetmem mümkün	0,939
M18	Kurumumuzda meydana gelen dijitalleşme ve teknolojik değişimler dolayısıyla erken emekliliğe zorlanarak işimi kaybetmem mümkün	0,791
3	Çalışan Bağlılığı	
M19	Meslek hayatımın geri kalan kısmını bu bankada geçirmek beni çok mutlu eder.	0,811
M20	Çalıştığım bankanın problemlerini gerçekten kendi problemlerim gibi görüyorum.	0,816
M23	Bu banka benim sadakatimi (bağlılığımı) hak ediyor.	0,850
4	İşsizlik Korkusu	
M2	İşsiz unvanı bana rahatsızlık verirdi	0,485
M3	Bulduğum yaş itibariyle işsiz kalmaktan olumsuz etkilenirim	0,825
M21	Şu anda bankamdan ayrılacak olsam, hayatımda birçok şey alt üst olur.	0,572

Tablo 11’de ölçüm modelinin uyum indeks değerleri yer almaktadır. İlk olarak en yaygın olarak kullanılan uyum indeksi ki-kare (χ^2) uyum iyiliği testi ve p değeri incelenerek,

modelin anlamlı olduğu gör÷lmektedir ($p < 0,05$). Ancak ki-kare değeri örneklem büyüklüğüne çok duyarlı olduğu için, model ile veri arasındaki uyumu değerlendirmede bu değer tek başına yeterli değildir. Bu nedenle diğ er uyum değerlerine de bakılmıştır. Ölçüm modeli için elde edilen uyum indeks değ erleri incelendiğ inde ise χ^2/sd , GFI, AGFI, NFI, NNFI, CFI, RMSEA ve SRMR değ erlerinin ise kabul edilebilir uyum sağladığını söyleyebiliriz.

Tablo. 11 Ölçüm Modelinin Uyum İndeks Değ erleri ve İyi Uyum Değ erleri

	Modelin Uyum İndeks Değ erleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2/sd	5,019	≤ 3	4-5
GFI	0,868	$\geq 0,90$	(0,89-0,85)
AGFI	0,846	$\geq 0,90$	(0,89-0,85)
NFI	0,908	$\geq 0,95$	(0,94-0,90)
NNFI (TLI)	0,913	$\geq 0,95$	(0,94-0,90)
CFI	0,901	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
RMSEA	0,084	$\leq 0,05$	(0,06-0,08)
SRMR	0,076	$\leq 0,05$	(0,06-0,08)

4.4. Güvenilirlik Analizi

Yapı geçerliğ i sonucuna göre alt boyutların güvenilirliğ ini belirlemek amacı ile Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 8’de sunulmuştur

Tablo 12. Ölçeğ in Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Madde Sayısı	Cronbach Alfa (α)	Güvenilirlik Düzeyi
Çalışan Memnuniyeti	4	0,882	Yüksek Derecede Güvenilir
Dijital ve teknolojik değ iş imlerin getirdiğ i kaygı	3	0,817	Yüksek Derecede Güvenilir
Çalışan Bağ lılığ ı	3	0,860	Yüksek Derecede Güvenilir
İşsizlik Korkusu	3	0,643	Oldukça Güvenilir

$0,00 < \alpha < 0,40$ Ölçek Güvenilir Değ il, $0,40 < \alpha < 0,60$ Düşük Güvenilirlikte
 $0,60 < \alpha < 0,80$ Oldukça Güvenilir, $0,80 < \alpha < 1,00$ Yüksek Derecede Güvenilir

Tablo 12 incelendiğinde; uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda 4 maddeden oluşan “Çalışan Memnuniyeti” alt boyutunun yüksek derecede güvenilir ($\alpha=0,882$), 3 maddeden oluşan “Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı” alt boyutunun yüksek derecede güvenilir ($\alpha=0,817$), 3 maddeden oluşan “Çalışılan Bağlılığı” alt boyutunun da yüksek derecede güvenilir ($\alpha=0,860$) olduğu görülmüş iken 3 maddeden oluşan “İşsizlik Korkusu” ölçeğinin oldukça güvenilir ($\alpha=0,643$) olduğu görülmüştür.

4.5. Alt Boyutlar Arasındaki Korelasyonlar

Korelasyon analizi sayısal iki değişken arasında nedensel olmayan ilişkilerin derecesinin belirlenmesi için kullanılır. Bu derecenin belirlenmesinde iki temel korelasyon katsayısından (pearson ve spearman) söz edilebilir. Pearson korelasyon katsayısının kullanılabilmesi için değişkenler sayısal olmalı ve normal dağılmalıdır. Buna nedenle çalışmada ölçme aracı olarak kullanılan alt boyut puanlarının normallik varsayımları incelenmiş ve puanların normal dağıldığı görülmüştür. Bu nedenler alt boyut puanları arasındaki ilişkiyi incelemek için Pearson Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır.

Tablo 13 incelendiğinde, çalışan memnuniyeti ile dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı arasında düşük düzeyde negatif yöne doğru ($r=-0,237$; $p<0,001$) anlamlı doğrusal bir ilişki olduğu görülmüş iken çalışan memnuniyeti ile çalışan bağlılığı arasında orta düzeyde pozitif yöne doğru ($r=0,594$; $p<0,001$), çalışan memnuniyeti ile işsizlik korkusu arasında ise düşük düzeyde pozitif yöne doğru ($r=0,594$; $p<0,001$) anlamlı doğrusal bir ilişki olduğu görülmüştür. Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı ile çalışan bağlılığı arasında düşük düzeyde negatif yöne doğru ($r=-0,220$; $p<0,001$) anlamlı doğrusal bir ilişki olduğu görülmüş iken dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı ile işsizlik korkusu arasında anlamlı doğrusal bir ilişki görülmemiştir ($p>0,05$). Çalışan bağlılığı ile işsizlik korkusu arasında ise orta düzeyde pozitif yöne doğru ($r=0,438$; $p<0,001$) anlamlı doğrusal bir ilişki olduğu görülmüştür.

Tablo 13. Alt Boyut Puanları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		1	2	3	4
1) Çalışan Memnuniyeti	r	1			
	p				
2) Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	r	-0,237	1		
	p	0,000***			
3) Çalışan Bağlılığı	r	0,594	-0,220	1	
	p	0,000***	0,000***		
4) İşsizlik Korkusu	r	0,299	-0,027	0,438	1
	p	0,000***	0,578	0,000***	
	Ortalama	3,70	2,71	3,94	3,89
	Std. Sapma	0,895	1,010	0,824	0,976
		<i>r</i>	<i>İlişki Düzeyi</i>	<i>İlişki Yönü</i>	
***: $p < 0,001$		0,00	<i>İlişki yok</i>		
$r = \text{Pearson Korelasyon Katsayısı}$		0,01 – 0,29	<i>Düşük</i>	$r = -$ ise negatif ilişki	
$p = \text{Anlamlılık Düzeyi}$		0,30 – 0,69	<i>Orta</i>		
		0,70 – 0,99	<i>Yüksek</i>	$r = +$ ise pozitif ilişki	
		1,00	<i>Mükemmel ilişki</i>		

4.6. Demografik Özelliklerin Karşılaştırma Sonuçları

Araştırmaya katılan banka çalışanlarının alt boyutların puan ortalamalarına göre demografik özellikleri arasındaki farklılıklar parametrik testler ile incelenmiştir (puanlar normallik varsayımını sağladığı için). Buna göre; iki bağımsız grup (örn: cinsiyet) arasında puanlara göre farklılık olup olmadığı Bağımsız Örneklem T Testi, ikiden fazla bağımsız grup (örn: yaş grubu) arasında puanlara göre farklılık olup olmadığı ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tablolarda ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Tablo 14. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
Çalışan Memnuniyeti	Erkek	246	3,67	0,896	-0,811	0,418
	Kadın	182	3,74	0,894		
Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	Erkek	246	2,72	1,045	0,174	0,862
	Kadın	182	2,70	0,964		
Çalışan Bağlılığı	Erkek	246	3,92	0,821	-0,379	0,705
	Kadın	182	3,96	0,832		
İşsizlik Korkusu	Erkek	246	3,83	1,004	-1,421	0,156
	Kadın	182	3,96	0,934		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma, t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo incelendiğinde; uygulamış olduğumuz bağımsız örneklem t testi sonucunda kadınlarla erkeklerin arasında alt boyutların puan ortalamalarına baktığımızda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 15. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Alt Boyutlar	Yaş Grubu	N	Ort.	SS	F	p
Çalışan Memnuniyeti	23-30 yaş	106	3,66	0,869	0,096	0,962
	31-35 yaş	120	3,70	0,867		
	36-40 yaş	117	3,73	0,898		
	41 yaş ve üstü	80	3,70	0,959		
Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	23-30 yaş	106	2,74	0,900	0,976	0,404
	31-35 yaş	120	2,58	1,045		
	36-40 yaş	117	2,79	1,032		
	41 yaş ve üstü	80	2,72	1,025		
Çalışan Bağlılığı	23-30 yaş	106	3,96	0,737	1,090	0,353
	31-35 yaş	120	3,82	0,885		
	36-40 yaş	117	4,01	0,811		
	41 yaş ve üstü	80	3,95	0,862		
İşsizlik Korkusu	23-30 yaş	106	4,03	0,863	1,485	0,218
	31-35 yaş	120	3,78	1,050		
	36-40 yaş	117	3,93	0,951		
	41 yaş ve üstü	80	3,81	1,023		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma, F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmış ve bu sonuca göre yaş grupları arasında alt boyutların puan ortalamaları ile ilgili istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$).

Tablo 16. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Ort.	SS	F	p
Çalışan Memnuniyeti	Lise/Yüksekokul mezunu	36	3,74	1,101	0,079	0,924
	Üniversite mezunu	347	3,69	0,837		
	Yüksek lisans/Doktora mezunu	42	3,73	1,168		
Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	Lise/Yüksekokul mezunu	36	2,79	1,038	0,454	0,635
	Üniversite mezunu	347	2,69	0,976		
	Yüksek lisans/Doktora mezunu	42	2,82	1,275		
Çalışan Bağlılığı	Lise/Yüksekokul mezunu	36	4,05	0,900	0,715	0,490
	Üniversite mezunu	347	3,91	0,813		
	Yüksek lisans/Doktora mezunu	42	4,02	0,885		
İşsizlik Korkusu	Lise/Yüksekokul mezunu	36	4,06	0,991	1,252	0,287
	Üniversite mezunu	347	3,89	0,964		
	Yüksek lisans/Doktora mezunu	42	3,71	1,073		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma, F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 16 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucu doğrultusunda eğitim durumları arasında alt boyutların puan ortalamalarına bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 17. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Alt Boyutlar	Çalışma Yılı	N	Ort.	SS	F	p
Çalışan Memnuniyeti	1-5 yıl	136	3,71	0,867	0,990	0,398
	6-10 yıl	128	3,64	0,878		
	11-15 yıl	90	3,83	0,899		
	16 yıl ve üstü	74	3,63	0,967		
Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	1-5 yıl	136	2,79	0,998	1,219	0,302
	6-10 yıl	128	2,58	1,000		
	11-15 yıl	90	2,73	1,023		
	16 yıl ve üstü	74	2,79	1,028		
Çalışan Bağlılığı	1-5 yıl	136	3,91	0,796	0,828	0,479
	6-10 yıl	128	3,92	0,813		
	11-15 yıl	90	4,05	0,851		
	16 yıl ve üstü	74	3,87	0,863		
İşsizlik Korkusu	1-5 yıl	136	3,93	0,989	0,332	0,882
	6-10 yıl	128	3,91	0,935		
	11-15 yıl	90	3,84	0,968		
	16 yıl ve üstü	74	3,81	1,043		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma, F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 17 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda çalışma yılları arasında alt boyutların puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 18. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Alt Boyutlar	Bankadaki Görev	N	Ort.	SS	t	P
Çalışan Memnuniyeti	Uzman Yrd./Uzman	247	3,68	0,877	-0,945	0,345
	Yönetici Yrd./Yönetici	159	3,77	0,872		
Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	Uzman Yrd./Uzman	247	2,72	1,048	-0,108	0,914
	Yönetici Yrd./Yönetici	159	2,73	0,976		
Çalışan Bağlılığı	Uzman Yrd./Uzman	247	3,92	0,824	-0,077	0,939
	Yönetici Yrd./Yönetici	159	3,92	0,843		
İşsizlik Korkusu	Uzman Yrd./Uzman	247	3,88	0,981	0,185	0,854
	Yönetici Yrd./Yönetici	159	3,86	0,978		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma, t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 18 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda bankadaki görevler arasında alt boyutların puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 19. Alt Boyutların Puan Ortalamalarına Göre Aylık Gelirler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

Alt Boyutlar	Aylık Gelir	N	Ort.	SS	t	p
Çalışan Memnuniyeti	2000-5000 TL	235	3,66	0,835	-1,383	0,167
	5001- 7000 TL ve üstü	175	3,78	0,941		
Dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı	2000-5000 TL	235	2,69	1,048	-0,502	0,616
	5001- 7000 TL ve üstü	175	2,74	0,980		
Çalışan Bağlılığı	2000-5000 TL	235	3,92	0,780	-0,232	0,817
	5001- 7000 TL ve üstü	175	3,94	0,891		
İşsizlik Korkusu	2000-5000 TL	235	3,89	0,972	0,120	0,904
	5001- 7000 TL ve üstü	175	3,88	0,979		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 19 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda aylık gelirler arasında alt boyutların puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

4.7. 14. ve 25. İfadelerin Dağılımları ve Karşılaştırma Sonuçları

Araştırmaya katılan banka çalışanlarının ölçek içinde yer alan “Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim” (14. Madde) ve “Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum” (25. Madde) ifadelerine verdikleri cevapların dağılımları ve demografik özellikler ile karşılaştırmaları incelenmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tablolarda ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Tablo 20. Banka Çalışanlarının İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

İfadeler		Kişi Sayısı (n=428)	Yüzde (%)
14.Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	Hiç Katılmıyorum	175	40,9
	Katılmıyorum	81	18,9
	Kararsızım	98	22,9
	Katılıyorum	25	5,8
	Kesinlikle Katılıyorum	49	11,4
	Ort±SS	2,28±1,352	

Tablo 20. (Devamı) Banka Çalışanlarının İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

İfadeler		Kişi Sayısı (n=428)	Yüzde (%)
25.Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.	Hiç Katılmıyorum	35	8,2
	Katılmıyorum	67	15,7
	Kararsızım	148	34,6
	Katılıyorum	93	21,7
	Kesinlikle Katılıyorum	85	19,9
	Ort±SS	3,29±1,188	

Tablo 20 incelendiğinde; araştırmaya katılan banka çalışanlarının %40,9'u (175) "Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim." ifadesine hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %18,9'u (81) katılmıyorum, %22,9'u (98) kararsızım, %5,8'i (25) katılıyorum, %11,4'ü ise (49) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 2,28'dir.

Banka çalışanlarının %8,2'si (35) "Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum." ifadesine hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %15,7'si (67) katılmıyorum, %34,6'sı (148) kararsızım, %21,7'si (93) katılıyorum, %19,9'u ise (85) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 3,29'dur.

Tablo 21. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
14.Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	Erkek	246	2,25	1,328	-0,576	0,565
	Kadın	182	2,32	1,386		
25.Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.	Erkek	246	3,33	1,203	0,706	0,481
	Kadın	182	3,25	1,170		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 21 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda kadınlar ile erkekler arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 22. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Yaş Grubu	N	Ort.	SS	F	p
14.Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımınla aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	23-30 yaş	106	2,20	1,268	0,465	0,707
	31-35 yaş	120	2,28	1,359		
	36-40 yaş	117	2,39	1,414		
	41 yaş ve üstü	80	2,21	1,384		
25.Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.	23-30 yaş	106	3,38	1,091	0,286	0,835
	31-35 yaş	120	3,24	1,209		
	36-40 yaş	117	3,29	1,225		
	41 yaş ve üstü	80	3,25	1,238		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 22 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda yaş grupları arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 23. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Eğitim Durumu	N	Ort.	SS	F	p
14.Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımınla aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	Lise/Yüksek okul mezunu	36	2,31	1,390	0,408	0,665
	Üniversite mezunu	347	2,24	1,341		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	2,43	1,272		
25.Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.	Lise/Yüksek okul mezunu	36	3,00	1,265	1,476	0,230
	Üniversite mezunu	347	3,30	1,151		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	3,45	1,383		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 23 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda eğitim durumları arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 24. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Çalışma Yılı	N	Ort.	SS	F	p
14. Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımınla aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	1-5 yıl	136	2,13	1,313	1,591	0,191
	6-10 yıl	128	2,30	1,276		
	11-15 yıl	90	2,52	1,463		
	16 yıl ve üstü	74	2,24	1,393		
25. Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.	1-5 yıl	136	3,28	1,165	0,996	0,394
	6-10 yıl	128	3,38	1,151		
	11-15 yıl	90	3,12	1,244		
	16 yıl ve üstü	74	3,38	1,224		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 24 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda çalışma yılları arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 25. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Bankadaki Görev	N	Ort.	SS	t	p
14. Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımınla aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	Uzman Yrd./ Uzman	247	2,23	1,329	-0,765	0,445
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	2,34	1,377		
25. Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.	Uzman Yrd./ Uzman	247	3,27	1,194	-0,097	0,923
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	3,28	1,186		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 25 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda bankadaki görevler arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 26. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Aylık Gelirler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Aylık Gelir	N	Ort.	SS	t	p
14. Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın aynı sürede, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.	2000-5000 TL	235	2,16	1,259	-2,030	0,043*
	5001- 7000 TL ve üstü	175	2,43	1,440		
25. Kurumumuzda meydana gelen yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümünün arttığını düşünüyorum.	2000-5000 TL	235	3,30	1,158	0,329	0,742
	5001- 7000 TL ve üstü	175	3,26	1,241		

*: $p < 0,05$ Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t =Bağımsız Örneklem T Testi p =Anlamlılık Düzeyi

Tablo 26 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda aylık gelirler arasında sadece 14. ifadenin puan ortalamasına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. ($p < 0,05$). Buna göre; aylık geliri 2000-5000 TL olan çalışanların 14. ifade puan ortalamasının ($X=2,16$), aylık geliri 5001- 7000 TL ve üstünde olan çalışanların puan ortalamasından ($X=2,43$) anlamlı derecede daha düşük olduğunu söyleyebiliriz. Başka bir ifade ile geliri düşük olan çalışanların ifadeye katılımı daha yüksektir.

4.8. 1, 4, 11, 12 ve 13. İfadelerin Dağılımları ve Karşılaştırma Sonuçları

Tablo 27 incelendiğinde; araştırmaya katılan banka çalışanlarının %7,2'si (31) "Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor" ifadesine hiç kararsızım cevabını vermiş iken %19,9'u (85) katılıyorum, %72,9'u ise (312) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,40'tır.

Banka çalışanlarının %1,6'sı (7) "Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum" ifadesine hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %2,8'i (12) katılmıyorum, %14,0'ı (60) kararsızım, %27,8'i (119) katılıyorum, %53,7'si ise (230) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,29'dur.

Banka çalışanlarının %1,6'sı (7) "İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor" ifadesine katılmıyorum cevabını vermiş iken %8,9'u (38) kararsızım, %39,7'si (170) katılıyorum, %49,8'i ise (213) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,38'dir.

Tablo 27. Banka Çalışanlarının İfadelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

İfadeler		Kişi Sayısı (n=428)	Yüzde (%)
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	Hiç Katılmıyorum	0	0,0
	Katılmıyorum	0	0,0
	Kararsızım	31	7,2
	Katılıyorum	85	19,9
	Kesinlikle Katılıyorum	312	72,9
	Ort±SS	4,40±0,467	
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	Hiç Katılmıyorum	7	1,6
	Katılmıyorum	12	2,8
	Kararsızım	60	14,0
	Katılıyorum	119	27,8
	Kesinlikle Katılıyorum	230	53,7
	Ort±SS	4,29±0,924	
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	Hiç Katılmıyorum	0	0,0
	Katılmıyorum	7	1,6
	Kararsızım	38	8,9
	Katılıyorum	170	39,7
	Kesinlikle Katılıyorum	213	49,8
	Ort±SS	4,38±0,715	
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	Hiç Katılmıyorum	7	1,6
	Katılmıyorum	0	0,0
	Kararsızım	38	8,9
	Katılıyorum	144	33,6
	Kesinlikle Katılıyorum	239	55,8
	Ort±SS	4,42±0,787	
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	Hiç Katılmıyorum	7	1,6
	Katılmıyorum	7	1,6
	Kararsızım	38	8,9
	Katılıyorum	151	35,3
	Kesinlikle Katılıyorum	225	52,6
	Ort±SS	4,36±0,838	

Banka çalışanlarının %1,6'sı (7) "İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor" ifadesine hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %8,9'u (38) kararsızım, %33,6'sı (144) katılıyorum, %55,8'i ise (239) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,42'dir.

Banka çalışanlarının %1,6'sı (7) “İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor” ifadesine hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %1,6'sı (7) katılmıyorum, %8,9'u (38) kararsızım, %35,3'ü (151) katılıyorum, %52,6'sı ise (225) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,36'dır.

Tablo 28. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Kadınlar ile Erkekler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	Erkek	246	4,41	0,460	0,532	0,595
	Kadın	182	4,38	0,478		
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	Erkek	246	4,30	0,902	0,122	0,903
	Kadın	182	4,29	0,955		
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	Erkek	246	4,37	0,715	-0,210	0,834
	Kadın	182	4,38	0,717		
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	Erkek	246	4,41	0,786	-0,305	0,760
	Kadın	182	4,43	0,789		
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	Erkek	246	4,36	0,835	0,191	0,849
	Kadın	182	4,35	0,845		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 28 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda kadınlar ile erkekler arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 29.İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Yaş Grubu	N	Ort.	SS	F	p
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	23-30 yaş	106	4,39	0,458	2,112	0,098
	31-35 yaş	120	4,36	0,505		
	36-40 yaş	117	4,48	0,388		
	41 yaş ve üstü	80	4,33	0,521		

Tablo 29. (Devamı) İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Yaş Grupları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Yaş Grubu	N	Ort.	SS	F	p
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	23-30 yaş	106	4,33	0,870	1,210	0,306
	31-35 yaş	120	4,18	1,061		
	36-40 yaş	117	4,39	0,787		
	41 yaş ve üstü	80	4,23	0,968		
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	23-30 yaş	106	4,44	0,634	1,737	0,159
	31-35 yaş	120	4,28	0,758		
	36-40 yaş	117	4,45	0,713		
	41 yaş ve üstü	80	4,30	0,753		
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	23-30 yaş	106	4,38	0,889	1,030	0,379
	31-35 yaş	120	4,43	0,706		
	36-40 yaş	117	4,51	0,715		
	41 yaş ve üstü	80	4,33	0,868		
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	23-30 yaş	423	4,42	0,789	0,540	0,655
	31-35 yaş	106	4,35	0,895		
	36-40 yaş	120	4,38	0,758		
	41 yaş ve üstü	117	4,39	0,809		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 29 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda yaş grupları arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 30. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Eğitim Durumu	N	Ort.	SS	F	p
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	Lise/Yüksek okul mezunu	36	4,39	0,539	0,170	0,844
	Üniversite mezunu	347	4,40	0,450		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	4,36	0,553		
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	Lise/Yüksek okul mezunu	36	4,19	0,856	0,300	0,741
	Üniversite mezunu	347	4,29	0,933		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	4,36	0,932		

Tablo 30. (Devamı) İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Eğitim Durumları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Eğitim Durumu	N	Ort.	SS	F	p
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	Lise/Yüksekokul mezunu	36	4,69	0,577	4,057	0,018* Fark; 1-2,3
	Üniversite mezunu	347	4,34	0,705		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	4,33	0,846		
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	Lise/Yüksekokul mezunu	36	4,50	1,056	0,435	0,647
	Üniversite mezunu	347	4,42	0,722		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	4,33	1,028		
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	Lise/Yüksekokul mezunu	36	4,39	1,076	0,282	0,754
	Üniversite mezunu	347	4,36	0,775		
	Yüksek lisans/ Doktora mezunu	42	4,26	1,106		

*: $p < 0,05$ 1=Lise/Yüksekokul mezunu, 2=Üniversite mezunu, 3=Yüksek lisans/ Doktora mezunu
Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Fark=Tukey Testi
p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 30 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda eğitim durumları arasında sadece 11. ifadenin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür ($p < 0,05$). Buna göre; lise/yüksekokul mezunu olanların 11. ifade puan ortalaması ($X=4,69$), üniversite ($X=4,34$) ve yüksek lisans/doktora ($X=4,33$) mezunu olanların puan ortalamalarından anlamlı derecede daha yüksektir.

Tablo 31.İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Çalışma Yılı	N	Ort.	SS	F	p
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	1-5 yıl	136	4,44	0,419	2,830	0,050
	6-10 yıl	128	4,34	0,497		
	11-15 yıl	90	4,48	0,415		
	16 yıl ve üstü	74	4,32	0,534		
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	1-5 yıl	136	4,32	0,940	0,524	0,666
	6-10 yıl	128	4,24	0,945		
	11-15 yıl	90	4,38	0,856		
	16 yıl ve üstü	74	4,23	0,944		

Tablo 31. (Devamı) İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Çalışma Yılları Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

İfadeler	Çalışma Yılı	N	Ort.	SS	F	p
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	1-5 yıl	136	4,45	0,676	1,623	0,183
	6-10 yıl	128	4,31	0,707		
	11-15 yıl	90	4,44	0,736		
	16 yıl ve üstü	74	4,27	0,764		
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	1-5 yıl	136	4,46	0,797	0,999	0,393
	6-10 yıl	128	4,40	0,735		
	11-15 yıl	90	4,49	0,753		
	16 yıl ve üstü	74	4,30	0,887		
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	1-5 yıl	136	4,43	0,822	0,795	0,497
	6-10 yıl	128	4,34	0,766		
	11-15 yıl	90	4,37	0,867		
	16 yıl ve üstü	74	4,24	0,948		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma F=Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 31 incelendiğinde; tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda çalışma yılları arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 32. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Bankadaki Görev	N	Ort.	SS	t	p
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	Uzman Yrd./ Uzman	247	4,41	0,445	0,163	0,871
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	4,40	0,473		
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	Uzman Yrd./ Uzman	247	4,36	0,900	1,490	0,137
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	4,23	0,927		
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	Uzman Yrd./ Uzman	247	4,39	0,701	1,064	0,288
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	4,31	0,756		

Tablo 32. (Devamı) İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Bankadaki Görevler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	Uzman Yrd./ Uzman	247	4,46	0,747	0,780	0,436
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	4,40	0,739		
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	Uzman Yrd./ Uzman	247	4,42	0,787	1,389	0,166
	Yönetici Yrd./ Yönetici	159	4,31	0,819		

Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 32 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda bankadaki görevler arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo33. İfadelerin Puan Ortalamalarına Göre Aylık Gelirler Arasındaki Farklılığın İncelenmesi

	Aylık Gelir	N	Ort.	SS	t	p
1. Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor	2000-5000 TL	235	4,40	0,451	-	0,916
	5001- 7000 TL ve üstü	175	4,40	0,470		
4. Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum	2000-5000 TL	235	4,32	0,904	0,732	0,464
	5001- 7000 TL ve üstü	175	4,25	0,956		
11. İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor	2000-5000 TL	235	4,35	0,720	-	0,638
	5001- 7000 TL ve üstü	175	4,38	0,725		
12. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor	2000-5000 TL	235	4,43	0,750	0,091	0,927
	5001- 7000 TL ve üstü	175	4,42	0,776		
13. İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor.	2000-5000 TL	235	4,39	0,795	0,686	0,493
	5001- 7000 TL ve üstü	175	4,33	0,840		

*: $p<0,05$ Ort.=Ortalama SS=Standart Sapma t=Bağımsız Örneklem T Testi p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 33 incelendiğinde; uygulanan bağımsız örneklem t testi sonucunda aylık gelirler arasında ifadelerin puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. ($p>0,05$).

4.9. Regresyon Analizi

Regresyon analizinin amacı, bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi matematiksel modeller ile açıklayarak bağıntılar bulmaktır. Bağımlı değişken hedef ya da sonuç değişkeni, bağımsız değişken ise hedef ya da sonuç değişkenini etkilediği düşünülen değişkenlerdir. Tüm regresyon analizlerinin temel amacı kestirim yapmak, bağımlı değişkeni etkileyen en önemli bağımsız değişkenleri belirleyebilmek ve önemli olan bağımsız değişkenler yardımıyla bağımlı değişken ile ilgili kestirim yapabilmektir. Çalışmada ise dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı, çalışan bağlılığı ve işsizlik korkusu bağımsız değişken, çalışan memnuniyeti ise bağımlı değişken olarak alınmıştır. Regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon varsayımları olan normallik, doğrusallık, çoklu bağlantı ve otokorelasyon varsayımları tek tek incelenmiş ve varsayımların sağlandığı görülmüştür. Sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 34. Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı, Çalışan Bağlılığı ve İşsizlik Korkusunun Çalışan Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri ve Modeldeki Katsayılarının Anlamlılığı

Bağımsız Değişkenler	B	Std. Hata	Beta	t	p	B için 95% Güven Aralığı	
						Alt	Üst
Sabit	1,457	0,223		6,523	0,000	1,018	1,896
Dijital ve Teknolojik Değişimlerin Getirdiği Kaygı	-0,103	0,035	-0,117	-2,934	0,004**	-0,172	-0,034
Çalışan Bağlılığı	0,589	0,048	0,542	12,271	0,000***	0,494	0,683
İşsizlik Korkusu	0,054	0,040	0,059	1,360	0,174	-0,024	0,132
Model Özeti: R=0,606; R ² =0,367; Adj. R ² =0,363; F=81,947; p=0,000***							

Bağımlı Değişken=Çalışan Memnuniyeti **: $p<0,01$ ***: $p<0,001$ Std. Hata=Standart Hata, Adj. R²=Düzeltilmiş R², t, F=Test İstatistiği p=Anlamlılık Düzeyi

Tablo 34’de çalışan memnuniyetine; dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı, çalışan bağlılığı ve işsizlik korkusunun etkilerini belirleyebilmek için uygulanan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu söyleyebiliriz (F=81,947; $p<0,001$). Çalışan memnuniyeti puanında meydana gelen değişimin %36,7’si (R²=0,367) modele dâhil ettiğimiz bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Buna göre; bağımsız değişkenlerden dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı ve çalışan bağlılığının modeldeki katsayıları anlamlıdır ($p<0,01$). Dijital ve teknolojik

değişimlerin getirdiği kaygı çalışan memnuniyetine negatif etki yapmakta iken çalışan bağlılığı çalışan memnuniyetine pozitif etki yapmaktadır. Başka bir ifade ile dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı puanındaki 1 birimlik artış çalışan memnuniyeti puanında 0,103 (B) birim azalışa, çalışan bağlılığı puanındaki 1 birimlik artış ise çalışan memnuniyeti puanında 0,589 (B) birim artışa sebep olmuştur. Modele en çok katkısı olan bağımsız değişken ise çalışan bağlılığıdır (Beta=0,542).



4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yaşadığımız dönemde teknolojinin yoğunlukla kullanıldığı iktisadi kesimlerden biri durumunda olan bankacılık sektöründe kişiler ve şirketlerin taleplerini karşılayabilmek, rekabet ortamında Pazar marjını yükseltebilmek ve bu oranı belirli düzeyde tutabilmek, sadece müşterilere daha farklı ve kullanılması daha ilginç ve çekici olan, aynı zamanda da rakip firmalarda bulunmayan daha teknolojik ve yeni hizmetlerin sunumuyla oluşabilmektedir. Finans sektöründe artan rekabetle birlikte bankalar, yeni ürünlere yönelerek, hizmetlerini bireylere çeşitli mecralardan daha düşük maliyetler ile sunmaya başlamışlardır. Teknolojik alanda yaşanan gelişmeler de bu sektörün gelişmesinde önemli rol oynamıştır.

Müşteri tatmini ve verimliliği arttırmak için bankaların çoğu, kaliteli hizmetlerle birlikte yenilikçi ürünlerini de yeni alternatif yollarla sergilemektedirler. Artık müşteriler teknolojiyi ve karmaşık ürünleri içselleştirmeye daha eğilimli olduklarından bankalar için hizmetlerin internet üzerinden sunulabildiği internet bankacılığı daha da önem kazanmıştır. İnternet bankacılığı bankalar açısından Pazar bilgilerinin sağlanması, banka hizmetlerinin müşterilere ulaştırılarak iletişimin artırılması nedeniyle daha cazip olmaktadır. İnternet bankacılığı, banka imajını güçlendirerek yeni müşterileri cezbetmeye öncelik verdiği için, artık bankalar şube sorumluluk ve yükünün azaltılması ve bireylere daha hızlı hizmet sunma avantajından dolayı internet şubelerini sıklıkla kullanmakta ve müşterileri bu şubelere yönlendirmektedirler. İnternet bankacılığı kanalıyla müşteriye ulaştırılan hizmetlerin sayısı giderek artış göstermekte, bankalar da internette verecekleri hizmetlerin çeşitliliğini daha geniş tutmak için rekabet etmektedirler. Dolayısıyla internet bankacılığında şubelerden gerçekleştirilen tüm işlemler de internette yer alan şubeler kanalıyla da yapılabilmektedir.

Şubesiz bankacılığın giderek yaygınlaşması, bankaların teknoloji departmanları tarafından geliştirilen ve uygulanan uygulamalar, görev tanımlarında meydana gelen değişiklikler, çalışanların kullanımına sunulan ipad, cep telefonu ve bilgisayarlarla mobil olarak bankacılık işlemlerine dair onayların verilebilmesi, dijitalleşmenin görevler arasındaki ayrımları belirsizleştirilmesi ya da işlemleri kolaylaştırması gibi durumların çalışanların kaygı durumunu, işsizlik korkusunu, memnuniyetini, teknolojik değişimlere adaptasyonunu nasıl etkilediğini anket yoluyla ölçmeye çalıştığımızda aşağıdaki sonuçlara ulaştım.

Çalışmaya katılan kişilerin demografik farklılıkları alt boyutlara baktığımızda çıkan sonuçlar için istatistiksel olarak anlamlı bir fark yaratmamıştır. Bir başka deyişle, ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, bankada çalıştıkları süreler, aldıkları ücretler ve görev tanımları verdikleri cevaplar üzerinde farklılık yaratmamaktadır.

Çalışan memnuniyeti ortalamasının üzerinde sonuç vermiştir. Bu banka çalışanlarının memnuniyetleri yüksektir. Çalışan memnuniyeti arttıkça, dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı azalmaktadır. Bu bulguya göre çalışan memnuniyeti yükseldikçe dijital ve teknolojik değişimler dolayısıyla çalıştıkları bölümün geleceğinin belirsizleşmesi, kovularak ya da erken emekliliğe zorlanarak yaşayacakları iş kaybına yönelik kaygıları azalmaktadır. Ayrıca çalışanların kaygı düzeyleri de ortalamasının altında çıkmıştır.

Bu anketin uygulandığı banka çalışanlarının bağlılığı ve memnuniyeti ortalamasının üzerinde çıkmıştır. Ayrıca, çalışan memnuniyeti ve çalışan bağlılığı arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Memnuniyet arttıkça bağlılık, bağlılık arttıkça memnuniyet artmaktadır.

İşsizlik korkusu yüksek çıkmasına rağmen, çalışan memnuniyeti ile işsizlik korkusu arasında düşük düzeyde olmakla birlikte, pozitif bir ilişki vardır. Çalışan memnuniyetinin artması, çalışanların işlerini kaybetmeleri durumu ile ilgili korkularını artırmaktadır. Ankete katılan banka çalışanlarının memnuniyetleri yüksek olduğu için işlerini kaybetme korkuları da yüksektir.

Anket sonuçlarına göre dijital ve teknolojik değişimlerin getirdiği kaygı düzeyi düşük çıkmıştır. Bunun yanı sıra bu kaygı durumu ile çalışan bağlılığı arasında düşük düzeyde olmakla beraber, negatif bir ilişki bulunmaktadır. Çalışan bağlılığı arttıkça kaygı düzeyinin düştüğü gözlemlenmiştir.

Çalışan bağlılığı ortalamasının üzerinde olan bu banka çalışanlarında, çalışan bağlılığı ile işsizlik korkusu arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır. Çalışan bağlılığı arttıkça, çalışan memnuniyetinde olduğu üzere işsizlik korkusu artmaktadır. Çalışan memnuniyetinden farklı olarak, çalışan bağlılığı ve işsizlik korkusu arasındaki pozitif ilişki daha fazladır. Çalışan bağlılığı işsizlik korkusunu çalışan memnuniyetinden daha fazla etkilemektedir. Buna dayanarak çalışan bağlılığının çalışanların işsizlik korkusuna çalışan memnuniyetinden daha fazla etki yaptığını söyleyebiliriz.

Ölçeklere dahil olabilen anket sorularının dışında kalan 7 sorudaki durumu yorumlayacak olursak;

1.Soruda banka çalışanlarına yöneltilen “Çalıştığım kurumdaki dijital ve teknolojik değişimlere adapte olmam kolay oluyor” sorusuna; araştırmaya katılan banka çalışanlarının %7,2’si (31) kararsızım cevabını vermiş iken %19,9’u (85) katılıyorum, %72,9’u ise (312) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,40’tır. Bu soruya verilen cevapları ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, çalışma süreleri, görevleri ve aylık gelirleri istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilememiştir. Bu sonuçlara göre ankete katılan banka çalışanlarının karşılaştıkları dijital ve teknolojik değişimlerle ilgili uygulama sıkıntısı çekmediklerini ve hatta büyük ölçüde adaptasyonlarının kolay olduğunu düşündüklerini görüyoruz.

4.soruda çalışanlara yöneltilen “Bankacılık alanında gerçekleşen dijital ve teknolojik değişimlerin gelecekte bankacılığı olumlu olarak etkileyeceğini düşünüyorum” ifadesine, ankete katılanların %1,6’sı (7) hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %2,8’i (12) katılmıyorum, %14,0’ı (60) kararsızım, %27,8’i (119) katılıyorum, %53,7’si ise (230) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,29’dur. Bu soruya verilen cevapları ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, çalışma süreleri, görevleri ve aylık gelirleri istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilememiştir. Ankete katılanların büyük çoğunluğu bankacılığın bu değişimlerden olumlu etkileneceğini düşündüğünü ve bu değişikliklerle ilgili negatif algılarının olmadığını görüyoruz.

11. soruda çalışanlara yöneltilen “İşimde kullandığım teknoloji daha fazla işi başarmamda bana yardımcı oluyor” ifadesine, ankete katılanların %1,6’sı (7) katılmıyorum cevabını vermiş iken %8,9’u (38) kararsızım, %39,7’si (170) katılıyorum, %49,8’i ise (213) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,38’dır. Bu soruya verilen cevapları ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, çalışma süreleri, görevleri ve aylık gelirleri istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilememiştir. Anlamlı farklılık sadece eğitim durumlarında görülmüştür. Lise/Yüksekokul mezunu olanların puan ortalaması ($X=4,69$), üniversite ($X=4,33$), yüksek lisans/doktora ($X=4,33$) mezunu olanların puan ortalamalarından anlamlı derecede daha yüksektir. Ankete katılanların büyük çoğunluğu kullanılan teknolojinin daha çok işi başarmada kendilerine yardımcı olduğunu düşünmektedirler. Özellikle lise ve yüksekokul mezunları bu soruya

yüksek oranda kesinlikle katılıyorum cevabı verdikleri için, işlerini yaparken eğitim düzeylerinden kaynaklanabilecek boşlukları kullanılan teknoloji ile kapatabildiklerini ve bu nedenle daha kolay işlem yapabildiklerini düşündüklerini söyleyebiliriz.

12. Soruda çalışanlara yöneltilen “İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin verimliliğinin artırmasında yardımcı oluyor” ifadesine, ankete katılanların %1,6’sı (7) hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %8,9’u (38) kararsızım, %33,6’sı (144) katılıyorum, %55,8’i ise (239) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,42’dir. Bu soruya verilen cevapları ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, çalışma süreleri, görevleri ve aylık gelirleri istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilememiştir. Ankete katılanların büyük çoğunluğu kullanılan teknolojinin yaptıkları işin verimliliğinin artmasında yardımcı olduğunu düşünmektedirler. Bu uygulama değişiklikleri ile ilgili negatif algılarının olmadığını söyleyebiliriz.

13. Soruda çalışanlara yöneltilen “İşimde kullandığım teknoloji yaptığım işin kalitesinin artırmasında yardımcı oluyor” ifadesine ankete katılanların %1,6’sı (7) hiç katılmıyorum cevabını vermiş iken %1,6’sı (7) katılmıyorum, %8,9’u (38) kararsızım, %35,3’ü (151) katılıyorum, %52,6’sı ise (225) kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. İfadeye verilen cevapların genel ortalaması ise 4,36’dır. Bu soruya verilen cevapları ankete katılanların cinsiyetleri, yaşları, eğitim durumları, çalışma süreleri, görevleri ve aylık gelirleri istatistiksel olarak anlamlı şekilde etkilememiştir. Ankete katılanların büyük çoğunluğu kullanılan teknolojinin yaptıkları işin kalitesinin artmasında yardımcı olduğunu düşünmektedirler. Bu uygulama değişiklikleri ile ilgili negatif algılarının olmadığını söyleyebiliriz

14. Soruda banka çalışanlarına yöneltilen “Benimle aynı görev tanımına sahip ve aynı yerde çalıştığım iş arkadaşım yerine, arkadaşımın yerine, arkadaşımın çok daha fazla iş yapabilen bir yapay zekayı tercih ederdim.” Sorusuna, çalışanların %40,9’u hiç katılmıyorum, %18,9’u katılmıyorum, 22,9’u kararsızım, 5,8’i katılıyorum ve 11,4’ü kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Bu cevaplar üzerinde çalışanların cinsiyetleri, yaş grupları, eğitim durumları ve çalışma yıllarının anlamlı bir fark yaratmadığı gözlemlenmiştir. Ancak ücret farkı verilen cevapların üzerinde fark yaratmıştır. Aylık geliri 2000-5000 TL arasında olan çalışanlar yapay zekayı kesinlikle tercih etmezken, 5001-7000 TL ve üzeri gelire sahip olan çalışanların yapay zekayı tercih edebilme durumunun kararsızlığa biraz daha yakın olduğunu gözlemleyebiliyoruz. Buna göre 5001

ve üzeri ücret alan çalışanların iş arkadaşları yerine yapay zekayı tercih edebilme durumlarının daha yüksek olması da maddi olarak daha fazla tatmin sağlayan çalışanların, iş yerinde daha az sosyalleşmeye ihtiyaçlarının olması yönünde yorumlanabilir. Dolaylı yönden bakacak olursak, 5001 TL ve üzeri ücret alan çalışanların çoğu yönetici pozisyonunda olan çalışanlardır ve daha kısa zamanda daha çok iş yapabilecek olan bir yapay zekayı iş arkadaşlarının yerine tercih etme konusunda kararsızlığa daha yakın durmaktadırlar.

25. Soruda banka çalışanlarına yöneltilen “Kurumumuzda meydana yeni görev tanımlamaları dolayısıyla iş yükümüzün arttığını düşünüyorum.” Sorusuna çalışanların %8.2’si hiç katılmıyorum, %15.7’si katılmıyorum, % 34.6’sı kararsızım, %21.7’si katılıyorum, %19.9’u kesinlikle katılıyorum cevabını vermişlerdir. Bu cevaplar üzerinde çalışanların cinsiyetleri, yaş grupları, eğitim durumları, çalışma yılları ve ücretlendirmenin anlamlı bir fark yaratmadığı gözlemlenmiştir. Demografik özelliklerinden bağımsız olarak dijitalleşme ile gelen süreçte bankalarda uygulanan görev tanımlarının değişmesi, kullanılan uygulamaların değişmesi gibi durumlar çalışanlar tarafından iş yükünün arttığına yönelik bir algı yaratmaktadır. Bu durumun ileriki dönemlerde çalışan memnuniyetini etkilemesi gibi bir durumun ortaya çıkması da söz konusu olabilir.

Anket Uygulaması yapılan özel bankanın 2017-2018-2019 yıllarında çalışanlarına uyguladığı anket sonuçlarından anlaşılacağı üzere, bankanın uygulama değişikliğine başladığı yıldan itibaren, tüm değişikliklerin tamamlandığı zamana kadar çalışan bağlılığında artış gözlemlenmiştir. Aynı örneklem grubuna uyguladığımız ankette de çalışan bağlılığı yüksek çıkmıştır. Bu nedenle uygulanan yeniliklerin kısa dönemde çalışan bağlılığını olumlu yönde etkilediğini söyleyebiliriz. Ancak uygulama yeni olduğu için, uzun dönemdeki etkileri bilinmemektedir. Şubesizleşmenin yaratabileceği etkiler tahmin edilebilir ancak kısa dönemde şube sayılarında azalma olmadığı ve kullanılan uygulamalara bağlı banka yaptırımları, teftişlerin henüz tamamlanmamasından dolayı uygulanmadığı için de henüz belirsizliğini korumaktadır.

Dijital bankacılıkta yapılan işlemlerin ardından bilgilerin halka kapalı olması ve resmi bilgilerin eksikliği tarafsız şekilde kıyaslamayı güçleştirmektedir. Bu bilgiler ile ilgili yasal düzenlemelerin yapılması doğa olarak tarafsızlığı yaratacak bunun sonucunda şirketler arası rekabet ortamı başlayacaktır.

Finansal kuruluşların yenilikçi politikalara özen göstermesi kurum kültürü haline gelecektir. Bunu gerçekleştirmenin yegane yolu ise üst düzey yöneticilerin bu yenilikçi harekete destek vermelerinden geçmektedir. Yenilikçi uygulamalar sistemli ve düzenli olmalıdır. Sistemin oluşturulması için müşterilerle memnuniyet anketleri ve araştırma geliştirme bölümleri kurulmalıdır.

Günümüz yeni bankacılık sistemi olan dijital bankacılığın sadece dijital bankacılık alanında faaliyet göstermek isteyen bankaların uymaları gereken usul ve esasları içerecek kanunların üretilmesinin Türkiye'nin bankacılık geleceği açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu araştırmanın özellikle bankacılıktaki dönüşümlerin hız kazanması ve uzun dönemde buna benzer anketlerin uygulaması konusunda bir referans noktası olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- 6493 sayılı Ödeme Ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri Ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun, RG Tarihi: 27.06.2013, RG Sayısı: 28690 <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6493.pdf>
- Accenture. (2015). “Accenture Dijitalleşme Endeksi Türkiye Sonuçları” http://www.tbv.org.tr/core/uploads/page/document/1100_18031611540.pdf (15.05.2018).
- Açikel, E. ve Çelikel, M. (2014). Dijitoloji, Dijital Çağ, Satış ve Pazarlamada Uçmanın Yolları, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Akı, V. (2016). “Yeni Kuşak Dijital Bankalar Geliyor” <https://www.dunya.com/kose-yazisi/yeni-kusak-dijital-bankalar-geliyor/24355> (28.06.2018).
- Akın, F. ve Karaboğa, K. (2011). “Bireysel Müşterilerin Şubesiz Bankacılık Hizmetlerini Kullanma Kararına Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Bilecik Örneği” *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30 (1): 301-320.
- Alpar, R. (2013). Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler (4. b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arnaboldi, F. and Claeys, P. (2008). “Internet Banking in Europe: A Comparative Analysis” Working Papers, URL: http://www.ub.edu/irea/working_papers/2008/200811.pdf (16.05.2018).
- Ateş, T. ve Eroğlu, N. (1999). “Genç Cumhuriyette İktisadi Yapı ve Finans” Osmanlı’dan Günümüze Türk Finans Tarihi II. İstanbul: Creative Yayıncılık.
- Atik, H. ve Dura, C. (2002). Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye, İstanbul: Literatür Yayınları.
- Ayhan, A. (2002). Dünden Bugüne Türkiye’de Bilim-Teknoloji ve Geleceğin Teknolojileri, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Bagozzi, R. P., & Yİ, Y. (1988). On the Evaluation of Structural Equation Models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
- Banking Exchange. (2015). “What Really is Digital Banking?” <http://www.bankingexchange.com/blogs-3/making-sense-of-it-all/item/5187-what-really-is-digital-banking> (16.05.2018).
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238-246. doi:<http://dx.doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238>
- Bentler, P. M., & Bonett, P. M. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588–606.

- BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu), Bankalarda Bilgi Sistemleri Yönetiminde Esas Alınacak İlkelerle İlişkin Tebliğ, <https://www.tbb.org.tr/Dosyalar/userfiles/file/tuketeciler/BDDKTEBLIG.pdf> (26.06.2018).
- BKM (Bankalararası Kart Merkezi), URL: <https://bkm.com.tr/pos-atm-kart-sayilari/> (26.06.2018).
- Boag, P. (2014). “A Manifesto for Digital Adaptation, Digital Adaptation” <http://www.digital-adaptation.com/pdf/manifesto-for-digital-adaptation.pdf> (15.05.2018).
- Bollen, K. A. (1990). Overall fit in covariance structure models: Two types of sample size effects. *Psychological Bulletin*, 107(2), 256-259.
- Bollen, K., & Lennox, R. (1991). Conventional wisdom on measurement: A structural equation perspective. *Psychological Bulletin*, 110(2), 305-314.
- Boyacıoğlu, MA., Hotamış, TN. ve Çetin, H. (2010). “An Evaluation of Internet Banking in Turkey” *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15 (2): 1-32.
- Byrne, B. M. (1998). *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications and Programming*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Caulderwood, K. (2015). “Mobile Banking could Spur Economic Growth, Business Development in Sub-Saharan Africa” <http://www.investing.com/news/economy-news/mobile-banking-could-spur-economic-growth,-business-development-in-sub-saharan-africa-324290> (26.06.2018).
- Cengiz, T. (2010). “Türkiye’de Elektronik Bankacılık Kapsamında Kredi Kartlarının Gelişimi ve Temassız Kredi Kartları” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Centeno, C. (2004). “Adoption of Internet Services in the Acceding and Candidate Countries, Lessons from the Internet Banking Case” *Telematics and Informatics*, 21 (4): 293-315.
- Chau, P. K., & Hu, P. H. (2001). Information Technology Acceptance by Individual Professionals: A Model Comparison Approach. *Decision Sciences*, 32(4), 699–719.
- Crowley, S. L., & Fan, X. (1997). Structural equation modeling: basic concepts and applications in personality assessment research. *Journal Personality Assessment*, 68(3), 508-31. doi:10.1207/s15327752jpa6803_4
- Çalışır, F. ve Altın-Gümüüşsoy, Ç. (2008). “Internet Banking Versus Other Banking Channels: Young Costumers View” *International Journal of Information Management*, 28 (3): 215-221.

- Daniel, E. (1999). "Provision of Electronic Banking in the UK and the Republic of Ireland" *International Journal of Bank Marketing*, 17 (2): 72-83.
- Diamantopoulos, A., & Sigua, J. A. (2000). *Introducing LISREL*. London, California, New Delhi: Sage Publications Ltd. doi:<http://dx.doi.org/10.4135/9781849209359>
- DigitalTalks. (2016). "Bankacılıkta İnovasyona İlişkin 10 Trend" <https://www.digitaltalks.org/2016/03/09/bankacilikta-inovasyona-iliskin-trendler/> (16.05.2018).
- Dijital Bankacılık, (2015). <https://www.dijitalbankacilik.com/enpara-com-mobil-uygulama-incelemesi/> (28.06.2018).
- Dijital Deniz, www.dijitaldeniz.com (28.06.2018).
- Diniz, E., Porto, RM. ve Adachi, T. (2005). "Internet Banking in Brazil: Evaluation of Functionality, Reliability and Usability" *The Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 8 (1): 41-50.
- Doğan, E. (2012). "Banka ve Bankacılık Kavramları" (Ed. F. Kaya), *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Dolanbay, C. (2000). *Yeni Ekonomide Başarının Anahtarı: E-Ticaret Strateji ve Yöntemler*, Ankara: Meteksan AŞ.
- Durucu, M. (2013). "Kullanıcıların İnternet Bankacılığı Sitesi Tercihlerinde Kullanılabilirlik ve Fonksiyonelliğin Etkilerinin Analizi" *Doktora Tezi*, İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Eidhoff, AT., Stief, SE., Voeth, M. and Gundlach, S. (2016). "Drivers of Digital Product Innovation in Firms: An Empirical Study of Technological, Organizational, and Environmental Factors" *International Journal of Economics and Management Engineering*, 10 (6): 1888-1892.
- Enpara.com, www.qnbfinansbank.enpara.com
- Epstein, S. (2015). "Understanding Digital Banking" <https://www.finextra.com/blogposting/10390/understanding-digital-banking> (16.05.2018).
- Er, S. (2009). *Devletin Bankacılık Sektöründe Düzenleyici Denetleyici Rolü ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: İTO Yayınları.
- Erben-Yavuz, A. ve Babuşçu, Ş. (2018). "Türk Bankacılık Sektöründe Penetrasyon; İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Ürünlerindeki Penetrasyonun Analizi" *Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1): 24-57.
- Erdem, E. (2008). *Para, Banka ve Finansal Sistem*, Ankara: Detay Yayıncılık.

- European Central Bank (ECB) (1998). Report On Electronic Money, <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/emoneyen.pdf> (28.06.2018).
- Fırlar, BG. (2010). "Teknolojinin Pazarlama İletişimine Etkileri (Ed. SY. Çakır). Dijital Geleceğe Hazırlanmak: Bilgi ve Yenilik Yaratma, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güney, A. (2007). Banka İşlemleri. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Güney, A. (2012). Banka işlemleri. İstanbul: Beta Yayınları.
- Harangus, D. (2011). "Promoting Banking Products in the Context of the Digital Economy" Bulletin UASVM Horticulture, 68 (2): 85-89.
- Harun, C. M., & Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi AMOS Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hawkins, J. and Dubravko, M. (2001). "The Banking Industry in the Emerging Market Economies: Competition, Consolidation and Systemic Stability-An Overview" BIS Paper, No.4, <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap04a.pdf> (28.06.2018).
- Hepkon, Z. (2011). İletişim ve Teknoloji, İstanbul: Kırmızıkeci Yayınları.
- <http://digitalage.com.tr/yapi-kredi-dijital-bankacilik-uygulamasi-nuvo-yu-kapatma-karari-aldi/> (28.06.2018).
- <https://www.statista.com/statistics/244411/number-of-mobile-banking-users-in-the-united-states/> (27.06.2018).
- <https://www.statista.com/statistics/255208/number-of-internet-users-in-brazil/> (27.06.2018).
- Hu, L., & Bentler, P. (1999). Cutoff criteria for fit indices in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Humphrey, DB, Kim, M and Vale, B. (2001). "Realizing the Gains from Electronic Payments: Costs, Pricing, and Payment Choice" *Journal of Money, Credit and Banking*, 33 (2): 216-234.
- Işın, FB. (2006). "Teknoloji Araçlarının Bankacılık Sektöründe Uygulanabilirliği ve Türkiye'deki Bu doğrultudaki Bankacılık Uygulamalarının Değerlendirilmesi" *Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20 (2): 107-120.
- Işkın, SA. (2012). Elektronik bankacılık hizmetleri ve denetimi. İstanbul: İTO Yayınları.
- Johne, A. and Storey, C. (1998). "New Service Development: A Review of the Literature and Annotated Bibliography" *European Journal of Marketing*, 32 (3-4): 184-251.
- Jöreskog, K. G. (1989). *LISREL-7 user's reference guide*. Mooresville, IN: Scientific Software. Mooresville, IN: Scientific Software.

- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language. Chicago, IL, US; Hillsdale, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kandemir, O. (2012). “Dünyada ve Türkiye’de Bankacılığın Tarihsel Gelişimi” Bankacılık Giriş ve İlkeleri (Ed. F. Kaya). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karabıyık, EL. (2004). Küreselleşme Sürecinde Finansal Krizler ve Etkileri, Bursa: Marmara Kitabevi.
- Kaya, F. (2009). Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması, İstanbul: TBB Yayınları.
- Kaya, F. (2012). Bankacılık Giriş ve İlkeleri, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kesim, M. (2013). Yeni İletişim Teknolojileri, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kline, R. B. (1998). *Methodology in the social sciences. Principles and practice of structural equation modeling*. New York, NY, US: Guilford Press.
- Kline, R. B. (2005). *Methodology in the social sciences. Principles and practice of structural equation modeling* (2 b.). New York, NY, US: Guilford Press.
- Korkmaz, S. ve Gövdeli, YE. (2012). “Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi” Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, 15: 1-12.
- Kurnia, S., Peng, F. and Liu, YR. (2010). “Understanding the Adoption of Electronic Banking in China” Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, 1-10.
- Malone, T., Yates, J. ve Benjamin, R. (1989). “Electronic Markets and Electronic Hierarchies. Communications of the ACM, 30 (6): 484-497.
- MacCallum, R. C., Browne, W. M., & Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis and Determination of Sample Size for Covariance Structure Modeling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
- McCoach, B. D., & Kenny, D. A. (2003). Effect of the Number of Variables on Measures of Fit in Structural Equation Modeling. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 10(3), 333-351. doi:https://doi.org/10.1207/S15328007SEM1003_1
- McDonald, M. (2015). “What is a Digital Strategy?” <https://www.accenture.com/us-en/blogs/blogs-digital-what-is-digital-strategy> (15.05.2018).
- McDonald, R. P., & Ho, M. H. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological Methods*, 7, 64-82.

- McDonald, R. P., & Ho, M. R. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological Methods*, 7, 64-82.
- McIntosh, S. (2006). Further Analysis of the Returns to Academic and Vocational Qualifications. *Oxford bulletin of economics and statistics*(68), 225-251. doi:10.1111/j.1468-0084.2006.00160.x
- Mermod, AY. (2011). Finansal Küreselleşme Işığında Elektronik Bankacılık ve Riskler. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Mestçi, A. (2013). İnternette Reklamcılık, İstanbul: Pusula Yayıncılık.
- Mulaik, S. A., James, L. R., Van Alstine, J., Bennet, N., Linda, S., & Stilwell, C. D. (1989). Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models. *Psychological Bulletin*, 105, 430-445.
- Okumuş, A., Bozbay, Z. ve Dağlı, RM. (2010). “Banka Müşterilerinin internet Bankacılığına ilişkin Tutumlarının İncelenmesi” Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, 36: 89-111.
- Onay, C. ve Helvacıoğlu, AD. (2007). “Internet Banking in the EU Harmonization Process: The Case of Turkey” 7th Global Conference on Business & Economics, Roma, İtalya, 13-14 Ekim, 2007.
- Öcal, T. (1973). Türk Banka Sistemi. Ankara: Emel Matbaacılık.
- Özcan, Ö. (2007). “Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma” Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programları İle İstatistiksel Veri Analizi-2*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Parasız, İ. (2011). Türkiye’de ve dünyada bankacılık. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Prensky, M. (2011). “Digital Natives, Digital Immigrants” <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (16.05.2018).
- Rockoff, H. (1974). “The Free Banking Era: A Reexamination” *Journal of Money, Credit and Banking*, 6 (2): 141-167.
- Sarreal, R. (2017). “History of Online Banking: How Internet Banking Went Mainstream” <https://www.gobankingrates.com/banking/banks/history-online-banking/> (16.05.2018).
- Savaş, Ö., Molu, F., Atlı, M. ve Yazıcı, H. (2014). “Bankacılık Sektöründe Kullanıcı Deneyimi Araştırması: Dijital Şube, XTM” XVI. Akademik Bilişim Konferansı, Mersin: Mersin Üniversitesi.

- Selvi, G. (2010). “Türkiye Bankacılık Sektöründe Yabancı Sermaye Analizi ve Avrupa Birliği Ülkeleri Karşılaştırması” Doktora Tezi, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sengupta, J, Lam, K. and Desmet, D. (2015). “Digital Banking in Asia” <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Asia/Singapore/Our%20insights/Digital%20banking%20in%20Asia> (26.06.2018).
- Sevim, T. ve Ömür, G. (2015). “Customer Perspective in Use of Internet Banking” *The International Journal of Human, Community&Technology*, 1 (1): 1-8.
- Skinner, C. (2015). *Dijital Bankacılık*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri AŞ.
- Sullivan, R. and Wang, Z. (2013). *Internet Banking: An Exploration in Technology Diffusion and Impact*. Working paper. https://www.richmondfed.org/publications/research/working_papers/2013/pdf/wp13-10.pdf (15.05.2018).
- Sullivan, RJ. (2000). “How Has the Adoption of Internet Banking Affected Performance and Risk in Banks?” Federal Reserve Bank of Kansas City, pp.1-6.
- Şahin, YL. (2009). “Ağ Güvenliği” (Ed. A. Kuzu). *Bilgisayar Ağları ve İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Şendoğdu, AA. ve Sezgin, M. (2008). *Banka Hizmetleri Pazarlaması*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Shevlin, M., & Miles, J. V. (1998). Effects of sample size, model specification and factor loadings on the GFI in confirmatory factor analysis. *Personality and Individual Differences*, 25, 85-90. doi:doi:10.1016/S0191-8869(98)00055-5
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5. b.). New York: Allyn and Bacon.
- Takan, M. (2002). *Bankacılık: Teori, Uygulama ve Yönetim*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Takan, M. ve Acar-Boyacıoğlu, M. (2011). *Bankacılık: Teori, Uygulama ve Yönetim*, Ankara: Nobel Yayınları.
- TBB (Türkiye Bankalar Birliği), “Çağrı Merkezi İstatistikleri 2017” https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/840/Cagri_Merkezi_Istatistikleri-Eylul_2017.pdf (26.06.2018).
- TBB (Türkiye Bankalar Birliği), https://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/Dijital,_Internet_ve_Mobil_Bankacilik_Istatistikleri/3635 (26.06.2018)
- TBB. (2012). *Türkiye’de Bankacılık Sektörü Piyasa Yapısı, Firma Davranışları ve Rekabet Analizi*, Ankara: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.

- TBB. (2013). Bankalarımız 2012, Ankara: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- TETSİAD, (Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği) (2015). Brezilya Ülke Raporu. <http://www.tetsiad.org/files/raporlar/brezilya.pdf> (26.06.2018).
- Tiwari, R., Buse, S. and Herstatt, C. (2007). Mobile Services in Banking Sector: The Role of Innovative Business Solutions in Generating Competitive Advantage. Working Paper N.48, 2007
https://www.tuhh.de/tim/downloads/arbeitspapiere/Working_Paper_48.pdf (15.05.2018).
- Uzundağ, Ş. (2013). “Türkiye’de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi” Yüksek Lisans Tezi, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vyas, S. (2010). “Impact of E-Banking on Traditional Banking Services” <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1209/1209.2368.pdf> (16.05.2018).
- Wheaton, B. M. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. D. Heise içinde, *Sociological methodology* (s. 84-136). San Francisco: Jossey-Bass.
- Yağcılar, GG. (2011). Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi, Ankara: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu.
- Yavuzcan, N. (2014). “Türkiye’de Şubesiz Bankacılığın Gelişimi ve Müşterilerin Bakış Açısı” Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı.
- Yengin, D. (2012). “Sosyal İletişim Aracı Olarak Akıllı Telefonların Oluşturduğu Uygulama Toplumu Olgusu: WhatsApp Uygulaması” (Ed. T. Kara ve E. Özgen), İstanbul: Sosyal Medya Akademi.
- Yıldırım, O. (2014). Türk Bankacılık Sistemi, İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, S. (2007). “Hukuki Açıdan İnternet Bankacılığı” Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı.
- Yurttadur, M. ve Süzen, E. (2016). “Türkiye’de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama” Tüketici ve Tüketim araştırmaları Dergisi, 8 (1): 93-120.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ÖZTÜRK, Sultan Gözde
 Uyuğu : T.C.
 Doğum tarihi ve yeri : 28.07.1986, Ankara
 Medeni hali : Evli
 Telefon : 0 (544) 435 81 58
 Faks : 0 (312) 455 62 07
 e-mail : sgozdeozdemir@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi / Yönetim Bilişim Sistemleri ABD	2019
Lisans	Ankara Üniversitesi / Ç.E.E.İ	2009
Lise	Nermin Mehmet Çekiç Anadolu	2004

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2013-Halen	T.Garanti Bankası	Bölge Müdürü Asistanı
2012-2013	Rönesans İnşaat	Yönetim Kurulu Bşk. Asistanı
2010- 2012	Cengiz İnşaat	Yönetim Kurulu Bşk. Asistanı

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

ÖZTÜRK, SG ve ASAL, Ö. (2019) “Yeni Nesil Bankacılık Sistemlerinde Etki Analizi”
 İKSAD Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Özet Kitabı : 168

Hobiler

Dalış



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..