

TÜRKİYE'DE İSLAMİ FİNANSTA DİJİTAL BANKACILIK ANLAYIŞI

Dr. Öğr. Üyesi Güven GÜNEY¹

ÖZET

Bu alıŐma Türkiye'de İslami finasta dijitalleşme olgusunu incelemektedir. İslami finans denildiğinde ilk akla gelen katılım bankalarıdır. Katılım bankalarının çağın gereklerine uygun, müşteri taleplerine cevap veren hizmetleri sunabilmeleri için dijital yeniliklere adapte olmaları gerekmektedir. Bu çerçevede Türkiye'de katılım bankalarının 2020 birinci dönem ve 2023 ikinci dönem aralığındaki dijitalleşme verileri esas alınarak tanımlayıcı istatistiki metoda dayalı analizler yapılmıştır. Bulgular özellikle Covid-19 pandemisinin etkisiyle birlikte katılım bankalarında dijital hizmetlerin arttığını göstermektedir. Örneğın, dijital bankacılıktaki aktif müşteri sayısı bireysel kullanıcı bakımından iki kata yakın, kurumsal kullanıcı sayısı açısından ise iki kattan daha fazla artmıştır. Türkiye'de katılım bankacılığının gittikçe daha köklü hale gelmesi önemli bir fırsat olup dijitalleŐmede yetkinliğın artırılmasıyla katılım bankalarının sektörde daha fazla söz hakkına sahip olacağı düşünülebilir.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, İslami Finans, Katılım Bankacılığ.

DIGITAL BANKING APPROACH IN ISLAMIC FINANCE IN TURKEY

Güven GÜNEY

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of digitalization in Islamic finance in Turkey. When it comes to Islamic finance, the first thing that comes to mind is participation banks. Participation banks need to adapt to digital innovations in order to provide services that meet the requirements of the age and respond to customer demands. In this framework, analyzes based on descriptive statistical methods were made based on the digitalization data of participation banks in Turkey between the first period of 2020 and the second period of 2023. The findings show that digital services have increased in participation banks, especially with the effect of the Covid-19 pandemic. For example, the number of active customers in digital banking has almost doubled in terms of individual users and more than doubled in terms of corporate users. The fact that participation banking in Turkey is becoming more and more rooted is an important opportunity, and it can be thought that participation banks will have a greater say in the sector by increasing the competence in digitalization.

Keywords: Digitalization, Islamic Finance, Participation Banking.

¹ Atatürk Ün., ORCID ID: 0000-0001-8324-2870, ggüney@atauni.edu.tr

Araştırma Makalesi/Research Article, GeliŐ Tarihi/Received: 01/09/2023–Kabul Tarihi/Accepted: 13/10/2023

GİRİŞ

Üretim süreci doğal kaynaklar, emek, sermaye ve girişimcilik faaliyetlerinin yanında önemli bir girdi olan bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Bilgi üretim sürecinin vazgeçilmez unsurudur. Teknolojiye dayalı bilgi üretme süreci özellikle internet ve mobil teknolojilerin gelişimi ile daha yaygın hale gelmiştir. Günümüzde neredeyse tüm dünyanın olmazsa olmazı dijitalleşme olmuştur.

Yeni çağın en popüler olgusu olarak kabul edilen dijitalleşme bir ve sıfır dizilerini kullanarak dünyayı oluşturan madde, enerji ve bilgiyi işleme, depolama ve iletme sürecini ifade etmektedir (Lyytinen vd., 2016:49). Dijitalleşme ya da sayısallaştırmanın tanımı teknik olarak bir veriyi dönüştürme, üretme, depolama veya işleme sürecini açıklamaya yönelik bir eğilim olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, dijitalleşme esas olarak sosyo-teknik bir fenomen olup dijital teknolojilerin kullanımı ve bunların toplumlar, işletmeler ve kişisel yaşamlar üzerindeki etkisi olarak adlandırılmalıdır (Frenzel, vd., 2021:7). Ekonomilerde dijitalleşmenin üretkenlik ve iş yaratma açısından sahip olduğu etki neredeyse tüm sektörlerde hissedilmektedir. Sektördeki firmaların iş, pazara açılma, üretim ve operasyonel uygulamalarında dijitalleşme stratejik öneme sahip olup, hızlandırıcı etki görmektedir (Sabbagh vd., 2013:37). Dijital dönüşümün en fazla göze çarptığı sektörlerden biri de finans sektörü ve özelde bankacılık alanıdır.

Bankacılık sektörü, dünya çapında modern toplumların günlük yaşamında kilit rol oynamaya devam etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişimi, pek çok sektörde manuel faaliyetlerden otomatik faaliyetlere ve çevrimdışı işlemlerden çevrimiçi işlemlere dönüşe neden olmuştur. Bunun finans sektörü üzerinde etkisi de oldukça fazladır. 1946 yılında ilk banka kartı, 1967 yılında ilk otomatik vezne makinesi (ATM), 1983 yılında ilk internet bankacılığı servisleri, 1996 yılında ilk internete özel banka, 1998 yılında ilk PayPal, 1999 yılında kısa mesaj ile ilk mobil bankacılık, 2009 yılında Bitcoin'in tanıtılması ve 2020 yılından sonra 1.9 milyar online bankacılık kullanıcısının varlığı dijitalleşmenin sektör üzerindeki hakimiyetini göstermektedir.

İnternet, akıllı telefonlar, yapay zekâ, blockchain, bulut bilgi işlemi gibi yeni teknolojilerin ortaya çıkışı, dijital bankacılığın büyümesine katkıda bulunmuştur. Geniş anlamda dijital bankacılık, etkili, hızlı ve kullanıcı dostu bankacılık işlemlerini mümkün kılan gelişen teknoloji trendlerini ifade etmektedir. Dijital bankacılığın varlığını tetikleyen ana faktörler internet ve akıllı telefonlar olmuştur. Aslında dijital bankacılık anlayışı ile bankalar, tüm geleneksel işlemleri ve hizmetleri bir uygulamada dijitalleştirdiği, bankacılık oluşturma olgusuyla bir tür yanıt vermektedir. Genel olarak dijital bankacılık geleneksel bankacılığa benzer hizmetler sunmaktadır. Tüm bankacılık hizmetlerinin bir akıllı telefon bankacılığı uygulaması üzerinden bireysel olarak ele alınmasını kapsamaktadır (Indriasari vd., 2022:98; Türkiye Katılım Bankaları Birliği-TKBB, 2021(a):12; Riza, 2019:67). Öte yandan dijital bankacılık hizmetlerinin birçok avantajı bulunmaktadır. Örneğin, eskiden para göndermek gibi bir işlem yapmak için müşterilerin en yakın bankaya giderek bazı form ve çeşitli belgeleri eklemeleri gerekmektedir. Bu da uzun müşteri kuyrukları ve daha fazla zaman kaybı anlamına gelmekteydi.

Şimdilerde ise dijital bankacılık ile müşterilerin bakiye sorgulama, havale yapma, ödeme yapma gibi farklı bankacılık işlemlerini yapabilmeleri için sunulmuş pek çok özellik bulunmaktadır. Artık bankaya gitmek için harcanan zaman yerine müşteri hareketliliği ve faaliyetleri daha sürdürülebilir durumdadır.

Müşteriler, finansal hizmetleri bankaya gitmek yerine kendi başlarına almak için dijital bankacılığı kullanmaktadırlar. Dijital bankacılık ile bir bankanın müşteriler, çalışanlar ve tedarikçiler dahil olmak üzere tüm paydaşlarıyla olan bağlantısı hızla artmaktadır. Ek olarak bankacılık prosedürlerini kolaylaştıran ürün ve hizmetler aracılığıyla yeniliklerin oluşması fırsatı doğmaktadır Böylece bankacılık hizmetleri daha verimli ve rekabetçi hale gelmektedir (Nugroho ve Nugraha, 2020:1-2; Anggraeni vd., 2021:193-194).

Bankalara düşen görev bu yeni teknoloji çağında hayatta kalabilmek için dijital olarak ustalaşmaktır. Yeni ortamlara yanıt vermemek ve uyum sağlamamak kesin olarak büyük kayıplara ve başarısızlıklara neden olmaktadır. Kurumlar ancak tam olarak hayata geçirilmiş özellikli dijital bankacılık hizmetleri sunarak müşteri memnuniyetini artırabilir. Bu aynı zamanda diğer iş hedeflerine ulaşmalarına ve müşteri memnuniyetini-sadakatini artırmalarına yardımcı olabilir. Öte yandan dijitalleşme yalnızca bankaların tüketicilerini memnun etmelerini ve müşterilerini elde tutmalarını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda maliyetleri düşürmeye ve dolayısıyla büyümeyi hızlandırmaya da destek olmaktadır (Siska, 2022: 124-125). Özellikle Covid-19 salgını krizi sonrasında ekonomik ve finansal dengesizlikler yaşayan bankacılık sektörünün hızlı ve yeterli bir toparlanma sürecine girme ihtiyacı, süreçlerin basitleştirilmesi ve teknolojinin farklı çözümlerle kullanılmasıyla elde edilebileceğini göstermiştir. Covid-19 salgınının ilk aşamalarında birçok ülkedeki sokağa çıkma kısıtlamaları, bankacılık işlemlerini yürütmek için potansiyel bir çözüm olarak dijital bankacılığın kullanımını artırmıştır. Analogdan dijitalleşme fikri pandemi döneminde zorunluluklar sebebiyle zirve yapmıştır (Baskerville vd., 2020:342).

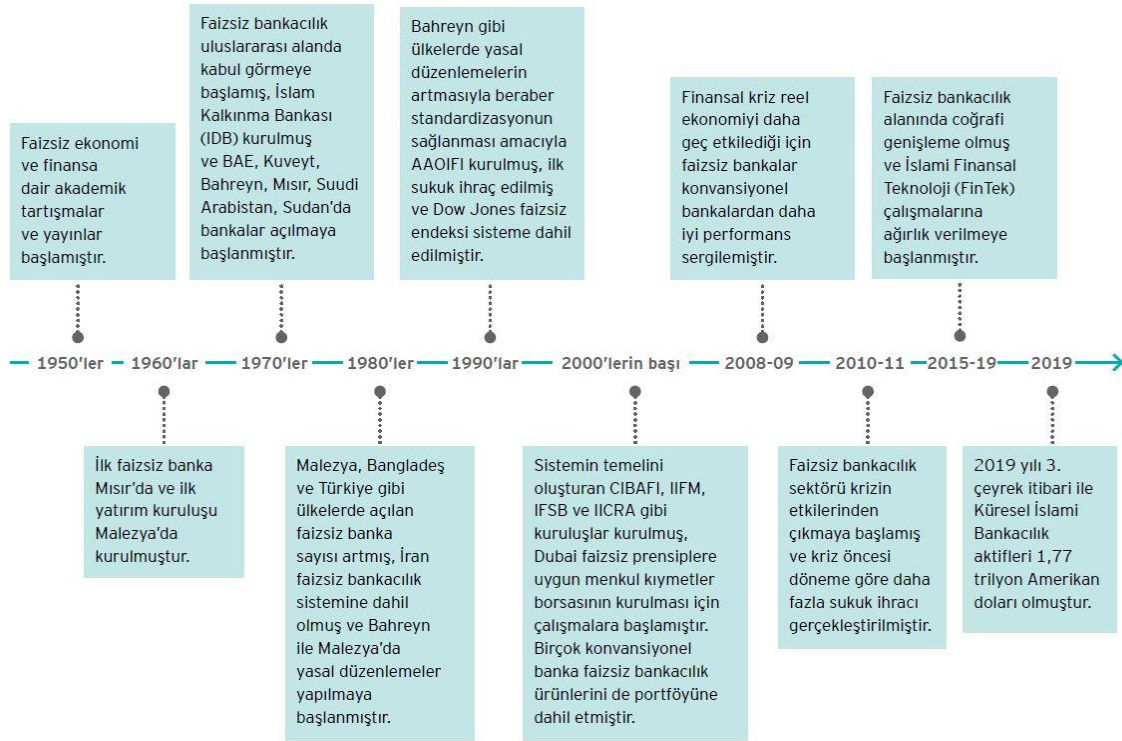
İslami finans ile bankacılık kesimine bir canlılık, renk ve zenginliğin yanında simgesel ve niteliksel seçenek sunulmuştur (Kalaycı, 2013:52). Diğer birçok işletmeye benzer şekilde, İslami finans sektörü de artan beklentiler, değişen müşteri davranışları, yeni teknolojinin benimsenmesi, toplumun ve iş dünyasının dijitalleşmesinin bir sonucu olarak gelişmektedir. İslami finans sektörünün hızlı gelişimi, şirketin pazar payını artırmak için rekabet avantajı oluşturma becerisini zorunlu kılmaktadır. Bu noktada İslami bankacılığın başarılarından biri de dijitalleşme teknolojisinin kullanılmasıdır (Saba vd., 2019). İslami finansta dijitalleşmenin benimsenme derecesinin tespiti kurumların bu yeni teknolojiye adapte olup olmadığı ile ilgili önemli fikirler vermektedir. Buradan hareketle çalışmada nitel gözleme dayalı olarak bir literatür araştırması mantığı ile kayıt, rapor vb. kaynaklardan elde edilen bilgilerle Türkiye için bir durum analizi tespiti yapılmıştır.

İSLAMİ FİNANSIN BANKACILIKTA DİJİTAL GÖRÜNÜMÜ

İslami finans denildiğinde sektörde en önemli yer tutan aktör, İslami bankalardır. İslami ticari anlayışın temel ilkelerini kullanan ve katılım bankaları olarak bilinen bu bankalar geleneksel muadillerinden farklı olarak, müşterileriyle kâr ve zararı paylaşan, faizsiz işlem sunan hem kamuya hem de bankaya fayda sağlayan ortaklık ve karşılıklı yarar ilkeleri ile karakterize edilen bir sistemdir. Bilindiği gibi bu sistem finansal işlemlerde her türlü spekülasyonun ortadan kaldırılmasına, işlem adaleti ile bağlantılı faktörlere öncelik vermektedir (Banna, 2022:313).

İslami bankacılığın ortaya çıkışı, Müslüman nüfusun yoğun yaşadığı ülkelerde konvansiyonel bankacılığın faize dayalı yapısının 1950'li yıllardan sonra sorgulanması ile başlamıştır. 1970'li yıllarda İslami bankacılık yapısına yönelik ilk atılımların gerçekleşmesiyle geleneksel bankalara karşı önemli bir alternatif oluşturulmuştur. 1990'lı yıllarda ise İslami bankacılık artık uluslararası bankalar tarafından da ilgi görmeye başlamıştır. Sektörün tam olarak ivme kazanması ise 2000 yılından sonra olmuştur. Geçmişten günümüze İslami bankacılık hizmetleri pek çok ülkede ve coğrafyada genişlemeye devam etmiştir (TKBB, 2021b:10) Şekil 1 yardımıyla küresel düzeyde İslami bankacılığın gelişim süreci görülmektedir. Dijital İslami bankacılığın 2015'ten sonra hareketlendiğini söylemek mümkündür.

Şekil 1: Küresel Düzeyde İslami Bankacılığın Gelişim Süreci



Kaynak: TKBB, 2021b:1

Geçtiğimiz süre zarfında küresel düzeyde İslami finansın gelişimi hakkında veriye dayalı bilgilere Küresel İslam Ekonomisi Göstergesi (The Global Islamic Economy Indicator-GIEI) ile erişilebilmektedir. GIEI, daha geniş sosyal yükümlülükler doğrultusunda bölümlerinin performansını değerlendirerek İslami ekonomik sektörlerin genel gelişimini ölçen bileşik ağırlıklı bir endekstir. İslami ekonominin yedi sektörünün (İslami finans, helal gıda, Müslüman dostu seyahat, mütevazı moda, medya/rekreasyon, helal ilaç/kozmetik) her biri için dört bileşen halinde düzenlenmiş 49 ölçütten oluşmaktadır. Şekil 2 yardımıyla GIEI genel endeksi ve alt kategorilerde ülke performansları görülmektedir. GIEI 2020-2021 sıralamasına göre küresel helal ekonomide ilk sırada Malezya yer almaktadır. Malezya aynı zamanda İslami finans bileşeni için de ilk sırada bulunmaktadır. Türkiye genel endeks puanı sıralamasında 12. sırada yer alırken, İslami finans kategorisinde ilk 10 ülke içine girememiştir (DinarStandard, 2020:14).

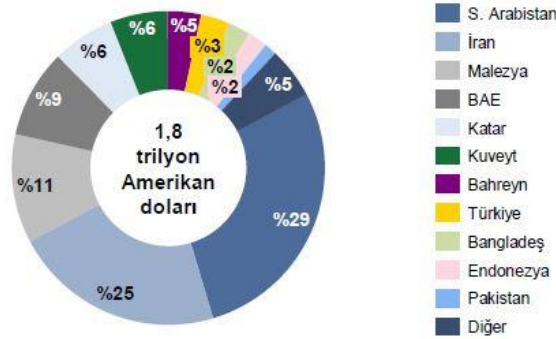
Şekil 2: Küresel İslam Ekonomisi



Kaynak: DinarStandard, 2020:15

Şekil 3'te 2020 yılında İslami bankacılık aktif büyüklüğünün 1,8 milyon dolar olduğu görülmektedir. 2021'de ise 3,9 trilyon dolar varlığa sahip bulunan İslami finans sektörünün 2026'da 5,9 trilyon dolara ulaşacağı beklenilmektedir (Çmar, 2023: 15).

Şekil 3: Ülkeler İçin Global İslami Bankacılık Aktiflerinin Dağılımı 2020



Kaynak: TKBB, 2021(a):26

Dijitalleşme faizsiz finans sisteminde gelişimi yönlendiren temel unsurlardan biridir. Genel olarak bankacılık sektörü ve özde katılım bankacılığında dijitalleşmenin yol haritası için öne çıkan başlıklar şöyle sıralanabilir (TKBB, 2021(c):24);

- **Gelişmiş müşteri deneyimi:** Yeni kuşaklar bankacılık hizmetlerinde dijital platformları kullanma eğilimindedir. Bu müşteri kitlesine ulaşmak için dijital olarak güçlü hizmetlerin sunulması katılım bankalarının pazardaki payını artıracaktır. Kurumlar bu alanlarda faaliyetlerini arttırarak genç nesilde finansal okuryazarlığı geliştirecek, öte yandan müşteri etkileşim kanallarını genişleterek yeni müşteri edinebilecektir.
- **Operasyonel verimlilik:** Müşterilerin hızlı ve pratik şekilde işlemlerini gerçekleştirme arzusu katılım bankalarında uçtan uca dijital ilerleyen süreçleri gerektirmektedir. Katılım bankalarının dijitalleşme çalışmaları müşterinin şubeye gitmeden mobil uygulama ile kendi kendine işlemlerini gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Örneğin, ATM'lere bağımlılığın azaltılması gibi.
- **Yeni nesil teknolojiler:** Yapay zekâ, chatbotlar ve robo-danışmanlar ile müşterinin bankacılık deneyimini kolaylaştırma, dolandırıcılık tespiti, müşteri ihtiyaçlarına hitap eden ürün ve kampanyaların belirlenmesi, bankacılık geçmişi olmayan müşterilerin tanınmasını sağlayacak algoritmaların geliştirilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca blokzinciri teknolojisi, veri analitiği ve büyük veri, bulut tabanlı sistemlerde kullanılmaktadır.
- **Sürdürülebilir finans ve dijitalleşme:** Sürdürülebilirlik ile ulaşılmak istenilen hedefler finansal araçlar hem de bankacılık operasyonları ile çevreye duyarlı dönüşüm gerçekleştirmektir. Dijital araçların kullanılması, evrak işleri ve uzun süreçleri kısaltmakta sürdürülebilirlik ve yeşil dijital dönüşümü sağlamaktadır.

- **Finansal olanaklara erişim:** Eğitim yetersizliği, coğrafi zorluklar, geçerli kimliğin ve kredi geçmişinin bulunmaması banka hizmetlerini engellemektedir. İnovatif teknoloji kullanımı, e-bankacılık ve mobil uygulamaları bu engellerin düşük maliyetlerle aşılmasına katkı sunmaktadır.
- **Açık bankacılık uygulamaları:** Müşterilerin onayı dahilinde finansal verilerinin üçüncü parti kuruluşlarla paylaşıldığı bir hizmet modeli ile ve temassız ödeme çözümleri sunulmaktadır. Örneğin; Fonların Anlık ve Sürekli Transferi (FAST) ödeme sistemi.
- **Fintek ekosistemi:** Fintek şirketleri, platformlar ya da mobil uygulamalar ile uygun maliyetlerle yenilikçi hizmetler sunmayı hedefleyen teknoloji firmalarıdır. İslami finansal ürünün dijital teslimi, yapay zekâ ve blokzinciri gibi yükselen teknolojilerin İslami finasta uygulanması fintek ekosistemi içinde sayılmaktadır (TKBB, 2021(a):29-42).

Yukarıda sıralanan unsurların yanı sıra katılım bankacılığının dijital uyumu için müşteri tipi dikkate alınmalıdır. Katılım bankalarındaki dijital bankacılık uygulamalarında bireysel ve kurumsal müşteriler için ayrı ayrı uygulamalar geliştirilmelidir. Yine dijital seçenekler katılım bankalarında internet bankacılığı ve mobil bankacılık özelinde ayrı planlamalıdır. Ek olarak bankacılıktan beklenen ana hizmetler TKBB'nin verileri ve işlemler göz önüne bulundurulularak, e-bankacılıkta para transferi işlemleri, ödeme işlemleri, yatırım işlemleri, kredi kartı işlemleri, finansal olmayan işlemler gibi hizmetler İslami finans esaslarına uygun tasarlanmalıdır (Yıldırım ve Yıldırım, 2022:80).

TÜRKİYE'DE İSLAMİ FİNANS VE DİJİTAL BANKACILIK

Türkiye'de İslami Finans alanındaki ilk uygulamalara 1980'li yıllarda rastlanmaktadır. Bakanlar Kurulu kararı ile ilk aşamada Özel Finans Kurumu adıyla açılan kurumlar, 2005 yılında yapılan değişiklik ile katılım bankası adı ile anılmaya başlamış ve yatırım-mevduat bankaları ile aynı konuma getirilmiştir. Albaraka Türk Finans Kurumu A.Ş. ve Faisal Finans Kurumu A.Ş. İslami bankacılık temeline dayalı olarak 1985 yılında kurulan ilk kurumlardır (Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi-SERPAM, 2013:6-7). Günümüzde TKBB (2021) verilerine göre katılım bankası olarak Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş., Türkiye Emlak Katılım Bankası A.Ş., Hayat Finans Katılım Bankası A.Ş., Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş., T.O.M. Katılım Bankası A.Ş., Türkiye Finans Katılım Bankası A.Ş., Vakıf Katılım Bankası A.Ş., Ziraat Katılım Bankası A.Ş. bulunmaktadır (TKBB, 2023). 2022 yılında aktif katılım bankası sayısı 6, yurtiçi şube sayısı 1.398, ATM sayısı 2.334 ve toplam personel sayısı 18.413'tür. Öz kaynak büyüme oranı %56,6 aktif karlılık büyüme oranı ise 3,9'dur (Islamic Financial Services Board-IFSB, 2023).

Katılım bankacılığı alanına yeni aktörlerin dahil olması sektör içindeki mevcut bankalar arasında rekabet şartlarının ciddi derecede etkileyebileceği öngörülmektedir (Ünlü ve Yıldız, 2021:101). Türkiye'de katılım bankacılığı sektörünün temel vizyonunda sektörün pazar payının dünya standartlarına uygun finansal ürün ve hizmetler sunarak 2025 yılında %15'e ulaşmasını sağlamak yer almaktadır (TKBB, 2021(b):30). Dünya standartlarına uygun bankacılık anlayışında kilit kavram dijital uyumdur.

Tablo 1’de görüldüğü gibi bugün için Türkiye’de 2023 yılının ikinci dönemi itibariyle dijital katılım bankacılığı aktif kullanıcısı sayısı bireysel kategoride 4.347.077 iken kurumsal bazda 675.721’dir. Her iki kategoride dijital katılım bankacılığı kullanıcı sayısı artma eğiliminde olup 2020 yılının birinci döneminden 2023 yılının ikinci dönemi kadar aktif kullanıcı sayısı bireysel kategoride 1,84 kat kurumsal kategoride ise kat 2,28 artmıştır.

Tablo 1: Dijital Katılım Bankacılığında Müşteri Segmentlerine Göre Aktif Kullanıcı Sayısı

Dönem	Bireysel	Kurumsal
2020 1.Dönem	2.354.344	295.301
2020 2. Dönem	2.618.299	300.141
2020 3. Dönem	2.789.919	314.628
2020 4. Dönem	2.962.874	334.136
2021 1.Dönem	3.050.140	471.344
2021 2. Dönem	3.180.877	370.744
2021 3. Dönem	3.113.732	496.444
2021 4. Dönem	3.510.559	532.604
2022 1.Dönem	3.630.139	561.895
2022 2. Dönem	3.831.115	586.672
2022 3. Dönem	3.961.098	581.500
2022 4. Dönem	4.122.658	626.927
2023 1.Dönem	4.183.289	664.264
2023 2. Dönem	4.347.077	675.721

Kaynak: TKBB Veri Peteği istatistikleri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

İl bazlı aktif dijital bankacılık müşteri sayısı incelendiğinde ise Tablo 2’deki gibi hem 2020 birinci dönem hem de 2023 ikinci dönemde ilk sırada İstanbul’un yer aldığı gözlemlenmektedir. İstanbul’da 2020 yılının birinci döneminde 1.021.442 aktif dijital bankacılık müşterisi varken bu rakam 2023 ikinci döneminde 1.853.689 olmuştur. İstanbul’un hem nüfus yoğunluğu hem de finans merkezi statüsü bu duruma etken olarak kabul edilebilir. İkinci sırada Ankara ve üçüncü sırada ise Bursa aktif dijital müşteri sayısı en fazla olan illerdir. Aktif dijital bankacılık müşteri sayısı en az olan il ise Ardahan olup 2020 birinci döneminde 329 olan rakam 2023 yılının ikinci döneminde 694 olarak belirlenmiştir. Tablo 2’de ayrıca aktif dijital bankacılık müşteri sayısına göre ilk on il görülmektedir. İllerin sıralamasının her iki dönemde büyük ölçüde benzer olduğu 2020 yılının birinci döneminde onuncu sırada Diyarbakır varken 2023 yılının ikinci döneminde Diyarbakır’ın listeye giremediği ve yerini Adana’nın aldığı görülmektedir.

Tablo 2: İl Bazlı Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayısı

Sıralama	İller	2020 1. Dönem	İller	2023 2. Dönem
1	İstanbul	1.012.422	İstanbul	1.853.689
2	Ankara	184.385	Ankara	334.988
3	Bursa	113.237	Bursa	228.672
4	Konya	110.879	Konya	225.440
5	Kocaeli	79.880	Kocaeli	145.876
6	İzmir	66.654	İzmir	125.750
7	Gaziantep	56.747	Gaziantep	115.652
8	Kayseri	54.818	Kayseri	108.464
9	Antalya	49.346	Antalya	105.330
10	Diyarbakır	44.288	Adana	86.431

Kaynak: TKBB Veri Peteği istatistikleri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Dijital bankacılık verileri arasında önemli bir yer tutan bir başka gösterge ise dijital bankacılığı aktif olarak kullanan müşterilerin hangi kanalı daha fazla tercih ettiğidir. Tablo 3'te aktif dijital bankacılık müşterisi olup sadece internet bankacılığı kullananlar, sadece mobil bankacılığı kullananlar ve hem internet hem mobil bankacılığı kullananların sayısı görülmektedir. Rakamlar incelendiğinde sadece mobil bankacılığı kullananların aktif dijital müşteri sayısının tüm kategoriler arasında en yüksek olduğu görülmektedir. Kategoriler arasında sadece internet bankacılığı kullananların sayısı en azdır. Dönem bazlı incelendiğinde sadece internet bankacılığı kullananların sayısının gittikçe azaldığı sadece mobil bankacılığı kullananların sayısının ise dönemler itibarıyla gittikçe arttığı görülmektedir. Sadece mobil bankacılığı kullananlar 2020 yılının birinci döneminde 2.100.062 iken 2023 yılının ikinci döneminde 4.463.364 olmuştur. Yani iki dönem arasında kullanıcı sayısı 2,12 kat artmıştır. Burada cep telefonu kullanımının yaygınlaşması önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

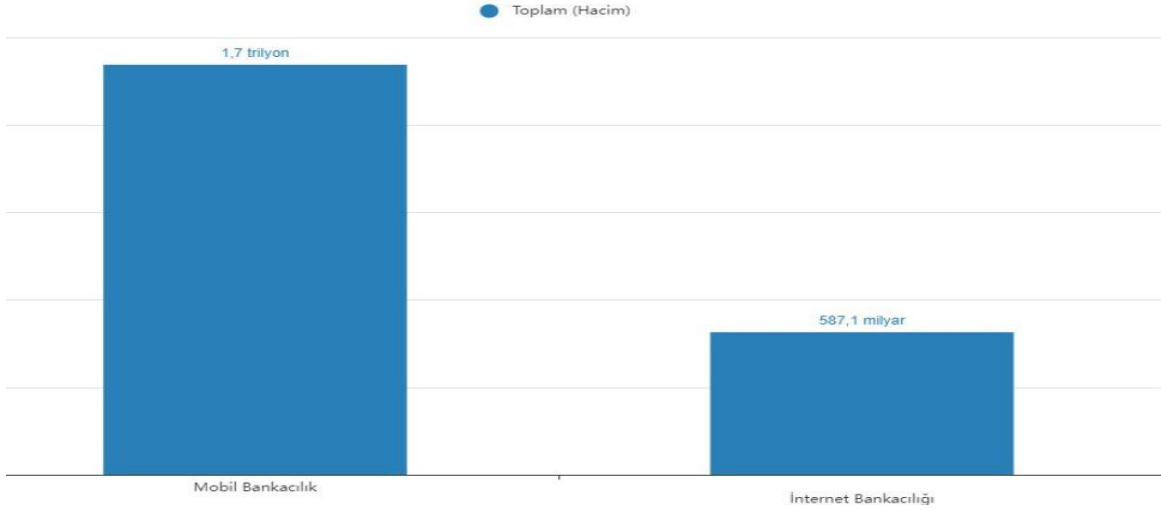
Tablo 3: Kullanıma Göre Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayısı

Dönem	Sadece İnternet Bankacılığı Kullananlar	Sadece Mobil Bankacılığı Kullananlar	Hem İnternet Hem Mobil Bankacılık
2020 1.Dönem	242.370	2.100.062	307.213
2020 2. Dönem	252.820	2.374.327	291.293
2020 3. Dönem	246.272	2.550.230	308.045
2020 4. Dönem	242.949	2.759.447	294.614
2021 1.Dönem	235.786	2.956.957	328.741
2021 2. Dönem	225.611	3.004.733	321.277
2021 3. Dönem	216.076	3.107.272	286.828
2021 4. Dönem	221.717	3.474.309	347.137
2022 1.Dönem	223.645	3.625.143	343.246
2022 2. Dönem	211.893	3.872.054	333.840
2022 3. Dönem	203.677	4.020.371	318.550
2022 4. Dönem	200.400	4.226.099	369.121
2023 1.Dönem	201.977	4.282.067	363.509
2023 2. Dönem	199.040	4.463.364	360.394

Kaynak: TKBB Veri Peteği istatistikleri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Mobil bankacılık kullanımının daha fazla tercih edildiğini gösteren bir diğer parametre Şekil 4'te görüldüğü gibi dijital bankacılıkta işlem hacimlerinin kanallarına göre dağılımıdır. 2023 yılı ikinci dönem verilerine göre mobil bankacılık ile yapılan işlemlerin hacmi 1.7 trilyon TL iken internet bankacılığı ile yapılan işlem hacmi 587.1 milyar TL'dir.

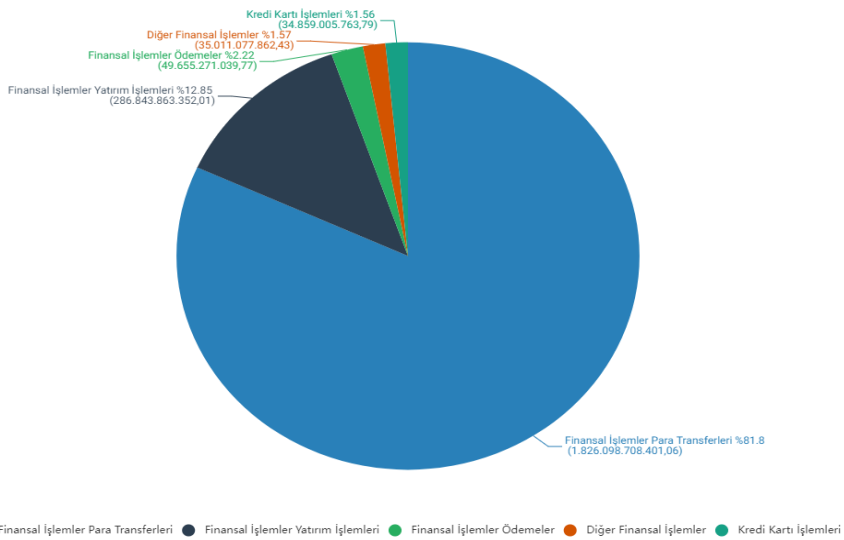
Şekil 4: Dijital Bankacılık Kanallarına Göre İşlem Hacmi 2023 İkinci Dönem



Kaynak: TKBB Veri Peteg'i

Şekil 5 ile dijital bankacılık ile yapılan işlemlerin hangileri arasında, nasıl dağıldığı görülmektedir. 2023 yılının ikinci dönemi itibariyle dijital bankacılık işlemlerinin %81,8 ile en büyük kısmını finansal işlemler kategorisinden para transferleri oluşturmaktadır. İkinci en çok yapılan işlem ise %12,85 oranı ile yine finansal işlemlerden yatırım işlemleridir. Üçüncü sırada finansal işlemler ödemeler %2,22'lik paya sahiptir. Diğer finansal işlemler %1,57 ve kredi kartı işlemleri %1,56 ile son sıralarda yer alan işlem türleridir.

Şekil 5: Dijital Bankacılıkta İşlem Hacimlerinin Dağılımı 2023 İkinci Dönem



Kaynak: TKBB Veri Peteg'i

Türkiye’de katılım bankacılığı 5 milyon aktif dijital müşteri, 2,2 trilyon TL’lik işlem hacmi ve 118,4 milyon işlem adedi ile dijitalleşmeye ayak uyduran bir sektör imajı çizmektedir.

TKBB raporunda katılım bankacılığının önündeki fırsatlar sıralanırken;

- Dini hassasiyetleri olan ve faize dayalı finans faaliyetlerinden kaçınan müşterilerin varlığı,
- Coğrafi konumu ile Türkiye’nin Londra ve Körfez Ülkeleri gibi katılım bankacılığının önemli merkezleri yakın olması,
- Ortak POS, ATM ve kart sistemlerinde işbirliğinin artması,
- Kamu bankalarının bir kısmının katılım bankacılığına yönelmesi ile sektöre sermayenin girmesi,
- Faizsiz anlayışa dayalı bankacılık dışındaki sektörlerin büyüme potansiyelinin bulunması,
- Dijitalleşmenin sektörde büyük önem kazanması sayılmaktadır.

Öte yandan piyasaya giren çeşitli FinTeklerin bazı bankacılık alanlarında geleneksel bankalar kadar katılım bankalarına da tehdit oluşturması, katılım bankalarında müşteri deneyimi ve dijitalleşme konularında yeni trendlerin takip edilememesi önemli birer tehdit olarak kabul edilmektedir (TKBB 2021(b):63). Özetlemek gerekirse katılım bankacılığı alanında Türkiye’de bilinirliğin artma eğiliminde olduğu düşünülmektedir. Küresel şartlarda rekabet edecek bir katılım bankacılığı için sektörün potansiyelini öne çıkaracak teknolojik hamlelere ve uygun politika dizaynına ihtiyaç duyulmaktadır.

SONUÇ

Ülke ekonomilerinde bankacılık sektörü hem bir kalkınma aracı hem de bir değişim mekanizması olarak görülmektedir. Bankaların temel görevi fon toplama ve bu fonları dağıtma olarak kabul edilse de reel sektör büyümesi için yatırımları önemli derecede teşvik etmektedir. Bankalar en bilinen türü ile yalnız konvansiyonel bankacılıktan ibaret değildir. İslam inancına mensup kişilerin ihtiyaçlarını karşılama güdüsüyle yola çıkan katılım bankaları günümüzde bankacılık sektöründe sağlam bir yere sahiptir. Bu iki bankacılık tipi uygulama esasları bakımından farklılık sergiliyor olsa da her bankanın ortak gayesi değişen tüketici davranışlarına uygun hizmet sunmaktır.

Günümüzün en önemli değişimini internet ile ilgili konular kapsamaktadır. İnternet erişiminin diğer insani ihtiyaçlar kadar önemli hale gelmesi bilgiye ulaşımında, iş ve finansal işlemlerde insan davranışlarında değişikliğe neden olmuştur. Özellikle büyük şehirlerde kamu tüketimlerinde, ticari hareketlerde zaman ve mekândan bağımsız çevrimiçi uygulamalarla işlemler yürütülmektedir. Fiziksel satış noktalarına bağlılık oldukça azalmıştır.

Bankacılık sektöründeki bu kaçınılmaz dijitalleşme rüzgarı en önemli uyarıcı konumundadır. Katılım bankalarının da başarısı için bu yeni hizmet yapısına adapte edilmiş ürün ve süreçler sunması gerekmektedir.

Ülkelerde dijital bankacılık özelde ise katılım bankacılığının dijital gelişimi için yaygın ve kapsamlı bir internet alt yapısına ihtiyaç duyulmaktadır. Katılım bankalarında, dijital bankacılık kullanımını artırmak için daha kolay, ulaşılabilir ve anlaşılabilir tasarım ve uygulamalar geliştirilmesi gerekmektedir. Aslında insanlar genel olarak dijital kolaylıklara olumlu tutum beslemektedirler. Fakat müşteride kafa karışıklığına sebep olan, çok aşamalı işlem gerektiren uygulamalar caydırıcı etki yapmaktadır. Ek olarak karmaşık uygulama, süreç ya da hizmetler bankalara maliyet avantajı getirmek yerine ilave yük oluşturabilir. Katılım bankalarının kolay bankacılık sloganıyla hareket etmeleri dijital aktif bankacılık kullanan müşteri sayısını artırmada etkili olacaktır. Yine bu noktada müşterinin dijital işlemlerinde yardım ve cevap verme ihtiyaçlarını giderecek sistemlerin etkin kullanımı sağlanmalıdır.

Bir diğer önemli husus pratik hale getirilen hizmetler için yeterli güvenlik bariyerlerinin oluşturulmasıdır. Tüketicilerin siber güvensizlik algısına kapılmadan, dolandırıcılığa maruz olmadan, kendilerini şubede işlem yapma emniyetindeymiş gibi hissederek hizmet satın almalarına özen gösterilmelidir. Ayrıca dijital işlemlerde tüketiciyi mevzuatlarla koruyacak yasal düzenlemeye ihtiyaç duyulmaktadır. İnternet üzerinden yapılan işlemlerde denetim azlığı maalesef önemli bir dezavantajdır. Tüm bu öneriler çerçevesinde Türkiye gibi Müslüman nüfus yoğunluğu fazla fakat dini inançları sebebi ile bankacılık sektörü dışında kalan müşteri sektöre kazandırılarak ekonomik fayda artırılabilir. Unutulmamalıdır ki katılım bankalarının esas amacı paradan para kazanmak değil, riski paylaşarak ticaret üzerinden kâr elde etmektir. Bu da ülke ekonomileri için bir katma değer demektir.

KAYNAKÇA

- Anggraeni, R., Hapsari, R. & Muslim, N. A. (2021). Examining Factors Influencing Consumers Intention and Usage of Digital Banking: Evidence from Indonesian Digital Banking Customers. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 9(3), 193-210.
- Banna, H., Hassan, M. K., Ahmad, R. & Alam, M. R. (2022). Islamic Banking Stability Amidst the COVID-19 Pandemic: The Role of Digital Financial Inclusion. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(2), 310-330.
- Baskerville, R., Capriglione, F., & Casalino, N. (2020). Impacts, Challenges and Trends of Digital Transformation in the Banking Sector. *Law and Economics Yearly Review Journal-LEJR*, Queen Mary University, London, UK, 9(part 2), 341-362.
- Çınar, F. (2023). Türkiye'nin Bölgesel Çekim Merkezi Olması Bağlamında Katılım Finans. *Katılım Finans*, 6(34), 14-19.
- DinarStandard (2020). State of the Global Islamic Economy Report, DinarStandard
- Frenzel, A., Muench, J. C., Bruckner, M. T. & Veit, D. (2021). Digitization or Digitalization? - Toward an Understanding of Definitions, Use and Application in IS research. In *AMCIS*.

- IFSB (2023). Data by Country (Islamic Banking). https://www.ifsb.org/psifi_03.php, Erişim Tarihi:14.08.2023.
- Indriasari, E., Prabowo, H., Gaol, F. L. & Purwandari, B. (2022). Intelligent Digital Banking Technology and Architecture: A Systematic Literature Review. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 16(19), 98-117.
- Kalaycı, İ. (2013). Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), 51-74.
- Lyytinen, K., Yoo, Y. & Boland Jr, R. J. (2016). Digital Product Innovation within Four Classes of Innovation Networks. *Information Systems Journal*, 26(1), 47-75.
- Nugroho, L., & Nugraha, E. (2020). The Role of Islamic Banking and E-Commerce for the Development of Micro, Small, and Medium Entrepreneur Businesses. *Business Economics and Management Research Journal*, 3(1), 11-24.
- Riza, A. F. (2019). Customer Acceptance of Digital Banking in Islamic Bank: Study on Millennial Generation. In *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 2, 66-74.
- Saba, I., Kouser, R. & Chaudhry, I. S. (2019). Fintech and Islamic Finance-Challenges and Opportunities. *Review of Economics and Development Studies*, 5(4), 581-590
- Sabbagh, K., Roman, F., Bahjat, El-D., Singh, M. & Koster, A. (2013). Digitization for Economic Growth and Job Creation: Regional and Industry Perspectives. *The Global Information Technology Report*, 2013, 35-42.
- SERPAM (2013). İslami Finans, İslamî Finans Kavramı, Ürünler, Dünyada ve Türkiye’de Gelişimi ve Geleceği Araştırma Notları-1. SERPAM Yayınları.
- Siska, E. (2022). Exploring the Essential Factors on Digital Islamic Banking Adoption in Indonesia: A Literature Review. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(01), 2022, 124-130
- TKBB (2021a). Katılım Bankacılığı Dijital Araştırma Raporu 2021. TKBB yayınları.
- TKBB (2021b). Katılım Bankacılığı Strateji Güncelleme Raporu 2021-2025. TKBB yayınları.
- TKBB (2021c). El Kitabı. TKBB yayınları.
- TKBB (2023). <https://tkbb.org.tr/banka-bilgileri>, Erişim Tarihi:14.08.2023.
- TKBB (2023). Veri Peteği. <https://veripetegi.tkbb.org.tr/>, Erişim Tarihi:14.08.2023.
- Ünlü, A. & Yıldız, K. (2021). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Geleneksel Bankaların, Katılım Bankacılığı Penceresi Açmasının Olası Yansımaları. *Hitit İlahiyat Dergisi*, 20(3), 81-106.
- Yıldırım, S. & Yıldırım, D. Ç. (2022). İslami Bankacılık Sektöründe Dijital Dönüşüm ve Adaptasyon: Türkiye Örneği. *Kapanaltı Muhasebe Finans Ekonomi Dergisi*, (1), 73-84.