

Bankacılık Sektöründe Dijitalleşme ve Finansal Teknolojilerin Hizmet Pazarlamasına Etkileri¹

Batuhan Fırat HAKSEVER*, Bilge BAYKAL**

Öz

Finans sektöründe önemli yere sahip olan bankacılık hizmetleri, son yıllarda hızlanan dijitalleşme trendi ve gelişmekte olan teknolojilerin etkisiyle geleneksel bankacılıktan farklı bir görünüme bürünmüştür. Bu çalışmada, dijitalleşme ve finansal teknolojilerin sonuçlarının hizmet pazarlaması perspektifi ile öncelikle banka müşterilerine, sonrasında banka çalışanları ile banka performansına yansımalarının tespitinin yapılması amaçlanmıştır. Çalışmada hizmet pazarlamasını etkin olarak kullanan bankacılık sektörü alanında dijitalleşme ve finansal teknoloji kavramlarının etkilerine ilişkin kapsamlı literatür taraması yapılmış, literatür bulguları araştırmanın teorik bilgi altyapısı olarak yorumlanarak, sonuç ve öneriler sunulmuştur. Araştırmanın sonucunda, dijitalleşme ve finansal teknolojilerinin yarattığı artan verimlilik ve azalan maliyetlerin banka performansına pozitif etkileri olduğu, hizmet süreçlerini hızlandığı ve zaman tasarrufu sağladığı için müşteriler üzerinde çok yönlü olumlu etkileri olduğu ortaya çıkmaktadır. Dijital dönüşümlerin yarattığı artan otomasyon ve azalan insan ihtiyacının bankacılık hizmetlerinde teknoloji uyumlu müşteri ilişkileri çalışanı istihdamı yarattığı görülmüş, azalan iş yükü ile artan iş tatmini nedeniyle hizmet çalışanlarının memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Hizmet pazarlaması, bankacılık hizmetleri, dijitalleşme, finansal teknoloji, banka müşterileri

¹ Bu çalışma Batuhan Fırat Haksever'in Dr. Öğr. Üyesi Bilge Baykal danışmanlığında tamamladığı Yüksek Lisans Projesi esas alınarak hazırlanmıştır.

* Uluslararası Ödemeler Yöneticisi, Türk Ekonomi Bankası (TEB), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4837-4071>, E- mail: batuhan.haksever@teb.com.tr.

** İstanbul Beykent Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü (İng), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3410-9608>, E- Mail: bilgebaykal@beykent.edu.tr.

The Effects of Digitalization and Financial Technologies in Banking Sector on Service Marketing

Batuhan Fırat HAKSEVER, Bilge BAYKAL

Abstract

In recent years, banking services, which hold a significant position in the financial sector, have undergone a transformation from traditional banking due to the accelerating trend of digitization and the influence of emerging technologies. This study aims to determine the implications of digitization and financial technologies on service marketing from the perspective of both bank customers and subsequently, bank employees and bank performance. Through an extensive literature review on the effects of digitization and financial technology in the banking sector, where service marketing is effectively utilized, the findings of the literature were interpreted as the theoretical knowledge base of the research, and conclusions and recommendations were provided. The results of the study reveal that the increased efficiency and decreased costs brought about by digitization and financial technologies have a positive impact on bank performance. These changes accelerate service processes and lead to time savings, thereby exerting multifaceted positive effects on customers. It is evident that the increased automation and reduced human requirement resulting from digital transformations have led to employment for technology-savvy customer relationship employees in banking services. Furthermore, the reduction in workload coupled with increased job satisfaction has a favorable influence on service employee contentment.

Keywords: Service Marketing, Banking Services, Digitilization, Financial Technologies, Bank Customers.

Giriş

Her geçen gün etkisini daha çok hissettiren finansal teknolojilerin ve yakın dönemde bir gereksinim haline dönüşen dijitalleşme kavramının en fazla hissedildiği alanlardan biri bankacılık sektörüdür. Finans sektörünün merkezinde yer alan bankalar, içermiş oldukları servis çeşitlilikleri nedeniyle teknoloji firmalarının hedefi konumundadır. Dijitalleşmeye devam eden dünyada, müşterilerin gereksinimleri doğrultusunda, finansal teknoloji (FinTek) üreten firmaların çalışma alanda bulunan; ödeme yöntemleri, para transfer sistemleri ve dijital para teknolojileri ile birlikte bankacılık sektöründeki hizmet çeşitliliği artmış ve açık bankacılık, servis modeli bankacılığı gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır (ProCompliance, 2022).

Mobil uygulamalar ve çevrimiçi platformlar, müşterilere 7/24 erişim imkanı sunarak bankacılık işlemlerini kolaylaştırmış, hızlı işlem onayları, otomatik fatura ödemeleri, dijital cüzdanlar ve QR kod tabanlı ödemeler gibi yeni hizmetler sunulmaya başlanmıştır. Kişiselleştirilmiş öneriler ve hizmetler, müşteri sadakatini artırırken, FinTek, geleneksel bankalara göre daha hızlı ve verimli işlem süreçlerini devreye sokmuştur. Örneğin, anında havaleler ve uluslararası para transferleri mümkün hale gelmiş, otomasyon operasyonel verimliliği artırırken hata oranlarını düşürmüştür. Dijitalleşme, işletme maliyetlerini düşürerek bankaların daha rekabetçi faiz oranları ve ücretler sunmasını sağlarken, daha düşük işlem maliyetleri, bankaların daha fazla müşteriye hizmet sunmasını sağlamıştır. Öte yandan FinTek düzenlemeleri, geleneksel bankacılık sektöründe değişikliklere yol açmış, özellikle, veri koruma ve müşteri mahremiyeti konularında daha sıkı kurallar ve

denetlemeler getirilmiştir. FinTek firmaları, geleneksel bankaları yenilik yapmaya zorlayarak rekabeti artırmış, geleneksel bankaların, iş süreçlerini ve hizmetlerini yenilemek için daha fazla inovasyon yapma zorunluluğu doğmuştur.

Bu çalışmanın amacı, teknolojik trendler ve değişen müşteri ihtiyaçları ile sürekli bir gelişim ve dönüşüm halinde olan bankacılık sektöründe dijitalleşme ve finansal teknolojilerin etkilerini anlamak ve sonuçlarının banka müşterilerine, performansına ve çalışanlarına olumlu ve olumsuz yansımalarını tespit etmektir.

Bu çalışmanın, bankacılık sektöründe en hızlı değişim gösteren alanları konu alması, banka müşteri ve çalışanlarının hizmet anlayış ve yaşam alışkanlıklarını değiştiren faktörleri kapsamlı literatür taraması ile incelemesi açısından bankacılık sektörüne ve hizmet pazarlaması literatürüne önemli katkılar sağlaması beklenmektedir.

Dijitalleşme ve finansal teknolojilerin bankacılık sektöründe müşteriler, çalışanlar ve sektör üzerindeki etkilerini çok yönlü olarak inceleyen bu çalışmanın daha önceki çalışmalardan ayrıştığı yönler birkaç alanda göze çarpmaktadır. Bu araştırma dijitalleşme ve finansal teknolojilerin müşteri deneyimine nasıl etki ettiğini daha ayrıntılı bir şekilde incelemekte, mobil uygulamalar, çevrimiçi hizmetler ve otomasyonun müşteriye sunulan hizmetlerde nasıl iyileştirmeler getirdiğini ve müşteri memnuniyetini nasıl artırdığını vurgulamaktadır. Ayrıca bankaların dijitalleşme ve finansal teknolojileri benimseme stratejilerini ve bu teknolojilerin rekabet avantajlarını nasıl sağladığını, bankacılık sektörünün daha önceki yapısını ve iş modelini

nasıl değiştirdiğini, gelecekteki dönüşümleri nasıl şekillendirebileceğini analiz eden bu çalışma otomasyonun iş süreçlerine etkisine, çalışanların yeni beceriler edinme ihtiyacına ve işgücü dinamiklerindeki değişikliklere de ışık tutmaktadır. Araştırma, dijitalleşme ve finansal teknolojilerin bankacılık sektöründe gelecekte yaratacağı potansiyel etkilerini öngörmekte ve gelecekteki eğilimlere odaklanarak önerilerde bulunmaktadır. Bu şekilde daha önceki çalışmalardan farklılaşan bu araştırma, bankacılık sektöründeki dijital dönüşümün tüm yönlerini daha ayrıntılı ve bütünsel bir şekilde ele alarak, sektörün ve finans hizmetleri pazarlamasının geleceğinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Araştırmanın birinci bölümünde bankacılık, finansal teknolojiler ve dijitalleşme kavramları hakkında genel bilgi, tanım ve örneklere yer verilirken; finansal teknolojiler ve dijitalleşme kavramının bankacılık üzerindeki etkilerine ilişkin literatürdeki çalışmalardan bahsedilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde literatür bulgularının yorum ve analizine yer verilirken, araştırmanın sonuç ve önerileri sunulmaktadır.

Kuramsal Arka Plan

Bankacılık

Günümüzde bankalar, modern finans sisteminin en önemli yapı taşlarından birisidir. İtalyancadaki “Banco” kelimesinden geldiği düşünölen bankaların finans sektöründe yeri büyük olmakla birlikte; ölkelerin üzerinde ekonomik, sosyal ve de kültürel yönden birçok etkisi bulunmaktadır (Zengin,

2019). Bankacılık tarihi, paranın ilk kullanılmaya başlandığı dönemlere kadar uzanmaktadır. 1900'lü yıllarda etkisini göstermeye başlayan modern bankacılık anlayışı; toplumların ihtiyaçları doğrultusunda kendisini sürekli yenileyerek günümüze kadar gelmiştir (Yetiz, 2016).

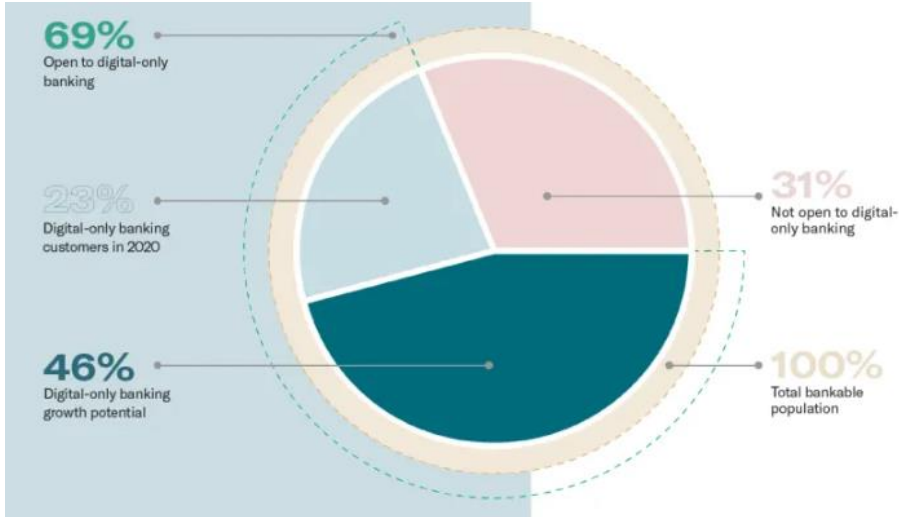
Geleneksel Bankacılık

Geleneksel bankacılık ilk modern bankanın kuruluşundan itibaren günümüze kadar gelen; bankacılık hizmetlerini alternatif dağıtım kanalları ve fiziki şubeler aracılığı ile müşterilerle etkileşime geçerek vermeyi amaçlayan; genel anlamda en temel bankacılık anlayışıdır. Geleneksel bankacılık hizmetleri yerini, hızlı bir dönüşüm içerisinde olan çağın gereksinimlerini karşılamak için dijital çözümlere ve mobil bankacılığa bırakmaya başlamıştır. Müşterilere ulaşmak için fiziki olarak var olmanın gereksinim olduğu dönemler; başta insan sağlığını etkileyen; toplum davranışlarını şekillendiren salgın benzeri etmenlerden sonra hızlı bir değişim içerisine girmiştir (Expatica, 2022).

Şubesiz Dijital Bankacılık

Şubesiz dijital bankacılık, bütün geleneksel bankacılık hizmetlerinin, fiziksel bir mevcudiyet olmaksızın, internet olanakları ile dijital olarak müşterilere sunulmasıdır. Neo-Banka olarak da isimlendirilen şubesiz dijital bankalar, bankacılık hizmetlerinde sağladıkları hızlı ve otomasyona dayalı çözümlerle bilinirliklerini ve kullanıcı sayılarını her geçen gün arttırmaktadırlar (Khillar, 2021).

2022 yılı itibariyle küresel ölçekte, yaklaşık olarak 250 neo-banka faal olarak hizmet vermektedir (Salmony, 2022). Bir dijital banka olan N26'nın, Accenture tarafından yayımlanan "2020 Global Banking Consumer Study" isimli; 28 ülkede, 47 binden fazla bankacılık müşterisi ile yapılan anket çalışması sonuçlarını içeren raporuna ilişkin yapmış olduğu analize göre; her 4 bankacılık müşterisinden biri hali hazırda bir dijital banka kullanmaktadır (N26 & Accenture, 2021). Nüfusun %23'lük kısmı bir dijital hesaba sahip olduğundan, toplamda 450 milyon bankacılık müşterisinin dijital hesaba sahip bankacılık müşterileri olduğu görülmektedir. N26 bu çalışmada; dijital hesaba sahip müşteri sayısının çoğu ülkede %70 seviyelerine geleceğini öngörmekte olup, ankete katılan fakat henüz bir dijital banka kullanmayan müşterilerin bir dijital bankada hesap açmaya istekli olmaları bu öngörüğü destekler niteliktedir.



Şekil 1. N26 & Accenture. 2021. Global Digital Banking Index 2021 Raporu Araştırma Verileri

Kaynak: N26 & Accenture. 2021. Global Digital Banking Index 2021 <https://n26.com/en-eu/global-banking-index>

Şubersiz Dijital Bankacılık - Enpara

Enpara.com, Eylül 2012 tarihinde QNB Finansbank tarafından, temel bankacılık ihtiyaçlarının fiziksel şubeler olmadan yalnızca dijital kanallar üzerinden karşılanabileceği bir bireysel bankacılık platformu olarak kurulmuştur (Enpara, 2022). Enpara, 2021 yılında yapmış olduğu %26 büyümeyle 3 milyon bireysel kullanıcıya ulaşmış durumdadır. Dünyayı etkileyen korona virüs salgını sonrası bankalar tarafından kullanılmaya başlanan uzaktan canlı video görüşmesi ile müşteri edinimi uygulamasında 2021 yılı verilerine göre bu yöntemle Türkiye’de en çok bireysel müşteri kazanan banka platformu Enpara olmuştur (QNB Finansbank, 2021).

Şubersiz Dijital Bankacılık - Nubank

Nubank, genel merkezi Brezilya’da bulunan, Latin Amerika’nın en büyük dijital bankasıdır. İlk kurulduğunda sadece kredi kartı çözümleri sunan Nubank; zamanla banka lisansını aldıktan sonra; yatırım, krediler, mobil ödemeler ve hayat sigortası gibi alanlarda da hizmet vermeye başlamıştır. Almanya, Arjantin ve Meksika’da da ofisleri bulunan Nubank’ın 2022 yılı itibarıyla yaklaşık olarak 48 milyon kullanıcısı bulunmaktadır (Reich, 2022).

Şubesiz Dijital Bankacılık - Chime

2013 yılında Chime Financial Inc tarafından kurulan Chime; 2022 yılı verilerine göre 13 milyondan fazla kullanıcıya sahiptir. The Bancorp Bank ve Stride Bank'ta hesabı bulunan müşterilere hizmet vermektedir. Fiziki olarak şubesi bulunmazken; Amerika Birleşik Devletleri'nin en popüler dijital banka hizmetleri sağlayıcısı olarak kabul edilmektedir (Emarketer, 2021).

Dijitalleşme ve Finansal Teknolojiler

Dijitalleşme

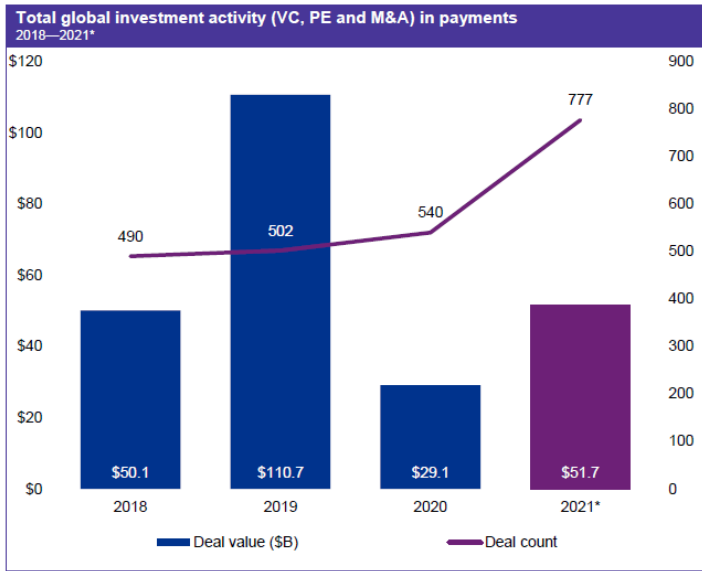
Dijitalleşme, eldeki verinin sayısal bir yapıya dönüştürülerek, etkin hizmet ve ürünler oluşturulması; işletmelere ve kurumlara değer katacak fırsatlar yaratılması sürecidir. Dijitalleşme, firmaların daha fazla insana ulaşabilmesine; verdikleri hizmeti yenilikçi çözümlerle müşterilere ulaştırıp, toplumun yaşam kalitesini arttırabilmelerine olanak sağlamaktadır (Ersöz ve Özmen, 2020).

Finansal Teknolojiler

Son yıllarda internet kullanımının artması ve mobil uygulamaların gelişimi; daha önce var olmayan iş alanlarının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Fintek şeklinde kısaltılarak kullanılan finansal teknoloji hizmetleri; finans sektöründe teknolojiyi kullanmayı ve bu sayede yenilikçi yöntemler sunmayı amaçlamaktadır. Finans sektöründe değişime yol açan bu kavram; start-up

olarak bilinen yeni başlayan firmalar için hızlı gelişim olanakları sunmaktadır (Koca, 2021).

2021 yılında küresel olarak 210 milyar dolar değerinde, toplam 5684 adet fintek yatırımı yapılırken; bu yatırımın 30 milyar dolarlık kısmı kripto ve blockchain olarak nitelendirilen blok zinciri teknolojisi alanında gerçekleşmiştir. KPMG tarafından hazırlanan Pulse of Fintech raporuna göre en çok yatırım yapılan alan ise 51.7 milyar dolar ile ödeme teknolojileri olmuştur (Pulse of Fintech H2'21, 2022). Yıllara göre ödemeler alanındaki yatırım değerleri ve adetleri Şekil.2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. 2018-2021 Yılları Arasında Ödemeler Alanındaki Fintek Yatırımları

Kaynak: KPMG. 2022. Pulse of Fintech H2'21.

<https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2022/01/pulse-of-fintech-h2-2021-global.html>

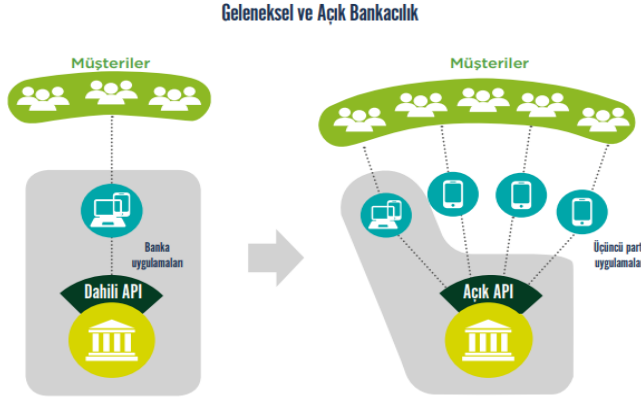
Bankacılıkta Dijitalleşme ve Finansal Teknolojiler

Dijital dönüşümün en çok hissedildiği sektörlerin başında bankacılık gelmektedir. Bilgisayar ve cep telefonu kullanımının yaygınlaşması, yoğun bir rekabet içinde bulunan bankaları; dijitalleşmeye ve teknolojik çözümler üretmeye itmektedir. Çağın getirmiş olduğu, değişmekte olan kullanıcı talep ve alışkanlıklarının dijital çözümlerle karşılanması; bankaların maliyetlerinin azaltılmasına katkı sağlamaktadır. Dijital dönüşümün yarattığı maliyet avantajı; bankacılığı, dijitalleşmenin ve finansal teknolojilerin merkezine koymuştur (Akın, 2020).

Bankacılıkta Dijitalleşme ve Finansal Teknolojiler - Açık Bankacılık

Açık bankacılık, banka müşterilerinden alınan izin ile müşterilere ait bilgi ve verilerin üçüncü Application Programming Interface (API)'lar üzerinden parti kurumların kullanımına sunulması olarak ifade edilmektedir. Açık bankacılık sayesinde banka müşterileri, farklı bankalarda bulunan banka hesaplarını ve buna benzer bilgilerini tek bir yerden görebilme imkânına erişmektedirler (Akın, 2020). PSD2 regülasyonu ile ödemeler alanında rekabeti ve yenilikçi çalışmaların sayısını arttırmak isteyen Avrupa Birliği yeni düzenlemeyi 2016 yılında yürürlüğe sokmuştur. Bu düzenleme açık bankacılığı Avrupa ülkelerinde inisiyatif olmaktan çıkartıp, zorunlu bir yapıya dönüştürmeyi amaçlamaktadır. Açık Bankacılık, Avrupa Birliği tarafından oluşturulan PSD2 regülasyonunun dışında; Avusturalya, Japonya, Hong Kong,

Kanada, Singapur gibi önemli ekonomilerde de hızlı bir şekilde gelişmekte olan bir yaklaşım konumundadır (Fintech İstanbul, 2019).



Şekil 3. Geleneksel ve Açık Bankacılık Karşılaştırması

Kaynak: Fintech İstanbul. 2019. Dünyada ve Türkiye’de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği. <https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/Dunyadaveturkiyedeacikbankacilik.pdf>

Açık Bankacılık Uygulaması - NatWest Housemate

Housemate mobil uygulaması, Büyük Britanya merkezli National Westminster Bank tarafından piyasaya sürülen bir açık bankacılık uygulamasıdır. Bu mobil uygulamayı kullanmak için NatWest müşterisi olmak gerekmezken; uygulama sayesinde birlikte yaşayan ve faturaları bölüşmek zorunda olan insanların hayat kalitelerinin iyileştirilmesi amaçlanmıştır (NatWest, 2022). Birleşik Krallık’ta 1500 kiracı ile yapılan bir araştırmada,

araştırmaya katılan kiracıların %45'i ikamet ettikleri konutu paylaştıkları kişilere, evle ilgili ödemeleri hatırlatmak zorunda olmalarından rahatsızlık duyduklarını bildirmiştir. Uygulama, açık bankacılık sayesinde kullanıcı banka hesap bilgilerine erişebilmekte, yaklaşmakta olan kira ödemeleri ve faturalar için kirayı bölüşen müşterilere hatırlatma yapabilmektedir (Finn, 2021).

Bankacılıkta Dijitalleşme ve Finansal Teknolojiler - Servis Modeli Bankacılığı

Dünya genelinde "Banking as a Service" (BaaS) olarak ifade edilen servis modeli bankacılığı kavramı, açık bankacılık API'ları sayesinde geleneksel bankacılığı bir dijital hizmet merkezine çevirmektedir. Servis modeli bankacılığı sayesinde banka lisansı olmayan sektör dışı firmalar ve fintek girişimleri, lisanslı bankalara entegre olarak tüm bankacılık hizmetlerini kullanıcılara sunabilme olanağına erişebilmektedirler (Streeter, 2020). Servis modeli bankacılığı, sektör dışındaki firmalarla servis anlaşmaları yapan bankalar için; düşük bütçelerle çok sayıda müşteriye ulaşabilmek adına bir fırsat denebilir. Oliver Wyman tarafından yapılan analize göre; finansal kuruluşlar için yeni müşteri edinim masrafı 100 Amerikan doları ile 200 Amerikan doları arasında değişmektedir. Bu masraf, yeni BaaS trendi ile 5 Amerikan doları ile 35 Amerikan doları arası seviyelerine düşebilecektir (Jones & Pardiwalla, 2022).

Servis Modeli Bankacılığı - Citibank ve Grab İş birliği

Birçok farklı fonksiyonu bir arada sunabilen uygulamalara süper mobil uygulama denilirken; Citibank, Güneydoğu Asya'nın süper mobil uygulama lideri Grab ile yaptığı iş birliğini 2020 sonlarında duyurmuştur. İlk olarak Singapur pazarında hizmete başlayan Citibank ve Grab; API'lar sayesinde, mevcut Citibank kredi kartı müşterilerine, Grab uygulaması içerisinde kredi başvurusu yapabilme olanağı sunmaktadır (Citigroup Inc, 2020).

Bankacılıkta Dijitalleşme ve Finansal Teknolojiler - Para Transferinde Dijitalleşme

Ödeme teknolojilerinde dijitalleşme ve dijital para birimlerinin varlığı, dijital ödeme ağlarını yaygınlaştırmış ve dijital paraların düşük maliyetlerle, 7/24 dolaşımına imkân tanımıştır. Bu gelişmeler, nakit kullanımını da azaltmaya başlarken; dijital dönüşüm trendine kayıtsız kalamayan birçok merkez bankası tarafından, dijital merkezi para birimleri çalışmalarına başlanmış ve öncelikle pilot bölgelerde olmak üzere, kullanılmaya başlanmıştır (Koç, 2020).

Para Transferinde Dijitalleşme - Dijital Paralar

Dijital paralar fiziki olarak var olmayan, devletler tarafından kabul görüp; piyasalarda karşılıkları olan, merkez bankası onaylı elektronik paralardır. Dijital merkezi para birimi (CBDC) olarak da adlandırılan bu paraların; kripto paraların aksine, blok zincir teknolojisini kullanma zorunlulukları bulunmamaktadır. Birçok merkez bankası tarafından testleri

yapılmakta olan dijital paraların yaygın olarak yakın gelecekte kullanımı beklenmezken; Çin Halk Cumhuriyeti'nde ise testleri yapıldıktan sonra, 2021 yılında, seçilen pilot bölgelerde e-CNY olarak kullanılmaya başlanmıştır (Seth, 2022).

Dijital Paralar - Dijital Avro

Dijital avronun gerekliliği, hızlı bir şekilde dönüşen dünyada vatandaşların güvenilir bir merkez bankası para birimine ulaşması olarak tanımlanırken; dijital avronun ödeme yöntemleriyle uyum gösterip Avrupa'daki ödeme sistemlerini daha inovatif ve esnek hale getirmesi amaçlanmaktadır. Avrupa Merkez Bankası tarafından, dijital avronun nakit paranın yerine geçmesi değil ona katkı sağlayıp onu daha da iyi bir hale getirmesi ana hedef olarak gösterilmektedir. Geliştirmeye ilgili çalışmalar 2021 Ekim ayında başlarken, 2023 Ekim ayına kadar çalışmanın olumlu ya da olumsuz olarak sonuçlandırılması hedeflenmektedir (European Central Bank, 2022).

Dijital Paralar - Dijital Renminbi

Dijital yuan olarak da adlandırılan dijital renminbi (e-CNY); Çin Halk Cumhuriyeti tarafından kullanıma sunulan dijital para birimidir. Dijital bir para birimi oluşturmak için çalışmalara 2014 yılında başlayan Çin Halk Cumhuriyeti; ilk denemeleri pilot bölge olarak seçilen Shenzhen ve Suzhou City şehirlerinde gerçekleştirmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'nde nakit para

kullanımı zamanla azalmaktayken, e-CNY kullanımı Nisan 2022 itibariyle 23 şehre ulaşmış durumdadır. Dijital sisteme 9 banka dâhil olurken; Çin Halk Cumhuriyeti vatandaşı olmayanlara ise kullanım sınırlandırılmış durumdadır (Huld, 2022).

Para Transferinde Dijitalleşme - Türkiye’de İnovatif Para Transfer Sistemleri

Değişen ve hızlı bir şekilde dönüşen dünyada, para transferi de gelişmeye devam etmektedir. Otomasyona bağlı sistemler geleceğe yön verirken; Türkiye’de de inovatif çözümler dikkat çekmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından işleme alınan “Fonların Anlık ve Sürekli Transferi” sistemi ve Vakıf Katılım Bankası tarafından oluşturulan “Garantili Fon Transferi” sistemi bunlara örnek olarak gösterilebilir.

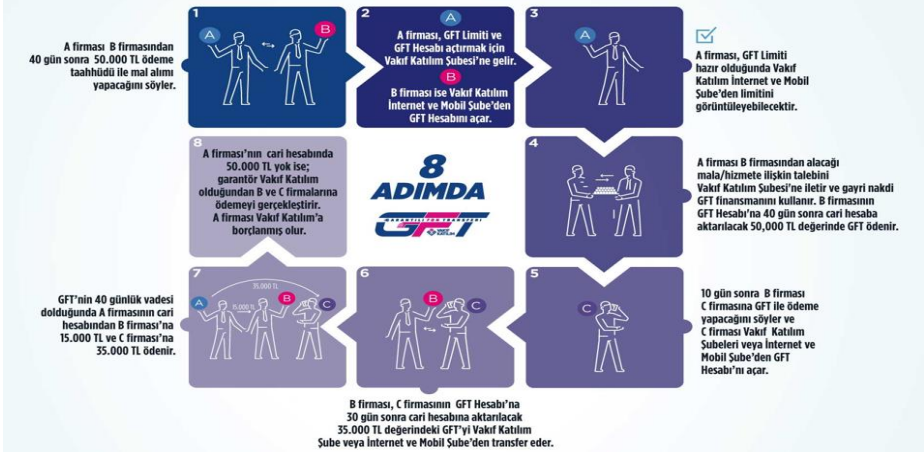
Türkiye’de İnovatif Para Transfer Sistemleri - Fonların Anlık ve Sürekli Transferi (FAST)

Fonların Anlık ve Sürekli Transferi: FAST, çalışmalarına Kasım 2019’da başlanırken; Aralık 2020 tarihinde ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından Türkiye’de hizmete sokulmuştur. Fonların 7 gün 24 saat boyunca, kesintisiz bir şekilde, anlık transferine imkân tanıyan sistemde, ödeme limitleri zamanla 50 Türk lirasından 5000 Türk lirasına yükseltilmiştir. FAST yöntemine kare kod özelliği de eklenirken; kare kod, ödeme esnasında mobil cihazdaki bankacılık uygulamasına okutulurken, 10 bin Türk lirasına

kadar anlık işlem yapılabilir. Kare kod ödemesi, pos cihazı bulunmayan işletmelerde nakit para yerine kullanılabilir (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası İdare Merkezi, 2022).

Türkiye’de İnovatif Para Transfer Sistemleri - Garantili Fon Transferi (GFT)

Garantili Fon Transferi: GFT, vadeli hizmet veya mal alımlarında, Vakıf Katılım Bankası garantörlüğünde, dijital kanallardan gerçekleşen gayri nakdî bir finansman ürünüdür. Hizmet veya mal satan işletmeler GFT sistemi sayesinde, vadesi henüz gelmemiş alacaklarını, borçlu oldukları diğer işletmelere yapacakları ödemeler için dijital olarak transfer edebilmektedir. Hizmet veya mal alımı yapan işletmelerin ise vadesi geldiğinde cari hesaplarında yeterli GFT bakiyesi bulunmuyorsa, Vakıf Katılım Bankası ödemeyi satıcıya, alımı yapan işletme yerine garantör olarak ödemektedir. Vadesi gelen ödemeler, dijital ve otomatik şekilde GFT sistemi üzerinden müdahalesiz gerçekleşmektedir. Vadeli ödemelerin ödenmeme riskini ortadan kaldıran sistem, operasyonel riskleri de minimize etmektedir (Vakıf Katılım Bankası AŞ, 2022).



Şekil 4. Garantili Fon Transferi-GFT

Kaynak: Vakıf Katılım Bankası AŞ. 2022. Garantili Fon Transferi-GFT Ticarete oyunun kuralları değişiyor! <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/ticari-bankacilik/garantili-fon-transferi-gft>

Bankacılıkta Dijitalleşme ve Finansal Teknolojiler - Ödeme Yöntemlerinde Finansal Teknolojiler

Kartlı, kartsız ve giyilebilir bir şekilde kullanımı mümkün olan NFC teknolojileri ve kare kod entegrasyonu sağlanan mobil bankacılık uygulamaları sayesinde, ödeme yöntemleri dijital dönüşümün en hızlı gerçekleştiği alanlardan biri konumundadır. Düşük limitli nakit harcamaların yerini almayı amaçlayan temassız ödemelerle toplu ulaşımda bile ödeme yapmak artık mümkün kılınırken; kare kod destekleyen ATM ve uygu -lamalar sayesinde

hızlı ve kolay para çekme olanağı kullanıcı alışkanlıklarını büyük ölçüde değiştirmektedir (Bilgiç, 2019).

Ödeme Yöntemlerinde Finansal Teknolojiler - Yakın İletişim Alanı Teknolojisi

Yakın iletişim alanı teknolojisi: NFC, kartlı veya kartsız olarak mobil veya giyilebilir cihazlar ile temassız ödeme yapabilmeyi sağlayan, 2010 yılından beri finans sektöründe sıklıkla kullanılan bir teknolojidir. Çoğunlukla düşük limitli alışverişlerde kullanılmaya başlayan NFC teknolojisinde kullanım limitleri de zamanla arttırılmaktadır. Sağladığı hızlı ve şifresiz alışveriş kolaylığı sayesinde nakit para taşıma ihtiyacını büyük ölçüde ortadan kaldırmaktadır. Araştırmalar, NFC temassız ödemelerin, nakit para ile yapılan ödemelerden 7 saniye daha hızlı gerçekleştiğini göstermektedir (Bilgiç, 2019).

Türkiye'nin belirlemiş olduğu 2023 nakitsiz toplum hedefine pandemi koşulları sonrası daha da yakınlaşıırken; Bankalar Arası Kart Merkezi verilerine göre 2020 yılında 1.726.570.619 temassız ödeme gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise kullanım daha da yaygınlaşırken yıl içinde toplam 3.733.269.934 temassız ödeme işlemi yapılmıştır (Bankalar Arası Kart Merkezi, 2022).

Yakın İletişim Alanı Teknolojisi - Apple Dokun ve Öde

Apple firmasının geliştirilmekte olduğu "Tap to pay" dokun ve öde sisteminin 2022 yılı bitmeden hizmete sunulacağı açıklanmıştır. NFC teknolojisi ile geliştirilen ödeme sistemi, NFC gereksinimlerini karşılayan Apple marka cihazları bir dijital POS terminaline dönüşmektedir. Tap to pay

sayesinde bir POS cihazına gereksinim duymadan işletmeler; temassız ödeme özelliği bulunan banka kartı, kredi kartı veya NFC teknolojisine sahip mobil cihazlardan ödeme alabilmektedirler (Apple, 2022).

Yakın İletişim Alanı Teknolojisi - Mastercard Temassız Ödeme

Nakit para kullanımının minimize edilmesi için pratik çözümler üretmeyi amaçlayan Mastercard; temassız ödeme özelliği bulunan kredi kartı, banka kartı veya bunların tanımlanmış olduğu bir mobil cihaz ile toplu ulaşımda da kullanıcıların hayat kalitesini arttırmayı hedeflemektedir. Kiev ve Londra gibi şehirlerde toplu ulaşımda temassız ödeme altyapısını oluşturan Mastercard; Türkiye’de de toplu ulaşımda temassız ödeme yapılabilecek şehir sayısını 43’e ulaştırmış durumdadır (Selimoğlu, 2022).

Ödeme Yöntemlerinde Finansal Teknolojiler - Karekod Teknolojisi

Karekodlar ilk defa Toyota firmasının bir iştiraki olan Denso firması tarafından geliştirilmiştir. Karekod teknolojisi kendi içinde QR, Aztek, Shotcode, Beetag ve Datamatrix olarak ayrılmaktadır. Yaygın olarak kullanımda olanı ise “Quick Response” olarak adlandırılan QR teknolojisidir. Bankadan para çekme ve mobil ödeme işlemleri için sıklıkla kullanılan karekodlarla ATM’den para çekebilmek veya mobil ödeme yapabilmek için karekod algılayabilen bir mobil cihaza gereksinim duyulmaktadır (Vargonen Blog, 2020).

Türkiye’de 2009 yılından beri öncelikle sağlık sektöründe kullanılmaya başlanan karekodlarla; BKM verilerine göre, Türkiye’de 2020 yılında yaklaşık 292 milyon TRY değerinde 1.520.848 işlem gerçekleşirken; 2021 yılında ise yaklaşık 690 milyon TRY değerinde 2.918.146 adet işlem gerçekleşmiş bulunmaktadır (Bankalar Arası Kart Merkezi, 2022).

Dijitalleşme ve Finansal Teknolojilerin Bankacılık Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi

Banka Çalışanları Üzerindeki Etkiler

Çalışan Motivasyonu ve Memnuniyeti

Yıldız (2017) yapmış olduğu çalışmada; iş hayatına yeni girecek olan potansiyel banka çalışanları arasında bankacılığın eski dönemlerdeki kadar popüler olmadığını ve bu durumun ilerleyen dönemlerde sektör için sorun yaratabileceğini öngörmüştür. Sakallı, Fidan ve Yıldırım (2020) ise gerçekleştirdiği çalışmada; yeni teknolojilerin iş yükünü hafifletmesi ve işin karmaşıklığını azaltması nedeniyle çalışan motivasyonu ve iş doyumunu üzerinde çeşitli pozitif etkileri olduğunu ifade etmektedir. Hızır (2019) Isparta ilinde yapmış olduğu araştırmada; hızlı dönüşüm içerisinde olan bankacılık sektöründeki çalışanlarından mesleki ve bireysel gelişimlerini yeteri kadar sağlayamayanların, kendilerini dijitalleşme nedeniyle risk altında görmekte olduklarını ifade etmektedir. Şükranlı (2020) İstanbul’da beyaz yaka çalışanlar arasında yapmış olduğu çalışmada; örgütlerin dijitalleşme seviyesi ile

çalışanların tatmin duygusu arasındaki korelasyonun; örgütlerin dijitalleşme seviyesi ve çalışanların verimliliği arasında pozitif bir ilişkiye sebep olduğunu; dijitalleşmenin seviyesi arttıkça çalışanların kendilerini daha üretken hissettiklerini belirtmiş ve dijitalleşmenin, çalışan memnuniyetini arttırdığını ifade etmiştir.

İş Olanakları ve İstihdam Profili

Demirel ve Ulusoy (2021) yapmış olduğu araştırmada; banka şube ve çalışan miktarındaki artışın, dijital bankacılık uygulamalarını kullanmakta olan müşteri adedinin altında kaldığını; şube ve çalışan sayısıyla, dijitalleşmenin aksi yönde hareket halinde olduğunu ifade etmektedir. Koçaşlı (2014) çalışmasında; gelişen teknolojinin Türkiye bankacılık sektöründe teknoloji temelli yeni iş olanakları oluşturduğunu; bu olanakların yaratmış olduğu çalışan profilinin ise daha eğitilmiş, yetkin, nitelikli olduğunu ve olması beklendiğini belirtmektedir. Yıldız (2017) ise yapmış olduğu çalışmada; bankalardaki yoğun teknoloji kullanımının, bir takım banka bölümlerinde istihdam kaybına neden olurken; piyasaya sürülen yeni ürün ve hizmetlerden sonra bilişim ve mühendislik mezunlarının da bankacılık sektörüne yönelebilmesi sayesinde istihdama katkı yaptığını ifade etmiştir. Arslan (2019) gerçekleştirmiş olduğu çalışmasında; bankaların sağlamış oldukları ürün ve hizmetlerin dijitalleştirilmesinin, işin yapılış sürelerinin azalmasına katkı sağladığını ve bu durumun bankalara daha az çalışan ile daha fazla miktarda iş yapabilme olanağı tanıdığını belirtmiştir. Arslan, teknolojideki gelişmelerin

banka çalışan sayısında azalmaya yol açtığını ve banka çalışanlarından daha eğitilmiş ve nitelikli olmalarının beklendiğini ifade etmiştir.

Bankacılık Müşterisi Üzerindeki Etkiler

Müşteri Memnuniyeti

Aliyeva (2016) yapmış olduğu çalışmada; dijitalleşme sonrası banka müşterilerinin, fiziki olarak konum değiştirmeden ve zaman kaybı yaşamadan hızlı bir şekilde diledikleri hizmeti alabilme şansına eriştiklerini belirtmiştir. Arslaner (2020) tarafından gerçekleştirilen uygulamaya göre; dijital bankacılığın gelişmesi kullanıcılara ulaştırılan hizmet hızını arttırmaktadır. Bu durum müşteri tarafında kaliteli hizmet algısı yaratmakta ve müşterilerin memnuniyetine pozitif etki yapmaktadır. Arslan (2019) tarafından yapılan çalışmada ise; müşteri beklentilerinin zamanla arttığını, müşterilerin daha kolaylaştırılmış ve yüksek kalite hizmet beklediğini, güncel teknolojinin gerisinde kalan bankaların müşteri kaybı yaşadıklarını ve bunun önlenmesi için bankaların müşteri odaklı bir şekilde yenilikleri takip etmesi gerektiği belirtilmiştir. Koca (2021) ise çalışmasında; bankacılık sektörünün açık bankacılık sayesinde ulaşabildiği yeni pazar ve hizmetler ile kökten değişim aşamasında olduğunu ve bu değişimler ile de sektörde rekabetin artmasının, bankacılık müşteri deneyimlerinin daha iyi duruma getirilmesinin, kişileştirilmiş hizmetler sunulmasının ve kolaylaştırılmış finansal hayatın önünün açılacağını ifade etmiştir.

Kullanıcı Deneyimi ve Alışkanlıkları

Aliyeva (2016) gerçekleştirmiş olduğu çalışmada; İnternet bankacılığı gibi dijital çözümlerin en önemli avantajının müşterilerin şubelere gitme zorunluluğunu ortadan kaldırması olarak nitelendirmektedir. Onaylı (2020) çalışmasında; son senelerde yaşanan teknolojik gelişmelerin, müşterilerin bankacılık ürünlerine bakış açısında, isteklerinde ve müşteri alışkanlıklarında değişikliğe yol açtığını; müşteri davranışlarındaki bu değişimin, müşteri deneyimi kavramını ön plana çıkarttığını ve müşteri deneyiminin farklılaşmak isteyen şirketler için bir araç olduğunu belirtmiştir. Danacı ve Çetintaş (2020) araştırmasında; ödeme sistemlerinde ve bankacılık sektöründe ortaya çıkan yeniliklerin, müşterilerin hayatlarını kolaylaştırdığını ve finansal teknolojilerin ulaştığı seviye ile kullanıcıların bankacılık deneyimlerini hızlandırdığını belirtmiştir. Bulazar, (2021) ise araştırmasında; müşteri odaklı bir sektör olan finans sektörünün içinde bulunduğu dönüşümün en çok blockchain, ödeme sistemleri ve de yapay zekâ alanlarında olmasının anlamlı olduğunu; gelir düzeyi yüksek olan bankacılık müşterilerinin açık bankacılık hizmetlerine daha fazla gereksinim duyduğunu ifade etmiştir.

Banka Performansı Üzerindeki Etkiler

Verimlilik

Koçaşlı (2014) yapmış olduğu çalışmada; teknolojideki gelişimin, sürekli tekrarlanan işlerin hızında artış yarattığını; çalışan başına daha fazla

işlem yapılmasının önünün açıldığını; bunun da banka çalışan ve şube performansına etki edip, verimliliği arttırdığını belirtmektedir. Yıldız (2017) yapmış olduğu çalışmada; bankacılıkta güncel teknolojilerin kullanımının çalışan ve şube verimliliğine pozitif yönde katkı yaptığını ve ayrıca ürün, hizmet çeşitliliğine yaptığı katkılar nedeniyle banka gelirlerinde artışa sebep olduğunu belirtmiştir. Sakallı, Fidan ve Yıldırım (2020) ortaya koydukları çalışmada; yeni teknolojiler sayesinde iş süreçlerinin iyileştirildiğini, fazla süre alan işlerin kısa sürelerde ve daha az kaynakla tamamlanabildiğini ifade etmektedir. Özdemir (2021) ise yapmış olduğu çalışmada bankacılık sektöründe portföy yönetimini incelemiş; otomasyon sayesinde işlemlerin akış hızında artış olduğunu, bu sayede insanların karar verme faktörünün en alt seviyeye çekilebileceğini öngörmüştür. Arslan (2019) çalışmasında; güncel teknolojilerin bankacılık sektörüne düzenli olarak uyarlanıyor olmasının bankacılık sektörüne ek faydalar sağladığını; kullanılan bilişim teknolojilerinin kurum içi ve kurum dışı iletişimi attırdığını; sektörde yaratıcı çözümlerin önünü açıp, yeni hizmet ve ürünlerin oluşmasına olanak sağladığını ifade etmiştir.

Karlılık

Koçaşlı (2014) gerçekleştirdiği çalışmada; teknolojik gelişmeler ve bilgisayar kullanımının, kredilerde, aktiflerde ve mevduatta şube başına düzenli bir artışa neden olduğunu; kaynaklardan birim başına daha fazla kazanç elde edilebildiğini ifade etmektedir. Arslan (2019) çalışmasında; dijital olarak gerçekleşen işlemler sayesinde bankaların maliyetlerinin azaldığını, bu

nedenle bankaların güncel teknolojileri takip ederek; eski müşterileri elde tutmak ve yeni müşteri edinmek için inovatif çözümlere yatırım yaptığını belirtmektedir. Arslan, (2019) bankacılık hizmetlerinin internet ve mobil bankacılığa taşınmasının başta çalışan maliyeti olmak üzere, çeşitli maliyet kalemlerinin önüne geçeceğini öngörmektedir. Ganiev, Rodin ve Orazov (2019) ise Fintek kavramının yeni nesil dijital bankacılığa ön ayak olduğunu, bankacılık servisi veren mobil uygulamaların sayısının artmakta olduğunu; verilen hizmetin kalitesi ve güvenilirliği artarken, maliyetlerin ise azalmakta olduğu ifade etmiştir.

Güvenlik

Yurtsever (2017), teknolojik gelişmelerin odağında bulunan bankacılık sektörünün sunulan yeni hizmetler nedeniyle daha da karmaşık bir duruma geldiğini ve bunun da güvenlik risklerini belirlemede sorun yaratabileceğini öngörmektedir. Canko (2019) değerlendirmesinde; açık bankacılığın çeşitli hizmet, ürün ve kolaylıklarla işin yapılış tarzını kökten değiştireceğini; kullanıcıların güvenlerini kazanabilmek için ise paylaşılacak olan verilerin, üçüncü parti kuruluşlar ile olabilecek en güvenli şekilde paylaşılmasını sağlayacak olanakların yaratılmasının önemli olduğunu ifade etmektedir. Gülez (2019) ise müşteriler tarafından algılanan güvenlik risklerinin açık bankacılığın yaratmış olduğu artılara göre önemsiz bir seviyede olduğunu; katı bir rejime sahip olmayan ülkelerde açık bankacılığın diğer ülkelere göre daha büyük bir motivasyona sahip olduğunu belirtmektedir.

Literatür Bulgularının Yorumlanması

Dijitalleşme ve Finansal Teknolojilerin Banka Müşterileri Üzerindeki Etkilerine Dair Bulguların Yorumu

Banka müşterilerinin çoğunluğunun şubesiz bankacılık müşterisi olmasa da fiziki banka şubelerini oldukça az ziyaret etmekte ve şubelerde bulunan fiziki kasa hizmeti benzeri, fiziki katılım gerektiren hizmetler dışında kalan bankacılık hizmetlerini çoğunlukla dijital kanallardan almakta oldukları anlaşılmaktadır. Fiziki banka şubelerinin ziyaret edilme sıklığının deneklerin yaşları ile doğru orantılı olarak arttığı görülmektedir. Müşterilerin bankacılık hizmetlerini dijital olarak almayı güvenli buldukları, açık bankacılık ve servis modeli bankacılığının gelişimi ve kullanımının yaygınlaşması için gerekli olan müşteri verilerinin paylaşılması fikrine ise çoğunlukla karşı olduklarını araştırmalarda göze çarpmaktadır. Buna karşın, müşterilerin çoğunlukla farklı banka hesaplarını aynı mobil uygulamadan yönetmek isteyebileceklerini ifade ettikleri ve mobil uygulamaları en çok para transferi amacı ile kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu durum, açık bankacılık ve servis modeli bankacılığı kavramlarının hala çok bilinmediğini ve geniş kitlelere yayılmadığını göstermektedir.

Müşterilerin genel olarak dijital bankacılık hizmetlerinden beklentisinin hız ve hayatlarını kolaylaştırması olduğu anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, nakit yerine kullanılan temassız ödeme çözümleri, daha çok ATM'lerde para yatırmak ve çekmek için kullanılan kare kodlar ve Türkiye'de yurt içi para transferini saniyelere kadar indiren FAST öne çıkmaktadır. Dijital

hizmetlerin zaman tasarrufu sağlamaları dışında, fiyat avantajı ve dijitale özgü kampanyalar nedeniyle mali açıdan da faydaları olduğu görülmektedir. Müşteriler bankacılıkta dijitalleşme ve yeni teknolojilere çoğunlukla olumlu yaklaşırlar da kullanımı her yaş aralığı için kolay olmayan ya da kullanışsız ara yüzlü mobil uygulamalar nedeniyle olumsuz görüşlere sahip olan grupların da varlığı göze çarpmaktadır. Buna ek olarak, dijital dönüşümü diğer bankalara göre iyi yönetemeyip, müşterileri sürecin bir kısmında fiziki banka şubelerine çağırmak zorunda kalan bankalar nedeniyle, müşteri tarafında oluşan olumsuz intibalar de olduğu görülmektedir.

Müşteri memnuniyeti yaratmak için müşterilerin gereksinimlerinin olabildiğince karşılanması gerektiği düşünüldüğünde; dijitalleşme ve finansal teknolojilerin; müşteri deneyimi, müşteri ilişkileri ve müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Şubesiz bankacılık müşterisi olmayan banka müşterileri de olabildiğince bankacılık hizmetlerini mobil hizmetlerden almaya çalışmakta ve fiziki şubelere olabildiğince az uğramak istemektedirler. Geçmiş araştırmalar, dijitalleşmeyi ve açık bankacılık uygulamalarını diğer bankalara nazaran iyi yönetebilen bankaların, müşterilerin gözünde kaliteli hizmet algısı yaratabilmekte ve rekabette öne geçmekte başarılı olacaklarını göstermektedir.

Dijitalleşme ve Finansal Teknolojilerin Banka Müşteri İlişkileri Çalışanları Üzerindeki Etkilerine Dair Bulguların Yorumu

Sektörde kullanılmakta olan bankacılık sistemlerinde yapılmakta olan geliştirmeler, verimliliği ve hızı artırıp, operasyonel kolaylıklar sağlamakta ve

bu çalışanların motivasyonuna olumlu yönde yansımaktadır. Düzenli olarak gelişim göstermekte olan dijital dönüşüm sayesinde, müşteri edinim ve hesap açma süreçleri mobil bankacılık uygulamaları aracılığı ile fiziki banka şubeleri olmadan gerçekleştirilirken; bu dönüşümün sağlamış olduğu kolaylıklar ise çalışan ve banka performansına direkt olarak yansımaktadır.

Bankacılıktaki dijitalleşmenin, müşterilerle daha hızlı ve verimli iletişimin önünü açtığı düşünülse de, fiziki banka şubeleri hakkında çalışanlar arasındaki genel görüş online ve mobil hizmetlerin artış hızı nedeniyle fiziki şubelerin sayısında azalma olacağı fakat metropoller dışında kalan fiziki banka şubelerinin uzun bir süre daha bir ihtiyaç olarak kalacağı yönündedir. Fiziki şubeler her ne kadar belirli yerleşim alanlarında vazgeçilmez olarak görünüyorsa da, dijitalleşme konusunda diğer bankalara kıyasla daha başarılı olan bankaların, rekabette öne geçeceği ve bankalar arasındaki artan rekabetin müşterilere avantaj yaratacağı düşünülmektedir.

Daha çok operasyon departmanlarında gerçekleşen, manuel ve sürekli tekrarlanmakta olan benzer işlerin dijital ortamlara aktarılması, yaratmış olduğu otomasyon sayesinde çalışanların iş yükünü azaltmaktadır. Bankacılıktaki teknolojik gelişmeler, banka çalışanlarına zamanı daha efektif kullanarak, aynı sayıda işi daha kısa sürede yapma imkânını vermekte ve çeşitli işleri aynı anda yapabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bankacılıkta otomasyonun iş tatminine olumlu etkisi olduğu gözlemlenirken; gelişmekte olan teknolojik yapının ise çalışanların iş yükünü hafiflettiği ve mevcut iş tanımlarına yeni süreçleri eklediği tespit edilmiştir. Otomatikleşen iş süreçleri ve gelişmekte olan bankacılık teknolojisinin, iş süreçlerini kolaylaştırırken bir

yandan da sistem çalışma prensiplerine hâkim ve değişime kolay uyum sağlayabilen yetkin personel ihtiyacı yarattığı ve bunun da çalışan profili üzerinde değişime yol açmaya başladığı ortaya çıkmaktadır. Fiziki manuel süreçlerin azalması belli alanlarda istihdam üzerinde olumsuz etki yaparken; dijitalleşmenin yaratmış olduğu yeni iş süreçleri ve yeni iş alanları ise istihdama olumlu etki yapmaktadır. Olumlu etkinin başlıca nedenleri: bankaların dijital dönüşümü olduğu kadar aynı zamanda da açık bankacılık ve servis bankacılığının getirmiş olduğu imkânlardır. Finansal teknolojilerin kullanımı, direkt olarak ürün çeşitliliği yaratmasa da genel görüş: optimize edilen mobil uygulamalar ve alışveriş portalları ile geliştirilen iş birlikleri sayesinde hizmetlerde çeşitlilik yaratılmış olduğudur.

Literatürde bankacılık sektörünün, yeni işe başlayacaklar için eskisi kadar cazip bir iş alanı olmadığına dair yapılan bulguya rağmen mülakat bulgularına göre, gelişen teknoloji ile iş süreçlerinin ve iş ortamının dijitalleşmesi, çalışanların iş yüküne olumlu etki yapmakta ve çalışanların daha çeşitli alanlar üzerinde hâkimiyet kurmasına olanak sağlamaktadır. Bu olumlu etkiler ise literatürde de değinildiği üzere, çalışanların iş tatminine, iş motivasyonuna ve iş performansına pozitif katkı yapmaktadır.

Literatürde karşımıza çıkan bilgilere göre, dijitalleşmedeki artış hızı; şube ve çalışan sayısındaki artış hızından ileride görünmektedir. Teknolojinin ilerlemesi, aynı sayıda işin, daha az sayıda çalışan ile yapılabilmesini olanaklı kılarken; çalışanlar ise bu durumdan kaynaklı olarak kendilerini risk altında hissedebilmektedirler. Öte yandan yeni finansal teknolojiler ise bankacılık hizmetlerini çeşitlendirmekte ve yeni iş olanakları, yeni iş alanları

oluşturmaktadır. Literatür bilgileri dijitalleşme kaynaklı oluşan bu iş alanları sonucunda bankacı çalışan profiline değişmekte olduğunu ve özellikle müşteri ilişkileri çalışanlarının daha nitelikli ve yeniliklere uyum sağlayabilen kişiler olmasının beklendiğini göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde bankacılık kavramı, geleneksel bankacılıktan uzaklaşmakta; dijitalleşen dünya koşullarında, kapsamını genişleterek, gelişmeye devam etmektedir. İnternetin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte özellikle 2000’li yılların başından itibaren ivme kazanan teknolojik gelişmeler; güncel teknolojilere ön ayak olmuş ve günümüzde finans sektöründe de kullanılmaya başlanmıştır. Mevcut olan dijital dönüşüm eğilimine hız veren pandemi sonrası, dijitalleşme bir tercihten çok zorunluluk haline gelirken; finans sektörünün merkezinde yer alan bankacılık üzerinde de etkisi hissedilmektedir.

Dijitalleşme trendi etkisini; gelişen teknolojinin de yardımı ile her alanda göstermektedir. İnsan faktörü ile ilerleyen manuel süreçlerde dijitalleşmenin etkisi ile otomasyon sağlanmakta; fiziki olarak sağlanan hizmetler dijital alanlara aktarılmakta ve hatta şubesi olmayan dijital bankalar ortaya çıkmaktadır. Günümüzdeki teknolojiler, her türlü hizmeti dijital olarak almaya henüz elverişli olmasa da çok uzak olmayan bir gelecekte fiziki banka şubelerinin sayısında gözle görülür bir azalma yaşanması beklenmektedir. Fiziki hizmetlerin azalması, operasyonel süreçlerin otomasyona geçmesinin istihdam üzerinde olumsuz bir etkisi olacağı açıktır. Bu olumsuz etkilerin

banka çalışanları tarafından en az şekilde hissedilmesi için banka çalışanlarının kendilerini sürekli geliştirmeleri, yeniliklere açık olmaları ve dönüşmekte olan bankacılık alanlarına uyum sağlamaları gerekmektedir. Çalışan sayısında azalma beklense de nitelikli banka çalışanı ihtiyacı her zaman olacaktır.

Dijitalleşmenin banka çalışanları üzerinde birçok olumlu etkisi gözlemlenmiştir. Manuel süreçlerin azalması iş yükünü azaltmakta; iş tatmini ve motivasyonu arttırmaktadır. Çalışan mutluluğu yanı sıra; daha hızlı gerçekleşen iş süreçleri sayesinde, verimlilik artmakta ve bu da banka performansına mali ve müşteri memnuniyeti açısından direkt etki etmektedir. Literatür taraması göstermiştir ki; dijitalleşme süreçlerini iyi yöneten bankalar, rekabette öne geçmekte ve müşterilerin gözünde kaliteli hizmet algısını daha kolay yaratabilmektedir. Bankaların öncelik vermesi gereken ise açık bankacılık ve servis modeli bankacılığı ile ilgili bilgi eksikliği ve önyargılar nedeniyle, dijital çözümleri güvenli bulmayan müşterilere, hizmetleri doğru şekilde açıklayıp; veri güvenliğini olabildiğince ön planda tutmaktır.

Müşterilerin bankacılık hizmetlerinden beklentileri ve memnuniyetleri üzerinde etkisi olan unsurlar çoğunlukla hız, güvenlik ve mali yönden fayda sağlıyor olmasıdır. Dijital bankacılığın ve şubesiz bankaların sunduğu hızlı hizmet, özel kampanyalar ve fiyat avantajı unsurlarının müşteri memnuniyeti üzerinde direkt olarak etkisi bulunduğu görülmektedir. Temassız ödeme teknolojisi ve kare kodlarla yapılan işlem adetlerine bakıldığında müşterilerin kullanım alışkanlıklarının hızlı bir şekilde değişmekte olduğu görülmektedir. Açık bankacılık olanakları ile finansal teknolojilerin almış oldukları büyük yatırımlar düşünüldüğünde; dijital servislerin ve mobil uygulamaların

bankacılık sektörü ve bankacılık müşterileri üzerindeki etkilerinin yakın bir gelecekte çok daha etkili olacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

Akın, F. (2020). Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 15-27.

Aliyeva, B. (2016). Bankacılık Sisteminde İnternetin Olumlu ve Olumsuz Yönleri. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 237-252.

Arslan, G. (2019). *Türk Bankacılık Sektöründe Bilişim Teknolojilerinin Gelişimi ve Bankacılık Hizmetlerine Yansımaları*, Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Arslaner, S. (2020). *Bankaların Dijitalleşme Süreçleri ve Müşteri Üzerindeki Etkileri -Bir Banka Uygulaması*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Apple. (2022). *Empowers Businesses to Accept Contactless Payments Through Tap to Pay on iPhone*. <https://www.apple.com/newsroom/2022/02/apple-unveils-contactless-payments-via-tap-to-pay-on-iphone> Erişim: 24.04.2022

Bankalar Arası Kart Merkezi. (2022). *Mobil Temassız/Karekodlarla Yapılan Ödeme İşlemleri*. <https://bkm.com.tr/mobil-temassiz-karekodlarla-yapilan-odeme-islemleri> Erişim: 27.04.2022

Bankalar Arası Kart Merkezi. (2022). *Yerli Kartların Yurtiçi ve Yurtdışı Temassız Kullanımı*. <https://bkm.com.tr/yerli-kartlarin-yurt-ici-ve-yurt-disi-temassiz-kullanimi> Erişim: 24.04.2022

Bilgiç, E. (2019). *Growth of Digital Financial Products and Services: A Research on the Expansion of Fintech Services and Solutions in Turkey*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Entrepreneurship and Innovation Management Program, İstanbul

Bulazar, A. R. (2021). *Fintek Uygulamalarının Finans Sektörüne Getirdiği Dönüşüm ve Uygulama Örnekleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Canko, S. (2019). *Fintech İstanbul. Dünyada ve Türkiye’de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği*. <https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/Dunyadaveturkiyedeacikbankacilik.pdf> Erişim: 01.05.2022

Citigroup. (2020). *Citi Launches First Lending API Partnership With Grab in Asia Pacific*. <https://www.citigroup.com/citi/news/2020/201221a.htm> Erişim: 23.04.2022

Danacı, C. ve Çetintaş, Ö. (2020). Bankalarda Finansal Teknoloji ve Yenilikler. *Turkish Business Journal*, 1(2), 52-79.

Demirel, S. ve Ulusoy, A. (2021). Bankacılık sektöründe dijital dönüşümün istihdam üzerine etkisi. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 10(27), 256-267.

Emarketer. (2021). "Chime is the No.1 neobank in the US." <https://www.emarketer.com/content/chime-no-1-neobank-us> Erişim: 24.04.2022

Enpara.com. (2022). *Enpara.com nedir?*. <https://www.qnbffinansbank.enpara.com/enparacom-nedir> Erişim: 19.04.2022

Ersöz, B. ve Özmen, M. (2020). Dijitalleşme ve Bilişim Teknolojilerinin Çalışanlar Üzerindeki Etkileri. *Bilişim Teknolojileri Online Dergisi* 11(42), 171-179

European Central Bank. (2022). *A digital Euro*. https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/html/index.en.html Erişim: 24.04.2022

Expatica. (2022). *The difference between traditional and online banks*. <https://www.expatica.com/finance/banking/traditional-vs-online-banking-27854> Erişim: 19.04.2022

Finn, A. (2021). *NatWest launches 'Housemate' app to make splitting bills less painful*. https://www.altfi.com/article/8256_natwest-launches-housemate-app-to-make-splitting-bills-less-painful Erişim: 21.04.2022

Fintech İstanbul. (2019). *Dünyada ve Türkiye'de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği*. <https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/Dunyadaveturkiyedeacikbankacilik.pdf> Erişim: 21.04.2022

Ganiev, R.G., Rodin, B.K. ve Orazov, S.T. (2019). Fintech in Digitalization of Banking Services, 1st International Scientific and Practical Conference on Digital Economy (ISCDE 2019), *Atlantis Press, Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 105, 165-168

Gülez, M. (2019). *Fintech İstanbul. Dünyada ve Türkiye’de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği*. <https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/06/Dunyadaveturkiyedeacikbankacilik.pdf> Erişim: 01.05.2022

Hızır, H. B. (2019). *Bankacılık Sektöründe İş Memnuniyetini Etkileyen Faktörler: Isparta İli Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Huld, Arendse. (2022). *China Launches Digital Yuan App - All You Need to Know*. <https://www.china-briefing.com/news/china-launches-digital-yuan-app-what-you-need-to-know/#whatisthevalueofecnyHeader> Erişim: 23.04.2022

Jones, D ve Pardiwalla, A. (2022). *The Rise of Banking as a Service*. <https://www.oliverwyman.com/our-expertise/insights/2021/mar/the-rise-of-banking-as-a-service.html> Erişim: 23.04.2022

Khillar, S. (2021). *Difference Between Fintech and Digital Banking*. <http://www.differencebetween.net/technology/difference-between-fintech-and-digital-banking> Erişim: 19.04.2022

Koca, G. (2021). *Açık Bankacılık Sonrası Bankacılığın Geleceği*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Koç, S. (2020). Paranın Dijitalleşmesi ve Merkez Bankası Dijital Para Olasılığı. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 5(2), 196-204

Koçaşlı, İ. O. (2014). *Yeni teknolojilerin Türk bankacılık sektörüne ekonomik etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

KPMG. (2022). *Pulse of Fintech H2’21 2022*. <https://home.kpmg/xx/en/home/insights/2022/01/pulse-of-fintech-h2-2021-global.html> Erişim: 20.04.2022

NatWest. (2022). *Our free bill splitting app*. <https://www.natwest.com/life-moments/housemate.html> Erişim: 21.04.2022

N26 & Accenture. (2021). *Global Digital Banking Index 2021*. <https://n26.com/en-eu/global-banking-index> Erişim: 28.04.2022

Onaylı, E. (2020). *Bankacılıkta Dijital Dönüşümle Değişen Müşteri Deneyiminin Müşteri Sadakati, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Tavsiye Etme Niyeti Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özdemir, M. (2021). *Portföy Yönetim Şirketlerinde Dijital Dönüşümün Karlılığa Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

ProCompliance. (2022). *Açık Bankacılık ve Servis Modeli Bankacılığı*. <https://www.procompliance.net/acik-bankacilik-ve-servis-modeli-bankaciligi/> Erişim: 25.07.2022

Reich, G. (2022). *How Nubank Became One of the World's Biggest Digital Banks*. <https://thefinancialbrand.com/131658/how-nubank-became-the-worlds-biggest-digital-bank> Erişim: 19.04.2022

QNB Finansbank. (2021). *Yeni Normalde Büyüme Faaliyet Raporu 2021*. <https://www.qnbfinansbank.com/yatirimci-iliskileri/finansal-raporlar> Erişim: 19.04.2022

Sakallı, İ. Yahya F. ve Canan Y. (2020). *Yeni Teknolojilerin İş Doyumu ve Motivasyon Üzerindeki Etkileri*. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37(1), 393-421.

Salmony, M. (2022). *Neo-Bankalar: Geleneksel Bankaların Pabucunu Dama mı Atacak?*. <https://fintechistanbul.org/2022/02/15/neo-bankalar-geleneksel-bankalarin-pabucunu-dama-mi-atacak> Erişim: 19.04.2022

Selimoğlu, S. (2022). *Mastercard Sayesinde Toplu Taşımada Hızlı, Basit ve Güvenli Ödeme Kastamonu ve Safranbolu'yla birlikte 43 şehirde*. <https://www.mastercard.com/news/europe/tr-tr/haber-merkezi/basin-bultenleri/tr-tr/2022/mastercard-sayesinde-toplu-tasimada-hizli-basit-ve-guvenli-odeme-kastamonu-ve-safranbolu-yla-birlikte-43-sehirde> Erişim: 24.04.2022

Seth, S. (2022). *Central Bank Digital Currency (CBDC)*. <https://www.investopedia.com/terms/c/central-bank-digital-currency-cbdc.asp> Erişim: 23.04.2022

Streeter, B. (2020). *How BaaS Turns Traditional Banks Into Digital Deposit & Loan Machines*. <https://thefinancialbrand.com/101307/community-bank-digital-deposit-loan-baas-service-challenger-big-tech> Erişim: 21.04.2022

Şükranlı, D. (2020). *The Effect of Company's Level of Digitalization on Employee Satisfaction and Productivity*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası İdare Merkezi. (2022). *FAST Sisteminin Alışverişlerde Ödeme Yöntemi Olarak Kullanılması Hakkında Basın Duyurusu (2022-13)*. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Duyurular/Basin/2022/DUY2022-13> Erişim: 24.04.2022

Vakıf Katılım Bankası AŞ. (2022). *Garantili Fon Transferi-GFT Ticarete oyunun kuralları değişiyor!*. <https://www.vakifkatilim.com.tr/tr/ticari-bankacilik/garantili-fon-transferi-gft> Erişim: 24.04.2022

Vargonen Blog. (2020). *Kare kod QR nedir?*. <https://www.vargonen.com/blog/kare-kod-qr-nedir> Erişim: 25.04.2022

Yetiz, F. (2016). *Bankacılığın Doğuşu ve Türk Bankacılık Sistemi, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 107-117.

Yıldız, Ç. (2017). *Yeni Teknolojilerin Bankacılık Sektörüne Olan Sosyoekonomik Etkileri: Türkiye Örneği*, Yayınlanmış Bitirme Projesi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yurtsever, G. (2017). *Bankacılıkta Personel Suistimallerinin Önlenmesi ve Tespiti*. <https://www.icdenetim.net/bankacilikta-personel-suistimallerinin-onlenmesi-ve-tespiti> Erişim: 27.04.2022

Zengin, O. (2019). *Türkiye'de Dijital Bankacılık Sistemi ve Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İzmir