

Suggested Citation: Uzun, U. (2021), "Türkiye’de Dijital Bankacılık Kullanımı Üzerinde Covid-19 Pandemisinin Etkileri", *Fiscaeconomia*, 5(1), 309-323.

Türkiye’de Dijital Bankacılık Kullanımı Üzerinde Covid-19 Pandemisinin Etkileri

Effects of Covid-19 Pandemic on Usage of Digital Banking in Turkey

Uğur UZUN¹

Abstract

Digital banking transactions are an important service area for banks with the cost advantage they provide. In addition, digital banking services offer customers time and location flexibility with the opportunity to perform their transactions faster. The most important function of digital banking services for customers is that they can perform their transactions in a more flexible time frame without going to the bank branch. While these main benefits of digital banking increase customer satisfaction, security concerns negatively affect the level of usage. Time and cost savings, transaction speed and quality, and location flexibility are the main factors in customers' preference for digital banking. Apart from these factors, force majeure may also be effective in the usage of digital banking. In this context, Covid-19 pandemic and restriction measures of countries have increased the importance of digital banking services. In this study, the effects of the pandemic were examined on the customers' usage of digital banking in Turkey.

Article History:

Date submitted:

30.11.2020

Date accepted:

29.12.2020

Jel Codes:

G21, G41, G01

Keywords:

*Digital Banking,
Internet Banking,
Mobile Banking,
Covid-19 Pandemic*

¹Dr. Öğr. Üyesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Hopa İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, uguruzun@artvin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3245-5742>



Öz

Dijital bankacılık işlemleri sağladığı maliyet avantajı ile bankalar için önemli bir hizmet alanıdır. Bununla beraber müşterilere daha hızlı bir şekilde işlemlerini yapma olanağı sunmakta ile zaman ve mekân esnekliği sunmaktadır. Dijital bankacılık hizmetlerinin müşteriler açısından en temel fonksiyonu, banka şubesine gitmeden işlemlerini daha esnek bir zaman diliminde gerçekleştirebilmeleridir. Dijital bankacılığın bu temel faydaları, müşteri memnuniyetini arttırmakla birlikte güvenlik endişeleri ise kullanım düzeyini olumsuz etkileyebilmektedir. Genel itibariyle müşterilerin dijital bankacılığı tercih etmelerinde zaman ve maliyet tasarrufu sağlaması, işlem hızı ve kalitesi sunması, belirli bir mekâna bağlı kalınmaması başlıca etkenlerdir. Bu temel faktörlerin dışında mücbir sebepler de dijital bankacılık kullanımında etkili olabilir. Bu bağlamda dünya genelinde yaşanan Covid-19 pandemi süreci ve ülkelerin bu döneme özgü çeşitli uygulamaları dijital bankacılık hizmetlerinin önemini arttırmıştır. Bu çalışmada pandemi sürecinin Türkiye'deki müşterilerin dijital bankacılık kullanımlarını üzerindeki etkisi incelenmiş ve çeşitli düzeylerde etkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

*Anahtar Kelimeler: Dijital Bankacılık, İnternet Bankacılığı, Mobil Bankacılık,
Covid-19 Pandemisi*

1. Giriş

Teknolojideki hızlı gelişim birçok alanı etkilerken teknolojinin insan hayatı içindeki yeri ve önemi her geçen gün artmaktadır. Ekonomilerin temel unsurlarını oluşturan işletmeler faaliyetlerinde teknolojiyi yoğun bir şekilde kullanmaktadır. İşletmeler geçmişte teknolojiyi genellikle üretim süreçleri ile ilgili kullanırken günümüzde pazarlama, satış, halka ilişkiler, muhasebe-finans gibi tüm süreçlerde belli ölçüde teknolojiden yararlanmaktadırlar. İşletmelerin teknolojik gelişmelere uyum sağlamaları müşterilere daha iyi hizmet sunma, faaliyetlerin verimliliğini yükseltme, maliyet avantajı sağlama ve rekabet üstünlüğü gibi açılardan çok önemlidir.

Bankacılık sektörü teknolojik yenilikleri hızlıca faaliyetlerine adapte eden sektörlerin başında gelmekte ve bu bağlamda birçok hizmet sunmaktadır. Bu hizmetler genel olarak elektronik bankacılık işlemleri şeklinde adlandırılmaktadır. Elektronik bankacılık; bilgi toplumunun ihtiyaç ve taleplerinin karşılanarak giderlerin azaltılması, teknolojiye bağlı rekabet avantajı elde edilmesi, stratejik kararların etkinliğinin artırılabilmesi gibi hedeflere ulaşmak amacıyla mevcut teknolojik olanakların bankacılık faaliyetlerine uyarlanması ile bu çalışmaların zaman içinde geliştirilmesi neticesinde müşterilere sunulan ürün ve hizmetler bütünü şeklinde tanımlanabilir (Akpınar, 1993: 1). Bu durum gün geçtikçe geleneksel bankacılığa duyulan ihtiyacı azaltıcı etkide bulunurken müşterilerin bankacılık işlemlerini internet ve mobil gibi kanallar üzerinden gerçekleştirmesine imkân sağlayan önemli bir yöntem haline dönüştürmüştür (Mbama & Ezepue, 2018: 230).

Büyük Britanya'da elektronik bankacılık hizmetlerinin gelişimi bağlı olarak 1989-2012 yılları arasında banka şube sayısının yaklaşık %43 oranında azaldığı belirlenmiştir (French, Leyshon, & Meek, 2013: 4). Müşterilerin finansal işlemlerini çeşitli teknolojik kanallar üzerinden güvenilir ve kolay bir şekilde yapabilme olanağına sahip olmasının gün geçtikçe geleneksel bankacılığı daha fazla etkileyeceği, geleneksel bankacılık aracılığıyla işlem yapan müşteri sayısı



Uzun, U. (2021), "Türkiye'de Dijital Bankacılık Kullanımı Üzerinde Covid-19 Pandemisinin Etkileri", *Fiscaoeconomia*, 5(1), 309-323.

ile fiziki şube sayılarının düşeceği çeşitli çalışmalarda ileri sürülmektedir (Johnson, Ott, Stephenson, & Weberg, 1995: 95; Trethowan, & Scullion, 1997: 64).

Commencis'in Dijital Bankacılığın Geleceği başlıklı Eylül 2020 tarihli raporunda müşterilerin bankacılık işlemleri ile ilgili davranışlarında değişimler olduğu ve mobil bankacılık kullanımının %20, online bankacılık kullanımının ise %17 düzeyinde artacağı bununla birlikte şube bankacılığının ise %10 seviyesinde azalacağı öngörülmektedir. İlgili raporda son 10 yıllık dönemde sadece dijital bankacılık hizmeti sunan banka sayısının önemli düzeyde arttığı ve 100'ün üzerine ulaştığı ifade edilmektedir.

Tarihsel süreçte elektronik bankacılık açısından önemli adımlardan biri Bank of America'nın 1955 yılında San Francisco şubesi üzerinden kurulan IBM 702 sistemiyle bilgisayar aracılığıyla işlemler yapmaya başlamasıdır (Mason, McKenney & Copeland, 1997: 327). Müşterilerin elektronik bankacılık işlemlerini doğrudan kendilerinin yapabilmesi, ilk olarak otomatik vezne makineleri (ATM) kanalı ile gerçekleşmiştir. Sadece nakit çekim fonksiyonuna sahip olan ilk ATM, 1969 yılında New York Chemical Bank tarafından müşterilere sunulmuştur. 1971 yılı itibarıyla ise çok fonksiyonlu makineler hizmete açılmıştır (Innovation Flashback, 2018: 5). İnternet teknolojisinin bankacılık faaliyetlerinde kullanımına ise 90'lı yıllarda başlanmıştır. 1995 yılında hizmete açılan Security First Network Bank işlemlerinin çoğunu internet üzerinden gerçekleştirebilmesi ile internet bankacılığının ilk örneklerinden kabul edilmektedir (Gup, 2002; 132). Yakın dönemde ise internet altyapısının mobil teknolojiyle bütünleşmesi ile mobil cihazlar üzerinden bankacılık işlemlerinin yapılabilmesinin önü açılmıştır. Bu bağlamda kavramsal olarak internet bankacılığında dijital bankacılığa bir dönüşüm yaşanmaktadır.

2. Dijital Bankacılık Kavramı

Elektronik bankacılık kanallarının gelişimi ve yaygınlaşması özellikle bilgi iletişim teknolojileri altyapısına bağlıdır. 2000'li yıllarla beraber teknolojiye hızlı bir gelişim yaşanırken çeşitli iletişim araçlarının toplumsal hayattaki rolü ve etkinliği artmaya başlamıştır. Bankacılık sektörü teknolojiyi faaliyetlerinde kullanma ve müşterilerine teknolojik kanallar üzerinden hizmet sunma noktasında öncü sektörlerden biri olmuştur.

Bankacılık ürün ve hizmetlerinin teknolojik araçlar üzerinden sağlanması şeklinde tanımlanabilen (TBB, 1998:3) elektronik bankacılık hizmetleri, çeşitli kanallar üzerinden müşterilere sunulabilmektedir. Dijital bankacılık bağlamında ilk olarak internet (online) bankacılığı biçiminde karşılaşılan işlemlere mobil araçların gelişimi ile birlikte mobil bankacılık da dâhil olmuştur. Genel itibarıyla dijital bankacılık, internet bankacılığı ile mobil bankacılığı uygulamalarını kapsamaktadır. Türkiye Bankalar Birliği, 2005 yılı itibarıyla internet bankacılığı istatistiklerini yayınlamaya başlarken 2011 yılıyla birlikte mobil bankacılık verileri açıklanmaya başlanmıştır. 2017 yılında ise internet ve mobil bankacılığı kapsamında dijital bankacılık istatistikleri kamuoyu ile paylaşılmakta ve bu iki bankacılık kanalı dijital bankacılığın bileşenlerini oluşturmaktadır.

Dijital bankacılık hizmetlerinin zaman ve kaynak tasarrufu sağlama, işlem maliyetlerini azaltma, banka ve müşteri arasında daha hızlı ve kolay iletişim kurabilme, rekabet avantajı yaratma ve pazar payını arttırma, büyük fonlara sahip müşteri sayısını yükseltme ve onlara daha iyi hizmet sunabilme, değişen müşteri taleplerine daha çabuk cevap verebilme, şube bankacılığına olan bağımlılığı azaltma gibi gerek müşteriler gerekse bankalar için çeşitli

faydaları bulunmaktadır (Kahveci & Wolfs 2018:48). Bu yararlarına rağmen günümüzde halen geleneksel şube bankacılığı, kullanım açısından bankacılık kanalları arasında dünya genelinde ön sırada yer almaktadır. Özellikle teknoloji ile daha yakın ilişkide olan genç ve orta yaş grubu dijital bankacılık kanallarını daha yoğun kullanırken genellikle daha yaşlı kesim geleneksel bankacılığı tercih etmektedir. Bu bağlamda Eylül 2020 tarihinde Türkiye'de dijital bankacılığı en fazla kullanan yaş grubu yaklaşık 24,1 milyon kişi ile 36-55 yaş grubu olmuştur (Tablo 1). İkinci sırada yaklaşık 17,5 milyon kişi ile 26-35 yaş grubu olurken 56 ve üzeri yaş grubunda dijital bankacılığı kullanan sayısı ise yaklaşık olarak 6,2 milyon kişidir. Bu istatistikten hareketle gün geçtikçe dijital bankacılık kullanım düzeyinin artacağı iddia edilebilir.

Tablo 1. Yaş Gruplarına Göre Dijital Bankacılık Aktif Müşteri Sayıları (bin kişi)

Yaş Grubu	Haziran 2020	Eylül 2020
0-17	191	190
18-25	11.632	11.890
26-35	17.343	17.579
36-55	23.628	24.110
56-65	4.535	4.579
66+	1.747	1.691

Kaynak: TBB

Bununla beraber dijital bankacılık kanallarının tercih edilmesinde ülkelerin teknolojik altyapıları ile sistemlere duyulan güven önemli etkenlerdir. Özellikle teknolojik altyapıları yetersiz olan ve bu bağlamda güvensizlik duyulan ülkelerde şube bankacılığının ağırlığı yüksek düzeydedir. Ayrıca siber saldırılar ve bu saldırılara karşı güçlü bir korunma sisteminin olmaması da dijital bankacılığa karşı bir ön yargı oluşturabilmektedir.

Genellikle müşterilerin finansal işlemlerini dijital kanallardan gerçekleştirmeyi tercih etmelerinde ve dijital bankacılık kanallarını benimsemelerinde belli başlı faktörler etkili olmaktadır. Tan ve Teo (2000) internet bankacılığının benimsenmesinde göreceli avantajlı olduğu kanaatinin, internet kullanımına dönük risk algısının ve güven duygusunun etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Benzer bir diğer çalışmada Polasik ve Wisniewski (2009), Polonya özelinde internet bankacılığının benimsenmesinde internet işlemlerine yönelik güvenlik algısı, internet kullanımı deneyimi ve demografik özelliklerin önemli olduğunu tespit etmişlerdir. Sohail ve Shanmugham (2003), Malezya'da üniversite öğrencilerinden oluşan örneklemi üzerine yaptıkları çalışmalarında internet erişilebilirliği, farkındalık, değişim karşısındaki tutum, bilgisayar ve internet ile ilgili maliyetler, kullanım kolaylığı, bankaya duyulan güven ile internet işlemlerine yönelik güvenlik kaygıları unsurlarının internet bankacılığı hizmetlerinin benimsenmesinde etkili faktörler olduğunu belirtmişlerdir. Suh ve Han (2002) ise müşterilerin internet bankacılığına karşı tutumlarında en önemli değişkenin güven duygusu olduğunu ileri sürerlerken diğer etkili unsurların da sistemin kullanım kolaylığı ve kullanılabilirlik algısı olduğunu ifade etmişlerdir. Gu vd. (2009) mobil bankacılığa karşı tutumları inceleyebilmek amacıyla yaptıkları çalışmada mobil bankacılıkla ilgili algılanan fayda ve kullanım kolaylığı ile güven etkenlerinin önemli olduğunu tespit etmişlerdir.

Türkiye örneğinde yapılan çalışmalarda da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Ustasüleyman ve Eyüboğlu (2010), bireylerin internet bankacılığı kullanım niyeti üzerinde güven, algılanan kullanılabilirlik ve kullanım kolaylığı ile algılanan web güvenliği faktörlerinin etkili olduğunu ifade

etmişlerdir. Durer vd. (2009) banka müşterilerinin online bankacılık kanalını tercih edip etmeme kararları üzerindeki etkili faktörleri ele almışlardır. Müşterilerin internet bankacılığını tercih etmesinde hizmet kalitesi, güven algısı, zaman esnekliği, oluşan sorunların çözüme kavuşturulması, maliyet, sistem tasarımı ve kullanım hızı önemli unsurlardır. Diğer taraftan kullanım zorluğu, internet erişimi ile ilgili maliyetler, güvenlik endişeleri, teknolojiye ve teknolojik ürünlere uzaklık ve alışkanlıkların değişimine karşı direnç müşterilerin online bankacılığı kullanmamalarına sebebiyet vermektedir.

Dünya ülkelerinde dijital bankacılık kanallarının tercih edilmesinde genellikle benzer faktörler etkili olmaktadır. Bununla beraber ülkelerin ekonomik ve sosyal yapısı ile teknolojik altyapıları faktörlerin etki sıralamasının değişkenlik göstermesine neden olabilmektedir. Ancak genel itibariyle dünyada online ve mobil bankacılığı kullanan müşteri sayılarının artma eğiliminde olduğu söylenebilir. Türkiye özelinde 2005 yılı sonu itibariyle internet bankacılığını aktif olarak kullanan kişi sayısı yaklaşık 3 milyon düzeyindeyken Eylül 2020 itibariyle bu sayı yaklaşık 4 kat artmış durumdadır (Tablo 1). Bununla birlikte aktif bir şekilde sistemi kullanmayan müşteri sayısı çok daha fazladır. Eylül 2020 döneminde son 1 yıl içinde en az bir kere internet bankacılığına giriş yapan müşteri sayısı yaklaşık 25 milyon civarındadır.

Tablo 2. Türkiye'de İnternet Bankacılığı Aktif Müşteri Sayıları

Dönem	Bireysel Aktif Müşteri Sayısı	Kurumsal Aktif Müşteri Sayısı	Toplam Aktif Müşteri Sayısı
2005	2.803.482	373.222	3.176.704
2009	5.368.510	605.623	5.974.133
2012	9.629.597	922.167	10.551.764
2015	16.169.883	1.250.568	17.420.451
2018	11.258.092	1.286.010	12.544.102
Eylül 2020	10.757.712	1.339.841	12.097.553

Kaynak: TBB

Çok fonksiyonlu telefon ve tablet teknolojisinin gelişimiyle birlikte mobil bankacılık kullanımları ciddi düzeyde artış göstererek internet bankacılığı kullanımının üzerinde işlem hacmi ve müşteri sayılarına ulaşmaya başlamıştır. İnternet bankacılığına göre özellikle çok daha fazla yer ve zaman esnekliği tanınması mobil bankacılığının artan trendinde etkili olmaktadır. İlk olarak 2011 yılında açıklanmaya başlanan mobil bankacılık istatistiklerine göre aktif müşteri sayısı sadece 445 bin kişi civarındayken Eylül 2020'de yaklaşık 59 milyon kişi mobil bankacılığı aktif olarak kullanmaktadır (Tablo 3). Bu değer aynı döneme ait internet bankacılığı verisinin yaklaşık 6 katı düzeyindedir. Özellikle 2017 yılı ile birlikte ciddi bir artış yaşanmıştır. Bu durumun sebepleri olarak bankaların mobil bankacılık altyapısının daha sağlıklı hale dönüşmesi, işlem yapılabilecek cihazların da daha yaygın olarak toplumsal hayatın içine girmeye başlaması ve müşteriler nezdinde mobil bankacılık işlemlerinin bilinirliği ve güven algısının artması sıralanabilir.

Tablo 3. Türkiye’de Mobil Bankacılık Aktif Müşteri Sayıları

Dönem	Bireysel Aktif Müşteri Sayısı	Kurumsal Aktif Müşteri Sayısı	Toplam Aktif Müşteri Sayısı
2011	-	-	445.723
2012	-	-	1.375.634
2013	-	-	3.227.096
2014	-	-	6.711.360
2015	11.778.445	385.923	12.164.368
2016	18.648.593	569.005	19.217.598
2017	28.712.012	829.209	29.541.221
2018	38.385.355	1.166.717	39.552.072
2019	47.799.256	1.479.308	49.278.564
Eylül 2020	57.352.793	2.017.575	59.370.368

Kaynak: TBB

3. Pandemi Döneminde Türkiye’de Dijital Bankacılık Kullanım Düzeyi

Müşterilerin dijital bankacılık kanallarını kullanmalarında güven algısı, kullanım kolaylığı ve maliyet gibi faktörler önemlidir. Ayrıca müşterilerin demografik özellikleri de etkili olmaktadır. Bununla beraber özellikle güvenlik kaygıları ile alışkanlıklar sebebiyle geleneksel bankacılığı tercih eden müşterilerin dijital bankacılıkla ilk kez tanışma noktasında farklı unsurlarda rol oynayabilir. Ülkelerin kendi iç dinamikleri ya da dünyada yaşanan gelişmeler de dijital bankacılık kullanımlarını etkileyebilir. Bu bağlamda 2020 yılının tamamında dünya genelinde etkili olan Covid-19 salgını, ülkelerin çeşitli tedbirler almasına ve kısıtlamalar getirmesine neden olmuştur. Bu sürecin dijital bankacılık kullanımı üzerinde etkili olduğu düşüncesi çok yanlış olmayacaktır. Bu çalışmada pandemi süreci ile bu süreçte uygulanan kısıtlamaların Türkiye’de dijital bankacılık kullanımında üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Türkiye Bankalar Birliği tarafından Mart 2017’den itibaren çeyreklik dönemler şeklinde yayınlanan dijital, internet ve mobil bankacılık istatistiklerinden yararlanılmıştır. Salgın sürecinin zaman boyutu ve ulaşılabilen dijital bankacılık veri seti dikkate alındığında konu ile ilgili ekonometrik analiz imkânı sınırlıdır.

Pandemi sürecinin Türkiye’deki gelişimi incelendiğinde ilk vaka 10 Mart 2020 tarihinde tespit edilirken Nisan ayı ile birlikte birçok alanda kısıtlamalar uygulanmaya başlanmıştır. Belirli gün ve saatlerde sokağa çıkma kısıtlaması, şehirlerarası ulaşım yasağı, sınırların kapatılması, çeşitli sektörlerle ilgili getirilen çalışma sınırlaması ve belirli faaliyetlerde bulunan iş yerlerinin kapatılması, eğitim faaliyetlerinin online kanallarla yapılması gibi kararlar alınmıştır. Bankacılık sektörü de bu dönemde faaliyetlerinde bazı kısıtlamalara giderek mesai saatlerinin azaltılması, uzaktan çalışma uygulaması, özellikle vaka tespit edilenler başta olmak üzere şubelerin kapatılması gibi tedbirler almıştır. 1 Haziran 2020 tarihi ile birlikte ise kısıtlamalar önemli düzeyde kaldırılmaya başlanmıştır. Ekonomik ve sosyal hayatı ciddi düzeyde etkileyen bu önlemlerin özellikle bu dönemde müşterilerin de bankacılık işlemlerini gerçekleştirdiği kanalları değiştirmesine neden olması kaçınılmazdır. Türkiye özelinde kısıtlamaların daha ağırlıklı olarak 2020 yılının Nisan ve Mayıs aylarında uygulanması ve etkilerinin bu ayları

kapsayan Haziran 2020 dönemine ait verilere yansıtacağı düşüncesi ile incelemede bu döneme odaklanılmıştır.

Tablo 4. Dijital Bankacılık Aktif Müşteri Sayıları ve Değişimi

Dönem	Bireysel Aktif Müşteri Sayısı	Değişim*	Kurumsal Aktif Müşteri Sayısı	Değişim *	Toplam Aktif Müşteri Sayısı	Değişim *
Mart 2017	27.531.420		1.485.919		29.017.339	
Mart 2019	44.303.196		1.993.532		46.296.728	
Haziran 2019	45.713.738	3,18	2.008.845	0,77	47.722.583	3,08
Eylül 2019	48.100.207	5,22	2.048.103	1,95	50.148.310	5,08
Aralık 2019	51.014.108	6,06	2.142.733	4,62	53.156.841	6,00
Mart 2020	53.981.291	5,82	2.343.119	9,35	56.324.410	5,96
Haziran 2020	59.075.506	9,44	2.611.372	11,45	61.686.878	9,52
Eylül 2020	60.038.367	1,63	2.702.257	3,48	62.740.624	1,71

Kaynak: TBB

* Bir önceki döneme göre % değişim

Dijital bankacılığı kullanan aktif müşteri sayısı ele alındığında Eylül 2020'de yaklaşık 62,7 milyon kişi bu kanalı kullanmaktadır. Haziran 2020 döneminde bir önceki döneme göre aktif olarak dijital bankacılığı kullananların sayısı %9,52 oranında artış göstermiştir. Bu artışta mobil bankacılığın ağırlığı internet bankacılığına göre daha fazladır. Önceki dönemlerdeki değişimler incelendiğinde en yüksek değişim bu dönemde gerçekleşmiştir. Kısıtlamaların müşterilerin dijital bankacılığa daha fazla yönelmesine neden olduğu belirtilebilir. Bu dönemde özellikle bireysel müşteriler yaklaşık 5 milyon kişi artarken önceki dönem verileri dikkate alındığında bu sayının yarısına yakınının pandemi etkisiyle ilave olduğu ifade edilebilir. Kısıtlamaların kalkmaya başlamasıyla Eylül 2020'de ise aktif müşteri sayısındaki artış hızı azalmıştır (Tablo 4).

Dijital bankacılık kanalları ile müşteriler fatura, kredi, vergi, SSK ve Bağ-Kur primi ödemeleri gibi işlemleri gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda Tablo 5'de dijital bankacılık aracılığıyla gerçekleştirilen ödeme türleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Tablo 5. Dijital Bankacılık Ödemeler İşlem Hacmi (Milyon TL) ve Değişimi (%)

Ödeme Türleri	Eylül 2019		Aralık 2019		Mart 2020		Haziran 2020		Eylül 2020	
	İşlem Hacmi	Değişim	İşlem Hacmi	Değişim	İşlem Hacmi	Değişim	İşlem Hacmi	Değişim	İşlem Hacmi	Değişim
Fatura Ödemeleri										
Bireysel	10.915	5,39	12.220	11,95	16.311	33,49	16.074	-1,46	17.666	9,91
Kurumsal	9.808	10,50	11.604	18,31	10.727	-7,56	9.024	-15,88	15.488	71,64
TOPLAM	20.723	7,75	23.824	14,96	27.039	13,49	25.098	-7,18	33.154	32,10
SSK ve Bağ-kur Prim Ödemeleri										
Bireysel	3.460	14,95	3.637	5,13	4.201	15,49	3.206	-23,67	4.346	35,54
Kurumsal	7.419	23,10	7.314	-1,41	7.718	5,52	5.386	-30,22	8.296	54,04
TOPLAM	10.878	20,38	10.951	0,67	11.918	8,83	8.592	-27,91	12.642	47,14
Kredi Ödemeleri										
Bireysel	16.028	19,59	18.446	15,08	20.345	10,30	19.965	-1,87	26.391	32,18
Kurumsal	5.915	14,68	7.187	21,50	7.121	-0,92	6.555	-7,94	8.857	35,11
TOPLAM	21.943	18,22	25.633	16,81	27.466	7,15	26.521	-3,44	35.248	32,91
Ödeme Kalemleri Toplamı										
Bireysel	40.991	21,16	46.845	14,28	57.041	21,76	51.658	-9,44	70.233	35,96
Kurumsal	52.679	9,17	60.177	14,23	61.927	2,91	52.805	-14,73	72.227	36,78
TOPLAM	93.670	14,11	107.022	14,25	118.968	11,16	104.463	-12,19	142.460	36,37

Kaynak: TBB

Görülebileceği üzere fatura ödemeleri tüm dönemlerde artış eğilimi gösterirken sadece kısıtlamaların daha fazla etkilemesi beklenen Haziran 2020 döneminde toplamda %7'lik bir azalış göstermiştir. Bu etkide özellikle kurumsal fatura ödemelerinin etkisi büyüktür. Bireysel fatura ödemeleri ise önceki döneme göre yaklaşık %1,5'lik bir azalış göstermiştir. İlgili dönemde kurumsal fatura ödemelerinde işlem hacminin %16 civarında düşüş göstermesinde kısıtlamaların etkili olduğu iddia edilebilir. Bu dönemde birçok kamu ve özel sektör kurumunda esnek çalışma uygulamasına geçilmiş, mesai saatlerinde kısıtlamalara gidilmiştir. Çeşitli faaliyet alanlarında da kapanmalar yaşanmıştır. Bu nedenle işlemlerin enerji ve iletişim gibi maliyet kalemlerinin azalmış olması ve fatura tutarlarında düşüş yaşanması beklenebilir. Bununla beraber işletmelerin faaliyet hacimlerinin daralması gelirlerinde düşmelere neden olmuştur. Bu durum özellikle ekonomik olarak güçlü olmayan işletmelerin, kısıtlamaların olduğu dönemlere ait faturalarını ödeyememesine ya da ertelemesine sebebiyet vermiş olabilir. Eylül 2020 döneminde kurumsal fatura ödemelerinin %71,64 gibi çok yüksek düzeyde artış göstermesi bu varsayımı destekler niteliktedir.

SSK ve Bağ-Kur prim ödemelerinde de benzer bir durum söz konusudur. Genel itibarıyla hem bireysel hem de kurumsal bazda dijital bankacılık kanallarıyla yapılan prim ödemeleri artış gösterirken Haziran 2020 döneminde önemli düzeyde azalmıştır. Toplamda görülen %28 yakın düşüşte (Tablo 5) ilgili dönemde işyerlerinin kapanması sonucu yaşanan gelir kayıpları ile primlerin yatırılmaması ve işten çıkarmaların etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca 01.04.2020-30.06.2020 dönemi belirli sektörler için mücbir sebep hükümleri uygulanmasına karar verilerek işverenlere prim ödemelerinde ertelemeye gitme hakkı sunulmuştur. Kısıtların gevşetilmeye başlanması ile Eylül 2020 döneminde ise prim ödemelerinde ciddi bir yükseliş

gözlenmiştir. Ayrıca dijital bankacılık kanalları aracılığıyla yapılan kredi ödemeleri de fatura ödemeleri gibi bir trend göstermektedir. Tablo 5'te tüm veriler yer almamakla birlikte dijital bankacılık verilerinin yayınlanmaya başlandığı Mart 2017 döneminden itibaren kredi ödemeleri işlem hacminde sürekli bir artış eğilimi gözlenmektedir. Sadece Haziran 2020 döneminde düşüş söz konusudur. Bu durumda da yaşanan gelir kaybı ile bazı bankaların kredi ödemelerinde yapılandırmaya ve ertelemeye gitmesinin etkili olduğu söylenebilir. Eylül 2020'de görülen yaklaşık %33 yükseliş, kredi ödemeleriyle ilgili gözlenen en yüksek değer olurken ertelenen ya da ödenemeyen kredilerin bu dönemde ödenmeye başlandığı belirtilebilir. Sonuç itibarıyla uygulanan kısıtlamaların dijital bankacılık ile gerçekleştirilen ödeme işlemleri üzerinde olumsuz yönde etkili olduğu ifade edilebilir. Bu sonuçlar hem çalışanların hem de işverenlerin ekonomik olarak negatif etkilendiklerini gösterirken bankalarında işlem hacimlerinde ciddi düşüşler yaşadığına işaret etmektedir.

ATM cihazları ya da şube bankacılığı kullanılarak da para transferleri yapılabilmeyle birlikte işlem kolaylığı, güvenlik, maliyet avantajı ile zaman tasarrufu açısından bu işlemler ağırlıklı olarak dijital bankacılık kanalları ile gerçekleştirilmektedir.

Tablo 6. Dijital Bankacılık Para Transferleri İşlem Hacmi (Milyon TL) ve Değişimi (%)

Transfer Türleri	Eylül 2019		Aralık 2019		Mart 2020		Haziran 2020		Eylül 2020	
	İşlem Hacmi	%*	İşlem Hacmi	%	İşlem Hacmi	%	İşlem Hacmi	%	İşlem Hacmi	%
EFT										
Bireysel	324.886	18,60	394.717	21,49	423.059	7,18	475.989	12,51	668.800	40,51
Kurumsal	536.827	9,40	612.821	14,16	606.748	-0,99	601.332	-0,89	754.838	25,53
TOPLAM	861.713	12,69	1.007.538	16,92	1.029.807	2,21	1.077.321	4,61	1.423.638	32,15
Havale										
Bireysel	275.188	11,21	338.897	23,15	347.543	2,55	376.796	8,42	537.055	42,53
Kurumsal	493.709	-0,14	558.253	13,07	549.226	-1,62	556.444	1,31	666.778	19,83
TOPLAM	768.897	3,65	897.150	16,68	896.769	-0,04	933.240	4,07	1.203.833	28,99
Toplam										
Bireysel	604.010	14,99	737.651	22,13	775.424	5,12	858.705	10,74	1.214.015	41,38
Kurumsal	1.068.038	4,55	1.208.269	13,13	1.189.139	-1,58	1.201.818	1,07	1.480.004	23,15
TOPLAM	1.672.048	8,09	1.945.920	16,38	1.964.563	0,96	2.060.019	4,88	2.694.019	30,74

Kaynak: TBB

* Bir önceki döneme göre % değişim

Tablo 6'da başlıca para transferi yöntemleri olan EFT ve Havale işlemlerine yönelik veriler yer almaktadır. Ayrıca döviz transferleri toplam para transferleri istatistikleri içinde yer almakla birlikte Havale ve EFT işlemlerine göre çok daha düşük tutarlı işlemlerdir. Para transferi işlemleri genel olarak önceki dönemlere göre artış hızı farklılık göstermekle birlikte yükselme eğilimi göstermektedir. Mart ve Haziran dönemlerinde EFT işlem hacimlerinin artış hızı diğer dönemlere göre düşük düzeyde kalmıştır. Özellikle kurumsal EFT işlemleri bu değişimde etkili olurken her iki dönemde de işlem hacmi önceki döneme göre azalmıştır. Türkiye'de ilk vaka tespiti Mart ayında tespit edilmiş olsa da dünya ülkelerinde daha önce görülmeye başlanmış ve kısıtlamalarda daha erken uygulanmaya başlanmıştır. Bu durum tüm dünyada dış ticaret işlemlerini olumsuz etkilemiştir. Sınırların kapatılması ürün alım satımında aksamalara neden olmuştur. Ticaret Bakanlığı verilerine göre Türkiye'nin dış ticaret hacmi 2020 yılının Mart

ayında %6,79, Nisan ayında ise %34,31 düzeyinde daralmıştır. Bu durumun nedeni olarak da Covid-19 pandemisi nedeniyle komşu ülkeler başta olmak üzere alınan karantina önlemleri ile Avrupa Birliği ülkelerinde gözlenen pazar ve talep daralması görülmektedir. Bu gelişme özellikle kurumsal bazda EFT işlem hacminin daha düşük düzeylerde gerçekleşmesinin nedenlerinden biri olarak görülebilir. Tüm para transferi türleri dikkate alındığında da Mart ve Haziran 2020'de işlem hacmi yükselmekle birlikte artış hızı daha düşük seviyelerde olmuştur. Sonuç olarak salgının etkisinin yoğun olduğu dönemlerde hem bireysel olarak yaşanan gelir kayıplarının hem de kurumsal bazda daralan faaliyet hacimlerinin para transferlerinde bir yavaşlamaya neden olduğu ileri sürülebilir. Bu da bankaların para transferi hizmeti karşılığında aldıkları komisyon gelirlerinin ilgili dönemlerde olumsuz etkilenmesine sebebiyet vermiş olabilir.

Banka müşterileri internet ve mobil bankacılığı aracılığıyla çeşitli finansal araçlara yatırım işlemlerini gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda ilgili istatistikler Tablo 7'de özetlenmiştir. Yatırım işlemleri çeşitli ekonomik, toplumsal ve global gelişmelerden etkilenmektedir. Bununla birlikte salgın döneminde bireylerin ve kurumların yaşadıkları gelir kayıpları yatırım hacminin daralmasına, mevcut yatırımların elden çıkarılarak nakde çevrilmesine veya yatırım yapılan araçlar arasında değişime neden olabilir. Alım satım yönündeki hareketler işlem hacmi istatistikleri üzerinde etkiliyken yatırımcının mevcut durumunu koruması değişime sebebiyet vermeyecektir.

Belirsizlik dönemlerinde yatırımcılar için altın güvenli liman olarak görülmektedir. Bu noktada altın işlemleri dönemler itibarıyla yükselme trendi gösterirken pandemi kaynaklı kısıtlamaların yaşandığı ve belirsizlik ortamının etkili olduğu Haziran 2020 döneminde %13 düzeyinde düşüş göstermiştir. İlgili dönemde altın işlemlerinde görülen bu düşüş bireysel işlem kaynaklı olurken işlemlerinin yaklaşık %60'lık kısmı ise alım yönünde gerçekleşmiştir. Kurumsal altın işlemleri nispeten çok daha düşük seviyededir. Verilerden hareketle özellikle bireysel altın yatırımcının mevcut durumunu koruma yönünde hareket ettiği varsayılabilir ve pandemi sürecinin dijital bankacılık kanalları üzerinden gerçekleştirilen altın işlemlerini etkilediği söylenebilir. Bununla birlikte genelleme yapabilmek için farklı kanallardan da altın işlemlerinin de yapılabildiği, ülkemizde kuyumculuk sektörünün gelişmişliği ve fiziki altın işlemleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Yatırım fonu işlemleri incelendiğinde işlem hacmi dönemler itibarıyla artış gösterirken en düşük artış oranı Haziran 2020 dönemine aittir. Özellikle bu dönemde bireysel işlemlerde diğer dönemlere göre daha düşük bir artış hızı görülmektedir. Tüm dönemlerde fon alım ve fon satış tutarları dengelidir.

Döviz işlemlerinde kurumsal işlemlerin ağırlığı daha fazladır. Örneğin; Haziran 2020 döneminde dijital bankacılık kanalı ile bireysel döviz alım ve satış tutarı yaklaşık 6,5 milyar lira civarındayken kurumsal döviz alım tutarı 13,7 milyar lira satış tutarı ise 23,4 milyar lira düzeyindedir (TBB).

Tablo 7. Dijital Bankacılık Yatırımlar İşlem Hacmi (Milyon TL) ve Değişimi (%)

Yatırım Türleri	Eylül 2019		Aralık 2019		Mart 2020		Haziran 2020		Eylül 2020	
	İşlem Hacmi	%*	İşlem Hacmi	%	İşlem Hacmi	%	İşlem Hacmi	%	İşlem Hacmi	%
Yatırım Fonları										
Bireysel	52.495	22,45	69.397	32,20	88.335	27,29	90.909	2,91	98.803	8,68
Kurumsal	44.536	14,29	53.170	19,39	52.554	-1,16	57.860	10,10	63.411	9,59
TOPLAM	97.031	18,56	122.567	26,32	140.889	14,95	148.769	5,59	162.214	9,04
Döviz İşlemleri										
Bireysel	71.974	-13,36	67.788	-5,82	85.161	25,63	79.483	-6,67	91.745	15,43
Kurumsal	66.434	-13,03	69.732	4,96	69.51	-0,55	61.615	-11,16	66.710	8,27
TOPLAM	138.408	-13,20	137.520	-0,64	54.512	12,36	141.098	-8,68	158.455	12,30
Vadeli Hesaplar										
Bireysel	154.848	1,47	167.703	8,30	202.454	20,7	209.916	3,69	247.135	17,73
Kurumsal	15.804	6,52	20.453	29,41	22.361	9,33	27.436	22,69	27.865	1,56
TOPLAM	170.652	1,92	188.156	10,26	224.815	19,48	237.351	5,58	275.000	15,86
Repo İşlemleri										
Bireysel	2.703	-10,84	3.617	33,82	4.252	17,54	5.934	39,55	5.276	-11,07
Kurumsal	1.564	-16,66	1.953	24,88	2.250	15,24	3.177	41,19	3.047	-4,08
TOPLAM	4.267	-13,07	5.570	30,54	6.502	16,73	9.111	40,12	8.324	-8,64
Hisse Senedi İşl.										
Bireysel	120.773	39,40	215.783	78,67	340.697	57,89	483.894	42,03	483.857	-0,01
Kurumsal	1.239	16,99	2.630	112,32	4.483	70,49	13.855	209,02	9.962	-28,10
TOPLAM	122.012	39,13	218.413	79,01	345.180	58,04	474.406	37,44	493.818	4,09
Tahvil ve Bono İşl.										
Bireysel	4.752	-59,88	3.346	-29,59	4.393	31,29	5.770	31,36	12.871	123,07
Kurumsal	38	-28,57	42	10,01	50	19,04	60	20,82	79	32,44
TOPLAM	4.790	-59,74	3.388	-29,28	4.442	31,14	5.830	31,24	12.951	122,14
Altın İşlemleri										
Bireysel	22.336	8,73	25.431	13,86	97.054	281,64	83.286	-14,19	92.670	11,27
Kurumsal	534	13,08	660	23,58	2.692	307,74	3.348	24,36	3.745	11,86
TOPLAM	22.871	8,83	26.091	14,08	99.747	282,30	86.634	-13,15	96.415	11,29
ViOP İşlemleri										
Bireysel	36.583	17,58	40.309	10,18	61.861	53,47	63.773	3,09	47.189	-26,00
Kurumsal	1.834	24,85	1.119	-38,98	1.658	48,15	2.309	39,24	3.849	66,72
TOPLAM	38.418	17,91	41.428	7,84	63.519	53,32	57.228	-9,90	51.039	-10,82
Toplam										
Bireysel	466.465	8,05	593.375	27,21	884.206	49,01	1.022.965	15,69	1.079.546	5,53
Kurumsal	131.983	-2,32	149.758	13,47	155.400	3,77	169.659	9,18	178.669	5,31
TOPLAM	598.448	5,58	743.134	24,18	1.039.606	39,89	1.160.427	11,62	1.258.215	8,43

Kaynak: TBB

* Bir önceki döneme göre % değişim

Döviz işlemleri işlem hacminde hem bireysel hem de kurumsal açıdan dalgalı bir trend söz konusudur. Bu doğrultuda salgın döneminin en azından dijital bankacılık kanallarında gerçekleştirilen döviz işlemleri üzerinde net bir etkisinin olduğunu söylemek zordur.

Konvertibilitesi yüksek para birimlerinin bir ödeme aracı olmasının yanında Türkiye'de volatilitenin yüksek olması nedeniyle bir yatırım aracı olarak da görülmektedir. Bununla birlikte döviz işlem hacmi üzerinde de birçok değişken (makroekonomik göstergeler, para politikası, dış ticaret hacmi, doğrudan yabancı sermaye yatırımları vb.) etkili olmaktadır. Bu bağlamda dijital bankacılık istatistiklerine göre pandemi sürecinin doğrudan döviz işlemleri üzerinde etkili olduğu iddia edilemese bile yarattığı belirsizlik ortamı nedeniyle döviz kurları üzerinde etkili olduğu ifade edilebilir.

Kısa vadeli bir yatırım aracı olan repo işlemleri ise diğer dönemlere nazaran Haziran 2020 döneminde yaklaşık %40 ile ciddi düzeyde artış göstermiştir. Salgın nedeniyle alınan kısıtlama kararları toplumsal açıdan geleceğe dönük bir belirsizlik ve endişe yaratmış olabilir. Bu gibi dönemlerde özellikle riski almak istemeyen yatırımcıların daha kısa vadeli araçlara yönelmesi olağandır. Repo işlemlerinde ilgili dönemdeki yükseliş belirli nitelikteki yatırımcı grubunun risk algısıyla açıklanabilir. Ayrıca kısıtlamaların kalkmasıyla bu algının olumlu yönde değişim göstererek Eylül 2020'de repo işlem hacminin azalmasına yol açtığı da ileri sürülebilir.

Dijital bankacılık kullanılarak gerçekleştirilen hisse senedi işlemlerinde ise dönemler itibariyle bir artış trendi vardır. Haziran 2020 döneminde de önceki dönemlere göre artış hızı daha düşük olsa da işlem hacmi yükselmiştir. TBB dijital bankacılık verilerinde işlemlerin alım ya da satım yönünde olup olmadığı ile ilgili bilginin yer almaması yatırımcıların tercihi noktasında yorum yapılmasına imkân vermemektedir. Buna rağmen BİST 100 endeksinin 2020 yılını 1159 seviyesinde açtıktan sonra Mart ayı sonunda 880 düzeyine kadar gerilemesi ve belirli bir süre 900-1000 bandında hareket etmesi ilgili dönemde satış işlemlerinin ağırlıkta olduğunu işaret etmektedir. Haziran ayı sonunda ise endeks tekrar 2020 yılının başlangıç düzeyine ulaşmış ve sonrasında dalgalı bir seyir izlemiştir. Dijital bankacılık kanalı ile hisse işlemlerini genellikle bireyler gerçekleştirmektedir. Tablo 7'de de görülebileceği üzere kurumsal işlemlerin payı nispeten çok daha düşük düzeydedir.

Tahvil ve bono işlemleri, repo işlemleri ile beraber dijital bankacılık kanalları üzerinden işlem hacmi açısından en az işlem yapılan yatırım araçlarıdır. Tahvil ve bono piyasasında da kamunun hakimiyeti bulunmaktadır. Türkiye'de özel sektör tahvil ve bonoları yatırımcılar nezdinde çok tercih edilen araçlar değildir. Tahvil ve bono işlem Eylül 2019 ve Aralık 2019 dönemlerinde önemli düzeyde azalmış, sonraki dönemlerde ise yükseliş göstermektedir. Özellikle Türkiye'de 2019 yılının Temmuz ayı ile birlikte Merkez Bankası politika faizini ciddi düzeyde düşürmeye başlamıştır. Haziran 2019 döneminde politika faiz %24 düzeyindeyken kademeli olarak faiz indirimlerine gidilmiş ve 2019 sonunda %12 seviyesine çekmiştir. Faiz oranındaki bu düşüş işlem hacminin de azalmasına sebebiyet vermiştir. Merkez Bankası 2020 yılında da faiz indirimlerine devam etmiş Mayıs 2020'de %8,25 seviyesine kadar düşürmüştür. Eylül ayna kadar da bu oran korunmuş olmasına rağmen hem Mart 2020 hem de Haziran 2020 dönemlerinde dijital bankacılık üzerinden gerçekleştirilen tahvil ve bono işlemlerinde yaklaşık %31 oranında artış gözlenmiştir. İlgili dönemlerde salgın döneminin yarattığı belirsizlik yatırımcıların bir kısmını getiri garantili araçlara yönlendirmiş olabilir. Eylül 2020'de Merkez Bankasının 200 baz puanlık faiz artışı kararının da tahvil ve bono işlem hacminde yaşanan %122'lik yükselişte rol oynadığı ifade edilebilir. Genellikle alternatif yatırım araçları olarak görülen ve farklı risk-getiri dengesi sunan hisse senetleri ile borçlanma araçlarının (tahvil, bono, repo) işlem hacimlerinin Haziran 2020 döneminde önemli düzeyde arttığı görülmektedir (Tablo 7). Covid-19 salgını nedeniyle kısıtlamaların en fazla etkileyebileceği düşünülen Haziran



2020 dönemindeki bu durumu yatırımcıların belirsizlik ve risk kaygısıyla daha fazla portföy çeşitlendirmesine gittiği şeklinde de yorumlanabilir.

4. Sonuç

Yeni nesil bankacılık ya da geleceğin bankacılığı gibi ifadeler kullanılan dijital bankacılık kavramı bankacılık sektörü için çok önemli bir olgudur. Sektörün çalışma ve hizmet sunma şeklini değiştiren teknolojiye dayalı bu olgu bankalarında günümüzde kaçınılmaz olarak uygulaması gereken faaliyet alanıdır. Sağladığı çeşitli faydalar nedeniyle müşteriler tarafından talep edilen dijital bankacılık uygulamaları kullanım kolaylığı, erişilebilirlik, sistem güvenliği ve hizmet kalitesi açısından bankalar arasında bir rekabet unsuru haline gelmiştir. Bununla birlikte, bankalar açısından sistemin kuruluşu, sağlıklı işlemesi ve denetimi açısından bir maliyet oluşturmasına rağmen birçok avantaj da sağlamaktadır. Özellikle işlem hızı, geleneksel bankacılığa göre maliyet avantajı, daha fazla müşteriye ulaşabilme, müşterilerle daha kolay iletişim kurabilme gibi yararlar ön plandadır. Bu durum gerek müşteri memnuniyeti ve sadakati yaratarak faaliyet hacmini artırarak gerekse maliyetlerin azalmasına yardımcı olarak banka kârlılığı üzerinde olumlu etkiye sebebiyet verebilecektir. Bu doğrultuda günümüzde bankalar müşterilerini dijital ve elektronik bankacılık kanallarına yönlendirmekte hatta bu kanalların kullanılmasını teşvik etmektedir. Bu bağlamda şube bankacılığına göre daha düşük işlem ücretleri gibi çeşitli uygulamalarda yapılmaktadır.

Tüm bu özelliklerine rağmen dijital bankacılık kanallarının kullanımı konusunda mesafeli olan, geleneksel bankacılığı tercih eden bir kesim bulunmaktadır. Bu noktada teknolojiye ve teknolojik cihazlara yabancılik, güvenlik kaygıları ve alışkanlıkların değişimine karşı direnç öncelikli rol oynamaktadır. Müşterilerin dijital bankacılık kanallarını tercih etmesinde ya da bu uygulamaları kullanmaya başlamalarında çeşitli faktörler etkili olabilmektedir. Bu bağlamda mücbir ve olağandışı bir sebep olarak Covid-19 salgını ve bu dönemde toplumsal hayat ve ekonomik faaliyetlerle ilgili kısıtlamaların dijital bankacılık kullanımı üzerindeki etkileri bu çalışmada incelenmeye çalışılmıştır.

İstatistikler kısıtlamaların yoğun olduğu dönemde dijital bankacılık kanallarını kullanan aktif müşteri sayısında önceki dönemlere göre daha yüksek düzeyde artış olduğunu işaret etmektedir. Tüm veriler ışığında Covid-19 pandemi sürecinin banka müşterilerinin dijital bankacılık uygulamalarıyla tanışmasında ve kullanmaya başlamasında etkili olduğu söylenebilir. Önceki dönemlerdeki aktif müşteri sayıları ve değişim düzeyleri incelendiğinde kısıtlamaların uygulandığı dönemde aktif müşteri sayısında olağan kabul edilebilecek sayıda yaklaşık 2 milyon civarında bir ilave olduğu belirtilebilir.

Çeşitli ödeme işlemlerinin gerçekleştirilmesi açısından dijital bankacılık kullanımları ele alındığında salgın kaynaklı kısıtlamaların fatura, kredi ve SSK ile Bağ-Kur prim ödemelerinde önceki dönemlere göre bir düşüş olduğu gözlenmektedir. Haziran 2020 döneminde işlem hacmi açısından fatura ödemelerin %7,18, kredi ödemelerinde %3,44 ve prim ödemelerinde ise %27,91 düzeyinde azalış gerçekleşmiştir. Bu veriler ilgili dönemde ödeme yapma amacıyla dijital bankacılık kullanımının yaklaşık %12 oranında azaldığını ifade etmekle birlikte kısıtlamaların ekonomik hayat üzerindeki olumsuz etkilerini de yansıtmaktadır. Ödeme işlemlerindeki düşüşün genel itibarıyla işletmelerin faaliyet hacimlerinin daralması ile çalışanların gelir kayıpları nedeniyle olduğu söylenebilir.

Para transferleri bağlamında dijital bankacılık kullanımı kısıtlama sürecinde önceki dönemlere göre genel olarak düşüş göstermemekle birlikte artış hızı yavaşlamıştır. Bu yavaşlama Mart 2020 döneminde başlamış ve Haziran 2020 döneminde de devam etmiştir. Kısıtlamaların hafiflediği ve çalışma hayatının normale dönmeye başladığı Eylül 2020 döneminde ise para transferi işlemlerinde ciddi bir artış yaşanmıştır. Bu durumda özellikle dünyada da yaşanan kısıtlamaların ülkeler arası ticarete oluşan sorunlar, başta AB ülkeleri olmak üzere görülen talep daralmasının rol oynadığı söylenebilir.

Son olarak dijital bankacılık kanalları üzerinden gerçekleştirilen yatırım işlemleri kısıtlama döneminde genel olarak artış göstermiştir. Tüm yatırım araçları dikkate alındığında işlem hacmi açısından Haziran 2020 toplamda %11,62'lik bir artış söz konusudur. Yatırım araçları içinde sadece döviz, altın ve VİOP işlemlerinin hacminde düşüş olmuştur. Hisse senedi, tahvil, bono, repo, yatırım fonu ve vadeli hesaplar işlem hacimlerinde ise farklı düzeylerde yükseliş yaşanmıştır. İlgili dönemin olağanüstü bir dönem olması yatırımcı nezdinde özellikle kısa vadede geleceğe dair belirsizlik ve risk algısı oluşturmuş olabilir. Bu bağlamda yatırımcılar riski minimize etmek için portföy çeşitlendirmesine giderek farklı yatırım araçlarına yönelmiş olabilir. Altın ve döviz işlem hacminin azalmasında ilgili dönemde altın fiyatları ve döviz kurunda yaşanan yükselme trendi ile mevcut yatırımcıların pozisyonlarını koruması yönünde hareket etmesi rol oynamış olabilir.

Sonuç olarak küresel ölçekte yaşanmakta olan Covid-19 salgını tüm dünyada hayat tarzının değişmesine neden olurken toplumsal ve ekonomik birçok alanı etkilemiştir. Bu alanlardan biri de bankacılık sektörü bağlamında dijital bankacılık hizmetleri olmuştur. Bankaların teknolojik yenilikler doğrultusunda sistemlerini güncelleştirmeye devam etmesi ve daha kaliteli hizmet sunması gelecekte internet ve mobil şubelerin daha da yaygınlaşmasına geleneksel bankacılığa ise daha az ihtiyaç duyulmasına neden olacaktır.

Kaynakça

- Akpınar, H. (1993). Daha Hızlı, Daha Güçlü, Daha Yüksek. Ankara: Türkiye Bankalar Birliği Yayınları.
- Bakkal, M. & Aksüt, U. (2011). Türk Bankacılık Sisteminde Elektronik Bankacılık Uygulamaları. İstanbul: Hiperlink.
- Commencis (2020). The Future of Digital Banking: Key Takeaways from the Challenger Banks September 2020.
- Durer, S., Çalışkan, A.Ö., Akbaş, H.E. & Gündoğdu, C.E. (2009). İnternet Bankacılığı Kullanma Kararını Etkileyen Faktörler: Türk Banka Müşterileri Üzerine Bir Çalışma, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 26 (1), 133-154.
- French, S., Leyshon, A. & Meek, S. The Changing Geography of British Bank and Building Society Branch Networks, 2003-2012. University of Nottingham.
- Gu, J.C., Lee, S.C. & Suh, Y.H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems With Applications*, 36(9), 11605–11616. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>
- Gup, B. E. (2002). The Future of Banking. Westport, CT, USA: Greenwood Press.

- Innovation Flashback. (2018). *Research Technology Management*, 61(5), 5. <https://doi.org/10.1080/08956308.2018.1495961>.
- Johnson, B.A., Ott, J.H., Stephenson, J.M. & Weberg, P.K. (1995). Banking on Multimedia. *McKinsey Quarterly*, 2, 94–106.
- Kahveci, E. & Wolfs B. (2018). Digital Banking Impact on Turkish Deposit Banks Performance. *Banks and Bank Systems*, 13(3), 48–57. [https://doi.org/10.21511/bbs.13\(3\).2018.05](https://doi.org/10.21511/bbs.13(3).2018.05).
- Mason, R.O., McKenney, J.L. & Copeland, D.G. (1997). Bank of America: The Crest and Trough of Technological Leadership. *MIS Quarterly*, 21(3), 321–353.
- Mbama, C.I. & Ezepue. P.O. (2018). Digital Banking, Customer Experience and Bank Financial Performance : UK Customers' Perceptions. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 230–255. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0181>.
- Polasik, M. & Wisniewski, T.P. (2009). Empirical Analysis of Internet Banking Adoption in Poland. *International Journal of Bank Marketing*, 27(1), 32–52. <https://doi.org/10.1108/02652320910928227>
- Suh, B. & Han, I. (2002). Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking. *Electronic Commerce Research & Applications*, 1(3/4), 247. [https://doi.org/10.1016/S1567-4223\(02\)00017-0](https://doi.org/10.1016/S1567-4223(02)00017-0).
- Sohail, M.S. & Shanmugham, B. (2003). E-Banking and Customer Preferences in Malaysia: An Empirical Investigation. *Information Sciences*, 150(3), 207–217. [https://doi.org/10.1016/S0020-0255\(02\)00378-X](https://doi.org/10.1016/S0020-0255(02)00378-X).
- Tan, M. & Teo, S.H.T. (2000). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(5), 1-42.
- Trethowan, J. & Scullion, G. (1997). Strategic Responses to Change in Retail Banking in the UK and the Irish Republic. *International Journal of Bank Marketing*, 15(2): 60- 68.
- Türkiye Bankalar Birliği (1998). Elektronik Bankacılık ve Elektronik Para Faaliyetleri için Risk Yönetimi. İstanbul: TBB Yayınları.
- Ustasüleyman, T. & Eyüboğlu, K. (2010). Bireylerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Belirlenmesi. *Journal of BRSA Banking & Financial Markets*, 4(2), 11–38.