



Makale Türü / Article Type: Derleme / Review

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE DJİTAL DÖNÜŞÜM: AÇIK BANKACILIK VE UYGULAMALARINA İLİŞKİN KAVRAMSAL BİR ARAŞTIRMA*

Dilara DEMİREZ¹

Duygu GÜR²

Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY³

Özet

Günümüzde bankalar artık teknolojik alt yapı ve imkanlardan ileri düzeyde faydalanmaktadır. Özellikle bankacılık sektörü açısından verinin demokratikleşmesi olarak adlandırılan açık bankacılık kavramı çerçevesinde sunulan çeşitli uygulamalar ve ara yüzler ile izinli olarak verilerin paylaşılmasıyla, üçüncü parti kurumların finansal hizmet geliştirmesine izin verilmektedir. Benzer bir ifadeyle açık bankacılık, bankalarda mevcut olan müşteri finansal verilerinin, müşterilerden izin alınarak üçüncü kişiler ile paylaşılması olarak ifade edilebilir. Önümüzdeki yıllarda, daha fazla uygulanabilir hale geleceği tahmin edilen açık bankacılık ile çok daha gelişmiş finansal uygulamalar ve finansal hizmetlerin hayatımıza gireceği tahmin edilmektedir. Hem pazarın rekabeti ve şeffaflığı, hem de tüketicilere sunulan ürün ve hizmetlerin çeşitlendirilmesi amacıyla bu tür kavramlara dayanan yaklaşımlar daha sık uygulanmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, “açık bankacılık” kavramı çerçevesinde, bankacılık sektöründeki dijital dönüşümü ve teknolojik inovasyonları incelemektir. Bu bağlamda bankaların tüketicilerin kullanımına yönelik sunduğu uygulamalar özetlenmiştir. Ayrıca dijital bankacılık sektöründe yapılan çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Açık Bankacılık, Dijital Bankacılık, Fintek, PSD2, API.

Digital Transformation in the Banking Sector: A Conceptual Research on Open Banking and Its Applications

Abstract

Today's banks make advanced use of technological infrastructure and facilities. With the concept of open banking, which is called the democratization of data in terms of the banking sector, third party institutions are allowed to develop financial services by sharing data with various applications and interfaces with permission. In a similar way, open banking can be defined as the sharing of customer financial data available in banks with third parties by obtaining permission from customers. It is estimated that open banking, which is expected to become more applicable, and much more advanced financial applications and financial services will enter our lives in the coming years. In this context, such approaches, which are explained with such concepts, have started to be applied more frequently in order to both the competition and transparency of the market and to diversify the products and services offered to consumers. The purpose of this study further highlights the importance of the recent 'open bank' to define the idea of the effect of the banking industry on the future within the context of destiny is to establish a literature review by analyzing the creation of the world and Turkey. Previous research on the subject will be discussed in this context, and the goal is to shed light on future research on banks and customers.

Keywords: Open Banking, Digital Banking, Fintech, PSD2, API.

* Bu çalışmanın özet metni, 4. Uluslararası Akdeniz Sempozyumu'nda sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Öğr. Gör., Çağ Üniversitesi, MYO, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, dilarademirez@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8315-3229

² Öğr. Gör., Çağ Üniversitesi, MYO, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, duygugur@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8000-1430

³ Doç. Dr., Çağ Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İşletme Yönetimi, edayasa@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9248-1371

GİRİŞ

Finans sektöründe gerçekleşen en önemli dijital dönüşümlerden biri, müşterilere ait verilerin üçüncü parti uygulamalar ile paylaşılması sonucu ortaya çıkan, açık bankacılık (open banking) kavramıdır. Açık bankacılık, finansal ürün ve hizmetlerde devrim niteliğinde değişimler yaratarak, hızla gelişen teknolojinin bankacılık sektöründeki uygulamaları etkilemesiyle birlikte yeni bir bankacılık modelini ortaya çıkaracaktır. Yapılan çalışmalar, açık bankacılığın bankaların müşteri ilişkilerine ve sektördeki rekabet ortamına katkıda bulunacağı yönünde bulgular sunmaktadır.

Açık bankacılık ile ilgili literatür incelendiğinde, Türkiye’de yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu gözlenmiştir. Uluslararası literatürde ise, çalışmaların kapsamı genellikle kavramsal bir çerçeveyi oluşturmaktadır. Aynı zamanda hem Türkiye’de hem de Dünya’da açık bankacılıkla ilgili regülasyonların arttığı görülmektedir.

Bu çalışmada öncelikle, bankacılığın tarihsel gelişimi kısaca özetlenmiş, bankacılıktaki dijital dönüşüm ve bu dönüşüm sürecinin sektör ve müşteriler üzerindeki etkisi incelenmiş, devamında açık bankacılık kavramı açıklanmakla birlikte, açık bankacılığın getirdiği teknolojik inovasyonlar kapsamında Fintek, PSD2 ve API kavramları açıklanmıştır. Sonrasında açık bankacılığın bankaların müşteri ilişkilerine olan etkisi ele alınarak, açık bankacılığın sektöre getirdiği fırsat ve tehditlere ilişkin bir literatür özeti sunulmuştur. Son bölümde ise konu ile ilgili sonuçlar ve öneriler ortaya konulmuştur.

1. BANKACILIK SEKTÖRÜ TARİHÇESİ VE DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİ

Banka; insanlığın geçirdiği ekonomik evrelerle birlikte değişen ve gelişen, her ekonomik aşamada farklılaşan ve giderek önem kazanan işlevleri yerine getiren bir üst yapı kurumudur. Geçmişten bugüne süregelen gelişmeler sonucunda geleneksel bankacılık çok yönlü ve karmaşık bir yapıya dönüşmüştür (Artun, 1980: 11). Tarihte, bankacılık hizmetinin Sümer ve Babil medeniyetlerine kadar dayandığı görülmektedir. Sümerlerde, güvenilir kişiler olarak bilinen din adamlarına emanet edilen paralar ihtiyaç sahiplerine dağıtılmakta ve bankacılık işlevini yerine getiren bu kuruluşların ‘Maket’ olarak adlandırılmakta olduğu ifade edilmektedir (Aydın, 2006: 21). Tablo 1’de Milattan Önce (MÖ) 3500’lü yıllardan 1900’lü yıllara kadar bankacılığın tarihsel gelişimi sıralanmıştır.

Tablo 1. Bankacılığın Gelişimi

MÖ 3500	Sümer ve Babil’de mabetlerde rahiplerin borç verdiği dair bankacılık belgeleri bulunmuştur.
MÖ 2000	Eshunanca Krallığı ilk bankacılık yasalarını düzenlemiş, faiz oranını %20 olarak hükme bağlamıştır. Hammurabi yasaları kredi verme, mevduat toplama, komisyon işlemlerini hükme bağlamış, kredi senetleri killere 2 nüsha halinde yazılmıştır.
MÖ 1000	İlk ve Orta Çağ’da Yunanlılar, Romalılar ve Mısırlılar bankacılığı geliştirmiş, eski Mısır’da faiz sınırlanırken eski Yunan’da bankacılık denetimlerine başlanmıştır.
1609	İlk modern banka (Amsterdam Bankası) kurulmuştur.
1637	Venedik Bankası kurulmuş, çek ve banknot kullanımına başlanmıştır.
1640	İngiltere kralı tarafından tüccarların altına el konulmasıyla

	birlikte, altınlar “goldsmith” denilen tüccarlara sertifika karşılığı verilmeye başlanmıştır.
1694	İngiltere Fransa ile yaptığı savaşın finansmanı için İngiltere Merkez Bankası (ilk Merkez Bankası) kurulmuştur.
1907	Sistem, Federal Reserve Bankası (ABD Merkez Bankası) ile olgunluğa ulaşmış ve modern banka sisteminin iskeleti oluşmuştur.

Kaynak: Aydın, N. (2006), Bankacılık Uygulamaları.

Bankaların faaliyet alanları genişledikçe bankacılığın da tarihsel süreç içerisinde gelişimi hızlanmıştır. Günümüzde bankacılığın, iletişim teknolojisi ve finansal pazarlardaki gelişmelere paralel olarak sürekli bir değişim içerisinde olduğu görülmektedir. Teknolojinin her alanda yoğun olarak kullanılması ve beraberinde getirdiği finansal yenilikler, bankacılıktaki dönüşüm sürecini hızlandırmış ve bankacılık hizmetlerine her yerden ulaşma gereksinimini doğurmuştur. Günümüzde ise artık bankacılık işlemleri için bankaya gidilmesi birçok kişi tarafından tercih edilmeyen bir durum haline gelmiştir. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, özellikle para transferi, fatura ödeme veya hesap takibi gibi bankacılık işlemleri için çoğunlukla internet bankacılığı ve mobil bankacılık gibi dijital kanallar kullanılmaya başlanmıştır (Pwc, 2020: 2).

’Dijitalleşme’ kavramı teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan elektronik dağıtım ve hizmet altyapılarının bütünü ifade etmektedir. Genel olarak dijitalleşme süreci, bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin işletme model ve hizmetlerine uygulanmasından sonra, ekonomik ve sosyal değişimleri kapsamaktadır. Dijitalleşme süreci sonunda internet bağlantısı tüm üretim, hizmet aşamalarıyla bütünleşmekte, finansal hizmetler platform altyapıları üzerinden ülke sınırlarını aşarak anlık ve online olarak gerçekleşmektedir (Skinner, 2014). Küreselleşme sayesinde artan hareketlilik ve teknolojik gelişmeler ile uluslararası piyasalarda paranın hareketliliği artmış ve finansal ürün ve hizmetlerde dijitalleşme ihtiyacı ortaya çıkmıştır (Demirel, 2017: 2). Bankacılık sektöründe dijitalleşme; hizmet sektörlerinin en önemli rekabet aracı olan teknolojik gelişmelerin takibi ve bunların kurum bünyesine uyumlaştırılması ile gerçekleşirken, bu değişim sürecinin tamamının müşteri deneyimi ile değer yaratma odağında planlanması önemlidir.

Dijital bankacılık, bir banka şubesinin içerisinde mevcut olan geleneksel bankacılık faaliyetlerinin ve hizmetlerinin tümüyle dijitalleşmesidir. Bu kapsamda; para yatırma, para çekme ve havale, hesap yönetimini kontrol etme ve kaydetme, finansal ürünlere başvurma, kredi yönetimi, fatura ödeme ve hesap servisi hizmetleri dijitalleşen bu faaliyetler içerisinde sıralanabilir (Çelik ve Mangır, 2020: 265). 1980’li yıllarda sadece şube aracılığıyla finansal hizmet sağlayan bankalar; hesaplama sistemlerinin gelişmesiyle dijitalleşmeye başlamışlardır. Özellikle veri işleme kapasite ve hızının artması, internet merkezli sunucuların keşfi bankaların dijitalleşme sürecini hızlandırmıştır. İnternet altyapısının gelişip yaygınlaşması ile bilgisayar, tablet, akıllı telefon vb. elektronik cihazların kullanıcı sayısı artmış ve kullanıcılar sosyal ve ticari alanlarda birbirleriyle bir bütün hale gelmişlerdir. Bankalar

bu gelişimlere uyum sağlamak amacıyla fiziksel tabanlı hizmet dağıtım kanalları yerine elektronik tabanlı hizmet kanallarına geçiş yaparak dijital dönüşüm sürecine girmişlerdir (Skinner, 2014).

Dijital bankacılık, şubesiz bankacılık olarak değerlendirilmekte ve her türlü bankacılık hizmetlerinin şube ve personel gerektirmeden müşterilere ulaştırılabilmesi olarak tanımlanmaktadır. Dijital bankacılık kurum açısından fiziksel şube açma ve işletme maliyetleri, personel giderleri, düşük değerli işlemlerin sebep olduğu maliyetleri azaltmaktadır. Müşteri tarafında ise birçok bankacılık işlemini gerçekleştirmek için katlanılan parasal ve zamansal (şubeye ulaşma, sırada bekleme vb.) maliyetlerini azaltırken, bankacılık hizmetlerine kolay erişilebilirlik ve kullanımının kolaylığı sağlamaktadır (Ivatury ve Mas, 2008).

2. BANKACILIK SEKTÖRÜNDE HİZMET İNOVASYONU

Hizmet inovasyonları birer büyüme ve rekabet aracı olarak bankacılık ve finans sektöründe sıklıkla kullanılmaktadır. Kalkınmanın itici gücü olarak görülen inovasyon kavramı ‘bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi’ olarak tanımlanmaktadır (Akıncı, 2011: 41). Avrupa Birliği Oslo kılavuzuna (2005: 46) göre inovasyon “yeni bir ürün, hizmet veya sürecin, yeni bir pazarlama yönteminin veya uygulamanın ya da yeni bir organizasyonel yöntemin ekonomik ve toplumsal anlamda bir faydaya dönüştürülmesidir”. Hizmet sektöründe inovasyon; hizmet sunum ya da dağıtım, organizasyonel yönetimi veya hizmet süreçlerinin yeniden tasarlanması kapsamında yapılan ve müşteri beklentilerine uyumlu halde sunulan bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Demirkaya ve Zengin, 2014: 111).

Zomerdijk ve Voss (2011: 68) hizmet süreçlerinde inovasyonların müşteriler için yepyeni bir deneyim yaratan ve genelde hizmetin sunulduğu kanalda bir yeniliğe yönelik yapıda olduğunu ya da mevcut hizmetlerin dağıtımında belirgin yenilikler yaparak müşteri tarafından yeni bir hizmet veya ürün algısı yaratmaya odaklandığını belirtmektedir. İşletmelerin inovasyonlara açıklığı değerlendirildiğinde, çevresel problemler, tehditler ve fırsatlara en hızlı ve en doğru tepkiyi verebilecek işletmelerin inovasyon kapasitesi en yüksek olduğu çeşitli çalışmalarda vurgulanmıştır (Greco vd., 2015; Cingöz ve Akdoğan, 2013; Baker ve Sinkula, 2002; Brown ve Eisenhard, 1995).

Bankacılık sektörünün önemli gücü olan inovasyonlar, 1970’lerde ATM’lerin ilk kullanımından başlayarak, 1980’lerde müşteri hizmetleri aracılığıyla telefon bankacılığı, 1990’larda internet bankacılığı ve 2000’ler itibarıyla mobil bankacılığın kullanımı ile devam ederek günümüzde müşterilerin hizmet almak için fiziki olarak bankada bulunmasını gerektirmeyen inovatif platformlar üzerinden varlığını göstermektedir (Skinner, 2014). Bankacılık hizmetlerinin elektronik kanallar üzerinden sunulması, müşteriler açısından bankacılık hizmetlerinin kullanımda kolaylık ve erişilebilirlik faydalarını sunmaktadır (Ameme and Wireko, 2016; Hway-Boon and Ming Yu, 2003).

Bankacılık sektörü dünya ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir. Mullan vd. (2017: 1154), bankacılık sektörünün sahip olduğu bu önemden dolayı, finansal hizmetlerin düzenli olarak gelişim

göstererek, müşterilerin değişen beklenti ve ihtiyaçları inovasyonlar aracılığıyla karşılaması gerektiğine dikkat çekmektedir. Bankacılık sektörünün sunduğu ürün ve hizmetlerin benzerliği, sundukları ana ürün, hizmet ve fayda üzerinden rekabet edebilmelerinde yetersiz kalmaktadır. Bu rekabetin içerisinde ayakta kalabilmenin yolu ise rakiplerden farklılaşmaktan geçmektedir. YuSheng ve Ibrahim (2019: 1217) bankaların kendilerine özgü çözümler üreterek teknolojik yenilikler aracılığıyla rakiplerinden farklılaşmalarını ya da rakipleri tarafında gelecekte ele geçirilme riskiyle yaşamaları gerektiğini ifade etmektedir.

Bankacılık sektöründe inovasyonların gerekliliğinden bahsederken, inovasyonların üretilmesi, hayata geçirilmesi ve müşteriler tarafından kabul süreçleri ve bu süreçlerde yaşanabilecek zorluklar kaçınılmazdır. Bankaların yarattığı inovasyonların kabul ve kullanımında müşterinin öneminin yanı sıra kurum kültürü de önemli bir rol oynamaktadır (Ettlie ve Rosenthal, 2012; Lyons vd., 2007). Hizmet modellerinde değişim adımları atmada çekimser kalan bankacılık kurumları, müşterilerinin inovasyonları kabulünde yaşanacak sıkıntıları göz önünde bulundurarak, yeni bir inovasyon ile müşterilere ek fayda sağlamak yerine, başarısızlıkla karşılaşabileceklerini düşünebilmektedirler. Chesbrough (2011: 88), ise bu konuyla ilgili olarak geliştirilecek bütünleşik stratejilerin önemini vurgulamaktadır. Aynı çalışmada inside-out ve outside-in adı verilen ‘içeriden dışarıya’ ve ‘dışarıdan içeriye’ stratejilerin bütünleşik olarak kullanması ile yeni teknolojik platformlara küresel çapta erişimin sağlanması ve kullanımın yaygınlaştırılmasının mümkün olabileceği ifade edilmektedir.

Ettlie ve Rosenthal (2011: 286), hizmetlerin müşterilerle birlikte üretildiğine ve bu durumun hizmeti için ürün geliştirme ve sunma, fırsatları yakalama, rakiplerce kolay taklit edilebilme ve sonuçların ölçülmesi konularında zorluklar yarattığını ifade etmektedir. İnovasyonların yaratılması ve gelecekte sürdürülebilir olması önünde engel yaratan bu durumun, hizmet sektörünün teknolojik yeniliklerden faydalanma konusunda geç kalmasına sebep olmaktadır. Damanpour ve Gopalakrishnan (2001) ise hizmet sektörünün inovatif yapılanmada geri kalınmasına karşın, bir istisna olarak bankacılık sektörünün inovasyonların kabulünde oldukça hızlı ve etkili olduğunu belirtmektedir.

Chesbrough’a (2011: 87) göre her müşterinin kendine has problem ve ihtiyaçları vardır ve hizmet sağlayıcı işletme tarafından bu problemlere çözüm arandığı durumlarda, işletme ile müşteri arasında çift yönlü bir iletişim süreci aktif olmalıdır. Müşteri ve hizmet sağlayıcısı arasında oluşan bu temas noktaları sadece müşteri problemlerini tespit etme ve doğru çözümü üretmekle kalmaz aynı zamanda iki taraf açısından da bir deneyime dönüşerek değer yaratır.

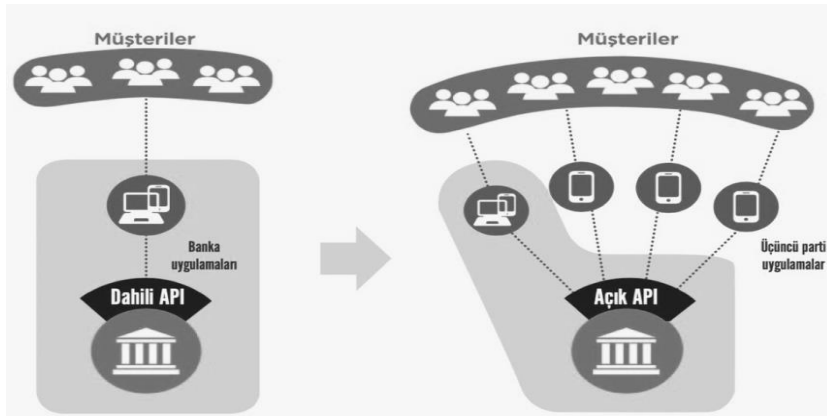
2.1 Açık İnovasyon ve Açık Bankacılık

İnovasyonlar aracılığıyla hizmet sunumlarında yeni çözümler oluşturarak değer yaratmanın yolu, iş süreçlerinin merkezine müşteri deneyimini konumlandırmaktan geçmektedir. Açık inovasyonlar olarak adlandırılan bu kavramda ‘açıklık’ başkalarıyla paylaşımları ve bu kişilerin

süreçlere katılımını ifade etmektedir. Açık inovasyon modeli açısından değerlendirildiğinde, açıklığın 2 tamamlayıcı stratejisi bulunmaktadır; ‘içerden dışarıya’ ve ‘dışardan içeriye’ stratejileri. *Dışardan içeriye* stratejisi işletmenin dışardan gelen fikir ve teknolojilerinin işletme içerisinde yaygın kullanımını içerir, yani dış kaynaklara açıklık anlamına gelmektedir. *İçerden dışarıya* stratejisi ise firmanın kendi fikir, teknoloji ve süreçlerini başka işletmelerin kullanımına açmasıdır, yani gelir getirmesi adına firmanın iç yapısını dışarıya açmasıdır (Chesbrough, 2011: 86).

Açık bankacılık, inovatif bir konsept olarak teknoloji kullanımı ile müşterilerin kendi finansal varlıklarını yönetmeleri ve daha iyi finansal seçimler yapmalarına olanak sağlamaktadır. Kullanıcıların açık bankacılığı kabul ve kullanımına etken faktörler incelendiğinde özellikle güven, beklenen efor (uygulamanın kullanım kolaylığı) ve performans beklentisi (uygulamanın kullanımıyla elde edilecek fayda) faktörlerinin olumlu etkiye sahip olduğu görülmektedir (Chan, 2020). Açık bankacılık sayesinde, müşteriler tüm finansal işlemlerini tek bir yerde görebilir, kendileri için en iyi fırsatları bulabilir, bütçelerine uygun ürün ve hizmetleri satın alabilirler (Open Banking, 2021).

Açık bankacılık, son kullanıcılara fayda sağlamanın yanı sıra, bankalar ve banka dışı firmalar arasında yenilikleri ve yeni rekabet alanlarını teşvik etme anlamını taşıırken, bankaların rollerinin önemli ölçüde değişebileceğini göstermiştir. Bununla birlikte muhtemelen, yeni bir finansal hizmetler ekosistemini de başlatacaktır. Aynı zamanda düzenleme ve veri gizliliği ile ilgili sorunları gündeme getirerek, küresel pazarların neden farklı yönetim yaklaşımları benimsediğini açıklamaya yardımcı olmaktadır (McKinsey, 2017: 1). Bankacılık sektöründeki rekabetçi ortamda, geleneksel bankacılık yapısındaki bozulmalar ile birlikte, dijitalleşmenin gücü sayesinde bankalar müşteri ilişkilerini güçlendirme potansiyeline sahip olmaktadır (Treasury ve Risk, 2017: 6). Şekil 1’de geleneksel ve açık bankacılık süreçleri karşılaştırılmıştır.



Şekil 1. Geleneksel Bankacılık ve Açık Bankacılık

Kaynak: Fintech İstanbul (2019), Dünyada ve Türkiye’de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği.

Geleneksel bankacılıkta bankalar; mevduat hesabı yönetmek, kredi vermek, ödemelere aracılık etmek gibi en temel işlevlerini müşterilerine kendi kanallarından sunmaktadırlar. Yüzyıllardır şubelerden sunulan bu hizmetler zaman içerisinde ATM, çağrı merkezi, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına da açılmıştır. Müşteriler, birden fazla banka ile çalıştıklarında, hesaplarının birleşik hallerini bir banka veya üçüncü parti uygulamalar üzerinden yönetmek isteyebilirler. Artan bu talepleri karşılamak için Şekil 1'de gösterildiği gibi, açık bankacılık kapsamında temel bankacılık hizmetleri, bankalar tarafından kendileri haricindeki üçüncü parti uygulamalar aracılığıyla güvenlik önlemleri çerçevesinde verilebilmektedir (Fintech İstanbul, 2019).

Geleneksel bankacılık ve finans piyasası işlemlerinin karmaşıklığı ve yavaşlığına karşın hızlı ve efektif çözümler sunan Fintek (Finansal Teknoloji) şirketleri, çağa ayak uyduran teknolojiler sunmaktadır (Bilgel ve Aksoy, 2019). Fintek; finans sektöründe kullanılan yenilikçi teknolojileri, yenilikçi teknolojiler aracılığıyla oluşturulan finansal ürünleri ve bu teknolojileri kullanarak finansal ürünler ortaya çıkaran ve hizmet sunan şirketleri ifade etmektedir. Bankacılık sektörü açısından bakıldığında; borçlanma, ödeme sistemleri, para transferi, müşteri hizmetleri, veri yönetimi, süreç yönetimi, risk yönetimi, uyum, siber güvenlik ve varlık yönetimi gibi uygulama alanları olduğu görülmektedir (Çağıl ve Candemir, 2020: 209). Hızla gelişen Fintek firmalarının, finansal ürünleri ve teknolojiyi birleştirerek finans sektöründe yeni bir dönem başlattığı görülmektedir (Pwc, 2020: 2).

Fintek'ler finans sektöründe yeni bir kavram olmakla birlikte, müşterilerine dijital kanallar yardımıyla çeşitli fırsatlar sunmaktadırlar (Kantarcı vd., 2017). Finans sektöründeki veri paylaşımı sayesinde bankalar, fintek'ler ve diğer finans kuruluşları beraber hareket ederek müşterilerine en uygun ürünü ve hizmeti sunmayı hedeflemektedirler (InfrasoftTech, 2018). Fintek uygulamalarının bankacılık sektöründe değişim yaratarak, açık bankacılık kavramını ortaya çıkardığı görülmektedir. Uygulama programlama arayüzleri, bankaların kendilerine ait müşteri verilerini üçüncü parti uygulamalara ve fintek şirketlerine açmalarına olanak sağlamaktadır (Şahin ve Cantürk, 2020: 176).

Birçok banka, uygulama programlama arayüzlerinin geliştirilmesine yatırım yapmaktadır. API (Application Programming Interface - Uygulama Programlama Arayüzü) , iki sistem arasında bağlantı kurarak işlemlerin hızlanmasını sağlayan, veri erişimini ve analizini kolaylaştıran bir dizi teknoloji yönergesi ve aracıdır. Bankalar için API'ler, ödeme sistemleri için önemli bir gelişmeyi temsil etmektedirler. API'ler müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamadaki bazı zorlukları çözerek, gerçek zamanlı ödemeler için tam zamanında, işlemleri hızlandırma potansiyeline sahiptirler (Treasury ve Risk, 2017: 2). Bankacılık işlemleri, bu API'ler sayesinde banka müşterileri adına üçüncü taraflar aracılığıyla gerçekleştirilebilecektir. Bunu sağlayabilmek için bankalar müşterilerin izinlerini alarak, müşteri verilerini başkalarının kullanımına sunmalıdır (Mansfield-Devine, 2016: 8).

Veri paylaşımı, API'ler aracılığıyla sistemler arasında kontrollü ve kesintisiz bir şekilde gerçekleştirilir. API'ler yıllardır bankacılık ayarlarında kullanılmıştır. Ancak gelişmiş teknolojiler ve

çok sayıda banka dışı fintek şirketinin pazardaki cazibesi göz önüne alındığında, API'lerin finansal hizmetlerin hem bireysel hem de ticari müşterilere sunulmasının yenilenmiş bir yöntemi haline geldiği görülmektedir (McKinsey, 2017: 1).

Özellikle ödemeler söz konusu olduğunda, kullanıcı doğrulaması yapmak oldukça önemlidir. Bu noktada, Orijinal Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD)'nin özenli bir şekilde uygulanması gerekir. PSD, Avrupa içerisindeki ödemeler için tek bir pazar oluşturmak amacıyla 2007 yılında AB tarafından başlatılmış, bu doğrultuda ödeme hizmetleri için kurallar ve yönergeler belirlenmiştir. Gözden geçirilmiş versiyonu olan PSD2 ise, 2013 yılında önerilmiş ve 2015 yılında kabul edilmiştir. PSD2'nin amaçları; AB'deki ödemeleri standartlaştırmak, yeni ve banka dışı oyunculara yer açarak ödeme sektöründe yeniliği teşvik etmek, mobil ve çevrimiçi ödemeler gibi ödeme yöntemlerinde şeffaflığı artırmak, ödemeler sektöründeki maliyetleri azaltmak ve güvenliği artırmaktır (Mansfield-Devine, 2016: 9).

Bankalar müşteri verilerini kullanıcı deneyimini iyileştirmek, müşterilere yönelik hizmetleri ve teklifleri sunmak ve potansiyel müşteri ihtiyaçlarını tahmin etmek amacıyla kullanılmalıdır. Fintek'ler ve teknoloji firmaları, bu müşteri odaklı yaklaşımı benimseyerek geleneksel uygulamaların değişmesini sağlayacaktır. Bununla birlikte, geleneksel olmayan firmaların bankacılığa ve bankaların geleneksel olmayan hizmetlere geçişi sonucunda, finans sektöründeki sınırlar bulanıklaşabilir. Ancak bankalar, veri kullanımlarını optimize etme becerilerini geliştirirler ve otomatikleştirme fırsatlarını benimserlerse müşteri ilişkilerini güçlendirerek, nihayetinde "açık bankacılık" dünyasından kazançlı çıkmak için iyi bir fırsata sahip olacaklardır (Deloitte, 2017: 27).

2.2 Açık Bankacılığın Temelleri: PSD2 ve API

Avrupa Birliği'nin 1980'li yıllarda tek ve ortak bir pazar oluşturma hedefi kapsamında finans alanında attığı büyük adımlardan biri ödeme sistemlerini bütünleştirme adına 2007 yılında Payment Services Directive adı verilen Ödeme Hizmetleri Direktifi'ni (PSD) oluşturarak ödeme hizmetleri için hazırladığı mevzuattır (Politou, 2019: 316). İngiltere orijinli olarak başlayan açık bankacılık hizmetleri, sonrasında orijinal Ödeme Hizmetleri Yönergesinin kapsamı genişletilerek İkinci Ödeme Hizmetleri Direktifinin (PSD2) yayınlanmasıyla finansal teknoloji firmalarının önünü açmıştır. Ödeme sistemlerinin başka kurumlar üzerinden yapılabilmesini içeren PSD2 ile mobil ve online ödeme sistemlerine yönelik güven ve rekabeti arttıracak yenilikler getirilmiştir (Taştan ve Saruhan, 2020; Giambelluca ve Masi, 2016). Avrupa Birliği Resmî gazetesinde 23 Aralık 2015 tarihinde yayınlanan PSD2 yönergesi ile bankacılık ve finans sektöründe yeni bir dönem başlamış, ödeme sistemleri dünyasında güven üzerine kurulu yenilikler sayesinde tek pazar yaratma hedefine ulaşılmaya çalışılmıştır (FinTech İstanbul, 2019: 16).

Açık bankacılığın temelini oluşturan PSD2, herhangi bir işletmenin (bir sosyal ağ veya bir mobil uygulama geliştiricisi) ödemelerini kullanıcıları adına gerçekleştirebileceği anlamına

gelmektedir. İhtiyaç duyulan tek şey, kullanıcının izni ve bankanın vereceği API (Uygulama Programlama Arayüzü) 'ye erişimdir. Fakat bu bazı sorunların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. PSD2'ye göre, bankalar müşterilerinin verilerini paylaştıktan sonra bile olası bir dolandırıcılık işleminde veya herhangi bir sorunda sorumlulukları devam etmektedir. Nitekim dijital bankacılık da bu gibi sorunlarla uğraşmaktadır (Mansfield-Devine, 2016: 9).

Açık bankacılık ile, üçüncü kişi hizmet sağlayıcılarına API aracılığıyla müşteri verilerine veya ödeme işlevine erişim sağlanmaktadır. Finansal hizmetler açısından API bir finansal kuruluşun veya internet sitesinde geliştirilen bir uygulamanın, kodlar ve kullanıcı bilgileri gizli kalacak şekilde, üçüncü kişi hizmet sağlayıcılara ait farklı programlar tarafından kullanılabilmesini sağlayan bir teknolojidir (PWC, 2020: 4). Finansal teknoloji şirketleri PSD2 aracılığıyla 'ödeme kurumu' haline gelmiştir (Meral, 2019: 27). API aracılığıyla finans sektöründe sunulan çeşitli hizmetlerin tek çatı altında sunulabilmesi, bankacılık hizmetlerinden daha önce faydalanmamış potansiyel müşterilerin de finans sektörüne dahil edilmesine ve mevcut müşterilerin finans hizmetleri kullanım oranının artırılmasına olanak sağlamaktadır (Aksoy ve Bilgel, 2019: 1101).

Meral (2019: 34)' a göre Türkiye'nin PSD2'ye uyumu için gerekli kanun ve yönetmeliklerin ve uygulanacak stratejilerin hayata geçirilmesi kapsamında Türkiye'de verilerin 3. kişilerle paylaşımına dair mevzuatın bulunması bu uyum sürecine hız kazandıracaktır.

FinTech İstanbul raporuna (2019: 16) göre, 2013 yılında 6493 sayılı kanun ile PSD'nin Türkiye' ye uyumu için ilk adım atılmıştır. Ödeme sistemleri ve elektronik para kuruluşları hakkındaki kanun açık bankacılığa uygun hale getirilmek amacıyla, tüm ödeme sistemleri ve elektronik para kuruluşlarına dair yetki 2019 yılında yayınlanarak 7192 sayılı Kanun kapsamında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'na aktarılmıştır. Akabinde ise, bu sektörde artan girişimcilik faaliyetleri gözlenmiş ve 2019 Temmuz ayı itibari ile 14 elektronik para kuruluşu ve 34 ödeme kuruluşunun hizmet verdiği tespit edilmiştir (Taştan ve Saruhan, 2020: 12).

2008 yılında dünyada yaşanan finansal krizin ardından ortaya çıkan Finansal Teknoloji (Fintek) firmaları çoklu kanallar üzerinden müşterilerin farklı ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, çeşitli finansal hizmetler sunmaktadırlar. Örneğin, PayPal üzerinden iş amaçlı ödemelerini gerçekleştirirken, Venmo üzerinden kullanıcılar arkadaşlarına ödeme yapabilmektedirler (Wewege vd., 2020: 27). Bankalardan daha az maliyetle, daha hızlı hizmet vermeyi amaçlayan finansal teknoloji şirketleri günümüzde açık bankacılığa geçişle ödeme sistemlerinde yaşanan en büyük inovasyon olarak görülmektedir. Müşteriler için fintek'lerin getirdiği en büyük kolaylık ödeme sistemleri alanında yaşanmaktadır. Birçok finansal ürün ve hizmete kıyasla daha kolay bir işlem olan ödemeler, fintek firmalarının getirdiği inovasyonlar sayesinde müşteriler için daha az maliyetli ve çok daha hızlı bir hale getirilmiştir. Fintekler için ödeme söz konusu olduğunda pazar ikiye bölünmektedir (Lee ve Shin, 2018: 38). Bunlardan ilki müşteri ve perakende ödemeler olup diğeri ise toptan ve kurumsal ödemeleri

içermektedir. Müşteri ve perakende ödeme sistemleri sağlayan mobil fintek'lere örnek olarak cüzdan, p2p (peer to peer ödemeler Paypal, Venmo gibi), mobil ödemeler (ApplePay, Samsung Pay vb.), eş zamanlı ödemeler ve dijital paralar örnek gösterilebilir. Bu hizmetler kolaylık, hız ve çoklu kanallardan ulaşım olanağı sağlamaları ile müşteri deneyimine önemli oranda fayda sağlamaktadır (Kang, 2018: 14).

KPMG'nin 2017 yılı raporuna göre açık bankacılık ve benzeri inovasyonların finansal teknoloji şirketlerine sağladığı erişilebilirlik avantajı sayesinde finansal hizmetlere yatırım yapan girişimci işletmelerin sayısı artmaktadır. Finansal teknolojilerin banka verilerine ulaşması API'ler aracılığıyla ödeme sistemleri ara yüzleri oluşturulmasıyla gerçekleşmekte ve bu inovatif hizmet ise geleneksel bankacılık yöntemlerine kıyasla maliyetlerin düşmesini sağlamaktadır (KPMG, 2017: 53). Açık bankacılık uygulamalarına örnek teşkil eden İngiltere'de açık bankacılık mevzuatının finansal teknoloji şirketlerine sağladığı veriye erişim izninin yanı sıra finteklerin veriyi saklama ve güvenliğinden sorumlu olma konusunda ciddi kanuni yaptırımları bulunmaktadır. İngiltere'de kurulan Açık Bankacılık Uygulama Kurumu ülkedeki 9 büyük bankanın açık API yapılarına geçmesini zorunlu kılmıştır. 2018 yılında ise açık bankacılığa dair standartlar uygulandıktan sonra Yolt ve Llyods bankaları arasında ilk hesap bilgisi aktarımı yapılmıştır (Fintech İstanbul, 2019: 23). İngiltere'deki Açık Bankacılık Uygulama kurumunun (OBIE) Ocak 2021'de açıkladığı rakamlara göre, 2018 yılında 20,000 ödeme işlemi açık bankacılık uygulamaları üzerinden yapılmışken, 2020 yılında bu rakam 4 milyonun üzerine çıkmıştır. 2020 ocak ayına göre açık bankacılık uygulamaları kullanıcı sayılarının iki katına çıktığı kaydedilmiştir. İngiliz hükümeti hazırladığı açık bankacılık standartları ile bankacılık sektöründe paylaşım ve yeniliklere açıklık ile rekabetin artacağını öngörmektedir (Şahin ve Cantürk, 2020: 176).

İnovasyonların sağladığı maliyet yapısının yanısıra yaratacağı değere odaklanmanın önemine vurgu yapan Omarini, geleneksel finansal kuruluşlar için uzun vadede ayakta kalabilmenin, bankaların sunduğu tüm hizmetleri kendi üzerinden yürütmesi yerine örneğin ödemeler, sigorta, yatırım, mevduat gibi hizmetler için farklı araçlar kullanılmasını öneren 'açık bankacılık' sistemi ile mümkün olduğunu belirtmektedir (2018: 33). Bu konuda API'ler finansal teknolojiler aracılığıyla banka ve finansal kurumların iş modellerini yenileyerek, veri kaynaklarını arttırabilmelerine fayda sağlarken, müşteri verisine ve değere sahip, daha büyük oranda bilgiye ulaşabilmesini sağlamaktadır. Açık bankacılık kapsamında bankaların müşterilerine ait verileri muhafaza etmek ve korumak öncelikli sorumluluktur. Bankacılık ve finans sektöründe veri paylaşımı riskli gözükken, müşteri iznini gerektiren bir yapı olarak bazı gereklilikler doğurmaktadır. Bunların başında kanun ve yönetmelikler kapsamında denetlenmek, kişisel veri ihlaline engel olmak adına kimlik doğrulama ve dolandırıcılık tespiti konularında ileri teknoloji yazılımları gelmektedir (Brodsky ve Oakes, 2017: 3).

2.3 Yıkıcı Teknolojiler

Günümüzde dijitalleşme ile yeni iş modellerine geçen finans dünyası ve bankalar, teknolojinin getirdiği güçten ve dijital çağın gerekliliğinden dolayı dönüşüme uğramaktadırlar. Omarini'ye (2018: 32) göre, bankalar dijitalleşme kapsamında, müşterilerin bankacılık hizmetlerine farklı kanallardan ulaşmalarını sağlayan yeniliklerden faydalanarak tek yönlü bir iletişim ile müşteri ilişkilerini yönetmiş ve müşterilerin bankalardan kaçınmalarına sebep olmuşlardır. Değişen müşteri profilinde beklentileri karşılamak adına çift yönlü bir iletişim sağlanması teknolojik inovasyonlarla mümkündür. Uzun yıllardır işletmelerin benzer iş modellerini birbirlerinden daha başarılı bir şekilde uygulamaya çalıştığı rekabet ortamı artık gücünü kaybetmektedir. De Jong ve Van Dijk' e (2015: 2) göre iş modellerine yönelik bu değişim ataklarına sebep olan işletmeler ve girişimler, özellikle sektör dışı rakiplerden gelmektedir. Bankacılığın dijitalleşmesiyle başlayan ve finansal teknolojilerin merkezine oturduğu bu değişim ise bankacılık sektöründe yaşanan yapıcı yıkıma işaret etmektedir. Bankaların verimliliklerini arttırarak karlılık sağlama odağı, teknoloji odaklı çözümler yaratan rakipler karşısında yetersiz kalmaktadır. Açık bankacılığın temelleri olan PSD2 ve API' ler günümüzde bankacılıkta yaşanan dijital dönüşümün merkezinde bulunmaktadır. Finansal teknoloji şirketleri, PSD2 ve API'ler sayesinde müşterilere bankalar dışında ödeme yapabilme, sigorta, yatırım hizmetlerini yönetebilme gibi çeşitli faaliyetleri bankalara entegre bir yapıda sunarak, bankacılık ve finans sektöründe yaşanan yıkıcı teknoloji örneklerinin başında gelmektedirler (Camelia, 2018: 24). Finans sektörü dışı veya teknoloji temelli şirketler 'tekfin' teknolojik finans şirketi kavramıyla tanımlanan bir başka finansal inovasyon ile, finans sektörü dışı şirketlerin finans sektöründe yaşanan bu dönüşümün farkına vararak finans sektörünün yeni iş modellerini işletmelerine uyarlamaları ve rekabette yerlerini almaları ile yaşanmaktadır (Omarini, 2018: 33). Teknoloji temelli şirketler sahip oldukları müşteri veri tabanı sayesinde, banka ve müşterileri arasındaki ilişkiyi yönetebileceği aracı iş modeli yaratmaktadırlar. Google, Amazon, Apple gibi teknoloji firmaları tekfin iş modelini hayata geçiren işletmelere örnektir (Omarini, 2018: 24). Açık bankacılığın e-ödeme sistemlerinin, 2023 yılı itibariyle banka ve kredi kartlarının önüne geçerek, EMEA bölgesinde (Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) en hızlı büyüyen ödeme metodu olarak popülerite kazanacağı ifade edilmektedir (O'Malley, 2020: 58).

Bilge (2017: 58) 'Yıkıcı Yenilik Teorisi' ne dayalı olarak yıkıcı teknolojilerin (disruptive technologies), hali hazırda kullanılan süreçler ve işlerin artık bilgi tabanlı aracılığıyla yapılmasından yola çıkarak, mevcut kullanılan teknolojilerde ani bir değişime sebep olan bir güce sahip olduklarını belirtmektedir. Charitou ve Markides (2003: 55) ise yıkıcı teknolojilerin hacmi küçük olan şirketlerde başladığına ve büyüme aşamasında ilgi görmediklerine vurgu yapmaktadır. Eski ve yeni müşteriler yeni iş modellerini benimsedikçe, yeni iş modeline olan ilgi artar ve bu durum kamuoyu ve sektörün önemli oyuncularını arasında fark edilir. Belirli bir zamana kadar bu yeni iş modellerini görmezden gelen büyük oyuncular, müşteriler ve rakiplerin artan ilgisi ile bu inovasyonlara tepki vermek durumunda kalırlar (Markides, 2006: 19).

Teknolojilerin yıkıcı etkisi, üç başlık altında değerlendirilmektedir. Bunlar; pazar liderlerine, son kullanıcılara ve altyapıya yıkıcı etki olarak ifade edilir. Bir teknoloji, bu üç kriteri de sağlıyorsa en yüksek yıkıcı etkiye sahiptir (Hardman ve Steinberger, 2013). Bankaların yıkıcı teknolojilerden faydalanması konusunu ele alan Omarini (2015: 184), çözümün her bankanın kendine has ve sektördeki pozisyonuna uygun olacak şekilde olması gerektiğini ileri sürmektedir. Charitou ve Markides (2003: 55) ise Omarini'yi (2018: 26) destekler nitelikte işletmelerin uzun yıllardır yıkıcı stratejilerle gelen rakip ataklarına maruz kaldıklarını ve hepsinin ortak yanının bu ataklar karşısında mevcut stratejilerini bırakıp, baskın olanı adapte etmesinin her zaman doğru olmayabileceğini belirtmektedirler.

3. AÇIK BANKACILIK VE MÜŞTERİ İLİŞKİSİ

3.1 Değişen müşteri profili ve Co-Creation (Ortak Yaratma)

2008'de dünyada yaşanan ekonomik kriz özellikle genç jenerasyondan oluşan müşteri kitlesi için bankalara olan güvenin sarsılmasına sebep olmuştur (Anyfantaki, 2016: 48). Bunun yanı sıra daha eski jenerasyonların geleneksel ve kitlesel bankacılık alışkanlıklarından farklı bir yön izleyerek kişiselleştirilmiş, sorun odaklı özelleştirilmiş çözümlere ulaşım olanağı beklentileri ile fintek firmalarının ortaya çıkışına sebep olmuştur.

Gelişmekte olan ülkelerde genç nüfusun kalabalık olması (gençlerin dijital okur yazarlıkta yetkinliği ve akıllı cep telefon sahiplik oranlarının yüksek olması), çalışan orta sınıf kitlenin sayısındaki hızlı artış, mevcut finansal pazarların verimsizliği dolayısıyla müşterileri sahip oldukları finansal varlıklarını yönetmek adına farklı kanal arayışlarına yönlendirmiştir (Anyfantaki, 2016: 48). Müşteri ve banka arasındaki güven ve ilişki faktörleri hala önem taşımakta fakat kullanılan yöntemler değişmektedir (PWC,2019: 10). Bunun yanı sıra fiziksel bankacılığın altyapısının yetersizliği (henüz banka hesabı olmayan insan sayısı), müşteri bilgilerinin gizliliğine dair güvensizlik ve rekabet koşullarını düzenleyen yasaların yetersizliği de bu arayışı ivmelendirerek, finans hizmetlerinin dijitalleşmesine ön ayak olmuş ve bunu fırsat gören özel sektör işletmeleri de dijital finans hizmetler sağlayan fintek iş modellerine yatırım yapmaya başlamıştır (Anyfantaki, 2016: 49).

Dünyada süregelen değişimler, yıllar içerisinde müşteri kitlelerinin sergilediği özelliklerde farklılıklara sebep olmuştur. Küreselleşmenin etkileri ve internet ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, müşterileri kendi dünyasından çıkararak, dışarıya açık, birbirine iletişimsel olarak bağlı, bilgi sahibi ve aktif bir hale dönüştürmüştür. İnternet teknolojileri sayesinde bilgiye ulaşma kolaylığı, müşterileri firmalar, ürünler, teknolojiler, süreçler, fiyatlar, müşteri davranışları ve tepkileri hakkında bilinçli bir hale getirmiştir. Coğrafik ve sosyal bariyerlerin ortadan kalktığı bu yeni dünya düzeninde dünyanın her yerindeki müşterilerin birbirleri ile iletişim haline girerek, duygu ve düşüncelerini birbirleri ile paylaştıkları ve bağımsız karar veren yapıda yeni bir müşteri kitlesi topluluğu yaratılmıştır (Prahalad ve Ramaswany, 2004: 3). Müşteri yapısındaki bu değişim, işletmeler açısından değerlendirildiğinde, işletmelerin stratejik kararları otonom şekilde vermekten vazgeçip, ürün ve hizmet tasarımları, yeni

süreçlerin oluşturulması, inovasyonların yapılması, pazarlama mesajlarının oluşturulması ve satış kanallarının kontrolünde müşteri etkileşimi kullanılarak, co-creation yani *müşteri ile birlikte yaratma* stratejisine geçişe ışık tutmaktadır.

Co-creation sadece müşteri fikirlerinin süreçlere dahil edilmesi ve birlikte fikirlerin geliştirilmesi ile sınırlı kalmayıp, işletme dışı rakipler, ürün veya hizmet sağlayıcıları gibi dış paydaşlarla birlikte daha iyi şekilde ürün ve hizmetlerin tasarlanmasına da imkan tanır. Bankaların verilerini açması ve açık API'ler üzerinden bu verilere ulaşan üçüncü parti hizmet sağlayıcılar çeşitli uygulamalar yaratarak, bankacılık hizmetlerinin gelişmesine yardımcı olabilirler. Co-creation adına farklı bir örnek ise çok sayıda banka ve dış paydaşlarının bir araya gelip yeni ürün ve hizmet teklifleri oluşturarak müşterilerine değer sağlamasıdır. Bankasının verilerini API'ler aracılığıyla açtığını duyurması, müşteri gözünde bankanın inovasyona açıklığına dair olumlu bir algı yaratarak, bu yeniliğe adapte olmayan bankaları tercih etmemesine neden olabilmektedir (Premchand ve Choudry, 2018: 26).

3.2 Finansal Teknolojilerin Müşterilere Faydaları

Hizmet sağlayıcısı ve müşteri arasında kurulan ilişkinin uzun vadeli olmasında müşteri bağlılığının yaratılması önem taşımaktadır. Müşteri bağlılığına giden yolda değer yaratmanın önemli bir faydası ise müşterinin nispeten daha düşük fiyat teklifinde bulunan rakiplere kaymasının engellenmesidir. Müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını daha iyi tanıyan işletmeler hangi süreçlerin iyileştirilmesi gerektiğine dair bilgi sahibi olarak rakiplerine kıyasla fark yaratabilmektedir. Hizmet sektörü odaklı ekonomileri büyütme adına sunulan hizmetlerde yapılan inovasyonlar, yeni kazanç kaynakları ve karlılık olanakları sağlarken, müşteri memnuniyetini de beraberinde getirmektedir.

KPMG (2017: 24) raporuna göre, finansal teknoloji şirketlerinin sağladığı önemli faydalardan biri geleneksel finans sisteminde soyutlanan müşteri kitlesini finansal sistemin içine entegre edebilmektir. Bu gelişme ise yeni ürün ve hizmetlerin inovasyonu, maliyetlerin düşmesi ve geleneksel bankacılık hizmetlerinden faydalanamayan müşteri kitlesinin geri kalan müşteriler ile aynı standartlara sahip olabilmesidir. Finansal teknolojilerin müşterilere sağladığı destek ve yönlendirme ile finansal bilgisi artan müşteriler harcamalarını daha planlı yaparak, tasarruf edebilme şansı yakalayabilmektedirler. Müşteri ve hizmet sunucusu arasında artan etkileşim ile müşteri deneyimi önem kazanmaktadır. Özellikle mobil ödeme sistemi inovasyonlarının basit olmaları, tek bir tıklama ile ödeme yapılabilmesi (örn. Google Wallet, Mastercard, ApplePay, telefon hattına faturalandırma vb.), farklı ödeme sistemlerinin birlikte kullanılabilmesi (dijital cüzdanlar gibi sadece kredi kartını değil, banka kartını da ödeme amacıyla kullandıran e-plaformlar), artan işlem sayısı veya hacmiyle ödül puan toplama gibi ek fayda sağlayan hizmet özellikleri fintek'ler ve müşteri arasındaki etkileşimi yoğunlaştırmaktadır. Bu durum müşteriye erişim esnasında kişiye dair veri elde edilmesine imkan tanımaktadır (Lee ve Shin, 2018: 44).

Finansal teknoloji modelleri içerisinde popüler bir alan olan varlık yönetimine yönelik olarak geliştirilen robo-advisor yani robo-danışmanlar, dijital platformlar olarak insansız, otomatize edilmiş, finansal planlama hizmetleri algoritmasına sahip olan 7/24 müşterilere kişiselleştirilmiş hizmet sunan ve bunu düşük ücretler karşılığı yapan bir finansal teknoloji iş modeli örneğidir (Phoon ve Koh, 2018: 1). Müşteri açısından değerlendirildiğinde insan etkileşiminin özellikle yatırımını yönetmek amacıyla sunulan hizmetlerde eksik olması yeni müşteri elde etme ve mevcut müşterileri elde tutabilme açısından oldukça kritik bir konu olmaktadır. Özellikle müşteri sorularına ve problemlerine hızlı geri dönüş sağlayabilme, müşteri kaygılarını önemseme gibi konularda başarılı olan fintek girişimlerin dijital dönüşüm içerisinde fark yaratacağı belirtilmektedir (Lee ve Shin, 2018: 37). KPMG Fintech 100 raporuna göre, 2019 yılında dünyadaki fintek firmaları 70 milyon dolar gelir elde ederek, bir önceki yıla göre cirolarını %35 arttırmışlardır. Rapora göre, finteklerin başarısı açık bankacılık ve PSD2 yönetmelikleri sayesinde banka müşterilerinin verilerine ulaşılarak, müşterilere göre özelleştirilmiş deneyimler sunulması ve yeni, müşteri odaklı hizmetlerin yaratılmasından kaynaklanmaktadır (Fintech100, 2019: 3).

4. AÇIK BANKACILIĞA YÖNELİK FIRSAT VE TEHDİTLER

Açık bankacılığı müşterilerin yapmak istedikleri her şeyi özgürce yapabilmelerini sağlayan bankacılık hizmetleri olarak tanımlayan Guibaud (2015) çalışmasında, açık bankacılığın bankaların dijital olarak daha bilinçli müşterileri kazanmalarına ve bu müşterileri ellerinde tutabilmelerine yardımcı olacağını belirtmiştir. Açık bankacılık sayesinde bankaların yeni gelir fırsatları sunacak hizmetler geliştirebileceğine dikkat çekmiştir. Bankaların, kişisel finans yönetimi arayüzü olarak kendilerini tercih etmelerini sağlamak için müşterilere hitap edecek yeni hizmet türlerini nasıl doğru bir şekilde uygulayabilecekleri konusunda çalışmalarının gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Zachariadis ve Ozcan (2017), açık bankacılığın temeli olan API ile finansal hizmetlerdeki dijital dönüşümü vaka analizleriyle inceleyerek, açık API'lerin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte finans sektörünün karşılaşabileceği bazı temel değişiklikleri ele almışlardır. Çalışmaya göre, bankacılık sektöründe yürürlüğe girecek olan yasal değişiklikler sonucu geleneksel bankacılıktaki kapalı model, açık ama güvenli bir modele dönüşecektir. Bankaların uzun vadeli kar elde edebilmeleri için, bankaların açık API'leri bir yük olarak görmemeleri gerektiğini ve müşterileri ile olan ilişkilerini geliştirmek için bir fırsat olarak değerlendirmeleri gerektiğini belirtmişlerdir.

Açık bankacılığı uygulayanlar ve yönetenler ile görüşmeler yaparak deneysel bir araştırma yapan Gozman vd. (2018) ise çalışmalarında, perakende bankacılığın ve fintek şirketlerinin açık bankacılık sistemi içerisinde karşılaşabileceği zorlukları ve doğacak fırsatları tanımlamışlardır. Araştırmanın bulguları açık bankacılığın, bankaların bildiğimiz şeklini değiştireceği ve sektörde yeni iş modelleri yaratacağı yönündedir. Bankacılık hizmetlerinin güvenlik, gizlilik ve uyumluluk gerektirdiği, bu nedenle de API standardizasyonunun yasal ve operasyonel yönlerinin düşünülmeden geliştirilmemesi gerektiği araştırmada ulaşılan önemli bir sonuçtur.

Omarini (2018) çalışmasında, değişen piyasa koşullarının ve dijital teknolojilerin ortaya çıkışı ile oluşan yeni düzenlemelerin, bankacılık sektörünü derinden değiştirdiğini belirtmektedir. Fintek'in pazardaki evrimini ve bankacılık sektöründeki gelişimini araştırarak, açık bankacılık kapsamında bir bankacılık vakası analizi yapmıştır. Teknolojik yeniliklerin küresel ve hızlı olmalarına karşın yasal düzenlemelerin bir o kadar yerel ve yavaş gerçekleştirmelerini önemli bir sorun olarak tespit etmiştir. Bankaların başarısının, ne kadar müşteri odaklı olduklarına ve fintek'ler ile olan ilişkilerine ne kadar yatırım yaptıklarına bağlı olarak değişeceği sonucuna ulaşmıştır.

Passi (2018) bankalar ve bankalar arasındaki bağlantıyı kolaylaştırabilmek için açık bankacılık platformunun oluşturulması gerekliliğini araştırmıştır. Bankaların bu platform sayesinde, ödeme ve tahsilat hizmetlerini sunarak hesapların yönetimini basitleştirebileceğini ve hızlandırabileceğini, böylece PSD2'nin sağladığı iş fırsatlarından da yararlanabileceğini belirtmiştir. Elde ettiği bulgular, ödemeler dünyasında iş birliği sağlanmasının finansal teknolojilerdeki yenilik ve müşteri memnuniyetinde başarılı sonuçlar elde etmenin en iyi yolu olduğunu göstermektedir.

Bankaların fintek şirketleri ile birlikte ortak bir strateji yürütmelerinin, Bilgel ve Aksoy'un (2019) çalışmalarında belirtmiş oldukları gibi bankacılıkta yeni ürün ve hizmetlerin oluşumunu sağlayabileceği düşünülmektedir. Çalışmada, teknolojik altyapı kullanılarak bankacılık sektöründe elde edilebilecek yeni ürünlerin sektöre ve teknolojiye olan katkısı değerlendirilmiştir. Açık bankacılığın bankacılık sektörünün geleceğini şekillendireceğini belirterek, finans sektöründeki yoğun rekabet ortamı sebebiyle bankaların fintek kültürünü benimsemelerinin ve datalarını paylaşmalarının onların yararına olacağını tespit etmişlerdir.

Dratva (2020)'ya göre, son iki yılda açık bankacılık kavramı ve fintek'lerin gelişimi bankacılık sektöründe bir devrim niteliğindedir. Bankaların kar edebilmeleri, açık bankacılık dünyasında iyi bir konum elde ederek mümkün olacaktır. Dijital dünyanın müşteri sadakatini de beraberinde getireceğini ve banka müşterilerinin finansal verilerine kolaylıkla ve güvenilir şekilde erişebilmelerinin çift taraflı bir kolaylık sağlayacağını belirtmiştir.

Leong (2020) çalışmasında, açık bankacılığın banka ile müşteri arasındaki kapalı ilişkiye meydan okuduğunu ve açık bankacılığın ortaya çıkışıyla birlikte müşterilerin kontrollü olarak bilgilerini paylaşmalarının müşterilere ve bankalara getirdiği avantajlardan bahsetmiştir. Aynı zamanda müşteri verilerinin açık bankacılık modeli içerisinde yönetilmesine ilişkin yasal bir boşluk olduğuna da dikkat çekmiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gelişen teknoloji ve değişen tüketici beklentileri finans sektörünün özellikle son yıllarda daha fazla dijital platformlarda faaliyetlerini yürütmesine sebep olmaktadır. Açık bankacılığın özellikle piyasaya yeni finansal ürün ve hizmet geliştirebilmek, sektörde şeffaflığı ve rekabeti arttırabilmek, finansal hayatı kolaylaştırmak ve müşteri deneyiminin iyileştirilmek gibi çeşitli makro amaçlara sahip olması bu alanda hızla artan girişimcilik örneklerinin sebebinin açıklanmaktadır. Artan rekabet ortamı,

maliyetleri düşürerek yeni finansal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini sağlayacak ve nihayetinde müşteri faydasını arttıracaktır.

Açık bankacılık, sektörün dijitalleşme yolculuğunda geçmişten bugüne en büyük yenilik olarak değerlendirilebilecek ve bankacılık sektörünü değiştirebilecek bir kavramdır. Geleneksel bankacılığın hizmet anlayışından ve uygulamasından farklı olarak açık bankacılık beraberinde sektöre teknolojik inovasyonları getirmektedir. Açık bankacılığın sektöre getirdiği yenilikler incelendiğinde açık bankacılık kavramı ile ayrılmaz bir bütün olan Fintek, PSD2 ve API ortaya çıkmaktadır. Bu teknoloji ve yeniliklerin yapıları başlangıçta karmaşık olarak algılansa da müşteri deneyimine ve sektördeki rekabete olan katkısı açıkça görülmektedir. Bu doğrultuda, her geçen gün bankaların farklı isimlerdeki ürün ve uygulamaları ile 'açık bankacılık' dünyasına girdikleri gözlemlenmektedir.

Bankacılık hizmetlerinin sunulduğu fiziksel ortamlardan dijital platformlara geçilmesiyle birlikte, çok kanallı hizmet platformları ve müşterilerin ihtiyaçlarına yönelik özel hizmet sunan uygulamalar oluşturulmaktadır. Bu süreç açık bankacılığın sektördeki gelişimini hızlandırmaktadır. Dijital veya mobil bankacılık kullanan tüm müşterilerin açık bankacılığı kullanabilmelerine imkan sağlanabilmesi için finansal kurumlar tarafından sürdürülen çalışmalar dikkat çekmektedir. İnternet bankacılığını ve mobil bankacılığı bir adım öteye taşıyan ve geleceğin bankacılık modeli olarak görülen açık bankacılık, bireysel müşterilerin ve küçük/orta ölçekli işletmelerin de daha iyi hizmet almalarına yardımcı olabilecek yeni ürünlerin oluşmasına olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı açık bankacılık kavramı ve uygulamaları hakkında önceki yapılmış çalışmalar ışığında bir literatür taraması yaparak açık bankacılığın sektör üzerindeki olası etkilerini ortaya koymaktır. Her ne kadar uluslararası literatür incelendiğinde Türkiye'ye kıyasla daha fazla çalışma olduğu görülse de, özellikle son yıllarda Türkiye'de de konuyla ilgili çalışmalara rastlanmaktadır. Ayrıca ilgili literatür incelendiğinde özellikle açık bankacılık ve API'nin müşteriler üzerindeki etkilerinin araştırılması önerilmektedir. Çalışmanın en büyük kısıtı erişilebilir kaynaklar ile sınırlı olmasıdır.

Bu çalışma, alanda çalışma yapacak olan araştırmacı ve uygulayıcılara yol gösterici olma niteliği taşıyan bir kavramsal çalışma olarak değerlendirilebilir. Açık bankacılık hizmeti çalışmada ele alınan yönleriyle birlikte değerlendirildiğinde finansal ekosistemi yeniden şekillendireceği sonucuna ulaşılabilmektedir. İleriki çalışmalarda açık bankacılık ve uygulamalarının etkilerini inceleyebilmek adına tüketiciler ve işletmelerin bu kavrama yönelik algıları ve kullanım niyetleri araştırılarak, uygulanan sistemlere yönelik geri bildirim edinilebilir. Aynı zamanda finansal teknoloji şirketlerinin bu alandaki inovasyonlarda belirleyecekleri stratejileri geliştirmeleri konusunda fayda sağlanabileceği düşünülmektedir. Tüketicilerin teknoloji kabulü, yeniliklere açıklığı ve güven düzeyleri kültürle has değişkenlik göstermesi sebebiyle, farklı kültürlerden tüketicilerin açık bankacılık uygulamalarına olan tepkileri karşılaştırmalı çalışmalarda incelenerek, açık bankacılık literatürüne fayda sağlanması öngörülmektedir. Ayrıca, açık bankacılığın gelişebilmesi için gerekli altyapıların sağlanarak, banka-

fintek işbirliklerinin geliştirilmesi, bankaların ve finteklerin müşteri verilerinin gizliliği konusuna yoğunlaşmaları ve güvenlik açıkları üzerinde çalışmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Artun, T. (1980). *İşlevi-Gelişimi-Özellikleri Ve Sorunlarıyla Türkiye'de Bankacılık*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Akıncı, A. (2011). Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğünün Sağlanmasında İnovasyonun Üretim Maliyetlerine Etkisi ve Ampirik Bir Uygulama (Master's thesis).
- Aksoy, B. ve Bilgel, D. (2019). Finansal Teknoloji Şirketleri ve Geleceğin Bankacılığı: Açık Bankacılık. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 1097-1105.
- Anyfantaki, S. (2016). The Evolution of Financial Technology. *Economic Bulletin*, 44, 47-62
- Avrupa Birliği. (2005), Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması için İlkeler, https://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_Presentation.pdf
- Aydın, N. (2006). Bankacılık Uygulamaları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Baker, W.E. ve Sinkula, J.M. (2002), "Market orientation, learning orientation and product innovation: delving into the organization's black box". *Journal of Market Focus Management*, 5(1) 5-23
- Bilgel, D. ve Aksoy, B. (2019). Finansal Teknoloji Şirketleri ve Geleceğin Bankacılığı: Açık Bankacılık. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 1097-1105.
- Brodsky, L., ve Oakes, L. (2017). Data Sharing And Open Banking. *McKinsey & Company*.1097-1105.
- Camelia, F.L. (2018). Investigating the Perception of Fin-Techs: Disruptive Innovation in the Banking Industry? *European Master in Business Studies*
- Chan, R. S. O. (2020). Open Banking: does it open up a new way of banking? A case of financial technology adoption from a consumer's perspective (Doctoral dissertation).
- Charitou, Constantinos ve Markides, Constantinos (2003). Responses to Disruptive Strategic Innovation. *Sloan Management Review* 44(2):55-63.
- Chesbrough, H. W. (2011). Bringing open innovation to services. *MIT Sloan Management Review*, 52(2), 85.
- Cingöz, A. and Akdoğan, A.A. (2013), "Strategic flexibility, environmental dynamism, and innovation performance: an empirical study". *Social and Behavioral Sciences*, 99(1), 582-589
- Çağıl, G. ve Candemir, G. (2020). Türk Bankacılık Sektörünün FinTek'ler Karşısında A'WOT Analizi. *Maliye ve Finans Yazıları*, (113), 207-238.
- Çelik, S. B., ve Mangır, F. (2020). Bankacılık Sektörünün Dijitalleşmesi: Dünyada ve Türkiye'de Durum Analizi. *Cyberpolitik Journal*, 5(10), 260-282.
- Damanpour, F., ve Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1), 45-65
- De Jong, M., ve van Dijk, M. (2015). Disrupting beliefs: A new approach to business-model innovation. *McKinsey Quarterly*, 3(3), 1-10.
- Deloitte (2017). How To Flourish In An Uncertain Future: Open Banking, 1-28.
- Demirel, A. C. (2017). Dijital bankacılık ve Türkiye'deki mevcut durumunun analizi (Master's thesis, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Demirkaya, H., ve Zengin, R. (2014). Hizmet inovasyonu ve bir uygulama örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, Cilt:2 Sayı:106-116
- Ettlie, J. E., ve Rosenthal, S. R. (2011). Service versus manufacturing innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 28(2), 285-299.
- Fintech İstanbul (2019), Dünyada ve Türkiye'de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği. Rumi Matbaacılık, İstanbul.
- Giambelluca, G., ve Masi, P. (2016). The Regulatory Machine: An Institutional Approach to Innovative Payments in Europe. In *Bitcoin and Mobile Payments*, 3-25. Palgrave Macmillan, London.

- Greco, M., Grimaldi, M. ve Cricelli, L. (2015), “Open innovation actions and innovation performance: a literature review of European empirical evidence”, *European Journal of Innovation Management*, 18(2), 150-171
- Gozman, D., Hedman, J., ve Olsen, K. S. (2018). Open Banking: Emergent Roles, Risks & Opportunities. *Twenty-Sixth European Conference on Information Systems (ECIS2018)*, 1-15.
- Guibaud, S. (2015). How to Develop a Profitable, Customer-Focused Digital Banking Strategy: Open Banking Services and Developer-Friendly APIs. *Journal of Digital Banking*, 1(1), 6-12.
- Ivatury, G., ve Mas, I. (2008). The early experience with branchless banking. *CGAP Focus Note*, (46).
- Kang, J. Mobile payment in Fintech environment: trends, security challenges, and services. *Hum. Cent. Comput. Inf. Sci.* 8, 32 (2018). <https://doi.org/10.1186/s13673-018-0155-4>
- KPMG (2017). Value of Fintech. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/10/value-of-fintech.pdf>
- KPMG(2019).Fintech 100 Leading Global FinTech Innovators. https://h2.vc/f100/#page_holder
- Lee, I., ve Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Leong, E. (2020). Open Banking: The Changing Nature of Regulating Banking Data-A Case Study of Australia And Singapore. *Banking & Finance Law Review*, (35.3), 443-469.
- Lyons, R. K., Chatman, J. A., ve Joyce, C. K. (2007). Innovation in services: Corporate culture and investment banking. *California management review*, 50(1), 174-191.
- Mansfield-Devine, S. (2016). Open Banking: Opportunity And Danger. *Computer Fraud & Security*, 8-13.
- Markides, C. (2006). Disruptive innovation: In need of better theory. *Journal of product innovation management*, 23(1), 19-25.
- Mullan, J., Bradley, L., ve Loane, S. (2017). Bank adoption of mobile banking: stakeholder perspective. *International Journal of Bank Marketing*.
- Omarini, A. (2015). Retail Banking. Business Transformation and Competitive Strategies for the Future. London: Palgrave MacMillan Publishers
- Omarini, A. E. (2018). Banks And Fintechs: How To Develop a Digital Open Banking Approach For The Bank’s Future. *International Business Research*; 11(9), 23-36.
- Open Banking Implementation Entity (2021). What is open banking. www.openbanking.org.uk/customers/what-is-open-banking. Erişim tarihi: 01.09.2020.
- Open Banking Implementation Entity (Ocak 2021) Three years since PSD2 marked the start of Open Banking, the UK has built a world-leading ecosystem. <https://www.openbanking.org.uk/about-us/latest-news/three-years-since-psd2-marked-the-start-of-open-banking-the-uk-has-built-a-world-leading-ecosystem/>
- Passi, L. F. (2018). An Open Banking Ecosystem To Survive The Revised Payment Services Directive: Connecting İnternational Banks and FinTechs with the CBI Globe Platform. *Journal of Payments Strategy & Systems*, 12(4), 335-345.
- Phoon, Kok Fai ve Koh, Cher Chiew Francis (2018). Robo-advisors and wealth management. *Journal of Alternative Investments*. 20, (3), 79-94. Research Collection Lee Kong Chian School Of Business. Available at: https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/6502
- Politou, E., Alepis, E. ve Patsakis, C. (2019). Profiling Tax and Financial Behaviour With Big Data Under the GDPR. *Computer Law & Security Review*, 35, 306–329
- Premchand, A.ve Choudhry, A. (2018, February). Open Banking & APIs for Transformation in Banking. In 2018 International Conference on Communication, Computing and Internet of Things (IC3IoT),25-29. IEEE.
- PWC (2020). Açık Bankacılık: Dünya ve Türkiye. <https://www.pwc.com.tr/tr/sectorler/bankacilik/pdf/acik-bankacilik-dunya-ve-turkiye-v2.pdf>. Erişim tarihi: 10.02.21.
- Skinner, C. (2014). Digital bank: Strategies to launch or become a digital bank. Marshall Cavendish International Asia Pte Ltd.

- Şahin, B. Ş. ve Cantürk, B. C. Türkiye'deki Hukuki Altyapı ve Ödeme Hizmetleri Yönergesi 2 Bağlamında API Teknolojisi ve Açık Bankacılık. *Maliye ve Finans Yazıları*, (114), 149-148.
- Taştan, F. G., ve Saruhan, U. (2020). Açık Bankacılık: Kişisel Verilerin Korunmasına Bir Tehdit Mi?. *Academia.edu*, 1-44 (Yayın Tarihi: 4 Kasım 2020),
- Treasury and Risk (2017). Banking Technology as Competitive Advantage. *Treasury & Risk September 2017 Special Report*, 1-7.
- Wewege, L., Lee, J., ve Thomsett, M. C. (2020). Disruptions and Digital Banking Trends. *Journal of Applied Finance and Banking*, 10(6), 15-56.
- YuSheng, K., ve Ibrahim, M. (2019). Service innovation, service delivery and customer satisfaction and loyalty in the banking sector of Ghana. *International Journal of Bank Marketing*, 37 (5), 1215-1233
- Zachariadis, M. ve Ozcan, P. (2017). The API Economy And Digital Transformation in Financial Services: The Case Of Open Banking. Working Paper, 1-29.
- Zomerdiijk, L. G., ve Voss, C. A. (2011). NSD processes and practices in experiential services. *Journal of Product Innovation Management*, 28(1), 63-80