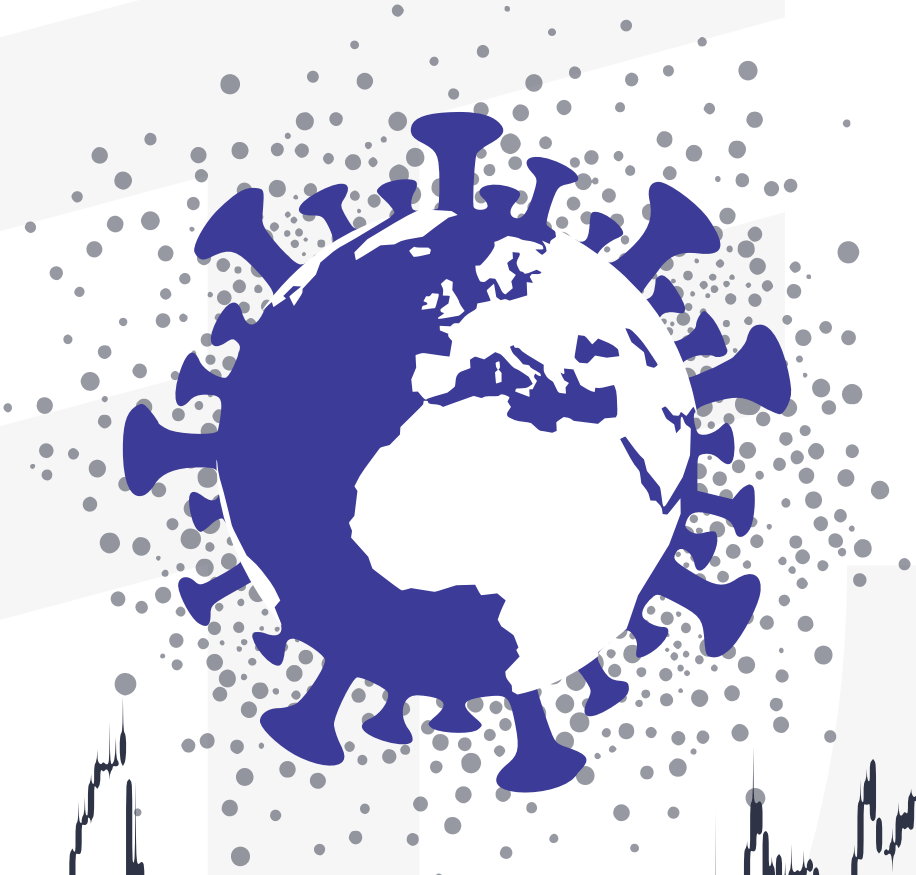
# COVID-19'UN EKONOMİK ETKİLERİ



**Editör**
Doç. Dr. Nur DİLBAZ ALACAHAN

HOLISTENCE
publications

# Covid-19'un Ekonomik Etkileri

Editör:
Doç. Dr. Nur Dilbaz ALACAHAN

1. Baskı - Eylül 2021



HOLISTENCE
publications

# Pandemi sürecinde bankacılık sektöründe dijital bankacılık işlemlerinin boyutu, işlemlerin ekonomik etkileri ve müşteri memnuniyetinin ölçülmesi

**Nur Dilbaz Alacahan**[1]

**Yağmur Akarsu**[2]

## 1. GİRİŞ

11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilen Covid-19 salgını, ilk kez Çin'in Wuhan kentinde görülmüş ve hızla tüm dünyada yayılarak ciddi zararlar vermiştir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve buna bağlı olarak mobil cihazların yaygınlaşması ile birlikte her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de gelişmeler yaşanmıştır. Dijital teknolojilerin son zamanlarda hızlı bir şekilde gelişmesi ve bu durumunda tüketiciler tarafından hemen benimsenmesi müşterileri işlemlerini bankalara gitmeden yapmaya teşvik etmiştir. Bankalar bu değişen pazarlama ortamından verimli bir geri bildirim almak adına sürekli bir değişim ve gelişim içine girmektedirler.

Finansal sitemin düzenli çalışmasını ve ayakta kalmasını sağlayan bankalar var olan kaynakların doğru ve etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Geçmişten günümüze kadar pek çok salgın yaşanmış ve bu salgınlar sonucunda gerek sosyal gerek ekonomik gerekse kültürel anlamda değişikliklere gidilmiştir. Salgının etkisini azaltmak ya da görülebilecek zararı en aza indirgemek amacı ile pek çok önlemler alınabilmektedir. Covid-19 salgını ile pek çok işletme çalışma saatlerinde değişikliklere gitmiş ya da çalışma şekillerini değiştirmek zorunda kalmıştır. Esnek çalışma saatlerinin

[1] *Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, TÜRKİYE, e-mail: n_dilbaz@comu.edu.tr, ORCID ID: https://orcid.org/ 0000-0002-9277-5019*

[2] *Öğr. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, TÜRKİYE, e mail: yagmurakarsu@comu.edu.tr, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-8156-0020*

yanı sıra teknolojinin imkanlarından da bu dönemde çok fazla faydalanıldığı görülmektedir. Özellikle bankacılık sektöründeki değişmeler ve gelişmeler bu durumu göstermektedir. Müşterin memnuniyetinin artması ve müşterilerinin ihtiyaçlarını aksatmadan yerine getirmek isteyen bankalar bu süreçte dijital işlemlerini daha fazla artırmıştır. Tabi ki işletmelerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri açısından müşteri memnuniyeti en önemli kavramlardan biri olarak görülmektedir.

Covid-19 pandemisi her ülkede olduğu gibi Türkiye'yi de hem arz hem de talep yoluyla etkilemiştir. Korku faktöründen yola çıkarak talepte düşüşler gerçekleşmiştir. Aynı zamanda sosyal etkileşim açısından kısıtlanan insanların tüketim anlayışlarında da değişikliklere gidilmiştir.

## 2. PANDEMİNİN DİJİTAL BANKACILIĞA ETKİLERİ VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Covid-19 pandemisi küresel ekonomiyi derinden etkilemiştir. Bunun yanı sıra, günlük hayatı, beklentileri, davranışları da etkileyen Covid-19 pandemisi pek çok sektörü değişime gitmeye yönlendirmiştir. Bu süreçte, müşterilerinin likidititede sıkıntı çekmemesi adına pek çok banka dijitalleşmeye yoluna giderek online ortamda kredi kullandırmaya başlamıştır. Covid-19'un bankacılık sektörü üzerindeki en önemli etkisi, dijital kanalların ve bu dijital kanalların kullanımının artması yer almaktadır. Bu değişim bankaların sadece kısa vadede değil aynı zamanda orta ve uzun vadeli stratejilerini de etkilemektedir (Baıcu vd. 2020:535).

Şirketler özellikle pandemi sürecinde tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için dijitalleşmeye önem vermiştir (Dincă vd, 2019:800). Covid-19 pandemisinin doğal bir sonucu olarak çevrimiçi kullanımlar artmıştır. Dijital bankacılık hizmetlerinin kullanılması için tüketicilerin teşvik edilmesi gerekmektedir. Sosyal mesafenin azaltılması, dijital bankacılığa güven duyulması, zaman tasarrufunun sağlanması, bankalarda oluşan gereksiz kuyrukların azaltılması gibi amaçlarla dijital bankacılığın öneminin özellikle bu pandemi sürecinde daha da vurgulanması gerekmektedir.

Covid-19 pandemisinin zorunlu olarak sosyal mesafeyi koruma şartından dolayı gerek tüketicilerin gerekse sektörlerin hızlı bir şekilde dijitalleşme sürecine girdiği görülmektedir. Bu dijital dönüşüm sayesinde, bankalar müşterilerine işlemlerini gerçekleştirmeleri amacı ile şubelere gitmeden dijital dağıtım kanalları sayesinde işlem yapma yetkisi tanımıştır. Pandemi

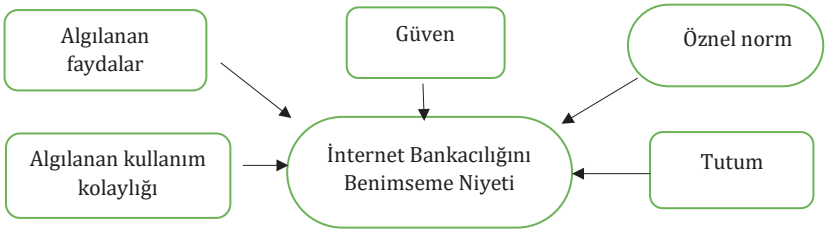
sürecinde şubelerde yapılan işlemlerin bir çoğu dijital bankacılık hizmetleri sayesinde yapılır hale gelmiştir. Dijital bankacılığı teşvik etmek amacı ile bazı bankalar işlem masraflarını en asgari düzeye düşürmüşlerdir. Türk bankacılık sektörü bu pandemi sürecinde müşteri memnuniyeti en üst seviyeye çıkarmak amacıyla başta kredi kartı daha sonra çağrı hizmetleri ve krediler konusunda yenilikler yapmıştır.

Bankacılık faaliyetlerin dijital bankacılık sistemine adaptasyonunun sağlanması için öncelikli olarak Müşteri faaliyetlerini desteklemeli, bununla ilgili hizmetleri düzgün bir şekilde sunmalı, müşterilere fayda sağlarken erişilebilir ve kullanım kolaylılığını sağlaması gerekmektedir (Sudarsono, 2020:779). Para alışverişinin en sık kullanıldığı yer olan bankalar özellikle covid-19 sürecinde sosyal mesafenin korunması amacı ile bir çok işlemini (eğitim, ödemeler, kredi çekme gibi) dijital bankacılığa aktararak müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmuştur. Mckinsey 2021 raporuna göre, dijitalleşme sürecine en iyi entegre olan sektör %73 ila bankacılık sektörü olmuştur (https://www.commencis.com).

Türkiye'de faaliyet gösteren bankalar Covid-19 pandemi sürecinde müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek ve teması en aza indirmek amacıyla önlemler almıştır. Bunların başında, temassız işlem limitinin artırımı (250 Tl'ye kadar), ortak ATM'lerden çekilen paralardan komisyon ücreti almama, 10.000 Tl'ye kadar online kredi çekme imkanı, Covid-19 testi pozitif çıkan banka personellerine uzaktan çalışma imkanı, ATM'lerden para çekme ve para yatırma limitlerini artırma gelmektedir (Beybur ve Çetinkaya, 2020:153-154).

Covid-19 pandemisi mevcut bankacılık sisteminin yeniden kurulmasına neden olmuştur. Bankacılık sektörü mevcut finansal yapısının yanı sıra bu süreçte dijitalleşmeye daha fazla önem vermiştir. Gerek kısıtlamalar gerekse alınan diğer önlemler sağlık krizinin sayısallaştırmaya ağırlık kazandırdığını göstermektedir. Buna bağlı olarak Covid-19 pandemisi müşteri davranışlarının da değişmesine etki etmiştir. Bankacılık sisteminin dijital dönüşümü, esneklik özelliklerinin olduğu yeni finansal hizmetler sunarak müşteriler ile entegre bir sistem oluşturmayı amaçlamıştır. Dijital bankacılık hem tüketiciler için hem de kredi talebinde bulunacak kişiler için zaman tasarrufu sağlamaktadır ( Schipor ve Duhnea, 2021:58).

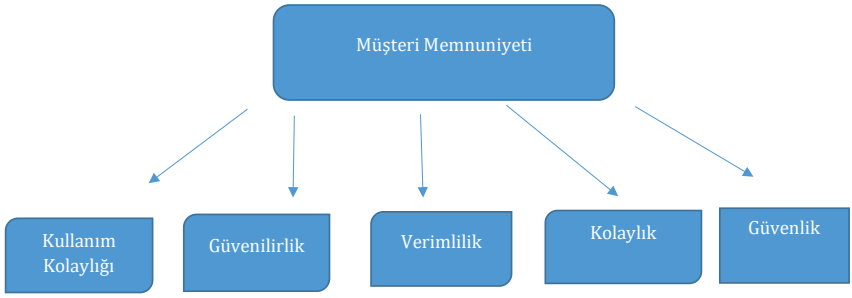
**Şekil 1:** İnternet Bankacılığının Benimsenmesi




**Kaynak:** Sudarsono, 2020:780

Şekil 1 internet bankacılığının covid-19 sürecinde nelere bağlı olarak benimsendiğini göstermektedir. Buna göre, internet bankacılığının benimsenmesi algılanan faydalara, kullanım kolaylığına, güvene dayalı bir sisteme bağlı olmaktadır.

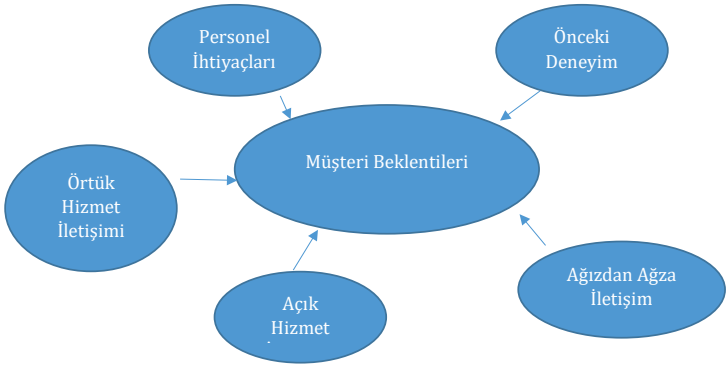
**Şekil 2:** Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Etmenler




**Kaynak:** Gunawardana vd. Impact of Self Service Technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Province in Sri Lankas: 2015:9

Şekil 2 müşteri memnuniyetini etkileyen etmenleri göstermektedir. Buna göre, kullanım kolaylığı, güvenilirlik, verimlilik, kolaylık ve güvenliğin olması müşteri memnuniyetini etkilemektedir.

**Şekil 3:** Müşteri Beklentilerinin Kaynakları




**Kaynak:** Che, An Assessment Of Customers' Satısfactıon Wıth Customer Communıcatıon In Banks: A Survey Of Selected Bank Customers In Fako Dıvısıon, s: 2015:30

Şekil 3 müşteri beklentilerinin kaynaklarını göstermektedir. Açık hizmet, ağızdan ağza iletişim, örtük hizmet iletişimi, açık hizmet, personel ihtiyaçları ve önceki deneyimler müşteri beklentilerinin kaynaklarını oluşturmaktadır.

## 3. LİTERATÜR TARAMASI

Aydın ve Onaylı (2020), Covid-19 değişen bankacılık sektöründeki dijital dönüşüme karşı oluşan müşteri memnuniyetini araştırmıştır. Araştırmada, dijital bankacılığı kullanan 364 kişiye online anket uygulaması yapılmıştır. Veriler, PLS-SEM yöntemi ile analiz edilmiş olup araştırma sonucuna göre, dijital bankacılığın kullanım kolaylığı müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmıştır.

Ben Ghrbeıa (2020), dijital bankacılığı kullanan müşterilerin memnuniyetini ölçmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmada toplanan veriler, t-testi ve varyans analizleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, dijital ödeme sistemleri ve bunun kolaylıkları arasında güçlü bir korelasyon vardır. Ayrıca, dijital ödeme sistemleri ve güven arasında orta düzeyde bir korelasyon olduğuna ulaşılmıştır.

Beybur ve Çetinkaya (2020), pandemi sürecinde dijital bankacılığın sunmuş olduğu hizmetlerin etkilerini araştırmıştır. Çalışmada, 2019-2020 dönem verileri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, Türkiye Bankalar Birliği ve Bankalararası Kart Merkezi'nden alınmıştır. Çalışma sonucuna göre, bu süreçte tüketicilerin online alışveriş işlemleri arttığından dolayı

internet yoluyla yapılan kartlı ödemelerde de Haziran 2020 yılı itibari ile %17,72 oranında bir artış gözlemlenmiştir. Ayrıca dijital bankacılık kullanım oranı da Eylül 2020 yılı itibari ile %11,39 oranında artış göstermiştir.

Cherukur ve Sıvakumar (2020), çevrimiçi bankacılığa karşı olan müşteri memnuniyetini ölçmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Araştırma, 101 kişiye online anket uygulaması yapılmış olup verilerin analizi SPSS paket programı ile yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre, Covid-19 pandemisi çevrimiçi bankacılık işlemlerinin kullanılmasını artırmıştır.

Haq ve Avan (2020), Covid-19 pandemi sürecinde Pakistan'da e-bankacılık hizmetlerinin kalitesi ve müşteri memnuniyeti üzerine bir çalışma yapmıştır. Çalışmada 976 kişiye online anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma sonucuna göre, bankanın güvenilirliği ve web sitesi tasarımının müşteri sadakatini etkilediği ayrıca müşteri verilerinin gizliliği de e-bankacılık hizmetlerine olan güveni artırmaktadır.

Karakulle (2020), Covid-19 pandemi sürecinde bankaların almış oldukları önlemlerin müşteri memnuniyeti açısından değerlendirilmesine yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışmada online anket yöntemi uygulanmış olup 329 kişiye anket uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre, bankaların bu süreçte almış oldukları önlemlerin müşteri memnuniyeti sağladığı yönündedir.

Noyan ve Gavcar (2020), Covid-19 sürecinde dijital bankacılığın müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Çalışmaya toplamda 170 kişi katılmıştır. Araştırma sonucuna göre, dijital bankacılıkta güven müşteri memnuniyeti için en önemli faktör olarak bulunmuştur.

Yetiz (2020), Covid-19 pandemi sürecinin bankacılık sektörü ve müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmıştır. Swot analizi yapılmış olan çalışmanın sonuçlarına göre, pandemi sürecinde alınan önlemlerin ve yapılan yeni düzenlemelerin özellikle dijital bankacılığın gelişmesinin müşteri açısından daha hızlı ve güvenli olduğuna ulaşılmıştır.

## 4. VERİ SETİ VE EKONOMETRİK METODOLOJİ

Çalışma için hazırlanan anket, Temmuz 2021 döneminde başta Çanakkale, İstanbul, İzmir ve Ankara olmak üzere Türkiye'nin diğer illerinde bulunan 185 kişiye uygulanmıştır. Anket çoktan seçmeli ve birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği sorulardan oluşmaktadır. Ankette toplamda 24

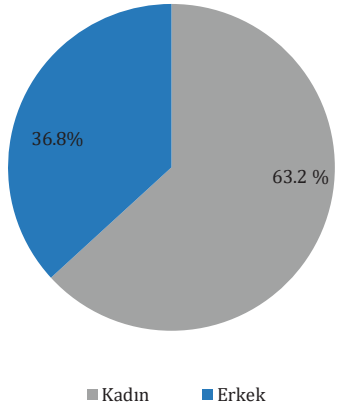
soru yer almaktadır. Anketin hazırlanmasında kısıtlama ve tedbirlerin yoğun olduğu dönemde hanehalkının bankacılık işlemlerini dijital boyutta gerçekleştirmesinden yola çıkılarak bu durumun ekonomik etkileri ve memnuniyet derecesinin ölçüşmesine yönelik olarak sorular belirlenmiş ve herhangi bir ölçekten faydalanılmamıştır.

Bu çalışmanın amacı, Covid-19 pandemisi nedeniyle hanehalklarının gerekli kısıtlamalardan dolayı bankalara gidememesi ve bu durumda dijital bankacılığa yönelmesinden doğan durumu ortaya koymaktır. Diğer bir amaç ise, gelişen teknoloji ile birlikte bankacılık sisteminin de boyut değiştirerek dijitalleşmeye yönelmesinde kullanıcıların bu durumdan ne kadar memnun kaldığını göstermektir.

## 5. AMPİRİK BULGULAR

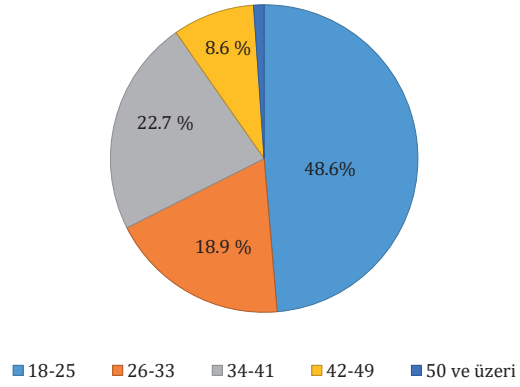
Uygulanan anket sorularının ilk kısmı demografik bilgilerden oluşmaktadır. Anketin diğer kısmında ise pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemlerinin boyutu, işlemlerin etkileri ve müşteri memnuniyetine yönelik sorulara yer verilmiştir. Anket sonuçları aşağıdaki grafiklerde ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir.

**Grafik 1:** Cinsiyet



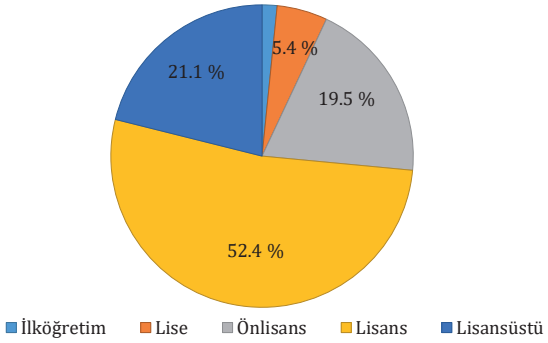

Tabloda ankete katılanların cinsiyetleri yer almaktadır. Ankete toplamda 185 kişi katılmıştır. Buna göre, ankete katılanların %63.2'si (117 kişi) kadın, %36.8'i (68 kişi) erkektir.

**Grafik 2:** Yaş



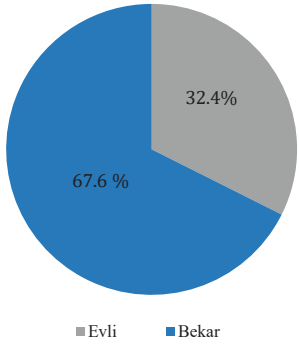

Yukarıdaki grafikte ankete katılanların yaş aralıklarına yer verilmiştir. Buna göre ankete katılanların %48.6'sı (90 kişi) 18-25, %18.9'u (35 kişi) 26-33, %22.7'si (42 kişi) 34-41, %8.6'sı (16 kişi) 42-49 ve %1.1'i (2 kişi) 50 ve üzeri yaş aralığındadır.

**Grafik 3:** Eğitim Durumu



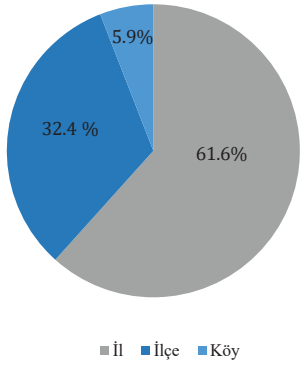

Yukarıdaki grafikte ankete katılanların eğitim durumlarına yer verilmiştir. Buna göre ankete katılanların %52.4'ü (97 kişi) lisans, %21.1'i (39 kişi) lisansüstü, %19.5'i önlisans (36 kişi) , %5.4'ü (10 kişi) lise ve %1.6'sı (3 kişi) ilköğretim eğitimi almıştır.

**Grafik 4:** Medeni Hal



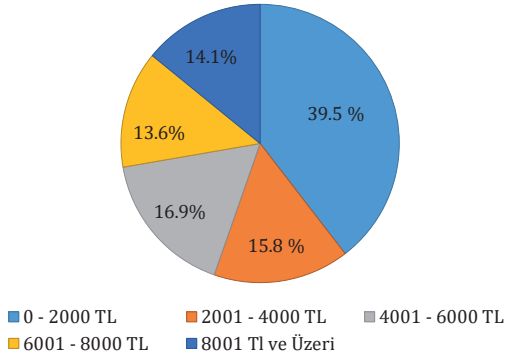

Yukarıdaki grafikte ankete katılanların medeni hallerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %67.6'sı (125 kişi) bekar, %32.4'ü (60 kişi) evlidir.

**Grafik 5:** Yaşanılan Yer



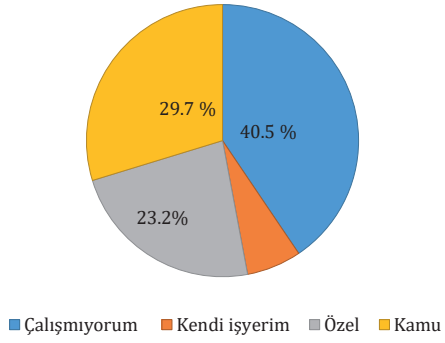

Yukarıdaki grafikte ankete katılanların yaşadıkları yerlere yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %61.6'sı (114 kişi) ilde, %32.4'ü (60 kişi) ilçede ve %5.9'u (11 kişi) ise köyde yaşamaktadır.

**Grafik 6:** Aylık Gelir



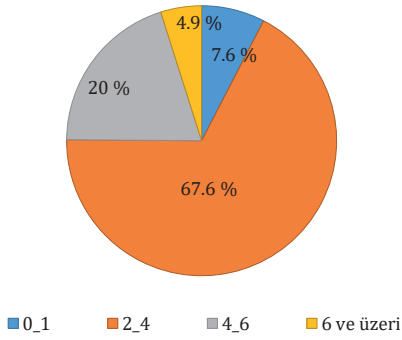

Yukarıdaki grafikte ankete katılanların aylık gelirlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %39.5'i 0-2000 Tl, %15.8'i 2001-4000 Tl, % 16.9'u 4001-6000 Tl, %13.6'sı 6001-8000 Tl ve %14.1'i 8001 Tl ve üzeri gelir elde etmektedir.

**Grafik 7:** Sektörler



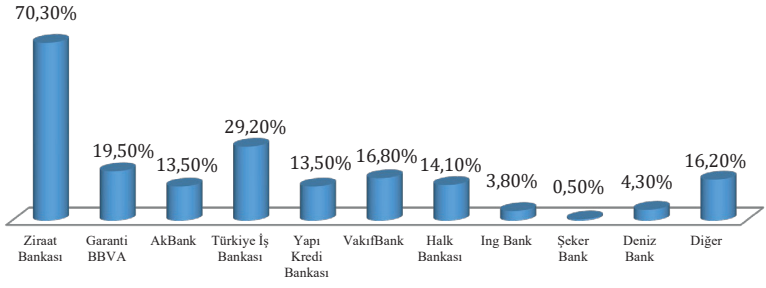

Grafikte ankete katılanların çalışma hayatlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların, %40.5'i çalışmamakta (75 kişi), %6.5'i (12 kişi) kendi işyerinde çalışmakta (43 kişi), %23.2'si özel sektörde çalışmakta (55 kişi) ve %29.7'si kamu sektöründe (55 kişi) çalışmaktadır.

Grafik 8: Ailedeki Birey Sayısı



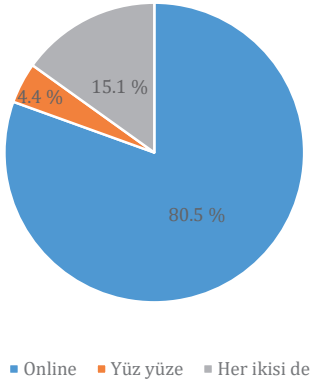

Grafikte ailedeki birey sayılarına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %67.6'sı (125 kişi) 2-4, %20'si (37 kişi) 4-6, %7.6'sı 0-1 (14 kişi) ve %4.9'u (9 kişi) ise 6 ve üzeri birey sayısına sahiptir.

**Grafik 9:** Tercih Edilen Banka



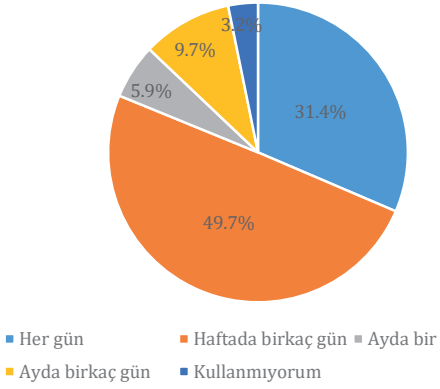

Grafikte müşterilerin pandemi sürecinde tercih ettikleri bankalara yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %70.3'ü (130 kişi) Ziraat Bankası, %19.5'i (36 kişi) Garanti BBVA, %13.5'i AkBank (25 kişi) , %29.2'si (54 kişi) Türkiye İş Bankası, %13.5'i Yapı Kredi Bankası (25 kişi) , %16.8'i (31 kişi) VakıfBank, %14.1'i (26 kişi) Halk Bankası, %3.8'i (7 kişi) Ing Bank, %0.5'i (1 kişi) Şeker Bank, %4.3'ü (8 kişi) Deniz Bank ve %16.2'si (30 kişi) diğer bankaların müşterisidir.

**Grafik 10:** Bankacılık İşlemlerinin Tercihi



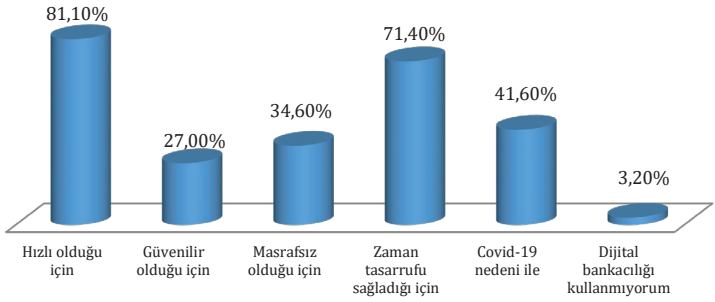

Grafikte covid-19 pandemi sürecinde bankacılık işlemlerinin nasıl gerçekleştirildiğine dair olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %80.5'i (149 kişi) bankacılık işlemlerini online, %15.1'i (28 kişi) hem online hem yüz yüze, %4.4'ü (8 kişi) ise bankacılık işlemlerini bu süreçte yüz yüze gerçekleştirmektedir.

**Grafik 11:** Dijital Bankacılık Kullanım Sıklığı



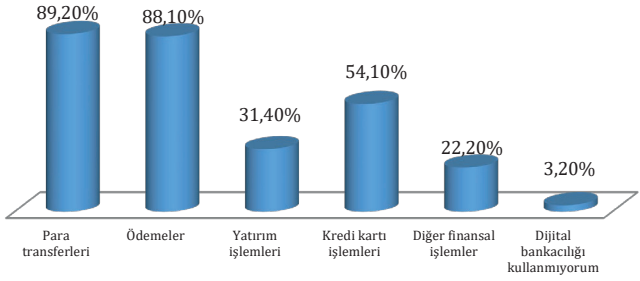

Grafikte dijital bankacılığın kullanılma sıklıklarına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %49.7'si (92 kişi) dijital bankacılığı haftada birkaç gün, %31.4'ü (58 kişi) her gün, %5.9'u (11 kişi) ayda bir, %9.7'si (18 kişi) ayda birkaç gün kullanırken, %3.2'si (6 kişi) ise dijital bankacılığı kullanmamaktadır.

**Grafik 12:** Dijital Bankacılığın Kullanım Sebepleri



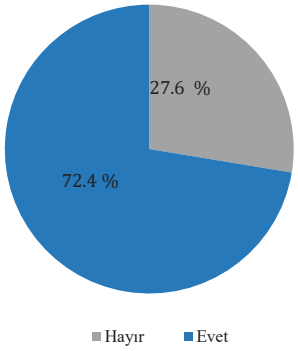

Grafikte pandemi sürecinde dijital bankacılığın kullanılma nedenlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %81.1'i (150 kişi) dijital bankacılığı hızlı olduğu için, %27'si (50 kişi) güvenilir olduğu için, %34.6'sı(64 kişi) masrafsız olduğu için, %71.4'ü (132 kişi) zaman tasarrufu sağladığı için, %41.6'sı (77 kişi) covid-19 nedeni ile kullanırken, %3.2'si (6 kişi) dijital bankacılığı kullanmamaktadır.

**Grafik 13:** Dijital Bankacılık Kullanım İşlemleri



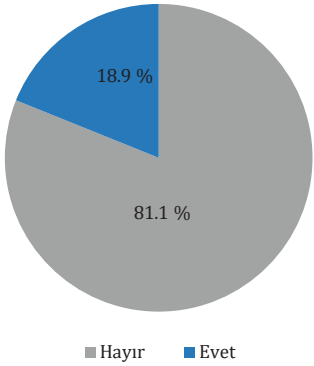

Grafikte dijital bankacılığın kullanım sebeplerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %89.2'si (165 kişi) dijital bankacılığı para transferleri, %88.1'i (163 kişi) ödemeler, %31.4'ü (58 kişi) yatırım işlemleri, %54.1'i (100 kişi) kredi kartı işlemleri ve %22.2'si (41 kişi) diğer finansal işlemler için kullanırken, %3.2'si (6 kişi) dijital bankacılığı kullanmamaktadır.

**Grafik 14:** Dijital Bankacılık İşlemlerinin Artıp Artmadığı



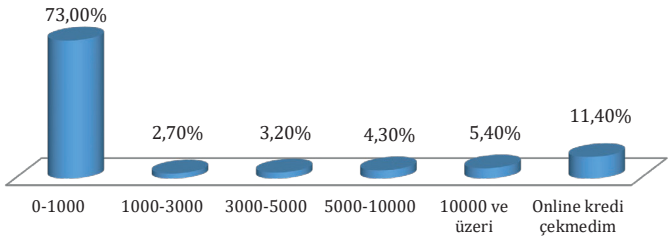

Grafikte pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemlerinin artıp artmadığına yönelik olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %72.4'ü (134 kişi) bu süreçte dijital bankacılık işlemlerinin arttığını söylerken, %27.6'sının (51 kişi) dijital bankacılık işlemleri bu süreçte artmamıştır.

**Grafik 15:** Online Kredi Çekme Durumu



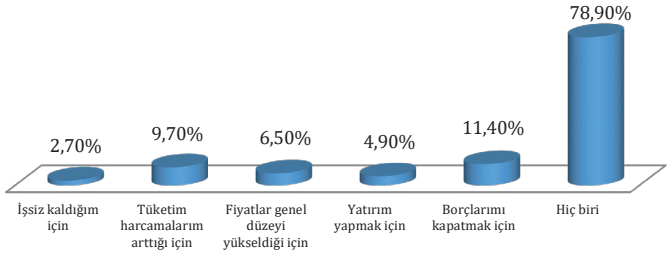

Grafikte pandemi sürecinde online kredi başvurusunda bulunup bulunulmadığına dair olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %81.1'i (150 kişi) pandemi sürecinde online kredi başvurunda bulunmazken, %18.9'u (35 kişi) online kredi başvurusunda bulunmuştur.

**Grafik 16:** Online Kredi Limit Aralığı



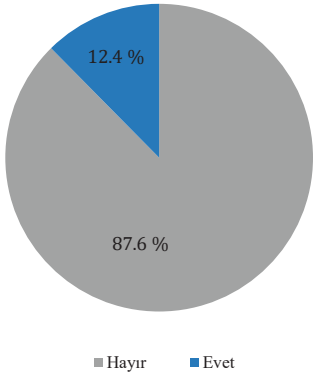

Grafikte pandemi sürecinde online kredi çekenlerin kredi çekme limitlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %73'ü (135 kişi) 0-1000 Tl, %2.7'si (5 kişi) 1000-3000 Tl, %3.2'si (6 kişi) 3000-5000 Tl, %4.3'ü (8 kişi) 5000-10000 Tl ve %5.4'ü (10 kişi) 10000 Tl ve üzeri kredi çekerken, %11.4'ü (21 kişi) pandemi sürecinde online kredi çekmemiştir.

**Grafik 17:** Online Kredi Çekme Nedenleri



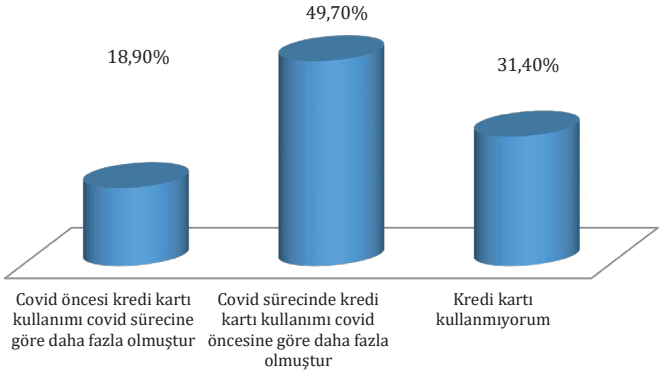

Grafikte pandemi sürecinde online kredi çekme nedenlerine yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %2.7'si (5 kişi) işsiz kaldığı için, %9.7'si (18 kişi) tüketim harcamaları arttığı için, %6.5'i (12 kişi) fiyatlar genel düzeyi yükseldiği için, %4.9'u (9 kişi) yatırım yapmak için ve %11.4'ü (21 kişi) ise borçlarını kapatmak için online kredi başvurusunda bulunmuştur.

Grafik 18: Kredi Kartı Başvuru Durumu



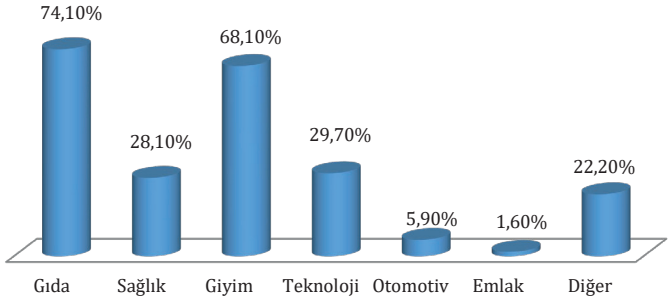

Grafikte pandemi sürecinde online kredi başvurusu yapılıp yapılmadığına dair olarak sorulmuş sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %87.6'sı (162 kişi) pandemi sürecinde online kredi başvurunda bulunmazken, %12.4'ü (23 kişi) online kredi başvurusunda bulunmuştur.

**Grafik 19:** Pandemi Öncesi ve Sonrası Kredi Kartı Kullanım Durumu



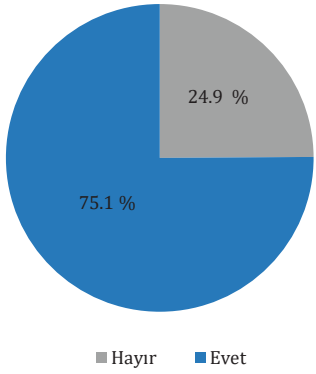

Grafikte Covid-19 pandemi öncesi ve sonrası kredi kartı kullanımına yönelik olarak sorulmuş olan sorunun cevaplarına yer verilmiştir. Buna göre ankete katılanların, %49.7'si (92 kişi) covid sürecinde kredi kartı kullanımın daha fazla olduğunu söylerken, %18.9'u (58 kişi) covid öncesi kredi kartı kullanımının fazla olduğunu söylemiştir. Ankete katılanların %31.4'ü ( 35 kişi) ise kredi kartı kullanmamaktadır.

**Grafik 20:** Kredi Kartı Sektör Harcamaları



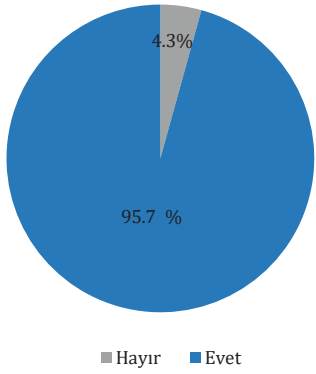

Grafikte Covid-19 pandemi sürecinde kredi kartı ile en fazla harcama yapılan sektörlere ilişkin sorulan sorunun cevabına yer verilmiştir.. Buna göre, ankete katılanların %1.6'sı (3 kişi emlak sektörüne (8 kişi), %5.9'u (11 kişi) otomotiv sektörüne, %29.7'si (55 kişi) teknoloji sektörüne, %68.1'sı (126 kişi) giyim sektörüne, %28.1'i (52 kişi) sağlık sektörüne, %74.1'i (137 kişi) gıda sektörüne ve %22.2'si (41 kişi) diğer sektörlere harcama yapmıştır.

**Grafik 21:** Dijital Bankacılık Hizmetlerinin Kalitesinin Artma Durumu



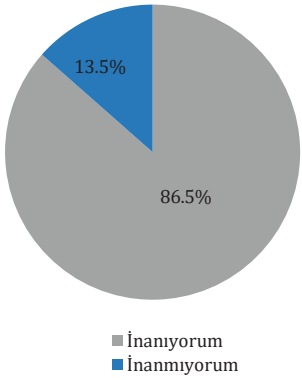

Grafikte pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesi artırıp arttırmadığına yönelik olarak sorulmuş sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %75.1'i (139 kişi) pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırdığını düşünürken, %24.9'u (46 kişi) pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesini artırmadığını düşünmektedir.

**Grafik 22:** Dijital Bankacılığın Pandemi Sonrası da Kullanılıp Kullanılamayacağı Durumu



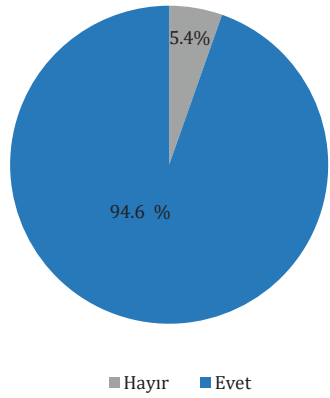

Grafikte pandemi süreci geçtikten sonra da dijital bankacılığın kullanılıp kullanılmayacağına yönelik olarak sorulmuş olan sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %95.7'si (177 kişi) pandemi sürecinden sonra da online bankacılık hizmetlerini kullanacağını söylerken, %4.3'ü (8 kişi) pandemi bittikten sonra online bankacılık hizmetlerinden faydalanmayacağını dile getirmiştir.

**Grafik 23:** Dijital Bankacılık Altyapı Durumu




Grafikte pandemi döneminde bankanızın online süreçte altyapısı olduğuna inanıyor musunuz sorusunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %86.5'i (160 kişi) bu süreçte bankalarının altyapısı olduğuna inanırken, %13.5'i (25 kişi) pandemi döneminde bankalarının altyapısı olduğuna inanmamaktadır.

**Grafik 24:** Online İşlemlerin Memnuniyet Derecesi




Grafikte pandemi sürecinde bankaların online işlemlerinden memnun olup olmadıklarına yönelik sorunun cevabına yer verilmiştir. Buna göre, ankete katılanların %94.6'sı (175 kişi) bankalarının online işlemlerinden memnunken, %5.4'ü (10 kişi) online bankacılık hizmetlerinden memnun olmadıklarını söylemiştir.

## 6. SONUÇ

Anket sonuçlarına göre; ankete katılanların %63.2'si kadın, %36.8'i erkektir. %48.6'sının yaşı 50 ve üzeri olup en yüksek ankete katılım oranıdır. Bu oranı %22.7 ile takip edenlerin yaş aralığı 34-41'dir. Eğitim durumlarına bakıldığında katılanların %52.4'ü lisans mezunudur. Katılanların 125'i bekardır. % 61.6'sı ilde yaşamaktadır. Bu oranın fazla olması kullanım adına önemlidir. Çünkü köy ve ilçeye nazaran covid-19 illerde daha yoğun hissedilmiş olup bu durum kişilerin daha fazla sosyal mesafe koyarak bankacılık işlemlerinin dijital yapılmasına sebep olmuştur.

Tercih edilen bankalara bakıldığında ilk üç banka sırası ile Ziraat Bankası, İş Bankası ve Garanti Bankası'dır. Katılanların %80.5'i bankacılık işlemlerini online gerçekleştirmektedir. Dijital bankacılığın kullanım sıklığı genelde haftada birkaç gündür. Dijital bankacılığın kullanım sebebi hızlı olması ve zamandan tasarruf ettiği içindir. Üçüncü neden covid-19'dur. Dijital bankacılık en fazla para transferleri ve ödemeler için kullanılmıştır.

Önceki döneme göre pandemi sürecinde dijital bankacılık işlemleri artmıştır. Pandemi sürecinde 35 kişi online kredi başvurusunda bulunmuştur. Kredi çekenlerin kredi çekme limiti 0-1000 Tl arasındadır. Online kredi

çekmenin ana sebebi borçlarını kapatmaktır. Ankete katılanların 23'ü online kredi başvurusunda bulunmuştur. Gerek online kredi gerekse online kredi kartı başvurusunun az olmasının sebebi ankete katılanların %40.5'inin çalışmıyor olmasıdır. Covid sürecinde kredi kartı kullanımının önceki döneme göre daha fazla olmasının sebebi, online alışverişlerin fazla olması, kredi kartının taksitlendirme özelliğinin kullanılmak istenmesi ve bankaya gidip para çekmenin zorluğu olmuştur. Kredi kartı kullanan kişiler en fazla kredi kartı ile gıda sektörüne harcama yapmıştır.

Pandeminin dijital bankacılık hizmetlerinin kalitesini arttırdığı bir gerçektir. Ankete katılanların %95.7'si dijital bankacılığı pandemi sonrasında da kullanacağını belirtmiştir. Pandemi sürecinde dijital bankacılığı kesintisiz kullanana katılımcılar bankalarının dijital bankacılık altyapısının olduğuna inanmaktadır. %94.6'sı online işlemlerden memnundur.

Alınan bu sonuçlar ışığında pandeminin her ne kadar hastalık boyutunun ülkeye getirdiği maliyetleri olsa da, bu kriz ortamını fırsata çevirerek bankacılık işlemlerinin yürütülmesini sağlayan bir bankacılık sektörünün ülkeye güven vermesi ülke ekonomisi açısından son derece önemlidir. Çünkü bir ülke ekonomisi için bankacılık sektörü stratejik öneme sahiptir.

## KAYNAKÇA


Aydın: & Onaylı, E., (2020), "Bankacılıkta Dijital Dönüşümle Değişen Müşteri Deneyimi: Müşteri Sadakati, Memnuniyeti ve Tavsiye Eğilimine Yansımaları'', Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 27(3), 645-663.

Baicu, C.G., Gârdan, I. P., Gârdan, D.A. & Epuran, G., (2020), "The İmpact of COVID-19 on Consumer Behavior in Retail Banking. Evidence from Romania", Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, 15, 534-556, DOI: 10.2478/mmcks-2020-0031.

Ben Ghrbeia:, (2020), "Customer Perceptıon Towards The Dıgıtal Payment'', A Thesıs Submıtted to The Graduate School of Applıed Scıences of Near East Unıversıty, 1-91.

Beybur, M. & Çetinkaya, M., (2020), "Covıd-19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık Ürün Ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi'', USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 4(2), 148-163.

Che, E.C., (2015) ,An Assessment Of Customers' Satısfactıon Wıth Customer Communıcatıon In Banks: A Survey Of Selected Bank Customers In Fako Dıvısıon, Unıversıty Of BUEA, 1-203.

Cherukur, B., R. & Sivakumar:, (2020), "A Study on Customers Perception Towards Online Banking During Covid-19'', Journal of Contemporary Issues in Business and Government, 26(2), 980-986.

Dincă, V.M., Dima, A.M. & Rozsa, Z., (2019). Determinants of cloud computing adoption by Romanian SMEs in the digital economy. Journal of Business Economics and Management, 20(4), 798-820. https://doi.org/10.3846/jbem.2019.9856.

Gunawardana, H.M.R.S.S., Kulathunga D., and W.L.M.V.Perera, (2015), "Impact of Self Service Technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Province in Sri Lanka'', Gadjah Mada International Journal of Business, 17(1), 1-24.

Haq, U., I. & Avan, M., T., (2020), "Impact of E-Banking Service Quality on E-Loyalty in Pandemic Times Through Interplay of E-Satisfaction'', Vilakshan - XIMB Journal of Management, 17(1/2), 39-55.

Karakulle, İ.,(2020), "Covid-19 Pandemisinde İşletmelerin Almış Oldukları Önlemlerin Müşteri Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma'', Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi, 5, 86-101.

Noyan, E. & Gavcar, E., (2020), "Dijital Bankacılıkta Müşteri Memnuniyetinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi'', MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(4), 2349-2363.

Schipor, G.L. & Duhnea, C., (2021), "The Consumer Acceptance of the Digital Banking Services in Romania: An Empirical Investigation'', Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, 7(3), 57-62.

Sudarsono, H., (2020), "The Effect of Covid-19 Pandemic on the Adoption of Internet Banking

in Indonesia: Islamic Bank and Conventional Bank'', Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(11), 789-800.

Yetiz, F. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi. Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi, (22), 109-117.

https://www.commencis.com/wp-content/uploads/2021/01/2021-one-cikan-dijital-trendler.pdf (Erişim Tarihi: 07.07.2021).