

## Pandemi Sonrası Finansal Yeteneklerin Teknoloji Kabul Modeli Ekseninde İrdelenmesi: Katılım Finans Sektöründe Dijital Bankacılık Üzerine Bir Uygulama (Examination of Financial Capability After The Pandemic on The Axis of The Technology Acceptance Model: An Application on Digital Banking in The Participation Finance Sector)

Kayhan AHMETOĞULLARI <sup>a</sup> Nihat ARABACI <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Bursa, Türkiye. [kayhanahmet@uludag.edu.tr](mailto:kayhanahmet@uludag.edu.tr)

<sup>b</sup> Kuveyt Türk Katılım Bankası A.Ş. Şube Müdürü, İzmit, Kocaeli, Türkiye, [nihat arabaci@hotmail.com](mailto:nihat arabaci@hotmail.com)

### MAKALE BİLGİSİ

### ÖZET

#### Anahtar Kelimeler:

Finansal yetenekler  
Teknoloji kabul modeli  
Dijital bankacılık  
Katılım finans

**Amaç** - Bu çalışmanın amacı, Marmara Bölgesi'nde yer alan katılım bankası müşterilerinin dijital bankacılığı kullanma niyetlerinde etkili olabilecek parametreleri pandemik kaygıyı da dikkate alarak, teknoloji kabul modeli ve finansal yetenekler kapsamında değerlendirmektir. Yani farklı pandemik kaygı düzeylerinde, algılanan kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı, güven, finansal maliyet, dijital bankacılık kullanımı, finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiye değişkenlerinin dijital bankacılık kullanma niyetine etkisi değerlendirilmektedir. Dahası dijital bankacılık kullanma niyetinin kullanım düzeyine etkisi incelenmesi amaçlanmaktadır.

Gönderilme Tarihi 8 Nisan 2022

Revizyon Tarihi 5 Eylül 2022

Kabul Tarihi 10 Eylül 2022

**Yöntem** - Araştırmada Marmara Bölgesi'ndeki katılım banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetlerini nicel desenli kesitsel verilerle değerlendirilmektedir. Çalışmada 334 gözlemden oluşan veri ile kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. SPSS paket programı ve AMOS paket programı ile %5 anlamlılık düzeyinde ANOVA, keşfedici faktör, korelasyon ve yapısal eşitlik modeli analizleri yapılmıştır.

**Bulgular** - Keşfedici faktör analizi sonuçlarına göre, genişletilmiş teknoloji kabul modeli değişkenleri teyit edilmiştir. Korelasyon analizi sonucuna göre araştırmaya dahil edilen bütün değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki saptanmıştır. Yapısal eşitlik modeli sonucuna göre pandemik kaygının düşük, orta ve yüksek olduğu üç farklı grup için oluşturulan yapısal eşitlik modeli banka müşterilerinden elde edilen veriler tarafından desteklenmektedir.

#### Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

**Tartışma** - Çalışmada, teknoloji kabul modeli ve Sen'in (1993) yetenek teorisinden hareketle dijital bankacılık kullanma niyeti ve kullanım düzeyi saptanmaya çalışılmaktadır. Bu kapsamda algılanan kullanım kolaylığı, kullanılabilirlik, güven, finansal maliyet avantajı ve pandemik kaygının modelde önemli rolü ortaya çıkmıştır. Pandemi kaygının düzenleyici rolü teyit edilmiştir.

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Keywords:

Financial capabilities  
Technology acceptance model  
Digital banking  
Participation finance

**Purpose** - The aim of this study is to evaluate the parameters that may be effective in the intention of participation bank customers in the Marmara Region to use digital banking, taking into account the pandemic concern, within the scope of technology acceptance model and financial capabilities. In other words, the effects of perceived usefulness, ease of use, trust, financial cost, use of digital banking, attitude towards financial service risk and financial advice on intention to use digital banking are evaluated at different levels of pandemic anxiety. Moreover, it is aimed to examine the effect of the intention to use digital banking on the level of use.

**Design/Methodology/Approach** - In the research, the intention of participation bank customers in the Marmara Region to use digital banking is evaluated with quantitative patterned cross-sectional data. In the study, convenience sampling method was applied with data consisting of 334 observations. ANOVA, exploratory factor, correlation and structural equation model analyzes were performed with the SPSS package program and the AMOS package program at the 5% significance level.

Received 8 April 2022

Revised 5 September 2022

Accepted 10 September 2022

**Results** - According to the exploratory factor analysis results, the extended technology acceptance model variables were confirmed. According to the results of the correlation analysis, a significant and positive relationship was found between all the variables included in the study. According to the results of the structural equation model, the structural equation model created for three different groups with low, medium and high pandemic anxiety is supported by the data obtained from bank customers.

#### Article Classification:

Research Article

**Discussion** - In the study, it is tried to determine the digital banking usage intention and usage level based on the technology acceptance model and Sen's (1993) talent theory. In this context, perceived ease of use, usefulness, trust, financial cost advantage and pandemic anxiety played an important role in the model. The regulatory role of pandemic anxiety has been confirmed.

### Önerilen Atf/Suggested Citation

Ahmetoğulları, K., Arabacı, N. (2022). Pandemi Sonrası Finansal Yeteneklerin Teknoloji Kabul Modeli Ekseninde İrdelenmesi: Katılım Finans Sektöründe Dijital Bankacılık Üzerine Bir Uygulama, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (3), 2270-2289.

## 1. Giriş

Teknoloji ve dijitalleşmedeki büyük ve hızlı değişim her alanda olduğu gibi finans ve bankacılık uygulamalarında da önemli değişikliklere neden olmaktadır. Pandemi dönemi ve sonrasında bu kavramların önemi ve değişime olan katkısı katlanarak artmaktadır. Hizmet sektörü bu değişimlerde, oldukça esnek olmaları ve sunulan hizmetin entegrasyonun kolay olması nedeniyle, başı çekmektedir. Hemen her alanda sanal platformların hayatı kolaylaştırdığı bir yapı giderek artmaktadır. Bu gelişmelerin en bariz örneklerinden biri de bankacılık sektörü ve uygulamalarının dijital dönüşüme hızlıca ayak uydurmasıdır. Sanal ticaret, uzaktan hizmet sunumu, dijital ödeme yöntemleri, blok zincir teknolojisi, metaverse ve diğer birçok yenilik bankacılık sektörünün güncellenmesi için önemli itici güç rolü üstlenmektedir. Teknoloji ve dijitalleşme alanında en çok kullanılan modellerin başında Davis (1986) tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli gelmektedir. Bankacılık ve finans sektörü de teknoloji kabul modelini müşterilerin teknolojiyi benimseme ve kabul etme durumlarına saptamak üzere hala kullanılmaktadır. Yeni bir teknolojinin kabul edilmesi için önerilen en ideal model teknoloji kabul modelidir. Davis (1986) tarafından geliştirilen temellerini Ajzen'in (1985) attığı planlı davranış ve gerekçeli eylem teorilerine dayanan bu model, insan davranışının gerçek yansımalarının hangi etkenlere bağlı olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Teknoloji kabul modeli zamanla farklı disiplinlerde genişletilerek farklı biçimlerde kullanılmış ve teknolojiye uyarlanmıştır. Bankacılık sektöründe meydana gelen dijital dönüşüme müşterilerin nasıl entegre olduğunun saptanması da bu noktada önem arz etmektedir. Genel olarak pandemi ve sonrası için köklü değişikliklere ve inovasyonlara giden firmaların başında yer alan bankacılık sektörü, özelde ise son 10 yılda rakiplerine göre oldukça hızlı büyüyen ve rekabetçi konuma erişen, geleceğe dönük yüksek hedefleri olan katılım bankaları, müşterilerinin yenilikleri ne ölçüde benimsediğini saptamak çıkış noktalarından biridir.

Finansal yetenekler ile çevrimiçi satın alma arasındaki ilişkiyi irdeleyen bir çok çalışma bulunmaktadır (Çera vd., 2020; Ahmetoğulları, 2022). Öte yandan pandemi dönemi dijital bankacılık kullanımını irdeleyen çalışmalar daha sınırlıdır (Beybur ve Çetinkaya, 2020; Uzun, 2021). Teknoloji kabul modeline dayalı yapı ile finansal maliyet, algılanan kullanılabilirlik, fayda ve güvenilirlik değişkenlerinin bankacılık hizmetlerini kullanma niyetine etkisini inceleyen birçok çalışma da bulunmaktadır (Davis, 1989; Bozpolat ve Seyhan, 2020; Ahmetoğulları, 2020). Dahası son zamanlarda pandemik kaygının da çevrimiçi satın almaya ve teknoloji kullanımına etkisini irdeleyen çalışmalar görece sınırlıdır (Ahmetoğulları ve Şenol, 2021).

Dijital bankacılık kullanımı son yıllarda oldukça artmıştır. TBB (2021) verilerine göre, Türkiye'de dijital bankacılığı kullanan aktif müşteri sayısı 2021 Mart ayı itibarıyla 68 milyona ulaşmıştır. Aralık 2017 yılında bu rakam 35 milyonken, sadece üç yılda iki katına çıkması dijitalleşmenin önemini daha da arttırmaktadır. Pandemi ile birlikte ise bu dönüşümün daha da artırdığı söylenebilir. Öyle ki bir önceki yıla göre dijital bankacılık kullanan müşteri sayısı 12 milyondan fazla artış göstermiştir. Bu çalışma dijitalleşen dünyada pandemi sonrası süreçte en hızlı uyum sağlayan sektörlerden biri olan bankacılık sektörünün dijital bankacılık kullanma niyetine etki eden parametreleri genişletmeye çalışmaktadır. Dijital bankacılık kullanımı, risk ve hizmet toleransına karşı tutum, finansal tutum, finansal tavsiye değişkenleri teknoloji kabul modelini genişleten yeni parametreleri oluşturmaktadır. Dahası pandemik kaygının üç farklı düzeyinde (düşük-orta-yüksek) kurulan modelin nasıl değiştiği irdelenmektedir. Bu noktada pandemik kaygının model üzerinde düzenleyici rolü de irdelenmektedir. Öte yandan demografik değişkenlere göre ilgili kavramsal modelin değişkenleri ele alınmaktadır. Bu noktada bu çalışma, teknoloji kabul modelini esas alarak, katılım banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetlerine nelerin etki edebileceğine dair genişletilmiş bir model önermektedir. Öyle ki algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, algılanan finansal maliyet, algılanan güvenilirlik gibi genel kabul görmüş değişkenlere ek olarak, finansal yetenek olarak adlandırılan alt bileşenlerin ve pandemik kaygının birlikte dijital bankacılık hizmetlerini kullanma niyetlerine etkisini irdeleyen bir yapı sunulmaktadır. Böylece mevcut literatüre katılım bankası müşterileri özelinde finansal yetenek, pandemik kaygı ve demografik değişkenlerinde incelendiği bir genişletilmiş teknoloji kabul modeli eklenerek katkı sağlanmıştır. Bu minvalde bir bütün olarak teknoloji kabul modeli ve Sen'in (1993) yetenek teorisi temeline dayanarak genişletilmiş teknoloji kabul modeli oluşturulmaya çalışılmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Dijital bankacılık, mobil ve internet bankacılığını kapsayan bir hizmettir. Bu kavram, şube gibi geleneksel bankacılık hizmet sağlayıcılarının internet ortamına taşınarak hayatı kolaylaştıran bir sistem olarak

tanımlanabilir. Pandemi döneminde dijitalleşme giderek arttığından bankacılık sektörü en hızlı bu dönüşüme ayak uyduran sektörlerin başında gelmektedir. Dijital bankacılığın her ne kadar firmalar için büyük dönüşüm sağladığı söylene de, kullanıcılar ve müşteriler açısından değerlendirilmesi daha fazla önem arz etmektedir. İster katılım ister geleneksel bankacılık faaliyeti olsun sunulan bu dijital dönüşüme uyum sağlayan müşteri profilinin finansal olarak belirli bir kapasitesinin olması elzemdir. Bu nedenle bir takım temel ve ileri düzey finansal yeteneklere sahip olunması dijital bankacılık uygulamaları için gerekebilir. Dahası günümüz müşterileri her açıdan faydalarını maksimize eden enstrümanlara daha yatkındır. Bir dijital dönüşüm ve uygulama pratikliği finansal, güvenilirlik, faydacılık ve benzeri açılardan da elverişli ise daha cazip hale gelmektedir. Bu noktalardan hareketle bu çalışmada, katılım bankacılık sektöründe dijitalleşme sürecine müşterilerin finansal yetenekleri ve teknoloji kabulleri nasıl yön verdiğine odaklanmak oldukça kıymetli olacaktır. Bilhassa pandemi sonrası dönüşüm daha da hızlandığı, internet ve dijitalleşmenin altın çağını yaşadığı süreçte pandemik kaygının bu etkileşimdeki rolü de bir hayli dikkat çekicidir. Bu çalışma ile birlikte ilgili boşluklar doldurulmakta ve ek olarak demografik değişkenlerin bu ilişkilerde rolü tartışılarak kapsam daha da genişletilmektedir.

Dijital bankacılık kullanma tutumunu finansal refah azalmasının anlamlı etkilediğini onaylayan Ahmetoğulları ve Arabacı (2021: 124-129), aynı çalışmada pandemik kaygının bu etkileşimde düzenleyici rolü üstlendiğini saptamıştır. Katılım banka müşterileri üzerinde yapılan bu çalışmada, pandemi kaygısının yüksek olduğu müşterilerin finansal refah düşüşünü daha fazla yaşadığı ve dijital bankacılık kullanma tutumunun daha fazla geliştiği saptanmıştır. Ahmetoğulları ve Şenol (2021: 406-408) bireylerin finansal refah düşüşünün pandemik kaygı aracılığıyla online satın almaya etki edeceğini bulmuştur. Dahası, Ahmetoğulları ve Arabacı (2021) finansal kaygının azalmasının anlamsız ve refahın artmasının anlamlı şekilde katılım bankası ürün ve hizmetlerini kullanma tutumu aracılığıyla satın alma niyetini geliştireceğini vurgulamaktadır. Aynı çalışmada finansal okuryazarlığın satın alma tutum ve niyetini artırdığı saptanmıştır. Daver (2021: 1419) dijital bankacılığın son 15 yıldaki değişimleri ve geleneksel şube bankacılığına alternatif olup olmadığını değerlendirmiş ve 2005 ile 2020 yılları arasındaki dijital bankacılığın önemli gelişmesine rağmen hala şube bankacılığına tam olarak alternatif olmadığını ve tamamlayıcı rolü olduğunu saptamıştır.

Alanyazındaki çoğu araştırma, finansal problemlerin (finansal risk, kredi kartının nasıl kullanılacağı, sınırsız alternatifler arasından satın almak için nasıl para harcanacağı) her zaman tüketicilerin çevrimiçi satın alırken sorunları olduğuna işaret etti. Finansal yeterlilik, son on yılda ortaya çıkan nispeten yeni bir yapıdır (Ahmetoğulları, 2022). Sen'in yetenek teorisine (1993) göre, mali yeterlilik, insanların doğru bilgi, beceri, tutum, alışkanlık, motivasyon türlerine sahip olma yeteneğinin yanı sıra, mali konularda kendilerini yönetmek için donatılmış temel finansal ürünlere ve hizmetlere erişim fırsatları olarak belirtilmektedir. Bu minvalde Taylor (2011), finansal yeterliliğin, insanların mali durumlarını idare ve kontrol etme becerisi/bilgisi olarak tanımlamıştır. Bu kavram, optimum finansal kararların alınmasından başlayarak, kredi ve borcun nasıl kontrol edileceğinin izan edilmesine kadar devam eden ve bunun yanı sıra optimum ürün ve hizmetlerin saptanmasını kapsar (Xiao, Chen ve Chen, 2014). Dahası, Despard ve Chowa (2014), finansal yeterlilik ve finansal okuryazarlık kavramlarının genellikle birbirinin ikamesi olarak anlaşıldığına vurgu yapmışlardır. Huston (2010) finansal okuryazarlığı finansal bilginin tanımı olarak açıklarken, McKay (2011) finansal yeteneğin finansal davranışa odaklandığını ve finansal bilgiyi eyleme geçirmeyi yansıttığını belirtmiştir ki bu Huston'un (2010) tanımıyla benzerlik gösterir. İlk bakışta, hem tanım, hem finansal yetenek hem de finansal okuryazarlık benzer yollardır (Çera ve Tuzi, 2019; Nguyen ve Rozsa, 2019; Shkvarchuk ve Slav'yuk, 2019). Diğer taraftan, Sherraden (2013) finansal okuryazarlığın, bireylerin finansal bilgi ve becerileri geliştirmek için eşit şansa sahip olduğunu varsaydığını, ancak finansal yeterliliğin herkesin aynı şansa sahip olmayabileceği varsayımına dayandırır. Ek olarak, çevre ile etkileşim ve geri bildirim yoluyla finansal yeterlilik oluşturulur. Dijital bağlamda, tüketicilerin finansal bilgi ve becerileri dijital topluluklarda şekillenir. Bu nedenle, Sen'in yetenek teorisine (1993) dayanarak, bu çalışmada müşterilerin bilgisi, tutumu ve finansal yönetimi olarak tanımlanan finansal yetenek kavramı ele alınmaktadır.

Bireylerin davranışlarını şekillendiren araçları tahmin eden birçok model bulunmaktadır. Bunlar içerisinde en önemli model Fishbein ve Ajzen'in (1975) ortaya attığı gerekçeli eylem kuramı ve devamında bu modeli genişlettiği planlı davranış kuramı bu alanda öncü niteliğindedir. Ancak bu modellerin teknolojik gelişmeleri ve teknolojiyi kabul etme açısından yeterli bir model ortaya koymadığını varsayan Davis (1989) bu modelleri daha da geliştirerek teknoloji kabul modelini ortaya atmıştır. İlgili kuramlar geçmişten bugüne birçok

çalışmada ve farklı disiplinlerde kullanım alanı bulmuştur. Her üç modelinde ortak noktasının tutumların niyetleri niyetlerin ise gerçek davranışı ortaya çıkardığı varsayımdır. Bunlara ek olarak teknoloji kabul modeli algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda ve bunları etkileyen dışsal faktörlerin olduğunu ifade etmektedir. Algılanan fayda unsurlarının bir ürün ya da yeni teknolojiyi kabul etmede önemli açıklayanlar olduğunu savunmaktadır. Bu nedenle bu çalışma teknoloji kabul modelinin faydacılık unsurlarına ek olarak müşterilerin optimum kararlar almak için olmazsa olmazları arasında görülen finansal yeteneklerini de modele dahil etmiştir. Bu minvalde finansal yetenekler, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan fayda, algılanan finansal maliyet ve algılanan güvenilirlik değişkenlerinin dijital bankacılığı kullanma niyetini geliştirdiği varsayımı modelize edilmiş ve eldeki verilerle test edilmiştir. Bu kapsamda literatüre bakıldığında, Ahmetoğulları (2020: VI-VII) algılanan faydacılık unsurlarından algılanan finansal maliyet, algılanan güvenilirlik ve algılanan fayda değişkenlerinin faizsiz finansal ürünleri satın alma niyetine etki ettiğini katılım bankaları özelinde teyit etmiştir. Öte yandan Esen (2020: 401) dijital bankacılığı kullanan bireyler üzerinde yaptığı çalışmada, dijital bankacılık kullanımının genişletilmiş teknoloji kabul modeline göre değerlendirmesini yapmıştır. Çalışmada bireysel yenilikçilik, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanışlılığın dijital bankacılık kullanma niyeti ve dijital bankacılık kullanma davranışı üzerinde doğrudan ve dolaylı etkisi anlamlı olarak saptanmıştır. Ayrıca algılanan kullanışlılık, kullanım kolaylığı ve dijital bankacılığı kullanma niyeti eğitim, gelir açısından anlamlı şekilde değişirken, yaş ve cinsiyet açısından fark gözlenmemiştir (Esen, 2020: 407). Bastari ve diğerleri (2020: 1) Endonezya'daki banka çalışanlarının içsel motivasyonlarının, algılanan kullanışlılığın ve algılanan kullanım kolaylığının Bank Kalsel'de dijitalleşme sürecinde web ve mevcut uygulamaları kullanma niyeti üzerinde doğrudan etkisi teyit edilmiştir. Win ve diğerleri (2021: 19) Myanmar'daki banka müşterilerinin mobil bankacılığı benimseme niyetleri ve gerçek kullanma davranışlarını belirleyen enstrümanları genişletilmiş teknoloji kabul modeli ekseninde değerlendirmişlerdir. Çalışmada, hedonik motivasyon, performans beklentisi ve alışkanlıkların mobil bankacılık kullanma niyetleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkisi teyit edilmiştir. Öte yandan davranışsal niyet ile çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar, sosyal etki, fiyat değeri ve algılanan risk arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Wong ve diğerleri (2021: 1) Çin'deki dijital cüzdan hizmetleri ve mobil ödeme imkanlarını sunan WeChat Pay uygulamasının gümüş kuşak kullanıcılarının teknoloji kabul modeli kapsamında değerlendirmesini yapmıştır. Çalışmada, teknoloji kabul modeli ve beklenti teorisinden yararlanarak oluşturulan modelde oyun etkileşiminin yaşlıları bir teknolojiyi benimsemeye teşvik etmede etkili olduğu saptanmıştır. Dahası, 50 yaş üstü örnekleme mobil ödemeyi kabul etme niyetlerini oyunlaştırmanın algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanışlılığı, oyunlaştırmanın algılanan etkinliği, algılanan keyif değişkenlerinin tutum ve benimseme niyeti ile anlamlı ve pozitif yönde ilişkisi saptanmıştır. Dahası algılanan riskin tutumun benimseme niyetine etkisinde düzenleyici rolü de saptanmıştır (Wong vd., 2021: 7-8). Akram ve diğerleri (2021: 1) Covid-19 döneminde müşteri davranışlarını incelemek adına teknoloji kabul modelini dijital ticaret açısından değerlendirmiştir. Çalışmada, dijital ticaret alışverişinde algılanan kullanım kolaylığı, güven, mobilite ve müşteri katılımının müşterinin mobil ticaret kullanmada davranışsal niyetini etkilediği saptanmıştır. Öte yandan algılanan kullanışlılık ve kişiselleştirmenin davranışsal niyeti etkilemediği saptanmıştır. Rahman (2020: 51) Bangladeş'te mobil finansal hizmetlerden biri olan bKash kullanımını teknoloji kabul modeli ekseninde değerlendirerek dijital bankacılık hizmetlerini kullanma niyetlerini saptamaya çalışmıştır. Çalışmada, işlem ücretinin olmaması, telefonla görüşme onayı sunması ve güvenli dijital bankacılığın mobil bankacılık hizmetlerini kullanmayı anlamlı ve olumlu etkilediği saptanmıştır. Firmansyah ve diğerleri (2022: 51) Endonezya'da banka müşterilerinin mobil bankacılık hizmetlerini kullanma tutum ve niyetini teknoloji kabul modeli ekseninde değerlendirmişlerdir. Çalışmada, öz yeterliliğin, algılanan kullanım şekline, öz yeterlilik ve algılanan güvenilirliğin kullanıma yönelik tutuma ve kullanıma yönelik tutumun benimseme niyetlerine etkisinin önemli değer sağladığı ortaya konmuştur. Öte yandan Endonezya'daki banka müşterileri mobil bankacılık uygulamasının sunduğu kullanım kolaylığı ve kullanışlılığı hissetmediklerini saptamışlardır. Naeem ve Ozuem (2021: 1) Covid-19 pandemisinin korkulu ortamının internet bankacılığının sosyal medya uygulamalarını nasıl artırdığını ve farklı müşterilerin internet bankacılığını kullanırken ne gibi zorluklarla karşılaştıklarını araştırmayı amaçlamıştır. Kamu ve özel sektör bankalarının yöneticilerinin yanı sıra internet bankacılığı kullanıcıları ile nitel desenli yarı biçimlendirilmiş görüşmeler yapılmıştır. Sonuç olarak, müşteri davranışlarını fiziki şube ortamındaki bankacılıktan internet bankacılığına çeviren Covid-19 salgını sırasında belirsizliğin doğasının anlaşılmasında sosyal medya aracılığıyla sosyal aktörlerin rol oynadığı tespit edilmiştir. Gerek bankacılar gerekse müşteriler için artık

güvenli seçenekler olmadığından ATM'ler, kasiyerlerle banka ve kredi kartı alışverişi ve nakit alışverişinden kaçınmak adına sosyal medya aracılığıyla bilgiler paylaşılmıştır. Çalışmanın en nihayetinde, internet bankacılığının benimsenmesi bağlamında sosyal uygulama teorisi ile teknoloji teorisinin karşılanabilirliği birleştirilmiştir (Naeem ve Ozuem, 2021: 1). Khan (2022: 1) Pakistan ve Çin'deki banka müşterilerinden elde ettiği verilerle dijital bankacılık kullanımını benimseme niyeti ve davranışının belirleyicilerini araştırmaktadır. Çalışmada Çin ve Pakistan'ın kültürel farklılığının dijital bankacılığı kullanma niyetlerinde ayırt edici önemli bir faktör olduğu saptanmıştır. Öyle ki, performanstaki iyileştirme, hedonik motivasyon, alışkanlık ve müşterilerin bankalardan gerçek zamanlı destek alma algısının Pakistanlı müşterilerin dijital bankacılığı kullanma niyetlerinde önemli belirleyiciler olduğu gözlenmiştir. Diğer taraftan Çinli müşteriler için ise, toplumsal etki, maliyet faktörleri, alışılmış çalışma ve bankaların müşterilerini destekleme mekanizmaları dijital bankacılığı benimsemelerinde önem arz etmiştir. Ahmetoğulları ve Arabacı (2021) pandemi döneminde katılım banka müşterilerinin finansal refah düzeylerinin dijital bankacılık kullanma tutumuna etkisini araştırdığı çalışmalarında, finansal refahın azalması dijital bankacılık kullanma tutumuna olumlu yansıdığı saptanmıştır. Dahası, Covid-19 salgın hastalığının oluşturduğu kaygı düzeyinin bu etkileşimde düzenleyici rolü saptanmıştır.

Gelişmekte olan birçok ülke dijitalleşme yolunda pandeminin de etkisiyle hızlıca dönüşüm sağlamaktadır. Bilhassa hizmet sektörü içerisinde bankacılık sektörü bu dönüşümün başında gelmektedir. Bu çalışma geliştirmekte olan ülkelerden Türkiye özelinde katılım bankacılığı sektöründeki dijital dönüşümü benimseme niyetine etki eden parametreleri tahmin eden bir model önermektedir. Bu kapsamda Davis'in (1989) teknoloji kabul modeline Sen'in (1993) yetenek teorisinden hareketle oluşturulan finansal yetenekler değişkenini ekleyerek modeli daha genişletilmiş ve henüz işlenmemiş bir literatür formatına ve pratik alanına sokmaktadır. Bu kapsamda dijital bankacılık kullanımı, ödeme riskine yönelik tutum, risk toleransına yönelik tutum, finansal tutum ve finansal tavsiye bileşenlerinden oluşan (Çera vd., 2020; Ahmetoğulları, 2022) finansal yetenekler içerisinde yer alan dijital bankacılık kullanımı, finansal hizmet riskine karşı tutum ve finansal tavsiye değişkeninin katılım banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetlerini artırdığı düşünülmektedir. Davis'in teknoloji kabul modeli yeni bir teknolojinin benimsenmesinde algılanan kullanışlılık ve algılanan kullanım kolaylığının önemli rol oynadığı belirtilmektedir. Bu minvalde literatürdeki çalışmalara da dayanarak katılım banka müşterilerinin dijital bankacılık hizmetlerine dönük algıladıkları kullanım kolaylığı ve kullanışlılığın dijital bankacılığı benimseme niyetlerini geliştirdiği söylenebilir. Ayrıca algılanan kullanım kolaylığı algılanan kullanışlılığı artırmaktadır. Yine teknoloji kabul modeli ve genişletilmiş teknoloji kabul modelini birçok çalışmadan dikkate alarak, yeni bir teknolojiyi benimseme niyetleri arasında algılanan finansal maliyet ve algılanan güven parametrelerinin önemli bir rolü olduğu düşünülmektedir. Teknoloji kabul modeline göre, niyet gerçek kullanımın en önemli tetikleyicilerinden biridir (Davis, 1989). Bu kapsamda dijital bankacılık kullanma niyeti arttıkça dijital bankacılığı fiilen kullanma olasılığının artması beklenir. Son olarak pandemi dönemi her ne kadar son demlerini yaşasa da hala yeni varyantlarla etkisi devam ettiğinden pandemik kaygının bu yapısal modelde düzenleyici bir etken olduğu düşünülmektedir.

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın modeli/hipotezleri

Bu çalışmada nicel araştırma desenlerinden kesitsel analiz kullanılmıştır. Belirli bir dönemdeki belirli kişilerin düşüncelerini anlık olarak ölçek anket soruları ile veriler toplanmak suretiyle analizler yapılmıştır. Nicel desenli analizler zaman ve diğer maliyetlerden ötürü görece daha tercih edilir bulunmuştur. Araştırmaya ait nicel desenli hipotetik model test edilmiştir. Literatürde, değinildiği gibi Çera ve diğerleri (2020) finansal yeteneğin çevrimiçi satın almaya etkisini değerlendirmiştir. Ahmetoğulları ve Arabacı (2021) ise teknoloji kabul modeli ekseninde dijital bankacılık kullanma tutumuna etki eden unsurları saptamıştır. Çera ve arkadaşlarının (2020) çalışmasına dayanan dijital bankacılık kullanımı, finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiye değişkenlerinin eklenmesiyle Davis'in (1989) geliştirmiş olduğu teknoloji kabul modelini genişleterek yeni bir kavramsal model oluşturulmuştur. Daha önce farklı sektörlerde farklı şekilde irdelenen teknoloji kabul modeline pandemi döneminin de etkisi irdelenmesi amacıyla pandemik kaygı da eklenmiştir. Ve en nihayetinde dijital bankacılık kullanım düzeyini ölçmeye dönül tek soruluk bir değişken yazarlar tarafından modele dahil edilmiştir. Bu minvalde araştırmanın kavramsal ve hipotetik modeli Şekil 1'de gösterilmiş ve modele ait hipotezler aşağıda sunulmuştur.

H1: Algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılık üzerinde etkisi vardır.

H2: Algılanan kullanılışlılık dijital bankacılığı benimseme niyetini etkilemektedir.

H3: Algılanan kullanım kolaylığının dijital bankacılığı benimseme niyetine etkisi vardır.

H4: Algılanan finansal maliyet avantajının dijital bankacılığı benimseme niyetine etkisi vardır.

H5: Algılanan güvenin artması dijital bankacılığı benimseme niyetine etkisi vardır.

H6: Dijital bankacılık kullanımı dijital bankacılığı benimseme niyetine etkisi vardır.

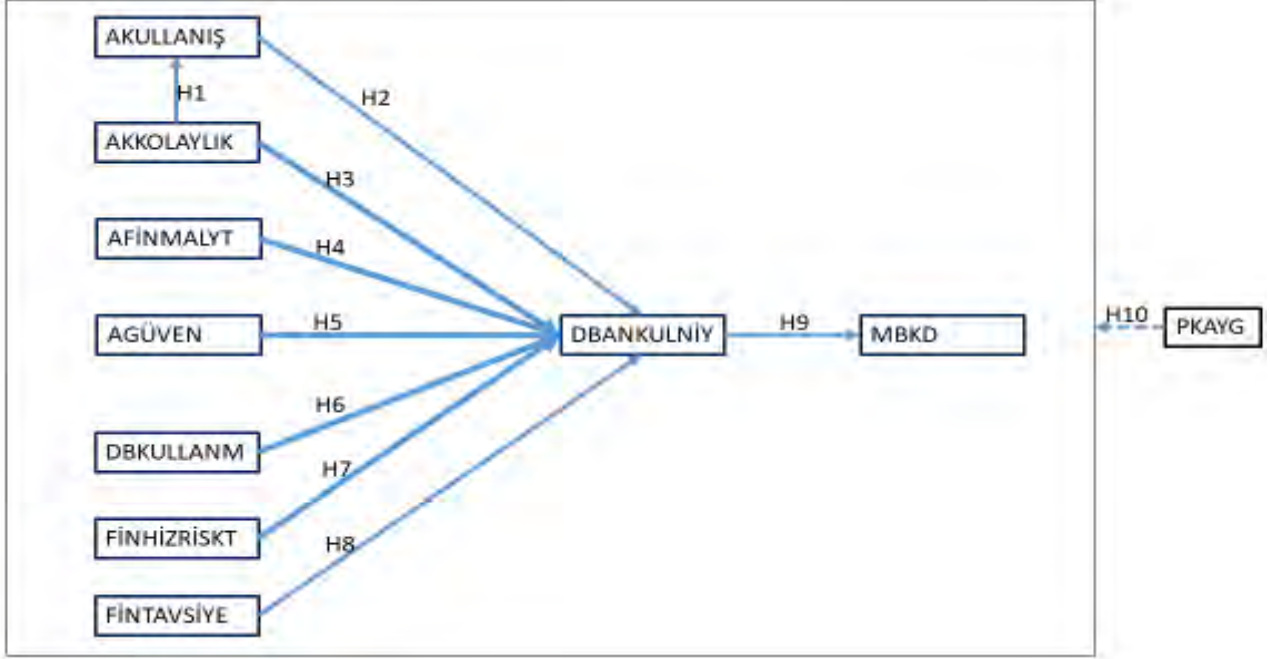
H7: Finansal hizmet riskine yönelik tutumun artması dijital bankacılığı benimseme niyetini olumsuz etkileyecektir.

H8: Finansal tavsiyenin artması dijital bankacılığı benimseme niyetini etkilemektedir.

H9: Dijital bankacılığı benimseme niyeti dijital bankacılık kullanma düzeyini etkilemektedir.

H10: Pandemi kaygı düzeylerine göre, elde edilen modeldeki yollar değişmektedir. Yani pandemi kaygı dijital bankacılığı benimseme niyetini açıklayan değişkenlerin tahmin edilmesinde düzenleyici rol oynamaktadır.

Araştırma modeli, bir çalışmanın özet halinde sunulduğu, nedensel ilişkilerin sergilendiği, çalışmanın özünü oluşturan bir desendir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Bu kapsamda kesitsel verilerle nicel desenli analizlerin nedensel ilişkisini gösteren hipotetik ve kavramsal model Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal ve Hipotetik Modeli

### 3.2. Araştırmanın evren ve Örneklemi

Araştırmanın birim evreni Marmara Bölgesi'ndeki katılım bankacılık sektörü müşterilerinden oluşmaktadır. Çalışma için elde edilen veriler 28.02.2022 tarihine kadar kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır<sup>1</sup>. Çevrimiçi anket yöntemi Google Forms üzerinden deneklere e-posta ve çeşitli sosyal medya hesapları aracılığıyla dağıtılmıştır. Her ilde en az 30 kişi olacak şekilde toplamda 3000 deneye anket linki gönderilmesine karşın, anketörlerden 350 kişi geri dönüş sağlamıştır. Analiz öncesi yapılan veri değerlendirmesine göre uç değerler ve anlamsız anketler ayıklanarak 334 kullanılabilir anketle devam edilmiştir. Analize dahil edilen ifade sayısı 33'tür. Genel kabul görmüş bir kural gereği bir çalışmada örneklem belirlenirken ifade sayısının 5 ila 10 katı düzeyinde katılımcı gerekmektedir (Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008:

<sup>1</sup> Araştırma verileri 27.01.2022-28.02.2022 tarihleri arasında toplanmış ve ilgili etik kurul onayı, 27.01.2022 tarihinde alınmıştır. Etik kurul raporu sonucu, 2022/33 nolu karar sayısı ile Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu kararları kapsamında oybirliği ile alınmıştır.

85). Bu çalışmada yer alan örneklem sayısı belirtilen ifade sayısının en az 10 katı olduğundan yeterli örnekleme ulaşıldığı söylenebilir. Araştırmada kullanılan ölçekler dijital bankacılık kullanma niyeti, algılanan kullanışlılık (fayda), algılanan kullanım kolaylığı, algılanan güven, dijital bankacılık kullanımı, finansal tavsiye, finansal hizmet riskine karşı tutum ve dijital bankacılık kullanma düzeyi değişkenlerinden oluşmaktadır.

### 3.3. Araştırmanın veri toplama aracı ve Veri Seti

Finansal yetenekler olarak ifade edilen bileşenlerden ilki olarak dijital bankacılık kullanmaya (DBKULLANM) ait ifadeler dört sorudan oluşmaktadır. Finansal hizmet riskine yönelik tutum (FİN HİZ RİSKT) değişkeni için üç ifadeden oluşmaktadır. Finansal tavsiye (FİN TAVSİYE) değişkenini ölçen  ifade bulunmaktadır. era ve diğerlerinin (2020) kullandığı bu üç değişkenin Türkçe'ye uyarlanması Ahmetoğulları (2022) tarafından yapılmıştır. Kültürel farklılıklar dikkate alınarak, alanında uzman akademisyenlerin görüşü doğrultusunda sorular yeniden değerlendirilmiş ve nihai hali elde edilmiştir. Ayrıca lek ifadeleri Ahmetoğulları'nın (2022) Türkçe'ye uyarladığı geçerliliği ve güvenilirliğini teyit ettiği ifadeler dikkate alınarak oluşturulmuştur.

Teknoloji kabul modelinin önemli değişkenlerinden olan algılanan kullanışlılık dört ifadeden, algılanan kullanım kolaylığı  sorudan, algılanan finansal maliyet  sorudan ve algılanan güven  ifadeden oluşmaktadır. Değişkenlere ait ölçek ifadelerinden algılanan kullanışlılık ve algılanan kullanım kolaylığı Lee (2009) tarafından kullanılan ölçeklerden uyarlanmıştır. Algılanan finansal maliyet değişkeni için Sharma ve diğerlerinin (2017) hazırladığı Ahmetoğulları'nın (2020) Türkçe'ye uyarladığı ölçek ifadeleri kullanılmıştır. Algılanan güven değişkeni için Chong ve diğerlerinin (2010) geliştirdiği ölçeğin uyarlanması yapılmıştır. Dijital bankacılık kullanma niyeti, Gu ve diğerlerinin (2009) geliştirdiği, Teo ve diğerlerinin (2012) kullandığı ölçeğin uyarlanması ile oluşturulmuştur. Dijital bankacılık kullanma düzeyi (MBKD) tek soru ile ve araştırmacı tarafından llmştir. Son olarak pandemik kayđı leği Almalı ve iek (2020) tarafından geliştirilen ölçeklerin kullanıldığı dokuz ifadeden oluşmaktadır. Pandemik kayđı en düşük 8 puan en yüksek 40 puan aralığında dağılım göstermektedir. Bağımlı ve bağımsız bütün değişkenlerde 5'li Likert tipi ölçüm düzeyi kullanılmıştır (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kısmen katılıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum). Çalışmada yer alan ölçeklerden İngilizce olanlar dil kontrolü ve uzman akademisyen görüşü doğrultusunda ele alınmış ve kültürel farklar dikkate alınarak uyarlanmıştır.

### 3.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizi, SPSS ve AMOS paket programları yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada keşfedici faktör, güvenilirlik, korelasyon analizi ve farklılık testleri SPSS ile test edilmiştir. Ayrıca yapısal eşitlik modeli (YEM) path analizi, nedensel ilişkilerin test edilmesi suretiyle AMOS programı ile gerçekleştirilmiştir. Keşfedici faktör analizi olarak temel bileşenler yöntemi seçilmiştir.

Araştırmada yer alan değişkenlere normal dağılım testi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, her bir değişkene ait arpıklık ve basıklık değerlerinin -1.5 ile +1.5 aralığında olduğu gözlenmiştir. Belirtilen bu sınırları aşan u değerler temizlenmiş ve normal dağılım şartını sağladığı varsayılan sınırlar içerisine getirilmiştir. Öyle ki Tabachnick ve Fidell'in (2015: 8-79) ifade ettiği sınırlar içerisinde olduğundan normallik varsayımı kabul edilmiş ve sonraki analizler bu doğrultuda yapılmıştır. Dahası merkezi limit teoremine ve bazı yazarlara göre sosyal bilimlerde normallik varsayımını sağlamak güç olduğundan belirli bir örneklem üzerinde çalışmalarda normallik varsayımı göz ardı edilebilir.

#### 4. Bulgular

Deneklere ait demografik bilgilerin yer aldığı sonuçlar Tablo 1'deki gibidir.

**Tablo 1.** Değişkenlere Ait Demografik Bulgular

	Değişkenler	n	%		Değişkenler	n	%
Cinsiyet	Kadın	24	7.3	Yaş	16-25	14	4.2
	Erkek	306	92.7		26-35	77	23.3
Eğitim durumu	Lise ve altı	56	18.6	36-45	159	48.2	
	Ön Lisans	18	6.0	46 ve üzeri	80	24.2	
	Lisans	151	50.2	Gelir	5000 ve altı	53	16.1
	Lisansüstü	76	25.2		5001-10000	118	35.9
Medeni Durum	Evli	258	85.7	10001-20000	58	11.9	
	Bekar	43	14.3	20001 ve üstü	21	4.3	
Banka Türü	Katılım bankası	130	39.2	Bireysel	220	66.3	
	Geleneksel banka	45	13.6	Ticari	65	19.6	
	Her ikisi	157	47.3	Çalışan/İç	47	14.2	

Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların %7.3'ü kadın, %92.7'si erkektir. Katılımcıların %18.6'sı lise ve altı, %6'sı ön lisans, %50.2'si lisans ve %25.2'si lisansüstü eğitim düzeyine sahiptir. Medeni durum açısından deneklerin %85.7'si evli, %14.3'ü bekârdır. Banka türü açısından deneklerin %39.2'si katılım bankası, %13.6'sı geleneksel banka, %47.3'ü her ikisini kullanmaktadır. Katılımcıların %4.2'si 16-25; %23.3'ü 26-35; %48.2'si 36-45; %24.2'si 46 ve üstü yaş aralığındadır. Gelir dağılımı açısından bakıldığında, katılımcıların %16.1'i 5000 ve altı, %35.9'u 5001-10000 arası, %11.9'u 10001-20000 arası, %4.3'ü ise 20001 ve üstü gelir düzeyine sahiptir. Ayrıca katılımcıların %66.3'ü bireysel, %19.6'sı ticari, %14.2'si ise çalışan/iç müşteri şeklinde dağılmıştır.

Araştırmaya katılanlardan %65.5'i sadece katılım bankalarını kullandıklarını ifade ederken, %6'sı sadece geleneksel bankayı, %28.5'i ise geleneksel ve katılım bankalarının her ikisini de kullandığını ifade etmiştir. Dahası katılımcıların %16.5'i Balıkesir, %4.2'si Bilecik, %11.1'i Bursa, %0.6'sı Çanakkale, %0.3'ü Edirne, %14.7'si İstanbul, %45.2'si Kocaeli, %6.9'u Sakarya, %0.3'ü Tekirdağ illerinde yer almaktadır.

Araştırma değişkenlerine keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Daha önce literatürde güvenilirliği ve geçerliliği kabul edilen ölçekler için Türkçe-İngilizce, İngilizce-Türkçe çeviri uzmanı ve alanında uzman akademisyenler tarafından kültürel farklar dikkate alınarak son hali verilmiştir. Çalışmanın elde edilen veriler ile güvenilirlik ve geçerliliğini mevcut örneklerle teyit etmek için keşfedici faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Araştırma Değişkenlerine Ait Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Değişkenler	Ort.	Faktör Yüklere	Açıklanan Varyans	Öz Değer	KMO	Cronbach' s Alpha
Pandemik kaygı	Korona virüsle ilgili medyadaki (görsel, yazılı, sosyal) olumsuz haberler beni kaygılandırıyor.	3,141	,755	58,450	4,676		0.896
	Korona virüse yakalanmaktan kaygı duyuyorum.	3,598	,755				
	Aileme ve sevdiğilerime korona virüs bulaşması ihtimali beni endişelendiriyor.	2,937	,634				
	Korona virüsün asla son bulmayacağı hissine kapılıyorum.	3,027	,763				



	Korona virüsten ötürü rutin sağlık hizmetlerini almaktan çekiniyorum.	2,946	,783				0,891	
	Maske vb. ekipmanlara ulaşamama fikri beni kavgılandırıyor.	3,345	,801					
	Korona virüsten ötürü rutin sosyal hayatıma eskisi gibi devam edemiyorum.	3,231	,858					
	Sokağa çıkma yasağı olmasından/yasağın uzamasından endişeleniyorum.	3,327	,748					
A. kullanışlılık	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanarak, bankacılık işlemlerimi daha kolay bitirebileceğimi düşünüyorum.	4,431	,971					
	Dijital bankacılığın (Mobil/İnternet vb.) kullanışlı olduğunu düşünüyorum.	4,374	,977	94,742	2,84	0,784	0,972	
	Genel olarak bakıldığında, Dijital bankacılığın (Mobil/İnternet vb.) avantajlı olduğunu düşünüyorum.	4,350	,972					
A. kullanım kolaylığı	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanmanın kolay öğrenilebileceğini düşünüyorum.	4,186	,952					
	Dijital bankacılıkla (Mobil/İnternet vb.) işlem yapmanın çok fazla zihinsel çaba gerektirmediğini düşünüyorum.	4,018	,919	88,014	2,64	0,753	0,932	
	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanmanın kolay olduğunu düşünüyorum.	4,240	,943					
A. finansal maliyet	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanmak daha az maliyetli olacaktır.	4,332	,901					
	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanarak parasal kaynaklara erişim daha kolaydır.	4,153	,904	68,458	2,05	0,602	0,753	
	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) uygulamaları daha maliyetli bile olsa tercih ederim.	3,204	,651					
A. güvenilirlik	Dijital bankacılık (Mobil/İnternet vb.) yoluyla gerçekleştirilen işlemlerin güvenli ve kişiye özel olduğunu düşünüyorum.	3,838	,942					
	Dijital bankacılık (Mobil/İnternet vb.) kanalıyla ödemelerin emniyetli bir şekilde yapılacağına güveniyorum.	3,919	,943	86,726	2,6,2	0,749	0,923	
	Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanırken kişisel bilgilerimin gizli tutulacağına inanıyorum.	3,677	,908					
Dijital bankacılık kullanımı	Bankacılıkta yeni trendleri denemeyi seviyorum (İnternet bankacılığı, mobil ödemeler, mağazada kredi kartı ile ödeme gibi)	4,045	,924					
	Kullanma şansım ve fırsatım olduğunda Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanıyorum.	4,305	,908	71,113	2,84	0,785	0,853	
	İnisiyatif olarak farklı bankacılık ürün ve hizmetleriyle ilgili bilgileri arıyorum.	3,725	,867					
	Bankacılık olmadan hayatımı hayal edemiyorum.	3,329	,645					
Finansal hizmet riskine yönelik tutum	Bankaların, banka ürün/hizmetlerinin tüm detayları ve maliyetleri hakkında müşterileri iyi bilgilendirmediğini hissediyorum.	3,296	,793					
	Bankalar sömürmek istiyor, sadece karlarını düşünüyorlar.	3,240	,815	65,728	1,97	0,685	0,739	
	Bazen bankacılık ürünlerinin ayrıntılarını ve genel olarak banka dilini anlamakta sorun yaşıyorum.	3,003	,824					
Finansal tavsiye	Çok fazla para harcamak kendimi suçlu hissettiriyor.	3,260	,529					
	Mali konularla ilgili bir mali danışman ya da bankacıya danışıyorum.	2,988	,724	62,631	1,87	0,636	0,701	
	Mali konularımı ailem, arkadaşım ya da çevreme danışırım.	3,159	,630					
Dijital bankacılık kullanma niyeti	Gelecekte Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) sürekli kullanma niyetindeyim.	4,296	,980					
	Başkalarına Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanmalarını öneririm.	4,284	,978	95,482	2,86	0,784	0,976	
	Gelecekte Dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) sıkça kullanacağım.	4,332	,973					

Tablo 2 incelendiğinde, değişkenlere ait keşfedici faktör analizi sonuçları anlamlı çıkmıştır. Temel bileşen analizinin kullanıldığı analizde, varimax analizi sonuçları ve KMO değerleri bütün değişkenler için yeterli düzeydedir. Araştırmada yer alan değişkenlerden algılanan kullanışlılığa ait ifadelerden *dijital bankacılığı (Mobil/İnternet vb.) kullanarak, bankacılık işlemlerimi daha hızlı bitirebileceğimi düşünüyorum* ifadesi çok düşük faktör yükü nedeniyle analizden çıkarılmıştır. Araştırmada yer alan değişkenlere ait geçerlilik güvenilirlik düzeylerinin literatürde kabul edilen sınırlar üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Dijital bankacılık kullanım düzeyi değişkeni tek bileşenden oluştuğu ve yazarlar tarafından eklendiği için faktör analizine tabi tutulmamıştır.

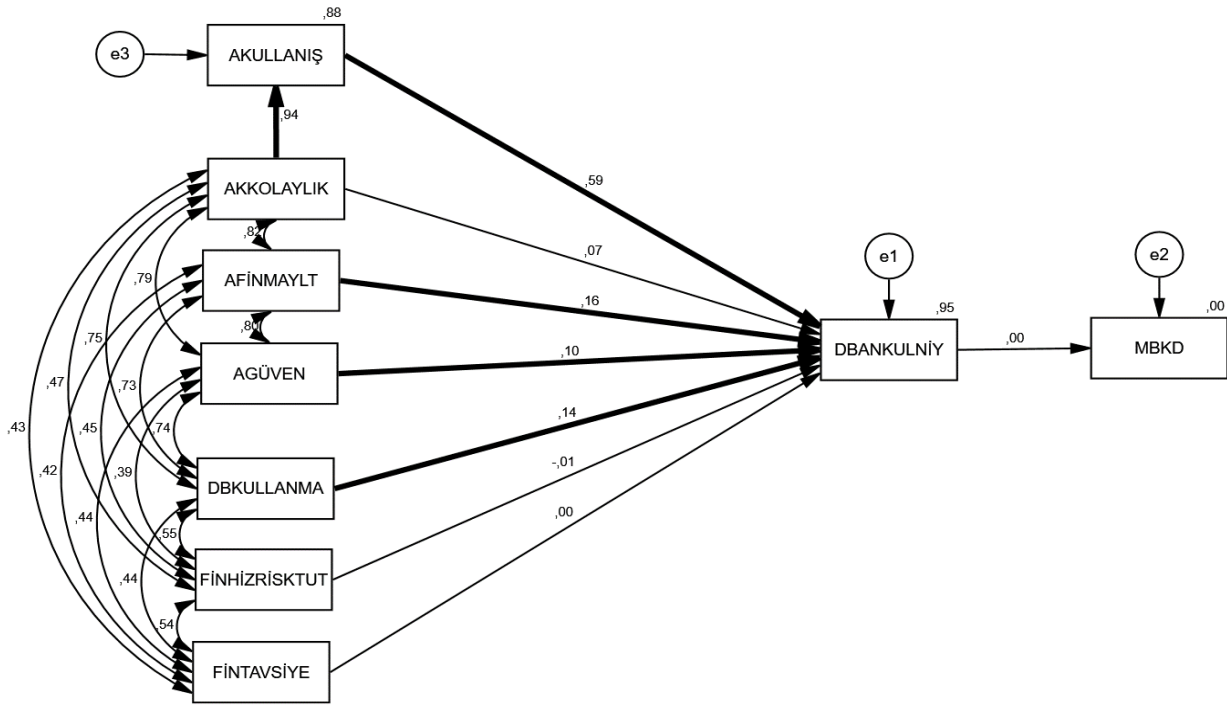
Araştırmada değişkenler arasındaki genel ilişkiyi gözlemlemek adına Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizi sonucunda oluşturulan değişkenlere ait ortalama değerler ve korelasyonlar Tablo 3'teki gibidir.

**Tablo 3.** Değişkenlere Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

	AKULLA	AKKOLA	AGÜV	DBANKU	DBKULLA	FİN HİZ RİS	FİN TAVS	PANKA	Ort.
AKULLANI	1								4,38
AKKOLAYL	,890**	1							4,14
AGÜVEN	,690**	,723**	1						3,81
DBANKUL	,923**	,871**	,774**	1					4,30
DBKULLAN	,692**	,692**	,625**	,741**	1				3,85
FİN HİZ RİS	,253**	,240**	,227**	,275**	,412**	1			3,17
FİN TAVSİY	,258**	,267**	,286**	,287**	,403**	,534**	1		3,13
PANKAYG	,269**	,278**	,233**	,313**	,487**	,461**	,517**	1	25,5

Tablo 3 ele alındığında, algılanan kullanışlılığın, algılanan kullanım kolaylığı, dijital bankacılık kullanma niyeti ve dijital bankacılık kullanma ile yüksek düzeyde ve pozitif yönlü bir ilişki gözlenmektedir. Bütün değişkenler arasındaki ilişki anlamlı ve pozitif yöndedir. Algılanan kullanım kolaylığı ile algılanan güven, dijital bankacılık kullanma niyeti ve dijital bankacılık kullanma değişkenleri arasında ortanın üzerinde yüksek bir ilişki gözlenmektedir. Dahası, algılanan güvenin dijital bankacılık kullanma niyeti ve dijital bankacılık kullanma arasında ortanın üstünde bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer değişkenler arasındaki ilişki ortanın altında ve anlamlı düzeydedir.

Araştırmaya ait hipotetik yapıları test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Yapısal modelde yer alan değişkenlerin elde edilen veriler tarafından desteklenip desteklenmediği uyum iyiliği değerleri ile değerlendirilmiştir. Modelde pandemik kaygıyı düşük pandemik kaygı, normal pandemik kaygı ve yüksek pandemik kaygı şeklinde toplam puanlar üzerinden ayırma tabi tutularak kategorik gruplara ayrılmıştır. Üç farklı pandemik kaygı grubunun düzenleyici rolü ele alınırken, üç modelin farklılıkları da değerlendirilmektedir. İlk olarak düşük pandemik kaygıya sahip katılımcılardan elde edilen verilerle yapısal eşitlik modeli sınanmıştır. Bir bütün olarak değerlendirildiğinde yapısal eşitlik modeli elde edilen veriler tarafından anlamlı şekilde desteklenmektedir (CMIN= 77,793; DF= 36; CMIN/DF=2,161; GFI=0.95; CFI= 0.98; RMSEA= 0.059). Öte yandan araştırmada yer alan uyum iyiliği değerleri literatürde kabul edilen sınırların üzerinde ve mükemmel uyuma işaret etmektedir. Düşük pandemik kaygı düzeyinde yapısal eşitlik modeline ait nedensel ilişki Şekil 2'deki gibidir.



Şekil 2. Düşük Pandemi Kaygıda Yapısal Model

Şekil 2 incelendiğinde, düşük pandemi kaygı düzeyine sahip banka müşterilerinde algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılığa; algılanan kullanışlılığın dijital bankacılık kullanma niyetine anlamlı ve pozitif yönde etkisi gözlenmektedir. Dahası algılanan güvenin, algılanan finansal maliyetin ve dijital bankacılık kullanımının dijital bankacılık kullanma niyeti üzerinden anlamlı ve pozitif yönde etkisi tespit edilmiştir. Öte yandan modelde yer alan diğer yollar anlamlı değildir (koyu yolların dışındaki yollar). Düşük pandemi kaygı düzeyinde ortaya çıkan standardize olmayan, standardize, standart hata, t-değeri ve p anlamlılık düzeylerini gösteren sonuçlar Tablo 4'teki gibidir.

Tablo 4. Düşük Pandemi Kaygı Düzeyinde Yol Analizi Sonuçları

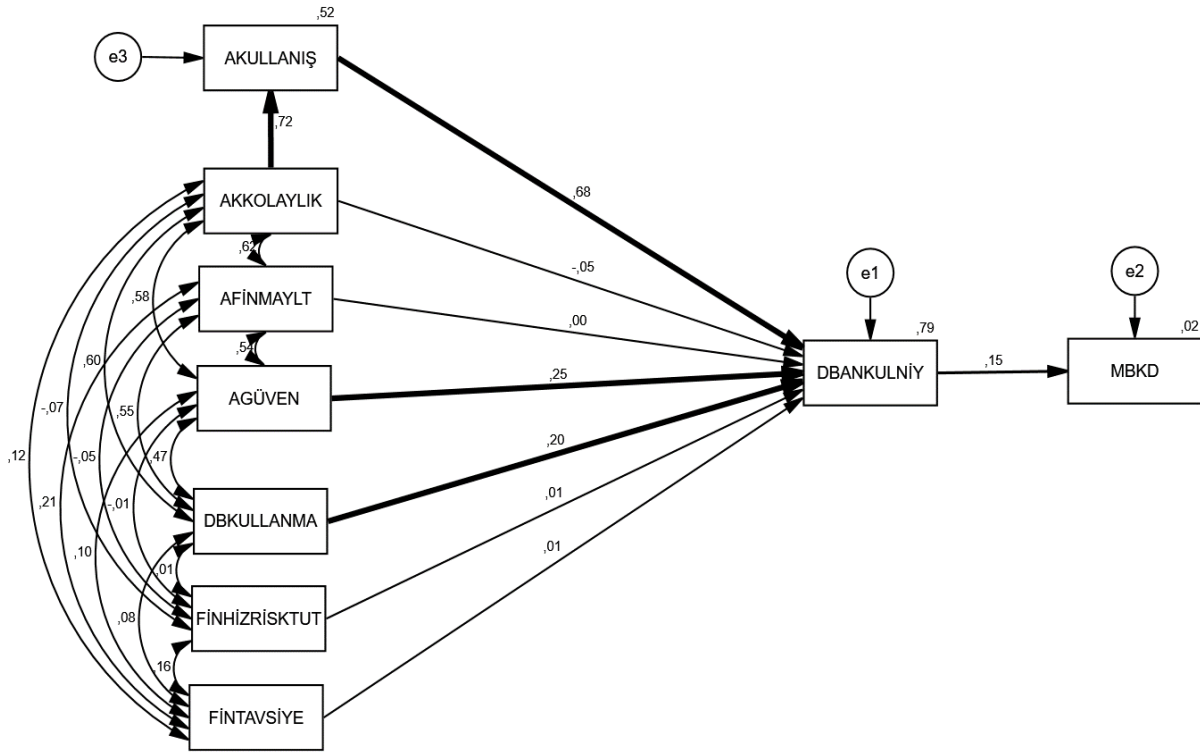
		$\beta_1$	$\beta_0$	S.E.	C.R.	P	Grup	R2
AKULLANIŞ	<--- AKKOLAYLIK	1,018	0,94	0,035	29,286	***	DPK	0,883
DBANKULNİY	<--- AKULLANIŞ	0,567	0,589	0,062	9,217	***	DPK	
DBANKULNİY	<--- AKKOLAYLIK	0,077	0,074	0,077	1,005	0,315	DPK	
DBANKULNİY	<--- AFİN MAYLT	0,184	0,159	0,05	3,667	***	DPK	
DBANKULNİY	<--- AGÜVEN	0,108	0,097	0,047	2,309	<b>0,021</b>	DPK	0,945
DBANKULNİY	<--- DBKULLANMA	0,164	0,14	0,045	3,636	***	DPK	
DBANKULNİY	<--- FİN HİZİRİKTUT	-0,014	-0,01	0,041	-0,34	0,734	DPK	
DBANKULNİY	<--- FİNTAVSİYE	-0,003	-0,002	0,037	-0,08	0,936	DPK	
MBKD	<--- DBANKULNİY	0,001	0,005	0,027	0,052	0,959	DPK	0

$\beta_1$  : Standardize olmayan regresyon katsayısı,  $\beta_0$  : Standardize regresyon katsayısı, S.E. : Standart hata, C.R. : t-değeri, p : Anlamlılık.

Tablo 4 ele alındığında, düşük pandemi kaygıya sahip banka müşterilerinin dijital bankacılığa dönük algılanan kolaylık düzeyindeki bir birimlik değişim algılanan kullanışlılıkta 0,94 birimlik değişime neden olmaktadır ( $t=29,286$ ;  $p<0,01$ ). Dahası algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılıktaki değişimlerin %88,3'ünü açıklamaktadır. Yine algılanan kullanışlılıktaki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0,589 birimlik değişime neden olmaktadır ( $t=9,217$ ;  $p<0,01$ ). Algılanan kullanım kolaylığının dijital bankacılık kullanma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur ( $t=1,005$ ;  $p>0,05$ ). Algılanan finansal maliyetindeki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0,184 birimlik bir değişime neden olmaktadır ( $t=3,667$ ;  $p<0,01$ ). Dahası algılanan güvendedeki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0,108'lik değişime yol açmaktadır ( $t=2,309$ ;  $p<0,05$ ). Dijital bankacılık kullanmadaki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0,164 birimlik değişime neden olmaktadır ( $t=3,636$ ;  $p<0,01$ ).

Finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiyenin dijital bankacılık kullanma niyetine etkisi gözlenmemiştir ( $t = -0.34$ ;  $p > 0.05$  /  $t = -0.08$ ;  $p > 0.05$ ). Bu kapsamda algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan finansal maliyet, algılanan güven, dijital bankacılık kullanımı, finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiye değişkenleri dijital bankacılık kullanma niyetindeki değişimlerin %94.5'ini açıklamaktadır. Öte yandan dijital bankacılık kullanma niyetinin dijital bankacılık kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur ( $t = 0.052$ ;  $p > 0.05$ ).

Yapısal modellerden ikincisi olarak normal pandemik kaygıya sahip banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetleri ve düzeylerini tahmin etmek hedeflenmektedir. Bu kapsamda araştırma modeline ait temel uyum iyiliği değerleri mükemmel uyuma sahip olduğundan elde edilen veriler bir bütün olarak kurulan modeli desteklemektedir. Normal pandemik kaygıya göre kurulan yapısal modelde (koyu ile belirtilen) anlamlı yollar Şekil 3'teki gibidir.



Şekil 3. Normal Pandemi Kaygıya Göre Path Analizi Sonuçları

Şekil 3 ele alındığında, normal pandemik kaygıya sahip banka müşterilerinin algılanan kullanım kolaylığı arttıkça algılanan kullanılabilirlikleri anlamlı ve pozitif yönde artmaktadır. Ayrıca algılanan kullanılabilirlik arttıkça dijital bankacılık kullanma niyetleri de artmaktadır. Öte yandan algılanan kullanım kolaylığı tek başına dijital bankacılık kullanma niyetini etkilemezken algılanan kullanılabilirlik aracılığıyla anlamlı ve pozitif yönde etkilemektedir. Algılanan güven ve dijital bankacılık kullanmanın da dijital bankacılık kullanma niyetini anlamlı şekilde artırdığı gözlenmektedir. Son olarak dijital bankacılık kullanma niyeti arttıkça dijital bankacılığın gerçek kullanım düzeyi artmaktadır. Modelde yer alan diğer yollar anlamlı değildir (anlamlı yollar koyu olarak gösterilmektedir). Normal pandemik kaygı durumunda ortaya çıkan ilgili sonuçlar Tablo 5'teki gibidir.

Tablo 5. Normal Pandemi Kaygı Düzeyinde Yol Analizi Sonuçları

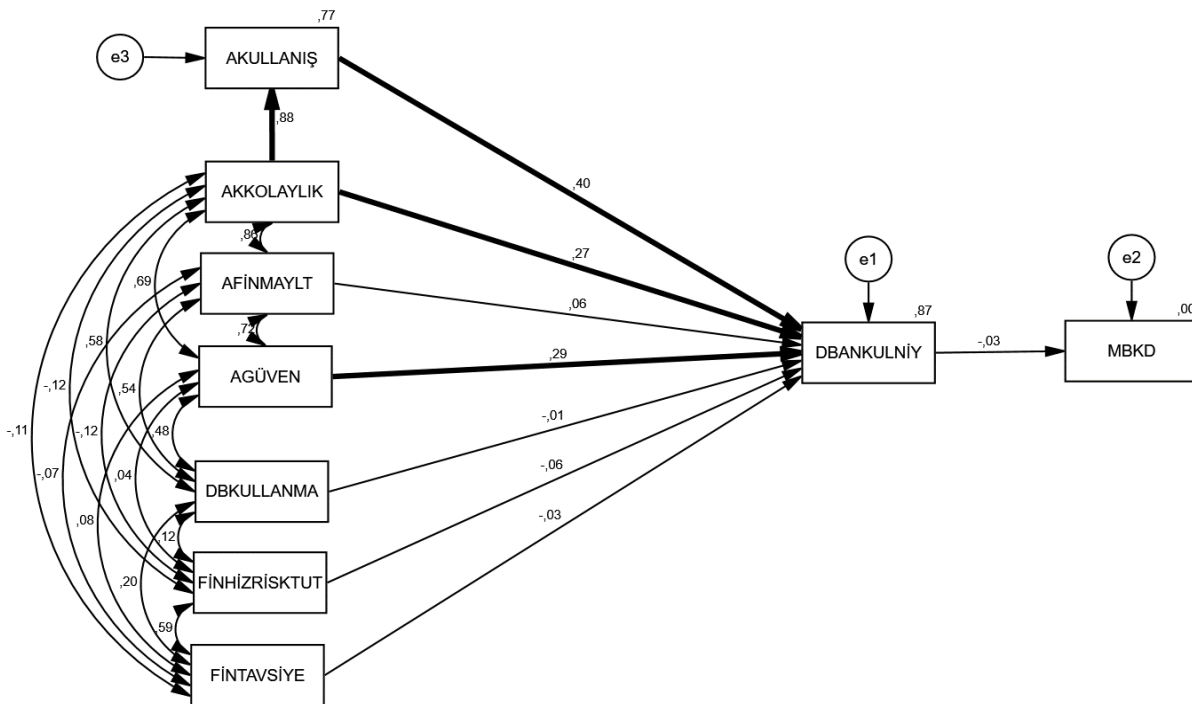
		$\beta_1$	$\beta_0$	S.E.	C.R.	P	Grup	R2
AKULLANIŞ <---	AKKOLAYLIK	0,718	0,721	0,06	11,996	***	NPK	0,52
DBANKULNİY <---	AKULLANIŞ	0,671	0,679	0,057	11,855	***	NPK	
DBANKULNİY <---	AKKOLAYLIK	-0,053	-0,054	0,07	-0,754	0,451	NPK	0,791
DBANKULNİY <---	AFİN MAYLT	0,001	0,001	0,055	0,011	0,991	NPK	
DBANKULNİY <---	AGÜVEN	0,212	0,25	0,043	4,905	***	NPK	

DBANKULNİY <---	DBKULLANMA	0,203	0,198	0,054	3,734	***	NPK
DBANKULNİY <---	FİN HİZ RİSK TUT	0,015	0,016	0,037	0,398	0,691	NPK
DBANKULNİY <---	FİN TAVSİYE	0,009	0,01	0,035	0,246	0,806	NPK
MBKD <---	DBANKULNİY	0,093	0,157	0,051	1,814	0,075	NPK 0,025

$\beta_1$  : Standardize olmayan regresyon katsayısı,  $\beta_0$  : Standardize regresyon katsayısı, S.E. : Standart hata, C.R. : t-değeri, p : Anlamlılık.

Tablo 5 ele alındığında, normal pandemik kaygıya sahip banka müşterilerinin dijital bankacılığa dönük algılanan kolaylık düzeyindeki bir birimlik değişim algılanan kullanışlılıkta 0.721 birimlik değişime neden olmaktadır ( $t=11.996$ ;  $p<0.01$ ). Dahası algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılıktaki değişimlerin %52'sini açıkladığı saptanmıştır. Öte yandan algılanan kullanışlılık ve algılanan finansal maliyetin dijital bankacılık kullanma niyetinde değişime neden olmadığı gözlenmiştir ( $t= -0.054$ ;  $p>0.01$  /  $t= 0.001$ ;  $p>0.05$ ). Dahası algılanan güvendedeki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0.25'lik değişime yol açmaktadır ( $t=4.905$ ;  $p<0.01$ ). Dijital bankacılık kullanmadaki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0.198 birimlik değişime neden olmaktadır ( $t=3.734$ ;  $p<0.01$ ). Finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiyenin dijital bankacılık kullanma niyetine etkisi gözlenmemiştir ( $t= 0.016$ ;  $p>0.05$  /  $t= 0.01$ ;  $p>0.05$ ). Bu kapsamda algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan finansal maliyet, algılanan güven, dijital bankacılık kullanımı, finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiye değişkenleri dijital bankacılık kullanma niyetindeki değişimlerin %79.1'ini açıklamaktadır. Öte yandan dijital bankacılık kullanma niyetinin dijital bankacılık kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ( $t=1.814$ ;  $p>0.05$ ).

Yapısal modellerden üçüncüsü olarak yüksek pandemik kaygıya sahip banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetleri ve düzeylerini tahmin etmek hedeflenmektedir. Bu kapsamda araştırma modeline ait temel uyum iyiliği değerleri mükemmel uyuma sahip olduğundan elde edilen veriler bir bütün olarak kurulan modeli desteklemektedir. Yüksek pandemik kaygıya göre kurulan yapısal modelde (koyu ile belirtilen) anlamlı yollar Şekil 4'teki gibidir.



Şekil 4. Yüksek Pandemi Kaygı Grubunda Yapısal Model Sonuçları

Şekil 4 ele alındığında, yüksek pandemi kaygıya sahip banka müşterisi grubunun dijital bankacılığı kullanma niyeti üzerinde algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan güvenin anlamlı ve pozitif yönde etkisi olduğu gözlenmektedir. Dahası algılanan kullanım kolaylığının kullanışlılık üzerinde etkisi de anlamlıdır. Yüksek pandemi kaygı durumunda modelde yer alan diğer yollar anlamlı değildir (koyu ile belirtilmeyen yollar). Pandemi kaygısı yüksek olan gruba ait yapısal eşitlik modeli sonucu Tablo 6'daki gibidir.

**Tablo 6.** Yüksek Pandemi Kaygı Düzeyinde Yol Analizi Sonuçları

			$\beta_1$	$\beta_0$	S.E.	C.R.	P	Grup	R2
AKUL	<---	AKKOLA	0,882	0,879	0,052	16,938	***	YPK	0,773
DBKNİY	<---	AKUL	0,375	0,403	0,077	4,84	***	YPK	
DBKNİY	<---	AKKOL	0,256	0,275	0,104	2,459	<b>0,014</b>	YPK	
DBKNİY	<---	AFİNMLY	0,057	0,057	0,084	0,682	0,495	YPK	
DBKNİY	<---	AGÜV	0,26	0,294	0,053	4,916	***	YPK	0,867
DBKNİY	<---	DBK	-0,015	-0,013	0,061	-0,249	0,803	YPK	
DBKNİY	<---	FİNİZRT	-0,06	-0,063	0,047	-1,27	0,204	YPK	
DBKNİY	<---	FİNTAV	-0,026	-0,027	0,05	-0,532	0,595	YPK	
MBKD	<---	DBKNİY	-0,012	-0,029	0,043	-0,267	0,79	YPK	0,001

$\beta_1$  : Standardize olmayan regresyon katsayısı,  $\beta_0$  : Standardize regresyon katsayısı, S.E. : Standart hata, C.R. : t-değeri, p : Anlamlılık.

Tablo 6 incelendiğinde, yüksek pandemi kaygıya sahip banka müşterilerinin dijital bankacılığa dönük algılanan kullanım kolaylığı düzeyindeki bir birimlik değişim algılanan kullanışlılıkta 0.879 birimlik değişime neden olmaktadır ( $t=16.938$ ;  $p<0.01$ ). Yani algılanan kullanım kolaylığının algılanan kullanışlılıktaki değişimlerin %77.3'ünü açıkladığı saptanmıştır. Öte yandan algılanan kullanışlılık ve algılanan kullanım kolaylığındaki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde değişime neden olmadığı gözlenmiştir ( $t=4.840$ ;  $p<0.01$  /  $t=2.459$ ;  $p<0.05$ ). Öte yandan algılanan finansal maliyetin dijital bankacılık kullanma niyetine etkisi bulunmamaktadır ( $t=0,682$ ;  $p>0.05$ ). Dahası algılanan güvendedeki bir birimlik değişim dijital bankacılık kullanma niyetinde 0.294'lük değişime yol açmaktadır ( $t=4.916$ ;  $p<0.01$ ). Öte yandan dijital bankacılık kullanma, finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiyenin dijital bankacılık kullanma niyetine etkisi gözlenmemiştir ( $t=-0.013$ ;  $p>0.05$  /  $t=-0.063$ ;  $p>0.05$  /  $t=-0.027$ ;  $p>0.05$ ). Bu kapsamda algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan finansal maliyet, algılanan güven, dijital bankacılık kullanımı, finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiye değişkenleri dijital bankacılık kullanma niyetindeki değişimlerin %86.7'sini açıklamaktadır. Öte yandan dijital bankacılık kullanma niyetinin dijital bankacılık kullanım düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır ( $t=1.814$ ;  $p>0.05$ ).

Araştırma hipotezlerinin test edilmesi sonucunda, pandemi kaygının düzenleyici rolü olduğu gözlenmiştir. Bu kapsamda H10 kabul edilmiştir. Düzenleyici analizin detaylarına bakıldığında, düşük pandemi kaygıya sahip banka müşterilerinde H1, H2, H4, H5 ve H6 kabul edilirken, H3, H7, H8, H9 reddedilmiştir.

Normal pandemi kaygı düzeyindeki müşteri grubu açısından değerlendirildiğinde, H1, H2, H5, H6 hipotezleri onaylanırken, H3, H4, H7, H8, H9 reddedilmiştir.

Son olarak yüksek pandemi kaygıya sahip gruplara ait nedensel ilişki incelendiğinde, H1, H2, H3 ve H5 hipotezleri kabul edilirken, H4, H6, H7, H8, H9 reddedilmiştir.

Araştırmada yer alan demografik değişkenlerden eğitim düzeyi ve müşteri türüne göre ANOVA testi yapılmıştır. Müşteri türüne göre ANOVA analizi sonuçları Tablo 7'deki gibidir.

**Tablo 7.** Müşteri Türüne Göre ANOVA Analizi Sonuçları

		Kareler	Sd	Kareler	F	P	Farkın kavnağı
Akul	Gruplararası	11,617	2	5,809	4,821	<b>0,009</b>	Bireysel ile ticari
	Gruplarıçi	390,351	324	1,205			
	Toplam	401,968	326				
Akkol	Gruplararası	6,491	2	3,245	2,894	0,057	
	Gruplarıçi	363,324	324	1,121			
	Toplam	369,815	326				
	Gruplararası	10,416	2	5,208	4,633	<b>0,010</b>	
	Gruplarıçi	364,207	324	1,124			

Agüv	Toplam	374,622	326				Bireysel ile
	Gruplararası	14,017	2	7,009	5,968	<b>0,003</b>	Bireysel ile
DBKN	Gruplarıcı	380,524	324	1,174			ticari; çalışan ile ticari
	Toplam	394,541	326				
	Gruplararası	13,827	2	6,914	7,269	<b>0,001</b>	Bireysel ile
FYdbk	Gruplarıcı	308,170	324	0,951			ticari; Çalışan ile ticari
	Toplam	321,998	326				
	Gruplararası	2,008	2	1,004	1,054	0,350	
FHRKT	Gruplarıcı	308,586	324	0,952			
	Toplam	310,594	326				
	Gruplararası	0,319	2	0,160	0,149	0,862	
FTav	Gruplarıcı	348,236	324	1,075			
	Toplam	348,555	326				
	Gruplararası	250,570	2	125,285	1,842	0,160	
PKTop	Gruplarıcı	22036,243	324	68,013			
	Toplam	22286,813	326				

Tablo 7 incelendiğinde, katılımcıların algılanan kullanışlılık, algılanan güven, dijital bankacılık kullanma niyeti ve dijital bankacılık kullanımı değişkenlerinin ortalamaları müşteri türüne göre değişmektedir ( $F(324; 2)=4.821$ ;  $p<0.05$  /  $F(324; 2)= 4.633$ ;  $p<0.05$  /  $F(324; 2)= 5.968$ ;  $p<0.05$  /  $F(324; 2)= 7.269$ ;  $p<0.05$ ). Öte yandan müşteri türüne göre diğer değişkenlerde anlamlı farklılık yoktur. Anlamlı farklılığın kaynağına bakıldığında bireysel müşterilerin algılanan kullanışlılık ortalamaları ticari müşterilere göre daha yüksektir. Ayrıca deneklerin güven algıları, bireysel müşterilerin ticariye göre ve çalışanların ticari müşteriye göre daha yüksektir. Dahası bireysel müşterilerin ticarilere, çalışanların ticari müşterilere göre daha yüksek dijital bankacılık kullanma niyetine sahip oldukları anlaşılmaktadır. Son olarak dijital bankacılık kullanımı açısından bireysel müşteriler ticarilere, çalışanlar ticari müşterilere göre daha yüksek puanlara sahiptirler.

Eğitim düzeyine göre modelde yer alan değişkenlerin ortalama puanları farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek için ANOVA testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 8'deki gibidir.

**Tablo 8.** Eğitim düzeyine göre ANOVA testi sonuçları

	Kareler	Sd	Kareler	F	P	Farkın kaynağı	
	Gruplararası	11,550	3	3,850	3,371	<b>0,019</b>	
Akul	Gruplarıcı	333,497	292	1,142			Lisansüstü ile lise ve altı
	Toplam	345,048	295				
	Gruplararası	10,825	3	3,608	3,392	<b>0,018</b>	
Akkol	Gruplarıcı	310,657	292	1,064			Lisansüstü ile lise ve altı
	Toplam	321,482	295				
	Gruplararası	9,290	3	3,097	2,785	<b>0,041</b>	Ön lisans ile lise ve altı
Agüv	Gruplarıcı	324,708	292	1,112			Ön lisans ile lisans
	Toplam	333,998	295				
DBKN	Gruplararası	11,700	3	3,900	3,402	<b>0,018</b>	Lisansüstü ile lise ve altı
	Gruplarıcı	334,691	292	1,146			
	Toplam	346,390	295				
	Gruplararası	8,869	3	2,956	3,118	<b>0,026</b>	
	Gruplarıcı	276,860	292	0,948			

FYdbk	Toplam	285,729	295	Lisansüstü ile lise ve altı		
	Gruplararası	4,444	3	1,481	1,522	0,209
FHRKT	Gruplarıcı	284,149	292	0,973		
	Toplam	288,593	295			
	Gruplararası	7,402	3	2,467	2,340	0,074
FTav	Gruplarıcı	307,806	292	1,054		
	Toplam	315,207	295			
	Gruplararası	215,175	3	71,725	1,024	0,382
PKTop	Gruplarıcı	20454,163	292	70,049		
	Toplam	20669,338	295			

Tablo 8 ele alındığında, eğitim düzeyine göre algılanan kullanışlılık ( $F(292, 3)= 3.371$ ;  $p<0.05$ ), algılanan kullanım kolaylığı ( $F(292, 3)= 3.392$ ;  $p<0.05$ ), algılanan güven ( $F(292, 3)= 2.785$ ;  $p<0.05$ ), dijital bankacılık kullanma niyeti ( $F(292, 3)= 3.402$ ;  $p<0.05$ ) ve dijital bankacılık kullanımının ( $F(292, 3)= 3.118$ ;  $p<0.05$ ) farklılaştığı gözlenmektedir. Anlamlı farkların kaynağına bakıldığında, algılanan güven açısından ön lisans düzeyindekilerin lise ve altına ve lisans düzeyindekilere göre daha yüksek puana sahiptirler. Dahası, algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, dijital bankacılık kullanma niyeti ve dijital bankacılık kullanımı puanları lisansüstü eğitim düzeyindekilerin lise ve altı eğitim düzeyindekilere göre daha yüksektir. Diğer taraftan finansal hizmet riskine yönelik tutumun, finansal tavsiyenin ve pandemik kaygının eğitim düzeyine göre değişmediği saptanmıştır. Son olarak araştırmada yer alan diğer demografik değişkenlerle ilgili gerek hipotez kurulmadığından gerek çalışmanın ana odağında olmamasından gerekse analiz sonuçları anlamlı çıkmadığından bulgular kısmında raporlamaya gerek duyulmamıştır.

## 5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada, Marmara Bölgesi'nde yer alan katılım bankası müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetleri teknoloji kabul modeli genişletilerek yapısal eşitlik modeli ile tahmin edilmiştir. Oluşturulan yapısal modelin elde edilen veriler tarafından desteklediği gözlenmiştir. Pandemik kaygının düşük orta ve yüksek olduğu durumlarda oluşturulan yapısal modelin anlamlı olduğu saptanmıştır. Pandemik kaygının bütün düzeylerinde, banka müşterilerinin dijital bankacılığın kullanışlılığında algılanan kullanım kolaylığının anlamlı ve önemli bir etkisi gözlenmiştir. Dahası pandemik kaygının bütün düzeylerinde algılanan kullanışlılığın dijital bankacılık kullanma niyetine anlamlı etkisi tespit edilmiştir. Çalışmadaki en önemli çıktılardan biri ise, pandemik kaygının düşük ve orta olduğu durumda, algılanan kullanım kolaylığı dijital bankacılık kullanma niyetine etki etmezken, yüksek pandemik kaygı düzeyinde bu etki anlamlıdır. Dahası pandemik kaygı düzeyi orta ve yüksek olduğundan algılanan finansal maliyetin dijital bankacılığı kullanma niyetine etkisi gözlenmezken, pandemik kaygı düşük olduğunda algılanan finansal maliyet dijital bankacılık kullanma niyetini anlamlı şekilde artırmaktadır. Algılanan güven değişkeni ise pandemik kaygı düşükken %5 düzeyinde anlamlı iken, pandemik kaygı orta ve yüksek olduğunda %1 düzeyinde anlamlı şekilde dijital bankacılık kullanma niyetini artırmaktadır. Finansal yeteneklerden biri olarak ifade edilen (Çera vd., 2020) dijital bankacılık kullanımı değişkeni ise, düşük ve orta düzeydeki pandemik kaygı durumunda, dijital bankacılık kullanma niyetini anlamlı şekilde artırırken, yüksek düzeyde pandemik kaygı durumunda dijital bankacılık kullanma niyetini anlamlı şekilde arttırmamaktadır. Bu sonuç Ahmetoğulları ve Arabacı'nın (2021: 128) yüksek pandemik kaygıda dijital bankacılık kullanma tutumuna finansal refahın anlamlı etkisi olmadığını saptayan çalışmayla tutarlıdır. Finansal yetenekler arasında yer alan finansal hizmet riskine yönelik tutum ve finansal tavsiye değişkenlerinin dijital bankacılık kullanma niyetine pandemik kaygının hiçbir düzeyinde anlamlı bir etkisine rastlanmamıştır. En nihayetinde dijital bankacılık kullanma niyetinin dijital bankacılığı kullanma düzeyini artırmadığını gerçek kullanımda niyetin çok önemli bir unsur olmadığı gözlenmektedir. Bu sonuç genişletilmiş teknoloji kabul modelinin teorik yapısına zıt olsa da, çalışma özelinde kullanılan dijital bankacılık kullanım düzeyi tek bir soru ile ölçüldüğünden anlamlı çıkmaması makul karşılanabilir. Araştırmanın demografik değişkenler açısından sonuçlarına bakıldığında, katılımcıların bireysel, ticari ve çalışan(iç) müşteri olma durumuna göre algılanan kullanışlılık, güven, dijital bankacılık kullanma ve dijital bankacılık kullanma niyeti değişkenlerinin değiştiği gözlenmiştir. Son olarak eğitim



düzelelerine göre, algılanan kullanışlılık, kullanım kolaylığı, güven, dijital bankacılık kullanımı ve dijital bankacılık kullanma niyeti değişkeni farklılaşmaktadır.

Covid-19 salgını, kişisel bankacılık operasyonlarını kesintiye uğrattı ve hem perakende bankacılar hem de müşteriler için fiziksel tehdidi artırmıştır. Sonuç olarak dünya, fatura ödeme, market alışverişi, marka alışverişi gibi rutin işlemleri sürdürmek amacıyla internet bankacılığına yönelmiştir (Naeem ve Ozuem, 2021). Cep telefonlarının yaygınlaşması ve internet penetrasyonunun artması, finansal hizmetlere erişimi artırmak için kayda değer bir fırsat oluşturmaktadır. Finansal teknoloji (Fintech) şirketleri ve mobil bankacılık, müşterilerin geleneksel bankacılığın fiziksel erişim gereksinimleri olmadan finansal hizmetlerden yararlanmaları için dijital platformların kullanımını artırmaktadır. Böylece geleneksel bankacılık standartlarını bozan Fintech firmalarının pandeminin de etkisiyle hızını katlamasına yol açmıştır. Dijital bankacılık kullanımı geleneksel bankacılığa hala rakip görülmemektedir (Daver, 2021: 1436-1437). Bu durum her ne kadar pandemi döneminde değişmeye başlasa da hala Türkiye özelinde yeterli düzeye ulaşamamıştır. Katılım banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetinin en önemli belirleyicileri pandemik kaygı, algılanan kullanışlılık, algılanan güven, algılanan finansal maliyet avantajı ve dijital bankacılık kullanımı olmuştur. Pandemik kaygının normal seyrettiği durumda dijital bankacılık kullanma niyetinin dijital bankacılığı gerçek kullanım düzeyine itebileceği söylenebilir. Ancak pandemik kaygının düşük ya da yüksek olduğu durumlarda dijital bankacılık kullanma niyetinin gerçek kullanım düzeyine etkisi olmamaktadır. Bu sonuç algılanan kullanım kolaylığı, algılanan güvenlik ve mahremiyet gibi değişkenlerin dijital bankacılığı benimsemeye en önemli etkenlerden olduğunu saptayan Abbasi ve diğerlerinin (2017) çalışmasıyla tutarlıdır. Dahası elde edilen sonuçlar Teknoloji kabul modeli ekseninde mobil bankacılık ve finansal teknolojileri kabul etme niyeti ve gerçek kullanımına etki eden güven, fayda ve kullanım kolaylığı gibi etkenlerin önemine değinen Slazus ve Bick'in (2022) çalışmalarıyla da tutarlıdır. Öte yandan müşteri davranışlarını geleneksel bankacılıktan internet bankacılığına çeviren Covid-19 salgını sırasında belirsizliğin doğasının anlaşılmasında sosyal medya ve benzeri farklı aktörler de önemli rol oynamıştır. Hem bankacılar hem de müşteriler için artık güvenli seçenekler olmadığı için ATM'ler, kasiyerlerle banka ve kredi kartı alışverişi ve nakit alışverişinden kaçınmak için dijital platformlar daha fazla kullanılmaya başlanmıştır (Naeem ve Ozuem, 2021). Bu çalışmada algılanan güvenin pandemik kaygıya göre şekillenmesi ilgili sonucu da destekler niteliktedir. Dahası pandemi öncesi ve pandemi dönemini kıyaslayan bir başka çalışmada, pandemi döneminde dijital bankacılık kullanımının önemli derecede artış gösterdiği ve en fazla artışı ise mobil bankacılığın sergilediği saptanmıştır (Demirel, 2021). Bu sonuç, çalışmadaki pandemik kaygı etkenini açıklamada önemli bir destek sağlamaktadır.

Bunun dışında algılanan kullanışlılık teknoloji kabul modelinde de ifade edildiği gibi dijital bankacılık kullanma niyetine algılanan kullanım kolaylığı açısından tam aracılık etmektedir. Bu sonuç Esen'in (2020) dijital bankacılığı kullanma niyeti ve gerçek kullanım davranışına etki eden unsurları belirlediği çalışmasıyla tutarlıdır. Dahası Luarn ve Lin'in (2005) Tayvan'daki mobil bankacılık kullanma niyetinin belirleyicileri olarak vurguladığı, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığının doğrudan ve aracı rolü ile örtüşmektedir. Bu sonucun pandeminin oluşturduğu farklı kaygı düzeylerinde anlamlı çıkması çalışmanın özgün özgün sonuçlarından biridir. Dijital bankacılığın giderek yaygınlaşması ve Türkiye'nin görece bu konuda gelişmiş ülkelere göre geride kalması, müşterilerin dijital bankacılığı benimseme niyetlerinde önemli bir katkısı tespit edilen kullanışlılık, kullanım kolaylığı, güven ve dijital bankacılığı bizzat deneyimleme ihtiyaçlarını teşvik etmelidirler. Nitekim Kaplan ve Korkmaz (2021) dijital bankacılık kullanma niyetinde en önemli argümanların algılanan kullanışlılık, güven ve kullanım kolaylığı olduğunu vurgulamışlardır. Banka müşterilerinin dijital bankacılık kullanma niyetlerinin gelişebilmesi için katılım bankalarının kullanıcı ara yüzünü daha pratik ve basitleştirmesi faydalı olacaktır. Ayrıca kullanım eğitimi için müşteriye özel sanal destek ve yardımcı hizmetlere erişimin kolaylaştırılması ve bunun da ötesinde müşteri hizmetleri erişiminin yapay zeka kullanımının geliştirilmesi gerekmektedir. Müşterilerin kullanım konusunda bilgileri yeterli olsa da yeterli kullanışlılığa sahip olmayan bir dijital platformun kullanma niyetinde önemli bir artışa neden olmayacaktır. Canlı destek ve müşteri ilişkileri hızlı, pratik ve çözüm odaklı olmalıdır. Öte yandan pandemi endişesi düşük olan müşteriler için dijital bankacılığın yeni trendleri, finansal olarak maliyet avantajı sunulması, yani görece rakiplerden daha az maliyetli olması, kullanışlılığın artırılması ve bilgi gizliliği, müşterinin dışarıdan gelen sanal tehditlerden (hesap ve dijital platformun güvenliği gibi) korunması ve kişisel verilerinin saklanmasını güvence altına alan bir yapının oluşturulması, dijital bankacılık kullanımı için oldukça ehemmiyetlidir. Dahası pandemi sonrası içinde önem arz eden bu unsurlar uygulayıcılara önemli katkı sağlayacaktır.

Bu alışma, görece az rneklemele, sınırlı zaman diliminde, belirli bir bölgede yürütülmesi açsından sınırlıdır. Ayrıca, çalışmada kullanılan teorik yapıya gerçek kullanım ve tutumla ilgili değişkenler eklenerek genişletilebilir. Planlı davranış teorisi ve gerekçeli eylem teorileri bileşenleri ilde daha da genişletilen bir teknoloji kabul modeli önerilebilir.

### Kaynaklar

- Abbasi, S., Kamran, S., & Akhtar, C. S. (2017). Factors Affecting Customers' Adoption of Internet Banking in Pakistan. *Pakistan Administrative Review*, 1(2), 115-129. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-53684-2>.
- Ahmetoğulları, K. & şenol, A. (2021). Finansal Refahın Online Satın Almaya Etkisinde Pandemik Kaygının Aracı Rolü. Karadeniz 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, 28-29 Ağustos, Ordu, 406-418.
- Ahmetoğulları, K. (2020). Dindarlık ve faydacılığın faizsiz finansal ürünleri satın alma davranışlarıyla etkileşimi: Kuşakların farklılığı. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Doktora Tezi, Düzce.
- Ahmetoğulları, K. (2022). Pandemi Dönemi evrimii Satın Alma Davranışında Finansal Yetenekler ve Teknolojik Uygulamalar İçin neriler: Türkiye'den Kanıtlar. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 10(2), 683-702.
- Ahmetoğulları, K., & Arabacı, N. (2021). Katılım Banka alışanlarının Finansal İyilik Hali Finansal Okuryazarlık ve Satın Alma Davranışında Nasıl Rol Oynar? (Editör: Karabulut, ř.), Ankara: Gazi Kitapevi.
- Ahmetoğulları, K., & Arabacı, N. (2021). Pandemi Döneminde Algılanan Finansal Refahın Dijital Bankacılık Kullanımına Yönelik Tutuma Etkisinin Değerlendirilmesi (Editör, Atalay, M.). 105-136, Ankara: İksad yayınevi.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. (Edited by: J. Kuhl and J. Beckmann). *Action-control: From cognition to behavior*. Heidelberg: Springer, 1, 1-39.
- Akram, U., Ansari, A. R., Fu, G., & Junaid, M. (2020). Feeling hungry? let's order through mobile! examining the fast food mobile commerce in China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102142.
- Akram, U., Flp, M. T., Tiron-Tudor, A., Topor, D. I., & apuşneanu, S. (2021). Impact of digitalization on customers' well-being in the pandemic period: Challenges and opportunities for the retail industry. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 7533.
- Bastari, A., Eliyana, A., Syabarrudin, A., Arief, Z., & Emur, A. P. (2020). Digitalization in banking sector: the role of intrinsic motivation. *Heliyon*, 6(12), e05801, <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05801>.
- Beybur, M., & etinkaya, M. (2020). Covid 19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık rn ve Hizmetlerinin Kullanımı zerindeki Etkisi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 148-163.
- Bozpolat, C., & Seyhan, H. (2020). Mobil deme teknolojisi kabulünün teknoloji kabul modeli ile incelenmesi: ampirik bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 119-145.
- era, G., & Tuzi, B. (2019). Does gender matter in financial literacy? A case study of young people in Tirana. *Scientific papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics and Administration*, 45(1), 5-16.
- era, G., Phan, Q. P. T., Androniceanu, A., & era, E. (2020). Financial capability and technology implications for online shopping. *E&M: Economics and Management*, 323(2), 156-172. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2020-2-011>.
- iek, B., & Almalı, V. (2020). COVID-19 Pandemisi Srecinde Kaygı z-yeterlilik ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki: Özel Sektör ve Kamu alışanları Karşılaştırması. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 241-260.

- Daver, G. (2021). Finans Piyasasında Dönüşümün Kavgaaları: Dijital Bankacılık Geleneksel Bankacılığa Karşı. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1419-1440.
- Davis, F.D. (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Doctoral dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology, 291.
- Davis, D. Fred (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly* 13(3), 319-339.
- Demirel, S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin Dijital Bankacılık İşlemleri Üzerine Etkisi. *Bankacılık ve Sermaye Piyasası Araştırmaları Dergisi*, 5(11), 49-64.
- Despard, M. R., & Chowa, G. A. (2014). Testing a measurement model of financial capability among youth in Ghana. *Journal of Consumer Affairs*, 48(2), 301-322.
- Esen, F.S. (2020). Dijital Bankacılık Kullanımına Teknoloji Kabulü Temelli Bir Yaklaşım. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 401-410.
- Firmansyah, I. A., Yasirandi, R., & Utomo, R. G. (2022). The influence of efficacy, credibility, and normative pressure to M-banking adoption level in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 197, 51-60.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Bellefatlitude, intention and behavior: An inlrod.uc.lion theory and research*. Reading, MA.Addison-Wesley.
- Gu, J.C., Lee, S.C. & Suh, Y.H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616, <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.03.024>.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of consumer affairs*, 44(2), 296-316.
- Kaplan, M., & Korkmaz, C. İ. (2020). Dijital Bankacılık Kullanım Niyetine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *Management and Political Sciences Review*, 2(2), 69-85.
- Karagöz, Y., & Kösterelioğlu, İ. (2008). İletişim becerileri değerlendirme ölçeğinin faktör analizi metodu ile geliştirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 81-97.
- Khan, I. U. (2022). How does culture influence digital banking? A comparative study based on the unified model. *Technology in Society*, 68, 101822, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101822>.
- Luarn, P. & Lin, H.H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behaviour*, 21(6), 873–891.
- McKay, S. (2011). *Understanding Financial Capability in Canada: Analysis of the Canadian Financial Capability Survey*.
- Naeem, M., & Ozuem, W. (2021). The role of social media in internet banking transition during COVID-19 pandemic: Using multiple methods and sources in qualitative research. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102483, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102483>.
- Nguyen, T. A. N., & Rozsa, Z. (2019). Financial literacy and financial advice seeking for retirement investment choice. *Journal of Competitiveness*, 11(1), 70-83.
- Rahman, A. M. (2020). bKash vs. Bank-led Option: Factors Influencing Customer's Preferences–Does it Warrant Voluntary-Insurance-Policy for Rapid-growth Digital-banking in Bangladesh-economy?. *Journal of Banking and Financial Economics*, 1(13), 51-69.
- Sardana, V., & Singhania, S. (2018). Digital Technology in the Realm of Banking: A Review of Literature. *International Journal of Research in Finance and Management*, 1(2), 28-32.
- Sen, A. (1993). Does business ethics make economic sense?. In *The ethics of business in a global economy*, Springer Dordrecht, 53-66.

- Sharma, R.R., Newaz, F.T. & Fam, K.S. (2017). Muslim Religiosity, Generational Cohorts And Buying Behaviour of Islamic Financial Products. *Australian Journal of Management*, 42(3), 482-501.
- Sherraden, M.S. (2013). Building Blocks of Financial Capability. In J. Birkenmaier, M. Sherraden, & J. Curley (Eds.), *Financial Capability and Asset Development* (pp. 3–43). Oxford University Press, New York.
- Shkvarchuk, L., & Slav'yuk, R. (2019). The financial behavior of households in Ukraine. *Journal of Competitiveness*, 11(3), 144-159.
- Slazus, B.J. & Bick, G. (2022). Factors that influence FinTech adoption in South Africa: a study of consumer behaviour towards branchless mobile banking. *Athens Journal of Business & Economics*, 8(1), 43-64.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı* (6. Basımdan Çev. Mustafa Baloğlu), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Taylor, M. (2011). Measuring financial capability and its determinants using survey data. *Social Indicators Research*, 102(2), 297-314.
- Teo AC, Tan GWH, Cheah CM, Ooi KB., & Yew KT (2012). Can the demographic and subjective norms influence the adoption of mobile banking? *Int J Mobile Commun*, 10(6), 578–597.
- Uzun, U. (2021), Türkiye’de Dijital Bankacılık Kullanımı Üzerinde Covid-19 Pandemisinin Etkileri. *Fiscaoeconomia*, 5(1), 309-323.
- Win, N. N., Aung, P. P., & Phyo, M. T. (2021). Factors Influencing Behavioral Intention to Use and Use Behavior of Mobile Banking in Myanmar Using a Model Based on Unified Acceptance Theory. *Human Behavior, Development And Society*, 22(1), 19-30.
- Wong, D., Liu, H., Meng-Lewis, Y., Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). Gamified money: exploring the effectiveness of gamification in mobile payment adoption among the silver generation in China. *Information Technology & People*, 35(1), 281-315.
- Xiao, J. J., Chen, C., & Chen, F. (2014). Consumer financial capability and financial satisfaction. *Social indicators research*, 118(1), 415-432.