

Abstract

Mobile banking technology has been named as a technologic and innovational breakthrough in the field of banking. The increasing amount of data in banking and usage rate of mobile banking services via smartphones created a need for a high speed and reliable service. Artificial Intelligence (AI) technologies are being implemented into the mobile banking application structures to improve the general service provided. Mobile banking has been an important and slowly progressing field in the research world. In this study the research is based on AI mobile banking apps which will be released in the very near future. However, since the AI technologies have not yet been released by banks for the time being, there are no previous studies conducted on this precise topic to our knowledge. Therefore, this study aims to fill that gap. The study proposes an introductory research on AI mobile banking apps and their effects on mobile banking adoption using an updated version of the TAM model and TAM2 model. Privacy and Security constructs have been added to the proposed model aiming to find out the factors effecting mobile banking adoption and usage behavior regarding the app. A survey was conducted where the participants were given a demo of the AI mobile banking chatbot interface and screenshot images from certain application pages. The model was tested by using the data which was collected through a google forms survey and analyzed in IBM SPSS. The results showed that the output quality, perceived ease of use and perceived usefulness constructs had the highest effects in the model. This study contains future managerial implications and further research suggestions regarding the use and possible effects of AI mobile banking apps.

Keywords: Artificial Intelligence, Marketing, Mobile Banking Apps, Technology Acceptance Model

Özet

Mobil bankacılık teknolojisi, bankacılık alanında teknolojik ve yenilikçi bir atılım olarak tanımlanmıştır. Bankacılıkta artan veri miktarı ve mobil bankacılık hizmetlerinin akıllı telefonlarla kullanım oranı, yüksek hızlı ve güvenilir bir hizmete ihtiyaç oluşturmuştur. Yapay Zekâ teknolojileri, sağlanan genel hizmeti geliştirmek için mobil bankacılık uygulama yapılarına uyarlanmaktadır. Mobil bankacılık, araştırma dünyasında önemli bir konu olmasına rağmen yavaş ilerleyen bir araştırma alanı olmuştur. Bu çalışma, yakın gelecekte piyasaya sürülecek olan yapay zekâ ara yüzüne sahip mobil bankacılık uygulamalarını incelemektedir. Ancak, bu mobil bankacılık uygulamaları, henüz bankalar tarafından kullanıma sunulmadığı için, bu alanda bilgimiz dahilinde daha önce yapılmış olan bir çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, bu tez konuya ilişkin önemli bir araştırma boşluğunu doldurmayı hedeflemektedir. Bu araştırma, TAM modeli ve TAM2 modelinin güncellenmiş bir versiyonunu kullanarak, yapay zekâ mobil bankacılık uygulamalarının mobil bankacılığın benimsenmesi üzerindeki etkilerini ve bu sistemler tanıtmayı amaçlamaktadır. Mobil bankacılıkta benimsenme ve uygulamanın kullanım davranışını etkileyen faktörleri araştırmak amacıyla, önerilen modele gizlilik ve güvenlik yapıları eklenerek güncellenmiştir. Katılımcılara, yapay zekâ mobil bankacılık uygulamasına ait bir chatbot tanıtım ara yüzü ve uygulamanın belirli sayfalarından ekran görüntüleri içeren bir anket verildi. Önerilen araştırma modeli, bir Google form anketi aracılığıyla toplanan verilerin IBM SPSS programında analizi ile test edilmiştir. Sonuçlar, çıktı kalitesi, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirlik yapılarının modelde en yüksek etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu çalışma, yapay zekâ mobil bankacılık uygulamalarının kullanımı ve bankacılık sektörüne olası etkilerinden bahsetmektedir. Sektöre ilişkin önerilere ve konuya ilişkin ileri akademik araştırma önerilerine yer verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka, Pazarlama, Mobil Bankacılık Uygulamaları, Teknoloji Kabul Modeli