
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
Gazi
1926

TÜRKİYE'DE İNTERNET BANKACILIĞINDAKİ GELİŞMELER VE MÜŞTERİ SAYILARININ ARTIRILMASI KONUSUNDA BİR ARAŞTIRMA

Cengiz Sezer

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BANKACILIK EĞİTİMİ ANABİLİM DALI
BANKACILIK EĞİTİMİ BİLİM DALI

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

EYLÜL, 2019

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 24 (yirmidört) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Cengiz
Soyadı : Sezer
Bölümü : Bankacılık Eğitimi
İmza :
Teslim Tarihi : 20.09.2019

TEZİN

Türkçe Adı : Türkiye'de İnternet Bankacılığındaki Gelişmeler ve Müşteri Sayılarının Artırılması Konusunda Bir Araştırma

İngilizce Adı : A Research And Developments Regardıng Increasıng The Number Of Customers In Internet Bankıng In Turkey

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Gazi Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Tez ve Tez Önerisi Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Cengiz SEZER

İmza : …….

JÜRİ ONAY SAYFASI

Cengiz Sezer tarafından hazırlanan "Türkiye'de İnternet Bankacılığındaki Gelişmeler ve Müşteri Sayılarının Artırılması Konusunda Bir Araştırma" adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Gazi Üniversitesi Bankacılık Eğitimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman : Doç. Dr. Ender GÜLER
(Tapu Kadastro Y.O., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) .....

Üye : Doç. Dr. Selami ERYILMAZ
(Gazi Eğitim Fakültesi, Gazi Üniversitesi) .....

Üye : Doç. Dr. Arıl CANSEL
(Tapu Kadastro Y.O., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi) .....

Tez Savunma Tarihi: 19/09/2019

Bu tezin İşletme Eğitimi Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Selma YEL
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü .....

TÜRKİYE'DE İNTERNET BANKACILIĞINDAKİ GELİŞMELER VE MÜŞTERİ SAYILARININ ARTIRILMASI KONUSUNDA BİR ARAŞTIRMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Cengiz Sezer
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
Eylül 2019

ÖZ

Teknolojik yenilikler günümüzde pek çok sektörde aktif olarak kullanılan araç ve gereçlerin kullanılmasına olanak tanımıştır. Bankacılık sektörü bu yeniliklerin büyük ölçüde kullanıldığı önemli sektörlerden biridir. Hatta bankacılığın bilgisayar ve iletişim alanında yeni araç gereçlerin ilk kullanıldığı sektörlerden biri olduğundan söz etmek mümkündür. İnternet ülkemizde akademik çevrelerden sonra sektör olarak ilk olarak bankalara adapte edilmiş bu sayede bankacılık hizmetleri kolaylaşmaya ve çeşitlenmeye başlamıştır. Günümüzde İnternet Bankacılığı olarak adlandırılan ve müşterilerin şubeye gitmeye gerek kalmadan evlerindeki bilgisayarlardan ve cep telefonlarından işlemlerini hallettikleri sistem teknoloji ile bankacılığın harmanlanması ile ortaya çıkan bir yeniliktir. Teknoloji çağını yaşadığımız günümüzde bilgisayarlar, akıllı cep telefonları ve internet artık her evde, her kişide bulunmaktadır. Ancak internet bankacılığı kullanım oranlarının bu yaygınlaşmaya paralel olarak artmadığı, kullanıcıların internet bankacılığı konusunda çeşitli kaygı ve tutumları olduğu gözlemlenmektedir. Bu çalışmada bir anket gerçekleştirilmekte ve kullanıcıların internet bankacılığı konusundaki çekinceleri araştırılmaktadır. Bu sayede internet bankacılığı konusunda varsayılan problemlerin çözümüne katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler : Bankacılık, İnternet, İnternet Bankacılığı, Müşteri.
Sayfa Adedi : 70
Danışman : Doç. Dr. Ender Güler

A RESEARCH AND DEVELOPMENTS REGARDING INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS IN INTERNET BANKING IN TURKEY

(Master's Thesis)

Cengiz Sezer

GAZİ UNIVERSITY

INSTITUTE OF EDUCATIONAL SCIENCES

September 2019

ABSTRACT

Technological innovations have enabled the use of tools and equipment that are actively used in many sectors today. The banking sector is one of the important sectors in which these innovations are used to a large extent. In fact, it is possible to mention that banking is one of the first sectors where new tools are used in computers and communication. After the academic circles in our country, the internet was first adapted to banks as a sector, thus facilitating and diversifying banking services. Nowadays, the so-called Internet Banking system, where customers handle their transactions from computers and mobile phones in their homes without having to go to a branch, is an innovation that emerges with the blending of technology and banking. Computers, smart mobile phones and the internet are now available in every household and every person. However, it is observed that internet banking usage rates do not increase parallel to this spread, and users have various concerns and attitudes about internet banking. In this study, a survey is conducted and users' reservations about internet banking are investigated. In this way, it is aimed to contribute to the solution of assumed problems in internet banking.

Key Words : Banking, Internet, Internet Banking, Customer.
Page Number : 70
Supervisor : Doç. Dr. Ender Güler

TEŞEKKÜR

Bu tezin yazım aşamasında, başta değerli yardımlarını esirgemeyen saygı değer hocam Doç. Dr. Ender Güler'e ve hep yanımda olan Sevgili Eşime sonsuz saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU i

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI ii

ÖZ iv

ABSTRACT v

TEŞEKKÜR vi

İÇİNDEKİLER vii

TABLOLAR LİSTESİ x

ŞEKİLLER LİSTESİ xii

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ xiii

BÖLÜM 1 1

GİRİŞ 1

BÖLÜM 2 3

KAVRAMSAL ÇERÇEVE 3

2.1.Banka Kavramı ve Bankacılığın Gelişimi 3

2.1.1. Banka Kavramı 3

2.1.2.Dünyada Bankacılığın Doğuşu ve Gelişimi 4

2.1.3. Türkiye'de Bankacılığın Gelişimi 7

2.1.3.1.Cumhuriyet Öncesi Bankacılık *7*

2.1.3.2.Cumhuriyet Sonrası Bankacılığın Gelişimi *9*

2.1.4.Banka Türleri 10

2.1.4.1.Kapsamına Göre Bankalar 10

2.1.4.2.Faaliyet Alanlarına Göre Bankalar 11

2.1.4.3.Mülkiyet Yapılarına Göre Bankalar 12

2.1.5.Türkiye'de Temel Bankacılık Ürün ve Hizmetleri 13

2.1.5.1.Mevduat Hizmetleri 13

2.1.5.2.Kredi Hizmetleri 14

2.1.5.3.Hizmet Bankacılığı 15

2.1.6.Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Mevcut Durumu 16

2.2.İnternet Bankacılığı 20

2.2.1.İnternet Kavramı ve Bankacılık İlişkisi 20

2.2.2.İnternet Bankacılığı Kavramı ve İnternet Bankacılığının Gelişimi 21

2.2.3.İnternet Bankacılığının Avantajları ve Dezavantajları 23

2.2.3.1.Bankalar İçin Avantajlar ve Dezavantajlar 25

2.2.3.2.Müşteriler İçin Avantajlar ve Dezavantajlar 26

2.2.4.İnternet Bankacılığında Sunulan Hizmetler 28

2.2.5.Mobil Bankacılığın İnternet Bankacılığı Kapsamında İncelenmesi 29

2.2.6.Müşterilerin Bakışı Açısından İnternet Bankacılığı Riskleri 34

2.2.6.1.Teknolojik Zorluklar 34

2.2.6.2.Gizlilik 34

2.2.7.İnternet Bankacılığı İstatistikleri 39

BÖLÜM 3 45

YÖNTEM 45

3.1.Araştırmanın Amacı 45

3.2.Araştırmanın Yöntemi 45

3.3.Veri Toplama Ölçeği 46

3.4.Veri Analizi **48**

BÖLÜM 4 ..... **49**

BULGULAR **49**

BÖLÜM 5 ..... **57**

SONUÇ VE ÖNERİLER **57**

KAYNAKLAR **62**

EKLER **68**

EK-1 Anket Formu **69**

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. *Dünyada Bankacılığın Gelişimi* 6
Tablo 2. *Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları* 16
Tablo 3. *Özel Sermayeli Mevduat Bankaları* 17
Tablo 4. *Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalar* 17
Tablo 5. *Türkiye'de Şube Açan Yabancı Sermayeli Bankalar* 18
Tablo 6. *Kamusal Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları* 18
Tablo 7. *Özel Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları* 18
Tablo 8. *Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları* 19
Tablo 9. *İnternet Bankacılığı Müşteri Sayıları* 39
Tablo 10. *İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler* 40
Tablo 11. *İnternet Bankacılığında Yatırım İşlemleri* 41
Tablo 12. *İnternet Bankacılığı Finansal Olmayan İşlemler* 42
Tablo 13. *Mobil Bankacılık Verileri* 43
Tablo 14. *İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi* 47
Tablo 15. *Güvenirlik Analizi* 47
Tablo 16. *Demografik Bilgilerin Dağılımı* 49
Tablo 17. *İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler* 50
Tablo 18. *İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Cinsiyete Göre Karşılaştırılması* 51
Tablo 19. *İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Yaşa Göre Karşılaştırılması* 52
Tablo 20. *İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması* 53
Tablo 21. *İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması* 54

Tablo 22. *İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması* .55

Tablo 23. *İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun İnternet Bankacılığı Kullanma Durumuna Göre Karşılaştırılması* 56

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. T.C. Ziraat Bankası mobil uygulaması 31

Şekil 2. T.C. Ziraat Bankası QR kod örneği 32

Şekil.3. T.C. Ziraat Bankası OTP cihazı 33

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ATM	Otomatik Vezne Makinası
SMS	Kısa Mesaj Servisi
TBB	Türkiye Bankalar Birliği
TCMB	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
OTP	Tek Kullanımlık Şifre

BÖLÜM 1

GİRİŞ

Bankacılık sektörü ülkemizde en gelişmiş sektörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişmişlik yalnızca banka sayısı, artan şube oranı, eğitimli personel sayıları veya sunulan hizmet kalitesi gibi düşünülmemelidir. Bunların yanı sıra ülkemizde bankalar, teknolojik adaptasyonunu tamamlamış bir biçimde, dijital alanda sunulan yenilikler ve inovatif yaklaşımlarla da dünya standartlarında hizmet vermektedir.

Günümüzde hemen her bankanın internet bankacılığı hizmeti bulunmakta ve bu alanda kendini geliştiren çalışmaları devam etmektedir. İnternet günümüzde teknolojinin gelişmesi ile ceplerimize kadar girmiş durumdadır. Bankacılık hizmetleri de bu doğrultuda internet bankacılığı hizmetlerini yaygınlaştırmak adına pek çok aplikasyon ve benzeri uygulama ile tüm internet platformlarına sunum yapmaktadır.

Ancak rakamlara bakıldığında internet bankacılığını kullanan müşterilerin genel bankacılık hizmetinden yararlanan müşterilere oranla oldukça düşük kaldığı göze çarpmaktadır. Ülkemizde banka müşterilerinin yalnızca çok küçük bir kısmının internet bankacılığı hizmetlerini kullanması bu konuda bir araştırma yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Tüm banka müşterilerine ulaşılması ve bu konuda derin bir sonuca varılması mümkün olmadığından araştırmanın evreni daraltılmış ve yalnızca İstanbul ilinde ikamet etmekte olan ve hali hazırda bankacılık müşterisi olan kişilere anket çalışması uygulanmıştır.

Çalışmanın temel amacı internet bankacılığından yararlanmayan banka müşterilerinin hangi sebepler ile bu hizmetten faydalanmak istemediğini tespit etmektir. Bu konuda gerçekleştirilmiş olan anket çalışması ile temel sebepler üzerinde durulmuş (güvenlik kaygıları, internete erişim, hizmet yeterliliği, veri güvenliği, reklam faaliyetlerinin yeterliliği gibi..) ve yanıtlar neticesinde bazı bulgulara ulaşılmıştır. Bu bulgular üç temel başlık altında toplanmıştır. Bunlar Kişisel nedenler, Güvenlik nedenleri ve Ulaşılabilirliktir. Bu bulgular

neticesinde elde olan sonuçlar ile var olan eksikliklerin giderilmesi ve internet bankacılığı kullanıcı sayısının artırılması hedeflenmektedir.

Bu bağlamda ilk olarak kavramsal çerçeve içerisinde bankacılık kavramı, bankacılığın gelişimi ve ülkemizde bankacılık sektörünün mevcut durumu çeşitli istatistiki bilgilerle sunulmaktadır. Kavramsal çerçevenin devamında internet bankacılığı kavramına değinilmiş, internet kavramı ve banka ilişkisi, internet bankacılığının gelişimi ve ülkemizdeki mevcut durumu detaylı olarak ele alınmıştır. İnternet bankacılığının hem bankalar hem de müşteriler açısından avantaj ve dezavantajları ele alınmıştır. Çalışmanın devamında anket gerçekleştirilerek internet bankacılığı kullanan ve kullanmayan banka müşterisi kişiler üzerinde araştırma yapılmıştır. Bu araştırma neticesinde kendilerine yönlendirilen sorulara cevaplar veren bireysel banka müşterilerden alınan veriler analiz edilerek sonuç ve öneriler kısmında yorumlanmıştır.

BÖLÜM 2

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Banka Kavramı ve Bankacılığın Gelişimi

Bu bölümde banka ve bankacılık kavramına değinilecek ayrıca geleneksel bankaların yapısı, dünyadaki ve ülkemizdeki gelişimi incelenecektir. Yanı sıra geleneksel şube bankacılığının istatistikî verilerine yer verilecektir.

2.1.1. Banka Kavramı

Literatür araştırıldığında banka kavramına dair pek çok tanımın bulunduğu, banka kavramının tek bir tanımlama ile sınırlandırılmayacak kadar geniş bir kavram olduğu göze çarpmaktadır. Bunun temel sebepleri arasında bankaların pek çok sektörde farklı hizmetler sunan karmaşık organizasyon yapısına sahip kurumlar olması gelmektedir.

Bankacılık karmaşık finansal sektörler açısından oldukça önemli kurumsal yapıların başında gelmektedir. Günümüzde bankacılığın sektörler açısından taşıdığı önem ele alındığında bankacılık sektörünün işlevsel ve yönetimsel bağlamda farklı özelliklere sahip organizasyonlar içermesi göze çarpmaktadır. Dolayısıyla bu özellikleri göz önüne alınarak bankaların her işlevi için farklı tanımlamaların yapılması gereği doğmuştur (Hızır, 2019, s.3).

Bu tanımlamalara geçmeden önce banka kelimesinin kökenini bilmekte yarar bulunmaktadır. Banka kelimesinin kökeni incelendiğinde İtalyanca masa, sıra ya da tezgâh anlamındaki “banco” kelimesinden geldiği görülmektedir. Bankacılık faaliyeti gerçekleştiren bankerlerin çalışmalarını yaptıkları masaların bu sözcüğün doğmasına neden olduğu düşünülmektedir (Parasız, 2000, s.107).

Temel olarak ele alındığında ve geniş manasıyla bankalar, tasarruf fazlası olan kişilerden bir nema karşılığında aldıkları parayı, ihtiyacı sahibi kişilere yine bir nema karşılığı güderek

aktarma görevini üstlenmiş kuruluşlar olarak adlandırılmaktadır (Uzunoğlu, 1996, s.3). Ancak sadece bu tanıma bakılarak bankaların yalnızca para alışverişi ve ticareti yapan kuruluşlar olduğunu düşünmek oldukça kısıtlayıcı ve yanlış olacaktır.

Bankalar bünyelerinde topladıkları mevduatları en etkin ve verimli biçimde kredi sistemine dâhil etmektedirler. Bunun yanı sıra bankalar topladıkları mevduatlar ile kredi vermekte, hükümetlerin para ve kredi politikalarının uygulanabilmesine yardımcı olmaktadır. Bunların haricinde aracılık çalışmaları gerçekleştirmekte olan bankalar, iştiraklere sahip olan, borsada aktif faaliyet gösteren, müşterilerine para imkânı sunan, kişilerin ve kuruluşların yatırımlarını yönlendirmede danışmanlık hizmeti veren oldukça kapsamlı kuruluşlardır (Güney, 2009, s.1).

Bankaların temel işlevlerinden başlıca olanı ekonominin üretim ve dağıtım koşullarının hazırlanmasında etkili rol oynamasıdır. Bunu krediler vererek gerçek ya da tüzel kişilerin nakit ihtiyaçlarını giderek yapmasının yanı sıra ödeme ve yatırım uygulamalarında da yardımcı rol oynamaktadır. Dolayısıyla bankaların özel ve tüzel kişilerin mevduatlarının yönetiminde önemli etkisi olduğundan söz etmek mümkün görünmektedir (Yüksel, 2002, s.1).

Bankalar kredi uygulamalarında sergiledikleri tutumlarla pazarda hali hazırda olan para hacminin belirlenmesinde etkin rol üstlenmektedir. Avrupa birliği yapmış olduğu tanımla banka kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: *"banka; faaliyeti, halkın mevduat ya da başkaca geri ödemesi gerekli paralarını kabul eden ve kendi hesabına krediler açmadan oluşan bir işletmedir."* (Yüksel, 2002, s.1).

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak bankaların günümüz dünyasında ekonomik ve sosyal olarak büyük katkıları olduğundan söz edilebilmektedir. Bankalar ekonominin şekillenmesinde hem yönlendirici hem de katkı sağlayıcı rol üstlenmektedir. Bunun dışında bankaların mevduat sahiplerine sağladığı büyük avantajlar bulunmaktadır. Bankaların önemine çalışmanın ileri safhalarında özel olarak değinilecektir.

2.1.2. Dünyada Bankacılığın Doğuşu ve Gelişimi

Bankacılık kavramının tarihi araştırıldığında bankacılığın yeni bir kavram olmadığı aksine oldukça eski çağlara kadar gittiği görülmektedir. Eskiden insanların kurdukları alışveriş sistemi ilkel bir takas yöntemine dayanmaktadır. İnsanların ellerindeki malları saklama isteği güvenli bir sistemin oluşması için onları yeni bir arayışa yönlendirmiştir. Romalıların

ve Yunanlıların dünyada bankacılık sisteminin temellerini atan uygarlıklar olduğu kabul edilmektedir (Cantekinler, 2007, s.4).

Günümüzdekine benzer bir şekilde bankacılık faaliyetleri ilk defa tarım ürünlerinin saklanması ve depolanması detayına dayanan ve bu sebeple verilen sertifikalarla birlikte eski Babil ve Sümer Krallıklarında ortaya çıktığı kabul edilmektedir. Bankacılık faaliyetlerinin günümüzdekine yaklaşması adına yapılmış en büyük icatlardan biri ise paranın bulunmasıdır. Lidya medeniyetinin parayı keşfetmesine dayanarak hız kazanan ekonomik faaliyetler, git gide gelişip artarak bankacılık faaliyetlerinin oldukça ciddi bir boyuta taşınmasına neden olmuştur (Acar, 2017, ss.96-103).

Görüldüğü üzere bankacılık faaliyetleri eski çağlardan beri gerçekleştirilmektedir. Başlarda ilkel olarak nitelendirilecek bankalar malların ve tarım ürünlerinin depolandığı ve bunun karşılığında sertifikalandırıldığı yapılardır. Bu malların saklandığı tapınak ve benzeri yapılar zamanla yalnızca depolama işlemi yapmaktan çıkarak kredi sağlayan yerler haline dönüşmeye başlamaktadır. Bu bağlamda ilkel anlamda M.Ö. 3500 senelerinde kurulan ilk banka "Maket" adı ile bilinmektedir. Maket sistemine göre bu yapıda görev alan rahipler ilk olarak kredi sistemi ile borç veren kişiler olarak adlarını bankacılık tarihine yazdırmışlardır. Tüm bu bilgilere arkeolojik kazılar sonucunda ulaşılmaktadır. Kazılardan elde edilen bulgulara ve belgelere göre Maket adı verilen bankaların, dönemine göre oldukça örgütlü ve işlevsel kuruluşlar olduğu ortaya çıkarılmaktadır (Sümer, 2013, ss.6-8).

Bankacılığın gelişmesi teorik olarak ticaretin gelişmesi ile paralel olarak gerçekleşmektedir. Ticaretin gelişerek gemicilik faaliyetleri ile uluslararası bir boyut kazanması, nitelikli bir yapıya bürünmesi, para ve bankacılık ile doğrudan ilişkili kuruluşların ortaya çıkmasında bir zorunluluk doğurmuştur. *Bu minvalde ortaya çıkan sarraflar bankacılığın öncüsü olarak kabul edilmektedir.* 12. yüzyıl Orta Çağ İtalya'sında kendilerini daha sonraları, 'Bancherius' olarak adlandırılan söz konusu bu sarraflar kendileri için belirledikleri yerlerde kurdukları masa yapılı tezgâhlar ile para bozma, paraların ayarlarını kontrol etme, paraları başkaları adına koruma ve muhafaza etme gibi pek çok bankacılık faaliyeti gerçekleştirmişlerdir (Akçacı, 2003, s.27).

Bu dönemde söz konusu sarrafların işlemlerini oldukça kontrolsüz ve bireysel olarak yerine getirmesi bazı sorunlara yol açmıştır. Bu sorunların temelini, sözlerini yerine getirmeyerek insanları zarara uğratmaları oluşturmaktadır. Yanı sıra iflas gibi sorunlar da sarrafların kontrolünü gerekli hale getirmiştir. 1584 yılında yaşanan mali kriz ile birlikte sarrafların iflas etmesi dönemin devlet yetkililerinin bu alana müdahale etmelerini gerekli kılmıştır. Bu

sayede Venedik'te "Banco Della Piazza" olarak adlandırılan ilk resmi banka kurulmuştur (Milli, 2008, s.8).

Tablo 1

Dünyada Bankacılığın Gelişimi

Tarihte İlk Banka	İlk Bankacılık Yasaları	Bankacılığın Gelişmesi ve Denetlenmesi	Milat	İlk Modern Banka	Çek ve Banknot Kullanımı	Goldsmithler ve Sertifika	İlk Merkez Bankası	Modern Bankacı-lığın Başlaması
3500	2000	1000	0	1609	1637	1640	1694	1907
MÖ.3500					Sümer ve Babil'de mabetlerde rahiplerin borç verdiğine dair bankacılık belgeleri bulunmuştur.			
MÖ.2000					Eshunnanca Krallığı ilk bankacılık yasalarını düzenlemiş, faiz oranını %20 olarak hükme bağlamıştır. Hammurabi yasaları, kredi verme, mevduat toplama, komisyon işlemlerini hükme bağlamış, kredi senetleri killer üzerine 2 nüsha halinde yazılmıştır.			
MÖ.1000					İlk ve Orta Çağ'da Yunanlılar, Romalılar ve Mısırlılar bankacılığı geliştirmiş, eski Mısır'da faiz sınırlanırken eski Yunan'da bankacılık denetimlerine başlanmıştır.			
1609					İlk modern banka 'Amsterdam Bankası' kurulmuştur.			
1637					Venedik Bankası kurulmuş çek ve banknot kullanımı başlamıştır.			
1640					İngiltere Kralı tarafından tüccarların altınına el konulmasıyla birlikte, altınlar 'Goldsmith' denilen tüccarlara sertifika karşılığı verilmeye başlanmıştır.			
1694					İngiltere Merkez Bankası (İlk Merkez Bankası) kurulmuştur.			
1907					Sistem, Federal Reserve Bank (ABD Merkez Bankası) ile olgunluğa ulaşmış ve modern bankacılık başlamıştır.			

Kaynak: Aydın, N. (2006). Bankacılık Uygulamaları. Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.21.

Yukarıdaki tabloda belirtildiği üzere bankacılığın süreçleri geçmişten günümüze dek ele alınmıştır. İlkel bankacılık olarak görülen milattan önce 3500 yıllarında başlayan bankacılık serüveni ortaçağdan itibaren büyük ivme göstererek gelişmesine devam etmiş ve bankacılığa devlet müdahalesi başlamış, nihayetinde de ilk 1609 modern banka kurularak 20. yy başlarında günümüzün modern bankacılığı başlamıştır. Modern olarak nitelendirilecek ilk banka Hollanda'da da 1609 yılında kurulan Amsterdam Bankası'dır. Bu bankanın başarılı bir faaliyet göstermesi, yüksek kâr elde etmesi üzerine 1619 yılında Hamburg Bankası kurulmuştur. Bunları takiben 1637 yılında Venedik Bankası kurularak çek ve banknot kullanımı başlamıştır (Milli, 2008, s.5).

Yukarıdaki gelişmelerin akabinde bankacılığın gelişimi ve kurulan merkez bankaları aşağıda sıralanmaktadır (Sümer, 2013, s.10):

- İngiltere 1694 yılında,
- Fransa 1800 yılında,
- Hollanda 1814 yılında,
- Norveç ve Avusturya 1817 yılında,
- İspanya 1856 yılında,
- Almanya 1875 yılında,
- Japonya 1882 yılında,
- Portekiz 1887 yılında,
- İsviçre 1907 yılında,
- ABD 1913 yılında.

2.1.3. Türkiye'de Bankacılığın Gelişimi

Ülkemizde bankacılık faaliyetleri incelendiğinde dünyadaki örnekleri gibi çok eski zamanlara dayanmadığı, bankacılığın nispeten yeni bir kavram olduğu göze çarpmaktadır. Ülkemizde bankacılığın gelişimini Cumhuriyet öncesi ve sonrası dönem olarak ikiye ayırmak mümkündür.

2.1.3.1. Cumhuriyet Öncesi Bankacılık

Ülkemizde Tanzimat dönemi öncesi incelendiğinde bankacılık hususunda herhangi uygulama bulunmamaktadır. Bankacılığın bu tarihlerden önce gelişmemesinin sebebi olarak toplumsal yapının bankacılık faaliyetine uygun olmaması öngörülmektedir. Türklerin genellikle askerlik ve yöneticilik mesleklerini tercih ettikleri, ticaret ve sarraflık gibi meslekleri ise gayrimüslimlerin icra ettiği toplumda bankacılık uygulamasına ihtiyaç duyulmadığı düşünülmektedir. Osmanlı'da sanayi devrimine uzak kalınması da başka bir neden olarak karşımıza çıkmaktadır (Takan ve Boyacıoğlu, 2011, s.4).

Dolayısıyla sanayi ve dışa açılma hamlelerinden soyutlanan Osmanlı'da bankacılık faaliyetlerinin 19. yüzyıla kadar herhangi bir ilerleme yaşadığından söz etmek pek mümkün değildir. Özellikle dışa kapalı bir ekonomiye sahip olması Osmanlı'da bankacılık uygulamalarının önünde bir engel teşkil etmiştir. Osmanlı'da bu döneme kadar tıpkı eski

çağlarda olduğu gibi sarraflar bankacılık faaliyetlerini üstlenmektedir. Yanı sıra Venedikli ve Cenevizlilerin bankacılık faaliyetlerinde 19. yüzyıla kadar etkili oldukları bilinmektedir (Yazıcı, 2018, ss.2-3).

Osmanlı dönemindeki en önemli banka Osmanlı Bankası'dır. Osmanlı Bankası 1863 yılında İngiliz sermayesi ile kurulmuş olup daha sonra bünyesine Fransa sermayesi de katılmıştır. Bank Osmanı-i Şahane ismi ile kurulan bu banka Cumhuriyetin ilanından sonra 1925'e kadar faaliyetlerine merkez bankası işlevi görerek devam etmiştir (Güney, 2008, s.2). Osmanlı Bankası ülkemiz adına bankacılık sektörünün başlangıcı olarak kabul edilmektedir ancak görüldüğü üzere Osmanlı İmparatorluğu bankacılık uygulamalarında temellerini 17. yüzyılda atan çağdaşı ülkelere göre oldukça geride kalmış ve bankacılığa ancak 19. yüzyılda önem göstererek banka kurulmuştur.

Osmanlı Bankası, Cumhuriyet öncesi kurulan tek banka olarak düşünülmemelidir. Cumhuriyete kadar 24 adet milli banka kurulmuş ve sektörün oluşturulmasına katkı sağlanmıştır. Osmanlıda kurulan bankalar ve tarihleri aşağıda belirtilmektedir (Akgüç, 1989, ss.319-350):

- İstanbul Bankası – 1911
- Konya İktisadi Milli Bankası – 1911
- Adapazarı İslam Ticaret Bankası – 1913
- Karaman Milli Bankası – 1913
- Emvali Gayrimenkule ve İkrazat Bankası – 1914
- Aydın İncir ve Himaye-i Zürra Osmanlı A.Ş. (Milli Aydın Bankası) – 1914
- Emlak ve İkrazat Bankası – 1914
- Asya Bankası – 1914
- Akşehir İktisadi Osmanî Şirketi – 1916
- Kayseri Milli İktisat Bankası – 1916
- Köy İktisat Bankası – 1916
- İtibar-ı Milli Bankası – 1917
- İktisad-ı Milli Bankası – 1917
- Manisa Bağcılar Bankası – 1917
- Konya Ahali Bankası – 1917
- Ticaret ve İtibar-ı Umumi Bankası – 1918
- Türkiye Umumi Bankası – 1918

- Eskişehir Çiftçiler Bankası – 1919
- Adapazarı Emniyet Bankası – 1919
- Konya Türk Ticaret Bankası – 1920
- İktisat Türk Bankası – 1920
- Bor Zürra ve Tüccar Bankası – 1922
- Dersaadet (İstanbul) Küçük İstikraz Sandığı – 1923

2.1.3.2. Cumhuriyet Sonrası Bankacılığın Gelişimi

Ülkemizde Kurtuluş Savaşı'nın ardından gelen dönemde Cumhuriyetin kurulmasında önemli atılımlara imza atılan *İzmir İktisat Kongresi,* Türk ekonomisinin ve bu bağlamda ulusal bankaların kurulup gelişmesinde oldukça ciddi bir öneme sahiptir. Bu kongre doğrultusunda alınan kararlar hızla uygulamaya alınmıştır. Bu dönemde bankacılık sektörü açısından özel sektörün olanaklar doğrultusunda henüz hazır olmadığı düşünüldüğünden bankacılık için atılan ilk adamlar devlet destekli olmuştur. Kongreye katılan esnaf ve tüccarların istekleri uyarınca 1924 yılında kurulan Türkiye İş Bankası, Cumhuriyet döneminin özel sermayeli ticaret bankası olarak hayata geçmiştir (Yetiz, 2016, ss.110-111).

İktisat kongresinin sonuçlarından bir diğeri de Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası'nın kurulmasıdır. Bu bankanın temel amacı kalkınma adına yeni girişimlere destek olmak ve kredi ihtiyaçlarını sağlamaktır. Dolayısıyla Cumhuriyet sonrası kurulan ilk kalkınma bankasıdır. Yanı sıra kongrede tarım kredilerine odaklanması açısından Ziraat Bankasının sermayesi yükseltilmiştir ve yetkileri artırılmıştır. 1927 yılında konut ve inşaat sektörünün güçlendirilmesi için Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur (Yetiz, 2016, ss.110-111).

1923 – 1932 yılları arası yer alan bu dönem Ulusal Bankalar dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde İzmir İktisat Kongresi ile alınan en önemli kararlardan biri de 1930 yılında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nın kurulması olmuştur. Kuruluş kanunu uyarınca Merkez Bankasının temel görevi ülkenin para politikasını belirlemektir. Bu sayede iktisadi kalkınma hedeflenmektedir. Ulusal Bankalar döneminde ayrıca İller Bankası, Sümerbank, Etibank, Denizbank ve Halk Bankası gibi bankaların da temeli atılmıştır (Karluk, 2014, ss.445-448).

Ülkemizde 1945 – 1959 yılları arasında tüm sektörlerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de özel girişimlerin ortaya çıktığı bir dönem olarak gerçekleşmiştir. Yeni bankaların kurulması bu dönemde bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Bunun temel sebepleri arasında İkinci Dünya Savaşı sonrasında artan nüfus ve ticari faaliyetlerin artmasıdır. Dolayısıyla devlet, özel sektörün bankacılık konusunda hızlanması adına bazı politikaları bu dönemde hayata geçirmiştir. Hayata geçirilen politikalarla birlikte bu dönemde özel bankaların kurulduğu görülmektedir (Erdem, 2014, s.246).

1980 yılı Türk Bankacılığı için önemli bir yıldır. Türk bankacılığının gelişmesi bakımından 24 Ocak 1980 kararları oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Bu dönem ekonomi açısından yasal bir değişim sürecine girildiği görülmektedir. Bu süreç finansal serbestliğe gidildiği ve bankacılık sektörünün uluslararası rekabete girdiği bir dönemi ifade etmektedir. Yanı sıra bu dönemde bankacılık sektörüne giriş kolaylaşmıştır (Sümer, 2016, s.489).

2.1.4. Banka Türleri

Bankacılık kavramını ve sektörünü anlamak için banka türlerini incelemek çalışmaya büyük katkı sağlayacaktır. Bu bakımdan literatür taraması sonucu banka türlerini; *Kapsamına göre, Faaliyet alanlarına göre ve Mülkiyet alanlarına göre* sınıflandırarak değerlendirmek mümkündür.

2.1.4.1. Kapsamına Göre Bankalar

Özel Bankalar; Özel bankalar kapsamına göre banka sınıflandırmalarına bir örnek teşkil etmektedir. Özel bankalar tüketicilerin beklentilerine göre işlem yapabilen ve onlara alternatif işlemler gerçekleştiren bir yapıya sahiptir. Özel bankacılık sisteminde tüm bankacılık işlemleri, kiralık kasa, gişe hizmetleri, repo işlemleri, gayrimenkul alım-satım işlemleri, hisse senetleri alım-satımı, kredi kartı vb. işlemlere hizmet verilmektedir (Yağcılar, 2011, s.10).

Perakende Bankalar; Perakende bankacılığı olarak adlandırılan bankacılık türü de kapsamına göre değerlendirilen bankalar arasındadır. Bu bankalar çok amaçlı bankalar olarak da adlandırılmaktadır. Perakende bankaların müşterileri genellikle bireyler ve küçük ve orta boy işletmelerden oluşmaktadır. Söz konusu müşterilere kredi ve mevduat işlemi

sunan perakende bankalar çok sayıda şubeden oluşup genellikle geniş hacimli ve küçük işlem yapan bankalardır (Yağcılar, 2011, s.10).

Evrensel Bankalar; Evrensel bankalar finansal sektör bünyesinde çok ürün meydana getiren firmalar olarak bilinmektedir. Bu bankalar kendi ülkelerinde müşteri potansiyellerini oldukça fazla tutmaktadırlar. Ayrıca yabancı ülkelerde perakende bankacılık uygulamalarında pek bulunmamaktadırlar. İşletme finansmanı, sermaye piyasası, yabancı para araçları gibi hizmetleri kapsayan büyük bir hizmet yelpazesi olan bir bankacılık türüdür (Yağcılar, 2011, s.10).

Uluslararası Bankalar; Bu bankaların oldukça büyük bir müşteri portföyü bulunmaktadır ve yabancı ülkelerdeki müşteriler de bu portföye dâhildir. Uluslararası bankalar diğer ülkelerde şubeleşmekte, temsilcilik açma şeklinde hizmet vererek toptan ve perakende olarak yerli yabancı müşteri ayırt etmeksizin her türlü hizmeti vermektedir. Söz konusu bankaların en büyük avantajı ulusal faiz dalgalanmalarından minimum seviyede etkilenmeleridir. (Yağcılar, 2011, s.10).

Holding Bankacılığı; Hali hazırda olan bir bankanın birden çok bankayı kapsamı altına alarak dolaylı ya da doğrudan yönetimine alması holding bankacılığı olarak nitelendirilmektedir. Büyük şirketlerin geniş kredi ihtiyaçlarını gidermek holding bankaların temel işlevleri arasındadır (Kaya, 2012, s.87).

Kıyı Bankacılığı; Kıyı bankacılığı Off-shore bankacılığı adı ile de nitelendirilmektedir. Çok uluslu işletmelere ve girişimlere hizmet sunarlar. Bu bankacılık türü denetim ve vergilendirmenin nispeten daha az olmasından kaynaklı olarak eleştirilmektedir. Bulundukları ülkedeki bankacılık mevzuatının dışında tutularak, bulundukları ülkedeki para birimi dışında da işlem gerçekleştirebilmektedirler (Kaya, 2012, s.87).

2.1.4.2. Faaliyet Alanlarına Göre Bankalar

Faaliyet alanlarına göre bankalar, Ticaret bankaları, Yatırım bankaları, Kalkınma bankaları, Katılım bankaları ve Merkez bankaları olarak sınıflandırılmaktadır. *Ticaret bankaları* sektörde karşımıza en çok çıkan bankalar arasında bulunmaktadır. Ticaret bankalarının temel işlevi mevduat toplayarak bu mevduatlarla kredi olanağı sağlamasıdır. Ticaret bankaları finans sektörü için oldukça önemli bir konumdadır (Kaya, 2012, s.81).

Yatırım bankaları ise daha çok devlet kurumları ve büyük ölçekli işletmelerin para ihtiyacını uzun vadede karşılama işlevi görmektedir. Yatırım bankalarının çok fazla sayıda şubesi bulunmamaktadır. Her türlü işlemi gerçekleştirmek yerine daha çok danışmanlık ve komisyona dahil olan işlemleri gerçekleştirmek bu tür bankaların işlemleri arasında bulunmaktadır (Şakar, 2000, s.20).

Kalkınma bankaları adından da anlaşılacağı üzere ulusal kalkınmanın hedeflendiği büyük yatırımlar için finans kaynağı olan bankalardır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin bu tür bankalara ihtiyaç duyduğu bilinmektedir. Kalkınma bankalarının mevduat toplama özelliği bulunmamaktadır. Mevduat toplama yerine devlet ya da uluslararası fonlarca desteklenmektedirler (Yağcılar, 2011, s.13).

Faaliyet alanlarına göre değerlendirildiğinde bir diğer bankacılık örneği ise katılım bankalarıdır. *Katılım bankaları* faiz esasına dair işlem yapmamaktadır. Dolayısıyla faizli bankacılık sistemini kullanmak istemeyen müşterilerin beklentilerine göre hizmet sunmaktadırlar. Bu bağlamda katılım bankaları geleneksel bankacılık sektöründen faiz faktörü ile ayrışmakla beraber faiz kavramı yerine kâr zarar ortaklığı kavramını esas almaktadır (Kaya, 2012, s.81).

Diğer bir banka türü ise merkez bankalarıdır. *Merkez Bankaları* para piyasasında düzenleyici bankalardır. Bulundukları ülkelerdeki para ve kur politikasını düzenlemekte, fiyat ve finansal sistemdeki istikrarlılığın devamlılığını korumakta, banknot dolaşımını sağlamaktadırlar. Merkez bankaları devletin finansal politikalarını destekler yapıya sahip olup büyüme ve istihdamı desteklemektedir (Parasız, 2003, s.333).

2.1.4.3. Mülkiyet Yapılarına Göre Bankalar

Bankalar sermaye yapılarına göre de sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma aşağıda belirtilmektedir:

- Özel Bankalar: Bankanın sermayesinin özel bir kişi ya da kuruluşlarca karşılandığı bankaları temsil etmektedir. Dolayısıyla bu bankalarda kamu payı bulunmamaktadır. Bu şekilde kurulan bankalara örnek olarak; ticaret, mevduat ya da yatırım bankaları gösterilebilir (Kaya, 2012, s.72).
- Kamu Bankaları: Bu bankalar özel bankaların tersine sermayesinin dolaylı ya da doğrudan kamu sermayesi tarafından karşılandığı bankaları ifade etmektedir.

Ülkemizde Ziraat Bankası, Halk Bankası gibi bankalar kamu bankalarına örnek olarak gösterilebilir (Şakar, 2000, s.19).

- Karma Bankalar: Sermayesinin hem özel hem de kamuya ait kısımları olan bankalardır.
- Yabancı Bankalar: Sermayesi ülke dışından gelen yabancı ulus ya da kişilere ait olan bankalardır. Bu bankalar gerekli izinleri alarak belirledikleri ülkelerde hizmet verirler.

2.1.5. Türkiye'de Temel Bankacılık Ürün ve Hizmetleri

Ülkemizde bankacılık faaliyetlerinin artması ve çeşitlenmesi 1980 yılı sonrasıdır. Bu tarihte serbest piyasaya geçilmiş olmasının yanı sıra bilinçlenen bir tüketici grubu da ortaya çıkmıştır. Dönemin rekabet koşullarından her sektör olduğu kadar bankacılık sektörü de etkilenmiş, rekabet koşullarına uyum sağlamaya çalışan bankalar tüketici istek ve beklentilerine uygun yapılanma süreçlerine girmiştir. Dolayısıyla rekabet avantajı oluşturmak için bankalar teknolojik alt yapılarını geliştirdiği gibi bununla beraber ürün ve hizmetlerini de çeşitlendirmiştir (Erdoğan, 1998, s.154).

Türkiye'de hizmet veren bankaların sağladıkları temel hizmet ve ürünler aşağıda maddeler halinde incelenecektir.

2.1.5.1. Mevduat Hizmetleri

Mevduat hizmetlerini açıklamadan önce mevduatın ne olduğunu bilmek gerekmektedir. Mevduat en basit anlatımı ile *''bankaların belirli bir vade sonunda geri verilmek suretiyle tasarruf sahiplerinden doğrudan toplamış olduğu fonlar''* şeklinde açıklanmaktadır. Söz konusu fonları toplama işlemi yalnızca ticari bankalar ve katılım bankaları tarafından yapılmaktadır (Doğan, 2018, ss.5-8).

Bankalar fon toplama işlemini gerçekleştirdiği kullanıcılara hem saklama hem de finansal açıdan katkı sağlamaktadır. İster birey ister kuruluş olsun tüm kişilere ait mevduatlarının güvencesi bankalar tarafından verilmektedir. Bu durum çift taraflı yarar sağlayan bir ilişki olarak değerlendirilebilir. Bu ilişki sayesinde hem banka hem de mevduat sahibi kâr elde etmiş olmaktadır. Mevduat sahibi mevduatının güvence altında olduğu için tasarruflarını güvende hissederken banka ise kaynaklarını artırmış olmaktadır. Bunun yanı sıra mevduat sahibi mevduatının boyutuna göre belirli bir getiri kazanmaktadır. Yanı sıra mevduat sahibi

bankadaki mevduatları üzerinden kredi, ödeme vb. gibi bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmektedir. (Kanıpek ve Balıkçıoğlu, 2015, ss.174-176).

Ülkemizde bankalarda mevduat sahipliğinin gelişimi incelendiğinde; toplam mevduatın 1994 yılında ivmelenerek oldukça hızlı bir biçimde arttığı göze çarpmaktadır. Bu tarihten sonra mevduat hesaplarının artmasının temel nedeni olarak devletin mevduatlara verdiği güvence ve mevduatlara verilen banka faizlerinin artırılmış olması gelmektedir. Mevduat çeşitleri minvalinde ise en ciddi payın vadeli tasarruf mevduatına ait olduğu bilinmektedir. Mevduat bankalarının genel mevduat toplamı %103,3 seviyesiyle 1994 yılında rekor düzeyde gelişmiştir (Karluk, 2014, s.421).

2.1.5.2. Kredi Hizmetleri

Bankaların temel hizmetlerinden biri de kurumsal, bireysel, ithalat ve ihracat kredileri gibi pek çok çeşitte kredi imkânı tanımalarıdır. Fakat tüm bankaların kredi politikaları farklı durumlara göre oluşabilmektedir. Temel anlamda kredi, önceden belirlenmiş bir tarih bitiminde bankaya geri verilmek koşuluyla diğer tarafa mal ve hizmet satın alma gücü sağlaması adına verilmiş ödünç fonlar şeklinde nitelendirilir. Kredinin temel koşulları vade, güven ve risk faktörüdür (Takan ve Acar, 2018, ss.141-159).

Bankalar, risk ve güven unsurlarını aynı anda taşımakta olan ve büyük sorumluluk alan kurumlardır. Bir kredinin vade sonunda ödenmesi zorunludur. Bankanın kaynaklarını tehlikeye sokmaması için kredi durumlarında güven ilişkisinin sağlanması gerekmektedir. Risk faktörünü bankalar her zaman taşırlar çünkü verilen kredinin iadesi her zaman mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla bankaların dikkat ettikleri en önemli noktalardan biri risk faktörüdür. Bu bağlamda tüm bankalar kendilerini güvenceye almak için kefalet, ipotek gibi yöntemler kullanarak risk faktörünü en aza indirmeyi hedeflerler (Takan ve Acar, 2018, ss.141-159).

Kredi işlevi bankaların en önemli işlevlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bilindiği üzere ilkel bankacılık tarihinden itibaren kredi işlevi bankacılığı kendine has bir sektör haline getiren en temel işlevdir. Günümüzde değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte toplumsal yapı, ekonomik yapı, sektörler farklı bir boyut kazansa da kredi verme ve alma işlemleri temelinde aynı kalmıştır. Kredi alma süreçleri şu şekilde belirtilebilir; kredi talep eden ile bir ön görüşme yapılması ve kredi başvurusunun kabulü, kredi analizinin

gerçekleştirilmesi, verilmiş olan kredilere ait yapılandırma, kredinin sürekli biçimde takip edilmesi, kredinin tahsil edilmesi ve tasfiyesidir (Akgüç, 2000, ss.1-30).

2.1.5.3. Hizmet Bankacılığı

Bankacılığın gelişimi incelendiğinde günümüze gelinceye kadar temel işlevlerin fon değişimi, kredi sağlama gibi işlemler olduğu bilinmektedir. Ancak 1980'li yıllardan itibaren hızla gelişen teknolojik gelişmeler sebebiyle yeni hizmet alanları ortaya çıkmıştır. Teknoloji özellikle mali sistem üzerine büyük etkiler yaratmıştır (Kaya ve Arslan, 2016, ss.423-449).

Bunların yanı sıra küreselleşme ile birlikte rekabet koşulları ağırlaşmış ve bankalar yeni alternatif işlemler arayışına girmişlerdir. Bir başka ifade ile hizmet bankacılığının bir zorunluluk olarak doğduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla bankalar günümüzde yalnızca kredi ve mevduat işlemleri değil hizmet işlemleri de gerçekleştirmektedir (Kaya ve Arslan, 2016, ss.423-449).

Bankaların teknolojik gelişmelere adapte olması ile birlikte kimlik değiştirmeye başladıkları, şubelerinde küçülme yoluna gittikleri bilinmektedir. Şubelerin küçültülmesi, tüketicilerin bu şubeleri daha çok kullanacakları esasına dayandırılmıştır. Teknolojik cihazların yaygınlaşmasının tüm sektörler kadar bankacılık sektörü açısından da bireylerin hayatlarını kolaylaştıracağı düşünülmektedir. (Uzun ve Berberoğlu, 2018, ss.51-62).

Bankacılık sektörü teknolojik gelişmelerden ve yeni cihazlardan en çok faydalanan sektörlerin başında gelmektedir. Zaman içerisinde banka maliyetlerinin düşmesi, daha geniş kesimlere ulaşılması, zamandan ve emekten tasarruf edilmesi, müşterilerin diğer mali nitelikteki işlerinde kolaylıklar sağlanması teknolojinin olumlu etkileri olarak bankacılık sektörüne yansımıştır.

Aşağıda hizmete dayalı bankacılık aktiviteleri açıklanmaktadır (Kayan, 2009, ss.134-141);

- *Saklama hizmetleri;* Bu hizmetler banka bünyesinde yer alan kiralık kasaların ihtiyaç sahibi kişilere bir ödeme karşılığında kiralanmasına dayanmaktadır. Müşteriler, kanunlar çerçevesinde bu kasalarda özel emanetlerini muhafaza edebilmektedir.
- *Ödeme ve tahsilât hizmetleri;* Günümüzde pek çok para transferi işlemi bankalar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu transferlerin bazıları ödeme şeklindedir. EFT, havale ve diğer tahsilât işlemleri bankaların sunduğu hizmetler arasında yer almaktadır.

- *Döviz alım satımı ve arbitraj hizmetleri;* Bankaların sunmuş olduğu önemli sayılabilecek hizmet türlerinden biri de para biriminin değiştirilmesi işlevidir.
- *Sigorta hizmetleri;* Sigorta hizmeti işlemleri bankaların doğrudan olmasa da acentesi oldukları işletmeler doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.
- *Elektronik bankacılık hizmetleri,* Teknolojinin gelişmesi ile bankaların kullanımına sunulan pek çok yeni cihaz bulunmaktadır. Bunlardan biri de ATM olarak adlandırılan bankamatiklerdir. Müşterilerin banka şubelerine olan bağımlılığını azaltılma etkisi olan elektronik bankacılık hizmetlerinin pek çok çeşidi bulunmaktadır. Çalışmanın temelini oluşturan internet bankacılığı kavramı da elektronik bankacılık hizmetleri arasında yer almaktadır.

2.1.6. Türkiye'de Bankacılık Sektörünün Mevcut Durumu

Bu bölümde Türkiye'de bankacılık sektörünün mevcut durumuna dair bazı belli başlı bilgilere yer verilecektir. Konuyla doğrudan ilgisi olmayan veriler konu dışı tutularak mevcut durum istatistikî verilerle göz önüne serilmeye çalışılacaktır. Aşağıda Türkiye Bankalar Birliğinin 10.07.2019 tarihinde yayınlamış olduğu istatistikî bilgiler uyarınca ülkemizde faaliyet gösteren bankalar ve şube sayıları belirtilmektedir (TBB, 2019):

Tablo 2

Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
T.C. Ziraat Bankası		1741	23
Türkiye Halk Bankası		990	6
Türkiye Vakıflar Bankası		948	3
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	3	3679	32

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Tablo 3

Özel Sermayeli Mevduat Bankaları

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
Adabank A.Ş.		1	-
Akbank T.A.Ş.		776	1
Anadolu Bank A.Ş.		113	-
Fibabanka A.Ş.		69	-
ŞekerBank T.A.Ş.		273	-
Turkish Bank A.Ş.		12	-
Türk Ekonomi Bankası		492	4
Türkiye İş Bankası		1278	22
Yapı ve Kredi Bankası		853	1
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	9	3867	28

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Ülkemizde yurtiçinde faaliyet gösteren ve hala faaliyetine devam eden, yurt içinde de şubesi bulunan toplam 3 banka kamusal sermayeli mevduat bankası 3679 adet şubesi ile hizmet vermektedir. Özel sermayeli mevduat bankalarının sayısı ile 9 olmakla beraber yurtiçi 3867, yurtdışı 28 şubesi olmakla beraber toplam 3895 şubesi ile hizmetlerine devam etmektedir.

Tablo 4

Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalar

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
Alternatif Bank A.Ş.		49	-
Arap Türk Bankası A.Ş.		7	-
Bank of China Turkey		1	-
Burgan Bank A.Ş.		37	-
Citibank A.Ş.		3	-
Denizbank A.Ş.		710	1
Deutsche Bank A.Ş.		1	-
HSBC Bank A.Ş.		82	-
ICBC Turkey Bank A.Ş.		44	-
ING Bank A.Ş.		222	-
MUFG Bank A.Ş.		1	-
Odea Bank A.Ş.		47	-
QNB Finansbank		542	1
Rabobank A.Ş.		1	-
Turkland Bank A.Ş.		17	-
Türkiye Garanti Bankası		914	8
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	16	2678	10

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Tablo 5

Türkiye'de Şube Açan Yabancı Sermayeli Bankalar

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
Bank Mellat		3	-
Habib Bank		1	-
Intesa Sanpaolo S.p.A.		1	-
JPMorgan Chase Bank		1	-
Societe Generale		1	-
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	5	7	-

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Türkiye'de çok sayıda yabancı sermayeli banka bulunmakta ve günümüzde halen faaliyetine devam etmektedir. Bu bankalardan Türkiye'de kurulmuş olan yabancı sermayeli bankaların toplamı 16'dır. 16 banka 2678 yurtiçi, 10 yurtdışı toplam 2688 şube ile hizmet vermektedir. Bunun dışında Türkiye'de şube açan yabancı sermayeli bankalar da bulunmaktadır. Bu bankaların toplamda 5 adet olmakla birlikte şube sayıları 7'dir.

Tablo 6

Kamusal Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
İller Bankası A.Ş.		19	-
Türk Eximbank		15	-
Türkiye Kalkınma ve Yatırım Bankası A.Ş.		1	-
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	3	35	-

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Tablo 7

Özel Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
Aktif Yatırım Bankası		10	-
Diler Yatırım Bankası		1	-
GSD Yatırım Bankası		2	-
İstanbul Takas ve Saklama Bankası		1	-
Nurol Yatırım Bankası		1	-
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.		3	-
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	6	18	-

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Tablo 8

Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları

Banka Adı	Banka Sayısı	Yurtiçi Şube	Yurtdışı Şube
Bankpozitif Kredi ve Kalkınma Bankası		1	-
Merrill Lynch Yatırım Bank		1	-
Pasha Yatırım Bankası		1	-
Standart Chartered Yatırım Bankası		1	-
	TOPLAM	TOPLAM	TOPLAM
	4	4	-

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp

Ülkemizde çok sayıda özel sermayeli, kamu sermayeli ve yabancı sermayeli kalkınma ve yatırım bankası faaliyet göstermektedir. Bunlardan kamusal sermayeli olan kalkınma ve yatırım bankalarının sayısı 3 olmakla birlikte toplam 35 şube ile hizmet göstermektedir. Özel sermayeli kalkınma ve yatırım bankalarının sayısı ise 6 adettir. Bu 6 banka 18 şubesi ile hizmet vermektedir. Yabancı sermayeli yatırım ve kalkınma bankalar 4 banka ve 4 şube ile hizmet vermektedir.

Genel bir değerlendirme ile ülkemizde şu anda biri Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmiş olmak üzere 47 adet ayrı banka bulunmakta ve bu bankalar aktif olarak hizmetlerine devam etmektedir. 47 adet bankanın toplamda 10289 adet şubesi bulunmaktadır.

Kamu sermayeli mevduat bankalarının sayısı özel sektöre göre oldukça düşük kalmaktadır ancak şube sayısı olarak özel sektöre hayli yaklaştığı göze çarpmaktadır. 47 adet bankanın 25'i türüne bakılmaksızın yabancı sermayeli bankalardan oluşmaktadır. Türkiye'de yabancı sermayeli bankaların toplam şube sayısı ise 2689'dur.

Bankaların çalışan sayıları incelendiğinde yine Türkiye Bankalar Birliği'nin Haziran 2018 raporu karşımıza çıkmaktadır. Bu rapora göre mevduat bankaları ile kalkınma ve yatırım bankalarında toplam çalışan sayısı 193.815 kişi olarak belirtilmektedir.

2.2. İnternet Bankacılığı

Teknolojik ilerlemelerin bankacılık alanındaki uygulamaları sonucu ortaya çıkan bir uygulama olan internet bankacılığı banka müşterilerinin interneti kullanarak bankacılık işlemlerini gerçekleştirmeleri olarak ifade edilebilir.

2.2.1. İnternet Kavramı ve Bankacılık İlişkisi

Günümüzde hepimizin aşina olduğu teknoloji kavramı, sıklıkla duyduğumuz ve kendini bizlere yeni araç gereçlerle gösteren son derece önemli ve hayatlarımızın içerisinde olan bir kavramdır. Teknolojinin ürünleri olan yeni araç gereçler, internet, bilgisayarlar ve cep telefonları gibi kitle iletişim araçları bugün evlerimizde ceplerimizde ve ulaşılması kolay noktalarda bizlere hizmet vermektedir. Yüksek teknolojik ürünlerin hayatlarımıza girdiği günden itibaren bu araçlar sayesinde başta iletişim alanında büyük bir devrim gerçekleştiğini söylemek mümkündür.

Yanı sıra bu araçlar hemen her sektörde boy göstermiş, sistematik olarak kullanılır hale gelerek işlerin daha pratik ve kolay halde sunulmasının önünü açmıştır. Bankacılık sektörü de bilişim sistemlerine en çabuk adapte olan sektörler arasında yer almaktadır. Başka bir bakış açısı ile de bankacılık sektörü için bu sistemlerin kullanılması bir zorunluluk haline gelmiştir. Bankacılık ve internet ya da bilişim sistemleri konusunu incelemeden önce internetin ne olduğunu ve hayatlarımıza nasıl girdiğini incelemek faydalı olacaktır.

Günümüzde hayatlarımızı kolaylaştıran ve bize iletişimde farklı bir boyutun kapısını aralayan internet asıl olarak bir savaş teknolojisi olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde İkinci Dünya Savaşı sonrası farklı bir haberleşme teknolojisi arayışı ile doğmuştur. Bu haberleşme aracı birbiri ile bağlantılı bilgisayarların haberleşmesi için kurulan bir ağ üzerinden meydana getirilmiştir.

1950'li yıllarda başlayan ve geliştirilmeye devam eden internet bir süre savaş teknolojisi olarak kullanılmaya devam ettikten sonra 1971 yılında elektronik posta, 1979 yılında da ağ haberleşme servisleri ile başta üniversiteler olmak üzere gündelik hayatta kullanılan halini almaya başlamıştır (Yıldız, 2010, s.19).

İnternet teknolojisinin ülkemizde kullanılmaya başlandığı tarihler ise ne yazık ki bu örneklere göre daha sonradır. İlk olarak 1991 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve TUBİTAK tarafından yapılan çalışmalar ile internet konusunda ilk projeler

başlamıştır. Bu projeler kapsamında ilk olarak 1993 yılında ODTÜ ve Washington arasında bir görüşme gerçekleştirilmiştir (Sırabaşı, 2007, s.57).

Bilindiği üzere internet bir ağ oluşturma ve ağ üzerinden iletişim kurma açısından iletişimde yeni bir kanal açmış ve hayatlarımızı kolaylaştırmıştır. Bankalar gibi para transferlerinin gerçekleştirildiği, çeşitli işlemlerin anında ve doğru olarak yapıldığı kurumlar için internetin kullanımı oldukça önemlidir. Bu bağlamda çeşitli araştırmacılar bankacılığın, teknolojik gelişmelerin ana kaynağı olduğunu düşünmektedir. Bu bağlamda ‘‘*ilk ağ kurulumu, ilk etkin bilgisayar kullanımı, ilk parasal bilgi transferi etkin ve doğru biçimde bankalar tarafından gerçekleştirilmiştir’’* (Özkan ve İpekten, 2017, s.251).

Dolayısıyla ‘‘*Türkiye’de internet bankacılığının ilk uygulamasına, 1997 yılında İş bankası başlamıştır. Bu uygulamayı aynı yıl Garanti Bankası takip etmiştir. Daha sonra sırasıyla Osmanlı Bankası, Pamukbank, Esbank, Akbank ve Yapı Kredi Bankası internet bankacılığı hizmetini müşterilerine sunmuşlardır’’* (Kartal ve Pala, 2010, ss.43). Günümüzde hemen her banka internet ve bilişim teknolojilerini etkin olarak kullanmakta ve sistemlerini bu teknolojiler doğrultusunda güncellemektedir.

2.2.2. İnternet Bankacılığı Kavramı ve İnternet Bankacılığının Gelişimi

Teknolojik gelişmelerin bankalara olan etkisinin son derece büyük olduğu önceki başlıkta vurgulanmıştır. Yeni teknolojilere adaptasyon ve bu teknolojileri kullanıcılara sunmak için bankalar tarafından çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalar sonucu ortaya çıkan kavramlardan biri de internet bankacılığıdır. İnternet bankacılığının tarihsel sürecine değinmeden önce bu kavramı incelemek faydalı olacaktır.

İnternet bankacılığı en basit tanımı ile *‘‘mekân ve zaman kısıdı olmadan herhangi bir akıllı telefon, bilgisayar, elektronik tablet üzerinden bankacılık hizmetlerinin çevrimiçi olarak verilebilmesine imkân tanıyan bir sistem’’* olarak ifade edilmektedir (Kaya ve Arslan, 2016, s.425).

Bu sistemle birlikte zaman ve mekândan bağımsız olan banka müşterileri evlerindeki iş yerlerinde bulunan bilgisayarlarından ya da telefonlarından hemen her türlü bankacılık işlemini gerçekleştirebilmektedir. Bu sayede kullanıcı en büyük faydayı zamandan kazanmakta, bankalarda vezne sıralarında beklememekte ve olağan işlerine devam ederken istediği saatte 24 saat işlemlerini gerçekleştirebilmektedir.

İnternet bankacılığı şubesiz bankacılık şeklinde de adlandırılmaktadır. Günümüzde nakit para çekme haricinde hemen her çeşit bankacılık faaliyeti internette üzerinde oluşturulmuş olan web sitesi sayesinde ya da cep telefonu aplikasyonlarından gerçekleştirilmektedir. İnternet bankacılığı işlemleri fiziksel banka işlemlerine göre ücretsiz hizmet sunmakta yanı sıra bankalar içinde hacmin ve maliyetlerin düşürülmesi açısından katkı sağlamaktadır. Bu doğrultuda günümüzde bankalar internet bankacılığı hizmetlerine yatırım yapmaktan kaçınmamaktadır (Harvest, 2001).

İnternet bankacılığı tarihsel gelişimine bakıldığında bunun bir fikir olarak 1980'lerde ortaya atıldığı görülmektedir. İnternet bankacılığının temelleri telefon bankacılığı ile atılmış, ev bankacılığı düşüncesi üzerinde düşünülerek araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Bu fikir doğrultusunda internet biçilmiş kaftandır ancak o yıllarda internetin gelişmemiş ve topluluklara yayılmamış olduğu düşünüldüğünde başlangıçta bu amaca yönelik olarak faks ve telefonlar kullanılmıştır. Amerika Birleşik Devletlerinde "NetBank" olarak adlandırılan hizmet ilk internet bankacılığı uygulaması olarak kabul edilmektedir (Armağan ve Temel 2016, s.413).

Bankacılık sektörü en çok yatırım alan sektörler arasında değerlendirilmektedir. Çok sayıda müşterisi bulunan bankalar kaynaklarını idareli kullanmak durumunda kalmakta ve bu sebeple internet bankacılığı hizmetinden yararlanmaları adına müşterilerini bu hizmetlere yönlendirmektedir. Dolayısıyla internet bankacılığı hizmetlerinin hem müşterilere hem de kuruluşlara fayda sağladığından söz etmek mümkündür. İşte bu minvalde *''Türkiye'nin ilk özel bankası olan Türkiye İş Bankası 1987 yılında müşterilerine ATM hizmeti sunarak elektronik bankacılığın temelini atmıştır. Yine aynı banka 1997 yılında Türkiye'de ilk olarak internet bankacılığını hizmete sokmuş, aynı yıl kendisini Garanti Bankası izlemiştir*'' (Eroğlu ve Yücel, 2012, s.11).

Dolayısıyla 1998 yılından itibaren pek çok banka internet bankacılığı hizmeti sunmaya başlamış ve bu durum yoğun bir para hareketine sebep olmuştur. *''Para hareketleri kötü niyetli kişileri tarafından internet bankacılığı hizmetleri hedef alınmaktadır. Bu nedenle bankalar internet bankacılığını geliştirmek için uğraş sarf ederken bir yandan da olası güvenlik sorunlarına karşı müşterilerini korumakla ilgilenmek durumundadırlar''* (Erol, vd.. 2015, s.7). Daha önce de belirtildiği üzere internet bankacılığı hizmetlerinde para çekme ve yatırma işlemleri dışında hemen her bankacılık işlemi gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla yoğun iş temposu içerisinde olan bir müşteri banka şubesine gitmek ve sıra beklemek zorunda kalmamaktadır. Yoğun rekabet koşulları, müşteri potansiyelleri gibi faktörler

günümüzde bankaların teknolojiye tam adapte olmasını bir zorunluluk haline getirmiştir. Günümüzde internet bankacılığı hizmeti hemen her banka tarafından verilmektedir. Ancak bu durum internetin yapısı gereği karmaşık bir takım güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmiştir. Bankaların standart hizmetlerinin dışında başka bir görevi de internet bankacılığı kullanan müşterinin güvenlik sorunlarını gidermek olmuştur.

2.2.3. İnternet Bankacılığının Avantajları ve Dezavantajları

İnternet bankacılığı gerek bankalara gerekse kullanıcılar büyük fayda sağlamaktadır. Dolayısıyla bankalar kullanıcıları internet bankacılığı kullanmaya teşvik etmektedir. Genel olarak bu teşvikler aşağıda olduğu gibi özetlenebilmektedir (Tan ve Teo, 2000, s.21):

- Kullanıcılar tarafından daha avantajlı görülmesi,
- Kullanıcıların çalışma ortamları ile yaşam tarzlarına uygunluğu,
- Güvenlik ve risk algısı,
- Kullanıcıların daha önceki internet deneyimleri,
- Daha kolay ulaşılabilir dağıtım kanallarına ihtiyaç duyulması,
- İnterneti kullanabilme kabiliyeti.

Yapılan bir çalışmanın sonuçlarına göre müşterileri internet bankacılığını kullanmaya yönlendiren dört adet temel unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar aşağıda özetlenmektedir (Duruer, 2009, s.150);

- Güvenlik
- Hizmet zaman esnekliği
- Sorunların çözümü ve maliyet
- Tasarım ve hız

Güvenlik müşterileri internet bankacılığına yönlendiren bir unsur olarak görülse de kullanıcıların internet işlemlerinden güvenlik kaygısı duydukları bilinen bir gerçektir. *''Yapılan çalışmalarda gerek Türkiye'de gerekse de dünya bankacılık sektöründe güvenlik internet bankacılığı kullanan bireylerin kaygı kaynağı olduğu ve sunulan hizmetin kalitesini önemli düzeyde etkilediği belirlenmiştir''* (Özoğlu, 2010, s.59). Hizmetlerin hızlı ve anında verilmesi kullanıcılara sunulan en büyük faydalardan biridir. Ancak güvenlik kaynaklı sorunların çözümü oldukça önemli bir yer teşkil etmektedir.

İnternet bankacılığı, zaman ve yer sınırlaması olmadan banka müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayan önemli bir araç olarak görülmektedir. İnternet bankacılığı, hizmet kalitesinde artış ve maliyet avantajı gibi önemli faydalar sağlamaktadır (Tunay vd.. 2015, s.366).

İnternet bankacılığının bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlar genellikle siber saldırılara maruz kalması, halk arasındaki tabiri ile hacklenme tehlikesidir. Yanı sıra internet bankacılığında işlemleri müşterinin kendisi yapmaktadır. Dolayısıyla yapılan işlemlerin profesyonel bir danışman tarafından gerçekleştirilmemesi kişinin hatalı işlem gerçekleştirmesine sebep verebilmektedir.

Bankalar bu konuda telefon iletişimi ile en kısa sürede çözüm sunmaktadır ancak para gibi önemli bir konuda yapılan hatalı bir işlemin zararı da büyük olabilmektedir. Yapılan bir araştırma sonucunda internet bankacılığının dezavantajları aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Ayıgulı, 2016, ss.12-13):

- Güvenlik sorunları bankaların çözüm aradığı ve gelişmiş sistemlerle savunduğu son derece önemli bir konudur. İnternet bankacılığının siber saldırılara maruz kalabilmesi ve bunun neticesinde müşteri hesaplarının çalınması söz konusu olabilmektedir.
- İnternet bankacılığıyla müşterilere iyi bir pazarlama faaliyeti, dijital pazarlamadaki eksiklikler nedeniyle gerçekleşmeyebilir.
- İnternet bankacılığında işlemlerin yanlış yapılması halinde bu işlemlerin düzeltilebilmesi oldukça güç olmaktadır.
- Firmaların kendi internet siteleri kapsamında bankaların yapabildikleri işlemlerle ilgili verdikleri bilgiler ile bankaların internet sitelerinde yapabildikleri işlemlerle ilgili verdikleri bilgilerin farklı olması müşterilerin kafalarının karışmasına neden olmaktadır.

Görüldüğü üzere internet bankacılığının bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Çalışmanın temel konusunu oluşturan internet bankacılığı kullanıcı sayılarının artırılması için söz konusu bu konulara değinilip dezavantajların giderilmesi oldukça faydalı olacaktır.

Unutulmamalıdır ki avantajlar ve dezavantajlar hem bankalara hem de kullanıcılara etki etmektedir. Dolayısıyla internet bankacılığının avantajları ve dezavantajları bankalara ve müşterilere göre değerlendirilecektir.

2.2.3.1. Bankalar İçin Avantajlar ve Dezavantajlar

İnternet bankacılığının bankalar için bazı avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlar aşağıdaki şekilde özetlenebilmektedir (Yıldırım, 2006, s.22):

- İnternet bankacılığının maliyetleri diğer dağıtım kanallarının maliyetleriyle kıyaslandıklarında daha düşüktür.
- İnternet bankacılığıyla birlikte teknolojik düzey ilerleme kaydetmekte ve bununla birlikte müşterilere verilen hizmet çeşidi de artmaktadır. Bu sayede bankanın prestiji de yükselmiş olmaktadır.
- İnternet bankacılığının daha çekici hale getiren bankalar, bu sayede ürünlerini daha ucuz maliyetle pazarlama imkânı bulmakta ve şubeye gerek kalmadan müşterileriyle temas kurmaktadır. Bu kapsamda müşterilerle daha fazla işlem yapılabilmesi mümkün olmaktadır.

Görüldüğü üzere internet bankacılığı başta maliyet avantajı sağlamaktadır. Bankaların internet bankacılığı için bir şube açmaları ya da çok sayıda personel çalıştırmaları gerekmemektedir. Öte yandan günümüzde internet bankacılığı hizmeti vermeyen bir bankanın rekabet koşullarında oldukça olumsuz etkilenecekleri yadsınamaz bir gerçektir. Bir bankanın teknolojilere adaptasyonu müşterilerine güven vermektedir. Ayrıca internet bankacılığı evden iş yerinden kullanılan ve kullanıcının inisiyatifinde olduğundan kullanıcılar işlemlerini dilediği gibi yapmaktadır. İstediği zamanda istediği işlemi yapmakta özgür olan kullanıcının işlem hacmini artıracağını söylemek yanlış olmayacaktır.

İnternet bankacılığı pek çok sayıda avantaja sahiptir ancak bankalar açısından bazı dezavantajlı yönleri de bulunmaktadır. Bu dezavantajları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Mermeroğlu, 2015, s.42):

- Bankalar internet bankacılığı işlemleri sırasında ortaya çıkabilecek problemleri en süratli biçimde çözebilecek bir sistem kurmak zorunlu olmakla beraber sistem içerisinde çalışacak uzman personel edinmek zorundadırlar. Bu durum ise internet bankacılığının oluşturulması açısından sabit yatırım maliyetini artırmaktadır.
- Türkiye'de internet sisteminin yeteri kadar gelişememesi, internet bankacılığında işlemlerin yavaş olmasına neden olabilmektedir. Bu durum müşterilerin internet bankacılığından uzaklaşmalarına sebep olabilmektedir.
- Güvenlik internet bankacılığıyla ilgili en önemli hususlardan biridir. Bu kapsamda güvenliğin temin edilebilmesi için şifre ve parola gibi öğelerin oluşturulması

gerekmektedir. Ufak güvenlik açıkları çok sayıda müşterinin bankadan uzaklaşmasına neden olabilmektedir.

- İnternet bankacılığıyla müşteri kayıpları saniyeler içerisinde gerçekleşebilmektedir. Bu durumda bankalar performans kayıpları yaşayabilmektedir.

İnternet bankacılığı yüksek bir teknolojiyi temsil etmektedir. Bu teknolojinin alt yapısını oluşturmak ve kontrolünü sağlamak maliyetli bir yatırımı içermektedir. Ayrıca bu sistemin etkin bir biçimde sürdürülebilmesi için uzman personelin istihdam edilmesi ve sistemin kontrol altında tutulması gerekmektedir. Dolayısıyla bu da bir ek maliyet gerektirmektedir. Yine de yüksek şube masrafları ve yukarı da sayılan avantajlar göz önünde bulundurulduğunda bu maliyetler sadece bir faktör olarak görünmektedir.

Bunun dışında internet bankacılığı interneti teknolojisini kullanan ve bu teknoloji ile paralel çalışan bir sistemi tanımlamaktadır. Dolayısıyla internet bankacılığının gidişatı internetin ülkedeki genel durumu ve hızı ile doğrudan alakalıdır. Örneğin işlem yapmak isteyen bir kullanıcının internetin yavaşlaması nedeniyle işlemini gerçekleştirememesi ya da geç gerçekleştirmesi işlemden vazgeçmesine, internet bankacılığı seçeneğini kullanmaktan kaçınmasına neden olabilecektir.

Güvenlik faktörü internet bankacılığının en büyük sorunlarından biridir. Bankalar güvenlik sistemleri oluşturmak için sürekli olarak güncel çalışmalar yapmak durumundadır. Kişisel sorunlardan kaynaklanan çalınma işlemlerinin dışında kalan güvenliğin sağlanması bankaların sorumluluğundadır. İnternet bankacılığına girmek ve çıkmak müşterinin inisiyatifi altındadır. Dolayısıyla müşteriler istedikleri an internet bankacılığını kapatabilir ya da hesaplarını aktarabilir. Bu durumun kontrol altında tutulması ve müşterilerin ani kayıpları bankalar için performans sorunlarına yol açabilmektedir.

2.2.3.2. Müşteriler İçin Avantajlar ve Dezavantajlar

İnternet bankacılığının bankalar için avantajları ve dezavantajları bulunduğu kadar müşteriler içinde avantajlı ve dezavantajlı yönleri bulunmaktadır. Bu yönler aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Yıldırım, 2006, s.23):

- Müşteriler internet bankacılığıyla 7 gün 24 saat işleme yapabilme imkânına kavuşmaktadırlar. Ancak bazı işlemlerin her saatte yapılabilmesi mümkün olmamaktadır. Bu işlemlerle ilgili olarak ise ileri tarihli talimat vererek işlem yapabilmektedirler.

- İnternet bankacılığında maliyetlerin düşük olması sebebiyle işlemlerin düşük maliyetlerle yapılabilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca müşteriler mevduat hesaplarına daha yüksek faiz alabilme imkânına da sahip olmaktadırlar.
- İnternet bankacılığı müşterilere kullanım kolaylığı sağlamaktadır. Müşterilerin yaptıkları işlemleri bilgisayara kayıt etmesi mümkündür.
- Müşteriler hesap hareketleri izleme imkânına kavuşur ve böylelikle hesaplarda yapılabilecek usulsüz girişlerin tespit edilmesi kolaylaşmaktadır. İnternet bankacılığı sayesinde müşteriler şubelere gitmekten kurtulmaktadır. Bu açıdan müşteriler yol masraflarına katlanmak durumunda kalmamaktadır.
- Bankaların müşterinin işlemlerini takip etmesi neticesinde müşterilerinin ilgisini çekecek ürünleri onlara tanıtması mümkün olmaktadır.

Elbette internet bankacılığının müşterilere en büyük faydası zamandan ve mekândan sağladığı tasarruftur. Müşteriler banka sıralarına girmek zorunda kalmadan istedikleri yerde ve zamanda işlemlerini rahatça gerçekleştirebilmektedir. Zaman ve mekân tasarrufu dışında müşteriler internet bankacılığı sayesinde maliyetten de tasarruf sağlamaktadır. İnternet bankacılığı şube işlemlerine göre daha uygun fiyatlı ya da ücretsiz olarak kullanıcılara sunulmaktadır. Bunun bir artısı da sunduğu yüksek faiz oranlarıdır.

İnternet bankacılığının müşteriler için avantajlarının yanında dezavantajlarını da sıralamak gerekmektedir. Bu dezavantajların giderilmesi adına konunun hem olumlu hem de olumsuz yönden değerlendirilmesi gerekmektedir. Dezavantajlar aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Koskosas, 2011, s.56):

- Müşterinin bankayla olan iletişimini azaltmaktadır. Müşterinin krediye gereksinimi olması halinde kredi başvurusu değerlendirecek bir banka çalışanıyla temas kurmamış olması sebebiyle kredi kabulünde sıkıntılar ortaya çıkabilecektir.
- Bazı sorunların internet şubesi kapsamında anlatılan açıklamalarla çözülebilmesi mümkün olmamaktadır. Söz konusu problemlerin varlığında ise şubelerdeki uzman kişilerle temas kurulması gerekmektedir.
- Müşteri sadakatinin artırılmasına yönelik müşterilere çeşitli hediyeler, danışmanlık hizmetleri ve yatırım tavsiyeleri gibi öğeler şube bankacılığında verilmektedir. İnternet bankacılığı kapsamında müşterilerin bunları sağlayabilmesi pek mümkün olmamaktadır.

2.2.4. İnternet Bankacılığında Sunulan Hizmetler

1997 yılı internet bankacılığının kullanımda bir başlangıç tarihi olarak kabul edilmektedir. Ancak bu yıllar internet bankacılığında sunulan hizmetlerin oldukça sınırlı olduğu yıllar olarak nitelendirilmektedir. Günümüzde bu hizmetler çeşitlenmiş ve çeşitlenerek artmaya devam etmektedir. Çağımızda internet bankacılığı hizmetleri o denli gelişmiştir ki para çekme ve yatırma hariç hemen her işlem web siteleri ya da aplikasyonlar üzerinden yapılacak duruma ulaşmıştır (İleri ve İleri, 2011, s.114).

Günümüzde internet bankacılığı insanların gündelik hayatındaki bankacılık işlemlerini kolaylıkla yerine getireceği, yoğun banka sıralarından kendi kişisel işlerinden zaman ayırma gereği duymadan tüm işletmeleri gerçekleştireceği bir platformdur.

İnternet bankacılığında sunulan hizmetler bilgi verilmesi açısından aşağıda belirtilmektedir (Bilgin, 2013, s.64):

- Ödemeler
- Para transferi
- Bilgi toplama
- Kredi kartı hizmetleri
- Krediler
- Döviz işlemleri
- Repo
- Hisse senedi işlemleri
- Hesap açma
- Çek işlemleri
- Fon, bono işlemleri
- Diğer hizmetler

İnternet bankacılığı kapsamında sunulan hizmetlerin başlıca olanlarına değinmek gerekirse:

- Hesap Açılışları: İnternet bankacılığı kullanan müşteriler vadeli ya da vadesiz hesapları döviz ya da Türk Lirası cinsinden açabilmektedir. Bu hesaplar yeni hesaplar olabildiği gibi hali hazırda açık olan hesaplarda internet bankacılığı sistemleri üzerinden açılıp kontrol edilebilmektedir.
- Ödeme İşlemleri: Kullanıcılar internet bankacılığı üzerinden ödemelerini gerçekleştirebilmektedir. Bu ödeme işlemi bankanın anlaşmalı olduğu kurumla

olabilmektedir ancak bankalar çok sayıda kurumla anlaşmakta ve bu anlaşmaları genişletmeye devam etmektedir. Örneğin telefon faturaları, su, elektrik faturaları ödeme talimatları ile fatura kesim tarihlerinde birçok banka nezdinde otomatik olarak tahsil edilebilmektedir.

- Para Transferleri: İnternet bankacılığı kullanan banka müşterileri EFT ve havale işlemlerini uygulamalar üzerinden ücret ödemeksizin gerçekleştirebilmektedir. Ayrıca kendi hesapları arasında da para transferi yapmaları mümkündür.
- Kredi kartı işlemleri: İnternet bankacılığı aracılığı ile kredi kartı başvuruları yapılabildiği gibi, var olan kartlarının borçlarını görebilme ödeme talimatları verebilmeleri de mümkündür.
- Yatırım İşlemleri: İnternet bankacılığı kullanan müşteriler hesaplarında bulunan paraları yatırım amacı ile kullanabilmektedir. Döviz alım satımları, hazine bonosu, yatırım fonu gibi yatırım işlemleri kullanıcıların inisiyatifinde kullanıma açıktır. Yanı sıra kullanıcılar bu işlemler için tarih vererek otomatik alım satım işlemleri de yapabilmektedir.

İnternet bankacılığının kullanılması pek çok başka faktörle ilişkilidir. İnternet bankacılığı teknolojik gelişmeler, internet kullanım oranları gibi unsurlara bağlı olarak paralel bir seyir göstermektedir. Bu sebeple gelişmiş ülkelerde internet bankacılığı kullanımının en üst düzeyde gerçekleştiği bilinmektedir. Bu ülkelere örnek olarak ABD, Kanada ve Avrupa ülkeleri gibi ülkeler gösterilebilir. Yanı sıra ülkemizde de internet bankacılığı kullanımının yıldan yıla artış gösterdiği görünmektedir (Uzun ve Berberoğlu, 2017, s.53).

2.2.5. Mobil Bankacılığın İnternet Bankacılığı Kapsamında İncelenmesi

Mobil bankacılık da internet tabanlı bir bankacılık türüdür. İnternet tabanlı olduğu için hemen hemen aynı sistemle çalıştığı için ve temel internet bankacılığı hizmetlerini kullandığı için bu çalışmada bir çeşit internet bankacılığı olarak değerlendirilecektir. Daha açık bir ifade ile teoride ayrılsalar da internet bankacılığı mobil bankacığı içine alan bir üst kavram olarak düşünülebilir. Ancak mobil bankacılığı internet bankacılığından ayıran bazı farklar da bulunmaktadır. *‘‘Mobil bankacılık hizmetlerinde temel internet bankacılığı hizmetleri imkânları sağlanmasının dışında ATM ile şube konum bilgileriyle mobil imkânlar benzeri hizmetler verilmektedir.’’* (Capgemini ve Efma, 2012, s.21).

Mobil bankacılık internet bankacılığının mobil olarak kullanılabilir halidir. Dolayısıyla mobil bir telefon ya da tablet gibi dijital cihazlar aracılığı ile kullanılmaktadır. Mobil bankacılığın cep telefonları vasıtası ile ortaya çıktığından söz edilebilir. İlk zamanlarında internetin telefonlara ulaşmadığı dönemde SMS ile gerçekleştirilen işlemler daha sonra WAP ile gelişmeye başlamıştır. Ancak günümüz anlamıyla mobil bankacılığın gelişmesi ve yaygınlaşmasının akıllı telefonların ortaya çıkmasına paralel olarak olduğu bilinmektedir (Seyrek ve Akşahin, 2016, s.49).

Mobil bankacılık internet bankacılığına benzer hizmetler sunmasına rağmen telefon teknolojisinin kendine has özelliklerinden dolayı internet bankacılığına artı özellikler katmaktadır. Bu özellikler dokunmadan ödeme sistemleri NFC, QR kod tarama gibi internet bankacılığına artı özellikler katan hizmetlerdir.

Yanı sıra mobil bankacılık belirli bir aplikasyonda toplanan hizmetlerin kaliteli ve kolay kullanabilir sunumudur. *''Mobil bankacılık uygulamalarında üstün teknik özelliklerin ve zengin içeriğin olması önemli olmaktadır. Hızlı işlem, kolay kullanım, sistem güvenliği gibi faktörler, hizmet kalitesi adına önemlidir. Ayrıca güncel ve doğru bilgilerin sunulması, zengin içerik açısından önemlidir.''* (Lin, 2013, s.196).



Şekil 1. T.C. Ziraat Bankası mobil uygulaması. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ziraat.ziraatmobil&hl=tr sayfasından erişilmiştir.

Yukarıda Ziraat Bankası mobil uygulamasının bir örneği gösterilmektedir. İnternet bankacılığının derlenmiş ve kolay kullanıma sunulmuş hali olan mobil bankacılık uygulamaları kullanıcılar tarafından Google Play ve Appstore gibi sanal mağazalardan güvenli olarak telefonlara indirilebilmektedir.

Müşteriler bu uygulamalar sayesinde klasik internet bankacılığı işlemlerini yerine getirebilir. Bu işlemler, hesapların kontrolü, yatırım ve birikim hesapları oluşturma, para transferleri, EFT, havale, kredi taksitleri ödeme, doğalgaz, elektrik, su gibi fatura ödeme işlemleri, telefonlara TL yükleme işlemleri, OGS gibi otomatik geçiş sistemlerine para yükleme, döviz ve altın işlemleri alış satışı, şans oyunlarına para yükleme, Ziraat emeklilik primi ödemesi, bankaya özel yatırımları inceleme ve diğer yatırım işlemleri gerçekleştirme (fon alma vb.), öğrenciler için harç yatırma işlemleri, hesapların kontrolü, hesapların izlenmesi gibi çeşitli işlemlerdir (Ziraatbank.com.tr, 2019).

Bu işlemlerden bazıları bankaya özel işlemler olduğu klasik internet bankacılığı hizmetleri tüm mobil bankacılık uygulamaları tarafından sunulmaktadır. Mobil bankacılığın internet bankacılığına katkı sağladığı bazı durumlar da bulunmaktadır. Bunlar telefonların teknolojisinden kaynaklanan ve bankacılık sistemine adapte edilen teknolojilerdir. QR kod bunlara örnek olarak gösterilebilir. Kullanıcılar mobil bankacılık uygulamalarında bulunan kendilerine özel QR kodlarını kullanarak ATM'ye herhangi bir kart yerleştirmeye gerek kalmadan hızlı bir biçimde para yatırma ve çekme işlemleri gerçekleştirebilmektedir.



Şekil 2. T.C. Ziraat Bankası QR kod örneği. https://www.ziraatbank.com.tr/PublishingImages/Subpage/dijitalBankacilik/MobilBankacilik/QR_Apple.png sayfasından erişilmiştir.

Güvenlik internet bankacılığının en büyük sorunları arasında yer almaktadır. Para gibi önemli bir metanın dolaşımında ve aktarımında, depolanmasında ya da uygulamalar ile kullanılmasında dikkat edilmesi gereken hususların başında güvenlik gelmektedir. İnternet bankacılığında kullanıcıların güvenlik unsuruna oldukça dikkat ettikleri bilinmektedir. Suh ve Han (2002)'a göre internet bankacılığında en önemli faktörlerden biri güvendir. *''Kore'de beş bankanın sitelerine koyulan anket aracılığıyla tüketicilerin internet bankacılığının kullanım kolaylığı ve sağladığı fayda ve beklentilerinin karşılandığı, ancak güven kaygısının internet bankacılığı kullanımına karşı tutumun en önemli belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna varılmıştır.''*

Mobil bankacılıkta güvenlik kullanıcı adı ve şifrenin girişi ile birlikte sağlanmaktadır. Yapılan işlemin başkası tarafından yapılmadığına emin olabilmek için SMS ile kod gönderilmekte ve işlem bu kodun girilmeisi ile başlatılmaktadır. Yanı sıra Ziraat Bankası ONAY adı ile uygulamaya koyduğu teknoloji ile şifre ve SMS girmektense sadece kullanıcıların belirlediği tek bir şifre sayesinde çok daha güvenli koşullar altında işlemlerini tamamlayabilmektedir.

Bu sayede müşteriler, ortak kullanım alanında bulunan bilgisayarlarda ya da güvenlik duvarı olmayan akıllı telefonlarda işlem gerçekleştirirken siber saldırı ve hırsızlık riskleri ile yüzyüze gelmeyerek, saldırılara ve yönlendirmelere açık yapısıyla pek de güvenli olmayan sistemlere bağlı kalmamaktadır (Ziraatbank.com.tr, 2019).

İnternet bankacılığında güvenliğin sağlanmasında etkili olan başka bir cihaz ise OTP cihazı olarak nitelendirilen cihazdır. OTP cihazının görevi tek kullanımlık şifre üretmek ve işlemi imzalamaktır. Kullanıcılar internet şubelerine girerken bu cihazı kullanarak sadece kendilerine özel bir şifre almakta ve giriş ekranına bu şifreyi girmektedir. Böylelikle bir başkasının kullanıcı adına işlem yapmasının önüne geçilmiş olması sağlanmaktadır.



Şekil 3. T.C. Ziraat Bankası OTP cihazı. https://www.ziraatbank.com.tr/tr/sss/dijital-bankacilik/otp sayfasından erişilmiştir.

2.2.6. Müşterilerin Bakışı Açısından İnternet Bankacılığı Riskleri

İnternet bankacılığında müşterilerin bakışı açısından iki önemli risk ortaya çıkmaktadır. Bunlardan biri kullanımın zorluğunu ifade eden teknolojik zorluklar diğeri de güvensizlik kaygısı yaratan gizlilik hususudur.

2.2.6.1. Teknolojik Zorluklar

Müşteri bakış açısıyla değerlendirildiğinde internet bankacılığının bazı zorlukları, kişiler için risk olarak ifade edilebilecek algıları olduğu ve bunların kişilerin internet bankacılığı kullanımlarını kısıtladığından söz edilebilir. Öncelikle insanlar da bankalar gibi yeni teknolojilere adapte olmak durumundadır. Örneğin internet ya da akıllı telefon kullanmaktan kaçınan birinin internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanması pek mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla kişinin öncelikle teknolojiye olan adaptasyonu ve bu teknolojileri kullanmaya olan hevesi burada tutumunun genel belirleyicisidir.

''İnternet bankacılığı "teknoloji fobisi" olan kişiler için önemli derecede zor olarak algılanabilir. İnternet bankacılığından yararlanmak isteyen banka müşterilerinin en azından orta derecede bilgisayar bilgilerinin olması gerekir. Müşterilerin yeniliklerden ve gelişmelerden haberdar olması için - zorunlu olmasa da – elektronik posta hesabına sahip olunmalıdır.'' (Gül, 2003, s.28). Bu bağlamda teknoloji fobisi olan kişilerin internet bankacılığı faaliyetleri yerine geleneksel şube bankacılığını tercih etmeleri son derece doğal bir eylemdir. Teknoloji fobisi olan kişiler için aslında oldukça basit olan internet bankacılığı kullanımı algısal olarak son derece zor ve riskli bir eylem olarak görülebilmektedir.

2.2.6.2. Gizlilik

Gizlilik günümüzde internetin de yaygınlaşması ile birlikte temel bir sorun halini almaya başlamıştır. Facebook gibi büyük sosyal medya araçlarının ortaya çıkışıyla gizlilik kavramı daha çok sorgulanmaya başlanmış, çeşitli haber bültenlerinde kişisel verilerin 3. şahıslara satıldığı, paylaşıldığı gibi haberler gündeme gelmiştir. *''İnternet bankacılığında en önemli çekincelerden birisi de müşterilerin kişisel bilgilerine üçüncü şahıslar tarafından ulaşılması riskidir. Bu konuda bankalar yoğun çalışmalar sürdürmekte, teknolojik yapılarını ve güvenlik derecelerini sürekli kontrol etmekte ve güncellemektedirler.''* (Doğan, 2001, s.86).

Dolayısıyla böyle bir ortamda müşteriler bilgilerinin bankada gizli kalmasını, yaptıkları işlemlerin, kişisel bilgilerinin ve hesap hareketlerinin bilinmemesini isterler. Bunun iki boyutu bulunmaktadır. Birincisi kişisel mahremiyet ikincisi ise bilgi çalınmasına bağlı olarak hesaplarından parasal kayba uğramalarıdır. Tüm bunlar müşteriler için bir endişe unsurudur. *''Bu endişelerin giderilmesinde fiziki adresle birlikte işletme hakkında açık ve net bilgilerin müşterinin erişimine sunulmasının yanında, ödeme bütünlüğünün sağlanması ve satıcı ispatının güvenirliliğinin ispatı için güçlü bir şifreleme sisteminin varlığı zorunludur''* (Doğan, 2001, s.86).

Bu bağlamda oluşturulan Kişisel Verileri Koruma Kanunu (KVKK) 2016 yılında yürürlüğe sunulmuştur. Söz konusu Kanun bankalar tarafından açık olarak belirtilmektedir. Ziraat Bankası'nın Kişisel Verileri Koruma Kanunu aydınlatma metni olarak yayınladığı metin Ziraat Bankası'nın resmi sitesinde aşağıda olduğu gibi yayınlanmıştır (Ziraatbank.com.tr, 2019):

> *''Kişisel verilerin işlenmesinde başta özel hayatın gizliliği olmak üzere kişilerin temel hak ve özgürlüklerini korumak ve kişisel verileri işleyen gerçek ve tüzel kişilerin yükümlülükleri belirlemek amacıyla 7 Nisan 2016 tarihli ve 29677 Sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu ("KVKK") hususunda* ***Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası Anonim Şirketi*** *("Ziraat Bankası") olarak veri sorumlusu sıfatıyla Kanun'un "Veri Sorumlusunun Aydınlatma Yükümlülüğü" başlıklı 10. maddesi uyarınca sizleri bilgilendirmek isteriz''.*
>
> ***1. Kişisel Verilerin İşlenme Amacı, Toplama Yöntemi ve Hukuki Sebebi***
>
> *''Ziraat Bankası, sizlere ait kimlik, iletişim, özgeçmiş, hukuki işlem, müşteri işlem, lokasyon, kamera görüntüleri, risk yönetimi bilgisi, finans, mesleki deneyim, görsel ve işitsel kayıtlar, demografik bilgiler, eğitim seviyesi ve gelir seviyesi bilgilerinizi; bankamızla hukuki ilişkinizin kurulması esnasında ve söz konusu ilişkinin devamı süresince sizlerden, üçüncü kişilerden ve yasal mercilerden olmak kaydıyla internet sitesi, muhtelif sözleşmeler, ATM, mobil bankacılık, elektronik posta, başvuru formları araçları üzerinden, Bankamız ile yapılan yazılı veya sözlü iletişim kanalları aracılığıyla sözlü, yazılı veya elektronik ortamda otomatik olarak ve; KVKK'nın 5/2(a) maddesinde belirtilen kanunlarda açıkça öngörülmesi, KVKK'nın 5/2(c) maddesinde belirtilen sözleşmenin kurulması veya ifası için gerekli olması, KVKK'nın 5/2(ç) maddesinde belirtilen bankamızın hukuki yükümlülüğünü yerine getirmesi, KVKK'nın 5/2(d) maddesinde belirtilen ilgili kişinin kendisi tarafından alenileştirilmiş olması, KVKK'nın 5/2(e) maddesinde belirtilen bir hakkın tesisi, kullanılması veya korunması için veri işlemenin zorunlu olması ve 5/2(f) maddesi uyarınca İlgili kişinin temel hak ve özgürlüklerine zarar vermemek kaydıyla, veri sorumlusunun meşru menfaatleri için veri işlenmesinin zorunlu olması hukuki sebeplerine dayanarak'';*

- *‘‘Bankacılık Kanunu, Banka Kartları ve Kredi Kartları Kanunu, Suç Gelirlerinin Aklanmasının Önlenmesi Hakkında Kanun, Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun gibi bankamızın tabi olduğu mevzuattan doğan yükümlülüklerimizin yerine getirilmesi’’;*
- *‘‘Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş., Mali Suçları Araştırma Kurulu, Maliye Bakanlığı, Kredi Kayıt Bürosu, T.C. Merkez Bankası, TBB, Hazine Müsteşarlığı gibi resmi, idari merciler tarafından talep edilmesi halinde bilgilendirme ve raporlama yükümlülüklerine uyulması’’;*
- *Bankacılık faaliyetlerinin Banka prosedürleri ve/veya ilgili mevzuata uygun olarak yürütülmesinin temini;*
- *Sözleşmesel ilişki kapsamındaki yükümlülüklerin gereği gibi ifa edilmesinin sağlanması;*
- *Tabi olduğumuz mevzuatlar uyarınca müşterimizi tanımamız konusundaki yükümlülüklerimizi yerine getirebilmek için kimlik ve adres tespiti başta olmak üzere mesleğiniz, gelir durumunuz, Bankamızda işlem yapma amacınız gibi bilgilerinizin kaydedilmesi;*
- *Talep etmeniz halinde sizlere Otomatik Geçiş Sistemi (OGS) ve Hızlı Geçiş Sistemi (HGS)'nden yararlanmanızı sağlamak için maskelenmiş bir şekilde kredi kartı numaranız, araç plakası ve ruhsat sahiplik belgesinin başta olmak üzere kimlik ve iletişim gibi bilgilerinin elde edilmesi;*
- *Şikayet, itiraz, talep, öneri, memnuniyet gibi bildirimlerin sizlere daha iyi hizmet verebilmek için bildirim yönetim sistemimizde kayıt altında tutulması;*
- *Elektronik (SWIFT, internet / mobil bankacılık, Genel Müdürlük Birimleri, Şubeler, kiosklar, ATM'ler, internet şubesi, görüntülü işlem merkezi, çağrı merkezi ve benzeri diğer tüm kanalları aracılığıyla vs.) veya kâğıt ortamında işleme dayanak olacak tüm kayıt ve belgelerin düzenlenmesi;*
- *Acente sıfatıyla sizlere sunulabileceğimiz ürün ve hizmetlerde kullanılması;*
- *İş faaliyetlerinin ve operasyonel süreçlerin planlanması ve icrası;*
- *Müşteri ilişkilerinin yürütülmesi ve icrası;*
- *Sizlere ait verilerin doğru ve güncel tutulmasının sağlanması;*
- *Destek hizmetleri ile yükümlülüklerinin, müşteri memnuniyetinin, kurumsal iletişim faaliyetlerinin,*
- *Sosyal Medya üzerinden yapılan talep ve şikâyetlerinizin değerlendirilmesi ve çözüm önerilmesi;*
- *Hacim arttırmaya yönelik tanıtım ve reklam faaliyetlerinin planlanması ve icrası;*
- *Size özel satış ve pazarlama faaliyetlerinin planlanması ve gerçekleştirilmesi;*
- *Bankamızın yurtiçi, yurtdışı şube ve iştirakleriyle yürüttüğü işlerin icrası ve ilişkilerin yönetimi;*
- *Bankamızın taraf olduğu dava ve icra takiplerinin yürütülmesi;*

- *Kurumsal sürdürülebilirlik, kurumsal yönetim, stratejik planlama ve bilgi güvenliği süreçlerinin planlanması ve icrası;*
- *Güvenlik sebebiyle ve kanundan kaynaklanan yükümlülüklerimiz kapsamında bankamıza ait ATM ve şubelerde kamera görüntülerinin kaydedilmesi;*

amaçlarıyla işlenmekte ve paylaşılmaktadır.

***''Ziraat Bankası**, yürüttüğü faaliyetlerin bazılarında ise kişisel verilerinizi işlerken sizlerin açık rızanıza ihtiyaç duyabilmektedir. KVKK'nın 6/2. maddesi uyarınca açık rızanızın olması hukuki sebebine dayanarak avuç içi ayası ve engel durumu bilginiz ATM'ye girişinizin onaylanması ve size uygun destek hizmeti sunulması amaçlarıyla ve KVKK'nın 5/1. maddesi uyarınca açık rızanızın olması hukuki sebebine pazarlama, davranış analizleri, kullanıcı alışkanlıklarınıza yönelik kişisel verileriniz'',*

- *Acente sıfatıyla sizlere sunulabileceğimiz ürün ve hizmetlerde kullanılması;*
- *Hacim arttırmaya yönelik tanıtım ve reklam faaliyetlerinin planlanması ve icrası;*
- *Size özel satış ve pazarlama faaliyetlerinin planlanması ve gerçekleştirilmesi;*

amaçlarıyla işlenmektedir.

''Ayrıca, müşterimiz olmasanız dahi, bankacılık mevzuatına göre bir risk grubuna kullandırılacak kredi sınırlarının tespiti için dahil olacağınız risk grubunun belirlenebilmesi, izlenebilmesi, raporlanabilmesi, kontrol edilmesi amacıyla Bankamızca kişisel verileriniz işlenebilmektedir''.

''Sizin, eşinizin, çocuklarınızın ve bu sayılanların, yönetim kurulu üyesi veya genel müdür oldukları veya bunların ya da bir tüzel kişinin birlikte veya tek başlarına, doğrudan ya da dolaylı olarak kontrol ettikleri ya da sınırsız sorumlulukla katıldıkları ortaklıklar ile bir bankanın nitelikli pay sahipleri, yönetim kurulu üyeleri ve genel müdürü, bunların birlikte veya tek başına, doğrudan veya dolaylı olarak kontrol ettikleri ya da sınırsız sorumlulukla ortak oldukları veya yönetim kurulu üyesi ya da genel müdürü oldukları ortaklıklar ve birinin ödeme güçlüğüne düşmesinin diğer bir veya birkaçının ödeme güçlüğüne düşmesi sonucunu doğuracak boyutta kefalet, garanti veya benzeri ilişkiler bulunan gerçek ve tüzel kişiler bir risk grubu oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra, risk grubu kapsamına girecek diğer gerçek ve tüzel kişiler T.C. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'nca belirlenir.''

2. Kişisel Verilerinizin Aktarımı

''Kişisel verileriniz; Kanun'un kişisel verilerin aktarılması ve yurtdışına aktarılmasına ilişkin hükümleri kapsamında işbu Aydınlatma Metninin 1. maddesinde yer alan amaçlar ve hukuki sebeplerle, Bankacılık Kanunu madde 73/4'te düzenlenen finansal kuruluşlara, sigorta şirketlerine BDDK, SPK, TCMB, MASAK, TBB, TBB Risk Merkezi, Maliye Bakanlığı, Kredi Kayıt Bürosu, Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş., gibi kamu kurum ve kuruluşlarına, yurtiçi, yurtdışı şube ve iştiraklerimize; bankacılık faaliyetlerimizi yürütmek üzere hizmet aldığımız üçüncü taraflara, işbirliği yapılan kuruluşlara, program ortaklarına aktarılabilmektedir''.

3. Kişisel Verileriniz Saklanması

''Kişisel verileriniz, işlenme amaçlarının gerektirdiği süreler boyunca saklanabilmektedir. Başka bir gerekçe veya hukuki sebep olmaması, uluslararası yasa veya düzenlemenin bulunmaması ve sözleşmelerden kaynaklı zorunlulukların ortadan kalkması halinde işlenme amaçları ortadan kalkan kişisel verileriniz silinmekte, yok edilmekte veya anonim hale getirilmektedir''.

4. Kişisel Verisi İşlenen İlgili Kişinin Hakları

''Kişisel verilerinizin işlenmesine ilişkin olarak aşağıdaki hakları, Bankamıza yapacağınız bir talep ile kullanabilirsiniz. Bu kapsamda iletilen talepler Bankamız tarafından en geç otuz gün içinde ücretsiz olarak sonuçlandırılacaktır. Ancak, Kişisel Verileri Koruma Kurulunca bir ücret öngörülmesi halinde, Bankamız tarafından, belirlenen tarifedeki ücret alınacaktır. Bu kapsamda kişisel veri sahibi olarak'';

- *Kişisel verinizin işlenip işlenmediğini öğrenme,*
- *Kişisel veriniz işlenmişse buna ilişkin bilgi talep etme,*
- *Kişisel verinizin işlenme amacını ve bunların amacına uygun kullanılıp kullanılmadığını öğrenme,*
- *Yurt içinde veya yurt dışında kişisel verinizin aktarıldığı üçüncü kişileri bilme,*
- *Kişisel verinizin eksik veya yanlış işlenmiş olması hâlinde bunların düzeltilmesini isteme,*
- *Kişisel verinizin silinmesini veya yok edilmesini isteme,*
- *Kişisel verinizin düzeltilmesi, silinmesi ya da yok edilmesi halinde bu işlemlerin, kişisel verinizin aktarıldığı üçüncü kişilere bildirilmesini isteme,*
- *İşlenen verinizin münhasıran otomatik sistemler vasıtasıyla analiz edilmesi suretiyle aleyhinize bir sonucun ortaya çıkmasına itiraz etme,*
- *''Kişisel verinizin kanuna aykırı olarak işlenmesi sebebiyle zarara uğramanız hâlinde zararın giderilmesini talep etme, haklarınız bulunmaktadır. 6698 Sayılı Kanun kapsamında kişisel verilerinize ilişkin haklarınızı kimliğinizi tevsik edici belgeler ve talebinizi içeren dilekçeniz ile en yakın şubemize bizzat elden veya noter kanalıyla,* **ziraatbank@hs01.kep.tr** *adresine, güvenli elektronik imza, mobil imza ya da Bankamıza daha önce bildirilen ve sistemimizde kayıtlı bulunan elektronik posta adresinizi kullanmak suretiyle, iletebilirsiniz''.*

  ''Bu kapsamdaki başvurular tarafımızdan yapılacak olan kimlik doğrulamasını takiben kabul edilecek olup, ilgi kişilere yasal süreler içerisinde yazılı olarak veya elektronik ortamda cevap verilecektir''.

2.2.7. İnternet Bankacılığı İstatistikleri

Bu bölümde internet bankacılığı genel istatistikî verilerine yer verilecektir. Bu veriler Türkiye Bankalar Birliği'nin yayınlamış olduğu son rapor olan Şubat-2019 raporundan alınarak derlenmiştir. Aşağıda Tablo 9'da internet bankacılığı müşteri sayıları belirtilmektedir.

Tablo 9

İnternet Bankacılığı Müşteri Sayıları

	Temmuz-Eylül 2018	Ekim-Aralık 2018
Bireysel müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	11.334	11.258
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	59.403	61.119
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	21.953	22.203
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	18	18
Kurumsal müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	1.270	1.286
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	3.532	3.629
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	1.688	1.701
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	36	36
Toplam müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	12.604	12.544
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	62.878	64.748
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	23.673	23.947
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	20	19

Kaynak:tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf

Tablo incelendiğinde kurumsal müşterilerin bireysel müşterilere göre oldukça düşük olduğu görülmektedir. Kayıtlı internet bankacılığı toplam müşteri sayısı 61 milyon 119 bin iken aktif olarak internet bankacılığı kullanan kişi sayısı 11 milyon 258 bin olarak belirtilmektedir. Dolayısıyla internet bankacılığı toplam müşterilerinin yalnızca % 18'i son 3 ay içerisinde 1 defa sisteme giriş yapmıştır.

Burada toplam rakamın bir belirleyici olduğundan söz etmek mümkün değildir çünkü çeşitli sebeplerle internet bankacılığı aktif edilebilmektedir. Aktif olarak sisteme giriş yapan kişiler ise son 3 ay üzerinden hesaplanmaktadır. İnternet bankacılığı kullanım oranlarını anlamak için yapılan işlem adetlerini incelemek bu konuda daha faydalı olacaktır.

Tablo 10

İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler

	Temmuz-Eylül 2018		Ekim-Aralık 2018	
	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
Para transferleri	64	1.037	71	1.053
Ödemeler	37	58	37	60
Yatırım işlemleri	14	310	13	254
Kredi kartı işlemleri	9	24	9	23
Diğer finansal işlemler	3	31	3	32
Toplam	127	1.461	133	1.422

Kaynak:tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf

Tabloda görüldüğü üzere internet bankacılığı üzerinden en çok yapılan işlem EFT, havale işlemlerini kapsayan para transferleridir. Temmuz-Eylül ayları içerisinde toplam 64 milyon adet transfer işlemi gerçekleştirilmiştir. Transfer işlemlerini sırayla yatırım işlemleri, ödemeler ve kredi kartı işlemleri takip etmektedir. Diğer finansal işlemlerin adeti ve işlem hacmi oldukça düşük kalmaktadır. Ekim-Aralık ayları içerisinde ise toplam 71 milyon adet para transfer işlemi gerçekleştirilmiştir. İşlem hacimleri ise toplamda Temmuz-Eylül aylarında 1.461 milyar TL iken Ekim-Aralık döneminde 1.422 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 11

İnternet Bankacılığında Yatırım İşlemleri

	Eylül 2018		Ekim 2018		Net Değişim	Aralık 2018	
	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	Ort. İşlem Hacmi (Bin TL)
Yatırım Fonları	1.456	42	1.366	36	-90	-6	26
Döviz İşlemleri	3.611	92	2.996	72	-615	-20	24
Vadeli Hesaplar	989	59	905	50	-84	-10	55
Hisse Senedi	6.593	69	6.787	59	194	-9	9
Repo İşlemleri	95	6	97	4	2	-1	44
Tahvil ve Bono	224	11	186	6	-38	-5	33
Altın	560	6	414	2	-146	-4	6
VİOP	276	24	367	24	90	0	66
Toplam	13.803	310	13.117	254	-687	-56	19

Kaynak:tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf

İnternet bankacılığı kullanıcılarının en çok yaptığı yatırım işlemlerinin döviz işlemleri, hisse senedi işlemleri, vadeli hesap işlemleri, yatırım fonları olduğu görülmektedir. En çok işlem adedi ise hisse senedi alım satımında olmaktadır. Bunu döviz işlemleri ve yatırım fonları takip etmektedir. Altın ve repo işlemlerinin çok rağbet görmediği de göze çarpmaktadır.

Tablo 12

İnternet Bankacılığı Finansal Olmayan İşlemler

Dönem	Kredi Kartı Başvurusu	Kredi Başvurusu	Düzenli Ödeme Talimatı	Fatura Ödeme Talimatı	Diğer İşlemler	Toplam
Aralık 2017	550	1,231	1,541	919	851,792	856,033
Mart 2018	500	820	1,534	904	899,083	902,841
Haziran 2018	477	710	1,601	711	774,950	778,448
Eylül 2018	309	659	1,396	715	847,203	850,283
Aralık 2018	934	696	1,333	762	795,333	799,058

Kaynak:tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf

İnternet kullanıcılarının finansal işlemler dışında yaptığı işlemleri kapsayan finansal olmayan işlemler incelendiğinde ödeme talimatların sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bunun dışında kredi ve kredi kartı başvuruları da internet bankacılığı ile gerçekleştirilmiş ve sıklıkla kullanılan işlemler arasında yer almaktadır. Tablodaki rakamlar incelendiğinde 2017-2018 yılları arasında neredeyse stabil bir durumun olduğu işlem adetlerinde artarak ilerleyen ivmeli bir yapının olmadığı görülmektedir. Hatta bazı işlem adetlerinde düşüşler gözlemlenmektedir.

Tablo 13

Mobil Bankacılık Verileri

	Temmuz – Eylül 2018	Ekim - Aralık 2018
Bireysel müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) *(son 3 ayda 1 kez login olmuş)*	35.705	38.385
Kayıtlı (B) *(en az 1 kez login olmuş)*	54.898	59.282
Kayıtlı (C) *(son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)*	43.555	46.796
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	65	65
Kurumsal müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) *(son 3 ayda 1 kez login olmuş)*	1.080	1.167
Kayıtlı (B) *(en az 1 kez login olmuş)*	1.855	2.039
Kayıtlı (C) *(son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)*	1.374	1.498
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	58	57
Toplam müşteri sayısı (bin kişi)		
Aktif (A) *(son 3 ayda 1 kez login olmuş)*	36.785	39.552
Kayıtlı (B) *(en az 1 kez login olmuş)*	56.753	61.320
Kayıtlı (C) *(son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)*	44.929	48.294
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	65	65

Kaynak:tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf

Mobil bankacılık müşteri sayıları internet bankacılığı ile karşılaştırıldığında rakamsal olarak neredeyse iki kata varan bir fark olduğu görülmektedir. Yüzdesel olarak internet bankacılığı kullanıcıları toplam sayıları üzerinden %18 olarak aktif olmaktadırlar ancak bu rakam mobil bankacılıkta %65'lere kadar varmaktadır. Yine de insanların ceplerinde banka uygulamasının olması mobil bankacılığın aktif olarak kullanıldığı anlamını taşımamalıdır.

Unutulmamalıdır ki bu veriler son 3 ayda yalnız 1 defa login olmuş yani sisteme giriş yapmış kullanıcıları kapsamaktadır.

Dolayısıyla bu 3 aylık aralık çok fazladır. Yanı sıra mobil bankacılık da aslında bir internet tabanlı bankacılık türüdür ve internet bankacılığı ana kavramının altında düşünülebilir. Bu durumda internet bankacılığı kullananların büyük çoğunluğunun bunu mobil olarak gerçekleştirdiğinden söz edilebilir. Yine de bu rakamlar teknoloji çağını yaşadığımız günümüzde tatmin edici rakamlar değildir.

BÖLÜM 3

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı internet bankacılığı kullanım oranlarını artırmaya yönelik bir durum değerlendirmesi ortaya koymaktır. Banka müşterilerine uygulanan anket neticesinde, müşterilerin internet bankacılığı hizmetlerinde karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunların nedenlerini incelemektir. Bu inceleme için oluşturulan anket formunda (EK-1) çeşitli sorular hazırlanmış ve verilen cevaplar üç temel başlık altında toplanmıştır. Bunlar Güvenlik, Ulaşılabilirlik ve Kişisel Sebeplerdir. Bu sayede banka müşterilerinin internet bankacılığı hizmetlerine ne sebeplerle katılmadığının ortaya çıkarılması ve bu sebeplerin giderilmesi için bilimsel bir kaynak oluşturulması hedeflenmektedir. Yanı sıra hali hazırda banka müşterisi olan ve internet bankacılığını kullanan kişilerin sorunları da bu araştırmanın konusudur. Çalışmadan elde edilecek bulguların ve sonuçların başka çalışmaların oluşturulmasında bir kaynak olması hedeflenmektedir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma nitel bir durum değerlendirilmesi modeli ile oluşturulmuş olup ülkemizde hali hazırda banka müşterisi olup internet bankacılığı hizmetlerini kullanan ve kullanmayan kişilere önceden hazırlanmış anket formlarının (EK-1) doldurulması ve SPSS 23 programı ile analiz edilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Sorular hazırlanırken Güvenlik, Ulaşılabilirlik ve Kişisel Sebepler olarak üç temel nokta üzerine odaklanılmıştır. Bu noktalar bulgular ve sonuç bölümlerinde detaylı olarak incelenecektir. Hazırlanan soruların özgün olmasına dikkat edilmiştir. Anket formları katılan kişilere kâğıt üzerinde ve yüz yüze olarak doldurulmuş, katılımın doğru ve etkin şekilde gerçekleştirilmesine dikkat edilmiştir. Ankete katılan kişiler İstanbul ilinde Avrupa ve Anadolu yakasında ikamet eden 18 yaşını

doldurmuş ve banka müşterisi olan kişilerdir. Bu kişilerin seçiminde belirli bir yaş ve meslek grubuna odaklanılmamış aksine çeşitli yaş ve meslek gruplarından, gelir düzeylerinden karma bir seçim yapılmıştır. Ankete katılan 400 kişiden toplam 344 kişi soruları eksiksiz olarak doldurmuştur. Geçersiz (eksik işaretlenen) formlar analize dâhil edilmemiştir.

3.3. Veri Toplama Ölçeği

Tez çalışmasında kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılanların demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümünde ise, katılımcıların internet bankacılığına ilişkin tutumlarının belirlenmesine yönelik ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde "İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeği" kullanılmıştır. İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeğinde yer alan ifadeler çeşitli makale ve yayınlardan yola çıkılarak tamamen özgün olarak oluşturulmuştur. Ölçekteki ifadeler, 5'li Likert tipi ölçekle "1=kesinlikle katılmıyorum", "2=katılmıyorum", "3=kararsızım", "4=katılıyorum" ve "5=kesinlikle katılıyorum" seçenekleri ile ölçülmüştür. Geliştirilen ölçeğin geçerliliğini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Geliştirilen ölçeğe uygulanan ilk açıklayıcı faktör analizi sonucunda boyutlar altında uyumsuz görünen "İnternet fiyatlarını yüksek buluyorum", "İnternet bankacılığının güvenilirliği konusunda bankam tarafından bilgi sahibi edilmedim", "Çevremde internet bankacılığı konusunda teknik sorunlar yaşayan kişiler var" ifadeleri ölçekten çıkartılarak açıklayıcı faktör analizi tekrar edilmiştir. Tekrarlanan faktör analizinde ölçeğin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için yapılan analizlerde KMO değeri 0,77, Bartlett testi sonucu da ($p<0,01$) anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlar çerçevesinde, veri setinin faktör analizi için uygun olduğu ve değişkenler arasında yüksek düzeyde ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizine ilişkin sonuçlar Tablo 14'de gösterilmiştir. Tabloya göre faktör yük değerlerinin 0,88 ile 0,59 arasında değiştiği belirlenmiştir. Literatüre göre faktör yük değerinin en az 0,45 olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2012, s.124). Faktör analizi sonucunda ölçekteki ifadeler, toplam açıklanan varyansı % 66,74 olan, toplam 9 maddeden oluşan üç faktör altında toplanmıştır. Faktörler; Güvenlik, Kişisel Sebepler ve Ulaşılabilirlik olarak isimlendirilmiştir. Her faktör üç maddeden oluşmakta olup bu sonuçlar çerçevesinde ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlandığı belirlenmiştir.

Tablo 14

İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

İfadeler	Güvenlik	Kişisel Sebepler	Ulaşılabilirlik
Kişisel verilerimin 3.şahıslarla paylaşılacağını düşünüyorum.	0,88		
Hesabımın ve mevduatımın çalınabileceğini düşünüyorum.	0,85		
İnternet bankacılığını güvenli bulmuyorum.	0,76		
İnternet bankacılığının sağlayacağı faydalar konusunda bilgim yok.		0,73	
İnternet bankacılığı hakkındaki reklam ve bilgilendirme faaliyetlerini yeterli bulmuyorum.		0,68	
İnternet bankacılığının yapısını karmaşık buluyorum.		0,64	
Cep telefonu kullanıyorum ancak internet özelliğini kullanmıyorum.			0,83
İnternetim bulunmasına rağmen kullanmasını bilmiyorum.			0,77
Evimde internet bağlantısı bulunmamaktadır.			0,59

Geliştirilen ölçeğin güvenirliğini belirlemek için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Sonuçlar Tablo 15'de gösterilmiştir. Tabloya göre ulaşılabilirlik boyutunda ölçeğin güvenilirliğinin düşük olduğu; ancak ölçeğin genel olarak güvenilir olduğu belirlenmiştir.

Tablo 15

Güvenirlik Analizi

Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Güvenlik	3	0,84
Kişisel Sebepler	3	0,70
Ulaşılabilirlik	3	0,58
İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeği	9	0,78

3.4. Veri Analizi

Veri analizi kapsamında, internet bankacılığına ilişkin tutumları belirlemek için tanımlayıcı istatistikler (ortalama, standart sapma gibi) hesaplanmıştır. İnternet bankacılığına ilişkin tutumların demografik özelliklere göre karşılaştırılmasında, Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda verilerin normal dağılımdan gelmediği belirlendiğinden ($p<0,05$), iki grubun karşılaştırılmasında Mann Whitney-U testi, ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında ise, Kruskal Wallis-H testi kullanılmıştır. Kruskal Wallis-H testi sonucunda ortaya çıkan farklılıkları belirlemek içinde Mann Whitney-U testi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular %95 güven aralığında ve %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

BÖLÜM 4

BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen verilere aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 16

*Demografik Bilgilerin Dağılım*ı

Demografik Bilgiler		n	%
Cinsiyet	Erkek	156	45,3
	Kadın	188	54,7
	Toplam	*344*	*100,0*
Yaş	18-25	107	31,1
	26-33	65	18,9
	34-41	61	17,7
	42-49	53	15,4
	50 ve Üzeri	58	16,9
	Toplam	*344*	*100,0*
Medeni Durum	Bekar	175	50,9
	Evli	169	49,1
	Toplam	*344*	*100,0*
Eğitim Durumu	Önlisans ve Altı	121	35,2
	Lisans ve Üzeri	223	64,8
	Toplam	*344*	*100,0*
Gelir Durumu	1.000 TL-1.999 TL	92	26,7
	2.000 TL-3.999 TL	143	41,6
	4.000 TL ve Üzeri	109	31,7
	Toplam	*344*	*100,0*
İnternet Bankacılığı Kullanma Durumu	Evet	205	59,6
	Hayır	139	40,4
	Toplam	*344*	*100,0*

Araştırmaya katılanların demografik bilgileri Tablo 16'da yer almaktadır. Tabloya göre araştırmaya katılanlardan 156 kişi (%45,3) erkek, 188 kişi ise (%54,7) kadındır. Araştırmaya katılanlarından 107 kişi (%31,1) 18-25 yaş aralığında, 65 kişi (%18,9) 26-33 yaş aralığında, 61 kişi (%17,7) 34-41 yaş aralığında, 53 kişi (%15,4) 42-49 yaş aralığında, 58 kişi ise (%16,9) 50 ve üzeri yaş aralığında dağıldığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılanlarından 175 kişi (%50,9) bekâr, 169 kişi (%49,1) evlidir. Araştırmaya katılanlarından 121 kişi (%35,2) önlisans ve altı, 223 kişi (%64,8) lisans ve üzeri eğitim durumuna sahiptir.

Araştırmaya katılanlarından 92 kişi (%26,7) 1.000 TL – 1.999 TL aralığında, 143 kişi (%41,6) 2.000 TL – 3.999 TL aralığında, 109 kişi ise (%31,7) 4.000 TL ve üzeri gelir düzeyine sahiptir. Araştırmaya katılanlarından 205 kişi (%59,6) internet bankacılığı kullanırken, 139 kişi ise (%40,4) internet bankacılığı kullanmamaktadır.

Tablo 17

*İnternet Bankacılığı Tutum Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikle*r

İfadeler	n	Ort.	Std. Sapma
Kişisel verilerimin 3.şahıslarla paylaşılacağını düşünüyorum.	344	3,21	1,24
Hesabımın ve mevduatımın çalınabileceğini düşünüyorum.	344	2,99	1,18
İnternet bankacılığını güvenli bulmuyorum.	344	2,85	1,23
Güvenlik	*344*	*3,02*	*1,06*
İnternet bankacılığının sağlayacağı faydalar konusunda bilgim yok.	344	2,58	1,32
İnternet bankacılığı hakkındaki reklam ve bilgilendirme faaliyetlerini yeterli bulmuyorum.	344	2,91	1,35
İnternet bankacılığının yapısını karmaşık buluyorum.	344	2,77	1,31
Kişisel Sebepler	*344*	*2,75*	*1,05*
Cep telefonu kullanıyorum ancak internet özelliğini kullanmıyorum.	344	1,66	1,28
İnternetim bulunmasına rağmen kullanmasını bilmiyorum.	344	1,63	1,22
Evimde internet bağlantısı bulunmamaktadır.	344	1,81	1,46
Ulaşılabilirlik	*344*	*1,70*	*0,97*

Tablo 17'de internet bankacılığı tutum ölçeğine dair tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Tabloya göre, katılımın en fazla sağlandığı boyut güvenlik boyutu (3,02 ± 1,06), daha sonra kişisel sebepler boyutu olup (2,75 ± 1,05), en düşük katılım sağlanan boyut ise ulaşılabilirlik boyutudur (1,70 ± 0,97).

Yine tabloya göre katılımcıların güvenlik boyutunda en fazla katılım sağladığı ifade, "Kişisel verilerimin 3.şahıslarla paylaşılacağını düşünüyorum" (3,21 ± 1,24) ifadesidir. Kişisel sebepler boyutunda en fazla katılım sağlanan ifade "İnternet bankacılığı hakkındaki reklam ve bilgilendirme faaliyetlerini yeterli bulmuyorum" (2,91 ± 1,35) ifadesidir. Ulaşılabilirlik boyutunda en fazla katılım sağlanan ifade ise, "Evimde internet bağlantısı bulunmamaktadır." (1,81 ± 1,46) ifadesidir.

Tablo 18

İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	U	p
Güvenlik	Erkek	156	2,97	1,02	168,45	14.031,50	0,49
	Kadın	188	3,05	1,09	175,86		
Kişisel Sebepler	Erkek	156	2,67	1,08	164,53	13.420,50	0,17
	Kadın	188	2,82	1,02	179,11		
Ulaşılabilirlik	Erkek	156	1,73	0,99	176,03	14.113,50	0,51
	Kadın	188	1,68	0,97	169,57		

Tablo 18'de araştırmaya katılanların cinsiyetine göre internet bankacılığına ilişkin tutumların karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların cinsiyetine göre internet bankacılığına ilişkin tutumların istatistiksel olarak farklılık göstermediği belirlenmiştir (p>0,05). Tabloya göre güvenlik ve kişisel sebepler boyutuna kadın katılımcıların daha fazla katılım sağladığı, ulaşılabilirlik boyutuna ise erkek katılımcıların daha fazla katılım sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 19

İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Yaşa Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Yaş	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	X^2	p	Farklılıklar
Güvenlik	18-25 (1)	107	2,86	0,88	158,57	20,11	0,00	5>1 5>2 5>3 5>4
	26-33 (2)	65	2,80	0,90	152,38			
	34-41 (3)	61	3,00	1,10	171,26			
	42-49 (4)	53	3,01	1,26	171,12			
	50 ve Üzeri (5)	58	3,58	1,13	223,30			
Kişisel Sebepler	18-25 (1)	107	2,64	0,90	163,51	33,73	0,00	5>1 5>2 5>3 5>4
	26-33 (2)	65	2,53	0,87	152,84			
	34-41 (3)	61	2,49	1,02	146,80			
	42-49 (4)	53	2,79	1,28	171,62			
	50 ve Üzeri (5)	58	3,47	1,00	238,96			
Ulaşılabilirlik	18-25 (1)	107	1,24	0,56	125,24	80,82	0,00	2>1 3>1 4>1 4>2 5>1 5>2 5>3 5>4
	26-33 (2)	65	1,47	0,78	151,81			
	34-41 (3)	61	1,67	0,79	178,66			
	42-49 (4)	53	1,96	1,04	199,39			
	50 ve Üzeri (5)	58	2,62	1,19	251,83			

Tablo 19'da araştırmaya katılanların yaşına göre internet bankacılığına ilişkin tutumların karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların yaşına göre internet bankacılığına ilişkin tutumların istatistiksel olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Farklılıklar incelendiğinde güvenlik boyutundaki farkın en önemli nedeninin 50 ve üzeri yaş aralığında yer alan katılımcıların güvenlik boyutuna katılım düzeyinin diğer yaş gruplarına göre daha fazla katılım sağlamasıdır. Başka bir ifade ile 50 ve üzeri yaş aralığında yer alanlar internet bankacılığını diğer yaş gruplarına göre daha güvensiz bulmaktadırlar. Kişisel sebepler boyutundaki farkın en önemli nedeninin de 50 ve üzeri yaş aralığında yer alan katılımcıların kişisel sebepler boyutuna katılım düzeyinin diğer yaş gruplarına göre daha fazla katılım sağlamasıdır. Ulaşılabilirlik boyutundaki farkın en önemli nedeninin 50 ve üzeri yaş aralığında yer alan katılımcıların ulaşılabilirlik boyutuna katılım düzeyinin diğer yaş gruplarına göre daha fazla katılım sağlaması, en düşük katılımı ise 18-25 yaş aralığında yer alan katılımcıların sağlamasıdır.

Tablo 20

İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Medeni Durum	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	U	p
Güvenlik	Bekar	175	2,94	0,89	166,70	13.772,50	0,27
	Evli	169	3,10	1,21	178,51		
Kişisel Sebepler	Bekar	175	2,65	0,92	164,39	13.368,50	0,12
	Evli	169	2,86	1,16	180,90		
Ulaşılabilirlik	Bekar	175	1,36	0,68	140,56	9.198,50	0,00
	Evli	169	2,05	1,10	205,57		

Tablo 20'de araştırmaya katılanların medeni durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların medeni durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların güvenlik ve kişisel sebepler boyutlarında istatistiksel olarak farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p>0,05$). Ancak ulaşılabilirlik boyutunda istatistiksel olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Farklılığın nedeni ulaşılabilirlik boyutuna evli katılımcıların bekar katılımcılara göre daha fazla katılım sağlamasıdır. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde evli katılımcıların bekar katılımcılara göre boyutlara daha fazla katılım sağladığı belirlenmiştir.

Tablo 21

İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Eğitim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Eğitim Durumu	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	U	p
Güvenlik	Önlisans ve Altı	121	3,18	1,22	186,98	11.739,50	0,046
	Lisans ve Üzeri	223	2,93	0,95	164,64		
Kişisel Sebepler	Önlisans ve Altı	121	3,23	1,11	216,90	8.119,00	0,000
	Lisans ve Üzeri	223	2,49	0,92	148,41		
Ulaşılabilirlik	Önlisans ve Altı	121	2,21	1,10	223,78	7.286,50	0,000
	Lisans ve Üzeri	223	1,42	0,77	144,67		

Tablo 21'de araştırmaya katılanların eğitim durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların eğitim durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların istatistiksel olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Farklılıkların nedeni önlisans ve daha düşük eğitim düzeyine sahip katılımcıların tüm boyutlara daha fazla katılım sağlamasıdır.

Tablo 22

İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun Gelir Durumuna Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Gelir Durumu	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	X^2	p	Farklılıklar
Güvenlik	1.000 TL-1.999 TL	92	3,06	1,10	177,06	0,64	0,73	
	2.000 TL-3.999 TL	143	2,97	1,02	167,52			
	4.000 TL ve Üzeri	109	3,05	1,08	175,18			
Kişisel Sebepler	1.000 TL-1.999 TL (1)	92	2,87	1,05	182,08	12,94	0,00	1>3 2>3
	2.000 TL-3.999 TL (2)	143	2,92	1,07	187,67			
	4.000 TL ve Üzeri (3)	109	2,44	0,96	144,51			
Ulaşılabilirlik	1.000 TL-1.999 TL	92	1,70	1,03	170,04	2,31	0,31	
	2.000 TL-3.999 TL	143	1,76	0,96	180,87			
	4.000 TL ve Üzeri	109	1,63	0,96	163,59			

Tablo 22'de araştırmaya katılanların gelir durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların gelir durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların güvenlik ve ulaşılabilirlik boyutlarında istatistiksel olarak farklılık göstermediği belirlenmiştir ($p>0,05$). Ancak kişisel sebepler boyutunda istatistiksel olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Farklılığın nedeni kişisel sebepler boyutuna 4.000 TL ve üzeri gelir durumuna sahip katılımcıların diğer katılımcılara göre daha düşük katılım sağlamasıdır.

Tablo 23

İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumun İnternet Bankacılığı Kullanma Durumuna Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	İnternet Bankacılığı Kullanma Durumu	n	Ort.	Std. Sapma	Sıra Ort.	U	p
Güvenlik	Evet	205	2,62	0,89	135,19	6.598,00	0,00
	Hayır	139	3,61	1,02	227,53		
Kişisel Sebepler	Evet	205	2,36	0,89	136,28	6.822,00	0,00
	Hayır	139	3,33	1,01	225,92		
Ulaşılabilirlik	Evet	205	1,49	0,76	154,93	10.646,00	0,00
	Hayır	139	2,02	1,16	198,41		

Tablo 23'de araştırmaya katılanların internet bankacılığı kullanma durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların karşılaştırılmasına yer verilmiştir. Tabloya göre katılımcıların internet bankacılığı kullanma durumuna göre internet bankacılığına ilişkin tutumların istatistiksel olarak farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Farklılıkların nedeni tüm boyutlara internet bankacılığını kullanmayan katılımcıların daha fazla katılım sağlamasıdır.

BÖLÜM 5

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılan banka müşterisi toplam 344 kişiden %40 kadar olan oldukça büyük sayılabilecek bir oranının internet bankacılığını kullanmadığı göze çarpmaktadır. Araştırmaya katılan kişiler büyük oranda gelir düzeyi (%72) ve eğitim düzeyi (%64) yüksek kişiler olduğu düşünüldüğünde bunun oldukça yüksek bir oran olduğundan söz etmek mümkündür.

5.1. Güvenlik

Katılımcıların internet bankacılığı hakkındaki genel olumsuz algılarının temelini güvenlik problemleri oluşturmaktadır. Katılımcılar yüksek oranda kişisel verilerinin güvenliğinden kaygı etmektedir. Güvenlik kaygıları yaşa göre değerlendirildiğinde en çok 50 yaş ve üzeri kişilerin bu durum hakkında olumsuz görüş bildirdikleri göze çarpmakla beraber 30 yaş altı kişilerin bu konuda kaygıları nispeten daha düşük seviyededir. Dolayısıyla 30 yaş üzeri kişiler internet bankacılığının güvenliği konusunda daha çok endişe duymaktadır. Güvenlik konusunda yapılacak çalışmaların bu yaş grubunu hedef alması oldukça faydalı olacaktır.

Katılımcıların güvenlik konusunda olumsuz algılarının temelinde kişisel verilerinin 3. şahıslarla paylaşılacağı korkusu ağır basmaktadır. Bu açıdan bakıldığında müşterilerin kişisel verileri koruma kanunu ve kişiler bilgilerinin hangi durumlarda paylaşılabileceği hakkında daha çok bilgi edindirilmesi oldukça etkili olacaktır.

Kişilerin güvenlik konusunda bir başka olumsuz algısı ise hesabının ve mevduatının çalınabileceği algısıdır. Bu algının temelinde bankacılık sektörüne değil

internetin karmaşık yapısının ve ‘‘hack’’ olgusunun yattığı düşünülmektedir. Ancak bu algının giderilmesi için gerekli çalışmaları yapması gereken kuruluşlar bankalardır. Bankalar çeşitli güvenlik sistemleri ile donatılmış ve sistematik yapılarla kontrol edilen güvenlik yöntemlerine sahip kuruluşlardır. Güçlü bir şifreleme sistemi kurularak müşterilerin güvenlik kaygıları azaltılabilir.

Dolayısıyla bankacılık sektöründe bankanın hacklenmesi değil ancak kullanıcının kişisel hataları ile bir maddi zarar söz konusudur. Bankaların güvenlik sistemlerini ve çalınma risklerinin düşüklüğü konusunda bilgilendirmeler yapmalarının yanı sıra kullanıcıların kendi güvenliklerini sağlamaları için de çalışma yapmaları faydalı olacaktır.

Şifrematikler bunun bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır ancak görüldüğü üzere gerek tanıtım eksikliği gerekse bilgilendirme eksikliği yüzünden çalınma riski hala kullanıcıların algılarını olumsuz etkilemektedir. Burada sorumluluk yine bankalara düşmektedir.

Katılımcıların genel olarak internet bankacılığına güven duymadıkları karşımıza çıkan temel sorundur. Araştırmanın sonucuna göre internet bankacılığı kullanmayan 139 kişinin büyük oranda güvenlik kaygıları ile kullanmadığından söz etmek mümkündür. İnternet bankacılığı kullanan 205 kişinin ise güvenlik problemleri konusunda kararsız oldukları ve bu kaygıları kısmen taşıdıkları görülmektedir. Kişilerin medeni durumlarının güvenlik kaygılarında etkin rol oynamadığı göze çarpmaktadır. Bekar ya da evli kişilerin hemen hemen eşit düzeyde güvenlik kaygısı taşıdığı gözlemlenmektedir.

Sathye (1999): ‘‘Avustralya’da 265 tüketici ve 324 işletmeye anket uygulaması gerçekleştirmiş ve çalışmasında, internet bankacılığının yaygınlaşmasındaki en önemli etkenlerin güvenlik kaygısı ve haberdar olmamak olduğu sonucu elde etmiştir.’’ 2019 yılında ülkemizde gerçekleştirdiğimiz bu çalışma sonucunda internet bankacılığının yaygınlaşmasında hala en önemli etkenin güvenlik kaygısı olduğu tespit edilmiştir.

Suh ve Han (2002)’ın yaptığı çalışmada ise ‘‘Kore’de beş bankanın sitelerine koyulan anket aracılığıyla tüketicilerin internet bankacılığının kullanım kolaylığı ve sağladığı fayda ve beklentilerinin karşılandığı, ancak güven kaygısının internet bankacılığı kullanımına karşı tutumun en önemli belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna varılmıştır.’’ Çalışma yine eski sayılabilecek olan 2002 yılında Kore’de gerçekleştirilen çalışmanın sonucu ile bağdaşmaktadır.

Başka bir çalışma ise Rotchanakitumnuai ve Speece (2003), tarafından Tayland'da gerçekleştirilmiştir. İkili; ‘‘internet bankacılığı kullanan yedi işletme ve kullanmayan sekiz tane işletmenin yöneticileri ile yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda, internet bankacılığı kullanımının yaygınlaşmasının önündeki en büyük engelin güvenlik kaygısı olduğu sonucuna varılmıştır.’’

Son olarak Pala ve Kartal (2010), ‘‘banka müşterilerinin internet bankacılığına yönelik tutumları ve bununla ilişkili olarak internet bankacılığı kullanma sıklıkları ile internet bankacılığı hesabı açtırmalarında ve hesap açacakları bankanın seçiminde etkili olan faktörler araştırılmışlardır. Kolaylık ve güvenlik gibi unsurların etkili olduğu tespit edilmiştir.’’

Dolayısıyla hala günümüzde güvenlik oldukça önemli faktördür. Güvenlik kaygıları internet bankacılığı kullanım oranlarını artırmak için çalışılması ve odaklanılması gereken temel konulardan biri olmalıdır.

5.2. Kişisel Sebepler

İnternet bankacılığı kullanan ya da kullanmayan kişilerin internet bankacılığı konusunda kaygılarının temel noktalarından birini de kişisel sebepler oluşturmaktadır. Ankete katılan katılımcıların büyük ölçüde internet bankacılığı hakkındaki reklam ve bilgilendirme faaliyetlerini yeterli bulmadıkları tespit edilmiştir. Bu durum hem kişisel nedenler içerisinde bir faktör olarak göze çarparken hem de güvenlik boyutunu da etkileyebilecek ve bu algı üzerinde de etkin rol oynayabilecek önemli bir unsurdur. Kişilerin yeteri kadar bilgilendirilmemesi günümüz koşullarında hemen her sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de kullanım oranlarını olumsuz etkileyecektir.

İnternet ve internet bankacılığı kavramları hayatlarımıza nispeten geç girmiş ve geç yaygınlaşmış bir teknolojiyi ifade etmektedir. Dolayısıyla bu konuda reklam ve bilgilendirme faaliyetlerinin maksimum düzeyde olması gerekliliği doğmaktadır. Ancak bu konuda yayınlanan reklamların ya az olduğu ya da kişilere hitap edemediği anketin sonucu olarak görülmektedir. Kişiler, interneti hem eğlenmek hem bilgi edinmek hem de iletişim kurmak için kullanabilmektedir. Dolayısıyla internet çok boyutlu ve farklı amaçlar için kullanılabilen bir platformdur. Bankacılık gibi ciddi bir faaliyetin etkin bir biçimde

yürütülebilmesi için bilgilendirme faaliyetlerinin de etkin bir biçimde yerine getirilmesi ve kullanıcıların bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

İnternet bankacılığı kullanmayan 139 kişinin büyük oranda bilgilendirme ve reklam faaliyetlerini yetersiz bulduğu gözlemlenirken kullananlarında yadsınamayacak oranda yetersiz buldukları göze çarpmaktadır.

Gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe reklam ve bilgilendirme faaliyetlerinin yetersizliğinin kişileri daha az etkilediği görülmektedir. Medeni durumun ise bu durum üzerinde eşit düzeyde etki yaptığı gözlemlenmektedir.

Yanı sıra kişisel faktörler konusunda 18-50 yaş arası kişilerde eşit farklar görünürken 50 yaş ve üzeri kişilerin bu konuda kaygılarının çok daha büyük olduğu görülmektedir. Bu konuda yapılacak reklamcılık ve bilgilendirme faaliyetlerinin daha düşük gelir ve eğitim düzeyini, ayrıca 50 yaş ve üzerini hedef alması oldukça faydalı olacaktır.

Bunun dışında katılımcıların internet bankacılığının yapısını karmaşık buldukları ve internet bankacılığı kullandıkları durumlarda ne gibi kazanç elde edecekleri konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Bu iki durum da aslında temelinde bilgilendirme faaliyetlerinin yetersizliğine bağlanabilir ancak farklı farklı ele alındığında üzerine odaklanılması gereken iki konudur. İnternet bankacılığı aplikasyonları ve web siteleri daha sade ve kullanışlı hale getirildiğinde yeterli bilgilendirme faaliyetiyle birleşip varsayılan çözümler için bir katkı sağlayabilir.

Yanı sıra banka müşterilerine internet bankacılığının sağladığı zaman ve mekân avantajları görevlendirilen personel tarafından uygulamalı olarak banka içerisinde gösterilebilir. Bu konuda elde edilen bulgular bankacılık sektörü için bir temel kaynak olarak kullanılıp konu üzerinde farklı çalışmalar gerçekleştirilmesi son derece faydalı olacaktır.

5.3. Ulaşılabilirlik

Her ne kadar bilgi ve teknoloji çağında olmamıza rağmen hala ülkemizde internet erişimi konusunda bazı sorunlar bulunmaktadır. Tüm banka müşterilerinin internet erişiminin bulunduğundan söz etmek mümkün değildir. Bu erişimin olmaması kişisel ve maddi nedenlerden olabileceği gibi alt yapı sorunlarından da kaynaklanabilmektedir. Ya da bazı kullanıcılar yalnızca cep telefonlarından internete erişirken bazı kullanıcılar ise yalnızca evlerindeki sabit internet ile internet erişimi sağlamaktadır. Bu durum bankacılık

faaliyetlerinin durağan işlemesine neden olabilmektedir. Örneğin bir kullanıcı yalnızca evinde internet kullanıyorsa mobil haldeyken bir bankacılık işlemi için banka şubesine gitmek zorunda kalabilmektedir.

Ulaşılabilirlik faktörü bu üç faktör arasında en az katılımın sağlandığı ve kullanıcı tercihlerini en az etkileyen faktör olduğu gözlemlenmektedir. Ancak bu durumu göz ardı etmek mevcut sorunların giderilmesinde ve kullanıcı oranlarının artırılması konusunda yapılacak çalışmalarda oldukça kısıtlayıcı olacaktır. Yapılan çalışma neticesinde kullanıcıların tüm boyutlarıyla internet bankacılığını kullanmadığı tespit edilmiştir. Ulaşılabilirlik konusunda en fazla katılımın sağlandığı konu ‘‘Evimde internet bağlantısı bulunmamaktadır’’ seçeneğidir. 50 yaş ve altı kişilerin ulaşılabilirlik konusunda daha az sorunları varken 50 yaş ve üzeri kişilerin daha büyük oranda internet erişimlerinin kısıtlı oldukları gözlemlenmektedir. Yanı sıra eğitim düzeyi düşük olan kişilerin internet konusunda daha kısıtlı oldukları göze çarpmaktadır. Cinsiyetin internet kullanımına bir etki etmediği gözlenirken evli kişilerin ulaşım konusunda daha sorunlu olduğu görülmektedir.

Günümüzde internet kullanımı birçok görüş tarafından bir ihtiyaç olarak görülmektedir. Dolayısıyla bankacılık sektörü gibi büyük bir sektör için internet kullanımı kısıtlayıcı bir neden olmamalı bu konuda gerekli destek sağlanmalı ve çalışmalar yürütülmelidir. Örneğin mobil internet bankacılığı uygulamalarında data transferi oldukça düşük boyuttadır ve yüksek bir maliyet oluşturmamaktadır. Bu durumda bankalar müşterileri için telefon uygulamalarında aplikasyonlarına girişleri internet kullanımı olmayan banka müşterilerine ücretsiz hale getirilebilir. Bu sistem daha önce örnekleri olan ve uygulanan bir sistemdir ve bankacılık gibi ciddi bir sektörde uygulanması son derece faydalı olacaktır.

KAYNAKLAR

Acar, S. (2017). *Bankacılık sektöründeki gelişmeler siirt ilinde bankacılık sektörü*, International journal of academic value studies (Javstudies). 3(14), (ISSN:2149-8598).

Akçacı, İ.Y. (2003). *1980 sonrası Türk bankacılık sektöründe yeniden yapılandırma*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Akgüç, Ö. (1989), *100 soruda Türkiye'de bankacılık*. İstanbul, Gerçek Yayınevi'nden Hazırlayan, Altay, O. (2010), Türkiye'de Liberal Politikaların Bankacılık Sektörüne Etkileri.

Akgüç, Ö. (2000). *Kredi taleplerinin değerlendirilmesi*, İstanbul: Arayış

Armağan, E., ve Temel. E. (2016). Türkiye'de internet bankacılığı kullanımında demografik faktörlerin tüketici algısına etkisi üzerine amprik bir çalışma, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 33(2), 126-190

Aydın, N. (2006). *Bankacılık uygulamaları*. Ankara: Anadolu Üniversitesi.

Ayıgulı, A. (2016). *İnternet bankacılığının başarısını etkileyen faktörlerin tespiti: Türkiye ve Çin karşılaştırması*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı

Bilgin, Ş. (2013). *Banka müşterilerinin internet bankacılığına ilişkin yaklaşımlarının veri madenciliği teknikleri ile incelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*, Ankara: Pegem Akademi.

Cantekinler, M. (2007). *Bankacılık sektöründe performans yönetimi ve özel bir bankada performans yönetimine ilişkin uygulama*. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Capgemini and Efma (2012). *World retail banking report*, http://www.capgemini.com/resources/world-retail-banking-report-2012 (Erişim Tarihi:2019).

Doğan H. (2001). *Karşı etkileşimli pazarlama*, Fakülte Kitabevi, Isparta.

Doğan, F. C. (2018). *Bankacılık uygulamasında mevduat rehini*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Duruer, S., Çalışkan, A., Akbaş H.E., ve Gündoğdu C. (2009). İnternet bankacılığını kullanma kararını etkileyen faktörler türk bankacılığı üzerine bir araştırma, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, (8)2, 146.

Erdem, E. (2014). *Para banka ve finansal sistem.* Ankara: Detay

Erdoğan, Y. (1998). *1980 sonrası Türk bankacılık sektöründe meydana gelen gelişmelerin ekonomik kalkınma üzerindeki etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Eroğlu, N., ve Yücel. İ.S. (2012), Türkiye'deki kurumsal banka müşterilerinin internet bankacılığı kullanımı eğilimlerini belirleyen başlıca faktörler üzerine ampirik bir çalışma, *Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü E-Dergisi*, (9)5, 1-25.

Erol İ., Çınar S, ve Duramaz S, (2015), Bankaların yeni gelir kaynağı*:* elektronik bankacılık işlem ücretleri, türk bankacılık sektöründe banka karlılığı üzerindeki etkisi, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi:* (2), 1-21.

Gül, O. (2003). *İnternet bankacılığı ve bankanın finansal yapısı üzerindeki etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güney, A. (2009). *Bankacılık işlemleri*. İstanbul: Beta

Güney, S. (2008). *Yönetim ve organizasyon.* Ankara: Nobel

Harvest, J. (2001). Transforming consumer sanking through ınternet technology.

Hızır, B. E. (2019). *Bankacılık sektöründe iş faktörünü etkileyen faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İleri, Y. Y., ve İleri, H. (2011). İnternet bankacılığı ve e-ticaretin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi,* 14(1-2), 109-125.

İnternet: İnternet bankacılığı istatistikleri *tbb.org.tr/Content/Upload/ istatistikiraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf* Son Erişim 01.07.2019

İnternet: Kişisel Verileri Koruma Kanunu KVKK, *www.ziraatbank.com.tr/tr/bankamiz/gizlilik-ve-cerez-politikalari/kisisel-verilerin-korunmasi-kanunu* Son Erişim: 01.07.2019

İnternet: Mobil Bankacılık, *https://www.ziraatbank.com.tr/tr/dijital-bankacilik/mobil-bankacilik/ziraat-mobil-kurumsal,* Son Erişim: 06.07.2019

İnternet: OTP Cihazı *https://www.ziraatbank.com.tr/tr/sss/dijital-bankacilik/otp* Son Erişim: 06.07.2019

İnternet: QR kod *ziraatbank.com.tr/PublishingImages/Subpage/dijitalBankacilik/ MobilBankacilik/QR_Apple.png* Son Erişim: 06.07.2019

İnternet: Türk Bankalar Birliği (TBB), Banka çalışan sayıları, *https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/920/Banka_Calisan_ve_Sube_Sayilari-Mart_2018.pdf* Son Erişim: 07.08.2019

İnternet: Türk Bankalar Birliği (TBB), Banka şube bilgileri, *https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp,* Son Erişim: 07.08.2019.

İnternet: Ziraat Bankası aplikasyon *https://play.google.com/store/apps/details?id =com.ziraat.ziraatmobil&hl=tr* Son Erişim 06.07.2019

Kanıpek, K. ve Balıkçıoğlu, İ. (2015). Kıbrıs'ta bankaların ortaya çıkışı, gelişimi ve günümüz bankacılık dışı faaliyetlerin kamuoyu üzerindeki etkisi, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi* (3)6, 210-270.

Karluk, R. (2014). *Türkiye ekonomisi cumhuriyetin ilanından günümüze dönüşüm*. İstanbul: Beta

Kartal. B. ve Pala, E., (2010). *Banka müşterilerinin internet bankacılığı ile ilgili tutumlarına yönelik bir pilot araştırma,* Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi.

Kaya, F. (2012). *Bankacılık giriş ve ilkeleri*. İstanbul: Beta

Kaya, F. ve Arslan, T. R. (2016). İnternet bankacılığında müşterilerin banka tercihlerine etki eden faktörler: Bolu ilinde kamu çalışanları üzerine bir araştırma, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi,* Cilt: (8) Sayı:15

Kaya, F., ve Arslan. T.R. (2016), İnternet bankacılığında müşterilerin banka tercihlerine etki eden faktörler: Bolu ilinde kamu çalışanları üzerinde bir araştırma, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi* (8), 109-150.

Kaya, M. B. (2010). *Teknik ve hukuki boyutlarıyla internete erişimin engellenmesi*, İstanbul

Kayan, M. Ö. (2009). *Bankacılık hizmetlerinin pazarlanması: Halk Bankası Samsun bölge koordinatörlüğü uygulama örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Koskosas, I. (2011). The Pros And Cons Of Internet Banking: A Short Review, *Business Excellence and Management,* 1(1), 49-58.

Lin, H.-F. (2013). Determining the relative importance of mobile banking quality factors, *Computer Standards & Interfaces*, 35(2), 195–204.

Mermeroğlu, K. (2015). *İnternet bankacılığının banka ve müşteri açısından yükümlülük ve sorumluluklarının hukuki açıdan değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Milli, A. (2008). *Türkiye'de ticari bankacılık sektöründe aktif-pasif yönetiminin ekonomik analizi,* Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özkan, T. Ve İpekten B. (2017). İnternet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörler: Atatürk Üniversitesi personeli üzerine bir uygulama, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Haziran 2017 21(2), 647-664

Özoğlu, B. (2010). *Tüketici odaklı yaklaşım ile internet bankacılığı faaliyetlerini değerlendirmeye yönelik bir uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Pala, E. ve Kartal, B. (2010). Banka müşterilerinin internet bankacılığı ile ilgili tutumlarına yönelik bir pilot araştırma, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi,* 17(2), 43-61

Parasız İ. (2003). *Para politikası*. Bursa: Ezgi.

Parasız, İ. (2000). *Modern bankacılık teori ve uygulama.* İstanbul: Ezgi.

Parasız, İ. (2011), *Türkiye'de ve Dünya'da bankacılık*. İstanbul: Ezgi.

Rochanakitumnual, S. ve Speece, M. (2003). Barriers to Internet Banking Adoption: Aqualitative Study Among Corporate Customers in Thailand, *International Journal of Bank Marketing,* 21 (6/7), 312-323.

Sathye, M. (1999). Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Emprical Investigation, *International Journal of Bank Marketing*, 17 (7), 324-334.

Seyrek, İ. H., ve Akşahin, A. (2016). Mobil bankacılık uygulamaları kalite faktörlerinin analitik hiyerarşi prosesi ile karşılaştırılması. *International Review of Economics and Management*, 4(3), 47-59.

Sırabaşı, V. (2007). *İnternet ve Radyo-Televizyon aracılığıyla kişilik haklarına tecavüz* (İnternet Hukuku), B.2, Ankara.

Suh, B. and Han, I. (2002). Effect of trust on costumer acceptance of ınternet banking *Electronic Commerce Research and Aplications,* 1(1), 247-263.

Sümer, G. (2013). *Türk vergi sistemi açısından bankaların ödev ve yükümlülükleri*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Sümer, G. (2016). Türk bankacılık sektörünün tarihsel gelişimi ve AB bankacılık sektörü ile karşılaştırılması, *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 18(2), 489.

Şakar, H. (2000). *Genel bankacılık bilgileri*. İstanbul: Strata.

Takan, M. ve Acar, M. (2018). *Bankacılık teori, uygulama ve yöntem* (Sekizinci Baskı). Ankara: Nobel

Tan, M., ve Teo. S.H. (2000). Factors influencing the adoption of internet banking, Journal of the Association for Information Systems, 1-42.

Tunay, K.B., Tunay, N. ve Akhisar, İ. (2015). Interaction between ınternet banking and bank performance: The case of Europe. *Procedia –Social and Behavioral Sciences*, 195, 363-368.

Uzun, U. ve Berberoğlu, M. (2018). İnternet bankacılığı hizmetlerinin banka performansı üzerine etkisi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (20), 51-62.

Uzunoğlu, S. (1996). *Bankacılık*, İstanbul.

Yağcılar, G.G. (2011). *Türk bankacılık sektörünün rekabet yapısının analizi*. Ankara: BDDK.

Yazıcı, M. (2018). *Bankacılığa giriş*. İstanbul: Beta.

Yetiz, F. (2016). Bankacılığın doğuşu ve Türk bankacılık sistemi, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 102-200.

Yıldırım K. (2006), *Elektronik bankacılık-Avrupa Birliği ve Türkiye uygulamaları* Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldız, S. (2010). *Teknik ve hukuki boyutlarıyla internete erişimin engellenmesi*, İstanbul.

Yüksel, A.S. (2002). *Banka yönetimi el kitabı*. İstanbul: Alfa.

EKLER

EK-1. Anket Formu

Sayın Katılımcılar,

Bu çalışma; **"Türkiye'de İnternet Bankacılığındaki Gelişmeler ve Müşteri Sayılarının Artırılması Konusunda Bir Araştırma"** konulu tez çalışmasının uygulama kısmı ile ilgilidir. Yapılan araştırma tamamıyla akademik nitelikli olup çalışmadan elde edilecek bilgiler bilimsel amaca yönelik olarak kullanılacak ve alınan cevaplar kesinlikle gizli tutulacaktır.

Çalışmaya yapacağınız değerli katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

CENGİZ SEZER
Gazi Üniversitesi
Yüksek Lisans Öğrencisi

I. BÖLÜM

Lütfen aşağıda yer alan kişisel bilgilerinizi belirtiniz.

Cinsiyetiniz: Erkek ( ) Kadın ( )

Yaşınız:
18-25 ( ) 26-33 ( ) 34-41( ) 42-49 ( ) 50 ve üzeri ( )

Medeni Durumunuz: Bekar ( ) Evli ( )

Eğitim Durumunuz:
İlköğretim ( ) Lise ( ) Önlisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü ( )

Aylık Gelir Düzeyiniz:
1.000-1.999 TL.....( )
2.000-3.999 TL..... ( )
4.000-5.999 TL.....( )
6.000 TL ve üzeri.....( )

İnternet Bankacılığı Kullanıyorum: Evet ( ) Hayır ( )

II. BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI TUTUM ÖLÇEĞİ

Aşağıda internet bankacılığı kullanımı ile ilgili bazı ifadeler sıralanmıştır. Bu ifadelerle ilgili olarak düşünceleriniz için size en uygun gelen kutucuğu işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılmıyorum	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
1.Evimde internet bağlantısı bulunmamakta.					
2.İnternetim bulunmasına rağmen kullanmasını bilmiyorum.					
3.Cep telefonu kullanıyorum ancak internet özelliğini kullanmıyorum.					
4.İnternet fiyatlarını yüksek buluyorum.					
5.İnternet bankacılığını güvenli bulmuyorum.					
6.Kişisel verilerimin 3. şahıslarla paylaşılacağını düşünüyorum					
7.Hesabımın ve mevduatımın çalınabileceğini düşünüyorum.					
8. İnternet bankacılığı güvenilirliği konusunda bankam tarafından bilgi sahibi edilmedim.					
9.Çevremde İnternet bankacılığı konusunda teknik problem yaşayan kişiler var.					
10.İnternet bankacılığının yapısını karmaşık buluyorum					
11.İnternet bankacılığının sağlayacağı faydalar konusunda bilgim yok.					
12.İnternet bankacılığı hakkındaki reklam ve bilgilendirme faaliyetlerini yeterli bulmuyorum.					



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR...