



**T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK  
LİSANS  
TEZİ**

**BURDUR İLİ BUCAK İLÇESİNDE BİR BANKA  
MÜŞTERİLERİNİN ELEKTRONİK BANKACILIK  
ALGISI VE HİZMETLERDEN BEKLENTİLERİ  
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**SEVGİ BEYZA KOÇAK**

**BANKACILIK ANABİLİM DALI**

**HAZİRAN 2019**



**BURDUR İLİ BUCAK İLÇESİNDE BİR BANKA MÜŞTERİLERİNİN  
ELEKTRONİK BANKACILIK ALGISI VE HİZMETLERDEN  
BEKLENTİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**Sevgi Beyza KOÇAK**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ  
BANKACILIK ANABİLİM DALI**


**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**HAZİRAN 2019**

Sevgi Beyza KOÇAK tarafından hazırlanan “Burdur İli Bucak İlçesinde Bir Banka Müşterilerinin Elektronik Bankacılık Algısı ve Hizmetlerden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / ~~OY ÇOKLUĞU~~ ile Gazi Üniversitesi Bankacılık Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK

Bankacılık Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.....


Başkan: Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU

Bankacılık Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.....

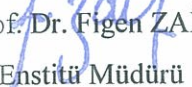
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Fatih EKİNCİ

İtkisat Anabilim Dalı, Atılım Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum.....

Tez Savunma Tarihi: 28./06./2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

  
Prof. Dr. Figen ZALF  
Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; 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 çalışmada 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.



Sevgi Beyza KOÇAK

28.06/2019

BURDUR İLİ BUCAK İLÇESİNDE BİR BANKA MÜŞTERİLERİNİN ELEKTRONİK  
BANKACILIK ALGISI VE HİZMETLERDEN BEKLENTİLERİ ÜZERİNE BİR  
ARAŞTIRMA  
(Yüksek Lisans)

Sevgi Beyza KOÇAK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Haziran 2019

## ÖZET

Bankacılık sektörü, teknolojik gelişmeleri ilk ve en hızlı uygulamaya koyan sektörlerdendir. Teknoloji kullanımı bankalara ofis iş yükünü azaltmak, banka şubelerinde işleri hızlandırmak ve kolaylaştırmak, müşteriye daha güvenli bir bankacılık hizmeti sağlamak, daha az insan kaynağına ihtiyaç duymak ve maliyetlerini önemli ölçüde düşürmek gibi bazı avantajlar getirmektedir. Bu avantajlar büyük verinin kolay depolanabilmesi, saklanabilmesi, saklı olan veriye kolay ve hızlı erişimin mümkün olması, veri oluşturmanın kolay olması ve saklama maliyetinin önceki teknolojiye kıyasla çok düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bankaların karlarını artırabilmeleri mümkün olmaktadır. Bu araştırma bankalar ve müşteriler açısından önemli olan elektronik bankacılığın benimsenmesi ve kullanımını konu edinmiştir. Bu amaçla, veri banka müşterilerinde ile anket yoluyla elde edilmiştir. Araştırmaya toplam 123 banka müşterisi gönüllü olarak katılmıştır. Müşterilerin demografik özellikleri, elektronik bankacılığı kullanımına karşı tutumları, algıları, kullananların hangi işlemleri ne sıklıkta yapıldığı, elektronik bankacılık yapmayanların nedenleri, müşteriler açısından internet bankacılığının güvenlik yönünden değerlendirilmesi, internet bankacılığını kullananların internet bankacılığı ile ilgili düşünceleri beşli Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Müşterilerin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, aylık geliri ve çalışma yılı ile elektronik bankacılık, güvenliği ve banka web sayfasına dönük algı ve görüşlerinin ilişkilendirildiği hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir. Müşterilerin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, aylık geliri ve çalışma yılının elektronik bankacılık algısı, güvenliği ve banka web sayfasına dönük görüşleri arasında bir fark bulunmamaktadır. Bu çalışma üç bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm banka ve bankacılığın tanımı, türleri ve işlevlerini, bankacılığın tarihsel gelişimini, Türkiye’de bankacılığın ve gelişimini kapsar. İkinci bölümde elektronik bankacılığın önemi ve onun ile ilgili kavram ve tanımlar, tarihsel gelişim ve elektronik bankacılığın araçları tartışılmıştır. Üçüncü bölümde Burdur ili Bucak İlçesinde bir banka müşterilerinin elektronik bankacılığı ne derece benimsedikleri ve elektronik bankacılık ile ilgili görüşlerine yönelik bir alan çalışmasının sonuçları verilmiştir.

BilimKodu : 118221

AnahtarKelimeler : Elektronik bankacılık, bankacılık, güvenlik, elektronik bankacılığın güvenliği.

SayfaAdedi : 64

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK

A RESEARCH ON THE PERCEPTION AND ATTITUDE OF BANK CUSTOMERS  
TOWARD ELEKTRONIC BANKING IN THE BUCAK DISTRICT OF BURDUR

PROVINCE

(M.S. Thesis)

Sevgi Beyza KOÇAK

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

June 2019

ABSTRACT

The banking sector is among the first to adopt technological developments. The use of technology makes it possible to reduce banking workload, improve efficiency at branch level, improve security in banking services, and reduce human resource costs substantially. Technological advancements make it possible to generate, store and retrieve big data more easily and at much lower cost. These advantages help banks to increase their profitability. Considering the competitive conditions in the sector, further highlights the importance of internet banking services. The purpose of this study is to explore the electronic banking perceptions, expectations and attitudes of banking clients. For this purpose, a questionnaire instrument was administered to existing banking clients and 123 clients voluntarily participated. The data collected through the questionnaire was then analysed to reflect the demographic attributes of the clients, their attitudes and perceptions towards electronic banking as well as expectations from it. Additionally, usage frequency and possible reasons for not using electronic banking were also explored. Hypotheses were developed and tested to detect any difference in electronic banking attitudes and opinions based on clients' gender, age, education status and monthly income. The findings of this study are relevant for banks and other financial services firms as well as regulatory bodies of the sector. This study is composed of three sections. In the first section, the description, types and functions of banks and banking are provided along with a brief history of banking and the respective developments in the banking sector in Turkey. The second section focuses on internet banking; its importance, the relevant concepts and descriptions, its historical development and instruments. In the third and final section, the findings of a field study administered to the clients of a bank in the Bucak district of Burdur province are presented to uncover banking clients' opinions and adoption of electronic banking.

Science Code : 118221  
Key Words : Electronic banking, banking, security, security of electronic Banking.  
Page Number : 64  
Supervisor : Asso. Prof. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK

## TEŞEKKÜR

Yüksek Lisan eğitimin süresince benden desteklerini esirgemeyen tez danışman hocam Doç. Dr. Cevdet Yiğit ÖZBEK'e,

Tez çalışmama bilgi ve teknik destek veren hocam Prof. Dr. Aslıhan ERSOY BOZCUK ve Ar. Gör. Yağmur ÖZ'e,

Anneme, babama ve kardeşime,

Berberliğimizin ilk anlarından itibaren sevgi ve anlayışı ile yanımda olan ve sürekli destek veren sevgili eşim Beraat'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.



# İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ .....	1
1. BÖLÜM.....	3
BANKACILIK VE BANKACILIK TARİHİ.....	3
1.1. Bankacılığın Tanımı, İşlevi ve Türleri .....	3
1.2. Faaliyet Alanlarına Göre Bankalar.....	4
1.2.1. Merkez Bankaları .....	4
1.2.2. Ticari Bankalar .....	7
1.2.3. Yatırım Bankaları .....	7
1.2.4. Kalkınma Bankaları.....	8
1.2.5. Katılım Bankaları .....	8
1.3. Bankacılığın Tarihi.....	9
1.4. Türkiye’de Bankacılık Tarihi .....	11
2. BÖLÜM.....	17
ELEKTRONİK BANKACILIK.....	17
2.1. Elektronik Bankacılığın Tanımı .....	17
2.2. Elektronik Bankacılığın Önemi.....	19
2.3. Elektronik Bankacılığın Gelişimi.....	22
2.4. Elektronik Bankacılık Araçları.....	23

2.4.1. Kredi Kartı.....	24
2.4.2. Sanal Kredi Kartı .....	24
2.4.3. Akıllı Kart.....	24
2.4.4. Ulusal ve Uluslararası Ödeme Araçları .....	24
2.4.5. Akıllı Anahtar .....	25
2.5. Elektronik Bankacılığın Yarattığı Olası Fırsatlar ve Sorunlar .....	25
2.5.1. Elektronik Bankacılığın Bankalar İçin Yarattığı Olası Fırsatlar .....	25
2.5.2. Elektronik Bankacılığın Müşteriler İçin Yarattığı Olası Fırsatlar .....	25
2.5.3. Elektronik Bankacılığın Bankalar İçin Yarattığı Olası Risk .....	26
2.5.4. Elektronik Bankacılığın Müşteriler İçin Yarattığı Olası Sorunlar.....	27
2.6. Literatür Taraması .....	28
<b>3. BÖLÜM.....</b>	<b>31</b>
<b>ELEKTRONİK BANKACILIK ÜZERİNE BİR UYGULAMA .....</b>	<b>31</b>
3.1. Araştırma Konusu ve Amacı .....	31
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem .....	31
3.3. Veri Analizi .....	33
3.4. Araştırma Hipotezleri.....	33
3.5. Araştırma Bulguları.....	33
<b>SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>51</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>55</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>59</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>64</b>

## ÇİZELGELERİN LİSTESİ

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 3.1. Müşterilerin demografik özellikleri .....	34
Çizelge 3.2. Müşterilerin sosyo-ekonomik özellikleri .....	35
Çizelge 3.3. Müşterilerin internet kullanımına dönük bilgileri.....	35
Çizelge 3.4. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma durum ....	36
Çizelge 3.5. Elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmama nedenleri .....	37
Çizelge 3.6. Elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin elektronik bankacılık kullanımı konusunda tercih ettikleri bilgi kaynakları .....	37
Çizelge 3.7. Müşterilerin elektronik bankacılıktan yararlanma süresi ve sıklığı.....	38
Çizelge 3.8. Müşterilerin elektronik bankacılıkla yaptıkları işlemler.....	39
Çizelge 3.9. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma nedenleri .....	39
Çizelge 3.10. Müşterilerin elektronik bankacılığın şube bankacılığının yerini alması ile ilgili görüşleri.....	40
Çizelge 3.11. Müşterilerin elektronik bankacılığında karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik tercihleri.....	40
Çizelge 3.12. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetleri ve tavsiye etme ile ilgili görüşleri .....	41
Çizelge 3.13. Müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili görüşleri .....	42
Çizelge 3.14. Müşterilerin elektronik bankacılığın güvenliği açısından görüşleri .....	43
Çizelge 3.15. Müşterilerin Bankanın web sayfasının özelliklerine dönük görüşleri .....	44
Çizelge 3.16. KMO and Bartlett Testi .....	45
Çizelge 3.17. Müşterilerin cinsiyetlerine göre tanımlayıcı istatistikler .....	46
Çizelge 3.18. Müşterilerin yaş gruplarına göre tanımlayıcı istatistikler .....	47
Çizelge 3.19. Müşterilerin yaş gruplarına göre ANOVA sonuçları.....	47
Çizelge 3.20. Müşterilerin eğitim durumlarına göre tanımlayıcı istatistikler .....	47
Çizelge 3.21. Müşterilerin eğitim durumlarına göre ANOVA sonuçları.....	48

Çizelge 3.22. Müşterilerin aylık gelirlerine göre tanımlayıcı istatistikler .....	48
Çizelge 3.23. Müşterilerin aylık gelirlerine göre ANOVA sonuçları .....	48
Çizelge 3.24. Müşterilerin çalışma yılına göre tanımlayıcı istatistikler .....	49
Çizelge 3.25. Müşterilerin çalışma yılına göre ANOVA sonuçları .....	49



## ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 3.1. Veri normal dağılım grafiği .....	45



## GİRİŞ

Sanayi devrimi olarak adlandırılan ve buhar makinesinin icadı ile başladığı kabul edilen endüstrileşme ve endüstride teknoloji kullanımı ilerleyen zamanlarda daha kısa aralıklarla sürmüş, günümüzde Endüstri 4.0 denen yapay zeka ve robot kullanımına kadar dayanmıştır. Endüstriler gelişen teknolojiyi farklı boyutlarda kullanmış, nihayet tüm endüstriler bir noktada mevcut teknolojileri kendi faaliyet alanlarında uygulamaya koymuşlardır. Üretimin makineleşmesi, Endüstri 1.0, üretimin serileşmesi, Endüstri 2.0, üretimin otomasyonu ve sayısallaşması Endüstri 3.0 olarak tanımlanmıştır. Yapay zeka, robot ve akıllı fabrikaların var olduğu bu güne de Endüstri 4.0 denilmiştir. Söz konusu teknoloji hizmetler sektöründe de yaygın kullanım alanı bulmuş, bankacılık sektörünün temel işlem araçlarından biri olmuştur.

Bankacılık sektörü, teknolojik gelişmeleri ilk ve en hızlı uygulamaya koyan sektörlerdendir. Teknoloji kullanımını bankalara ofis iş yükünü azaltmak, banka şubelerinde işleri hızlandırmak ve kolaylaştırmak, müşteriye daha güvenli bir bankacılık hizmeti sağlamak, daha az insan kaynağına ihtiyaç duymak ve maliyetlerini önemli ölçüde düşürmek gibi bazı avantajlar getirmektedir. Bu avantajlar büyük verinin kolay depolanabilmesi, saklanabilmesi, saklı olan veriye kolay ve hızlı erişimin mümkün olması, veri oluşturmanın kolay olması ve saklama maliyetinin önceki teknolojiye kıyasla çok düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bankaların karlarını artırabilmeleri mümkün olmaktadır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm banka ve bankacılığın tanımı, türleri ve işlevlerini, bankacılığın tarihsel gelişimini, Türkiye’de bankacılığın ve gelişiminin kapsar. İkinci bölümde internet teknolojisi ve elektronik bankacılığın önemi ve onun ile ilgili kavram ve tanımlar, tarihsel gelişimi, elektronik bankacılığı ile yapılabilecek işlemler ve elektronik bankacılığın araçları tartışılmıştır. Elektronik bankacılığın sunduğu fırsatlar, mahsurları ile banka ve müşteriler için olası risk ve tehditleri yer almaktadır. Üçüncü bölümde Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşteriler ile yapılan anket sonuçları değerlendirilecek, banka müşterilerinin elektronik bankacılık algıları ve hizmetlerinden beklentileri verilmiştir.

Bu çalışma gelişen bilgi teknolojileri ekseninde, Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşterilerinin elektronik bankacılık algısı, beklenti ve düşüncelerini tespit etmek amacıyla yürütülmüştür.



## 1. BÖLÜM

### BANKACILIK VE BANKACILIK TARİHİ

#### 1.1. Bankacılığın Tanımı, İşlevi ve Türleri

Bankacılık tarihsel süreçte değişen ve gelişen teknoloji ve ekonomik şartlara hızlı bir şekilde uyum sağlamak zorunda olmuştur. Bankacılık faaliyetleri de ülkeler ve faaliyetleri itibariyle farklılık arz etmektedirler. Gelişmeler bankacılık sektörüne farklı bir yön çizmektedir. Yeniliklere bağlı olarak yeni tanımlar gerektirmektedir. Dolayısıyla ortak ve kalıcı bir bankacılık tanımı yapmak zor olmaktadır. Ancak kabul gören bir tanım yapılmaktadır. Banka, mevduat vefon kabul eden ve bu kaynakları tüketicilere, yatırımcılara ve devlete kredi olarak kullandıran, kâr maksimizasyonu güden bir finansal araçtır. Bununla beraber, bankacılığın bir işlevi önemli bir değişikliğe uğramamıştır. Bankacılık işlevi “finansman kapasitesi bulunan birimlerden, finansman açığı olan birimlere doğru kısa ve orta vadeli kaynak aktarmaktır” (Tunay, Uzuner ve Yiğit, 1997: 7). Bu anlamda bankalar işletme olarak da kabul edilmektedir. “Bankalar belirli bir sermaye ile kurulmuş, belirlenen amaçlara göre örgütlenmiş, bazı hizmetleri yerine getirerek gelir sağlayan, hissedarları, borçluları ve alacaklıları olan bir işletmedir” (Geylan, 1985: 4).

Bankaların ekonomi açısından önemli olan birçok işlevivardır. Bankalar genel anlamda bireylerin tasarruflarınıyatırıma yönlendiren aracı kurumlar niteliğindedir. Bu özelliği ile finansal aracılık işlevi gören kurumlar olarak tanımlanmaktadırlar (Gürtuna, 2005:5). Bununla birlikte bankalar dış ticarete ihtiyaç olan fonu sağlar ve teşvik ederler. Bankalar belge karşılığı ödeme, banka teminatı, akreditif, peşin ödeme, factoring, forfaiting gibi uygulamalar yoluyla dış ticaretin gelişmesine önemli katkılar yaparlar (Altan, 2001: 68). Mevduat toplama yoluyla kaynak temin ederler ve bu sınırlı kaynağı etkin kullanılan alanlara yönlendirirler.

Bankalar gelişmişlik seviyelerine göre kaynak tahsisi yapabilirler. Az gelişmiş bölgelere kaynak tahsisi yaparak gelir dağılımını ve servet oluşumunu olumlu yönde etkileyebilirler (Gürtuna, 2005: 6). Yine bankalar toplanan mevduatı kullanarak, kredi mekanizması aracılığıyla kaydi olarak para yaratabilirler (Altan, 2001: 70). Bankalar Merkez Bankasının politikalarını uygulamada da yardımcı olurlar.



Bankalar farklı kriterlere göre farklı sınıflandırmaya tabii tutulmaktadır. Bankalar hukuksalyapılarına, sermaye kaynaklarına göre, içerikleri yönünden, iş konularına ([www.biraz.tr](http://www.biraz.tr))ve faaliyet alanlarına ([www.erotela.com](http://www.erotela.com))göre sınıflandırılmışlardır. Faaliyet alanlarına göre banka türleri merkez bankaları, ticaret bankaları, yatırım bankaları, kalkınma bankaları ve katılım bankaları olarak sınıflandırılmaktadır.

## **1.2. Faaliyet AlanlarınaGöre Bankalar**

### **1.2.1. Merkez Bankaları**

En eski emisyon bankası özelliğinde olan İsveç Devlet Bankası 1668 yılında kurulmuştur. İngiltere Merkez Bankası (Bank of England) tarihte ilk Merkez Bankası sayılır ve 1694 yılında kurulmuştur. Banka, merkez bankacılığının tekniğini ve ilkelerini oluşturmuş, banknot ihraç yetkisi almış, devletin bankacılığını yapmış ve bankaların bankası haline gelmiştir. Zamanla diğer ülke bankaları da İngiltere bankasında hesap açmaya yönelmiş, bankarezerv tutan, takas odası görevi gören, bankaların geçici nakit ihtiyaçlarını gideren bir banka hüviyetine kavuşmuştur. Bu özellikler merkez bankalarını diğer bankalardan ayırmış özellikli bir konuma getirmiştir. 1800 yılından itibaren Fransa, Hollanda, Avusturya, Norveç, Belçika, Japonya ve İtalya devlet bankaları kurulmuştur. Amerika Birleşik Devletleri merkez bankası (FED) ise 1914 yılında kurulmuştur (Takan ve Boyacıoğlu, 2011:18).

Faaliyetleri ile diğer bankalardan farklı faaliyetlere sahipolan merkez bankaları, ülke para politikasından sorumludurlar. Merkez bankaları temel olarak para basarlar ve dolaşıma sürerler. Ana hedefleri fiyat istikrarını sağlamaktır. Ana hedefleri fiyat istikrarı olmakla birlikte pek çok merkez bankası, kur rejimi, döviz ve altın rezervlerinin yönetimi, ödeme sistemleri, finansal sistemin gözetimi ve istikrarından da sorumludurlar. Bankaların gözetimi ve denetimide merkez bankalarının sorumluluğunda olabilir. Kendilerine yüklenen görev ve sorumluluklardan dolayı merkez bankalarının görev ve yetkileri zaman içinde değişime uğramıştır. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın(Merkez Bankası) kurumsal yapı ve politikası ekonomi ve gelişmelere bağlı olarak zaman içinde değişime uğramıştır ([www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)).

Merkez Bankası 3 Ekim 1931’de anonim şirket olarak kurulmuştur. Bağımsız ve diğer kamu kurumlarından farklı olması için Anonim Şirket olarak kurulmuştur. Bankanın hisseleri Hazineye (A sınıfı), Türkiye’de faaliyet gösteren milli bankalara (B sınıfı), milli bankalar dışındaki diğer bankalara ve imtiyazlı şirketlere (C sınıfı) ve Türk ticaret kuruluşlarına ve Türk vatandaşı gerçek ve tüzel kişilere (D sınıfı) aittir (www.tcmb.gov.tr).

14 Ocak 1970 tarihinde kabul edilen 1211 sayılı Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Kanunu ile Bankanın yasal statüsünde, kurumsal yapısında, yetki ve görevlerinde önemli değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Yeni düzenlemelerle Bankanın anonim şirket statüsü korunmuş, Hazinesinin sahip olduğu sermaye payının yüzde 51’den az olamayacağı hükme bağlanmıştır. Kurumsal yapısında gerçekleştirilen önemli değişikliklerden biri “Umum Müdürlük” (Genel Müdürlük) makamı yerine Başkanlık (Governörlük) makamı oluşturularak, dış temsil ve ilişkilerde denklik ve protokolde eşitlik sağlanmasıdır. 1211 sayılı Kanun, Bankanın görevlerinin ve yetkilerinin artırılması açısından da önemli yenilikler getirmiştir. Öncelikle, Bankanın doğrudan ve dolaylı para politikası araçları üzerindeki kontrolü artırılmıştır. Diğer yandan, Hükûmetin para ve kredi tedbirlerini alırken Bankanın görüşünü alması hükmü getirilmiştir. Ayrıca, Bankaya para arzını ve likiditeyi düzenlemek amacıyla açık piyasa işlemleri yapma yetkisi verilmiştir. Bunların yanı sıra, yatırımları ve ekonomik kalkınmayı desteklemek amacıyla, Bankaya reeskont işlemleri ile orta vadeli kredi verme olanağı sağlanmıştır. Hazineye verilecek avans miktarı, ilgili yıla ait bütçe giderlerinin yüzde 15’i oranına yükseltilmiştir (www.tcmb.gov.tr).

24 Ocak 1980 kararları ile fiyatların oluşumu piyasa mekanizmasına bırakılmış, dış ticaret serbestleşmiştir. Para ve kur politikaları da serbest piyasa ekonomisi ile uyumlu hale getirilmiştir. Mevduat ve kredi faiz oranlarının belirlenmesi piyasa güçlerine bırakılmıştır. Türk Lirası devalüe edilmiş, esnek kur rejimine geçilmiştir. Döviz ve altın rezervlerini etkin olarak yönetmek bankanın yetkisine verilmiştir. Yine kanuna Bankanın kendine verilengörevleri ekonominin gereklerine göre ve fiyat istikrarını sağlayacak şekilde yürüteceği hükmü eklenmiştir. Banka 1987’de açık piyasa işlemleri yapmaya başlamış, Türk Lirası konvertibl hale getirilmiş, daha esnek bir döviz kuru rejimi kabul edilmiştir. Banka, para politikasının kamuoyuna ilk defa 1990 yılında ilan etmiştir. İlan ettiği programla piyasanın likidite ihtiyacını faiz oranı ve döviz kuru istikrarı gözeterek karşılamayı hedeflemiştir. Hazinesinin Merkez Bankası kaynaklarını kullanması 21 Nisan 1994’de

sınırlandırmıştır. 1998 yılından itibaren Hazinesinin Merkez Bankasından kısa vadeli avans kullanmaması karar verilmiştir. Merkez bankasının görev, yetki ve müşavirlik hizmetleri aşağıda verilmiştir ([www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)).

Merkez Bankasının görevleri ([www.tcmb.gov.tr](http://www.tcmb.gov.tr)):

1. “Açık piyasa işlemleri yapmak,
2. Hükümetle birlikte Türk Lirası’nın iç ve dış değerini korumak için gerekli tedbirleri almak ve kur rejimini belirlemek,
3. Türk Lirası’nın yabancı paralar karşısındaki değerinin belirlenmesi için döviz ve efektiflerin vadesiz ve vadeli alım-satımı ile dövizlerin Türk Lirası ile değişimi ve diğer türev işlemlerini yapmak,
4. Bankaların ve Banka tarafından uygun görülecek diğer mali kurumların yükümlülüklerini esas alarak zorunlu karşılıklar ve umumi disponibilite ile ilgili usul ve esasları belirlemek,
5. Reeskont ve avans işlemleri yapmak,
6. Ülke altın ve döviz rezervlerini yönetmek,
7. Türk Lirası’nın hacim ve tedavülünü düzenlemek, ödeme ve menkul kıymet transferi ve mutabakat sistemleri kurmak, kurulmuş ve kurulacak sistemlerin kesintisiz işlenmesini ve gözetimini sağlamak ve gereken düzenlemeleri yapmak, ödemeler için elektronik ortam da dâhil olmak üzere kullanılacak yöntemleri ve araçları belirlemek,
8. Finansal sistemde istikrarı sağlayıcı ve para ve döviz piyasaları ile ilgili düzenleyici tedbirleri almak,
9. Mali piyasaları izlemek,
10. Bankalardaki mevduatın vade ve türleri ile özel finans kurumlarındaki katılma hesaplarının vadelerini belirlemektir.”

Merkez Bankasının yetkileri:

1. “Türkiye’de banknot ihracı imtiyazı tek elden TCMB’ye aittir.
2. Enflasyon hedefini tespit eder, buna uyumlu olarak para politikasını belirler.
3. Fiyat istikrarını sağlamak amacıyla para politikası araçlarını kullanmaya, uygun bulacağı diğer para politikası araçlarını da doğrudan belirlemek ve uygulamak.
4. Olağan üstü hallerde Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna avans vermek.
5. Bankalara kredi vermek.
6. Bankaların borç verme ve mevduat kabulünde uygulayacakları faiz oranlarını bankalardan istemek.
7. Mali piyasaları izlemek, bu maksatla bankalar ve diğer mali kurumlardan ve bunları düzenlemek ve denetlemekle görevli kurum ve kuruluşlardan gerekli bilgileri istemeye ve istatistiki bilgi toplamaktır.”

Merkez Bankasının müşavirlik görevleri:

1. “Hükümete mali ve ekonomik müşavirlik, mali ajanlık ve haznedarlık yapar.

2. Finansal sistemle ilgili olarak Hükümete görüş verir.
3. Bankalar ve uygun göreceği diğer mali kurumlar hakkındaki görüşlerini ve tespitlerini Başbakanlık ile bu kurum ve kuruluşları düzenleme ve denetleme yetkisine sahip kuruluşlara bildirebilir.”

### **1.2.2. Ticari Bankalar**

Bankalar güvene dayalı olarak para ve para benzeri değerli evrakları bünyesinde bulunduran ve ticaretini yapan kurumlardır. Mudiler ile kredi ihtiyacı olan kişi ve kuruluşlar arasında kolaylaştırıcı bir rol üslenirler. Bu manada kredi aktaran, plasman yapan, emanetleri kabul edebilen aracı kurumlardır. Tüm işletmeler için olduğu gibi bankaların amaçları da kar etmektir. Vadeli ya da vadesiz mevduat toplarlar. Fonksiyonları fon toplamak, fon sağlamak, fon kullanmak ve para yaratmaktır (Takan ve Boyacıoğlu, 2011: 45). Yaratılan para kaydi paradır. Bu vesile ile ticari işletmelerin ve şahısların ihtiyacı olan nakti sağlarlar, dolayısıyla günümüzde ekonomik hayatın vazgeçilmez kurumları haline gelmişlerdir. Üslendiği ürün ve hizmet üretme görevlerinden dolayı ekonomik faaliyetler açısından büyük öneme sahiptirler. Yine üstlendikleri görevlerden dolayı risk altındadırlar. Bu açıdan bankalar risk yöneten kurumlardır. Bunlar döviz kuru, alacak, likidite risklerdir. Bu sebeple bankacılık risk yönetebilme sanatı olarak da tanımlanabilir (Kaya, 2012:81). Ticari bankacılık en yaygın bankacılık türüdür.

### **1.2.3. Yatırım Bankaları**

Yatırım bankaları ticari bankaların dışında, mevduat kabul etmeyen, orta ve uzun vadeli fon ihtiyacı olan kuruluşların fon ihtiyacını fon fazlası olan kesimden transfer yoluyla karşılayan mali kurumlardır. Kalkınma bankalarının görev alanı dışında kalan alanlarda faaliyet gösterirler. Sermaye piyasalarının gelişmiş olduğu ülkelerde daha yaygındır ve başarılı olmuştur. Yatırım bankalarının fonksiyonları arasında tasarrufları yatırıma yöneltmek, yüklenicilik, konsorsiyum oluşturmak, menkul kıymetlerin satışını risk üslenmeden yapmak, danışmanlık sayılabilir. (Takan ve Boyacıoğlu, 2011: 62).

Devlet kurumlarının ve özel kesimin uzun vadeli finansman ihtiyaçlarını karşılarlar. Gerekli fon bankalardan kredi alarak, hisse senedi ve tahvil ihracı ile elde ederler. Mevduat toplama yetkileri yoktur. Az sayıda şubeleri vardır. Dolayısıyla, ticari bankaların verdikleri hizmetleri yürütmezler. Komisyon alırlar ve danışmanlık işlemlerini yaparlar.

Firmaların ihraç edeceği menkul kıymetleri garanti altına alırlar (Şakar, 2000: 20; Kaya, 2012: 81).

#### **1.2.4. Kalkınma Bankaları**

Kalkınma bankaları Bretton Woods anlaşmasında yer verilen modele ve Dünya Bankasının önermesine dayanarak kurulmuşlardır. Dünya Bankasından destek sağlayabilmek için daha sonra kaldırılan bankaların özel yapıda olmaları ön şartı getirilmiştir. Bu koşul daha sonra kaldırılmıştır. Ancak özel sektöre kredi aktarabilme ile sınırlandırılmıştır. Bankalara devlet desteği zorunlu hale getirilmiştir. Ancak görevlerini yürütmeye devlet aktif bir rolü yoktur. Bu sayede bankaların finansal anlamda varlıklarını sürdürebilmeleri sağlanmıştır (Kandemir, 2002: 7).

Kalkınma bankaları yatırım sermayesi eksikliği olan gelişme yolundaki ülkelerde, bu eksikliği gidermek ve kalkınmalarını hızlandırmak için ve yatırımlara uzun vadeli finansman ve teknik destek sağlamak amacıyla kurulmuşlardır. Mevduat toplama yetkisi yoktur ve devlet ya da uluslararası kurumlarca sağlanan fon ve tahvil ihraç ederek kaynak temin ederler (Yağcılar, 2011:5). Kalkınma bankalarının fonksiyonları arasında kaynakları belirli alanlara yönlendirmek, orta ve uzun vadeli kaynak ve yatırımcılara teknik ve idari destek sağlamak, yeni yatırım alanları için öncülük yapmak sayılabilir (Takan ve Boyacıoğlu, 2011: 61).

#### **1.2.5. Katılım Bankaları**

Özel finans kurumları olarak da bilinen katılım bankaları, inancı gereği faiz almak veya ödemek istemeyen şahısların tasarruflarını değerlendirdikleri, finansman sağladıkları ve modern bankacılık hizmeti aldıkları kurumlardır. Katılım bankalarının verdiği çek, havale, kredi kartı, kambiyo, kiralık kasa, teminat mektubu, ATM ve akreditif gibi hizmetler geleneksel bankalarla aynıdır. Fon toplama ve kredi sağlamada diğer bankalardan ayrışırlar. Oluşturdukları katılım hesabında TL veya döviz cinsinden fon toplar, fonları ödünç verir, kredi olarak kullanır veya yatırım yaparak getiri sağlarlar. Cari hesapları bankaların vadeli hesaplarına benzer ancak faiz ödenmez, çek hesabı olarak kullanılır. Tasarruf mevduatı kapsamında değildir. Ancak merkez bankasına zorunlu karşılık yatırmak zorundadırlar (Günel, 2012: 183).

Katılım bankalarının fon kullandırma yöntemleri; iş ortaklığı, üretim desteği sağlama, iştirak ve kiralama şeklinde sıralanabilir (Takan ve Boyacıoğlu, 2011: 13). Katılım bankaları krediyi nakit olarak müşteriye değil, müşterinin borçlu olduğu kişi veya kurumlara öder ve müşteri katılma payı ekleme yoluyla borçlandırılır. Müşteri borcu taksitle öder. Böylece ihtiyaçlar peşin karşılır, fiyatına kar payı eklenir vesatış vadeli şekilde gerçekleştirilir (Kaya, 2012: 81).

### **1.3. Bankacılığın Tarihi**

Bankacılığın tarihi, insanların değerli mallarını korumak amacıyla tapınaklara teslim ettiği ilk çağlara kadar gitmektedir. Din adamları tapınaklara emanet edilen varlıkları ücret karşılığı ihtiyaç sahiplerine ödünç vermekteydi. Bu şekilde bu günkü anlamda bankaların kaynak aktarma fonksiyonunun ortaya çıktığı söylenebilir. Bu nedenle tarihte tapınaklar ilk bankalar, din adamları da ilk bankacılar olarak kabul edilmektedir. Arkeologlar M.Ö. 3500 yıllarında, Mezopotamya'daki Uruk Kızıl tapınağında bankacılıkla ilgili işlemlerin yapıldığına dönük tarihsel belgelere ulaşmışlardır (Çivi, 1985: 19).

Babil hükümdarı Hammurabi'nin M.Ö. 2000'li yıllarda çıkardığı Kanunlarda tapınaklarda yapılan borç verme, tahsil yöntemi, faiz oranları, rehin, ipotek ve kefalet ile ilgili düzenlemelerin olduğu bilinmektedir. Bankacılık Eski Yunan'da "Trapezites" adı verilen bankerlerce yapılmıştır. Meydanlarda "trapeze" denen yamuk şeklindeki masalarda, halkın yaşam koşulları ve ticari konuları görüştüğü bilinmektedir. Roma dönemine bu trapezelerin para ve kredi işlemlerinin yapıldığı söylenmektedir (Çivi, 1985: 19).

Apollo ve Parthenon Tapınakları emanet almış, para basmış ve ödünç işlemleri yapmışlardır. İlk kamu bankası sayılan bankalar Eski Yunan'da kurulmuştur. Bu bankalar devletlerce denetlenmektedir. Bankerlerin uyguladıkları yüksek faizden dolayı her sitede bir devlet bankası kurulmaya başlamıştır. Bankacılık krizlerinin ilki sayılan kriz Atina Sitesi'nde ortaya çıkmıştır. Bu krizde bazı borçlar affedilmiş ve kriz atlatılmıştır (Ceylan, 2013).

Avrupa'da ortaçağda ekonomik ve ticari faaliyetler savaşlar ve siyasal dengesizliklerden dolayı yavaşlamıştır. Aynı dönemde dini olarak faizi haram saymak bankacılık faaliyetlerini olumsuz etkilemiştir. Lombardlar ve Yahudiler dışında bankacılık yapan

kalmamıştır. Lombardlar ve Yahudiler faiz yasağından yararlanarak 11. Yüzyıldan itibaren Avrupa'ya yayılmışlardır. Avrupa'da ödünç verme işlemlerini denetimleri altına almışlardır. Aynı kaide ve hükümleri her yerde uygulamışlar, ticaret ve bankacılıkta ortak uygulamalar geliştirmişlerdir. 1290 yılından sonra güç kazanan bir kısım Lombard sarrafı İngiliz ve Fransız hükümetlerine büyük miktardakrediler vermiştir (Urgancı, 1982: 49-50).

Barselonalı, Venedikli ve Cenovalı bankerler topladıkları mevduatla ticaret yapmışlardır. Günümüz ticaret bankalarında olduğu gibi hesaplar arası ödeme yöntemi uygulamışlardır. Venedikli bankerlerin tümü 1500'lü yıllardaki mali krizde iflas etmiştir. "Venedik'te Banco Della Pizza Del Rialto" bankası 1581 yılında Venedik Cumhuriyeti sermayesi ile ilk resmi bankadır. Böylece Venedik'te özel bankacılık da son bulmuştur. Bankaya mevduat toplama, bu mevduatı şahıslar arası aktarma görevi verilmiştir. Ancak mevduatı kullanması yasaklanmıştır. Banco del Rialto, resmi banka olan Banco del Giro ile birleşerek Venedik Bankası olmuştur. Venedik Bankası denizaşırı ticaret için kredi vermiş, ticaretin gelişmesine katkıda bulunmuştur (Geylan, 1985: 6).

Avrupa'da rönesans ve reform hareketleriyle yeni keşifler başlanmış, ticaret genişlemiş ve Kilise Hukuku yerini Roma Hukukuna bırakmıştır. Faiz yasağı kalkmış ve bütün Avrupa'da bankacılık faaliyetleri önemli hale gelmiştir. Yeni yerlerin keşfi, istila, sömürgeleşme ve teknik buluşlar ulusal ve uluslararası ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Amerika'nın keşfiyle Avrupa'nın ticaret merkezi İngiltere, Fransa, Portekiz ve İspanya'ya kaymıştır. Bankacılık ve para ticareti daha da önem kazanmıştır. Avrupa'nın tanınmış ve zengin aileleri bu yeni alanına girmişlerdir (Çivi, 1985: 20).

Bu dönemde İngiliz William de la Pole, Fransis Jacques Cover, Alman Fugger ve İtalyan Medici ailesi Avrupa'da bankacılığının gelişiminde oldukça etkili olmuşlardır. Bankerler iktidarla işbirliği yapma yoluna gitmiş ve zengin olmuşlardır. Servetlerini de bir iktidar aracı olarak kullanmışlardır (Urgancı, 1982: 49-50).

Amerika kıtasının keşfinden sonra, Avrupa'da farklı değerlerde sikke basılması uluslararası ticarete bazı sorunlar ortaya çıkarmıştır. Bu sorunları gidermek için Hollanda'da 1609 yılında Amsterdam Bankası kurulmuştur. Banka hesaplarını "banco-florin" denen sabit kıymetli bir madenedayalı olarak tutmuştur. Bu yaklaşım bankacılıkta önemli bir adım olarak kabul edilmektedir. Böylelikle banka Avrupa'nın en önemli bankası

haline gelmiştir. Bankaya, mevduat kabul etme ve tediye yapma görevi verilmiş, kredi vermesi yasaklanmıştır. Banka çeşitli baskılar nedeniyle kredi vermeye başlamış, Fransa ile savaşta Hollanda'yı desteklemiş, altın stoku azalmış, 1814 yılında tasfiye edilmiştir. Bunun yerine Felemenk Bankası kurulmuştur ve ihraç yetkisi verilmiştir (Geylan, 1985: 7).

#### **1.4. Türkiye’de Bankacılık Tarihi**

Osmanlı döneminde tanzimata kadar modern bankacılık faaliyetlerine rastlanmamaktadır. Ticaret ve bankacılık gayrimüslimler tarafından yürütülüyordu. Osmanlı’da dış borçlar için çıkarılan bonoların izlenmesi amacı ile J. Alleon ve T. Baltazi adlı iki bankertarafından 1847 yılında Bank-ı Dersaadet (İstanbul Bankası) kurulmuştur (Günel, 2010: 171).

1863 yılında Bank-ı Osmani Şahane (Osmanlı Bankası) kurulmuştur. Bankaya banknot çıkarma ve hazine işlerini yürütme görevi verilmiştir. Cumhuriyetin kuruluşuna kadar merkez bankası gibi görev yapmış, 1924 yılında bu yetkileri iptal edilmiştir. 2000’li yıllara kadar faaliyet göstermiş, daha sonra Garanti Bankası ile birleştirilmiştir (Günel, 2010: 171).

Mithat Paşa Yugoslavya Niş valisi iken 1863 yılında memleket sandıklarını kurmuş, halkın küçük tasarruflarını ihtiyaç olanların hizmetine sunmuş, halkın tasarruf alışkanlığı kazanmamasına vesile olmuştur. Memleket Sandıkları yerine daha sonra Menafi Sandıkları kurulmuştur. 1868 yılında İstanbul Emniyet Sandığı ve 1888 yılında Memleket Sandıklarının altın sermayesi ile Ziraat Bankası kurulmuştur. Emniyet sandığı 1894 yılında Ziraat Bankası ile birleştirilmiştir. Ziraat Bankası 1916 yılında sermayesini artırmış, bir kanuna dayanarak devlet bankası haline gelmiştir (Takan ve Boyacıoğlu, 2011: 4).

Cumhuriyetin ilanından önce 22 ulusal sermaye ve 13 yabancı sermayeli banka kurulmuştur. Yabancı bankalar daha aktif ve etkin olmuşlardır. Genellikle dış ticaret kredileri ve hazineye borç vermişlerdir. Ulusal sermayeli bankalar gerçek anlamda bankacılık faaliyetlerinde bir ilerleme kaydedememişlerdir (Ceylan, 2014).

Bankacılık sektöründe gelişmeler Türkiye’de Cumhuriyetin kuruluşu ile ivme kazanmış, yerli bankalar kurulmaya başlanmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında İş Bankası, “Emlak ve Eytam Bankası”, Sanayi ve Kredi Bankasına dönüştürülen “Sanayi ve Maadin



Bankası”,sanayinin gelişmesini desteklemek için Sümerbank, şehirleşme şehirlerin ihtiyaçları için Belediyeler Bankası (İller Bankası), madencilik faaliyetlerini desteklemek için Etibank, deniz ticaretin ve ilgili alanlardaki faaliyetleri desteklemek için Denizcilik Bankası, küçük sanayi ve esnafı desteklemek için Halkbank kurulmuş, Ziraat Bankası anonim ortaklık haline getirilmiştir. İkinci dünya savaşından sonraki yıllarda Yapı ve Kredi Bankası, T. Kredi Bankası, Akbank ve Garanti Bankası kurulmuştur (Takan ve Boyacıoğlu, 2011: 5).

1980’e kadar planlı dönemde kalkınma bankaları olarak Sınai Yatırım ve Kredi Bankası, T.C. Turizm Bankası, Türk Maden Bankası, Devlet Yatırım Bankası, Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası ve Ticari Bankalar olarak Arap Türk Bankası ve Türk Dış Ticaret Bankası kurulmuştur (Kaya, 2010:50-51).

Bankacılık ve faaliyetleri ile ilgili düzenlemeleri içeren, ilk bankalar kanunu olarak kabul edilen “2243 sayılı Mevduatı Koruma Kanunu” 1933 yılında çıkarılmıştır. Daha liberal bir ekonomiye geçilen 1950 yılından sonra özel sermayenin teşviki bankaların gelişmesinde etkin rol oynamıştır. Çok şubeli bankacılık 1961 yılından olmak üzere gelişme göstermiştir. 1958’de “7129 sayılı Bankalar Kanunu” çıkarılmıştır. Rekabet şartlarına uyamayan bankalar tasfiye olmuşlardır. 1970’lerin ortalarında holding bankacılığı bankacılık sektörüne hakim duruma gelmiştir (İncekara, 2011: 86-87).

Türkiye bankacılık sektörü, 1980’den sonra dünya ile bütünleşme sürecine girmiştir. Dışa açık ekonomi politikaları ile birlikte, sektöre yönelik yasal ve kurumsal düzenlemeler uluslararası normlara yaklaştırılmaya başlanmıştır. Ekonominin genel olarak istikrarsız yapısı bankacılık sektörünü de olumsuz etkilemiş, güçlü bir yapı kazanmalarını geciktirmiştir.

1980-1990 yılları arasında parasal işlem araçları ve işlemler artmış, ekonomi parasallaşma sürecine girmiştir. Bu dönemde sermaye piyasası ve kullanılan araçları düzenlemek amacıyla 1981 yılında Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), tasarruf mevduatını güvence altına almak için Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) kurulmuştur. 1985 yılında 7129 sayılı kanunun yerine 3182 sayılı Bankalar Kanunu, 1989 yılında Türk Parasının Kıymetin Koruma Hakkında Karar çıkarılmıştır. Bankaların kısa dönemli fon ihtiyaçlarını

karşılama üzere Merkez Bankası bünyesinde Bankalar ve Para Piyasası oluşturulmuştur (Ceylan, 2013).

1980 sonrası pozitif reel faizler gözlenmiş, tasarruflar dolayısıyla mevduatlar artmıştır. Ancak 1990'lı yıllarda bankaların mali bünyeleri bozulmuş veriskleri yükselmiştir. Bankalar yabancı kaynaklara yönelmiştir. Borçlanılan dövizli Türk Lirası getirisi sağlayan araçlara yatırmış ya da Türk Lirası ile kredi vermişlerdir. Bu durumda bankaların döviz varlıkları ile yükümlülükleri arasındaki fark artmıştır. Büyüyen makroekonomik sorunlar sonucu 1994 krizi yaşanmıştır. Ekonomik faaliyetler yavaşlamış, TL'nin değer kaybı ivme kazanmıştır. Kriz birçok bankayı açık pozisyonda yakalamış ve iflaslar artmıştır. Mali sisteme güvenin güçlenmesi için mevduata devlet güvencesi getirilmiş, bazı bankalar tasfiye sürecine girmiştir. Bu dönemde bankaların yapısal sorunları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Yağcılar, 2011: 101-104):

1. “Öz kaynak yetersizliği,
2. Küçük ölçekli ve parçalı bankacılık yapısı,
3. Zayıf aktif kalitesi,
4. Grup bankacılığı ve risklerin yoğunluğu,
5. Kredi ve karşılıklar arasındaki uyumsuzluk,
6. Piyasa risklerine aşırı duyarlılık ve kırılganlık,
7. İç kontrol ve risk yönetimi konusunda yetersizlik,
8. Şeffaflığın olmayışı,
9. Kurumsal yönetim eksikliği şeklinde sıralayabiliriz.”

1980 yılından 2000 yıllarına kadar ekonomi ve bankacılıkta meydana gelen gelişmeleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Er, 2009: 138-140).

1. “Finansal serbestleşme kapsamında, 1 Temmuz 1980'den faiz oranları serbest bırakılmıştır.
2. 1982'de Sermaye Piyasası Kanunu çıkarıldı.
3. 1983'de Bankalar Tasfiye Fonu dönüştürülerek TMSF kurulmuştur.
4. 1984 kamu bankaları iktisadi devlet teşekkülü statüsüne alınmıştır.
5. 1986'da İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) faaliyete geçmiştir. Böylece leasing, factoring, swap, future, forward vb. işlemlerin başlamış, tüketici kredilerin yaygınlaşmış para ve döviz piyasalarında çeşitlilik artmıştır.
6. 1987'de Merkez Bankası açık piyasa işlemlerine başlamıştır.
7. 1988'de döviz efektif piyasası kurulmuştur.
8. 1989'da altın piyasası kurulmuştur.
9. 1984'de Denizcilik Bankası kurulmuş, Emlak Bankasına 1992'de devredilmiştir.
10. 1987'de Türkiye Öğretmenler Bankası kurulmuş.
11. 1989'da Sümerbank Sümer Holding A.Ş.'ye dönüştürülmüştür.

12. 1994’de Etibank’ın bankacılık faaliyetleri sanayi şirketinden ayrıldı ve ayrı bir şirket oldusonra Kamu Ortaklığı İdaresine bağlanmıştır.
13. 1988 yılında Emlak Bankası, Anadolu Bank ile birleşmiş ardından 1992 yılında Denizbank’ı devralmıştır.
14. 1992’de Halk Bankası Etibank ve Sümerbank TÖBANK’ı devralmıştır.”

Sektörde yaşanan olumsuzlukların çözümü amacıyla Bankacılık Kanununda değişiklik yapılmış 1999 yılında 4389 sayılı Bankacılık Kanunu kabul edilmiştir. Bankaların mali yapılarını güçlendirmek için asgari sermaye miktarı artırılmıştır. Düzenlemeye uyum sağlayamayan 6 banka TSMF’ye devredilmiştir. Ancak banka sayısı 81’e yükselmiştir. Bu dönemde alınan önlemlere dayalı olarak, müşteri hizmetleri çeşitlenmiş, kredi kartı, tüketici kredileri, otomatik makine veznesi (ATM), elektronik fon transferi (EFT), türev piyasalar gibi çok sayıda yeni bankacılık ürünü yaygınlaşmaya başlamıştır (Ceylan, 2013). Merkez Bankası ve Hazine Müsteşarlığının yürüttüğü denetleme ve gözetim fonksiyonlarını tam bağımsız olarak yürütmek üzere 31 Ağustos 2000 tarihinde Bankacılık Düzenleme ve Denetleme (BDDK) kurulmuştur. BDDK’nın kuruluşu, yasal ve kurumsal düzenlemeler ve yakalanan ekonomik istikrar bankaların etkin ve rekabetçi bir yapıya kavuşmasında etkili olmuştur.

BDDK, finansman, faktöring ve finansal kiralama şirketlerin kuruluşunu, faaliyetlerini, yönetimini, teşkilat yapısını, birleşmeler, bölünmeleri, hisse değişimini ve tasfiyelerini düzenler ve uygulamayı izler. Kuruluşu ile birlikte bankacılık sektöründe önemli değişimler olmuştur. Ancak kuruluşunun ilk yıllarında makroekonomik istikrarsızlık, büyük kamu açıkları gibi hususlardan dolayı bankacılık sektörü aracılık fonksiyonunda etkili olarak yerine getirememiştir. 2001 bankacılık krizinde Ziraat, Halk ve Emlak bankaları anonim şirket statüsüne getirilmiştir. Mali yapısı bozulan bankalar TSMF’ye devredilmiş, faaliyet gösteren banka sayısı 54’e inmiş, bankacılık sektörüne güven tekrar sağlanmıştır (Ceylan, 2013).

Ekonomideki toparlanma ile birlikte sektörün daha güçlendirilmesi amacıyla, 2005 yılında 5411 sayılı Bankacılık Kanunu çıkarılmıştır. Kanunla kuruluşların görevleri belirginleştirilmiş, finansal holding şirketleri sisteme girmiş, özel finans kurumları katılım bankaları olarak değiştirilmiştir.

2005 yılında Merkezi Kayıt Sistemi Kurularak finansal sistem altyapısı güçlendirilmiş, sermaye piyasası araçları elektronik ortamda izlenmeye başlamıştır. Bireysel kredilerin

izlenmesi amacıyla Kredi Kayıt Bürosu, şirketlerin kredi performansının izlenmesi amacıyla Kurumsal Büro Sistemi oluşturulmuştur. 1 Temmuz 2007 tarihinde çipli kredi kartı sistemi ve şifreli işleme geçilmiştir. Düzenlemelerle bankacılık sektörü istikrarlı bir büyüme göstermiştir. Büyüme ile teknoloji kullanımı da artmış, ATM sayısı, EFT işlem adedi, elektronik bankacılık hizmetleri ve işlem sayısı önemli ölçüde gelişme olmuştur (Ceylan, 2013).





## 2. BÖLÜM

### ELEKTRONİK BANKACILIK

#### 2.1. Elektronik Bankacılığın Tanımı

Bankacılık kurum içi ve kurum dışı olmak üzere birçok faktörden etkilenmektedir. Teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmeler sektörü etkileyen dışsal faktörlerdir. Sektör, dışsal olarak en çok bilgi teknolojilerindeki gelişmelerden etkilenmektedir. İnternet teknolojisinin hızlı kabul eden sektörlerden birisi bankacılıktır. Bu teknoloji bankacılığı önemli ölçüde değiştirmiştir (Jayawardhena ve Foley, 2000). İnternet teknolojisinin bankacılığa etkisi müşteri bilgilerinin bilgisayarlarda depolanması, telefon bankacılığı ve internet bankacılığı şeklinde devam etmiştir (Önder, 1999: 54). Teknolojinin sunduğu fırsatları iyi değerlendiren ve ondan yararlanan bankacılık sektörü maliyetlerini düşürmüş ve önemli kar elde etmişlerdir (Cömert ve Ersoy, 2003: 3). Bankalar elektronik bankacılığıyla her zaman ve kolay ulaşılabilir duruma gelmişlerdir. Rekabette avantajı yakalamayı amaçlayan bankalar sürekli gelişen bu teknolojiye yatırım yapmaktadırlar.

İnternet kullanımının yaygınlaşması gibi bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi bankacılık faaliyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir. İnternet bankacılığı, bankacılık hizmet ve faaliyetlerinin şube gibi bir fiziki mekandan uzak bir ortamdan yapıldığı faaliyetleri ifade etmektedir (Yurttadur, 2010). Elektronik bankacılık, banka şubesinde yürütülen faaliyetlerin internet ortamına taşınması ve uzaktan dağıtım kanalı olan internet aracılığıyla sunulmasıdır (Toraman, 2002). Elektronik bankacılık; internetin interaktif yazılımın yerini alması ve güvenlik sorununun çözülmesiyle gelişen ve web temelli gerçekleştirilen bankacılık işlemidir. Elektronik bankacılığının yaygınlaşması için müşterilerin bu teknolojiyi kullanabilmeleri ve benimsemeleri gerekmektedir.

Web temelli olarak hizmet veren elektronik bankacılık, internet kullanıcı sayısının artmasıyla daha da yaygınlaşmaktadır. Dolayısıyla elektronik bankacılık, bankacılık işlemlerinin internet ortamında 24 saat esaslı olarak her zaman ve her yerden yapılabilmesidir. İşlemler banka personeli ile müşteri arasında bir iletişime gerek olmaksızın yapılmaktadır. Müşterinin talimatları doğrultusunda web tabanlı sistem tarafından doğrudan gerçekleştirilmektedir. Elektronik bankacılık daha düşük maliyetle

potansiyel müşteriye ulaşabilmekte ve müşteriye farklı ürünler sunabilmektedir (Önder, 1999: 55). İnternet bankacılığı çok sayıda müşteriye aynı anda hizmet verebilmektedir. Müşteri temelli özel yetkilendirme ve onay mekanizmaları kurulabilmektedir (Gül, 2003).

Bankalar müşterilerine birçok hizmeti ve ürünü internet aracılığıyla ya ücretsiz ya da düşük bir ücret ile sunmaktadır. Buna rağmen müşterilerin elektronik bankacılığı benimseme ve kabullenme düzeyi düşüktür. Ancak bilgisayar becerisi ve internet kullanımının yaygınlaşması ile elektronik bankacılık kullananların sayısında bir artış bekleneceği vurgulanmıştır.

Bankacılık sektörü kar maksimizasyonu için daha fazla müşteriye ulaşmak amacıyla teknolojiyi kullanmaktadır. Bunu en hızlı ve kolay yolu banka web sayfalarıdır. Bankalar bu kanaldan müşterilere bilgi vermekte, ürünlerini pazarlamakta ve bankacılık ve işlemleri yapılabilmektedirler. Bu süreç, bankaların müşteri kesimini geliştirmekte ve karlılığını sürekli kılmak için avantaj yakalamaktadır (Ceylan, 2013). Bankacılık rekabetin yüksek olduğu bir sektördür. Müşteri sayısı ve memnuniyeti bankalar için önemlidir. Dolayısıyla, bankalar web tabanlı müşteri hizmeti verebilme rekabeti içine girmişlerdir. Bankalar düşük maliyetle daha çok müşteriye ulaşmak için internet bankacılığını önemsemektedirler.

Elektronik bankacılık beş ana adımda tanımlanabilir (Ceylan, 2013).

1. Pazarlamaya yönelik olan ilk adım internet aracılığıyla banka hakkında bilgi verme, ürünlerini tanıtmave halkla ilişkileri içerir.
2. Karşılıklı etkileşimin gerçekleştiği ikinci adımda interaktif bankacılıkta işlemler için ilgili programlar internet sayfasından indirilebilir ve basit hesapfonksiyonları gerçekleştirilebilir; bilgi formları doldurulabilir; adresdeğişiklikleri ve hesap hareket sorgulamaları yapılabilir.
3. Üçüncü adımda her türlü hesap işlemleri, fatura ödemeleri, EFT işlemleri yapılabilir ve yeni hesap açılabilir.
4. Müşteriler dördüncü adımda yatırım, kredi ve döviz işlemlerini gerçekleştirebilir.
5. Elektronik bankacılık aracılığıyla nakit çekmeyapılabilir ki bu adım henüz uygulanmamaktadır. Bu işlem elektronik cüzdan ile yapabilecektir. İnternet bankacılığı yüksek alt yapı maliyetleri gerektirdiğinden bankalarınbu hizmetlerden kısa sürede kar

sağlamaları mümkün olamamaktadır. Söz konusu bu süreç uzun vadeli bir strateji olarak görülmektedir.

## 2.2. Elektronik Bankacılığın Önemi

Geleneksel bankacılığa kıyasla elektronik bankacılığının önemli avantajları vardır. Elektronik bankacılığın bankalara sağladığı avantajlar arasında müşteri odaklılığı artırma, maliyet tasarrufu, yeni ürün sunma kolaylığı, ürün çeşitliliğini artırma, pazarlama ve iletişimin kolaylaşması, zamana ve mekana bağlı kalınmadan hizmet sunma sayılabilir (Hernando ve Nieto, 2007). Müşterilere sağlanan en önemli avantaj ise zamana ve mekana bağlı kalınmadan her zaman işlem yapabilmeleridir.

Elektronik bankacılık teknolojik ilerlemeye bağlı olarak yeni elektronik ürünlerin ortaya çıkmasıyla birlikte hızla yaygınlaşmıştır. Müşteriler sahip oldukları akıllı telefonlar ve bilgisayarlarla birçok bankacılık işleminin zaman ve mekândan bağımsız olarak her an yapılabilir (Çakmak, Güneşer ve Terzi, 2011). Söz konusu gelişmenin insan hayatını kolaylaştırdığı gibi bankalar açısından önemli bir maliyet tasarrufu, müşteriler açısından önemli bir zaman tasarrufu sağlamaktadır. Müşterilere aynı zamanda bazı komisyon ödemelerinde de avantaj sağlamaktadır. Teknolojik gelişme aynı zamanda bankaların elektronik olarak verdikleri hizmetleri de çeşitlendirmektedir.

Bankacılıkta yeni teknolojilerin kullanımı, örgütsel yapıda değişmelere, bilgi akış sisteminde standartlaşmaya ve etkinliğin artmasına olanak sağlamaktadır. Aynı işlemlerin tekrarlanmasını engellemekte, kısa sürede daha fazla işlem yapılabilen, orta düzey yönetici istihdamını azaltmakta, yönetim sorumluluğunu dağıtmaktadır (Uzundağ, 2013).

“Elektronik iş yapma doğası gereği küreseldir ve dünya ekonomilerinin birbirleriyle bütünleşme sürecini de hızlandırmaktadır” (Elibol ve Kesici, 2004). Bu anlamda, elektronik bankacılık müşterinin banka şubesinin yerini almakla kalmayıp, müşterinin ulusal düzeyde tüm bankacılık işlemlerini yapabilmesi ve hatta uluslararası işlemleri de yapabilmesini sağlamaktadır. Müşteriye küreselleşen bir finans sektörünü “bir tuşa basmak kadar” kısa bir mesafeye taşımıştır. İnternet bankacılığıyla ilgili hizmetler arasında müşteri hesap işlemleri, kredi kartı işlemleri, elektronik fon transferi, vergi ödeme işlemleri, döviz işlemleri, tahvil işlemleri, yatırım işlemleri sayılabilir.



Bankalar kesintisiz erişimle daha fazla müşteriye daha düşük maliyetle ürün sunmak için ileri teknolojiden faydalanmaktadır. Bu alanda en yaygın teknoloji elektronik bankacılıktır. Elektronik ortamda yapılan bankacılık işlemlerinin maliyetleri şubede yapılan işlem maliyetlerine kıyasla önemi oranlarda azalmaktadır. İşlemlerin sürekli ve her coğrafyada yapılabilmesi hem zaman avantajı hem de erişim kolaylığı sağlamaktadır. Erişim kolaylığı ve zaman avantajı müşteriler açısından da önemli kazanımlar sağlayabilmektedir. Müşterilerin banka ziyaretleri azalmakta ve müşteriler hizmetleri daha düşük fiyattan satın alabilmektedir.

İnternet teknolojisi aracılığıyla veri ile ilgili olarak yapılamayacak bir işlem neredeyse kalmamıştır. İnternet teknolojisinden yararlanmak için çok farklı yöntemler geliştirilmiştir. Bu gelişmeyle birlikte ekonomik faaliyetlerin işleyişinde de önemli değişiklikler olmuştur (Elibol ve Kesici, 2004). Bankacılık hizmetleri bu faaliyetler arasındadır ve internet kullanımının yaygın kullanıldığı alanlardan biri olmuştur.

Elektronik bankacılık ile yapılan hizmetler şu şekilde sıralanmaktadır (Chou and Chou, 2000aktaran Yavuz, 2017):

1. “Hesap bakiyesi ve işlem özetleri,
2. Para transferleri – ödemeler,
3. Havale,
4. Müşterinin kendi hesapları arasında transfer,
5. EFT, (diğer banka hesaplarına transfer)
6. Yurtdışına dövizli havale,
7. Mevduat hesabından yatırım hesabına transfer,
8. Yatırım hesabından mevduat hesabına transfer,
9. Senet ödemeleri,
10. Vergi ödemeleri,
11. Motorlu taşıtlar vergisi ve trafik cezası ödemeleri,
12. Kredi kartı hesap özet bilgileri,
13. Kredi kartı borç ödemeleri,
14. Kredi kartından nakit avans çekimi,
15. Kredi kartı hesap özetlerinin e-mail yolu ile gönderilmesi,
16. Sanal kart işlemleri,
17. Döviz alım/satım işlemleri,
18. Yatırım işlemleri,
19. Devlet tahvili işlemleri,
20. Repo işlemleri,
21. Hazine bonosu işlemleri,
22. Yatırım fonu alım/satım işlemleri,
23. Yabancı yatırım fonu işlemleri,
24. Fon alım/satım emir takibi,

25. Hisse senedi işlemleri,
26. Hisse senedi alım/satımı,
27. Lot alım/satımı,
28. Fatura ödemesi,
29. Hesaplar arasında fon transferi,
30. Kredi kartı talep etmek ve kredi kartı işlemleri
31. Çek verme,
32. Döviz işlemleri ve kur takibi,
33. Hesap açma işlemleri,
34. Talimat verme işlemleri”.

Elektronik bankacılık bankalara ve müşterilere özellikle de bankalara önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar büyük verinin kolay depolanabilmesi, saklanabilmesi, saklı olan veriye kolay ve hızlı erişimin mümkün olması, veri oluşturmanın kolay olması ve saklama maliyetinin önceki teknolojiye kıyasla çok düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

Pala ve Kartal (2010), elektronik bankacılığın müşterilere sağladığı avantajlarını Devlin (1995), Mols (1999), Jayawardhena ve Foley (2000), Chou ve Chou (2000) ve Bora (2010) çalışmalarından aşağıdaki gibi özetlemiştir:

1. Hesabı açma, kullanma ve kapatmanın kolay olması,
2. İşlem maliyetlerinin daha düşük olması,
3. Bankacılık işlemlerinin daha kolay yapılabilmesi,
4. Bilgisayarda hesap tutmayı kolaylaştırması,
5. Banka hesabını her zaman görebilme ve olası dolandırıcılık faaliyetlerine karşı tedbir alma,
6. Zamana bağlı olmadan bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesi,
7. Hızlı kredi alma fırsatı sunması,
8. Müşteri bilgileri veri tabanında olduğundan müşteri ihtiyaç tespitinin kolay olması,
9. Müşterilerin bankaları kıyaslama ve en uygun bankayı seçebilme imkânı vermesi,
10. Hizmetlerin çeşitlenmesi ve farklılaşmasına imkân vermesi,
11. Yeni finansal ürünlerden yararlanabilmeye imkân sağlaması,
12. Gelişen teknolojiye hızlı bir şekilde faydalanma imkânı sunması,
13. Bankaların hizmet boyutlarının genişlemesi.

### 2.3. Elektronik Bankacılığın Gelişimi

Cartwright (2000), elektronik bankacılık fikrinin ilk defa 1980'lerde telefon bankacılığı şeklinde ortaya çıktığını belirtmiştir (aktaran Pala ve Kartal, 2010). İnternetin evlerde kullanımının artması ile yaygınlaşmaya başlamıştır. Aynı yıllarda sektör kuruluşları ABD ve Avrupa'da "ev bankacılığı" kavramı üzerinde çalışmalara başlamışlardır. Bilgisayar ve internet kullanımı yerine başlangıçta faks cihazları ve telefonlar kullanılmıştır (Sarel ve Marmorstein,2003).

"Atlanta İnternet Bank" adı ile 1996'da kurulan "NetBank" ABD'de ilk internet bankacılığı uygulamasıdır. Citibank ve Wells Fargo 2001'de internet bankacılığına başlamışlardır (Gefenve Straub, 2005). 2009 yılında Amerika'daki yetişkinlerin %47'sinin, Birleşik Krallık'ta yerleşiklerin ise %30'unun internet bankacılığı kullandıklarını belirtilmektedir (Batchelor, 2010).

İletişim teknolojilerinin, özellikle internet aracılığıyla yapılan işlemlerin gelişimi ve kullanımı dünyada yaygın olarak önce finans sektöründe, daha özel olarak bankacılıkta başlamıştır. İletişim teknolojileri dünyayı tek bir finansal merkez haline getirme yolundadır.

Bankacılık sektöründe iletişim teknolojilerinin kullanımı bankacılık sektöründe yapısal değişikliklere de neden olmuştur. Banka faaliyetlerinin önemli bir kısmı elektronik ortamda yapılmaya başlamıştır. Elektronik bankacılık birçok bankacılık hizmetinin yapılabilmesini ve bankacılık hizmetinin çeşitlenmesini sağlamıştır. Bankacılık hizmetlerinde işgücü verimliliği artmış, bankacılıkta maliyetler azalmıştır.

Elektronik bankacılık Türkiye'de İş Bankasının 1997 yılında girişimleriyle başlamıştır. Garanti Bankası da 1997 yılında elektronik bankacılık hizmetleri vermeye başlamıştır. Elektronik bankacılık aynı yıl hızlı bir şekilde yayılmış ve 1,2 milyar USD'lık bir işlem hacmi yakalamıştır (Pala ve Kartal, 2010).2018 yılı Aralık ayı itibariyle internet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı ve en az bir kez giriş yapmış bireysel müşteri sayısı 61.118.837kişidir (Türkiye Bankalar Birliği [TBB], 2018). Bu rakam günümüzde internet bankacılığının yaygın olarak kullanıldığının bir göstergesidir.

Elektronik bankacılık, bankalara sağladığı maliyet avantajından, yeni ürünlerin daha düşük maliyetle ve hızlı tanıtılabilmesinden ve müşterilerin şubeye gitmeden hızlı ve zaman kaybetmeden yapabilmelerinden dolayı hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Zaman tasarrufu, maliyet avantajı ve mekân özgürlüğü elektronik bankacılığın hızlı benimsenmesinin temel nedenleri sayılabilir (Hernando ve Nieto, 2007).

İnternet güvenlik protokolleri geliştirilerek internetin güvenliğinin artırılması ile birlikte elektronik bankacılığın güvenli bir şekilde kullanımı da gelişmiştir. Elektronik bankacılıkta risklerin azalması, bankacılık hizmetlerinin esnek bir yapıya kavuşması, maliyetlerin azalması gibi gelişmeler elektronik bankacılığa ilgiyi arttırmış ve yaygınlaşmasını sağlamıştır (Çakmak ve diğerleri, 2011).

#### **2.4. Elektronik Bankacılık Araçları**

Bankacılık sektörü, teknolojik gelişmelere kolay adapte olan, ilk ve en hızlı uygulamaya koyan sektörlerdendir. İnternet teknolojinin hızlı gelişmesi ve bankalarda uygulama alanı bulması “Şubesiz Bankacılık Uygulamaları” olarak adlandırılan bankacılık hizmetini ortaya çıkarmıştır. Bankalar internet teknolojisinin bankacılıkta kullanımının öneminin artmasıyla müşterilerine hizmet sunmak için yeni yöntemler geliştirmeye ve kullanmaya başlamışlardır. Bu kapsamda, evve ofis bankacılığı, kredi kartları, otomatik vezne makineleri (ATM), telefon bankacılığı, banka internet şubeleri bu hizmetleri sağlayan araçlar arasında sayılabilir.

Elektronik bankacılığınaynı anda 24 saat sayısız müşteriye hizmet verebilme özelliği ev ve ofis bankacılığından ayıran en önemli özelliktir. Elektronik bankacılık sosyal, kültürel ve demografik karakterler gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Kişisel bilgisayar sayısı, internet kullanımı ve telefon aboneliği ile doğrudan ilişkilidir. Elektronik bankacılığının yaygınlaşması dolayısıyla müşterilerin kişisel bilgisayar ve internet bağlantısının artırılması ile mümkündür. Bankalar interneti önce kendilerini ve sağladıkları hizmetleri tanıtmak amacıyla kullanmışlardır. İnteraktif bankacılığın gelişimi ile birlikte, büyük bankalar Türkiye’de de elektronik bankacılık işlemlerini yapmak için internet şubeleri açmışlardır (Uzundağ, 2013).

### **2.4.1. Kredi Kartı**

Kredi kartı ilk kez 1950 yılında Dinners Club'la kullanılmaya başlanmıştır. ABD'de 1956 yılında yaygınlaşmaya başlamış, "American Express ve Dinners Club" ile 1968 yılında Türkiye'ye tanıtılmıştır. Türkiye'de 1983 yılında benimsenmeye ve ödeme aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1990 yılında Bankalararası Kart Merkezi kurulmuş ve 13 banka ile standardizasyon sağlanmış ve hızla yaygınlaşmıştır (Erdem ve Efiloğlu, 2002).

### **2.4.2. Sanal Kredi Kartı**

Sadece internet alışverişlerinde kullanılan sanal kart fiziksel bir kart değildir. Manyetik alanı yoktur, sadece güvenlik numarasına vardır. Kart kullanıcısının banka hesabına bağlıdır ve limiti geçici olarak her bir alışveriş işlem hacmine göre belirlenir ve sadece internet alışverişlerinde kullanılır. Kartın özelliği kartın güvenli olarak kullanımını sağlaması ve risk doğurmasıdır (Erdem ve Efiloğlu, 2002).

### **2.4.3. Akıllı Kart**

Üzerin mikroçip yerleştirilmiş banka kartlarıdır. Bilgi depolama ve bilgi işleme kapasitesi yüksektir. Bu nedenle akıllı kart adını almıştır. Özel bir şifrelemesi vardır dolayısıyla oldukça güvenlidirler. Herhangi bir sanal mağazada akıllı kart okuyucu klavye kullanılarak ödeme yapılabilmektedir. Akıllı kartlarda mikroçiplere farklı bilgiler yüklenebilmektedir. Dolayısıyla kredi kartları gibi kullanılabilir. Türkiye'de tüm kredi kartları 2007'den itibaren chip&PIN özelliğine taşınmaktadır ve akıllı kart kapsamında değerlendirilmektedir (Dolanbay, 2000).

### **2.4.4. Ulusal ve Uluslararası Ödeme Araçları**

Elektronik Fon Transferi (EFT) Merkez Bankası tarafından yönetilen ulusal bankalar arası transferdir. SWIFT ise sistemi uluslararası bankalar arası fon transfer aracıdır. Uluslararası transferleri güvenli ve hızlı şekilde sağlayan sistemler New York merkezli CHIPS, Londra merkezli CHAPS, ABD Merkez Bankası yönetimindeki FEDWIRE sistemleridir (Özcan, 2007).

### **2.4.5. Akıllı Anahtar**

Akıllı anahtar, elektronik bankacılık hizmetlerinde iki kademeli güvenli bir araçtır. Akıllı anahtar var olan şifre ile birlikte kullanılan ikinci bir şifre gerektirir. Akıllı Anahtar, internete her giriş için farklı ve tek kullanımlık bir şifre üretir (Usta, 2005).

## **2.5. Elektronik Bankacılığın Yarattığı Olası Fırsatlar ve Sorunlar**

Elektronik bankacılık bazı riskleri de taşımaktadır. Küreselleşme finans alanında diğer sektörlerle kıyasla daha yaygınlaşmıştır. Uluslararası bankacılık hizmetleri daha kolay yapılabilmektedir. Bankalar daha rekabetçi bir ortamda faaliyet göstermek zorunda kalmaktadırlar. Bankacılık hizmetlerinden elde edilen gelirler azalmaktadır. Ayrıca elektronik bankacılık için bir altyapı oluşturulması gerekmektedir ki bu yüksek maliyetli bir faaliyettir. Müşteriler de bazı risklerle karşılaşabilir. Özel kişisel bilgi paylaşımı sorun olabilir. Müşteriler teknoloji kullanımından veya teknolojiye erişim kısıtından dolayı elektronik bankacılık sisteminden yararlanamayabilir.

### **2.5.1. Elektronik Bankacılığın Bankalar İçin Yarattığı Olası Fırsatlar**

Elektronik bankacılık bankalara ürün farklılaştırma, maliyetlerini azaltma, müşteri sayısını artırma gibi fırsatlar sağlamaktadır. Yine zaman ve mekandan bağımsız olarak kesintisiz hizmet üretebilmektedir. ATM, telefon ve elektronik bankacılık banka şubelerinin işlem maliyetlerini önemli ölçüde azaltmaktadır. Sürekli gelişen teknolojilerin maliyetleri de daha düşük olmakta, dolayısıyla bankacılık maliyetleri daha da azalmaktadır. Banka şubelerinde iş yükünün azalması ile şube görev tanımları değişmekte, yeni hizmetler geliştirmeleri mümkün olmakta, kredi hacmi yüksek olan işlemlere daha fazla zaman ayırabilmektedirler (Özkapıcı, 2000).

### **2.5.2. Elektronik Bankacılığın Müşteriler İçin Yarattığı Olası Fırsatlar**

Elektronik bankacılık, kişisel bilgisayarları ve akıllı cep telefon cihazlarının bir banka şubesi gibi kullanımına fırsat vermektedir. Bu teknolojiye sahip kişiler için banka şubeleri 7/24 hizmet verebilmektedir. Müşteriler her tür bankacılık işlemi her an yapabilmekte, bankaların sağladıkları bilgiye her an ulaşabilmektedir. Bilgiye ulaşım ve karar alma teknolojinin hızı kadar bir sürede gerçekleşebilmektedir.

Elektronik olarak yapılan bankacılık hizmetleri tüm müşteriler için aynı hızdadır. Ancak firmalar gibi farklı müşteriler için özel yetkilendirme ve onay mekanizmaları oluşturulabilmektedir. Dolayısıyla bankacılık işlemleri güvenli, pratik ve hızlı bir şekilde yapılabilmektedir. Bankacılık işlemleri için yapılan komisyon ödemeleri banka şubelerinde uygulanan ödeme miktarlarına göre ya yoktur ya da düşüktür. Elektronik bankacılık müşterilere önemli derecede zaman ve maliyet avantajı sağlamaktadır (Gül, 2003). Yaygın ve etkin kullanılması durumunda müşteri banka şubesi ilişkisi zayıflamakta, banka şubelerine ihtiyaç duyulmamaktadır.

### **2.5.3. Elektronik Bankacılığın Bankalar İçin Yarattığı Olası Risk**

Elektronik bankacılık bankalar açısından bankaların yeniden yapılandırma gerekliliği, artan uluslararası rekabet ve gelir (komisyon) paylaşımı gibi bazı sorunları ortaya çıkarmaktadır.

#### **2.5.3.1. Uluslararası Rekabet**

İnternetin yaygınlaşması ülkeler arasında ekonomik sınırları kaldırmış, kesintisiz bankacılık işlemlerinin yapılabilmesinin önü açılmıştır. İnternet ile coğrafi sınırlılık azalması, ülkelerin kurumları arasında rekabetin artmasına zemin hazırlamıştır. İnternetin yaygın kullanımından önce bankalar arasında rekabet ülkelerdeki bankalar ile sınırlı iken, bu rekabet uluslararasılaşmıştır. Yerel bankalar da internet vasıtasıyla bu bankalar arası rekabet ortamında bulunabilmektedirler. Müşteriler bankacılık hizmetlerini kıyaslayabilmekte ve bankalar arasında tercih değişikliğine gidebilmektedirler. Dolayısıyla müşteri sadakatini azaltmaktadır (Gül, 2003).

#### **2.5.3.2. Aracı Kurumlarla Ödemeler**

Bankalara internet sağlayan kuruluşlara yapılan ödemeler elektronik bankacılık açısından maliyet unsuru özelliği taşımaktadır. Elektronik bankacılık hizmeti veren bankalar bu maliyeti üstlenmek zorundadırlar. Elektronik bankacılığın gerektirdiği bu maliyet bankalar için yeni bir maliyet olarak ortaya çıkmaktadır (Gül, 2003).

### **2.5.3.3. Yeniden Yapılandırma Gerekliliği**

Bankaların hizmetlerinden aldıkları hizmet bedeli işlemin yapıldığı araca göre farklılık arz etmektedir. Bankaların hizmetlerini fiyatlandırmaları, şubede, ATM’de, telefon bankacılığında ve elektronik bankacılıkta farklılaşmaktadır. Bankaların hizmetlerini fiyatlaması bankalar için rekabet açısından önemlidir. Alternatif bankacılık hizmetlerinin maliyetinin düşük oluşu bankaların diğer hizmetlerini de daha düşük fiyatlandırma zorunda bırakabilmektedir. Elektronik bankacılığının tanıtımı ve geliştirilmesi için bankaların bir maliyet üslenmeleri gerekmektedir. Elektronik bankacılığın yaygınlaşması ile şubede yoğunluk ve çalışan azalacak, bankaların bazı maliyetlerinde düşüş söz konusu olacaktır (Gül, 2003).

### **2.5.4. Elektronik Bankacılığın Müşteriler İçin Yarattığı Olası Sorunlar**

#### **2.5.4.1. Teknoloji Fobisi**

İnternet yakın geçmişte ortaya çıkmış ve yaygınlaşmaya başlamış bir teknolojidir. Bu nedenle tüm insanlar ve banka müşterilerinin bu teknolojiye hızlı adapte olmaları mümkün değildir. “Teknoloji fobisi” (Gül, 2003) olan kişiler için daha da zor bir durum söz konusu olabilmektedir. Elektronik bankacılık müşterilerinin belirli bir seviyede bilgisayar kullanımını bilgilerinin olması gerekir.

#### **2.5.4.2. Kişisel Bilgilere Yer Verilmesi**

Bankalar müşterilerine internet hesabı açmak için müşterilerin T.C. kimlik numarası, telefonu, e-posta gibi bazı kişisel bilgilerine ihtiyaç duyarlar. Bu bilgiler sisteme aktarılmaktadır. Bu süreçte yanlış işlemler yapılabilir, bilgiler istenmeyen alanlara aktarılabilir. Bu hususlar müşteriler için sorunlar ortaya koyabilir. Bu bilgilerin bankaların teknoloji ve / veya yazılım değiştirmeleri durumunda müşteri bilgilerinin yeniden yüklenmesi veya aktarılması gerekmektedir. Bu süreçte de hatalar yaşanabilir.

#### **2.5.4.3. Güvenlik – Gizlilik**

Müşteriler açısından kişisel bilgilere üçüncü şahıslar tarafından ulaşılması riski elektronik bankacılığın önemli sorun alanlarından biridir. Müşteriler bilgilerinin gizli kalmasını



istemektedirler. Kredi kartı kullanımında sorun yaşamak istememektedirler. Hesaplarının ve kişisel bilgilerinin üçüncü şahıslarca erişilememesinin mümkün olmasını istemektedirler. Bankalar bu olası olumsuzluğu engellemek için gerekli tedbirleri almakta, teknolojik altyapılarını, güvenlik derecelerini geliştirmekte ve güncellemektedirler. Bu olumsuzlukların yaşanmaması için güçlü, güvenilir ve güvenlik derecesi yüksek bir şifreleme sistemi zorunludur (Doğan, 2001: 84).

#### **2.5.4.4. Mevzuat Boşluğu**

Mevzuat açısından, etkileşimli ortamdaki ticari olan ve olmayan işlemlere yönelik bir netlik yoktur. Teknolojik gelişmeler hukuki mevzuattan daha hızlı ilerlemekte, bu alandaki sorunlarına hukuki çözüm zorlaşmaktadır. İnternet kullanımı için dünyada genel kabul görmüş bir mevzuat henüz olmadığından ihtilafların çözümünde birtakım sorunlara ortaya çıkmaktadır (Doğan, 2001: 84).

#### **2.6. Literatür Taraması**

İnternet bankacılığı ile ilgili çalışmalar; internet bankacılığının yaygınlaşması ve başarılı olabilmesinin, bankaların bu alanda yaptıkları çalışmalar ve uygulamaların yanı sıra, müşterilerin internet bankacılığına karşı tutumları ve bu sistemi kabulüne bağlı olduğunu göstermektedir. Müşterilerin bankaların internet bankacılığı ile ilgili tutumları ve algıları konusunda yapılmış pek çok çalışma vardır. Müşterilerin internet bankacılığına ilişkin tutumlarını etkileyen faktörler arasında; demografik karakterler, müşterilerin bilgisayar bilgi ve becerileri, internet kullanım alışkanlıkları, müşterilerin bankaların kullandıkları bilgi teknolojilerine dönük yaklaşımları sayılabilir.

Okumuş, Bozbey ve Dağlı, (2010) müşterilerin internet bankacılığına dönük tutum ve algılarını ortaya koyan çalışmaları özetlemiştir. Bu çalışmalarda; Karjaluo, Mattila ve Pento (2002), Daniel (1999: 259) ve Sathye (1999: 324) sosyo-demografik özelliklerinin, Howcroft, Hamilton ve Hower (2002) tüketicilerin yaşının, Howcroft ve diğerleri (2002) eğitim düzeylerinin, Karjaluo ve diğerleri (2002) genç ve yüksek gelir düzeyine sahip müşterilerin, Sarel ve Marmorstein (2003) gelir düzeyinin, eğitimin ve yaşın, Burstein ve Kline (1995) cinsiyetin internet bankacılığını etkileyen faktörler olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmalar, bilgisayar kullanımının, müşterilerin bankaya dönük olumlu yaklaşımlarının ve

deneyimlerinin internet bankacılığına ilişkin tutumları üzerinde etkisinin anlamlı olduğunu belirlemiştir (Okumuş ve diğerleri, 2010). Atılğan (2006), algılanan kullanım kolaylığı ile yararlılık ve güvenlik-gizlilik faktörlerinin internet bankacılığının kullanımına etki eden en önemli faktörler olduğunu belirtmiştir. Vrechopoulous ve Atherinos (2009), bankaların internet sitesi tasarımını da internet bankacılığı kullanımında etkili olan faktörler arasında saymıştır.

Akıncı, Aksoy ve Atılğan vd. (2004) eğitim seviyesinin internet bankacılığı kullanımını etkileyen en önemli faktör olduğunu vurgulamışlardır. Özbal (2011), müşterilerin internet bankacılığı kullanım sıklığı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığını, medeni durum ile anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Özcan (2007) internet bankacılığının uygunluğunu, güvenliğini ve kullanım kolaylığını internet bankacılığının kabulünde önemli faktörler olarak belirtmiştir. Akın (2001) ve Çelik (2005) müşterilerin internet bankacılığında hizmet kalitesi algısı ve tekrar satın alma davranışları açısından incelemiştir. Okumuş ve diğerleri (2010), internet bankacılığı yapan müşterileri internete ilişkin tutumlarına göre kümelemiş ve kümeler arasında farklılıklar saptamıştır. Çalışmalarda genellikle memurlar, öğretim üyeleri, öğretmenler gibi eğitim seviyesi belirli kesimler ele alınmış, genel değerlendirme yapılmıştır.



## 3. BÖLÜM

### ELEKTRONİK BANKACILIK ÜZERİNE BİR UYGULAMA

#### 3.1. Araştırma Konusu ve Amacı

Bankacılık sektörü iletişim teknolojileri kullanımı ile yapısal ve iş yapış biçimi olarak değişikliklere uğramıştır. “Gişesiz bankacılık”, “şubesiz bankacılık” gibi bazı kavramlar kullanılmaya başlamıştır. Bankayı ziyaret edenlerin sayılarında önemli azalmalar olmuştur. Bu gelişmeler bankalar üzerindeki maliyet yükünü azaltmış, yaygınlaşması için girişimleri hızlandırmıştır.

Bankacılıkta tüm işlemler elektronik aracılığıyla yapılamamakta, bazı müşteri kesimleri de elektronik bankacılık hizmetlerini kendileri yerine getirememektedir. Söz konusu kesimlerde de elektronik bankacılık hizmetlerinin yaygınlaşması bankacılık sektörü açısından önem arz etmektedir. Bu kapsamda, elektronik bankacılık ve müşterilerin bu hizmetleri algıları ve beklentilerini anlamak yararlı olacaktır.

Bu çalışmada Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşterilerinin elektronik bankacılık ile ilgili algıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik banka web sayfasına dönük görüşleri incelenecektir. Bankacılık ve elektronik bankacılık teorik olarak ele alınacak, yerli ve yabancı literatürde daha önce yapılmış çalışmalardan yararlanılarak oluşturulan anket formu uygulanacak ve sonuçları değerlendirilecektir.

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırma Burdur ili Bucak ilçesindeki bir bankanın müşterilerini kapsamaktadır. Veri Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşterileri ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilmiştir. Anket soruları araştırmanın amacı ve gerekçesine dönük olarak hazırlanmıştır. Anket daha önce yapılmış benzer çalışmalardan (Atılğan, 2006; Okumuş ve diğerleri, 2010; Özcan, 2007; Uzundağ, 2013) faydalanılarak hazırlanmıştır. Anket uygulamadan önce alanda sınanmış, gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmamaları ve/veya cevap vermekte çekinceli davranmaları ise tezin sınırlılığı olacaktır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılan banka müşterilerinin demografik özelliklerine yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ankete katılanların elektronik bankacılığını kullanıp kullanmadıklarına, elektronik bankacılık yapmayanların nedenlerine, yapanların hangi işlemleri ve ne sıklıkta yapıldığına yönelik sorulara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise elektronik bankacılığının avantajları, dezavantajları, internet bankacılığının güvenlik yönünden değerlendirilmesi ve müşterisi olunan bankanın web sayfasının özelliklerine ve internet bankacılığını kullananların internet bankacılığı ile ilgili düşüncelerini ölçmeye yönelik 5'li likert ölçeği soruları yer almaktadır.

Banka müşterilerinin elektronik bankacılık ile ilgili algıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve banka web sayfasına dönük görüşleri, müşterilerin görüşleri alınacak seçenekler verilerek 5'li Likert ölçeğine göre tespit edilmiştir. Likert ölçeği, kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve tamamen katılıyorum (5) olarak düzenlenmiştir.

Araştırmakapsamını Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşterileri oluşturmaktadır. Bu araştırmanın birincil materyali bu müşterilerden elde edilen veridir. Anket çalışması 2019 yılının Ocak, Şubat ve Mart aylarında yapılmıştır. Evrenin özelliğinden dolayı bir ihtimalsiz örnekleme yöntemi olan kolayda örnekleme yöntemi alınmıştır. Kolayda örnekleme düşük maliyetlidir. Araştırmacı bireylerin gönüllü olarak anket doldurmalarını teklif eder (Nakip ve Yaraş, 2017; 259). Örneklem alınmasında örneklemin alındığı evreni temsil etmesi önemlidir. Evreni oluşturan banka şubesi müşteri sayısının kullanıcılarının sayısının 15.000 seviyesinde olduğu, bunlardan yaklaşık 10.000 müşterinin internet bankacılık yapabildiği varsayımına göre, örneklem büyüklüğünün, 0,05 örnekleme hatası ile 370 kişi, 0,10 örnekleme hatası ile 95 kişi olacaktır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, aktaran İşler, 2015). Araştırmada müşterilerin gönüllü olması kaydıyla örnekleme hatasını düşürmek amacıyla toplam 123 anket tamamlanmıştır.

Tezin varsayımları şunlardır:

1. Banka müşterileri elektronik bankacılık yoluyla işlem yapmaktadırlar.
2. Banka müşterilerinin bir kısmı elektronik bankacılık yoluyla işlem yapmamaktadır.

### 3.3. Veri Analizi

Verinin değerlendirilmesinde, aritmetik ortalama, frekans dağılımları, oransal değerler, standart sapma gibi tanımlayıcı istatistikler elde edilmiştir. Elde edilen istatistikler yorumlanmıştır. Müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili algıları elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri tespit edilmiştir. Bazı hipotezler geliştirilmiş ve hipotezlerin test edilmesinde t-testi ve ANOVA tekniği kullanılmıştır. Veri analizi Sosyal Bilimler için İstatistik Programı (SPSS) ile yapılmıştır.

### 3.4. Araştırma Hipotezleri

Müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili algıları, elektronik bankacılığın güvenliği ile ilgili görüşleri ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşlerine dönük bazı hipotezler geliştirilmiştir. Hipotezler aşağıda verilmiştir.

**H1:** Müşterilerin cinsiyeti ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişki vardır.

**H2:** Müşterilerin yaşı ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişki vardır.

**H3:** Müşterilerin eğitim durumu ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişki vardır.

**H4:** Müşterilerin geliri ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişki vardır.

**H5:** Müşterilerin çalışma yılı ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişki vardır.

### 3.5. Araştırma Bulguları

Bu çalışmada Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşterilerinin elektronik bankacılık kullanımını, algıları, elektronik bankacılık ile ilgili görüşleri belirlenmiştir. Bu kapsamda müşterilerin demografik özellikleri, sosyo-ekonomik özellikleri, internet kullanımına

dönük bilgileri, elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma durumu, elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmama nedenleri, elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin elektronik bankacılık kullanımı konusunda bilgi kaynağı, elektronik bankacılıktan yararlanma süresi ve sıklığı, elektronik bankacılıkla yaptıkları işlemler, elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma nedenleri, elektronik bankacılığın şube bankacılığının yerini alması ile ilgili görüşleri, elektronik bankacılığında karşılaşılan sorunların çözümü için yöntemler veya araçlar, elektronik bankacılık hizmeti ile ilgili görüşleri, elektronik bankacılığı tavsiye etme durumları, elektronik bankacılık algıları, elektronik bankacılığın güvenliğine ilişkin görüşleri ve bankanın web sayfasının özelliklerine dönük görüşleri incelenmiştir.

Katılımcıların demografik özellikleri Çizelge 3.1'de verilmiştir. Ankete katılan banka müşterilerinin %68,3'ü erkek, %31,7'si kadındır. Müşterilerin %39'u 30-39 yaş aralığındadır. İkinci en fazla müşterinin bulunduğu yaş aralığı müşterilerin %29,3'ü ile 40-49 yaş aralığıdır. Müşterilerin %19,5'i, 22-29 yaş aralığında ve %8,1'i 50-59 yaş aralığındadır. Yaşı 60 ve daha fazla olan müşterinin oranı ise %4,1'dir. Ankete katılan banka müşterilerinin %70'i 30-50 yaş aralığında bulunmaktadır. Müşterilerin %19,5'i bekar, %78,9'u evli ve %1,6'sı duldur.

Ankete katılan müşterilerin tamamı okur-yazardır. Doktora yapmış müşteri yoktur (Çizelge 3.1). Banka müşterilerinin eğitim seviyesi yüksektir. Üniversite mezunu müşterilerin oranı %71,5'tir. Müşterilerin %17,1'i orta öğretim mezunudur. İlköğretim mezunu olanların oranı %8,9'dur. Müşterilerin %2,4'ü ise yüksek lisans seviyesinde eğitimdir (Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1. Müşterilerin demografik özellikleri

	Özellik	Sıklık (n)	Oran (%)
Cinsiyet	Kadın	39	3,7
	Erkek	84	68,3
Yaş	22-29	24	19,5
	30-39	48	39,0
	40-49	36	29,3
	50-59	10	8,1
	60 ve üstü	5	4,1
Medeni hali	Bekar	24	19,5
	Evli	97	78,9
	Dul	2	1,6
Eğitim	Okur-yazar	--	--
	İlköğretim	11	8,9
	Orta öğretim	21	17,1
	Üniversite	88	71,5
	Yüksek Lisans	3	2,4
	Doktora	--	--

Ankete katılan müşterilerin %50,4'ünün aylık geliri 4001 TL'nin üzerindedir. Aylık geliri 0-1000 TL arasında olan müşterilerin oranı %2,4, 1001-2000 TL arasında olan müşterilerin oranı %9,8'dir. Aylık geliri 2001-3000 TL arasında olan müşterilerin oranı %15,4 ve 3001-4000 TL arasında olanların oranı ise %22'dir (Çizelge 3.2).

Çizelge 3.2. Müşterilerin sosyo-ekonomik özellikleri

	Özellik	Sıklık (n)	Oran (%)
Aylık geliri (TL)	0-1000	3	2,4
	1001-2000	12	9,8
	2001-3000	19	15,4
	3001-4000	27	22,0
	4001 +	62	50,4
Mesleki deneyim/ aynı işte kalma süresi	0-5	37	30,1
	6-10	22	17,9
	11-15	17	13,8
	16-20	20	16,3
	21 +	27	22,0

Ankete katılan müşterilerin aynı işte çalışma süreleri Çizelge 3,2'de verilmiştir. Müşterilerin %30,1'i 0-5 yıldır aynı işte çalışmaktadır. 21 yıl ve daha fazla süre aynı işte çalışan müşterilerin oranı %22'dir. Müşterilerin %48'inin aynı işte çalışma süreleri 1 ila 10 yıl arasındadır. Mesleki deneyimleri çalışma yılına bağlı olarak önce azalmakta sonra da artmaktadır. Müşteriler ilk işlerinde uzun süre kalma eğilimi göstermektedirler. Bu grup müşteriler ankete katılanların %30'udur. Aynı işte uzun süre kalma eğilimlerini, çalışma süresi 21 yıldan fazla olan müşterilerde de görmek mümkündür. Bu grup müşterilerin oranı %22'dir.

Ankete katılan müşterilerin internet kullanımına dönük bilgileri Çizelge 3.3'te verilmiştir. Müşterilerin %17,1'si internet kullanımını bilmediğini, %82,9'u bildiğini belirtmişlerdir. İnternet kullanmayı bilmeyen 21 kişiden 7'si internet kullanmayı bilmesi durumunda bankacılık işlemlerini internetten yapmayı tercih edeceklerini belirtmişlerdir. İlgili soruya "Hayır" cevabı verenlerin oranı %4,9, fikir beyan etmeyenlerin oranı ise %6,52'dir.

Çizelge 3.3. Müşterilerin internet kullanımına dönük bilgileri

	Özellik	Sıklık (n)	Oran (%)
İnternet kullanmayı biliyor musunuz?	Evet	102	82,9
	Hayır	21	17,1
İnternet kullanabilseydiniz bankacılık işlemlerini internetten yapmayı tercih eder miydiniz? (internet kullanmayı bilmeyen müşteriler için)	Evet	7	5,7
	Hayır	6	4,9
	Fikrim yok	8	6,5



Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma durumu Çizelge 3.4'te verilmiştir. 12 müşteri elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmadığını belirtmiştir. Elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilere elektronik bankacılık hizmetleri hakkında bilgisi olup olmadığı da sorulmuştur. Bunlardan elektronik bankacılık hizmetleri hakkında bilgisi olanların sayısı 8'dir. Bu müşterilerin 4'ü elektronik bankacılık hizmetleri hakkında bilgisinin olmadığını belirtmişlerdir.

Çizelge 3.4. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma durumu

	Özellik	Sıklık (n)	Oran (%)
Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?	Evet	91	74
	Hayır	12	8.9
	Cevapsız	20	17,1
Elektronik bankacılık hizmetleri hakkında bilginiz var mı?	Evet	8	66,7
	Hayır	4	33.3

Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmayan müşterilerin yararlanmama nedenleri Çizelge 3,5'de verilmiştir. Bu grup müşteriye birden fazla seçenek işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Müşteriler dokuz kez ATM kullanmayı, sekiz kez banka şubelerini kullanmaktan memnun olmayı, dörtkez yüz yüze işlem yapmayı tercih etme ve üç kez elektronik bankacılığa güvenmemeve nasıl kullanılacağını bilmeme seçeneklerini işaretlemişlerdir. Bu nedenlerle elektronik bankacılıktan yararlanmadıklarını belirtmişlerdir. İşlem yaparken yanlış yapmaktan korkma ve elektronik bankacılığın nasıl kullanılacağını bilmeme seçenekleri ikişer kez, elektronik bankacılığının faydaları ve internet kullanmayı bilmeme ve elektronik bankacılık hakkında bilgisi olmama seçenekleri birer kez işaretlemiştir. Katılımcılar “telefon bankacılığını kullanıyorum, değişime karşı önyargılıyım ve elektronik bankacılığının kullanımının zor olduğunu düşünüyorum” seçeneklerini elektronik bankacılığı kullanmama sebepleri arasında saymamışlardır.

Çizelge 3.5. Elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmama nedenleri

Nedenler	Sıklık (n)	Oran (%)
ATM'yi kullanıyor	9	26,5
Banka şubelerini kullanmaktan memnunum	8	23,5
Elektronik bankacılığına güvenmiyorum	4	11,8
Banka işlemleri sonucunda makbuz veya resmi bir belge almak istiyorum	3	8,8
Elektronik bankacılığı kullanırken yanlış işlem yapmaktan korkuyorum	3	8,8
Elektronik bankacılığını nasıl kullanılacağını bilmiyorum	2	5,9
Elektronik bankacılığının faydalarını bilmiyorum	2	5,9
İnternet kullanmayı bilmiyorum	1	2,9
Elektronik bankacılığı hakkında bilgim yok	1	2,9
Telefon bankacılığını kullanıyorum	1	2,9
Elektronik bankacılığının kullanımının zor olduğunu düşünüyorum	0	0
	0	0
Değişime karşı önyargılıyım	0	0

Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmayan müşterilere elektronik bankacılık konusunda tercih ettikleri bilgi kaynakları sorulmuştur. Bu soruya birden fazla seçenek işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Bu seçeneklerden 8 kere banka, 3 kere TV, radyo gibi medya tarafından, 2 kere kitap, dergi, broşür ile ve 1 kere konferans, seminer gibi faaliyetlerle işaretlenmiştir (Çizelge 3.6).

Çizelge 3.6. Elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin elektronik bankacılık kullanımı konusunda tercih ettikleri bilgi kaynakları

Bilgi kaynağı	Sıklık	Oran (%)
Banka	8	57,1
TV, radyo gibi medya tarafından	3	21,4
Kitap, dergi, broşür ile	2	14,3
Konferans, seminer vb. düzenleyerek	1	7,1

Müşteriler internete en fazla telefon ile erişim sağlamaktadır. Telefon ile erişim sağlamayı ev, işyeri ve internet kafe ortamları takip etmektedir. Müşterilerin %37,4'ü altı yıl ve daha fazla süredir elektronik bankacılıktan yararlandıklarını belirtmişlerdir. Müşterilerin %17,9'u 4-5 yıldır elektronik bankacılıktan yararlanmaktadır. 2-3 yıldır yararlananların oranı %13,8'dir. %4,9'u ise bir yıldan daha az süredir yararlandıklarını belirtmişlerdir. Müşterilerin %26'sı elektronik bankacılıktan yararlanma süresi ile ilgili soruya cevap vermemiştir (Çizelge 3.7).

Çizelge 3.7. Müşterilerin elektronik bankacılıktan yararlanma süresi ve sıklığı

	Özellik	Sıklık (n)	Oran (%)
Elektronik bankacılıktan yararlanma süresi (yıl)	0-1	6	4,9
	2-3	17	13,8
	4-5	22	17,9
	6+	46	37,4
	Cevapsız	32	26
Elektronik bankacılıktan yararlanma sıklığı	Her gün	26	21,1
	Haftada birkaç kez	40	32,5
	Haftada bir kez	11	8,9
	Ayda bir kez	14	11,4
	Cevapsız	32	26

Ankete katılan müşterilerin %32,5'i elektronik bankacılık hizmetlerinden haftada birkaç kez yararlandıklarını belirtmişlerdir. Müşterilerin %21,1'i her gün internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanmaktadırlar. Ayda bir kez yararlananların oranı %11,4'tür. %8,9'u haftada bir kez yararlandıklarını belirtmişlerdir. Müşterilerin %26'sı elektronik bankacılıktan hizmetlerinden hangi sıklıkta yararlandıklarını belirtmemişlerdir (Çizelge 3.7).

Müşteriler elektronik bankacılıkla birçok farklı işlem yapmaktadırlar. Müşterilerin elektronik bankacılık aracılığıyla yaptıkları işlemler ve işlem sıklıkları Çizelge 3.8'de listelenmiştir. Müşterilere birden fazla seçenek işaretlemişlerdir. Hesap hareketlerini izlemek işlemi %17,5 oran ile en çok yapılan işlemdir. Ödeme işlemlerinin (ceza, harç, vergi, kredi kartı) ve havale, ETF, döviz gibi para aktarma işlemlerinin oranı %17,3'tür. Bilgi sorma, başvuru, ödeme gibi kredi kartı işlemleri oranı %16,4'tür. %78 oranla cep telefonuna TL yükleme, %6,5 oranla kredi işlemleri, %4,8 ile ürünler ve hizmetler hakkında bilgi alma (döviz kuru ve hisse senetleri bilgileri, sektör bilgileri, altın fiyatları, borsa, faiz), %4,6 oranla sanal kart kullanarak alışveriş yapmak, %2,9 oranla bireysel emeklilik, %2,3 oranla OGS ve HGS işlemleri, %1,3 oranla sigorta işlemleri ve şans oyunları işlemleri yapılmıştır. Ankete katılan müşteriler döviz, altın, hisse senedi, yatırım fonları gibi yatırım araçları ile ilgili işlem yapmadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 3.8. Müşterilerin elektronik bankacılıkla yaptıkları işlemler

İşlemler	Sıklık (n)	Oran (%)
Hesap hareketleri izlemek	83	17,5
Ödeme işlemleri (Ceza, harç, vergi, kredi kartı)	82	17,3
Para aktarma (havale, EFT, Döviz işlemleri)	82	17,3
Kredi kartı işlemleri (bilgi sorma, başvuru, ödeme)	78	16,4
Cep telefonuna TL yükleme	37	7,8
Kredi işlemleri	31	6,5
Ürünler ve hizmetler hakkında bilgi alma (döviz kuru ve hisse senetleri bilgileri, sektör bilgileri, altın fiyatları, borsa, faiz)	23	4,8
Sanal kart kullanarak alışveriş yapmak	22	4,6
Bireysel emeklilik işlemleri	14	2,9
OGS ve HGS işlemleri	11	2,3
Sigorta işlemleri	6	1,3
Şans oyunları işlemleri	6	1,3

Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma nedenleri Çizelge 3.9'da verilmiştir. Müşteriler elektronik bankacılıktan farklı gerekçelerle yararlanmaktadırlar. Banka işlemlerinin kısa sürede yapılabilmesi %22,2 oranla ilk sırada yer almaktadır. Bunu günün her saati işlem yapabilme %19,3 oranla ikinci sırada gelmektedir. Şubede sıra beklemekten hoşlanmamak %17,1, işlemlerini kendilerinin yapabilmesi %13,9, işlem maliyetinin olmaması %13,4, internet üzerinden alışveriş yapabilmek %11,8 ve banka çalışanlarının tutum ve davranışlarından memnun olmama %2,4 oranla sıralanmaktadırlar.

Çizelge 3.9. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma nedenleri

Nedenler	Sıklık (n)	Oran (%)
Banka işlemlerini daha kısa sürede yapabilmek	83	22,2
Günün her saatinde banka işlemleri yapabilmek	72	19,3
Şubelerinde sıra beklemekten hoşlanmamak	64	17,1
İşlemlerimi kendim yapabilmekteyim	52	13,9
İşlem maliyetinin olmaması	50	13,4
İnternet üzerinden alışveriş yapmak için	44	11,8
Banka çalışanlarının tutum ve davranışlarından memnun olmamak	9	2,4

Müşterilerin %56,1'i elektronik bankacılığın gelecekte şube bankacılığının yerini alacağı kanaatinde. Elektronik bankacılığın şube bankacılığının yerini alamayacağı kanaatinde olan müşterilerin oranı ise %17,9'dur. Bu soruya müşterilerin %26'sı cevap vermemişlerdir (Çizelge 3.10).

Çizelge 3.10. Müşterilerin elektronik bankacılığın şube bankacılığının yerini alması ile ilgili görüşleri

	Özellik	Sıklık (n)	Oran (%)
Elektronik bankacılık hizmetleri gelecekte şube bankacılığının yerini alır mı?	Evet	69	56,1
	Hayır	22	17,9
	Cevapsız	32	26

Müşterilere, elektronik bankacılıkla ilgili sorun çözümü için hangi araçlarla kendilerine ulaşılmasını istedikleri sorulmuştur. Müşterilerin %28,4'ü elektronik bankacılık ile ilgili sorunları için kendilerine telefonla ulaşılmasını tercih etmektedirler. Bunu %26,9 oranla müşteri temsilcisi, %15,7 oranla e-posta ve kısa mesaj (SMS) ve %13,2 oranla internet yoluyla ulaşım takip etmektedir (Çizelge 3.11).

Çizelge 3.11. Müşterilerin elektronik bankacılığında karşılaştıkları sorunların çözümüne yönelik tercihleri

Yöntem ve araçlar	Sıklık (n)	Oran (%)
Telefon	56	28,4
Müşteri temsilcisi	53	26,9
E-posta yoluyla	31	15,7
Kısa mesaj (SMS)	31	15,7
İnternet	26	13,2

Elektronik bankacılık hizmetinden yararlanan müşterilerin elektronik bankacılıktan memnuniyetleri ile ilgili görüşleri beşli likert ölçeği kullanılarak alınmıştır. Soruya 91 müşteri cevap vermiştir “Hiçbir fikrim yok” ve “hiç memnun değilim” seçeneklerine müşterilerden hiç biri katılmamışlardır. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetine ilişkin görüşlerinin ortalama değeri 4,29’dur. Bulgu ile müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili görüşlerinin yüksek derecede olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çizelge 3.12).

Elektronik bankacılık hizmetinden yararlanan müşterilerin elektronik bankacılığı çevresindekilere tavsiye etmeleri ile ilgili görüşleri beşli likert ölçeği kullanılarak alınmıştır. Soruya 91 müşteri cevap vermiştir. Müşterilerin elektronik bankacılığı tavsiye etmelerine ilişkin görüşlerinin ortalama değeri 4,29 ile yüksektir. Müşterilerin elektronik bankacılığı çevresindekilere kuvvetle tavsiye ettikleri anlaşılmaktadır. Bire bir olan bu değer elektronik bankacılıktan memnun olan müşterilerin çevrelerinin de bu fırsattan yararlanmasını istediği şeklinde yorumlanabilir. 32 müşteri bu soruya cevap vermemiştir (Çizelge 3.12).

Çizelge 3.12. Müşterilerin elektronik bankacılık hizmetleri ve tavsiye etme ile ilgili görüşleri

Müşteri görüşleri	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart hata
Elektronik bankacılık hizmetlerine ilişkin görüşleri	91	2	5	4,29	0,583
Elektronik bankacılığı tavsiye etme ile ilgili görüşleri	91	1	5	4,29	0,764

Banka müşterilerinin elektronik bankacılık ile ilgili algıları, müşterilerin görüşleri alınacak seçenekler verilerek 5’li Likert ölçeğine göre tespit edilmiştir. Müşterilerin cevaplarına göre, “daha az zaman harcanmaktadır” ifadesi 4,56 ile en yüksek ortalamaya sahiptir. İnternet bankacılığının kabul görmesi gerekçeleri arasında “daha az zaman harcanması” verilen cevaplara göre en önemli faktördür. Bunu 4,47 ortalama ile “hesap detayları görülmektedir” ve “hayatı kolaylaştırıyor” ifadeleri izlemektedir. Ortalamalar dikkate alındığında önem sırasına göre diğer seçenekler; “alışan insanlar için gereklidir, işlemler hızlı yapılabilir”, işlem yapmak kolaydır, kişiye özeldir, fiziksel engelliler için çok uygundur, işlem maliyeti düşüktür (EFT, havale vb), nakit para taşıma riskini ortadan kaldırır, beklentilerimi karşılamaktadır, 24 saat işlem yapılabilir, her yerden işlem yapılabilir, bankanın internet sitesinin kullanımı anlaşılır ve kolay ve tüm bankacılık işlemleri yapılabilir” şeklinde sıralanmaktadır. Tüm seçeneklerin ortalamaları 4.0’ın üstündedir. En düşük ortalama 4.01 ile “tüm bankacılık işlemleri yapılabilir” seçeneğidir. Bulgular müşterilerin elektronik bankacılık hizmetlerini önemsediklerini ve yararlı bulduklarını ifade etmektedir. Araştırma bulguları Çizelge 3.13’de verilmiştir.

Banka müşterilerinin elektronik bankacılığın güvenliğine dönük algıları, müşterilerin görüşleri alınacak seçenekler verilerek 5’li Likert ölçeğine göre tespit edilmiştir. Bulgular Çizelge 3.14’de verilmiştir.

Çizelge 3.13. Müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili görüşleri

Müşteri görüşleri	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart hata
Daha az zaman harcanmaktadır.	91	1	5	4,56	0,687
Hesap detayları görülmektedir.	91	2	5	4,47	0,584
Hayatı kolaylaştırır.	91	2	5	4,47	0,638
Çalışan insanlar için gereklidir.	90	2	5	4,46	0,706
İşlemler hızlı yapılabilmektedir.	91	2	5	4,46	0,638
İşlem yapmak kolaydır.	91	2	5	4,46	0,583
Kişiyeye özeldir.	91	1	5	4,35	0,721
Fiziksel engelliler için çok uygundur.	91	2	5	4,34	0,778
İşlem maliyeti düşüktür (EFT, havale vb).	91	1	5	4,32	0,815
Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırır.	91	1	5	4,32	0,842
Beklentilerimi karşılamaktadır.	91	1	5	4,30	0,707
24 saat işlem yapılabilmektedir.	91	2	5	4,30	0,823
Her yerden işlem yapılabilir.	91	1	5	4,29	0,704
Bankanın internet sitesinin kullanımı anlaşılır ve kolay.	91	2	5	4,11	0,767
Tüm bankacılık işlemleri yapılabilir.	91	1	5	4,01	0,983

Müşterilerin “elektronik bankacılığın ihtiyacı duymam” seçeneğine verdikleri cevapların ortalaması 1,68’dir. Bu ortalama müşterilerin ilgili seçeneğe katılmadıklarını göstermektedir. Yani, müşteriler elektronik bankacılığa ihtiyacı duyduklarını ifade etmektedirler. Bu seçeneği 1,76 ortalama ile “bilgisayar ve internet kullanımı zordur” seçeneği takip etmektedir. Yine müşteriler bilgisayar ve internet kullanımını zor bulmamaktadırlar. Diğer seçeneklerin ortalamaları 2,03 ila 3,18 arasındadır. Ortalamalar göre diğer seçenekler “beklentilerimi karşılamıyor, elektronik bankacılığın kullanımı zordur, yaptığım havale, EFT vb. işlemler yerine ulaşmayabilir, sunulan hizmetler yetersizdir, elektronik bankacılık güvenli değildir, şifreleme sistemleri güvenli değildir, işlemleri şubede işlem yapmak daha kaygısızdır, işlemler karmaşıktır, başkaları bilgilerime erişilebilir, yanlış işlem yapma olasılığı vardır ve işlem sonucunda aldığım dekonta güvenirim” şeklinde sıralanmıştır. Bulgulardan müşteriler elektronik bankacılığı güvenli buldukları anlaşılmaktadır.

Çizelge 3.14. Müşterilerin elektronik bankacılığın güvenliği açısından görüşleri

Müşteri görüşleri	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart hata
İşlem sonucunda aldığım dekonta güvenirim.	91	1	5	3,18	1,207
Yanlış işlem yapma olasılığı vardır.	91	1	5	3,01	1,090
Başkaları bilgilerime erişilebilir.	90	1	5	2,64	0,964
Şubede işlem yapmak daha kaygısızdır.	91	1	5	2,25	1,081
İşlemleri karmaşıktır.	91	1	5	2,18	0,864
Şifreleme sistemleri güvenli değildir.	91	1	4	2,15	0,714
Elektronik bankacılık güvenli değildir.	91	1	4	2,13	0,792
Sunulan hizmetler yetersizdir.	91	1	5	2,12	0,867
Yaptığım havale, EFT vb. işlemler yerine ulaşmayabilir.	91	1	5	2,09	0,877
Elektronik bankacılığın kullanımı zordur.	91	1	5	2,03	0,875
Beklentilerimi karşılamıyor.	91	1	4	2,03	0,752
Bilgisayar ve internet kullanımı zordur.	91	1	4	1,76	0,638
Elektronik bankacılığma ihtiyaç duymam.	91	1	4	1,68	0,648

Banka müşterilerinin bankanın web sayfasının özelliklerine dönük görüşleri, müşterilerin görüşleri alınacak seçenekler verilerek 5’li Likert ölçeğine göre alınmıştır. Bulgular Çizelge 3.15’de verilmiştir.

Müşterilere verilen seçenekler arasında en yüksek ortalama 4,23 ile “zamandan tasarruf sağlaması” seçeneğidir. Müşteriler elektronik bankacılığını kullandıkları bankanın web sayfasının kendilerine zamandan tasarruf sağladığını ifade etmişlerdir. Bunu 4,11 ortalama ile “etkin olarak kullanılması” ve 4.07 ile “elektronik bankacılığa üye olabilme işlemleri kolay ve anlaşılabilir olmalı” seçenekleri takip etmektedir. Seçeneklerin ortalamaları 3,07 ila 4,23 arasındadır. Banka web sayfası ile ilgili olarak müşterilerin verdikleri cevapların ortalamalarına göre diğer seçenekler “ulaşım kolaylığı, açık ve anlaşılabilir olması, hızlı olması, kullanım kolaylığı, sadeliği, ürün ve hizmetlerle ilgili haberler sitede kolaylıkla bulunabilmeli, çekiciliği ve problem yaşanması (kilitlenme, donma vb)” şeklinde sıralanmaktadır. Bulgular müşterilerin genel olarak banka web sayfasından memnun olduklarını göstermektedir.

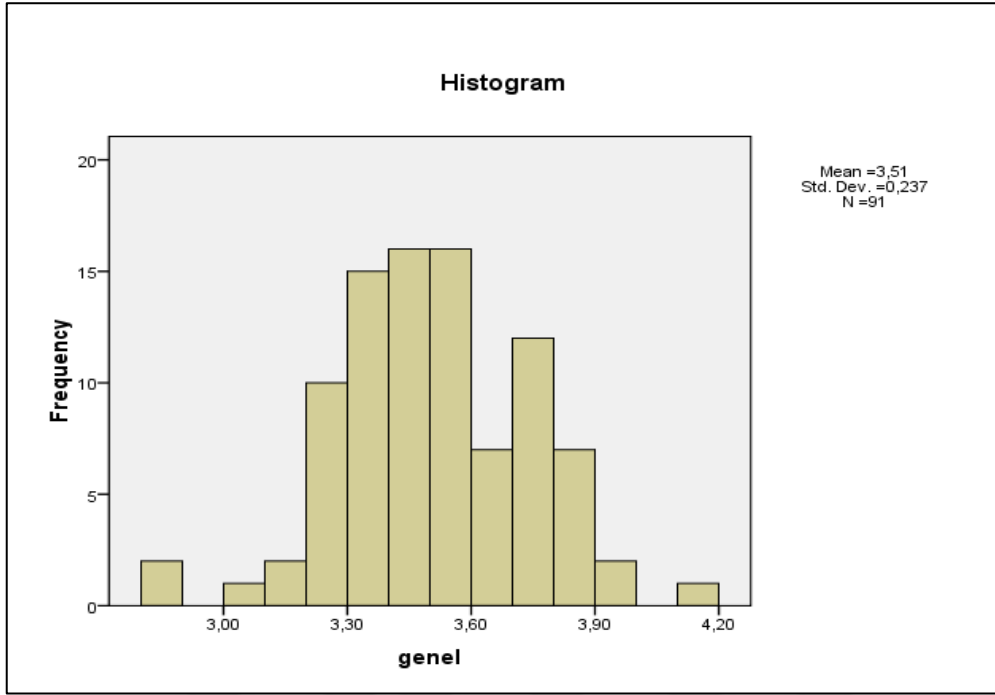


Çizelge 3.15. Müşterilerin Bankanın web sayfasının özelliklerine dönük görüşleri

Müşteri görüşleri	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart hata
Zamandan tasarruf sağlaması	91	1	5	4,23	0,598
Etkin olarak kullanılması	91	2	5	4,11	0,547
Elektronik bankacılığına üye olabilmek için işlemleri kolay ve anlaşılabilir olmalı	91	1	5	4,07	0,772
Ulaşım kolaylığı	91	2	5	4,05	0,565
Açık ve anlaşılabilir olması	91	2	5	4,01	0,605
Hızlı olması	91	1	5	3,97	0,674
Kullanım kolaylığı	91	2	5	3,97	0,690
Sadeliği	91	2	5	3,90	0,700
Ürün ve hizmetlerle ilgili haberler sitede kolaylıkla bulunabilmeli	91	1	5	3,57	0,884
Çekiciliği	91	1	5	3,53	0,861
Problem yaşanması (kilitlenme, donma vb)	91	1	5	3,07	1,020

Müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili algıları, elektronik bankacılığın güvenliği ile ilgili görüşleri ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşlerine dönük bazı hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir.

Verinin dağılımının normallik testi yapılmıştır. Yapılan analizde Shapiro-Wilk testinin Sig. değeri 0,645'dir. Bu değere göre %95 güven düzeyinde tüm gruplar için verinin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir. Bu kabule dayanarak hipotezleri test etmek amacıyla t-test ve ANOVA parametrik test teknikleri uygulanmıştır (<http://volkaniset.blogspot.com/p/spsstest-of-normality-normallik-testi.html>). Veri dağılımı Şekil 3.1'de verilmiştir.



Şekil 3.1. Veri normal dağılım grafiği

Örneklemin yeterliliğini ölçmek amacıyla örneklem yeterliliği ölçütü olarak Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Örneklem yeterliliği için hesaplanan KMO değerinin 0,5'den büyük olması gerekmektedir (Nakip ve Yaraş, 2017: 536; Kalaycı, 2016). KMO değerinin test sonucu 0,752 bulunmuştur. Bu değere göre örneklem büyüklüğü yeterli kabul edilmiştir. KMO test sonuçları Çizelge 3.16'da verilmiştir.

Çizelge 3.16. KMO and Bartlett Testi

Örneklem yeterliliği testi (KMO)		,752
Bartlett evrensellik testi	X2	2550,522
	Serbestlik derecesi	741
	Sig.	,000

H1 hipotezinde iki grup diğer hipotezlerde ikiden fazla grup vardır. Karşılaştıracak iki grup var olduğunda hipotez testi için t-testi uygulanmaktadır. T-testi uygulamasında  $p$  değerinin alfa (0.05) değerinden büyük olması durumunda iki grubun ortalamasını eşit kabul eden hipotez reddedilir. Bu durumda iki grubun elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında fark yoktur denilmektedir.  $p$  değerinin alfa değerinden düşük olması durumunda ise hipotez kabul edilir (Kalaycı, 2016).

Karşılaştıracak ikiden fazla grup var olduğunda hipotez testi için ANOVA tekniği kullanılmaktadır. ANOVA tekniği ikiden fazla grubun ortalamalarının eşit olup olmamasını test eder.  $p$  değerinin 0.05'ten büyük olması durumunda  $H_0$  hipotezi reddedilir,  $p$  değerinin 0.05'ten küçük olması durumunda ise hipotez kabul edilir. Bu durum gruplar arasında farklılık olduğu anlamına gelmektedir (Kalaycı, 2016).

T-testi ve ANOVA için karşılaştırılan grupların varyanslarının homojen olması istenmektedir. Grupların varyanslarının homojenliği Levene's testi ile kontrol edilmektedir.  $p$  değerinin 0,05'ten büyük ise varyans homojenliğinin sağlandığı kabul edilmektedir. Yapılan homojenlik testlerinde tüm hipotezlerdeki grupların varyanslarının homojen olduğu kabul edilmiştir (Kalaycı, 2016).

Müşterilerin cinsiyeti ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişkinin varlığı t-testi ile incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3.17'de verilmiştir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,928'dir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,05'ten büyük olduğundan  $H_1$  hipotezi reddedilmiştir.  $H_1$  hipotezinde belirtilen müşterilerin cinsiyeti ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Çizelge 3.17. Müşterilerin cinsiyetlerine göre tanımlayıcı istatistikler

Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Kadın	29	3,5057	,22279	,04137
Erkek	62	3,5141	,24533	,03116

Müşterilerin yaşı ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişkinin varlığı ANOVA tekniği ile incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3.18'de verilmiştir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,580'dir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,05'ten büyük bulunmuştur. Dolayısıyla  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir.  $H_2$  hipotezinde belirtilen müşterilerin yaşı ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. ANOVA sonuçları Çizelge 3.19'da verilmiştir.

Çizelge 3.18. Müşterilerin yaş gruplarına göre tanımlayıcı istatistikler

Yaş	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	95% Güven Aralığı		Min.	Maks.
					Alt sınır	Üst sınır		
22-29	23	3,5431	,16582	,03457	3,4714	3,6148	3,31	3,90
30-39	42	3,5104	,28047	,04328	3,4230	3,5978	2,90	4,18
40-49	22	3,5128	,16371	,03490	3,4402	3,5854	3,28	3,82
50-59	3	3,3675	,50268	,29022	2,1188	4,6162	2,90	3,90
60 ve Üstü	1	3,2308	.	.	.	.	3,23	3,23
Toplam	91	3,5115	,23717	,02486	3,4621	3,5609	2,90	4,18

Çizelge 3.19. Müşterilerin yaş gruplarına göre ANOVA sonuçları

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,164	4	,041	,720	,580
Within Groups	4,898	86	,057		
Total	5,062	90			

Müşterilerin eğitim durumu ile elektronik bankacılıkları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasındaki ilişkinin varlığı ANOVA tekniği ile incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3.20’de verilmiştir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,601’dir. Hesaplanan  $p$  değeri 0.05’ten büyük bulunmuştur. Dolayısıyla  $H_3$  hipotezi reddedilmiştir.  $H_3$  hipotezinde belirtilen müşterilerin eğitim durumu ile elektronik bankacılık alguları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. ANOVA sonuçları Çizelge 3.21’de verilmiştir.

Çizelge 3.20. Müşterilerin eğitim durumlarına göre tanımlayıcı istatistikler

Eğitim Durumu	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	95% Güven Aralığı		Min.	Maks.
					Alt sınır	Üst sınır		
İlköğretim	2	3,4103	,10879	,07692	2,4329	4,3877	3,33	3,49
Orta öğretim	13	3,5759	,32596	,09040	3,3790	3,7729	2,90	4,18
Üniversite	73	3,5069	,22165	,02594	3,4552	3,5586	2,90	4,00
Yüksek Lisans	3	3,4103	,25641	,14804	2,7733	4,0472	3,15	3,67
Toplam	91	3,5115	,23717	,02486	3,4621	3,5609	2,90	4,18

Çizelge 3.21. Müşterilerin eğitim durumlarına göre ANOVA sonuçları

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,107	3	,036	,625	,601
Within Groups	4,956	87	,057		
Total	5,062	90			

Müşterilerin aylık geliri ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişkinin varlığı ANOVA tekniği ile incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3.22’de verilmiştir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,571’dir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,05’ten büyük bulunmuştur. Dolayısıyla H4 hipotezi reddedilmiştir. H4 hipotezinde belirtilen müşterilerin aylık gelirleri ile elektronik bankacılık algıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. ANOVA sonuçları Çizelge 3.23’de verilmiştir.

Çizelge 3.22. Müşterilerin aylık gelirlerine göre tanımlayıcı istatistikler

Gelir (TL/Ay)	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	95% Güven Aralığı		Min.	Maks.
					Alt sınır	Üst sınır		
0-1000	3	3,5299	,26316	,15193	2,8762	4,1836	3,31	3,82
1001- 2000	6	3,6368	,32329	,13198	3,2975	3,9760	3,23	4,18
2001-3000	10	3,5359	,23945	,07572	3,3646	3,7072	3,15	3,95
3001-4000	23	3,4582	,25162	,05247	3,3494	3,5670	2,90	4,00
4001 ve üstü	49	3,5150	,22010	,03144	3,4518	3,5782	2,90	3,90
Toplam	91	3,5115	,23717	,02486	3,4621	3,5609	2,90	4,18

Çizelge 3.23. Müşterilerin aylık gelirlerine göre ANOVA sonuçları

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,167	4	,042	,734	,571
Within Groups	4,895	86	,057		
Total	5,062	90			

Müşterilerin çalışma yılı ile elektronik bankacılıkalgıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası ile ilgili görüşleri arasında ilişkinin varlığı ANOVA tekniği ile incelenmiştir. Tanımlayıcı istatistikler Çizelge 3.24’de verilmiştir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,571’dir. Hesaplanan  $p$  değeri 0,05’ten büyük bulunmuştur. Dolayısıyla H5 hipotezi reddedilmiştir. H5 hipotezinde belirtilen müşterilerin çalışma yılı ile elektronik bankacılık algıları, elektronik bankacılığın güvenliği ve elektronik bankacılık web sayfası

ile ilgili görüşleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. ANOVA sonuçları Çizelge 3.25’de verilmiştir.

Hipotez testlerinin sonuçları elektronik bankacılığın yaygın olarak kabul edildiğini, müşterilerin demografik ve sosyo-ekonomik karakterleriyle ilişkili olmadığını ifade etmektedir. Her yaşta, cinsiyette, eğitim durumunda, gelir seviyesinde ve çalışma yılında elektronik bankacılık yaygın olarak kullanılmaktadır.

Çizelge 3.24. Müşterilerin çalışma yılına göre tanımlayıcı istatistikler

Çalışma yılı	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	95% Güven Aralığı		Min.	Maks.
					Alt sınır	Üst sınır		
0-5	28	3,5478	,22359	,04225	3,4611	3,6345	3,21	4,18
6-10	20	3,4590	,28877	,06457	3,3238	3,5941	2,90	3,95
11-15	14	3,4542	,14203	,03796	3,3722	3,5362	3,23	3,79
16-20	12	3,6432	,23205	,06699	3,4957	3,7906	3,23	4,00
21 ve üstü	17	3,4676	,23649	,05736	3,3460	3,5892	2,90	3,90
Toplam	91	3,5115	,23717	,02486	3,4621	3,5609	2,90	4,18

Çizelge 3.25. Müşterilerin çalışma yılına göre ANOVA sonuçları

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,379	4	,095	1,739	,149
Within Groups	4,684	86	,054		
Total	5,062	90			



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bankacılık, teknolojik gelişmeleri ilk ve en hızlı kabullenen ve uygulamaya koyan sektörlerdendir. Bankacılıkta yeni teknolojilerin adaptasyonu ve uygulaması bankalar için birçok avantaj sunmaktadır. Bu avantajlar arasında ofis iş yükü ve insan kaynağı ihtiyacını azaltmak, maliyetlerini önemli ölçüde düşürmek, şubelerde işleri kolaylaştırmak ve hızlandırmak, daha güvenli bir bankacılık hizmeti sağlamak sayılabilir.

Elektronik ortamda yapılamayan ve bazı müşteriler için elektronik bankacılığın zor olması nedeniyle, bu grup müşteriye dönük elektronik bankacılık hizmetlerinin konusunda araştırmalar önem arz etmektedir. Bu kapsamda, elektronik bankacılık ve müşterilerin bu hizmetleri algılarını ve beklentilerini anlamak yararlı olacaktır.

Bu çalışma ile Burdur ili Bucak ilçesinde bir banka müşterilerinin elektronik bankacılık algısı ve elektronik bankacılık ile ilgili görüşleri, demografik yapıları, elektronik bankacılığa karşı tutumları, elektronik bankacılığa dönük bilgi düzeyleri, elektronik bankacılık kullanımını tercih etmeyenlerin nedenleri, bilgi kaynakları, yaptıkları işlemler, elektronik bankacılıktan yararlanma nedenleri ve elektronik bankacılık hizmetlerinden memnuniyet düzeyleri tespit edilmiştir. Müşterilerin elektronik bankacılık algısı, güvenliği ve banka web sayfası ile ilgili bazı hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir.

Araştırmaya katılan banka müşterilerinin %68'i erkektir. Müşterilerin %39'u 30-39 yaş aralığındadır. 40-49 yaş aralığında olan müşterilerin oranı %29.3'tür. Müşterilerin eğitim seviyeleri yüksektir. Müşterilerin %71,5 üniversite mezunudur. Müşterilerin %50,4'ünün aylık geliri 4001TL'nin üzerindedir. Ankete katılan müşterilerin %30,12'sinin aynı işte çalışma süresi 0-5 yıldır. Müşterilerin %22'si 21 yıl ve daha fazla aynı işte çalışmaktadır.

Ankete katılan müşteriler %82,9'u (102 kişi) internet kullanımını bilmektedir. Elektronik bankacılıktan yararlanmayanlara verilen seçeneklerden birden fazla işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. ATM'yi kullanma seçeneği 9 kere ve banka şubelerini kullanmaktan memnun olma seçeneği 8 kere işaretlenmiştir. Elektronik bankacılıktan yararlanmayan müşterilerin 8'i elektronik bankacılık kullanımı ile ilgili olarak bankadan bilgi almak istemişlerdir. Bankanın müşteriler açısından en güvenilir bilgi kaynağı olduğu söylenebilir.



Müşteriler internete en çok telefon aracılığıyla erişmektedirler. Bu seçeneği evden, işyerinden ve internet kafeden erişim takip etmektedir. Haftada birkaç kez elektronik bankacılıktan yararlananların oranı %32,5'tir. Elektronik bankacılığın sıklıkla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Müşteriler elektronik bankacılıkla birçok farklı işlem yapmaktadırlar. En çok yapılan işlemler %17,5 oranla hesap hareketleri izlemek, ödeme işlemleri (ceza, harç, vergi, kredi kartı) %17,3 oranı ile ikinci ve %16,4 oranı ile havale, ETF, döviz işlemlerigibi para aktarma ve bilgi sorma, başvuru, ödeme gibi kredi kartı işlemleri olmuştur.

Müşteriler elektronik bankacılıktan birçok farklı nedenle yararlanmaktadırlar. Banka işlemlerini daha kısa sürede yapmak %22,2oranla ilk sırada yer almaktadır. Bunu %19,3 ile günün her saati işlem yapabilmek izlemektedir. Müşteriler için zamanın önemli bir kısıt olduğu, elektronik olarak yapılabilecek işlemler için bankada zaman harcamak istemedikleri anlaşılmaktadır.

Müşterilerin %56.1'i elektronik bankacılık hizmetlerinin gelecekte şube bankacılığının yerini alacağını düşündüğü, müşterilerin elektronik bankacılık ile ilgili görüşlerinin yüksek derecede olumlu olduğu ve elektronik bankacılığı çevresindekilere kuvvetle tavsiye ettikleri anlaşılmaktadır.

Banka müşterilerinin elektronik bankacılık ile ilgili algıları, elektronik bankacılığın güvenliğine dönük algıları ve bankanın web sayfasının özelliklerine dönük görüşleri 5'li Likert ölçeği ile tespit edilmiştir. Müşterilerin cevaplarına göre, "daha az zaman harcanmaktadır" ifadesi 4,56 ile en yüksek ortalamaya sahiptir. İnternet bankacılığının kabul görmesi gerekçeleri arasında "daha az zaman harcanması" verilen cevaplara göre en önemli faktördür.

Elektronik bankacılığın güvenliğine dönük olarak müşterilerin "elektronik bankacılığa ihtiyaç duymam" seçeneğine verdikleri cevapların ortalaması 1,68'dir. Bu ortalama müşterilerin ilgili seçeneğe katılmadıklarını göstermektedir. Yani, müşteriler elektronik bankacılığa ihtiyaç duyduklarını ifade etmektedirler.

Bankanın web sayfasının özelliklerine dönük olarak müşterilere verilen seçenekler arasında en yüksek ortalama 4,23 ile “zamandan tasarruf sağlaması” seçeneğidir. Müşteriler elektronik bankacılığını kullandıkları bankanın web sayfasının kendilerine zamandan tasarruf sağladığını ifade etmişlerdir.

Müşterilerin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, aylık geliri ve çalışma yılı ile elektronik bankacılık, güvenliği ve banka web sayfasına dönük algı ve görüşlerinin ilişkilendirildiği hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir. Yapılan analizlere göre, müşterilerin cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, aylık geliri ve çalışma yılının elektronik bankacılık algısı, güvenliği ve banka web sayfasına dönük görüşleri arasında bir fark bulunmamaktadır. Sonuçlar elektronik bankacılığın yaygın olarak kabul edildiğini, demografik ve sosyo-ekonomik karakterlerle ilişkili olmadığını ifade etmektedir.

Elektronik bankacılık özellikle bankalara önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar büyük verinin kolay depolanabilmesi, saklanabilmesi, saklı olan veriye kolay ve hızlı erişimin mümkün olması, veri oluşturmanın kolay olması ve saklama maliyetinin önceki teknolojiye kıyasla çok düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Elektronik bankacılığın daha da yaygınlaşması ve bankaların bu teknolojiye daha fazla yararlanabilmeleri için bankaların gelişmeleri sürekli ve yakından takip etmeleri ve gelişmelere ayak uydurmaları gerekmektedir.

Araştırma elektronik bankacılık hizmetlerini iyileştirmek ile ilgili olarak bankalara ve diğer finansal kurum ve kuruluşlara önemli bilgiler sağlamaktadır. Bankacılık sektörünün, bu tür araştırmalar ile müşterilerini daha iyi tanıma ve daha iyi hizmet sunma imkanı yakalayabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın sonuçlarının elektronik bankacılık ile ilgili olarak müşteri tutum ve davranışlarını inceleyen çalışmalar başta olmak üzere, yapılacak olan akademik çalışmalara yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Araştırma, önce müşteri memnuniyeti sonra pazarlama yaklaşımı kapsamında bankaların elektronik bankacılık hizmetlerinin pazarlanması açısından önemi bulgular sunmaktadır. Müşteri-banka ilişkilerinin hızlı değişimi ve gelişimi ve müşterilerin beklentilerinin farklılaşması, bu tür çalışmaların farklı bölge ve zaman dilimlerinde yapılması ve güncel tutulması yararlı olacaktır.



## KAYNAKLAR

- Akın, M. (2001). *Sanal Ortamdan Sunulan Hizmetlerde Algılanan Hizmet Kalitesi, Davranışsal Özellikler ve Müşterilerin Yeniden Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkiler: İnternet Bankacılığı Alanında Bir Araştırma*.Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akıncı, S., Aksoy, Ş. ve Atılgan, E. (2004). “Adoption of Internet Banking Among Sophisticated Consumer Segments in An Advanced Developing Country”, *The International Journal of Bank Marketing*, 22(3), 212-232.
- Altan, M. (2001). *Fonksiyonlar ve İşlemler Açısından Bankacılık*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Atılgan, K. Ö. (2006). *İnternet Banking Adoption in Turkey An Empirical Analysis on Attitudes of Customers*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Batchelor, B. (2010). *The History of Internet Banking*. Web: [http://www.ehow.com/about\\_5109945\\_history-ebanking.html](http://www.ehow.com/about_5109945_history-ebanking.html) 31 Mart 2019’da alınmıştır.
- Ceylan, E. E. (2013). *İnternet Bankacılığı ve Bankaların Hukuki Sorumlulukları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çakmak A. Ç. ve Güneşer, M. T. ve Terzi, H. (2012). “Bankaların Müşterilerine Sunduğu İnternet Bankacılığı Hizmetinin Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesi: Karabük Şehir Merkezinde Uygulama”. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 3, 11-30.
- Çivi, H. (1985). *Türkiye’de Bankacılık; Teori, Uygulama ve Sonuçları*. Ankara: Fon Matbaası.
- Çelik, H. (2005). “İnternet Bankacılığı Hizmetlerinde Bireysel Müşteriler Tarafından Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bir Modelin Geliştirilmesi” Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Cömert, Y. ve Ersoy A. M. (2003). “Bankacılıkta İnternet Kullanımı”. *Pazarlama Dünyası*, 17(3), 22-25.
- Doğan H. (2001). *Karşı Etkileşimli Pazarlama*. Isparta: Fakülte Kitabevi, 84.
- Dolanbay, C. (2000). *E-ticaret-Strateji ve Yöntemler-Yeni Ekonomide Başarının Anahtarı*. İstanbul: Meteksan Sistem Yayınları.
- Elibol, H, ve Kesici, B. (2004). “Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 303-329.
- Er, S. (2009). *Devletin Bankacılık Sektöründe Düzenleyici Denetleyici Rolü ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Sektörel Yayınları, 138.

- Erdem, A. ve Efiloğlu Ö. (2002). *Bilgi Çağında Elektronik Ticaret*. 8. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul. 8, 30-48.
- Gefen, D. ve Straub, D. W. (2000). “The Relative Importance of Perceived Ease-of- Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption”. *Journal of the Association for Information Systems*, 1(8), 1-30.
- Geylan R. (1985). *Ticari Banka Yönetimi ve Türk Ticari Bankalarının Temel Sorunları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları No:86, İİBF Yayınları No: 22. Eskişehir
- Gül, O. (2003). İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gülen, M. (2015). *Bankacılık Sektöründe Kamu ve Özel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çorum.
- Günel, M. (2012). *Para Banka ve Finansal Sistem*. Berikan Yayınevi. 4. Baskı. Ankara.
- Gürtuna, S. M. (2005). *Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Reel Kesime Etkisi*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hernando, I. and Nieto, M. J. (2007). “Is the Internet Delivery Channel Changing Banks’ Performance? The Case of Spanish Banks”. *Journal of Banking and Finance*, 31(4), 1083- 1099. Web: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378426606002834>. 25 Aralık 2018’da alınmıştır.
- İnternet: <http://www.biraz.tk/bankacilik/bankalarin-cesitleri>. 04 Şubat 2019’da alınmıştır.
- İnternet: <https://www.eritela.com/faaliyet-alanlarina-gore-banka-turleri/> 04 Şubat 2019’da alınmıştır.
- İnternet: <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/e6ccf55f-b2ac-4153-8d5a-c7ba61afa053/TCMB+TK+BASKI+WEB.pdf?MOD=AJPERES&CVID=&CACHE=NONE&CONTENTCACHE=NONE>. 10 Ocak 2019’da alınmıştır.
- İnternet: <http://volkaniset.blogspot.com/p/spsstest-of-normality-normallik-testi.html>.03Mayıs 2019’da alınmıştır.
- İncekara, A. (2011). *Bankacılık ve Finansal Kurumlar*, İktisadi Araştırmalar Vakfı, İstanbul, Nisan, 86-87.
- İşler, A. U. (2015). “İnternet bankacılığı e-hizmet kalitesinin Kullanıcılar tarafından değerlendirilmesi: Kuveyt Türk Örneği”. *Business & Management Studies: An International Journal*. 3(2), 220-233.

- Jayawardhena, C. ve Foley. P. (2000). "Changes in the Banking Sector: the Case of Internet Banking in the UK". *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10 (1), 19-30. Web: <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/10662240010312048>. 15 Aralık 2018'de alınmıştır.
- Kalaycı, Ş. (Editör) (2016). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kandemir, A. (2002). *Dünyada ve Türkiye'de Kalkınma Bankacılığı ve Kalkınmanın Finansmanı*. Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara.
- Kaya, F. (2012). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Beta yayıncılık, İstanbul.
- Nakip, M. ve Yaraş, E. (2017), *SPSS Uygulamalı Pazarlama Araştırmaları Teknikleri*, 4. Baskı. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Okumuş. A., Bozbey, Z. ve Dağlı, R. M. (2010). "Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 90(36), 89-111.
- Önder, S. (1999). *İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımının Bankacılık Sektöründeki Uygulaması*. İstanbul. 22.
- Özbal, T. (2011). *Bankacılık Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi ve İnternet Bankacılığında Müşterilerin Seçimlerine Etki Eden Faktörler*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özcan, Z. Ö. (2007). *Türkiye'de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Özkapıcı, H. (2000). "Şube Ötesi Bankacılık Zamanı". *Activeline Aylık Bankacılık Dergisi*.
- Pala, E. ve Kartal, B., (2010). "Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma". *Journal of Management & Economics*, 17(2), 43-61.
- Sarel, D. ve Marmorste, H. (2003). "Marketing Online Banking Services: The Voice of The Customer". *Journal of Financial Services Marketing*, 8(2), 106-118. Web: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1057%2Fpalgrave.fsm.4770111.pdf>. 5 Şubat 2019'da alınmıştır.
- Şakar, H. (2000). *Genel Bankacılık Bilgileri*, Strata Yayıncılık Yayın No.4, İstanbul.
- Türkiye Bankalar Birliği (TBB) (2018), Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri, Aralık. Türkiye Bankalar Birliği. [https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil\\_Bankacilik\\_Istatistikleri-Aralik\\_2018.pdf](https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/1108/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Aralik_2018.pdf). 01 Nisan 2019'da alınmıştır.

- Takan, M. ve Boyacıoğlu, M. A. (2011). *Bankacılık. Teori, Uygulama ve Yöntem*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Toraman, C. (2002). "Bankacılık Sektöründe İnternetin Yeri ve Türk Bankacılık Sistemi Uygulaması". *Kamu İş Hukuku ve İktisat Dergisi*. 6(3). Web: <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/631.pdf>. 5 Şubat 2019'da alınmıştır.
- Tunay K. B., Uzuner, M. ve Yiğit, A. (1997). *Türkiye'de Kamu Bankacılığı ve Sektör Üzerindeki Etkileri*. Ankara: Ekonomik Araştırmalar Merkezi Yayınları: 7.
- Urgancı, H. (1982). *Para ve Banka*, Ankara: Önder Matbaası, 49-50.
- Usta, R. (2005). "Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), 279-290.
- Uzundağ, Ş. (2013). *Türkiye'de İnternet Bankacılığının Gelişimi Ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi: Aydın İli Merkezinde Görev Yapan Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Vrechopoulous, A. ve Atherinos E. (2009). "Web Banking Layout Effects on Consumer Behavioural Intentions". *International Journal of Bank Marketing*, 27(7) 524-546. <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/02652320911002340>. 5 Aralık 2018'de alınmıştır.
- Yağcılar, G. G. (2011). *Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi*. BDDK Yayınları No:10, Ankara, 5.
- Yavuz, A. E. (2017). *Türk Bankacılık Sektöründe Penetrasyon; İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Ürünlerindeki Penetrasyonun Analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Yurttadur, M. ve Süzen, E. (2016). "Türkiye'de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama". *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(1) 93-120.



**EKLER**



## Ek-1. Anket Formu

Değerli Katılımcı;

Doldurmanızı istediğimiz anket, Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bankacılık Ana Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans yapmakta olan Sevgi Beyza Bayaner'in yaptığı "Elektronik Bankacılık" konulu tezinin bir parçasıdır.

Katılımınız anketimiz için çok önemli ve cevaplarınız bizim için çok değerlidir. Anket doldurmak kısa bir sürenizi alacaktır. Yapmanız gereken sizi en iyi yansıtan şıkki işaretlemektir. İlginiz ve katkılarınız için teşekkür ederim. Saygılarımla...  
Lütfen işaretlemeyi (X) işareti ile yapınız.

1. Cinsiyetiniz nedir?  Kadın  Erkek

2. Yaşınız kaçtır?  22-29  30-39  40-49  50-59  60 ve üstü

3. Eğitim durumunuz nedir?  Okur-yazar  İlköğretim  Orta öğretim  Üniversite  Yüksek Lisans  Doktora

4. Medeni durumunuz nedir?  Bekâr  Evli  Dul

5. Aylık geliriniz nedir?

0-1000 TL arası  1001-2000 TL arası  2001-3000 TL arası  
 3001-4000 TL arası  4001 TL ve üzeri

6. Kaç yıldır aynı işi yapıyorsunuz?  0-5  6-10  11-15  16-20  21 ve üstü

7. İnternet kullanmayı biliyor musunuz?  Evet  Hayır

*(Eğer 7.soruya cevabınız Hayır ise 8.soruyu da cevaplayarak anketi doldurmayı bırakabilirsiniz. Cevabınız Evet ise 9.sorudan devam ediniz. Teşekkür ederim.)*

8. İnternet kullanabilseydiniz eğer bankacılık işlemlerini internetten yapmayı tercih eder miydiniz?

Evet  Hayır  Hiçbir fikrim yok

9. Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?  Evet  Hayır

*(Eğer 9.soruya cevabınız Hayır ise 10.,11.,12.,soruları cevaplayarak anketi doldurmayı bırakabilirsiniz. Evet cevabı verdiyseniz 13.sorudan devam ediniz. Teşekkür ederiz.)*

10. Elektronik bankacılık hizmetleri hakkında bilginiz var mı?  Evet  Hayır

11. Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmama nedenleriniz nelerdir?

*(1'den fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)*

- a)  Banka şubelerini kullanmaktan memnunum
- b)  ATM'yi kullanıyorum
- c)  Telefon bankacılığını kullanıyorum
- d)  Elektronik bankacılığına güvenmiyorum
- e)  Elektronik bankacılığını nasıl kullanılacağını bilmiyorum
- f)  Yüz yüze işlem yapmayı tercih ediyorum

- g)  Elektronik bankacılığı kullanırken yanlış işlem yapmaktan korkuyorum.  
 h)  Elektronik bankacılığının faydalarını bilmiyorum  
 ı)  Değişime karşı önyargılıyım  
 i)  Banka işlemleri sonucunda makbuz veya resmi bir belge almak istiyorum  
 j)  İnternet kullanmayı bilmiyorum  
 k)  Elektronik bankacılığı hakkında bilgim yok  
 l)  Elektronik bankacılığının kullanımının zor olduğunu düşünüyorum  
 m)  Diğer( belirtiniz)

**12. Elektronik bankacılık kullanımı konusunda nereden/kimden bilgi almak istersiniz? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)**

- a)  Banka tarafından  
 b)  Konferans, seminer vb. düzenleyerek  
 c)  TV, Radyo gibi medya tarafından  
 d)  Kitap, dergi, broşür ile  
 e)  Diğer(belirtiniz)

**13. İnternete en çok nereden bağlanırsınız? (En sık kullandığınıza göre 1'den 4'e kadar sıraya koyunuz 1:En Çok 4:En Az)**

- a)  Evden  
 b)  İşyerinden  
 c)  Cep telefonundan  
 d)  İnternet kafeden

**14. Kaç yıldır elektronik bankacılıktan yararlanıyorsunuz?**

- 0-1 yıl     2-3 yıl     4-5 yıl     6 yıl ve üzeri

**15. Hangi sıklıkla elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanıyorsunuz?**

- Her gün    Haftada birkaç kez    Haftada bir kez    Ayda bir kez

**16. Elektronik bankacılığında hangi işlemleri yapıyorsunuz? (Birden fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)**

- a)  Kredi kartı işlemleri(Bilgi sorma, Başvuru, Borç Ödeme)  
 b)  Ödeme işlemleri(Ceza, harç, vergi, kredi kartı)  
 c)  Hesap hareketlerini izleme  
 d)  Ürünler ve hizmetler hakkında bilgi alma (Kur ve hisse senetleri bilgileri, sektör bilgileri, altın fiyatları, borsa, faiz vb)  
 e)  OGS ve veHGS işlemleri  
 f)  Yatırım işlemleri(Döviz, altın, hisse senedi, yatırım fonları)  
 g)  Cep telefonuna TL yükleme işlemleri  
 h)  Para aktarma (Havale, EFT, Döviz işlemleri)  
 ı)  Kredi işlemleri  
 i)  Sanal kart kullanarak alışveriş işlemleri  
 j)  Şans Oyunları için  
 k)  Bireysel Emeklilik  
 l)  Sigorta(Birikim sigortası, Zorunlu Deprem Sigortası)  
 m)  Diğer(belirtiniz)

**17. Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanma nedenleriniz nelerdir? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)**

- a)  Günün her saatinde banka işlemleri yapabilmek  
b)  Banka işlemlerini daha kısa sürede yapabilmek  
c)  banka çalışanlarının tutum ve davranışlarından memnun olmamak  
d)  İşlem maliyetinin olmaması  
e)  Şubelerinde sıra beklemekten hoşlanmamak  
f)  İnternet üzerinden alışveriş yapmak için  
g)  İşlemlerimi kendim yapabilmekteyim  
h)  Diğer (Belirtiniz)

**18. Elektronik bankacılık hizmetleri gelecekte şube bankacılığının yerini alır mı?**

- Evet  Hayır

**19. Elektronik bankacılığındaki karşılaştığımız sorunların çözümü için size ulaşmasını istediğiniz yöntemler veya araçlar nelerdir? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)**

- a)  İnternet yoluyla  
b)  Telefon aranarak  
c)  E-posta yoluyla  
d)  Müşteri temsilcisi ile görüşerek  
e)  Kısa mesaj (SMS) yoluyla

**20. Elektronik bankacılık hizmetlerinden yararlanmış biri olarak almış olduğunuz hizmetlere ilişkin görüşleriniz nelerdir?**

- Hiç memnun değilim  Memnun Değilim  Hiçbir fikrim yok  
 Memnunum  Çok memnunum

**21. Elektronik bankacılığı çevrenizdekilere tavsiye eder misiniz?**

- 1)  Kesinlikle tavsiye etmem 2)  Tavsiye etmem 3)  Fikrim yok  
4)  Tavsiye ederim 5)  Kesinlikle tavsiye ederim

	<b>Elektronik Bankacılık</b>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Çalışan insanlar için gereklidir.					
2	24 saat işlem yapılabilir.					
3	Daha az zaman harcanmaktadır.					
4	İşlem maliyeti düşüktür (EFT, havale vb).					
5	Kişiyeye özeldir.					
6	Beklentilerimi karşılamaktadır.					
7	Hesap detayları görülmektedir.					
8	İşlem yapmak kolaydır.					
9	Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırır.					
10	İşlemler hızlı yapılabilir.					
11	Hayatı kolaylaştırır.					
12	Tüm bankacılık işlemleri yapılabilir.					
13	Fiziksel engelliler için çok uygundur.					
14	Bankanın İnternet sitesinin kullanımı anlaşılır ve kolay.					

15	Her yerden işlem yapılabilir.					
----	-------------------------------	--	--	--	--	--

	<b>Elektronik Bankacılığın güvenlik açısından değerlendirilmesi</b>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Başkaları bilgilerime erişilebilir.					
2	Yanlış işlem yapma olasılığı vardır.					
3	İşlemleri karmaşıktır.					
4	Beklentilerimi karşılamıyor.					
5	Sunulan hizmetler yetersizdir.					
6	Kullanımı zordur.					
7	Yaptığım havale,eft vb. işlemler yerine ulaşmayabilir.					
8	Şubede işlem yapmak daha kaygısızdır.					
9	Bilgisayar ve internet kullanımı zordur.					
10	Elektronik bankacılığma ihtiyaç duymam.					
11	Elektronik bankacılık güvenli değildir.					
12	Şifreleme sistemleri güvenli değildir.					
13	İşlem sonucunda aldığım dekonta güvenirim.					

	<b>Müşterisi Olduğunuz Bankanın Web Sayfasının Özellikleri</b>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Ulaşım kolaylığı					
2	Hızlı olması					
3	Açık ve anlaşılabilir olması					
4	Zamandan tasarruf sağlaması					
5	Etkin olarak kullanılması					
6	Çekiciliği					
7	Kullanım kolaylığı					
8	Sadeliği					
9	Problem yaşanması(kilitlenme, donma vb)					
10	Ürün ve hizmetlerle ilgili haberler sitede kolaylıkla bulunabilmeli					
11	Elektronik bankacılığa üye olabilme işlemleri kolay ve anlaşılabilir olmalı					

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Sevgi Beyza KOÇAK  
 Uyuğu : T.C.  
 Doğum tarihi ve yeri : 20 Temmuz 1991, Ankara  
 Medenihali : Evli  
 Telefon : 536-485 93 32  
 E-mail : beyzabayaner@gmail.com

### Eğitim:

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek Lisans	Bankacılık Anabilim Dalı Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü	2016-Devam
Lisans	Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü	2010 - 2014
Lise	Ankara Özel Gürçağ Lisesi	2005-2009
İlköğretim	Ankara Bahçelievler Nebahat Keskin İlköğretim Okulu	1998-2005

### İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2018-devam	Burdur/Bucak	Halk Bankası, Müşteri İlişkileri Asistanı
2017	Konya/Karapınar	Halk Bankası, Gişe Görevlisi

### Yabancı Dil

İngilizce (orta)

### Hobiler

Tarih kitapları okumak, yüzmek, sinema ve tiyatroya gitmek.



*GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..*

