



T.C.

GİRESUN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**BANKA VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ: İNTERNET VE MOBİL
BANKACILIK KULLANIMI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

AYETULLAH DEMİR

Danışman

Dr. Öğrt. Üyesi Uğur SEVİM

Giresun 2018

JÜRİ ÜYELERİ ONAY SAYFASI

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün .../.../2018 tarihli toplantısında oluşturulan jüri, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Ayetullah DEMİR'in **Banka ve Bilgi Teknolojileri: İnternet ve Mobil Bankacılık Kullanımı Üzerine Bir Araştırma** başlıklı tezini incelemiş olup aday 30/11/2018 tarihinde, saat 14:00 da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Aday çalışma, sınav sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Tezli Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Sınav Jürisi	Unvanı, Adı Soyadı	İmzası
Üye (Başkan)		
Üye		
Üye		

ONAY

.../.../2018

Doç. Dr. Güven ÖZDEM
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Banka ve Bilgi Teknolojileri: İnternet ve Mobil Bankacılık Kullanımı Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

30/11/2018

Ayetullah DEMİR

ÖN SÖZ

“Banka ve Bilgi Teknolojileri: İnternet ve Mobil Bankacılık Kullanımı Üzerine Bir Araştırma” başlıklı bu çalışma, bireylerin internet ve mobil bankacılık uygulamalarına olan bakış açılarını, kullanım durumlarını, internet, mobil bankacılığa ilişkin bakış açılarını, internet ve mobil bankacılığı kullanma amaçlarını ve kullanmama nedenlerini araştırarak bir model önerisi oluşturmak ve bankacılık sektöründe bilgi teknolojilerinin konumunu belirlemek amacıyla yapılmıştır.

Çalışmanın hazırlanma sürecinde değerli bilgilerini benimle paylaşan, yardım ve desteklerini esirgemeyen, kullandığı her kelimenin hayatıma kattığı önemini asla unutmayacağım saygıdeğer danışman hocam; Dr. Öğrt. Üyesi Uğur SEVİM’e

Lisansüstü eğitim sürecinde tüm bilgi ve birikimleriyle bana katkı sağlayan tüm değerli hocalarıma, anket formuna cevap veren katılımcılara,

Çalışma sürecinde maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen aileme sonsuz teşekkürler.

AYETULLAH DEMİR

30/11/2018

ÖZET

Geçmişte sadece üretim sektöründe geçerli olan bir kavram olan kalite ölçümü, son yıllarda dünyada payı artan hizmet sektöründe de kullanılarak “hizmet kalitesi” kavramı şeklinde işletmelerin önem verdiği bir kavram haline gelmiştir. Hizmet kalitesi kavramıyla birlikte işletmelerin müşterilerine sundukları hizmetin kalitesi ölçülmeye başlanmıştır.

Bankacılık sektörü de hizmet sektörü arasında yer almakta olup, geleneksel şube bankacılığı alanında hizmet kalitesi ölçümleri geçmiş dönemlerden günümüze kadar sürdürüle gelmiştir. 90’lı yıllarda internetin günlük hayatta kullanılmasıyla birlikte, işletmeler müşterilerine birtakım hizmetlerini internet kanalıyla sunmaya başlamışlardır. Bilgi ve teknolojinin hayatımızı kolaylaştırdığı alanlardan biri de bankacılık sektörüdür. Günümüzde internet bankacılığı ve mobil bankacılık vasıtasıyla müşterilerine, banka şubelerine gitmeden hesap açma işlemleri, havale ve EFT gibi para transferi işlemleri, yatırım işlemleri ve ödeme işlemleri gibi birçok bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirme imkânı sağlamıştır. Son yıllarda bankacılık hizmetlerinde kullanımı artan uygulamalardan biri de mobil bankacılık uygulamalarıdır. Zaman ve mekân sınırlamasına bağlı kalmaksızın bireylerin bankacılık işlemlerini gerçekleştirmelerini sağlayan internet ve mobil bankacılık hizmetlerinin kullanımının yaygınlaşması, bu alanlarda hizmet kalitesine yönelik çalışmalar yapılmasını sağlamıştır.

Bu çalışma, bireylerin internet ve mobil bankacılık kullanma durumları ve mobil ve internet bankacılığının hizmet kalitesine yönelik görüşleri tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların mobil ve internet bankacılığını algılama biçimleri ve beklentileri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, İnternet Bankacılığı, Mobil Bankacılık, Teknoloji, Hizmet Kalitesi

ABSTRACT

In the past, quality measurement, which is a concept that is valid only in the production sector, has been used in the service sector, which has increased its share in the world in recent years, and has become a concept of "quality of service" Together with the concept of service quality, the quality of the service offered by the customers to the customers has begun to be measured.

The banking sector is also among the service sector and the service quality measurements in the traditional branch banking sector have been continuing from day to day. In the 90's, with the Internet being used in everyday life, businesses have begun to offer some services to their customers on the internet channel. One of the areas where information and technology make life easier is the banking sector. Nowadays, by means of internet banking and mobile banking, it enables customers to carry out many banking activities without going to bank branches, such as account opening, money transfer transactions such as money order and EFT, investment transactions and payment transactions. One of the increasing applications of banking services in recent years is mobile banking applications. The widespread use of internet and mobile banking services, which enable individuals to carry out banking transactions without being bound by time and space restrictions, has provided services for quality of service in these areas.

In this study, internet and mobile banking use of individuals and mobile and internet banking service quality were determined. As a result of the research, participants' expectations and expectations about mobile and internet banking were determined.

Key Words: Banking, Internet Banking, Mobile Banking, Technology, Service Quality

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	I
ÖZET	II
ABSTRACT.....	III
İÇİNDEKİLER	IV
TABLolar LİSTESİ.....	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	IX
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

BANKACILIK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ.....	3
1.1. Bankacılık Kavramı ve Bankacılığın Tarihsel Gelişimi.....	3
1.1.1. Dünyada Bankacılık.....	4
1.1.2. Türkiye’de Bankacılığın Tarihi	6
1.2. Bankaların İşlevleri	7
1.2.1. Finansal Aracılık.....	7
1.2.2. Dış Ticareti Fonlama ve İhracatı Teşvik	8
1.2.3. Kaynakların Etkin Kullanımını Sağlama.....	9
1.2.4. Gelir ve Servet Dağılımını Etkileme	9
1.2.5. Kaydi Para Yaratma.....	10
1.2.6. Para ve Maliye Politikalarının Yürütülmesine Yardımcı Olma	10
1.3. Banka Türleri.....	11
1.3.1. Sermaye Kaynağına Göre Bankalar.....	11
1.3.2. Coğrafi Alana Göre Bankalar	12
1.3.3. Toptancı ve Perakendeci Bankalar	12
1.3.3.1. Perakendeci Bankalar.....	13
1.3.3.2. Toptancı Bankalar	13
1.3.3.2.1. Ticari Bankacılık	15
1.3.3.2.2. Yatırım Bankacılığı	15
1.3.3.2.3. Kalkınma Bankacılığı.....	16
1.3.3.2.4. Kıyı Bankacılığı	17

1.3.3.2.4. Uluslararası Bankacılık	17
1.3.3.3. Katılım Bankaları.....	18
1.4. Bankaların Sundukları Hizmetler.....	20
1.4.1. Geleneksel Bankacılık Hizmetleri	20
1.4.1.1. Mevduat Toplama	21
1.4.1.2. Kredi Verme.....	21
1.4.1.3. Bankacılık Hizmetleri	22
1.4.2. Çağdaş Bankacılık Hizmetleri	22
1.4.2.1. Kredi Kartı	23
1.4.2.2. Tüketici Kredileri.....	23
1.4.2.3. Menkul Kıymetler Hizmetleri.....	23
1.4.2.4. Satış Noktasından Elektronik Fon Transferi (EFT).....	24
1.4.2.5. Ev ve Ofis Bankacılığı	24
1.4.2.6. Bilgi Danışma (Müşteri Temsilciliği) Hizmetleri.....	25

İKİNCİ BÖLÜM

BANKACILIKTA BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI	26
2.1. Organizasyon Teknolojisi.....	26
2.2. Organizasyonlarda Teknoloji Kullanımı	28
2.2.1. Teknolojinin Olumsuz Yönleri	30
2.2.2. Teknolojinin İşletme Verimliliğine Etkisi	31
2.2.3. İşletmelerde Teknoloji Kullanımına Yönelik Yaklaşımlar.....	32
2.2.3.1. Sistemler Yaklaşımı	32
2.2.3.2. Durumsallık Yaklaşımı	33
2.2.3.3. Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı	33
2.2.3.4. Kaynak Tabanlı Görüş	33
2.3. Organizasyon Teknolojisinin Göstergeleri.....	34
2.4. Bankacılık Sektörünün Yeni Teknolojiler İle İlişkisi.....	34
2.5. Türk Bankacılık Sektöründe Yeni Teknolojilerin Gelişimi	36
2.6. Online Bankacılık Hizmetlerinin Tercih Edilmesini Etkileyen Faktörler.....	39
2.6.1. Algılanan Kullanılabilirlik.....	39
2.6.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı	40

2.6.3. Algılanan Memnuniyet	40
2.6.4. İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Uygulamalarına Yönelik Bilgi Düzeyleri.....	40
2.6.5. Gizlilik ve Güvenlik	41
2.6.6. İnternet Bağlantısının Kalitesi	41
2.7. Türkiye’de Çevrimiçi Bankacılık Hizmetlerinin Kullanımı	41
2.7.1. Karşılaştırmalı Üstünlük.....	42
2.7.2. Görülebilirlik	42
2.7.3. Deneyimleme	42
2.7.4. Komplekslik.....	43
2.7.5. Uyumluluk	43
2.7.6. Algılanan Risk Düzeyi.....	43
2.7.7. Grup Tipi	43
2.7.8. Karar Tipi.....	44
2.7.9. Pazarlama Faaliyetleri	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI VE MOBİL BANKACILIK.....	45
3.1. İnternet Bankacılığı	45
3.1.1. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılabilecek Bankacılık İşlemleri... 46	
3.1.2. İnternet Bankacılığının Avantajları	48
3.1.2.1. Bankalar Açısından Avantajlar	49
3.1.2.2. Müşteriler Açısından Avantajları.....	50
3.1.3. İnternet Bankacılığı Müşteri Potansiyelindeki Gelişmeler.....	51
3.2. Mobil Bankacılık	53
3.2.2. Mobil Bankacılık Kullanım Alanı	54
3.2.3. Mobil Bankacılığın Avantajları	54
3.2.4. Mobil Bankacılık Müşteri Potansiyelindeki Gelişmeler	55
3.3. İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılıkta Güvenlik	57

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BANKACILIK VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ÜZERİNE YAPILAN ALAN ARAŞTIRMASI.....	60
4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	60
4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	60
4.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları	61
4.4. Araştırmanın Veri Toplama Araçlarının Geçerlik ve Güvenirliği	62
4.5. Araştırmanın Yöntemi	63
4.6. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	64
4.7. Literatür Araştırması	65
4.8. Bulgular ve Yorumlar.....	69
4.8.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Verilerine İlişkin Bilgiler.....	69
GENEL DEĞERLENDİRME	85
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	87
KAYNAKÇA.....	91
EKLER.....	98
Ek-1: İnternet Bankacılığı Ve Mobil Bankacılık Kullanım Anketi	98
ÖZGEÇMİŞ	100

TABLOLAR LİSTESİ

- Tablo 1.** 2008-2016 yılları arasında internet bankacılığı kullanan müşteri sayısı..... 52
- Tablo 2.** 2011-2016 yılları arasında mobil bankacılık kullanan müşteri sayısı..... 56
- Tablo 3.** Katılımcıların Sosyo-Demografik Verilerine Göre Dağılımı 69
- Tablo 4.** Katılımcıların internet ve mobil bankacılık kullanma durumlarına göre dağılımı 70
- Tablo 5.** İnternet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüş maddelerinin genel dağılımı..... 71
- Tablo 6.** Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri..... 74
- Tablo 7.** Katılımcıların yaş değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri..... 75
- Tablo 8.** Katılımcıların meslek değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri..... 77
- Tablo 9.** Katılımcıların aylık gelir değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri 80
- Tablo 10.** Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri 82

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1.** İnternet bankacılığı ile yapılabilecek işlemler 48
- Şekil 2.** Türkiye’de yıllara göre internet bankacılığı kullanan birey sayısı 53
- Şekil 3.** Türkiye’de yıllara göre mobil bankacılığı kullanan birey sayısı 57



GİRİŞ

Bankalar bilgi ve teknolojiadaki gelişmeleri yakından takip ederek veriler elde etmekte ve elde ettiği verileri analiz ederek müşterilerine yönelik kolaylık sağlayacak ürün ve hizmetler geliştirerek kullanıcıların hizmetine sunmaktadırlar.

Son dönemlerde insanlığın yaşamının bir parçası haline gelen internet, hayatın birçok alanında olduğu gibi bankacılık sektöründe de bireylere kolaylıklar sağlamaktadır. Mobil bankacılık ve internet bankacılığı, geleneksel şubelere nazaran müşterilerine kolaylık sağladığından dolayı, kullanımı hızla yaygınlaşmaktadır. Bankaların müşterilerine sunduğu mobil bankacılık ve internet bankacılığı hizmetlerinin geliştirilmesi amacıyla, bu faaliyetlerin hizmet kalitesi bakımından ölçülmesi önem arz etmektedir.

Geleneksel şube bankacılığına oranla daha kolay kullanıma sahip olan ve müşterilerin kendilerine daha fazla zaman ayırmalarını sağlayan mobil bankacılık ve internet bankacılığı hizmetleri; bankalar açısından bina, ısınma, personel gibi şube giderlerini azaltmak, iletişim ve pazarlama faaliyetlerini kolaylaştırmak, ürün ve hizmetlerin çeşitliliğini arttırarak güncellenmesini sağlamak ve müşteri odaklılığını arttırmak gibi avantajları sağlamaktadır.

Günümüzde birçok banka ürünlerinin büyük bir kısmını internet ve mobil bankacılık üzerinden, cüzi bir ücret karşılığında ya da tamamen ücretsiz bir şekilde müşterilerinin kullanımına sunmalarına karşılık, ülkemizde hâlâ mobil bankacılık ve internet bankacılığı kullanım düzeyi düşüktür. Bu araştırma bireylerin mobil bankacılık ve internet bankacılığını kullanma durumları, mobil bankacılık ve internet bankacılığı kullanma amaçları, hizmetlere yönelik görüşleri ve mobil bankacılık ve internet bankacılığı faaliyetlerine güven düzeylerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Mobil bankacılık ve internet bankacılığına yönelik yapılan bu araştırma sonucunda, bu faaliyetlerin kullanım düzeyinde artış sağlayabileceği düşünülmektedir.

Bireylerin, mobil bankacılık ve internet bankacılığı kullanımına ilişkin görüşlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde bankacılık ve bankacılığın tarihsel gelişimi ile ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Bu bölümde bankanın tanımı ve işlevlerine ilişkin bilgiler verilerek, tarihte bankacılığın geçirdiği global değişimler incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde internet bankacılığı ve mobil bankacılık kavramlarının tanımları yapılarak, müşteriler ve bankalar açısından sunduğu avantajların neler olduğu, yıllara göre kullanımının nasıl değiştiği, mobil bankacılık ve internet bankacılığının kullanım alanlarının neler olduğu ve hangi bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilebileceği konuları ele alınarak internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanıcılarının en büyük problemi olan güvenirlik durumuna ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın nc bölümünde kullanılan bireylerin mobil bankacılık ve internet bankacılığını kullanma durumları ve mobil bankacılık ve internet bankacılığına yönelik algı düzeylerini belirlemek amacıyla kullanılan ölçeğin özelliklerine ve anket analizinde kullanılan yöntemlere ve internet bankacılığı ve mobil bankacılığa yönelik literatür araştırmasına yer verilmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise nitel ve nicel uygulamalar sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu bulgulara göre katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek, eğitim durumu ve aylık gelir değişkenleri ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik algıları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

BANKACILIK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

1.1. Bankacılık Kavramı ve Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

İtalyan tüccarların bankacılık işlemlerini gerçekleştirdikleri yerlerin adı olan banka kelimesi, İtalyanca kökenli olup “Banco” sözcüğünden türemiştir. Türk Dil Kurumu bankacılığı faiz sistemiyle para alışverişi yapan, iskonto, kredi ve kambiyo işlemlerini gerçekleştiren; para, ziynet eşyası ve değerli belge ya da nesnelere kasalarında muhafaza eden ve çeşitli ticari ve ekonomik faaliyetler gerçekleştiren kuruluşlar olarak tanımlamıştır. Bankalar, tanımdan da anlaşılacağı üzere birçok işlevi yerine getirmektedirler. 5411 sayılı Bankaları Kanunu, bankalar tarafından gerçekleştirilebilecek iş ve eylemleri düzenler (Ayanoğlu vd., 2013:57). Ekonomik manada bankaya ilişkin bir başka tanımda ise, ekonomiye nakit ya da kaydi para desteği sunan, nakit para ya da nakit parayı temsil eden taşınırlara ilişkin ticaret faaliyetlerini meslek olarak gerçekleştiren ve bazı finansal ve ödeme faaliyetlerini nakit para kullanımını söz konusu olmaksızın gerçekleştiren kuruluşlar banka olarak adlandırılmıştır (Uzundağ, 2013:3).

Bankalar kredi verme, bireylere ait değerli taşınırları kiralık kasalarda koruma altına alma, mevduat toplama, sanayi kuruluşlarının faaliyetlerine katılma ve destek olma ve borsa eylemlerini fiili olarak gerçekleştirme gibi ülke kalkınmasına katkıda bulunan ve yönlendiren faaliyetleri gerçekleştirir. Bankaların belirtilen ekonomiye ilişkin eylemlerini basit bir şekilde para ticareti yapan kuruluşlar ya da düşük faizlerle aldığı parayı yüksek faizle işleten kuruluşlar şeklinde tanımlamak yetersiz kalır. Birçok farklı ve karmaşık modern banka işlemleri ile bankalar, yönetim özellikleri ve genel ekonomi üzerindeki etkisi ve gücü bakımından, geçmiş dönem klasik bankalarından farklılaşmış ve seçkin kurumlar haline dönüşmüştür (Yıldırım, 2011:2).

1.1.1. Dünyada Bankacılık

Dünya tarihinde ilk defa Sümerler ve Babiller tarafından bankacılık faaliyetlerinin gerçekleştirildiği düşünülmektedir. Geçmiş dönemlerde banka işlemleri tapınaklar tarafından gerçekleştirilirken, bankacıların yerini de rahipler almışlardır. Bireyler sahip oldukları değerli mallarını ve paralarını tapınaklara emanet ederek, kötü niyetli kişilerden korumaya çalışmışlardır. Bankacılık faaliyetlerinin geçmişinin ilkel toplumlarda doğal olarak gerçekleştirildiğine dair bazı iktisat tarihçilerine ait görüşler bulunmaktadır. Geçmişte insanların tohum ya da benzeri unsurları ödünç olarak verdikleri ve hasat zamanında tahsil edildiği Sümer ve Babil dönemlerinden kalan tabletlerde yer almıştır. Bir nevi tarımsal kredileme olarak değerlendirilebilen bu faaliyetler, günümüzde tarım bankaları tarafından gerçekleştirilen bankacılık faaliyetleri arasında değerlendirilebilmektedir (Parasız, 2007:17).

Tarihte ilk bilinen banka kuruluşu M.Ö. 3500 yılında Sümerler tarafından kurulan “Maket” adı verilen yapıdır. İlk borç veren kişiler Maket’te bulunan rahipler olup, çiftçilerin tohum ve alet-edevat gibi ihtiyaçlarını gidermeleri için hasat zamanında ödemek üzere, ilk dönemlerinde aynî, sonraki dönemlerde ise nakdî kredi verdikleri arkeolojik araştırmalar sonucunda tespit edilmiştir. Araştırmalar neticesinde maketlerdeki işleyiş düzeninin düzenli ve sistemli bir şekilde gerçekleştiği, hesaplar arası transferlerin gerçekleştirildiği, ödünç ve mevduat kabulü eylemlerinin maketlerin temel uğraş alanlarını oluşturduğu; mal belgeleri, tediye-teslim emirlerinin var olduğu tespit edilmiştir (Özdemir, 2013:11).

Maketlerde vadesi gelen borçların tahsis şekilleri, vadesinde ödenmeyen borçların tasfiyesinde bireylerin hangi mallarının kullanılabilmesi ve ödünç işlerinin yönetim şekilleri ile ilgili bilgiler, ünlü Hammurabi kanunlarında yer almıştır. Maketlerde gerçekleştirilen ödünç faaliyetlerinin faiz ile gerçekleştirilmesine müsaade edildiği, ancak faiz ve borç tahsilinin doğal afetler neticesinde ürün elde edilemeyen dönemlerde gerçekleştirilemeyeceği yine söz konusu kanunlarda yer almıştır (Parasız, 2007:17).

Sümerlerde, ülkeler arası mal değişimlerinde kullanılmak üzere banknot niteliği taşıyan, çek veya itibar mektuplarına benzeyen belgelerin kullanıldığı

arkeolojik araştırmaları sonucunda belirlenmiştir. İlerleyen dönemlerde bankacılık faaliyetleri, Eski Yunan, Mezopotamya, Roma, Finik ve Avrupa uygarlıklarında da yeni gelişmeler yaşanarak yaygınlaşmıştır.

Babillerle gerçekleştirdikleri ilişkiler sonucunda bankacılık faaliyetlerini öğrenen eski Yunanlılarda, bankacılık faaliyetleri genellikle bireyler tarafından gerçekleştirilmiş, “trapezitai” olarak adlandırılan sarraflar vasıtasıyla vadeli ve vadesiz para alımı yaparak ikrazat faaliyetleri gerçekleştirilmiş ve hesaplar arası para transferleri yapmışlardır. Zaman içerisinde trapezitailerin uyguladıkları faiz miktarları artmış ve ikraz Şartları ağırlaşmıştır. Bu nedenler, toplumların kendi devlet bankalarını kurmalarını sağlamıştır. Meşhur filozofu Diogene'nin bulunduğu Sinope Devlet Bankası, devlet bankaları arasındaki en önemli örnektir (Kovan, 2012:27).

Literatürde Roma'nın, Yunanistan'dan bankacılığı öğrendiği hakkında bilgiler yer almaktadır. Roma'da maliyeci Őövalyeler ve Yunanistan'dan bazı gruplar bankacılık faaliyetleri gerçekleştirmişlerdir. Askeri engeller, siyasi çekişmeler ve kilise Ortaçağ'da iktisadi ve ticari gelişmeleri olumsuz yönde etkilemiştir. Roma'da para ve istikraz müessesesi hoş karşılanmamakta olup, Avrupa'ya bankacılık işlemlerini Cahorsinler ve Lombardlar adlı papalığın mali ajanları öğretmişlerdir (Yapraklı vd., 2008:19).

Feodalite devrinde kendi iktidarını kurmak amacıyla Derebeyler artan masrafları karşılamak amacıyla para bastırmış ve çeşitli tedavül unsurlarının piyasada yer almasına neden olmuşlardır. Bunun zerine paraların gerçek değerlerini belirlemek ve paraların daha güvenilir bir Şekilde birbirilerine dönüştürülmesini sağlamak amacıyla para değiştiriciler ortaya çıkararak kendi aralarında teşkilatlanmışlardır. Zaman içerisinde para değiştiriciler Banco veya Bancherius olarak adlandırılmışlardır (Kaya, 1961:187). Zamanla sarraflığın yanı sıra bu kişiler, insanlardan aldıkları mevduatı diğer insanlara yüksek faizli kredi olarak vermişlerdir. İlk zamanlarda Roma'da para değişimi işleminin gerçekleştirildiği bankerlik sistemi, ilerleyen süreçte kredi işlemleri, mevduat kabul ve poliçe alım-satım işlemlerinin yapılmasıyla gelişmiştir (Parasız, 2007:23).

İlk defa 1157 yılında Venedik Bankası'nın kurulmasıyla günümüz bankacılık sistemi ortaya çıkmış ve 1408 yılında Genova Bankası'nın kurulmasıyla devam etmiştir. Bankacılığın gelişmesinin önündeki en büyük engellerden biri olan faizin meşru olarak kabul edilmesi, Avrupa'da Yeni Çağ'da yaşanan düşünce ve ekonomi alanındaki değişimlerle başlamıştır (Kaya, 2013:181).

Bankacılık işlemleri 19. yüzyıla doğru bugünkü düzeyine benzer seviyelere gelebilmiştir. 19. yüzyılda bankerler vasıtasıyla gerçekleştirilen bankacılık işlemleri, şahısların bir araya gelerek şirketleşmeleri ile devam ettirilmiştir. 19. yüzyılda ortaya çıkan sanayi devrimi ve ticaret sermayesindeki gelişmeler, bankacılığın hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamıştır (Özdal, 2011:47).

1.1.2. Türkiye'de Bankacılığın Tarihi

Türkiye'de ilk olarak 1847 yılında başlayan bankacılık; gerçek manada Theodor Baltazzi ve J. Alleon adlı Galata bankerleri tarafından hükûmetin de desteğiyle İstanbul Bankası adlı ilk bankanın kurulmasıyla başlamıştır. İstanbul Bankası, 1852 yılına kadar faaliyetlerini sürdürmüştür. Cumhuriyetin ilanına kadar var olan bankalar genellikle yabancılar tarafından kurulmuş olup, amaçları ülkemizde faaliyetlerini sürdüren yabancı şirketleri finanse etmektir. Osmanlı Devleti'nin çeşitli yerlerinde bu bankaların şubeleri faaliyet göstermiş olup on üç banka faaliyetlerini Cumhuriyet döneminde sürdürmüştür.

Bank-1 Osmani Şahane adı ile 1868 yılında kurulan Osmanlı Bankası, Osmanlı döneminde açtığı şubeleriyle faaliyet gösteren en önemli yabancı banka olma niteliğine sahiptir. 1924 ve 1925 yıllarında cumhuriyetin ilanından sonra bankanın sahip olduğu yetkilerin bir kısmı yapılan sözleşmelerle ellerinden alınmıştır. Osmanlı Devleti'nde uluslararası düzeyde faaliyet gösteren çok az sayıda banka bulunmaktadır. 1863 yılında Niş Valisi Mithat Paşa, memleket sandıklarını kurmuştur. Memleket sandıkları Yugoslavya'nın Pirot kasabasında kurulmuş olup, ilk zirai kredi sandığı niteliği taşıyan sandıklardır. Mithat Paşa, İstanbul Emniyet Sandığı'nı kurarak, 1868 yılında halkın elinde bulunan az miktardaki ve dağınık haldeki paraları bir arada toplayıp, halkın ihtiyaçlarını karşılamak ve tasarruf alışkanlığı kazandırmayı

amaçlamıştır. 1907 yılında, İstanbul Emniyet Sandığı, Ziraat Bankası'na dahil edilmiştir. Ülkemizde 1911-1923 yılları arasında hiçbir ulusal banka kurulmamış olup, İş Bankası, Sanayi ve Maadin Bankası, Emlak ve Eytam Bankası'nın kurulması, Ziraat Bankası anonim ortaklığının ve sonunda Merkez Bankası'nın kurulması cumhuriyetin ilan edilmesinden sonraki on yıl içerisinde gerçekleşen önemli gelişmeler olmuştur. 1923-1932 yıllarında bankacılık sektöründe birçok küçük çaplı yerel bankalar kurulmuştur (Parasız, 2007:17).

1.2. Bankaların İşlevleri

Temel fonksiyonları bireylerden mevduat ya da benzeri yöntemlerle topladıkları kaynaklarla kredi ve diğer mali işlemleri gerçekleştiren ve ekonomiyeye kaydi para sağlayan finans kuruluşları olan bankaların temel işlevleri şunlardır (Babuşcu, 2012:7):

1. Finansal aracılık
2. Dış ticareti fonlama ve ihracatı teşvik
3. Kaynakların etkin kullanımını sağlama
4. Gelir ve servet dağılımını etkileme
5. Kaydî para yaratma

Bu kısımda bankaların işlevleri açıklanacaktır.

1.2.1. Finansal Aracılık

İhtiyaçlarından fazla fona sahip olan birey ve kurumlardan topladıkları fonları, fona ihtiyaç duyan birey ve kurumların kullanmasını sağlayan bir aracılık görevi üstlenen bankalar, bu işlevlerini gerçekleştirirken aynı zamanda bir risk yüklenmektedirler (Gürtuna, 2005:5).

Bankaların finansal aracılık işlevi, yalnızca fon aktarma işlemiyle sınırlı olmayıp, verimli yatırımlara kaynakların aktarılması, üretim faaliyetlerinin arttırılması sağlanarak ekonomik etkinliğin arttırılması, azalan ekonomik risk, ekonomik taraflar arasında etkili bağlantı kurulması, ölçek ve kapsam ekonomisinden yararlanılması gibi birçok faydayı da sağlayabilmektedir (Korkmaz, 2015:39).

Bankalar dıştan bir başkasının parasını kullanarak para kazanan kurumlar olarak görünse de sahip olduğu fonksiyonlar bakımından diğer işletmelerden ayrılmaktadırlar. Bankaların kredi verme potansiyelini, özkaynak olarak nitelendirilen bankalara getirilen fonlar ve birtakım yabancı kaynaklardan elde ettikleri kaynaklardan etkilenmektedir. Bankaların aracılık fonksiyonunu etkili bir biçimde kullanması, fon kaynakları ve kullandırma durumları arasındaki marjın düşük olması ile sağlanabilmektedir. Fon arz ve talebi arasındaki fark, bankacılık faaliyetleri dışındaki fon, vergi ve diğer birtakım giderlerden doğrudan etkilenmektedir. Fon arz ve talepleri arasındaki farkın yüksek olması bankaların aracılık fonksiyonunu sağlıklı bir şekilde yürütebilmesini engellemekte, fon talebini azaltmakta ve buna bağlı olarak yatırımların azalmasına neden olmakta ve ayrıca bankalar aleyhinde adaletsiz bir rekabet ortamının oluşmasına neden olabilmektedir. Bankacılık sektörünün kendisinden kaynaklanan ve bankacılık sektörü dışından kaynaklanan sebeplerden dolayı artan aracılık maliyetleri düşürülerek, daha etkin bir aracılık faaliyetinin yürütülmesi ve reel sektörün desteklenmesi sağlanabilir (Gürtuna, 2005:52).

1.2.2. Dış Ticareti Fonlama ve İhracatı Teşvik

Ülke ekonomilerinin gelişmesinde önemli rol oynayan faktörlerden biri olan yatırımların gerçekleşebilmesi, ihtiyaç duyulan maddi kaynakların finanse edilmesine bağlıdır. Döviz gelirlerinin arttırılması ve ülke geneli tasarruf yaratılması ile dış borçlanmaya ihtiyaç duyulmadan, yatırımları finanse edebilecek kaynaklar oluşturulabilir. Forfaiting, factoring, banka teminatı, akreditif, alıcı firma prefinansmanı, belge karşılığı ödeme ve peşin ödeme gibi banka uygulamaları, dış ticaret uygulamalarına finans kaynağı oluşturarak ithalat ve ihracatı desteklemektedir (Yıldırım, 2015:s. 68).

Ürettiği mal ve hizmetleri yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda satan firmaların gerçekleştirdikleri satış işlemi sonucunda elde ettikleri kısa süreli alacak haklarının devredilmesi ile likit fon elde edilmesi işlemi faktöring olarak tanımlanmaktadır. Firmaların gerçekleştirdiği vadeli satışlar sonucunda elde ettikleri bedellerin, vade tarihi öncesinde tahsil edebilmelerine imkân sağlayan kuruluşlar faktöring kuruluşları olarak tanımlanmaktadır. Faktöring kuruluşları, şirketlerin fatura edilmiş vadeli satışları sonucunda elde ettikleri alacaklarını belli bir iskonto karşılığında peşin olarak satın alınırlar ve vadesi gelen ödemeler faktöring kuruluşları tarafından tahsil edilir. Faktöring ve forfaiting işlemleri genellikle uzun vadeli satış işlemlerinde ve kredi kullanılarak gerçekleştirilen ithalat ve ihracat işlemlerine yönelik bir finans aracıdır ve genellikle yatırım amaçlı mallar için tercih edilmektedir (Parasız, 2007:36).

1.2.3. Kaynakların Etkin Kullanımını Sağlama

Bankalar, toplumda fon fazlası olan bireylerden topladıkları mevduatları, fon ihtiyacı olan müşterilerine kredi olarak kullanarak kaynak sağlarlar. Bankalar kredi verirken bazı bölgeleri, kişileri ya da sektörleri göz önünde bulundurarak, eşit bir dağılım yapmalıdırlar (Gürtuna, 2005:6).

Bankalar, ülke ve bölge ekonomisine getiri düzeyi yüksek olan faaliyet alanlarına, ellerinde bulundurdukları fon kaynaklarını kullanarak, kaynakların etkin bir şekilde kullanılabilmesini sağlayabilirler. Projelerin kârlılık oranı arttıkça kredi talebinde bulunmaları daha mantıklı olmaktadır. Çünkü belli bir maliyete sahip olan kredilerin, kârlılık oranı düşük projelerde kullanılması kaynakların etkin kullanılmamasına neden olur (Arı ve Vurucu, 2014:87).

1.2.4. Gelir ve Servet Dağılımını Etkileme

Bankalar, gelişme potansiyeli yüksek olan bölgelere ya da alanlara düşük faizli kredi imkânları sunarak, bu bölgelerde yeni faaliyet alanlarının oluşmasını ve böylece istihdam artışını sağlar. Bu sayede milli gelirden, daha geniş kitlelerin pay alabilmesini sağlamaktadır. Bankalar, kredi işlemlerinden elde ettiği gelirden ve faiz ve kâr payı olarak mevduat sahiplerine gelir sağlaması; gerçek ya da tüzel kişilerin fon ihtiyacını

karşılıyarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerden kâr elde etmesini sağlayarak, servet dağılımları üzerinde etkili olurlar (Takan ve Acar Boyacıoğlu, 2018:164).

1.2.5. Kaydi Para Yaratma

Bankalar ve benzer birtakım finans kuruluşları tarafından üzerine ek yazılabilen vadesiz mevduatlar kaydi para olarak tanımlanır. Kaydi para banka parası olarak da nitelendirilebilir. Farklı bankalarda yer alan ekonomik birimler, vadesiz mevduat hesapları üzerine yazdıkları eklerle borçlarını öderler. Kendi bankalarına aldıkları çekleri yatıran kişilerin bankalarda vadesiz mevduat hesapları açılmış olur. Bireyler sahip oldukları vadesiz mevduat hesapları üzerine yazdıkları eklerle işlem gerçekleştirdikçe bankalar arasında kaydi paranın dönüşümü sağlanır (Ertem, 2015:61).

Bireylerden topladıkları mevduatlar ile satın alma gücü oluşturması, bankaların önemli fonksiyonlarından birini oluşturmaktadır. Bankalar, hesaplar arasında para transferi gerçekleştirerek ve ek kullanarak, disponsibilite oranı, zorunlu karşılıklar, munzam karşılık oranları ve olağanüstü ihtiyatlar unsurlarınca belirlenen oranda kaydi para oluştururlar (Kaya, 2013:281).

1.2.6. Para ve Maliye Politikalarının Yürütülmesine Yardımcı Olma

Bankalar, Merkez Bankası'nın kullandıkları para politikası araçlarına farklı şekillerde katkıda bulunurlar. Merkez Bankası, disponsibilite, zorunlu karşılık, faiz oranları, reeskont ve banka kredileri oranları üzerinde ayarlamalar yaparak ve devlet tahvili ve hazine bonosu ihracı gerçekleştirerek para arzının kontrolünü sağlar. Ayrıca bankalar, devlet tarafından uygulanan harcama yapma, borçlanma ve vergi toplama şeklindeki maliyet politikalarına da yardımcı olmaktadır (Babuşcu ve Hazar, 2018:92).

1.3. Banka Türleri

Bankalar, ülkelerin bankacılık mevzuatına ve sistemine bağlı olmak koşulu ile çeşitli kriterlere göre sınırlandırılabilirler. Ülkemizde bankalar, aşağıda yer alan kriterlere göre sınıflandırılabilir (Bakkal ve Aksüt, 2011:22):

- a) Sermaye kaynağına göre
- b) Coğrafi alana göre
- c) Faaliyet alanlarına göre

1.3.1. Sermaye Kaynağına Göre Bankalar

Bankaları sahip oldukları sermaye kaynaklarına göre aşağıdaki şekilde sınıflandırmak mümkündür (Uygun ve Dölek, 2017:136):

- **Özel Kesim Bankaları:** Gerçek ve tüzel kişiler tarafından sermaye elde eden bankalardır. Adabank, Akbank, AnadoluBank, Fibabanka, Şekerbank, Turkish Bank, Türk Ekonomi Bankası, Türkiye İş Bankası ve Yapı ve Kredi Bankası özel kesim bankalara örnek olarak verilebilir.
- **Devlet Bankaları:** Kamu kurumları ya da devlet tarafından sermaye elde eden bankalardır. Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası, Türkiye Halk Bankası ve Türkiye Vakıflar Bankası devlet bankalarına örnek olarak gösterilebilir.
- **Karma Bankalar:** Gerçek ve tüzel kişilerle birlikte aynı zamanda kamu kurumları tarafından da sermaye elde eden bankalardır. Türkiye İş Bankası karma bankalara örnek olarak gösterilebilir.
- Bankalar ayrıca kuruldukları sermayeler bakımından yabancı sermaye ile kurulan bankalar (Alternatifbank, Arap Türk Bankası, Bank of China Turkey, Burgan Bank, Citibank, Denizbank, Deutsche Bank, HSBC, ICBC, ING Bank, MUFG Bank Turkey, Odea Bank, QNB Finansbank,

Rabobank, Turkland Bank, Türkiye Garanti Bankası), milli sermaye ile kurulan bankalar ve karma sermaye ile kurulan bankalar olmak üzere sınıflandırılabilirler (Korkmaz, 2015:157).

1.3.2. Coğrafi Alana Göre Bankalar

Bankaları, faaliyet gösterdikleri coğrafi alanlara göre aşağıdaki şekilde sınıflandırmak mümkündür (Babuşçu, 2012:144):

- **Mahalli Bankalar:** Faaliyetlerini sınırlı coğrafik alanlarda gösteren bankalardır.
- **Ulusal Bankalar:** Faaliyetlerini ülkenin farklı bölgelerinde ve illerinde bulunan şubeleri vasıtasıyla sürdüren bankalardır. Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası, Türkiye Halk Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası, Türkiye İş Bankası ulusal bankalara örnek olarak gösterilebilir.
- **Uluslararası Bankalar:** Faaliyetlerini yurtdışında bulunan şubeleri vasıtasıyla sürdüren bankalardır. HSBC Bank, ING Bank, Odea Bank, QNB Finansbank uluslararası bankalara örnek olarak gösterilebilir.

1.3.3. Toptancı ve Perakendeci Bankalar

İngiliz Profesör Revell, bankacılığı ilk kez 1968 yılında Avrupa'da, toptancı bankalar ve perakendeci bankalar şeklinde sınıflandırmıştır (Ertem, 2015:119). Birçok ülkede II. Dünya Savaşı'ndan sonra bankaların gerekli altyapı, sanayi ve inşaat alanlarına fon desteğinde bulunmasıyla birlikte bir ekonomik canlanma meydana gelmiştir. İlerleyen dönemlerde bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeler neticesinde finansal işlem çeşitlerinin artması, ürünlerin uluslararası pazarlara açılmasıyla birlikte güçlü rekabet ortamının oluşması, off-shore, interbank ve Euro-para piyasalarının oluşması gibi unsurlar, uluslararası piyasalarda daha geniş çaplı işlemler gerçekleştirecek toptancı bankaların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Uygun ve Dölek, 2017:140).

1.3.3.1. Perakendeci Bankalar

Küçük çaplı işlemler gerçekleştirerek, düşük getirili çok sayıda işlem gerçekleştiren bankalar perakendeci bankalar olarak nitelendirilirler (Babuşçu, 2012:147). Sadece hükümetler ve büyük firmalarla çalışarak büyük meblağların söz konusu olduğu işlemleri gerçekleştiren toptancı bankaların faaliyetleri dışında kalan, toplumda yer alan geniş kitlelerin bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren perakendeci bankaların özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Uzun ve Berberoğlu, 2018:55):

- Bu bankalar, çok sayıda çalışarak birçok işlem gerçekleştirmeleri nedeniyle fonların bir kısmının fonlarında unutulması söz konusu olabilir.
- Bina, kira, kırtasiye ve araç gereç giderleri toptancı bankalara nazaran daha fazladır.
- Geniş mevduat ve kredi olanaklarına sahiptirler.
- Müşteri sayıları oldukça fazladır.
- Kaldıraç etkisinden yararlanma olanakları, toptancı bankalara nazaran daha yüksektir.
- Çok sayıda eleman çalıştırmaları yüksek personel giderlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.
- Toptancı bankalara nazaran daha yüksek faiz marjına sahiptirler.
- Faiz gelirlerine oranla daha düşük düzeyde ücret ve komisyon gelirlerine sahiptirler.
- Genellikle sahip oldukları mevduatlarla kredi işlemlerini gerçekleştiren perakendeci bankalar, bazı durumlarda farklı finansman kaynaklarından yararlanabilmektedirler.

1.3.3.2. Toptancı Bankalar

Az sayıdaki şubeleri ve çok kalifiye elemanlarıyla hükümetler, hükümetlere bağlı şirketler ve büyük ölçekli şirketlerin, spesifik kredi taleplerini finanse eden, karşılaştıkları sorunlara paket çözümler üreten ve kredi ihtiyaçlarını karşılayabilmek amacıyla büyük çaplı firmalardan ve uluslararası para ve sermaye piyasalarından kaynak toplayan bankacılık sistemleri toptancı bankalar olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2015:71).

Toptancı bankalar ile perakendeci bankalar arasındaki farkı aşağıdaki şekilde sırlamak mümkündür (Hazar ve Babuşçu, 2018:27):

- Toptancı bankaların, faaliyet alanları perakendeci bankalardan farklıdır.
- Toptancı bankalar, risk düzeyi yüksek olan yatırımlar gerçekleştirebilirler.
- Yüksek meblağlı fonlarla ilgilenir ve toptancı niteliğindeki işlemleri gerçekleştirirler.
- Uzmanlık alanları vardır.
- Uluslararası mali kaynaklardan fon temini gerçekleştirirler.
- Perakendeci bankalara oranla daha düşük maliyetli fonlar elde ederler.
- Karar alma mekanizmaları hızlı çalışır.
- Az sayıda şube ve kalifiye elamana ve çok geniş uluslararası örgüt ağına sahiptirler.
- Müşteri potansiyelini büyük ölçekli ve uluslararası şirketler ve hükümetler oluşturur.
- Kalifiye eleman çalıştırır.
- Güçlü rekabet ortamlarında mücadele edebilirler.

Toptancı bankaları, uzmanlaştıkları alanlara göre ticari bankacılık, yatırım ve kalkınma bankacılığı, kıyı bankacılığı ve uluslararası bankacılık olmak üzere dört farklı grupta incelemek mümkündür (Gürtuna, 2005:17):

1.3.3.2.1. Ticari Bankacılık

Müşteri potansiyelini büyük ölçekli şirketler ve kurumların oluşturduğu ticari bankalar, uluslararası düzeyde geniş örgütlenme ağına sahip olan, birkaç şubede az sayıdaki uzman personeliyle faaliyetlerini sürdüren, müşterileriyle kuvvetli ilişkiler kuran ve onlara finans danışmanlığı yapan, ulusal ve uluslararası piyasalarda yaygın haberleşme ağına sahip olan finansman kuruluşları olarak tanımlanmaktadır (Parasız, 2007:56).

1.3.3.2.2. Yatırım Bankacılığı

Menkul değerler ihraç etmek şartıyla, menkul değerlere tasarruflarını yatırmak isteyen gerçek ve tüzel kişiler ile uzun vadeli fon elde etmek isteyen şirketler arasında aracılık yapan, gerçek ve tüzel kişiliklerin tasarruflarının, piyasaya sürülen firma hisse senetlerine ve tahvillere yönlendirilmesini sağlayan finansal yatırım bankaları olarak tanımlanmaktadır (Takan ve Acar Boyacıoğlu, 2018:71).

Fon ihtiyacı olan firmalar ile fon fazlası olan gerçek ve tüzel kişileri bir araya getiren yatırım bankaları, mevcut fonları ilgili alanların kullanımına sunarak finansal piyasalarda fiyat oluşumunu destekleyerek piyasa oluşturma ve belirleme görevi de görmektedirler. Yatırım bankalarının en önemli işlevi, fon tahsis etmek ve bu fonları etkili bir şekilde yatırım alanlarına yönlendirmektir (Vurucu, 2014:59).

Yatırım bankalarının işlevleri şöyle sıralanabilir (Oğuz, 2010:34):

- Halka arz edilmek üzere yatırım bankalarına başvuran firmaların hisselerini satın alarak, bu firmaların adına satmak,
- Şeffaf ve verimli bir şekilde faaliyetlerini gerçekleştirerek sisteme olan güvenin arttırılmasına ve sermaye piyasalarının gelişimine katkı sağlamak,

- Toplumun geniş kesimine menkul kıymetlerin ulaşımını sağlayarak ekonomide yer alan servet döngüsünü sağlamak,
- Menkul kıymet ihracatı gerçekleştirerek fon elde etmek isteyen firmalar ile sahip oldukları fonları menkul kıymetlere yatırmak isteyen tasarruf sahiplerine danışmanlık yapmak,
- Sermaye piyasası kanalı ile şirketlere uzun vadeli fon sağlamak,
- Tasarruflarını menkul kıymetlere yatıran bireylerin menfaatlerini korumak ve bu kişilerin anapara ve faiz ödemelerini garantilemek,
- Şirketlerin şekil değiştirme, şirket birleştirme ve dağıtma işlemlerinde etkin rol oynamak,
- Teminat mektubu vermektir.

1.3.3.2.3. Kalkınma Bankacılığı

Temel amacı gelişmekte olan ülkelerde sermaye sıkıntısı çeken kuruluşlara ve büyük endüstriyel kuruluşların gerçekleştireceği yatırımlara kaynak desteği ve teknik destek sağlayarak endüstriyel büyümeyi sağlamak ve hızlandırmak olan kalkınma bankalarının bazı işlevleri şunlardır (Dölek ve Uygun, 2017:64):

- Factoring, forfaiting, şirket birleştirme, şirket değerlendirme, yeniden yapılandırma, borç yapılandırma ve özel kaynak temini gibi kurumsal finansman faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- Uzun ve orta vadeli fon desteği ile yatırımları desteklemek,
- İç kaynakların sanayi sektörüne yönlendirilmesini sağlamak,
- Çeşitli alanlarda gerçekleştirilecek yeni yatırımları desteklemek ve öncülük etmek,
- Girişimcileri, teknik ve idari açıdan desteklemek,

- Yabancı sermayeyi yatırıma yönlendirerek, mali ve teknik açıdan yönlendirmektir.

1.3.3.2.4. Kıyı Bankacılığı

Ülke dışında var olan kaynaklardan elde edilen fonların, ülke dışında kullanıldığını hedefleyen bankacılık türü kıyı bankacılığıdır. Kıyı bankacılığının bir diğer adı da offshore bankacılıktır (Parasız, 2007:56). Kıyı bankacılığı ile ilgili literatürde birçok farklı tanım yer almaktadır. Yabancı kaynaklardan elde edilen fonların, ülke sınırları dışında veya gerekli hallerde ülke içerisinde kullanıldığı; uluslararası paraların fon ihtiyacı olan merkezlere aktarıldığı; ülke sınırları içerisindeki bankacılık düzenlemelerine tabi olmayan, sahip oldukları mali ve hukuksal avantajlarından dolayı asgari düzeyde denetim ve vergilemeye tabi tutulan bankacılık türüdür ve bankacılık faaliyetlerini serbest bölgelerde kurdukları merkezlerde gerçekleştirirler.

Türkiye’de serbest bölge düzenlemelerine tabi olmak koşuluyla kıyı bankacılığı faaliyetleri sadece serbest bölgelerde yapılabilmektedir. Türkiye’de kıyı bankacılığı faaliyetleri yalnızca Atatürk Havalimanı Serbest Bölgesi’nde yürütülmektedir. Bu serbest bölgede hiçbir yabancı banka şubesi veya kıyı bankası bulunmamaktadır.

1.3.3.2.4. Uluslararası Bankacılık

Uluslararası şubelerde, yerli ve yabancı müşterilerine yönelik, yerli ve yabancı para birimleri ile ilgili iş ve işlemlerini toptan ve perakende bankacılık hizmetleriyle gerçekleştiren bankacılık türü uluslararası bankacılık olarak tanımlanır (Cansel, 2018:71). Uluslararası bankalar, ticari bankacılığın yanı sıra danışmanlık, finansal kiralama, forfaiting, factoring ve tacir bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirmekte ve finansal tekniklerin tamamını içermektedirler. Uluslararası bankalar dünya çapında faaliyet gösteren bankalar olarak tanımlandığı için, yalnızca birkaç ülkede şube ya da temsilcilikleri bulunan ve faaliyetlerini buralarda yürüten bankalar uluslararası banka olarak nitelendirilememektedirler. Uluslararası bankalar ülkelerin ekonomik

sistemlerine bağılı olmaksızın elde ettikleri kaynakları kullanabilme hakkına sahiptirler. Bu özellikleri onları ulusal bankalardan ayıran önemli özelliklerinden biridir. Uluslararası bankalar kendi ülkelerinde ve diğere ülkelerde kredi verme, mevduat kabul etme ve diğere bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirirler (Özoğlu, 2010:46).

1.3.3.3. Katılım Bankaları

Reel ekonomiye finansman kaynağı sunan ve mali sektörde bankacılık faaliyetlerini yürüten bankalar katılım bankaları olarak tanımlanırlar. Katılım bankaları, sanayi ve ticaret alanlarında tasarruf sahiplerinden topladıkları fonlarla ticari faaliyetler gerçekleştirir. Bankanın gerçekleştirdiğı ticari faaliyetler sonucunda elde edilen kâr ya da zarar fon sahipleriyle paylaşılır. Katılım bankalarında sunulan bireysel finansman desteğı, ortak yatırımlar, kâr-zarar ortaklığı yatırımı, kurumsal finansman desteğı ve finansal kiralama hizmetleri vadeli hesaplarda bulunan fonların değerlendirme yöntemleridir. Katılım bankalarında, ticaret ve sanayi alanlarında faaliyet gösteren işletmelerin ihtiyaç duydukları, makine, alet-edevat, teçhizat, hammadde, gayrimenkul, emtia gibi unsurlar mal alım-satım finansmanı yöntemiyle gerçekleştirilmektedir (www.ttkb.org.tr, 2013).

Banka türlerinden birini oluşturan katılım bankaları son dönemlerde hızla büyüyen bankacılık sektörlerinden birini oluşturmaktadır. Kâr maksimizasyonu amacı güden geleneksel bankalardan farklı olarak katılım bankaları, ulusal ve uluslararası piyasalardan ve tasarruf sahiplerinden topladıkları fonları, doğrudan reel ekonomide faizsiz finansman kuralları çerçevesinde kullanarak, elde ettikleri kâr ya da zararı fon sahipleri ile paylaşmaktadırlar. Bu durum göz önüne alındığında katılım bankalarının yatırımı, ihracatı, istihdamı ve üretimi destekleyen işletmeler olarak nitelendirilebileceğı söylenebilir (Pınar ve Erdal, 2008:176). Katılım bankacılığını İslam'da haram olarak nitelendirilen faizin kullanılmadığı finans sistemi olarak nitelendirmek mümkündür.

Katılım bankalarının temel prensipleri “faizsizlik prensibi”dir. Bu amaçla (Albaraka, 2015:9):

1. Kâr ve zarar ortaklığı sistemi olması nedeniyle fon sahiplerine sabit miktarda bir getiri olacağı taahhüttü katılım bankalarında verilmez.

2. Katılım bankalarında, müşterilerinin ihtiyaç duyduğu malı almaları için nakit para verilmez. Bunun yerine müşterinin talep ettiği mal satıcıdan peşin olarak alınır ve müşteriye vadeli olarak satılır. İş projeleri finansmanında ise iş ortaklığı oluşturulur.

Günümüzde genellikle perakende bankacılık hizmetleri sunan katılım bankaları, toptancı bankacılık özelliklerini de bünyesinde barındırmaktadır (Kalaycı, 2013:60).

Katılım bankalarını, fon kullandırma prensipleri bakımından İslam bankacılığı ile özdeşleştirmek mümkündür. İslam dininde faizin haram olarak kabul edilmesi, İslam devletlerinde bankacılık faaliyetlerinin gerçekleştirilmesini sağlayan sistemlerin oluşturulması zaruretinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Katılım bankacılığının temel prensibi olan faizsiz sistemin ortaya çıkmasında dini sebepler, ekonomik sebepler ve sosyal sebepler olmak üzere üç unsur etkili olmuştur (Baykara, 2012:7).

Dini Nedenler: İslamiyet'in faizi haram olarak kabul etmesi, faizsiz bankacılığın doğuşunda rol oynayan en önemli etmendir. Müslüman kesimin sahip olduğu fonları ekonomiye kazandırarak, fon ihtiyacı duyan bireylere ya da firmalara aktarmak düşüncesiyle ortaya çıkan katılım bankacılığı, Müslüman bireylerin yanı sıra diğer dine mensup bireyler tarafından da benimsenmiştir (Baykara, 2012:18).

Ekonomik Nedenler: Katılım bankalarının ortaya çıkış sebeplerinden biri de ekonomik sebeplerdir. Katılım bankaları, petrol zengini olan Müslüman ülkelerin ellerindeki fon kaynaklarının batılı ülkeler tarafından değerlendirilmesine engel olmak, uzun vadeli kalkınma projelerinde fon kullandırmaya gönülsüz davranan ticari bankaların fonlarını elde etmek ve şirketlerin verimliliklerini üretim ve ortaklık esaslarına dayanarak kontrol altına almak gibi sebepler katılım bankacılığının gerçek ve tüzel kişiler tarafından benimsenmesini sağlamıştır (Baykara, 2012:18).

Sosyal Nedenler: Toplumda farklı gelir grupları arasındaki makası daraltmak ve faiz ile haksız yere zenginleşmeyi ve emek sahiplerinin durumlarında yaşanan

olumsuzluğu önlemek, katılım bankacılığının temel amaçlarından birini oluşturmaktadır (Baykara, 2012:18).

Katılım bankacılığının ülkemizde benimsenmesinin ana sebepleri şunlardır (Kalaycı, 2013:61):

- Katılım bankacılığının İslam ülkelerinde yaygınlaşmasıyla birlikte, İslam ülkelerinin transfer ettiği kaynaklardan yararlanabilmek,
- Birikimlerini farklı alanlarda değerlendiren Müslüman bireylerin yastık altında ya da farklı alanlarda bulunan tasarruflarının, reel ekonomide değerlendirilmesini sağlamak,
- Faizsiz bankacılığın doğduğu topraklar olan Arap ülkeleri ile siyasi ve ekonomik ilişkiler geliştirmek.

1.4. Bankaların Sundukları Hizmetler

Bankacılık faaliyetlerinin var oluşundan günümüze kadar ortaya çıkan gelişmeler ve bankacılık hizmetleri geleneksel bankacılık hizmetleri ve çağdaş bankacılık hizmetleri olmak üzere iki başlıkta incelenebilir (Korkmaz, 2015:162).

1.4.1. Geleneksel Bankacılık Hizmetleri

Bankaların kredi verme, mevduat toplama ve bankacılık hizmetleri, geleneksel bankacılık hizmetleri olarak tanımlanır (Oğuz, 2010:34). Geleneksel bankacılık hizmetleri şunlardır (Korkmaz, 2015:61):

1. Mevduat toplama
2. Kredi verme
3. Bankacılık Hizmetleri

Geleneksel bankacılık hizmetleri bu bölümde ele alınarak incelenmiştir.

1.4.1.1. Mevduat Toplama

Bireylerin ya da kurumların ellerinde bulunan ihtiyaç fazlası mevduatları gelir sağlamak ya da güvenli bir şekilde muhafaza edilmesini sağlamak amacıyla toplarlar ve mevduat sahiplerinin talep ettikleri zamanda ya da bir vade süreci sonunda belli bir bedel karşılığında geri ödenmesi hizmeti bankaların mevduat toplama hizmetlerini oluşturur (Pınar ve Erdal, 2008:183). Bankalar vadesiz mevduat, vadeli mevduat, birikimli mevduat ve ihbarlı mevduat olmak üzere dört farklı mevduat toplama hizmeti vermektedirler. Mevduat bir nevi müşterilerin bankalara verdiği borç paradır. Temel faaliyetleri para alım-satımı gerçekleştirmek olan bankalar, faiz karşılığında ellerinde bulundurdukları kaynakları kredi vererek gelir elde ederler. Bankaların kendi kaynakları olan sermaye ve ihtiyatlar, bankaların büyümelerini sağlamada yetersiz kalmaktadırlar. Bankalar büyüebilmek için yabancı kaynaklara ihtiyaç duyarlar. Bankaların büyümek için kullandıkları birçok yabancı kaynak bulunmasına rağmen, bu kaynakların en önemlisini mevduat oluşturmaktadır. Türkiye’de mevduat toplama yetkisi 4389 sayılı Bankalar Kanunu ile yalnızca bankalara ve özel kanunlarla yetkili olan kişilere verilmiş ve bu kişiler dışında hiçbir gerçek ve tüzel kişinin mevduat toplayamayacağı belirtilmiştir. Kanunlarda bankaların mevduat toplamalarına yönelik herhangi bir kısıtlama yer almamaktadır (Ünsal, 2013:56).

Vade süresi banka ile mevduat sahibi arasında saklı kalmak koşulu ile, bireyler mevduatlarını diledikleri zaman bankalardan çekebilirler. Bankalara kredi karşılığında rehin verilen, yetkili makamlar tarafından ödeme yasağı konulan ya da üçüncü bir kişiye devir ve temlik edilen mevduatlar, belirtilen geri verilme süresinden önce çekilemezler. Bankalar topladıkları mevduatın belli bir oranını ödeme güçlerini koruyabilmek amacıyla (disponibilite) ayırmak zorundadırlar (Kaya, 2013:67).

1.4.1.2. Kredi Verme

Bankaların, müşterilerin talep ve istekleri doğrultusunda oluşturulan belli koşullar çerçevesinde belli bir meblağın ödünç olarak verilmesi ya da müşterilerinin borç yükümlülüklerini yerine getireceklerine dair garanti verilmesi işlemi kredi olarak tanımlanmaktadır. Bankalar kredi verdiği kişilere mali bir olanak sağlamasının yanı

sıra aynı zamanda bireylere saygınlık da kazandırmaktadır (Gürtuna, 2005:62). Latince “credere” kelimesinden türeyen kredi kavramı saygınlık anlamına gelmektedir. Firmalar iş dünyasında ihtiyaçları olan kaynakların bir kısmını kendi kaynaklarından karşılarken bir kısmını da yabancı kaynaklardan karşılamaktadırlar. Kredinin güven, vade, gelir ve risk olmak üzere dört bileşeni bulunur. Belli bir süre sonrasında geri ödenmesi garantisi verilen mal veya varlığın belirlenen süreç sonunda iade edilmesi gerekir. Kredi verilme işleminin başında malın ya da varlığın geri verilme süresi belirlenir. Geri ödeme süresinin artması durumunda geleceğe yönelik belirsizlik durumlarından ötürü risk artacağından, kredi işlemlerinde vade unsuru önemli bir konumdadır (Korkmaz, 2015:39).

Kredide vade unsuru kadar önem arz eden bir diğer husus da güvendir. Bankalar verdikleri kredilerin belirtilen sürelerde geri ödenmemesi riskine karşılık kredi alan kişi ya da kuruluştan teminat alırlar. Verilen kredinin geri dönmesine ve garanti konusu olan taahhüdün yerine getirilmesi sürecinde açığa çıkabilecek olası tehlikeler risk unsurunu oluşturmaktadır. Risk unsuru, kredi işlemlerinde en alt seviyeye indirilmelidir (Bakkal ve Aksüt, 2011:28).

1.4.1.3. Bankacılık Hizmetleri

Fon toplama ve dağıtma faaliyetleri dışında ticaret bankaları tarafından gerçekleştirilen bankacılık faaliyetlerinin tümü bankacılık hizmetleri olarak tanımlanmaktadır. Havale, akreditif, menkul değerler, repo, kiralık kasalar ve tahsil senetleri gibi unsurlar belli bir bedel karşılığında müşterilere sunulan önemli bankacılık hizmetleri arasında yer almaktadır.

1.4.2. Çağdaş Bankacılık Hizmetleri

Bilim ve teknolojiye yaşanan baş döndürücü gelişmelerle birlikte bankacılık sektöründe sunulan hizmet türleri de artış göstermiştir. Bankaların sundukları telefon bankacılığı, kredi kartı ile taksitli satış imkânları ve otomatik vevneler gibi uygulamalar ile 365 gün 24 saat bankacılık hizmetlerine ulaşım sağlanmıştır (Uzkesici:1994:24).

1.4.2.1. Kredi Kartı

Bankaların, kart sahipleri adına açtıkları potansiyel kredi, kredi kartı olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım, 2015:84). Kredi kartı hizmeti, bankalar dışında Visa, Mastercard, Dinners Clup, Euracard gibi bazı uluslararası kredi kartı kuruluşları tarafından da sunulmaktadır. Geniş ve yaygın bir kullanım ağına sahip olan kredi kartı kuruluşlarının ciroları oldukça yüksektir ve bankaların büyük bir kısmı bu kuruluşların kredi kartlarını yaptıkları anlaşmalar neticesinde pazarlamaktadırlar (Küçük:1993:29).

1.4.2.2. Tüketici Kredileri

Bankaların müşterilerinin, mal veya hizmet alımlarını ya da ticari amaçları dışındaki ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik, belli bir vade sürecinde ve belli ödeme koşullarına bağlı olarak geri ödenmek üzere müşteri tarafından talep edilen meblağın kredi olarak verilmesi tüketici kredisi olarak tanımlanır (Ünsal, 2013:17).

Bireylerin kişisel harcamalarını karşılamak amacıyla aldığı krediler tüketici kredisi olarak nitelendirilir. Ticari ve mesleki krediler tüketici kredisi olarak nitelendirilemezler. Tüketici kredileri ile ilgili birçok sınıflandırma mevcut olmasına rağmen genellikle sınıflandırmaların temelinde taraf sayısı esas alınmıştır. Kredi işlemi yalnızca tüketici ile satıcı arasında gerçekleşmişse basit kredili satış olarak tanımlanırken; tüketici, satıcı ve banka arasında gerçekleşmişse bu da üçlü ilişki şeklinde kredi olarak tanımlanmaktadır. Basit kredili (taksitli) satışta satıcı, malın bedelini müşteriye teslim ettikten sonraki bir dönemde almaktadır. Bu durum bir nevi tüketicinin kredilendirilmesidir. Üçlü ilişki şeklindeki kredilerde satıcının malının bedeli, tüketici adına banka tarafından ödenir ve tüketici banka tarafından kredilendirilir (Özoğlu, 2010:71). Kredi kartları, ferdi krediler ve finansal kiralama üçlü ilişki şeklindeki kredilerdir.

1.4.2.3. Menkul Kıymetler Hizmetleri

Ortaklık sağlayan yatırım araçlarından olan menkul kıymetler, belli dönemlerde gelir getiren, belli bir meblağı temsil eden, seri halinde çıkarılan ve belli

kurullar tarafından şartları belirlenen kıymetli evraklar menkul kıymet olarak tanımlanmaktadır. Hisse senetleri ve türevleri, yeni pay alma kuponları, geçici ilmühaberler, hisse senedi varantları, tahviller, hisse senedine dönüştürülebilen tahviller, tahvil faiz kuponları, değıştirilebilir tahviller, hazine bonoları, banka bonoları, kâr ve zarar ortaklığı belgeleri, katılma intifa senetleri, gelir ortaklığı senetleri, altın, gümüş ve platin bonoları, gayrimenkul sertifikaları, borsa yatırım fonu katılma belgeleri menkul kıymetlerden bazılarıdır. Bankalar tarafından sunulan yatırım fonu, hazine bonusu, varlığa dayalı menkul kıymet alım-satım ve repo işlemleri gibi hizmetler, menkul kıymetler hizmetleri kapsamında değerlendirilen hizmetlerdir (Küçük:1993:44).

1.4.2.4. Satış Noktasından Elektronik Fon Transferi (EFT)

Bireylerin kendi banka hesaplarından, bir başka kişinin farklı bir bankadaki hesabına internet, mobil, telefon ya da ATM bankacılığı vasıtasıyla para aktarılması işlemi EFT (elektronik fon transferi) olarak adlandırılır. Bireylerin farklı bankalardaki hesapları arasındaki para transferi olan EFT işleminin kullanım oranı yıllara göre artmaktadır. 2009 yılında gerçekleştirilen EFT işlemi tutarı, 2008 yılı EFT işlemi tutarına oranla %8,1 oranında artış göstermiş ve 23.704 milyar TL'lik EFT işlemi gerçekleştirilmiştir. EFT işlem tutarındaki artışın yanı sıra 2017 yılında EFT işlem sayısı da %15,2'lik artış göstererek 134 milyon işlem gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de EFT işlemlerinde bir tutar kısıtının bulunmaması, birçok Avrupa ülkesinden daha fazla miktarda EFT işlemi gerçekleştirilmesini sağlamıştır (Anonim, 2017:3).

1.4.2.5. Ev ve Ofis Bankacılığı

Bireylerin ev ya da ofislerinde bulunan telefon, bilgisayar, televizyon veya kablolu televizyon hatları vasıtasıyla elektronik banka hizmetlerine bağlanarak, evlerinden ya da ofislerinden ayrılmadan, bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmesi ve hesapları üzerinden işlemler yapabilmesi ev ve ofis bankacılığı olarak tanımlanmaktadır. Bireyler ev ve ofis bankacılığı hizmetini kullanarak hesaplarını kontrol edebilir, kredi limitlerini öğrenebilir, döviz ve altın alım-satımı işlemlerini

gerçekleştirebilir ve menkul alım-satımı işlemlerini yapabilmektedirler (Goldman, 1989:1).

1.4.2.6. Bilgi Danışma (Müşteri Temsilciliği) Hizmetleri

Hizmet sektöründe faaliyetlerini sürdüren finansal araçlar olan bankalar, müşterilerine, iç ve dış paydaşlarına ve hedef kitlelerine yönelik halka ilişkiler hizmeti sunmaktadırlar. Bankacılık sektörü özel sektörde yer alan bir faaliyet kolu olsa da hizmetleri yönünden kamusal bir iş olarak kabul görmekte ve bireyler tarafından kamusal bir iş alanı olarak algılanmaktadır. Bankaların sunduğu bu hizmetin temelini müşteri merkezli bankacılık felsefesi ve halkla ilişkiler uygulamaları oluşturmaktadır. Bankacılık sektöründe halkla ilişkiler, ticari bir anlayışın ötesinde bir durum olarak değerlendirilerek müşteri merkezli bir hizmet anlayışı benimsenmiştir (Kaya, 2013:38).

İKİNCİ BÖLÜM

BANKACILIKTA BİLGİ TEKNOLOJİLERİNİN KULLANIMI

2.1. Organizasyon Teknolojisi

Teknoloji, durumsallık yaklaşımının gelişimiyle birlikte organizasyonlarda bir değişken unsur olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Organizasyon teknolojisi davranışsal teori ve klasik teorilerce göz ardı edilmiştir. Tüm organizasyon biçimlerinin benzer ilkeler ile yönetilebileceğini savunan Weber ve Fayol organizasyon teknolojilerinin organizasyon yönetimleri üzerindeki etkisini yok saymışlardır. Davranışçı yaklaşımın savunucularından olan Taylor ise, yalnızca çalışan performansına yönelik teknikler üzerinde durmuş ancak işletmenin bütünsel yapısıyla teknikleri ilişkilendirememiştir (Koçel, 2014:222). Çalışanların performanslarına yönelik çalışmalar gerçekleştiren davranışçılar, teknolojiyi önemsememişlerdir. Ancak teknolojinin işletmeler açısından önemli bir değişken olduğunun ortaya çıkması ile durumsallık yaklaşımı gelişim göstermiştir.

Teknolojiye ilişkin literatürde yer alan çalışmalarda teknoloji kavramının birçok farklı tanımı olduğu görülmüştür. Teknoloji Woodward ve arkadaşları (1991) tarafından üretim yöntemleri ve süreçleri olarak tanımlanırken, Aston ve arkadaşları (1996) tarafından da işletmelerin üretim faaliyetlerinin entegre edilmesi olarak tanımlanmıştır. Thompson (1993) ise teknolojiyi işletmelerin girdilerini çıktılara dönüştürme ve müşterilerine sunmak amacıyla kullandıkları süreçler olarak tanımlamıştır (Koçel, 2014:228).

Literatürde yöneticiliğe ilişkin çalışmalarda teknoloji teriminin genellikle üretim sürecini ve iş yapabilme kabiliyetini ifade etmek amacıyla kullanılmıştır (Özoğlu, 2010:69). Tüm bu tanımlardan yola çıkarak organizasyon teknolojisini, işletme girdilerinin çıktılara dönüştürülebilmesi amacıyla kullanılan somut ve soyut araçların tümü olarak tanımlamak mümkündür. Önceleri yalnızca makine ve teçhizat olarak düşünülen teknoloji ilerleyen dönemlerde, planlı bir üretim sürecinde işletme girdilerinin işletme planlarına yönelik çıktılara dönüştürmek amacıyla kullanılan

tekniklerin tamamı olarak tanımlanmıştır (Genç, 2012:54). Üretim sürecinde girdilerin çıktılara dönüştürülmesi aşamasında kullanılan alet-edevat, teçhizat teknolojinin somut kısmını oluştururken, üretim sürecinde gerçekleştirilen hesaplamalar da teknolojinin soyut bölümünü oluşturmaktadır.

Organizasyon sistemlerinde girdiler arasında bir ilişki bulunmaktadır. Organizasyonlarda bir girdi olarak tanımlanan teknolojinin birtakım özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür (Eren, 2016:117):

1. Organizasyonların ihtiyaç duydukları insan kaynakları girdilerini belirleyen teknoloji, organizasyon içerisindeki iş gücü dağılımını gerçekleştirir.
2. Organizasyon yapıları ve yöntemleri üzerinde teknoloji belirleyici rol oynamaktadır.
3. Organizasyonlardaki sosyal normları belirleyerek bireysel ve toplu iş dağılımını şekillendirir.

Organizasyon faaliyetlerinin etkili bir şekilde yürütülebilmesi için ihtiyaç duyulan donanım, bilgi ve diğer teknik unsurlar organizasyon teknolojisi çerçevesinde değerlendirilir. Kuruluş amaçlarına ve faaliyet alanlarına bağlı olarak organizasyonlar farklı teknolojiler tercih etmektedirler. Organizasyonların kullandıkları teknolojiler de görünümleri üzerinde etkili olabilmektedir. Organizasyonların teknoloji tercihleri üzerinde etkili olan birtakım unsurlar bulunmaktadır. Teknolojik gelişmelerin durumu bu unsurların ilkinin oluşturmaktadır. Organizasyonun faaliyet alanları bazı durumlarda üretim sürecinin tamamıyla makinelerle yürütülmesini sağlarken bazı durumlarda da insan gücüne de gereksinim duyabilmektedir. Organizasyon yapısı ve ürün özelliği de bu unsurların ikincisini oluşturmaktadır. Bu unsurların üçüncüsü ve en önemlisi maliyet unsurudur. Teknoloji maliyetlerinin yüksek olması organizasyon yapısının uygun olmasına rağmen teknolojik altyapı kurulamamasına neden olabilmektedir. Organizasyon hedefleri de organizasyonlarda kullanılacak teknolojilerin belirlenmesinde etkili olabilmektedir. Organizasyonların farklı sektörlere yönelmesi

ya da ürün gamında değişiklikler yapma istekleri teknoloji seçimleri üzerinde etkili olmaktadır (Elibol, 2009:156).

Organizasyonlar kullandıkları teknolojilerin verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayabilmek amacıyla birtakım yapısal düzenlemeler yapmalıdırlar. Teknoloji, organizasyon içerisindeki ilişkiler ve organizasyon yapısı üzerinde etkili olabilen bir değişkendir. Bu durum teknolojinin, üretim sürecinde girdilerin çıktılara dönüştürülebilmesi amacıyla kullanılan soyut ve somut araçların tümü olarak nitelendirilmesini sağlamaktadır (Çelikçapa ve Kaygusuz, 2010:197).

2.2. Organizasyonlarda Teknoloji Kullanımı

Geçmişten günümüze teknoloji insanlar ve organizasyonlar için vazgeçilmez bir unsur olmuş ve kullanımı her geçen gün artmıştır. İnsanlar tarihsel süreç içerisinde karşılaştıkları sorunları ve günlük iş ve işlemlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirebilme, hayatı kolaylaştırma, iş hayatında rakiplerinin önüne geçme ve merak duyguları teknolojinin ortaya çıkışını sağlayan unsurlardır (Erdal, 2008:47).

Taştan üretilen saban, bıçak, balta gibi aletler insanlık tarihinin ilk yıllarında ortaya çıkan teknolojik gelişmeler o dönemde yaşayan insanlara günlük hayatlarında büyük kolaylıklar sağlamaları nedeniyle birer teknolojik gelişme olarak nitelendirilebilmektedir. İnsanların hayatını kolaylaştıran ve işlerin daha hızlı bir şekilde yapılmasını sağlayan teknolojiler süreç içerisinde sürekli gelişim göstermiştir. Bilgisayar, internet, nanoteknolojideki gelişmelerle birlikte üretilen akıllı cihazlar ve robot teknolojileri günümüz insanının hayatında vazgeçilmez bir yer edinmiştir. Endüstriyel üretimin yaygınlaşması ile birlikte yaklaşık yüz kişinin çalıştığı bir üretim hattında teknolojinin gelişmesiyle birlikte bu hatta iki ya da üç kişinin çalışması yeterli olmaktadır. Bu durum çalışanların özürsüz ya da özürsüz işe gelmemeleri sonucunda ortaya çıkan olumsuz durumları, üretim hatalarını, iş yetiştirememeyi, üretimde dalgalanmayı ve grev gibi işletme açısından olumsuz birtakım unsurların ortaya çıkmasını minimum düzeye indirmektedir (Tiryakioğlu, 2011:171).

İnsan hayatında birçok alanda önemli kolaylıklar sağlayan bilgisayar 21. yüzyılın devrimi olarak nitelendirilebilmektedir. Çeşitli alanlarda faaliyet gösteren

birçok kuruluş bilgi ve iletişim teknolojilerindeki önemli gelişmeler sonucunda iş ve işlemlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde gerçekleştirebilmektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler yalnızca işlerin kolay ve hızlı yapılmasını değil aynı zamanda kolay takip edilmesini de sağlayarak işletmelerin verimliliğini arttırmaktadır (Akdede ve Turan, 2008:11).

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde üretim teknolojisinde yaşanan gelişmelerin firmaların ulusal ve uluslararası piyasalarda rekabet etme gücünü arttırdığını belirlemektedirler (Ansal, 2004:52). Günümüzde zorlu rekabet koşullarında varlıklarını sürdürmeye ve kâr marjını yükseltmeye çalışan kuruluşlar bilim ve teknolojiye yaşanan gelişmeleri yakından takip etmek ve son teknolojik sistemleri kullanmak zorunda kalmaktadırlar (Tiryakioğlu, 2011:171).

Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte geliştirilen birçok yazılım sayesinde işletmeler depo, muhasebe ve üretim kayıtlarını hızlı ve hatasız bir biçimde tutabilmekte ve ihtiyaç duyulduğunda kolay bir şekilde bu bilgilere erişebilmektedirler. Böylece işletmeciler üretim süreci, stok ve işletmenin mali yapısı hakkında bilgi sahibi olarak hızlı ve etkili kararlar verebilmektedirler (Erdal, 2008:53).

Son yıllarda yazılım teknolojisindeki gelişmeler ile birlikte ortaya çıkan elektronik hesaplama programları, işletme hakkındaki bilgilere hızlı ve kolay erişim sağlanabilmesini ve dokümantasyon avantajı sağlamaktadır. İşletmelerin kendilerine ait internet sayfalarında sundukları bilgiler sayesinde müşterilerin işletme ve ürünler hakkında hızlı ve doğru bir şekilde bilgiye ulaşması sağlanmakta, müşterilerin 7/24 bilgilere erişimi sağlanabilmekte, veriler e-posta yolu ile zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın kişilerle paylaşılabilmekte, iç ve dış paydaşların kuruma yönelik en güncel bilgilere ulaşması sağlanarak verimliliğin artırılması sağlanabilmektedir (Özen, 2004:235).

Rekabetin küresel çapta gerçekleştiği günümüzde işletmelerin teknolojiyi kullanmaları kaçınılmazdır. Günümüzde kurulma amacı farklı olan birçok örgüt amaçlarına ulaşabilmek için teknolojiyi etkili bir şekilde kullanmaktadır. Günümüzde işletmelerin kullandığı teknolojilerin başında bilgisayar, internet ve özellikle son yıllarda gelişim gösteren ve kullanımı artan mobil teknolojiler gelmektedir.

Günümüzde işletmeler teknolojiyi kullanarak işlemlerini hızlı bir şekilde gerçekleştirmekte, personel giderlerini azaltmakta ve işletme verimliliğini arttırabilmektedirler.

2.2.1. Teknolojinin Olumsuz Yönleri

Teknoloji kullanmanın işletmeler açısından birçok faydası olduğu gibi birtakım olumsuzlukları da söz konusu olabilmektedir. Bu olumsuzlukların bir kısmını şu şekilde sıralamak mümkündür (Akdede ve Turan, 2008:9):

- İşletmeler zorlu rekabet koşullarında ayakta kalabilmek için kurulum aşamalarında teknolojik alt yapı için yüksek mali kaynaklar ayırmak zorundadırlar.
- Bilgisayar teknolojilerinde yaşanan gelişmeler işletmelerde muhasebe işlemlerini ve iletişimi kolaylaştırmasına rağmen birtakım güvenlik problemlerinin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum şirketlerin olası risklere karşı birtakım güvenlik önlemleri alma maliyetleriyle ve risk faktörleriyle karşı karşıya gelmesine neden olmuştur.
- Personelin teknolojiye yaşanan gelişmelere ayak uydurabilmelerini sağlamak amacıyla birtakım eğitim seminerlerinin düzenlenmesi işletmeler açısından ekstra maliyet oluşturmaktadır.
- Bilim ve teknolojiye gelişmeler işletmelerde yöneticilerin, çalışanların ve kullanıcıların birbirleriyle uyumlu çalışmalarını gerektirmektedir. Ancak tüm işletmelerde ortaya çıkan teknolojik değişime tam anlamıyla uyum sağlayan bir örgütsel değişim her zaman mümkün olmayabilir. Bu durum personelin teknolojik değişime uyum sağlayana kadar verimliliği olumsuz yönde etkiler.
- İşletmelerin teknoloji için yaptıkları yatırımların yeterince verimli olmadığı, yaptıkları yatırımların karşılıklarını alamadıkları birtakım akademisyen ve yöneticiler tarafından savunulmuştur. Bu görüşü savunan

bireylere göre işletmeler teknolojiye yatırım yapmalarına rağmen performanslarında istenilen düzeyde artışın gerçekleşmediğini savunmaktadırlar (Byrnjolfsson:1993; Byrnjolfsson ve Hitt:1996-1998).

- İşletmelerde kurulan otomasyon sistemlerinin verimli olabilmesi için çalışanların bilgili olmasıyla yakından ilişkilidir. Özellikle küçük işletmeler başta olmak üzere tüm işletmeler çalışanlarının teknolojiye yönelik yeterli bilgiye sahip olmaması nedeniyle bir uyum problemiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. Teknolojik altyapı maliyetlerinin yüksek olması özellikle küçük işletmeler başta olmak üzere tüm işletmelerin mali açıdan zorlanmasına, çalışanlarının kısa süre içerisinde uyum sağlayamamasına ve mevcut teknolojiyi kullanabilecek teknik eleman bulamama ve genellikle kurumsal şirketlerde yüksek maaş karşılığında çalışmayı tercih eden nitelikli teknik elemanları istihdam edememe gibi problemlerle karşılaşabilmektedirler.

2.2.2. Teknolojinin İşletme Verimliliğine Etkisi

Literatürde işletmelerin teknolojik altyapılarının işletme performansı üzerine etkisinin araştırıldığı birçok çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalardan bazılarında elde edilen sonuçlar şöyledir:

Akman, Özkan ve Eriş'in (2008), imalat sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin teknolojiyi kullanma düzeylerinin işletme verimliliği üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmalarında, teknolojik altyapıyı kullanan ve yeni teknolojileri yakından takip eden işletmelerin verimlilik düzeylerinin yüksek olduğu ve teknolojiyi kullanma düzeyleri ile işletme performansı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Teknolojik gelişmeleri yakından takip eden ve bu gelişmeleri faaliyet gösterdikleri alana uyarlayabilen işletmeler, birçok alanda rakiplerine karşı avantaj sağlayarak yüksek performans sergileyebilmektedirler (Akman, Özkan ve Eriş, 2008:109).

Demir ve Okan'ın (2009), teknolojik gelişmeleri yakından takip eden ve yeni teknolojileri kullanan otomotiv, kağıt ve kimya alanlarında faaliyet gösteren şletmelerde gerçekleştirdikleri araştırmalarında, yüksek teknoloji kullanımlarının şletme performansını arttırıcı etki gösterdiği sonucunu tespit etmişlerdir (Demir ve Okan, 2009:69).

Gök'ün (2005) kurumsal şletmelerde teknolojik altyapının en önemli sistemlerinden biri olan Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) kullanımının şletme verimliliği üzerindeki etkisini araştırdığı çalışmasında, ERP kullanımının şletme verimliliği üzerinde olumlu yönde etki gösterdiğini belirlemiştir (Gök, 2005:402).

Altınöz (2008), ofis otomasyon sistemlerinin şletmede çalışan personel verimliliği üzerine etkilerini incelediği çalışmasında, teknoloji kullanımının çalışanların verimliliklerini arttırıcı etki gösterdiğini belirlemişlerdir (Altınöz, 2008:62).

2.2.3. şletmelerde Teknoloji Kullanımına Yönelik Yaklaşımlar

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde şletmelerin yapıları, yeniliklere uyum sağlama biçimleri, şletmenin faaliyetlerinde süreç içerisinde meydana gelen değişimler ve temel faaliyet alanlarına yönelik birçok teori ve yaklaşımların yer aldığı görölmektedir (Koçel, 2014; akırtaş, 2010; Bozkurt, 2008). Durumsallık Yaklaşımı, Sistemler Yaklaşımı, Kaynak Tabanlı Görüş ve Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı şletmelerde teknoloji kullanımına yönelik görüşler arasında yer almaktadır. Bu yaklaşımlar şletme yöneticilerinin, süreç içerisinde karşılaştıkları sorunları çözüme kavuşturmak amacıyla kullandığı yöntemleri ve bu yöntemlerin etkinliğini arttıran unsurları içermektedir (Koçel, 2014:232).

2.2.3.1. Sistemler Yaklaşımı

Bu kuram şletmeleri çevresinden soyutlamayarak, şletmelerin faaliyetleri ve performansları üzerinde içerisinde bulunduğu çevrenin de etkili olduğunu ve bu nedenle şletme verimliliğini değerlendirmede çevresel unsurların da dikkate alınması

gerektiğini savunmaktadır (Genç, 2012:41). Bu yaklaşıma göre işletmeler çevresel unsurlara uyum sağlamak amacıyla birtakım yapısal değişiklikler gerçekleştirmelidir. Aksi takdirde bu işletmelerin başarısız olmaları kaçınılmaz olacaktır (Koçel, 2014:323).

2.2.3.2. Durumsallık Yaklaşımı

İşletmelerin amacına ulaşabilmeleri için yöneticilerin karar verme sürecinde içerisinde bulunduğu çevreye yönelik bilgi sahibi olması gerektiğini savunan bu yaklaşıma göre her zaman ve her yerde işletmelerin başarılı olamayacakları, başarılı olabilmelerinin temel şartının içerisinde bulunduğu çevresel şartlara bağlı olarak değişebileceği düşüncesi bulunmaktadır (Genç, 2012:45). Bu yaklaşıma göre organizasyonların teknolojik yeniliklere ve gelişmelere uyum sağlamaları, organizasyonun başarısı üzerinde etkili olduğunu söylemek mümkündür.

2.2.3.3. Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı

İşletmenin içerisinde bulunduğu çevrenin, işletmeye yönelik etkilerini ve bu etkilerin yönünü dikkate alan bu yaklaşım, çevresel unsurların sınırlandırmalarına yönelik işletmelerin tepkilerini araştırmış ve bu kısıtlamaların işletmelerdeki örgütsel yapı ve davranışları üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışmıştır (Üsdiken, 2015:79). Bu yaklaşıma göre çevresel unsurları kontrol altına alamayan işletmelerin, bu unsurları kontrol altına alabilen işletmelere yönelik bağımlılık duyguları ortaya çıkar.

2.2.3.4. Kaynak Tabanlı Görüş

İşletmelerin zorlu rekabet ortamında birtakım avantajlar elde edebilmesi kâr marjını arttırmasını sağlayabilmektedir. Bu görüşe göre, işletmelerin sahip oldukları kaynakları kontrollü bir şekilde kullanabilmeleri rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktadır ve işletmeler arasında kâr marjında görülen farklılıkların sebebinin ise sahip oldukları kaynakları etkili bir şekilde yönetebilmelerine bağlı olduğu düşüncesi ifade edilmiştir (Erol ve İnce, 2012:102). Rekabet avantajına sahip işletmelerin az

bulunan ve değerli kaynaklara sahip olması gerektiğini savunan Barney (1991), bu değerli ve nadir kaynaklara az sayıda işletmenin sahip olduğunu ifade etmiştir. İşletmelerin sahip olduğu kaynakların nadir bulunabilir olması, sahip oldukları bu kaynakları etkili bir şekilde yönetebilmesi, bu kaynakların rakipleri tarafından ulaşılmasının güç olması ve taklit edilememesi işletmelerin rekabet ortamında birtakım avantajlara sahip olmalarını sağlayabilmektedir.

2.3. Organizasyon Teknolojisinin Göstergeleri

Üretim faaliyetleri gerçekleştiren organizasyonlarda ürün özellikleri ve üretim süreci gözlenerek kullanılan teknolojiye yönelik önemli bilgiler vermektedir. Ayrıca organizasyonlarda üretim sürecinin gerektirdiği donanım ve kabiliyetin incelenmesi ile organizasyon teknolojisine yönelik birtakım fikirlerin edinmek mümkün olabilmektedir. Fakat yine de bu unsurlar organizasyon teknolojilerine yönelik bir fikrin oluşmasında yalnız başlarına etkili olmayabilirler. Organizasyonlarda kullanılan kompleks yapıları teknolojilerin anlaşılabilmesi için bu bilgilerin yanı sıra teknik bilgiye de sahip olunması gerekmektedir (Koçel, 2014:66).

Organizasyonlarda girdilerin çıktılara dönüştürülme süreci ve üretilen ürünün özelliklerinin bilinmesi, kullanılan teknolojilerin anlaşılmasını sağlayan unsurlardan biridir. Bu durumda üretilen ürünün hangi aşamalardan geçerek son halini aldığı hakkında bir fikir sahibi olunabilecektir. Organizasyon teknolojilerinin analizinde mekanizasyon oranı, sürecin esnekliği, kullanılan teknolojinin güncelliği, planlama ve süreç aşamasında sahip olunması gereken bilgi ve uyum sağlayabilme gibi birtakım kriterler bulunmaktadır (Genç, 2012:76).

2.4. Bankacılık Sektörünün Yeni Teknolojiler İle İlişkisi

İnsanların içerisinde yaşadığı sosyo-kültürel çevreyi kontrol altında tutmak ve değiştirmek amacıyla ürettiği unsurlar ve bu unsurların üretim ve organizasyon sürecine yönelik bilgiler teknoloji olarak tanımlanabilir (Kaynak, 2011:276). Günümüzde bilim ve teknolojiye hızlı değişimlerin yaşanması nedeniyle finans kurumlarının, işletmelerin ve bankaların teknolojiye önem vermelerini zorunlu

kılmaktadır. Yeni teknolojilerin bulunması ile yeni fırsatlar ortaya çıkarmasının yanı sıra aynı zamanda birtakım dezavantajların ve güçlü rakiplerin de ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Aytar vd., 2012:44). Bilim ve teknolojiye yaşanan hızlı gelişmeler ekonomiye yönelik tüm alanlarla birlikte finans ve bankacılık sektörü üzerinde de etkili olmuştur.

1960'lı yıllardan sonra teknolojiye yaşanan gelişmelerle birlikte bankacılık sektöründe kullanılan şeritli hesap makinası, kağıt-kalem ve daktilo gibi ürünler yerini bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve diğer teknolojik cihazlara bırakmıştır. Günümüzde teknoloji kullanımının yaygınlaşması bankacılık sektörünün teknolojiyi kullanmasını zorunlu hale getirmiş ve bankacılık sektöründe "elektronik bankacılık" dönemi başlamıştır. Elektronik bankacılık hizmetleriyle müşterilere zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın her türlü parasal işlem yapabilme hizmeti sunulmaya başlanmıştır.

Bankacılık sektörü, teknolojiyi en iyi kullanan sektörler arasında yer almakta ve müşteri taleplerini hızlı ve etkili bir şekilde karşılamak, zorlu rekabet şartlarında pazar payını arttırmak, rakiplerine oranla müşterilerine daha fazla avantajlı durumlar oluşturabilmenin teknolojiyi yakından takip etmekle mümkün olduğunu bilmektedirler. Bu durum bankaların teknolojiye yönelik yatırımlarını arttırmalarını sağlamaktadır.

Yukarıda belirtilen unsurlar dışında bankaların teknolojiyi yakından takip etmelerini ve teknolojik altyapılarını geliştirmelerini zorunlu kılan unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür. Bu unsurlar:

- Bankacılığın kira, ısınma, personel ve diğer işlem ücreti gibi giderleri azaltmak
- Müşterilere yönelik sunulan hizmet ve ürünlerin maliyetini düşürmek,
- Müşteri potansiyelini ve pazar payını arttırarak, kâr oranlarını yükseltmek ve zorlu rekabet koşullarında diğer rakiplerinin önüne geçebilmektir.

Bankaların teknolojiyi kullanma seviyelerini birbirleri üzerine inşa edilen D1:D2 ve D3 olmak üzere üç düzeyde ele almak mümkündür (Akpınar:1993:5).

Bankaların teknolojiyi satın alma düzeyleri olan D1 seviyesinden sonra, diğer bankalarla teknolojik rekabetin ortaya çıktığı D2 seviyesi gelir. D1 düzeyinde satın alınan teknolojinin etkili bir şekilde kullanılması D2 seviyesindeki teknolojik rekabette öne geçebilmeyi sağlamaktadır. Bankaların teknolojik altyapısına ilişkin en üst düzey olan D3 seviyesinde ise bankalar kullanıcı ihtiyaçlarına yönelik teknoloji geliştirebilir düzeye gelmeleridir. Bankalar bu düzeyde daha fazla yarar ve düşük maliyet uygulamaları geliştirebilir ve mevcut uygulamaları teknolojik destek sağlayarak talebe yönelik güncelleyebilirler. Teknolojik alt yapı bakımından bankalar arasındaki zorlu rekabet D3 seviyesinde ortaya çıkmaktadır (Akpınar:1993:6).

2.5. Türk Bankacılık Sektöründe Yeni Teknolojilerin Gelişimi

EFT (Elektronik Fon Transferi), ATM (Para Çekme Makinaları), kredi ve banka kartları, telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları Türk bankacılık sektöründe kullanılan teknolojilerin başında gelmektedir.

Bir bireyin bankada bulunan bireysel ya da kurumsal hesabından bir başka bankaya ait bireysel ya da kurumsal hesaba Türk lirası cinsinden para aktarması işlemi EFT (elektronik fon transferi) olarak tanımlanır. Bankalar arasında güvenilir ve hızlı şekilde para aktarımı EFT sayesinde gerçekleştirilirken aynı zamanda düzenli bir şekilde kayıtların oluşturulmasını da sağlanmaktadır. Hem finans piyasalarında hem de mal piyasasında sınırlı olan sermaye EFT işlemi sayesinde hızlı bir şekilde kullanılmakta ve bu sayede ekonomide verimlilik düzeyi arttırılmaktadır.

X bankasındaki bir hesapta bulunan para EFT işlemi sayesinde Y bankasında bulunan bir hesaba aktarılmaktadır. Banka hesapları arasındaki transfer işleminin gerçekleşmesi için, aktarılan paranın Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından kullanılan EFT-EMKT adlı sistemin onayından geçmesi zorunludur. EFT-EMKT sisteminin 08:00-17:30 saatleri arasında aktif olması nedeniyle bankalar arası para transferi yani EFT işlemleri bu saatler arasında gerçekleştirilebilir. Belirtilen saatler

dışında gerçekleştirilen transfer işlemleri bir sonraki işgününde mesai saatinin başlaması ile sistem tarafından onaylanarak tamamlanmaktadır. Böylece para transferinin güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesi sağlanmakta ve günümüzde kullanım düzeyi geçmiş yıllara oranla daha da artmaktadır. EFT işlemi gerçekleştirme süresi müşteri memnuniyetini ve bankalar arasındaki rekabeti arttırmak amacıyla kısaltılmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir. EFT işlemi gerçekleştirebilmek için bankaların işlemi gerçekleştiren kişinin adı ve soyadı, paranın gönderildiği hesabın bulunduğu bankayı, paranın gönderileceği banka ve şubeyi, paranın gönderileceği hesabın sahibinin adı ve soyadı, hesap numarası ya da IBAN numarası bilgilerini bilmeleri gerekmektedir.

Yalnızca bankalar arası para transferi olarak nitelendirilmeyen EFT işlemi, elektronik ortamda gerçekleştirilen tüm para işlemlerini de kapsamaktadır. Yine EFT işlemi ile hazine bonusu ve borsa işlemlerini de güvenli bir şekilde gerçekleştirmek mümkündür.

TCMB'nin internet sitesinde EFT sisteminin amacına yönelik şu açıklamalar yer almaktadır:

- Nakit para sirkülasyonunun azaltılması,
- Güvenilir ve hızlı bir şekilde ödemelerin gerçekleştirilmesinin sağlanması,
- Etkili bir şekilde para politikalarının uygulanmasının sağlanması

ATM (otomatik para çekme makinaları), müşterilerin bankacılık hizmetlerini 7 gün 24 saat boyunca gerçekleştirebilmelerine olanak sağlayan cihazlar olup, bir bilgisayar ve kullanılan özel bankacılık yazılımı ile bankaların ana bilgisayarlarına erişim sağlanarak müşterilerin para çekme, para transferi, para yatırma, hesap hareketlerini izleme, kredi kartı ödemelerini gerçekleştirme, ekstre bilgilerine ulaşma, yatırım işlemlerini gerçekleştirme, eğitim ve sınav ücreti ödemelerini gerçekleştirme, fatura ödemelerini gerçekleştirme ve cep telefonlarına TL yükleme gibi bankacılık işlemlerini zaman kısıtlaması olmaksızın gerçekleştirmelerini sağlamaktadır. ATM'ler ilk kez İş Bankası tarafından 1987 yılında insanların kullanımına sunulmuştur.

Müşteriler ve bankalar açısından birtakım farklı avantajlar içeren internet bankacılığı, kira, ısınma ve personel giderlerinin azaltılmasına bağlı olarak maliyetlerin düşürülmesi, daha geniş müşteri kitlelerine ulaşabilme imkânına sahip olunması ve mekân kısıtlamasına maruz kalmaksızın dünyanın her yerinden işlem gerçekleştirilebilmesi bankaları açısından sağladığı faydaların bir kısmını oluşturmaktadır. Yine müşterilerin haftanın 7 günü ve günün 24 saati boyunca bankacılık hizmetlerini gerçekleştirebilmeleri ve işlem ücretlerinin daha uygun olması da müşterilere yönelik avantajların bir kısmını oluşturmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde internet bankacılığına ilişkin daha geniş bilgilere yer verilmiştir.

Bireylerin sahip olduğu telefon bankacılığı şifresi ve sesli komutlar ya da telefon tuşları ile kendisine yapılan yönlendirmeler sayesinde bankacılık işlemlerini yerine getirebilmeleri telefon bankacılığı olarak adlandırılmaktadır. Müşteriler telefon bankacılığı kullanarak, banka şubelerinde gerçekleştirebildikleri kredi kartı işlemleri, döviz ve altın alım-satım işlemleri, hesap açma ve kapama, bakiye sorgulama, hesap hareketlerini kontrol etme, havale ve EFT gibi transfer işlemleri, faiz ve döviz kuru takibi ve birtakım eğitim ve fatura ödemeleri gibi işlemlerini yerine getirebilmektedirler.

Günümüzde akıllı telefon piyasasında yaşanan hızlı gelişmeler ile birlikte geliştirilen mobil uygulamalar üzerinde bankacılık hizmetleri verilebilmektedir. Müşteriler cep telefonlarına ya da tabletlerine bankalarına ait mobil bankacılık uygulamalarını indirip, kendilerine verilen şifreleri kullanarak banka şubelerinde gerçekleştirebilecekleri havale ve EFT gibi para transferleri, eğitim ve fatura ödemeleri, yatırım işlemleri, hesap hareketleri, kredi kartı ekstre bilgileri ve ödemeleri, hesap açma ve kapatma işlemleri gibi birçok bankacılık işlemlerini zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın Wifi ya da mobil internet bağlantılarını kullanarak gerçekleştirebilmektedirler.

Aktif banka müşterilerinin gerçekleştirdikleri işlemlerden elde edilen gelir ile pasif işlemlerin ve yasal sorumlulukların oluşturduğu giderler arasındaki fark bankacılık sektöründe elde edilen kârı tanımlamaktadır. Faiz dışı gelirler (FDG) olarak adlandırılan banka gelirleri, banka kârları üzerinde doğrudan etkiye sahip olan unsurlardan biridir. Faiz dışı gelirler bankalar açısından oldukça fazla önem

taşımaktadır. Bankalar teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek ve mevcut sistemlerini teknolojik değişimlere bağlı olarak güncelleyerek faiz dışı gelirlerini arttırmaya çalışmaktadırlar. Mobil teknoloji alanındaki teknolojinin kullanımının son yıllarda artması ve yaygınlaşması ile bankacılık sektörü mobil bankacılık alanına yönelik yatırımlar gerçekleştirmişlerdir. Bankalar mobil bankacılık teknolojisiyle geliştirdiği mobil uygulamalar sayesinde müşterilerin zaman ve mekân sınırlandırması olmaksızın bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmelerini istemektedirler. Çalışmanın üçüncü bölümünde mobil bankacılığa ilişkin daha geniş bilgilere yer verilmiştir.

2.6. Online Bankacılık Hizmetlerinin Tercih Edilmesini Etkileyen Faktörler

Ülkemizde banka müşterilerinin, bankacılık işlemlerini gerçekleştirirken banka şubeleri yerine internet ve mobil bankacılık yöntemlerini tercih etmelerini sağlayan birtakım unsurlar bulunmaktadır. Bireyleri internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanmaya yönlendiren bu unsurları kullanım kolaylığı ve algılanan memnuniyet biçimi, banka müşterilerinin çevrimiçi bankacılık sistemleri hakkındaki bilgi düzeyleri, çevrimiçi bankacılık uygulamalarının algılanan kullanılabilirliği, internet bağlantı hızı ve gizlilik-güvenlik unsurları olmak üzere altı başlıkta incelemek mümkündür (Uzundağ, 2013:49).

2.6.1. Algılanan Kullanılabilirlik

Bilgi teknolojilerinin kullanımı üzerinde etkili olan en önemli unsurlardan biri olan algılanan kullanılabilirlik, bireylerin kullandıkları bilgi sistemlerinin, iş verimliliği üzerindeki olumlu etkisine inanma düzeyleri olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle online bankacılık uygulamalarını kullanan banka müşterilerinin, bu uygulamaların kendisine bir yararı olduğu ve iş verimliliğini arttırdığı düşüncesine sahip olma düzeyi algılanan kullanılabilirlik düzeyi olarak tanımlanabilir. Bireylerin algılanan kullanılabilirlik düzeyleri, bilgi teknolojilerini kullanım düzeyleri üzerinde etkili olmaktadır (Parasız, 2007:39).

2.6.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı

Bireylerin bilgi teknolojilerini kullanma durumları üzerinde etkili olan bir diğer faktör de uygulamaların kullanım kolaylığıdır. Bireylerin gerçekleştirmek istediği iş ve işlemlerde daha az çaba sarf edeceğine yönelik algısıdır. Banka müşterilerinin, bankacılık uygulamalarını kullanarak daha az çabayla bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmelerine yönelik inanç düzeyleri, online bankacılık hizmetlerine yönelmeleri üzerinde etkili olmaktadır (Dölek ve Uygun, 2017:128).

2.6.3. Algılanan Memnuniyet

İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanmanın banka müşterilerini tatmin etme düzeyleri algılanan memnuniyet olarak tanımlanmaktadır. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının banka müşterilerinde içsel motivasyon oluşturması algılanan memnuniyet düzeyi üzerinde etkili olmaktadır. Müşterilerin, bankacılık hizmetlerini gerçekleştirirken bilgi teknolojilerini kullanmaya yönelik istek düzeyi bu unsur üzerinde etkili olmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde müşterilerin algılanan memnuniyet düzeyleri ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanma düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir (Özoğul, 2010; Özdemir, 2013; Kovan, 2012).

2.6.4. İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Uygulamalarına Yönelik Bilgi Düzeyleri

İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları, birçok banka müşterisinin bilgi sahibi olmadığı bir konudur. Banka müşterilerinin, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik bilgi düzeyleri, online bankacılık uygulamalarını kullanma durumları üzerinde etkili olmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde ülkemizde birçok banka kullanıcısının internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının olumlu ve olumsuz yönleri hakkında yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıklarını göstermektedir (Özdemir, 2017; Yıldırım, 2015; Çakırtaş, 2010).

2.6.5. Gizlilik ve Güvenlik

Bankacılık teknolojilerine yönelik literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, banka müşterilerinin internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönlendiren en önemli unsurların gizlilik ve güvenlik faktörleri olduğu görülmektedir. Banka müşterilerinin önemli bir bölümü internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının güvenlik riskleri hakkında bilgi sahibi olmadıkları, ancak çevrimiçi bankacılık uygulamalarının taşıdığı birtakım güvenlik risklerinin bulunduğu farkında oldukları bu çalışmada belirlenmiştir. Yine bu çalışmada elde edilen bir başka dikkat çekici bulgu ise birçok banka müşterisinin işlemlerini gerçekleştirdikleri bankalara güven düzeylerinin yüksek olmasıdır (Pala ve Kartal, 2010; Uzundağ, 2013; Oğuz, 2010). Banka müşterilerinin büyük bir bölümü e-alışveriş gibi birçok internet kaynaklı uygulamalarda kredi kartı bilgisini paylaşmak istememektedirler. Sonuç olarak banka müşterilerinin çevrimiçi bankacılık uygulamalarına yönelik güven düzeyleri, bu uygulamaları kullanma düzeyleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

2.6.6. İnternet Bağlantısının Kalitesi

Banka müşterilerinin internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanma düzeyleri üzerinde internet bağlantısının kalitesi de etkili olmaktadır. Bireylerin internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına erişim hızlarının yüksek olması, müşterilerin bankacılık işlemlerini kısa süre içerisinde daha hızlı yapmalarını ve bireylerin çevrimiçi bankacılık uygulamalarına yönelik algılarının olumlu yönde değişmesini sağlamaktadır.

2.7. Türkiye’de Çevrimiçi Bankacılık Hizmetlerinin Kullanımı

Bankalar tarafından üretilen ürün ve hizmetlerin başarıya ulaşabilmesinde etkili olan birtakım unsurlar bulunmaktadır. Türkiye’de internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanımının arttırılması ve gelişiminin sağlanmasında karşılaştırmalı üstünlük, deneyimleme, görülebilirlik, komplekslik, algılanan risk

düzeyi, uyumluluk, karar tipi, grup tipi ve pazarlama faaliyetleri olmak üzere dokuz faktör etkili olmaktadır (Özdal, 2011:76).

2.7.1. Karşılaştırmalı Üstünlük

Bankacılık işlemlerinin internet bankacılığı veya mobil bankacılık uygulamalarıyla gerçekleştirilmesinin, şube bankacılığına ve diğer bankacılık kanallarına göre sağladığı avantajlar karşılaştırmalı üstünlük olarak tanımlanır. İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık uygulamalarıyla gerçekleştirilen bankacılık işlemleri uygun fiyat, zaman ve yer kısıtlaması olmaksızın işlem yapılması ve işlemlerin hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi bakımından diğer bankacılık kanallarına göre daha avantajlıdır (Karadirek, 2014:109).

2.7.2. Görülebilirlik

Banka müşterilerinin internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarını kullanmaya uyum sağlamalarının farkında olma düzeyleri görülebilirlik olarak tanımlanmaktadır. Müşterilerin çevrimiçi bankacılık uygulamalarını kullanmaya uyum sağlayabildiklerine yönelik algıları internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanım oranını artırır. Bireyler çevrimiçi bankacılık uygulamalarının olumlu etkilerini hızlı bir şekilde görebilmeleri uyum sağlamaları üzerinde etkili olmaktadır (Koçoğlu, 2017:63).

2.7.3. Deneyimleme

Banka müşterilerinin, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanım kolaylığını ve düşük risk düzeyini yaşayarak görebilmeleri deneyimleme olarak tanımlanmaktadır. Online bankacılık uygulamalarıyla birçok işlemin ücretsiz gerçekleştirilebilmesi ile internet ve bilgisayar teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması adaptasyon sürecini hızlandırmakta ve sonuçların hızlı bir şekilde gözlenmesine imkân tanımaktadır (Özdal, 2011:58).

2.7.4. Komplekslik

İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının karmaşık bir yapıya sahip olması, online bankacılık uygulamalarının kullanım oranını azalttığı görülmektedir. Türkiye’de bilim ve teknoloji ile teknoloji okur-yazarlığının gelişmesi, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarında yer alan hizmetlerin artmasıyla karmaşıklaşan yapısının daha anlaşılır hale gelmesini sağlamıştır (Dağlı, 2007).

2.7.5. Uyumluluk

Bankaların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarıyla sundukları yeni ürün ve hizmetlerin, banka müşterilerinin beklentileri, inançları ve değerleriyle uyumlu olmasıdır. Online bankacılık uygulamalarının banka müşterilerinin güvenlik ve gizlilik beklentilerini tam olarak karşılayamamaları, uyumsuzluk görülmesine neden olmakta ve bankalar güvenlik önlemlerini arttırarak uyumsuzluk problemlerini ortadan kaldırmak için çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedirler (Bilgin, 2013:27).

2.7.6. Algılanan Risk Düzeyi

İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının sağladığı birçok avantaja rağmen banka müşterileri tarafından kullanımında tereddüt edilmesinin nedeni birtakım güvenlik risklerini barındırmasıdır. Bankalar güvenlik risklerini ortadan kaldırmaya yönelik çeşitli keypad, antivirüs programları, 3D secure... gibi uygulamalar geliştirmektedirler.

2.7.7. Grup Tipi

İnternet ve mobil bankacılığı uygulamalarının genç yaş grubunda yer alan ve yüksek eğitim düzeyine sahip bireyler tarafından daha çok tercih edildiği literatürde

yer alan çalışmalarda belirlenmiştir (Yıldırım, 2011:130; Bilgin, 2013:55; Koçoğlu, 2017; 91).

2.7.8. Karar Tipi

Banka mşişterilerinin internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarını hangi işlemleri gerçekleştirmek amacıyla kullandıkları, online bankacılık uygulamalarının kullanımı üzerinde etkili olmaktadır (Yıldırım, 2011:131).

2.7.9. Pazarlama Faaliyetleri

Bankaların, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik reklam faaliyetleri, online bankacılık uygulamalarının kullanımı üzerinde etkili olmaktadır (Yıldırım, 2011:131).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI VE MOBİL BANKACILIK

3.1. İnternet Bankacılığı

İnternet kullanımının yaygınlaşması ile hayatımıza giren internet bankacılığı düşüncesi ilk defa 1980’li yıllarda ortaya çıkmıştır.

Son yıllarda evlerde, işyerlerinde, telefonlarda ve hatta sokakta internet hizmetinin verilmesi ile birçok insan tarafından kullanılan internet bankacılığı, zaman ve mekân sınırlamasına bağlı kalmaksızın bankacılık işlemlerinin hızlı ve akıcı bir şekilde gerçekleştirildiği ve bu sebepten dolayı kullanımının her geçen gün arttığı bir bankacılık sistemi haline gelmiştir. Bilim ve teknolojiadaki gelişmeler ile birlikte birçok alanda olduğu gibi bankacılık hizmetlerinin de interaktif ortamda gerçekleştirilmesi zorunlu bir hal almıştır. Bu durum interaktif bankacılığın banka imajı üzerindeki etkisini arttırmış ve interaktif bankacılık alanında güçlü bir rekabet ortamının oluşmasına neden olmuştur. Bu sebepten dolayı bankalar rekabet ortamında mücadele edebilmek amacıyla müşterilerini internet bankacılığı kullanmaya yönlendirmek için çalışmalar yapmakta ve bireylerin işlemlerini daha kolay bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için internet bankacılığı sistemlerini geliştirmektedirler.

Bireylerin havale, EFT, hesap bakiyelerini görüntüleme, fatura ödemeleri, vergi ödemeleri, yatırım yapma, döviz ve altın alım-satım işlemleri gerçekleştirme gibi bankacılık işlemlerini, banka şubelerine gitmeden internet ortamında gerçekleştirmesi internet bankacılığı olarak tanımlanmaktadır. İnternet bankacılığının müşteriler ve bankalara birtakım yararlar bulunmaktadır. Bireylerin zaman ve mekân kısıtlaması olmadan banka şubelerinde gerçekleştirebilecekleri işlemlerin hemen hemen hepsini banka şubelerine gitmeden çevrimiçi olarak gerçekleştirebilmesi ve bankaların da coğrafi kısıtlamalara maruz kalmadan her türlü operasyonel işlemlerini gerçekleştirebilmesi ve bankaların şube, bina, kira, personel... gibi giderlerinin azalması internet bankacılığının gün geçtikçe kullanımının artmasını ve gelişmesini sağlamıştır (Armağan ve Temel, 2016).

Türkiye’de internet 90’lı yıllardan sonra yaygınlaşmaya başlamasına rağmen, internet bankacılığı 1999 yılından itibaren yaygın bir şekilde kullanılmıştır (Uzundağ, 2013:22). Ülkemizde internet kullanım oranı son yıllarda dünya internet kullanımıyla paralel olarak artış göstermektedir (Pınar ve Erdal, 2008:39).

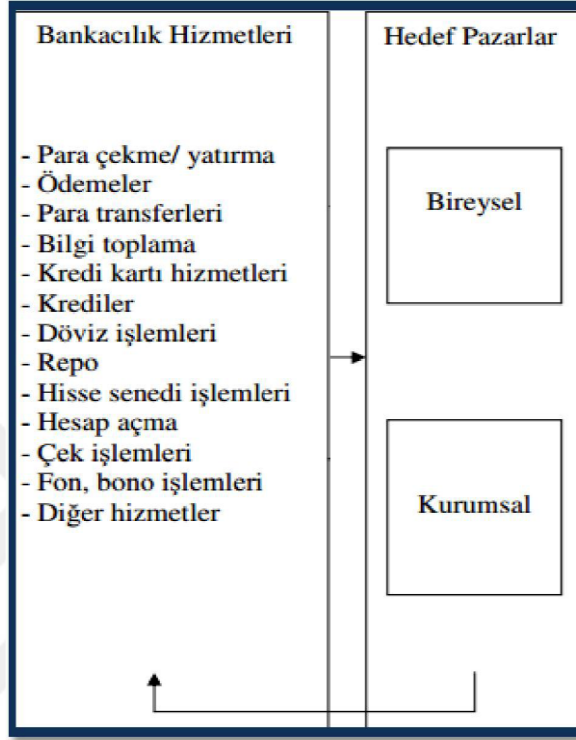
3.1.1. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılabilecek Bankacılık İşlemleri

Günümüzde sürekli gelişen ve değişen insanlık ihtiyaçlarına paralel olarak internet bankacılığı hizmetlerinde de değişimler yaşanmaktadır. İnternet bankacılığı kullanılarak gerçekleştirilebilecek bankacılık işlemlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Bilgin, 2013:64):

- Hesap hareketlerini izleme ve hesap bakiyesini kontrol etme
- Fatura ve kurum ödemelerini,
- Havale (aynı banka hesabına gerçekleştirilen para transferi)
- Müşterinin kendine ait hesapları arasında para aktarımı,
- Farklı banka hesapları arasında para transferleri (EFT)
- Yurtdışı hesaplarına döviz havalesi gerçekleştirme,
- Mevduat hesabı ile yatırım hesabı arasında para aktarımı gerçekleştirilebilme,
- Motorlu taşıtlar vergisi ve diğer vergileri ödeme
- Trafik cezası ödemelerini gerçekleştirme,
- Senet ödemesi yapabilme,
- Kredi kartı hesap bilgilerini kontrol etme ve kredi kartı ekstresine ulaşabilme,
- Kredi kartı borcu ödeme ya da nakit avans çekme,

- Sanal kart talep etme ya da iptal etme,
- Kredi kartı ekstresinin elektronik posta adresine gönderilmesini talep etme,
- Kredi kartı talep etme ya da iptal etme işlemleri,
- Kredi kartı işlem kısıtı koyma ya da kaldırma
- Döviz ve altın alım-satım işlemlerini gerçekleştirme ve kurları takip edebilme
- SSK prim ödemelerini gerçekleştirme,
- HGS yüklemesi yapabilme,
- Cep telefonlarına kontör yükleyebilme
- Üniversite harç ödemelerini gerçekleştirebilme,
- ÖSYM ve diğer kurumlara ait sınav ücretlerini ödeyebilme,
- Yatırım işlemleri gerçekleştirebilme,
- Repo işlemlerini gerçekleştirme,
- Devlet tahvili alım-satım satım işlemlerini gerçekleştirme,
- Hazine bonusu alım-satım işlemlerini gerçekleştirme,
- Yatırım fonu alım-satım işlemlerini gerçekleştirme
- Fon alım-satım işlemleri emir takibini yapabilme,
- Hisse senedi alım-satım işlemlerini gerçekleştirme,
- Lot alım-satım işlemlerini gerçekleştirme,
- Hesaplar arası fon transferi işlemlerini gerçekleştirme,

- Hesap açma ve kapatma işlemlerini gerçekleştirme
- Otomatik ödeme ve para transferi talimatı verme işlemlerini gerçekleştirme



Şekil 1. İnternet bankacılığı ile yapılabilecek işlemler (Özdemir, 2013:42)

Bireyler, Şekil 1’de de görüldüğü gibi internet bankacılığı ile günümüzde banka şubelerinde yapılabilecek para yatırma ve para çekme işlemleri dışındaki her türlü bireysel ve kurumsal işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler. Bankaların, şubesiz bankacılık, akıllı kart, elektronik para ve çek gibi yöntemler, internet bankacılığı ile müşterilerine yönelik sundukları hizmetler arasında yer almaktadır.

31.2. İnternet Bankacılığının Avantajları

İnternet bankacılığının avantajları bankalar açısından avantajları ve müşteriler açısından avantajları olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir.

3.1.2.1. Bankalar Açısından Avantajlar

Bankalar değişen ve artan müşteri taleplerini karşılayabilmek amacıyla teknolojik yenilikleri de kullanarak yeni birimler oluşturmuşlardır. Bankalar müşterilerine daha hızlı ve kolay ulaşabilmek amacıyla internet bankacılığı, mobil bankacılık, telefon bankacılığı... gibi alternatif dağıtım kanalları kurmuşlardır.

Bankaların, son yıllarda kullanımı yaygınlaşan internet bankacılığını kullanmalarının temelinde iki amaç yer almaktadır (Pala ve Kartal, 2010:47).

1. Müşteri potansiyellerini arttırarak, ürün ve hizmetlerini daha düşük maliyetlerle müşterilerine ulaştırabilmek,
2. Coğrafi mekân ve zaman kısıtlamasına maruz kalmadan 365 gün 24 saat ulaşılabilir olabilmek.

Bankaların şubelerde gerçekleştirdikleri operasyonel işlemlerin maliyetleri oldukça yüksektir. Bu sebepten dolayı bankalar daha düşük maliyetli olan telefon bankacılığı, ATM'ler, internet bankacılığı ve son yıllarda kullanımı artan mobil bankacılık gibi alternatif dağıtım kanalları oluşturmuşlardır. Bankaların müşterilerine sundukları alternatif dağıtım kanalları müşteriler tarafından banka şubelerine oranla daha yoğun bir şekilde kullanılmış ve dolayısıyla maliyetlerin azaltılması sağlanmıştır (Batchelor, 2010).

Banka yöneticileri, internet bankacılığı kullanan bireysel ve kurumsal müşteri sayısına paralel olarak işlem hacminin de artmasından memnuniyet duymaktadırlar. İnternet bankacılığı ile 10 cente gerçekleştirilen bir işlemin maliyeti telefon bankacılığında 0,54 dolar, ATM'ler'de 0,27 dolar iken şubelerde bu maliyet 2 dolara kadar çıkabilmektedir (Özoğlu, 2010:42). Teknolojinin gelişmesiyle beraber ulaşımının kolaylaşması ve ucuzlaması, internet bankacılığı maliyetlerinin zaman içerisinde daha da aşağılara çekilmesini ve müşteriler tarafından daha çok ilgi çekici hale gelmesini sağlayacaktır. Böylece internet bankacılığının sağladığı avantajların sayısı daha da artacaktır (Özcan, 2007:76).

İnternet bankacılığı kullanılarak gerçekleştirilen bankacılık işlemlerinin daha düşük maliyetli olması, mevduat faizlerinin daha yüksek olmasını ve internet bankacılığı üzerinden gerçekleştirilen işlemlerden yapılan kesinti miktarının daha düşük olmasını sağlamaktadır. İnternet bankacılığı ile sunulan hizmetlerin ve ürünlerin kalitesinin artırılması, müşteri potansiyelinin ve aktif kullanıcı sayısının artırılması, güçlü bir marka imajına sahip olunması, müşteri sadakati yaratılması ve artırılması, müşteri taleplerini karşılayabilecek daha etkin hizmetlerin sunulması, sunulan hizmetlerin piyasa koşullarına uygun bir şekilde güncellenmesinin sağlanması da internet bankacılığının bankalar açısından sağladığı avantajlar arasında yer almaktadır (Pala, 2010:15).

İnternet bankacılığının bankalara yönelik avantajlarından biri de coğrafi ortam ve zaman kısıtlamasına bağlı kalmaksızın müşterilerine 7/24 hizmet verebilmelerini sağlamalarıdır. Bankalar, internet bankacılığı sayesinde ulaşılması çok zor olan coğrafi ortamlara ulaşarak müşteri ağını genişletirler. Bireysel ve kurumsal müşterilerin işlemlerini internet bankacılığı ile gerçekleştirmeleri, şubelerde iş yükünde önemli miktarda bir azalma ve rahatlama meydana getirir. Bu sayede şubeler asli görevleri olan pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirebilme imkânı bulabilmektedirler. Bankalarda iş yükünün azalması ile şubelerde müşteriler ile daha yakından ilgilenilebilmekte ve kazançlı müşterilere özel ilgi gösterilebilmesi mümkün olabilmektedir (Özdal, 2011:38).

3.1.2.2. Müşteriler Açısından Avantajları

İnternet bankacılığının bankalar açısından avantajları olduğu gibi müşteriler açısından da birçok avantajı bulunmaktadır. Bireyler bilgisayarlarını internet bağlantısı sayesinde bir banka şubesi gibi kullanarak 7 gün 24 saat bankacılık işlemlerini evlerinde ya da işyerlerinde gerçekleştirebilmektedir. Bireyler internet bankacılığını kullanarak bankacılık işlemleri ve hesap hareketlerine ilişkin en güncel bilgilere ulaşabilmektedirler (Dağlı, 2007:62).

İnternet bankacılığıyla yapılabilecek işlemler ve kısıtlamalar tüm müşterilere eşit hızda ve eşit bir şekilde sunulmaktadır. Ancak kurumsal müşterilerin talepleri

doğrultusunda bazı yetkilendirme ve onay sistemleri kurularak, firmaların güvenilir ve fonksiyonel bir otokontrol mekanizmalarına sahip olmaları sağlanabilmektedir. Bankalar müşterilerini internet bankacılığı kullanmaya yönlendirmek amacıyla, bankacılık işlemlerinde aldıkları komisyon oranlarını, şubelere oranla düşük düzeyde almaktadırlar. Bu sayede müşteriler internet bankacılığı hızlı ve zahmetsiz bir şekilde işlemlerini gerçekleştirmenin yanı sıra aynı zamanda maliyet bakımından da avantajlı olacaktır (Kovan, 2012:41).

Bireyler fatura, vergi, eğitim ve diğer ödemelerini internet bankacılığı ile ücretsiz bir şekilde yapabilmektedirler. Bireyler internet bankacılığı kullanarak zaman ve maliyet açısından fayda sağlayabilmektedirler. Bireyler bankacılık işlemlerinin neredeyse tamamını şubelere uğramadan internet bankacılığı, mobil bankacılık, ATM'ler ve telefon bankacılığı ile gerçekleştirebilmektedirler (Pala ve Kartal, 2010:45).

3.1.3. İnternet Bankacılığı Müşteri Potansiyelindeki Gelişmeler

Türkiye Bankalar Birliği verilerine göre, ülkemizde 2008-2016 yılları arasında Türkiye Bankalar Birliği'ne üye olan 26 bankaya ait müşteri sayılarına ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. 2008-2016 yılları arasında internet bankacılığı kullanan müşteri sayısı (000)

YILLAR	Bireysel Müşteri Sayısı			Kurumsal Müşteri Sayısı			Toplam Müşteri Sayısı		
	Aktif (A)	Kayıtlı (B)	Kayıtlı (C)	Aktif (A)	Kayıtlı (B)	Kayıtlı (C)	Aktif (A)	Kayıtlı (B)	Kayıtlı (C)
2008	4613	11222	5946	555	1358	687	5169	12580	6634
2009	5343	11959	7012	605	1402	684	5948	13361	7697
2010	6038	15608	7914	655	1614	813	6693	17222	8788
2011	7802	18105	10389	803	1892	968	8606	19998	11357
2012	9629	22610	13883	922	2192	1131	10551	24803	15015
2013	11422	28190	16824	1013	2234	1217	12435	30424	18041
2014	13181	34047	19614	1133	2323	1399	14315	36731	21014
2015	16169	42916	23899	1250	2765	1547	17420	45682	25447
2016	19077	51482	27547	1321	2901	1657	20398	54383	29204

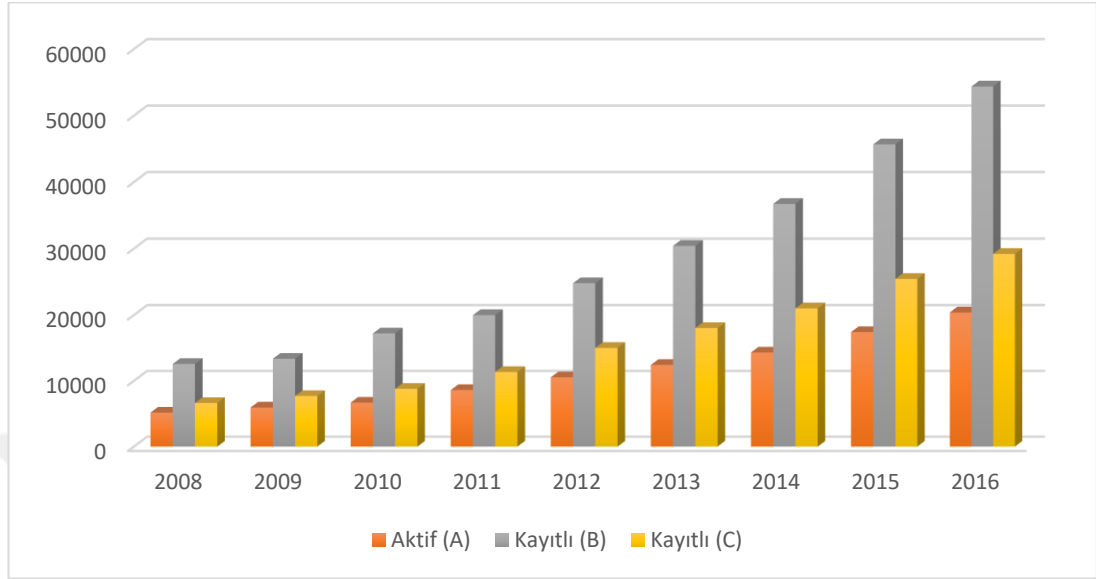
Kaynak: Özdemir, 207:74

Bankaların müşteri sayılarına ilişkin verilerin bulunduğu Tablo 1 incelendiğinde son üç ay içerisinde en az bir defa internet bankacılığını kullanarak işlem yapmış toplam müşteri sayısı (Aktif A), 2008 yılında 5 milyon 169 bin kişi iken bu sayı her yıl artış göstererek 2016 yılında yaklaşık %400'lük artışla 20 milyon 398 bin kişiye ulaştığı gözlenmektedir.

İnternet bankacılığına halen üyeliği olan ve en az bir defa internet bankacılığı sistemine giriş yapan toplam müşteri sayısı (Kayıtlı B), 2008 yılında 12 milyon 580 bin kişi iken internete ulaşım imkânının artmasıyla birlikte bu sayının her yıl artarak 2016 yılında 54 milyon 383 bin kişiye ulaştığı gözlenmektedir.

İnternet bankacılığı üyeliği olan ve son bir yıl içerisinde en az bir defa internet bankacılığı sistemine giriş yapan toplam müşteri sayısı (Kayıtlı C), 2008 yılında 6 milyon 634 bin kişi iken, yine bu sayı her yıl artış göstererek 2016 yılında 29 milyon 204 bin kişiye ulaştığı gözlenmektedir (Şekil 2).

İnternet bankacılığı kullanan toplam müşteri sayısının 2008-2016 yılları arasında %295’lik bir artış gösterdiği görülmektedir (Tablo 1).



Şekil 2. Türkiye’de yıllara göre internet bankacılığı kullanan birey sayısı (Özdemir, 2017:75)

Şekil 2 incelendiğinde internet bankacılığını aktif olarak kullanan kişi sayısında yıllara göre artış olduğu ve bu artışın 2009 yılından sonra hızlandığı görülmektedir.

3.2. Mobil Bankacılık

Teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek bu alanda yatırım yapan sektörlerin başında bankacılık ve finans sektörü gelmektedir. Bankalar, müşterilerine yönelik inovatif hizmetlerini, teknolojik yatırımları sayesinde gerçekleştirmektedir. İnternet bankacılığı ile başlayan interaktif bankacılık, akıllı cihaz teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte mobil cihazlarda da kullanılmaya başlamıştır (Yurtadur ve Süzen, 2016:97).

Bilim ve teknolojiye gelişmeler hayatımızın her alanında olduğu gibi cep telefonu piyasasında da köklü değişiklikler yaratmıştır. Günümüzde mini bilgisayarlar haline dönüşen cep telefonları, iletişim cihazı olarak kullanımının yanı sıra birçok

alanda yaygın olarak kullanılan cihazlar haline dönüşmüştür. Cepte telefonlarında kullanılan Android, İOS ve diğer işletim sistemleri sayesinde insanlar birçok iş ve işlemlerini kolaylıkla gerçekleştirebilmektedirler. Akıllı telefonların kullanımlarının ve taşınabilir olması nedeniyle erişimlerinin kolay olması, yaygın bir şekilde kullanılmasını sağlamıştır. Bankalar, günümüzde kullanımı her geçen gün daha da artan mobil cihazlara uygun yazılımlar geliştirilerek müşterilerine “mobil bankacılık” hizmetleri sunmaktadırlar. Günümüzde mobil yazılımların gelişmesiyle birlikte mobil bankacılık uygulamaları da gelişmiş ve kullanımı yaygınlaşmıştır (Özdal, 2011:44).

3.2.2. Mobil Bankacılık Kullanım Alanı

Günümüzde banka şubelerinde gerçekleştirilebilecek kurum faturalarının ödenmesi, vergi borçlarının ödenmesi, ÖSYM ve Milli Eğitim Bakanlığı’na ait sınav ve eğitim ücretlerinin ödenmesi, üniversite harçlarının ödenmesi, döviz ve altın alım-satım işlemleri, hazine bonosu ve devlet tahvili alım-satım işlemleri ve yatırım işlemleri gibi birçok bankacılık işlemleri mobil bankacılık ile kolaylıkla gerçekleştirilebilmektedir. Mobil bankacılık uygulamaları sayesinde banka şubelerinde sıra beklemeden, internet erişiminin olduğu her yerde kolaylıkla bankacılık işlemleri gerçekleştirilebilmektedir. Günümüze GSM şirketlerinin ve Telekom kuruluşlarının uygun fiyata internete erişim imkânı sunmasıyla birlikte mobil bankacılık uygulamalarının kullanım oranı da artmıştır. Müşterilerin mobil bankacılık uygulamaları kullanımlarının artmasıyla birlikte bankalar mobil bankacılık uygulamalarını daha da geliştirmelerini sağlamıştır. İnternet ve mobil bankacılık sistemlerinin gelişmesiyle birlikte ilerleyen dönemlerde para yatırma ve para çekme işlemleri dışında bankacılık işlemleri için bireylerin şubeye gitmelerine gerek kalmayacaktır (Pala ve Kartal, 2010:56).

3.2.3. Mobil Bankacılığın Avantajları

Türkiye’de şubesi bulunan bankaların yanı sıra şubesi bulunmayan bankalar da mobil bankacılık uygulamalarını kullanarak, müşterilerine bankacılık hizmeti vermektedirler. Mobil teknolojilerde yaşanan gelişmeler ile birlikte bireylerin mobil

bankacılık uygulamalarına yönelmesi ve bankaların sürekli müşterileri olarak kalmaları nedeniyle bankalar, mobil bankacılık kullanan müşterilerine yönelik birçok avantajlar sunmaktadırlar. Şube bankacılığına nazaran internet ve mobil bankacılıkta kira, personel, temizlik, elektrik gibi masraf kalemlerinin bulunmaması, kullanıcılarının bankacılık hizmetlerini daha düşük maliyetlerle kullanmasını sağlamaktadır. Mobil bankacılık kullanan bireylerden hesap işletim ücretinin alınmaması, düşük oranlı faiz uygulamaları sunulması ve vadeli hesaplara daha yüksek oranlarda faiz verilmesi mobil bankacılık uygulamasının sağladığı avantajlardan bazılarıdır. Müşteriler banka şubelerine gitmeden ve mesai saatleri sınırlamasına tabi kalmadan 7 gün 24 saat bankacılık işlemlerini mobil bankacılık uygulamalarıyla gerçekleştirebilmektedirler. Bankalar, mobil bankacılık uygulamalarıyla müşterilerine bazı avantajlar sunarak sürekli müşteri olarak kalmalarını teşvik etmektedirler (Yurttadur ve Süzen, 2016:97).

Mobil bankacılık uygulamalarına erişim imkânı internet bankacılığından daha fazladır. Çünkü internet bankacılığını kullanmak için bilgisayar ve internet bağlantısına ihtiyaç duyulurken, mobil bankacılıkta ise sadece Android ya da İOS gibi işletim sistemlerine sahip akıllı cihazlar yeterli olmaktadır. Akıllı telefonlar ile hem kablosuz internet hizmeti sunan alanlardan hem de GSM şirketlerinin sağladıkları internet hizmetlerinden faydalanarak mobil bankacılık uygulamalarıyla, her türlü bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler. Mobil bankacılık uygulamaları, bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek için zaman ayırmaya gerek kalmadan, hızlı ve kolay bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır. Bilim ve teknolojiadaki gelişmeler sonucunda bankacılık sektöründe de yeni uygulamalar ilerleyen dönemlerde karşımıza çıkacaktır (Özdal, 2011:48).

3.2.4. Mobil Bankacılık Müşteri Potansiyelindeki Gelişmeler

Türkiye Bankalar Birliği verilerine göre, ülkemizde 2011-2016 yılları arasında Türkiye Bankalar Birliği'ne üye olan 26 bankaya ait mobil bankacılık kullanan müşteri sayılarına ilişkin bilgiler Tablo 2'de yer almaktadır.

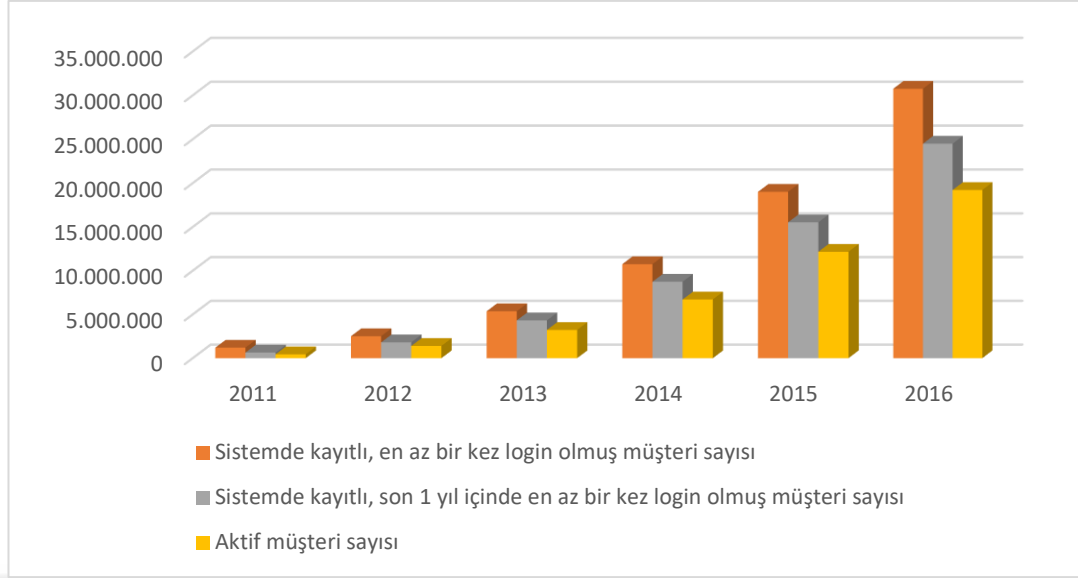
Tablo 2. 2011-2016 yılları arasında mobil bankacılık kullanan müşteri sayısı

Dönem	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez giriş yapan müşteri sayısı	Aktif müşteri sayısı
2011	1.204.296	642.649	445.723
2012	2.513.666	1.815.022	1.402.938
2013	5.371.567	4.321.194	3.227.096
2014	10.752.733	8.743.309	6.711.360
2015	19.012.020	15.531.349	12.164.368
2016	30.750.567	24.494.136	19.217.598

Kaynak: Özdemir, 2017:105.

Mobil bankacılık kullanan birey sayılarına ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 2 incelendiğinde, 2011 yılında bankalara ait mobil bankacılık uygulamasının 1.204.296 kişi tarafından cep telefonlarına indirdikleri görülürken, bu sayının 2016 yılında yaklaşık 30 kat artarak 30.750.567'ye yükseldiği görülmektedir. 2011 yılı içerisinde mobil bankacılık uygulamasına üye olan ve son 1 yıl içerisinde en az bir kere sisteme giriş yapan kişi sayısı 642.649 iken; bu sayı 2016 yılında yaklaşık 43 kat artarak 24.294.136 kişiye yükselmiştir. Türkiye Bankalar Birliği verilerine göre toplam 19.217.598 kişinin 2016 yılı içerisinde mobil bankacılığı aktif olarak kullandıkları görülmektedir (Tablo 2).

Ülkemizde mobil bankacılığı aktif olarak kullanan kişilerin sayısı 2012 yılında yaklaşık %214'lük bir artış gösterirken, 2013 yılında bu artış %130 oranında gerçekleşerek 3.277.096 kişiye ulaşmıştır. Mobil teknolojilerin gelişmesi ile birlikte mobil bankacılık kullanma oranları da artmaya devam etmiş ve aktif mobil bankacılık kullanan kişi sayısında 2014 yılında %108, 2015 yılında %81 ve 2016 yılında %58'lik artışlarla 19.217.598 kişiye ulaşmıştır.



Şekil 3. Türkiye’de yıllara göre mobil bankacılığı kullanan birey sayısı (Özdemir, 2017:106)

Şekil 3 incelendiğinde mobil bankacılığı aktif olarak kullanan kişi sayısında yıllara göre artış olduğu ve bu artışın 2014 yılından sonra hızlandığı görülmektedir.

3.3. İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılıkta Güvenlik

İnternet ve mobil bankacılık uygulamalarının kurumsal ve bireysel müşteriler tarafından kullanımını arttırmak ve kullanımını daha cazip hale getirebilmek için, güvenlik zafiyetlerinin asgari düzeye indirilmesi gerekmektedir. Bankalar internet ve mobil bankacılık uygulamalarında güvenliği sağlamak amacıyla elektronik sertifikalar ve açık anahtar altyapısı, mobil imza, elektronik imza, güvenli elektronik işlem, güvenlik duvarı, iki faktörlü kimlik doğrulama sistemleri, güvenli yuva katmanı, biyometrik güvenlik sistemi, titreşimli işlem doğrulama sistemleri ve üç faktörlü biyometrik doğrulama sistemleri gibi on grupta incelenebilecek teknolojik araçlar ve altyapılar geliştirmişlerdir (Dağlı, 2007:51).

İnternetin küresel çapta yaygın bir şekilde kullanılmasıyla birlikte elektronik haberleşme, e-ticaret, elektronik eğitim platformları ve bankacılık alanında da kullanılmaya başlanmıştır. Bireyler internet uygulamalarıyla evlerinden ve işyerlerinden çıkmadan birçok işlemlerini gerçekleştirebilmelerine rağmen, ortaya

ıkan güvenlik problemleri internet uygulamalarının kullanımının kısıtlanmasına neden olmuştur (Vurucu ve Arı, 2014:66).

Bireylerin internet kaynaklı bankacılık ve ticaret uygulamalarını kullanarak işlemlerini daha güvenli bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için, bankaların ve diğerkuruluşların güçlü ve etkili güvenlik tedbirleri almasını gerektirmiştir. İnternet kaynaklı bankacılık uygulamalarını kullanan tüzel kişiler, güvenlik bilincine sahip müşterilerini portföylerine dahil ederek bu alandaki başarılarını arttırmayı amaçlamışlardır. Günümüzde internet kaynaklı bankacılık uygulamalarını kullanan bireyler, iletişim, mali ve kişisel bilgilerini korumak amacıyla daha sıkı güvenlik önlemleri alınmasını istemektedirler. İnternet ve mobil bankacılık ve internet tabanlı ticaret uygulamalarında güvenlik zafiyeti nedeniyle ortaya çıkan hesaptan bir başkahesaba para transferi gerçekleştirilmesi, hesaplara yetki dışı erişimin sağlanması ve ticari casusluk faaliyetleri gibi olumsuz durumlar milyon dolarlık maddi zararların ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnternet kaynaklı bankacılık uygulamalarında kullanılan kimlik tanıma yöntemleri ve basit şifreler, müşterilerin kimliklerinin tespit edilmesinde verimli olamamışlardır. Bu durum, internet ve mobil bankacılık uygulamalarında yetki güvenliği ve onay sistemlerinin önemini arttırmıştır (Armağan ve Temel, 2016:57).

İnternet bankacılığı ve mobil bankacılıkta kullanıcıların merak ettiği konuların başında ne kadar güvenilir olduğudur. İnternet ortamında birçok faydalı yazılımın yanı sıra zararlı yazılımlar da bulunmaktadır. Virüs olarak adlandırılan zararlı yazılımlar, kötü niyetli kişiler tarafından, bireylerin bilgilerini ele geçirmek amacıyla oluşturulmuş yazılımlardır. Kurumlar virüs adı verilen kötü amaçlı yazılımlara karşı koruma sağlamak amacıyla güvenlik sertifikasına sahip programlar kullanmaktadırlar. Çok aşamalı güvenlik basamaklarının yer aldığı güvenlik sistemleri, bireylerin zararlı yazılımlara karşı korunmasını sağlamaktadır. Bankalar, güvenlik sertifikasına sahip yazılımlar kullanan kuruluşların başında gelmektedirler. Bankalar, müşterilerini internet ve mobil bankacılığı kullanmaya yönlendirmek amacıyla hem internet bankacılığına hem de mobil bankacılığa yönelik güvenlik önlemleri üzerinde önemle durmaktadır. Günümüzde yazılım marketlerinden tüm bankaların mobil bankacılık uygulamaları cep telefonlarına rahatlıkla indirilebilmekte ve kullanılabilir.

Mobil bankacılık uygulamalarına kullanıcı bilgileri ve şifreleri ile girilerek, birçok bankacılık işlemleri rahatlıkla gerçekleştirilebilmektedir (Kovan, 2012:53).

Başta Amerika olmak üzere Avrupa ülkelerinde ve Türkiye’de internet kaynaklı işlemlerin daha güvenli bir şekilde gerçekleştirebilmesi amacıyla geliştirilen bilgi güvenliği standartları ve güvenlik altyapıları ile birlikte internet kaynaklı uygulamalarla gerçekleştirilen bankacılık işlemlerinin kanunî geçerliliğinin temini için ciddi düzeyde hukukî düzenlemeler yapılmıştır.

Türkiye’de 23.01.2004 tarih ve 25355 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Elektronik İmza Kanunu ve ikincil düzenlemeler, internet kaynaklı işlemlerin hukuken geçerli olmasını sağlamakta, internet kaynaklı uygulamaların güvenilirlik problemini ortadan kaldırmakta ve işlemlerin güvenli bir şekilde gerçekleştirebilmesi için gerekli teknik altyapıyı ve standartları belirtmektedir. Elektronik İmza Kanunu ile internet kaynaklı bankacılık ve ticaret işlemlerinin güvenlik sorunu ortadan kaldırılması sağlanmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BANKACILIK VE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ÜZERİNE YAPILAN ALAN ARAŞTIRMASI

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, bireylerin mobil ve internet bankacılığı uygulamalarını kullanma durumlarını, hangi işlemleri gerçekleştirdiklerini, kullanmama nedenlerini, mobil bankacılık ve internet bankacılığa yönelik görüşlerini belirlemektir. Bu amaçla bireylerin, mobil ve internet bankacılığı kullanarak işlem gerçekleştirme sıklıkları ve kullanıcıların mobil ve internet bankacılığı uygulamalarını güvenilir bulma düzeyleri de belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırma, mobil bankacılık ve internet bankacılığı ile sunulan hizmetlerin kalitesinin artması, mobil ve internet bankacılığı kullanıcı sayısının artırılması, bankacılık sektörünün gelişmesi, bankacılık ve bilgi teknolojileri literatürüne katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, 2018 yılında Elazığ ilinde bulunan şube, mobil ve internet bankacılığını kullanan bireyler oluşturmaktadır. Elazığ ilindeki şube, mobil ve internet bankacılığı kullanan kişileri içeren bir evrene ulaşmak oldukça maliyetli ve zordur. Bu nedenle araştırmanın evrenini en iyi şekilde temsil edebilecek örneklem grubu oluşturulmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın örnekleme basit tesadüfi örneklem seçimi kullanılarak belirlenmiştir. Bu örneklem seçimi yöntemi beş aşamada gerçekleştirilir (Kaplanoğlu, 2014:132):

1. Evrende yer alan tüm bireyler sıralanır,
2. Örnekleme yer alabilecek her bir örnek numaralandırılır,

3. Örneklemin büyüklüğüne yani kaç kişiden oluşacağına karar verilir,
4. Tesadüfi olarak seçilen bireyler örneklem grubu içerisine dahil edilir.
5. Belirlenen kişi sayısına ulaşıldığında örneklem belirlenir.

Basit tesadüfi örneklem seçim tekniğinin sorunu, iyi bir örneklem çerçevesi gerektirmesidir. Okullar, şirketler, sendikalar gibi bazı evrenler için örneklem çerçevesinin oluşturulması kolay olsa da şehir ya da ülke gibi daha büyük evrenler için genellikle böyle uygun listeler yapmak ya da bulmak mümkün olmaz. Ayrıca evrenin geniş bir coğrafi alana yayılmış olduğu büyük çaplı araştırmalarda, tesadüfi olarak seçilen kişilerle görüşmek için araştırmacının uzun mesafeler kat etmesi gerekir. Bu durum da ulaşım masraflarını ve araştırmanın maliyetini artırır. Basit tesadüfi örneklem seçim tekniği, iyi bir örneklem çerçevesi mevcut olduğu durumlarda ve evren, coğrafi olarak belli bir bölgede yoğunlaştığı durumlarda kullanışlıdır (Kaplanoğlu, 2014:134).

Araştırmanın örneklemini 2018 yılı içerisinde bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren basit tesadüfi örneklem yoluyla seçilen 453 birey oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem sayısını belirlemek amacıyla Erdoğan ve Yazıcıoğlu'nun (2004) aşağıdaki formülü kullanılmıştır.

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot Z_{\alpha}^2}{d^2}$$

Erdoğan ve Yazıcıoğlu'nun eserlerinde araştırmacılara kolaylık sağlamak amacıyla oluşturduğu tabloda evren sayımızın 1 milyon kişinin üzerinde olduğu göz önünde bulundurulmuş ve 0.05 örnekleme hatasına göre örneklem sayımızın en az 384 olması gerektiği belirlenmiştir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda örneklem sayımızın yeterli olduğu söylenebilir.

4.3. Araştırmanın Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada, Türkiye'de yaşayan bireylerin, bankacılık ve bilgi teknolojilerinden olan mobil bankacılık ve internet bankacılığını kullanma durumları

ile internet bankacılığı ve mobil bankacılığa yönelik tutumları belirlenmiştir. Bireylerin internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanma durumları ve kullanımları üzerinde etkili olan unsurlar, anket tekniği kullanılarak belirlenmiştir. Anket formu hazırlanırken literatürde yer alan makale ve tezler incelenerek yeni bir anket formu oluşturulmuştur (Karadirek, 2014; Uzundağ, 2013; Yıldırım, 2011; Çakırtaş, 2010; Pala, 2010; Yapraklı, 2008; Dağlı, 2007).

Katılımcıların internet ve mobil bankacılığa yönelik tutumlarını ve kullanım durumları üzerinde etkili olan unsurları belirlemeye yönelik oluşturulan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümü katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek, öğrenim durumu, aylık gelir durumu ve bankacılık teknolojilerini kullanma durumları gibi sosyo-demografik bilgilerini elde etmeye yönelik 6 sorudan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümü, katılımcıların bankacılık teknolojilerini kullanmama nedenlerini belirlemeye yönelik 6 sorudan oluşmaktadır. Formun üçüncü bölümü, katılımcıların bankacılık teknolojilerini kullanma amaçlarını belirlemeye yönelik 4 sorudan oluşmaktadır. Katılımcılar bu bölümde yer alan sorulara Hiç (1), Ara Sıra (2) ve Sık Sık (3) şeklinde derecelendirilmiş yanıtlar vermişlerdir. Anket formunun son bölümü ise katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanım durumlarını etkileyen unsurları belirlemeye yönelik 20 sorudan oluşmuştur. Katılımcılar bu bölümde yer alan likert ölçeği sorularına “Kesinlikle Katılmıyorum” (1), “Katılmıyorum” (2), “Kararsızım” (3), “Katılıyorum” (4) ve “Kesinlikle Katılıyorum” (5) şeklinde derecelendirilmiş yanıtlar vermişlerdir.

4.4. Araştırmanın Veri Toplama Araçlarının Geçerlik ve Güvenirliği

Araştırmada veri toplama aracı olarak “İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Kullanım Anketi” kullanılmıştır (Karadirek, 2014; Uzundağ, 2013; Yıldırım, 2011; Çakırtaş, 2010; Pala, 2010; Yapraklı, 2008; Dağlı, 2007). Katılımcıların mobil ve internet bankacılık kullanma durumlarını belirlemeye yönelik anket formu, uygulama aşamasında ilk olarak tesadüfen seçilen 100 kişiye uygulanmış ve elde edilen verilerle güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda araştırmada kullanılan anket formuna ait Cronbach Alpha değeri 0,902 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların mobil ve internet bankacılığı kullanma

durumlarını tespit etmeye yönelik ölçeğin iç tutarlılık düzeyinin sınır değer olan 0,600 değerinin üzerinde olduğu ve yüksek düzeyde tutarlı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada kullanılan ölçeğe yönelik yapılan faktör analizi sonucunda, ölçeğin 3 faktörden oluştuğu ve uygulanabilir düzeyde olduğu belirlenmiştir. Yapılan KMO ve Bartlett analizi 0,924 olarak tespit edilmiştir. Bu değer 0,500'ün üzerinde olması nedeniyle ölçeğin yeterli düzeyde geçerli olduğu söylenebilir.

4.5. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak internet ve mobil bankacılık kullanımına yönelik görüş bildiren toplam 453 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmada güvenilirlik analizi ve faktör analizi yöntemleri kullanılarak veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunun güvenilirlik ve geçerlik değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırmada katılımcıların sosyodemografik verilerine ilişkin frekans, yüzde ve standart sapma yöntemleri kullanılırken katılımcıların internet ve mobil bankacılık kullanma durumları, amaçları ve mobil ve internet bankacılığı kullanmaları üzerinde etkili olan unsurlara ilişkin görüşlerinin analizinde ise bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analizi ve ki-kare testi yöntemleri kullanılmıştır.

5'li likert tipi sorulara verilen cevapların değerlendirilmesinde eşit aralıkların eşit olduğu düşünülerek (Puan Aralığı = (En Yüksek Değer – En Düşük Değer)/5 = (5 – 4)/5 = 4/5 = 0,80) puan aralığı 0,80 olarak tespit edilmiştir. Buna göre araştırmada aritmetik ortalama aralıkları, yukarıdaki formül esas alınarak;

Kesinlikle Katılmıyorum	: 1,00 - 1,80
Katılmıyorum	: 1,81 - 2,60
Kararsızım	: 2,61 - 3,40
Katılıyorum	: 3,41 - 4,20
Kesinlikle Katılıyorum	: 4,21 - 5,00

şeklinde puanlandırılmıştır (Kaplanoğlu, 2014:138).

T-Testi: Bu analiz yönteminde bağımsız grupların değişkenlere ait ortalamalarının karşılaştırılması yapılmaktadır. T testi, tek örnek t testi, bağımlı gruplar t testi ve bağımsız gruplar t testi olmak üzere üç grupta incelenebilir. Tek örnek t testi; belli bir frekansa sahip bir değişkenin, parametrelere yönelik oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılır. Bağımsız gruplar t testi; bağımsız değişkenlere yönelik oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılır. Bağımlı gruplar t testi ise, bağımlı değişkenlere yönelik oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılır (Arıcan Kaygusuz, 2018:113).

Tek Yönlü Varyans Analizi (F): Bu analiz yönteminde ikiden fazla grubun değişkenlere ait ortalamalarının karşılaştırılması yapılmaktadır. Anova yöntemi, örneklem grupları arasında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla kullanılır. Anova yönteminde farklı olan grubun hangisi olduğu tespit edilemez. Farklı olan grubun belirlenmesi amacıyla Post-hoc karşılaştırmaları yapılır. Anova yöntemi kullanılarak en az üç farklı bağımsız değişkenin bir bağımlı değişken üzerindeki etkisi belirlenebilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014:235).

4.6. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada tanımlayıcı araştırma modeli kullanılarak, katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılığa ilişkin görüşleri belirlenmiştir. Tanımlayıcı araştırma modelinde, sınırları oldukça geniş olan bir alanda araştırmaya yönelik doğru ve eksiksiz bilgilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır. Tanımlayıcı araştırma modelinde, araştırmanın problemi ya da araştırılan konuya ilişkin mevcut durumu tanımlamak ya da tahmin etmek amaçlanmaktadır (Nakip, 2006:48).

Araştırmada kapsamında aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir:

H₁. Katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanma durumları sosyo-demografik verilere göre farklılık göstermektedir.

H₂. Katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanım amaçları sosyo-demografik verilere göre farklılık göstermektedir.

H3. Katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılığa ilişkin görüşleri sosyo-demografik verilere göre farklılık göstermektedir.

4.7. Literatür Araştırması

İnan, Nakıboğlu ve Doğan Südaş (2009), internet bankacılığına yönelik kullanıcı durumlarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında katılımcıların görüşleri anket tekniği ile alınmıştır. Anketlerin analizinde frekans dağılımı ve ki kare analizi kullanılmıştır. Çalışmada internet bankacılığı ile bankacılık işlemlerinin hızlı ve kolay bir şekilde yapılması ve internet bankacılığı ile hatalı işlem yapılma ihtimalinin düşük olması, kullanıcılarda olumlu algı oluşumunu sağladığı, ancak güvenlik konusuna ilişkin tereddütlerinin bulunması olumsuz algı oluşumuna neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Pala ve Kartal (2010), banka müşterilerinin mobil bankacılık ve internet bankacılığına yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında göz atım yöntemini kullanmışlardır. Hazırladıkları anketleri elektronik posta yardımıyla ve yüzyüze görüşme tekniğiyle katılımcılara yönlendirerek İzmir’de yaşayan 260 katılımcının görüşlerini almışlardır. T-testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanarak anketlerin analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda katılımcıların internet bankacılığının güvenilirliği konusunda tereddütleri olduğu, güvenilir olmadığını düşünmeleri, uygulama ara yüzlerinin açık olması ve uygulamaların kolay kullanılabilir olmasının internet bankacılığı kullanmaları üzerinde etkili olduğunu belirlemişlerdir.

Çınar, Yavuz ve Aslan (2012), akademisyenlerin internet bankacılığına yönelik tutum ve algılarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, Erzincan Üniversitesi’nde görev yapan 387 akademisyene anket uygulamışlardır. Anketlerin analizinde frekans dağılımı, t-testi ve tek yönlü varyans analizi yöntemlerini kullanmışlardır. Çalışmada internet bankacılığını kullanan akademisyenlerin genellikle kredi kartı işlemlerini gerçekleştirme, hesap hareketlerini kontrol etme, fatura ödeme ve para transferi gibi bankacılık işlemlerini gerçekleştirdikleri; internet bankacılığının geniş erişim seçeneklerine sahip olması, işlemlerin hızlı bir şekilde

gerçekleştirilebilmesi ve gerçekleştirilen işlemlerin görülebilmesi akademisyenlerin internet bankacılığını tercih etmelerindeki en önemli sebepler olduğu ve internet bankacılığının güvenilirliğinin orta seviyede olduğunu belirttikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ünsal (2013), Türkiye’de internet ve mobil bankacılık uygulamaları kullanımını etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçladığı yüksek lisans çalışmasında toplam 469 katılımcıya anket uygulamıştır. Anketlerin analizinde frekans dağılımları ve Kolmogorov-Smirnov (Samples K-S) yöntemlerini kullanmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığı kullanımları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda bayan katılımcıların internet bankacılığının güvenilirliği konusunda daha fazla tereddüt ettikleri ve maliyetlerinin yüksek olduğunu düşündükleri belirlenmiştir.

Karadirek (2014), Türkiye’deki bankalarının sundukları bireysel internet bankacılığı hizmetlerinin, bireysel internet bankacılığı kullanan müşteriler tarafından algılanma biçimlerini belirlemeyi amaçladığı çalışmasında Ordu ilinde ikamet eden toplam 519 kişiye anket uygulamıştır. Anketlerin analizinde frekans dağılımı, t-testi ve tek yönlü varyans analizi yöntemlerini kullanmıştır. Çalışmada katılımcıların internet bankacılığı uygulamalarının güvenilirlikleri hakkında tereddütleri olduğu ve bu durumun müşteri sadakatini ve güvenini olumsuz yönde etkilediği; internet bankacılığı uygulamalarının hesap hareketlerini hatasız bir şekilde sisteme aktarabilmesi ve bankacılık işlemlerinin hızlı bir şekilde yapılabilmesini sağlayabilmesi müşteri tatminini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

İşler (2015), mobil ve internet bankacılığı kullanan bireylerin bankaların e-hizmet kalitesine yönelik görüşlerini belirlemeyi amaçladığı yüksek lisans çalışmasında mobil şubesi anketi ve internet şubesi anketlerini uygulamıştır. Anketlerin analizinde çok değişkenli varyans analizi (MANOVA) yöntemini kullanmıştır. Çalışmada, katılımcıların fatura yatırma, kredi kartı işlemlerini gerçekleştirme, hesap hareketlerini takip etme, birikim ve yatırım işlemleri gerçekleştirme ve para transferleri işlemlerini gerçekleştirmek amacıyla internet ve mobil bankacılık uygulamalarını sıklıkla tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Süzen (2016), banka müşterilerinin internet bankacılığına yaklaşımlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, tanımlayıcı yöntem kullanarak katılımcılara anket uygulamış ve frekans analizi, t testi ve tek yönlü varyans analizi yöntemlerini kullanarak anketlerin analizlerini gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda, katılımcıların yaş ve eğitim değişkenleri ile internet bankacılığı kullanma durumları arasında anlamlı bir farklılık olduğu ancak cinsiyet, meslek ve aylık gelir değişkenleri ile internet bankacılığı kullanma durumları arasında anlamlı bir fark bulunmadığını tespit etmiştir.

Kaya ve Aslan (2016), Bolu ilinde ikamet eden kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanmalarına etki eden faktörleri belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında, katılımcıların görüşlerini belirlemek amacıyla anket tekniği kullanmışlardır. Anketlerin analizinde frekans dağılımı, t-testi ve Pearson korelasyon analizi yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada kamu çalışanlarının cinsiyet, yaş, aylık gelir düzeyi gibi sosyo-demografik verilerine göre internet bankacılığı ile sunulan hizmet yelpazesinin genişlemesiyle kullanıcıların daha fazla tercih ettikleri; katılımcıların internet bankacılığı uygulamalarının güvenilirliği konusunda tereddüt yaşadıkları; her yerden erişim imkânı sağlaması ve zaman bakımından tasarruf sağlamasının internet bankacılığının tercih edilmesindeki en önemli etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Özdemir (2017), anket tekniği kullanarak 172 katılımcının internet bankacılığı kullanımına ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği yüksek lisans çalışmasında, ikili seçenekler için Mann Whitney U, ikiden fazla seçenekli soruların analizi için de Kruskal Wallis analiz yöntemlerini kullanmıştır. Çalışmanın sonucunda, internet ve mobil bankacılık uygulamalarının kolaylık, maliyet, güvenilirlik ve kullanılabilirlik unsurlarının bireylerin internet bankacılığı kullanmaları üzerinde etkili olduğunu belirlemiştir. Çalışmalar sonucunda elde edilen bu bulgular, internet ve mobil bankacılık uygulamalarının güvenilirliğinin artırılması, maliyetin azaltılması, kolay ve kullanılabilir olması internet ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanım düzeyinin artmasını sağlayabileceğini göstermektedir.

Koçoğlu (2017), Türkiye'deki internet bankacılığı etkinliğini belirlemeyi amaçladığı çalışmada veri zayıflama yöntemini kullanarak Türkiye Bankalar Birliği

tarafından paylaşılan veriler analiz edilmiştir. Çalışmada, mevduat bankalarının 2007-2016 yılları arasındaki faaliyet giderleri ile mobil ve internet bankacılığının 2007-2016 yılları arasındaki faaliyet giderleri karşılaştırılmıştır. Çalışmada mevduat bankalarının faaliyet giderlerinin yıllara göre dalgalanmalar gösterdiği ve personel, kira, ısınma, elektrik vb. gibi masraf kalemlerinin bankaların kârlılık oranını azalttığı; internet bankacılığı etkinliği ile bina, personel vb. gibi masrafların azaldığı ve banka kârlılık oranının arttığı ancak son yıllarda mobil bankacılık uygulamalarının internet bankacılığı uygulamalarının kullanımını sekteye uğrattığı sonucuna ulaşılmıştır.

İnternet bankacılığı ile ilgili literatürde yer alan çalışmalarda bireylerin en fazla hesaplarını kontrol etme, havale ve EFT gibi para transferi işlemleri gerçekleştirme ve kredi kartı ödemeleri gibi bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek amacıyla internet bankacılığını tercih ettikleri belirlenmiştir. İnternet bankacılığı ara yüzlerinin karışık ve anlaşılır olmaması ve internet bankacılığını güvenilir bulma düzeyleri de bireylerin internet bankacılığı kullanımını sınırlandıran unsurların başında gelmektedir (Aytar, 2012:7; Mermud, 2011:71).

4.8. Bulgular ve Yorumlar

4.8.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Verilerine İlişkin Bilgiler

Araştırmaya toplam 453 birey katılmıştır. Katılımcıların cinsiyet, yaş, meslek ve öğrenim durumlarına ilişkin frekans ve yüzde değerleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Verilerine Göre Dağılımı

		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	182	40,2
	Erkek	271	59,8
	TOPLAM	453	100,0
Yaşınız	18-23	41	9,1
	24-32	191	42,2
	33-48	166	36,6
	49+	55	12,1
	TOPLAM	453	100,0
Mesleğiniz	Kamu	202	44,6
	Özel	213	47,0
	Öğrenci	38	8,4
	TOPLAM	453	100,0
Aylık Geliriniz	1200 ve altı	47	10,4
	1201-1800	34	7,5
	1801-2500	113	24,9
	2501-3500	89	19,6
	3501-5000	100	22,1
	5001 ve üstü	70	15,5
	TOPLAM	453	100,0
Öğrenim Durumunuz	Lise	108	23,8
	Üniversite	260	57,4
	Yüksek Lisans	74	16,3
	Doktora	11	2,4
	TOPLAM	453	100,0

Tablo 3 incelendiğinde; katılımcıların %59,8'inin erkek, %42,2'sinin 24-32 yaş grubunda, %47,0'sinin özel sektörde çalışan, %24,9'unun 1801-2500 TL aylık

gelir ve %57,4'ünün de üniversite düzeyinde öğrenim durumuna sahip bireylerden oluştuğu görülmektedir.

Katılımcıların internet ve/veya mobil bankacılık kullanma durumlarına ilişkin dağılımları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların internet ve mobil bankacılık kullanma durumlarına göre dağılımı

İnternet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanım durumunuzu belirtiniz.	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sadece internet bankacılığı kullanıyorum	28	6,2
Sadece mobil bankacılık kullanıyorum	97	21,4
Hem internet bankacılığı hem de mobil bankacılık kullanıyorum	276	60,9
İnternet bankacılığı da mobil bankacılık da kullanmıyorum	52	11,5
TOPLAM	453	100,0

Katılımcıların internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanma durumlarına göre dağılımlarının verildiği Tablo 4 incelendiğinde bireylerin %6,2'si sadece internet bankacılığı kullandıklarını, %21,4'ü sadece mobil bankacılık kullandıklarını, %60,9'u hem internet bankacılığı hem de mobil bankacılık kullandıklarını ve %11,5'i internet bankacılığı veya mobil bankacılık kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların internet ve/veya mobil bankacılık kullanımları üzerinde etkili olan durumlara yönelik görüşleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. İnternet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüş maddelerinin genel dağılımı

M	İnternet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcıysanız kullanım durumunuzu etkileyen faktörleri aşağıda verilen ölçek yardımıyla belirtiniz	N	Katılma Derecesi (%)					\bar{X}	ss
			KKM	KM	KRS	KT	KKT		
1	Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım	453	5,3	5,7	1,8	13,2	74,0	4,44	1,12
2	İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık güvenilirdir hesap bilgilerimin kötü amaçlı kişilerin eline geçmeyeceğine inanırım	453	6,6	11,9	12,6	25,4	43,5	3,87	1,27
3	İnternet veya mobil bankacılık kullanarak aileme/arkadaşlarıma/hobilerime daha çok zaman ayırabiliyorum	453	6,8	9,3	7,3	15,9	60,7	4,14	1,28
4	İnternet veya mobil bankacılık sayesinde işlemlerimin gizliliğini ve başkalarının bundan haberdar olmamasını sağlıyorum	453	7,3	7,5	7,1	17,0	61,1	4,17	1,27
5	İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum	453	16,8	10,8	8,6	14,8	49,0	3,68	1,55
6	İnternet veya mobil uygulamalar üzerinden yapılan işlemlerin güvenli olduğunu düşünüyorum	453	22,3	12,8	11,3	10,2	43,5	3,39	1,64
7	İnternet veya mobil bankacılık kullanım kararı riskli bir karardır	453	15,0	10,4	16,3	16,1	42,2	3,60	1,48
8	İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha kullanışlıdır	453	15,7	12,4	23,2	9,9	38,9	3,43	1,48
9	İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha etkin ve verimlidir	453	6,0	7,1	8,6	15,2	63,1	4,22	1,22
10	İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim	453	6,2	6,8	10,6	13,5	62,9	4,20	1,23
11	İnternet veya mobil bankacılık kullanımı son derece kolaydır	453	6,6	6,4	4,4	17,0	65,6	4,28	1,21
12	Bankalar tarafından sunulan İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerine ilişkin ara yüzler (menüler) son derece anlaşlırdır	453	6,6	5,1	6,4	19,4	62,5	4,26	1,19
13	İnternet veya mobil bankacılık üzerinden ödeme, para transferi vb.. işlemleri gerçekleştirmek oldukça kolaydır	453	7,3	6,0	9,1	16,8	60,9	4,18	1,25

14	İnternet veya mobil bankacılık hizmetleri düşük maliyetli olmalıdır	453	7,9	6,8	4,6	19,2	61,4	4,19	1,27
15	İnternet veya mobil bankacılık kullanımı bankacılık hizmetlerini daha hızlı ve etkin kullanmamı sağlar	453	8,4	6,2	3,8	15,2	66,4	4,25	1,28
16	İnternet veya mobil bankacılık genel olarak benim için faydalıdır	453	6,6	7,9	3,8	15,9	65,8	4,26	1,24
17	Bankacılık işlemlerinin İnternet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesinin maliyeti diğer seçeneklere göre (Banka Şubesi, ATM, vb..) göre daha düşüktür	453	7,7	3,3	6,6	14,6	67,8	4,31	1,21
18	Bankacılık işlemlerinin İnternet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesi zaman tasarrufu sağlar	453	7,9	7,3	6,6	17,2	60,9	4,15	1,28
19	İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerinin 24 saat kullanılabilir olması önemli bir avantajdır	453	6,6	2,0	7,5	14,3	69,5	4,38	1,14
20	İnternet veya mobil bankacılık işlemleri gerçekleştirirken oluşabilecek teknik aksaklıklar (internet bağlantısının kopması, telefon bataryasının bitmesi vb..) kullanım kararımı etkiler	453	18,8	10,4	13,5	16,3	41,1	3,50	1,55

KKM: Kesinlikle katılmıyorum, **KM:** Katılmıyorum, **KRS:** Kararsızım, **KT:** Katılıyorum, **KKT:** Kesinlikle katılıyorum*

Katılımcıların internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüş maddelerine katılma düzeyleri Tablo 5’te görülmektedir. Buna göre katılımcıların en çok “Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım (4,44)” önermesine katıldıkları görülmektedir. Bunun dışında “İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerinin 24 saat kullanılabilir olması önemli bir avantajdır (4,38)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanımı son derece kolaydır (4,28)”, “Bankalar tarafından sunulan İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerine ilişkin ara yüzler (menüler) son derece anlaşılırdır (4,26)” ve “İnternet

* Katılımcıların internet ve/veya mobil bankacılığa yönelik görüşlere katılma düzeyleri 1-5 arasında puanlanmıştır. Kesinlikle katılmıyorum (KKM) düzeyindeki görüşler 1 puan, katılmıyorum (KM) düzeyindeki görüşler 2 puan, kararsızım (KRS) düzeyindeki görüşler 3 puan, katılıyorum (KT) düzeyindeki görüşler 4 puan ve kesinlikle katılıyorum (KKT) düzeyindeki görüşler de 5 puan ile derecelendirilmiştir.

veya mobil bankacılık genel olarak benim için faydalıdır (4,26)” önermeleri katılımcıların yüksek oranda katılım gösterdikleri diğer önermeler olarak göze çarpmaktadır. Bu durum internet bankacılığı ve mobil bankacılığın daha önce de ifade edilen zaman tasarrufu, kolaylık, mekandan bağımsızlık gibi faydalarının sunulan uygulama ve arayüzler vasıtasıyla bankalar tarafından müşterilere doğru bir şekilde aktarılabildiğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Bütün bunların dışında yine Tablo 5’teki veriler incelendiğinde katılımcıların genel olarak “İnternet veya mobil uygulamalar üzerinden yapılan işlemlerin güvenli olduğunu düşünüyorum (3,39)” ve “İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha kullanışlıdır (3,43)” gibi önermeler konusunda kararsız kaldıkları dikkati çekmektedir. İnternet ve mobil bankacılığa ilişkin en önemli endişenin güvenlik unsuru olduğu düşünüldüğünde bu durumun son derece normal olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların cinsiyet dağılımına göre görüşleri Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri

Madde No	Kadın			Erkek			t	p
	n	\bar{X}	ss	n	\bar{X}	ss		
1	182	4,45	1,13	271	4,44	1,11	0,038	0,970
2	182	4,04	1,18	271	3,75	1,31	2,353	0,019*
3	182	4,21	1,29	271	4,09	1,27	1,036	0,301
4	182	4,21	1,24	271	4,13	1,29	0,679	0,498
5	182	3,53	1,63	271	3,78	1,49	-1,637	0,102
6	182	3,23	1,75	271	3,50	1,56	-1,769	0,077
7	182	3,51	1,59	271	3,66	1,40	-1,053	0,293
8	182	3,48	1,55	271	3,40	1,44	0,518	0,605
9	182	4,41	1,11	271	4,09	1,27	2,690	0,007*
10	182	4,39	1,07	271	4,07	1,32	2,688	0,007*
11	182	4,46	1,08	271	4,16	1,28	2,555	0,011*
12	182	4,40	1,07	271	4,16	1,25	2,145	0,033*
13	182	4,40	1,10	271	4,03	1,32	3,098	0,002*
14	182	4,31	1,17	271	4,11	1,32	1,665	0,097
15	182	4,40	1,12	271	4,15	1,37	2,040	0,042*
16	182	4,42	1,13	271	4,15	1,29	2,262	0,024*
17	182	4,43	1,09	271	4,22	1,28	1,814	0,070
18	182	4,31	1,15	271	4,05	1,35	2,171	0,030*
19	182	4,51	1,05	271	4,29	1,18	2,064	0,040*
20	182	3,45	1,59	271	3,53	1,52	-0,555	0,579

*P<0,05

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin olduğu Tablo 6 incelendiğinde, yapılan t-testi sonucunda 2, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 18 ve 19. maddeler olmak üzere toplam 10 maddede p<0,05 düzeyinde anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Diğer maddelerde ise cinsiyet değişkenine göre p<0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmadığı yapılan t-testi sonucunda belirlenmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre internet bankacılığını daha güvenli olduğu, diğer bankacılık hizmetlerine oranla daha verimli, kullanımının daha kolay, menülerin daha anlaşılır, bankacılık işlemlerini daha hızlı ve

kolay yapıldığı, kendisi için faydalı olduğu, zaman tasarrufu sağladığı ve 7/24 kullanılabilmesinin avantajlı olduğu görüşlerini daha fazla benimsedikleri ve bu düşüncelerinden dolayı çevresindeki kişilere tavsiye edebilecekleri görüşlerine katılım oranlarının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Buna göre kadın katılımcıların söz konusu önermeleri erkek katılımcılara göre daha fazla benimsedikleri görülmektedir.

Katılımcıların yaş dağılımına göre görüşleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların yaş değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri

Madde No	18-23 Yaş (a) (n=41)		24-32 Yaş (b) (n=191)		33-48 Yaş (c) (n=166)		49 Yaş ve üzeri (d) (n=55)		Varyans		Fark Olan Gruplar
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	F	p	
1	4,34	1,01	4,46	1,16	4,46	1,08	4,41	1,21	0,164	0,921	
2	4,04	1,24	3,98	1,33	3,76	1,25	3,67	1,12	1,531	0,206	
3	4,12	1,07	4,13	1,31	4,19	1,28	4,03	1,34	0,214	0,887	
4	4,46	1,09	4,17	1,23	4,12	1,30	4,07	1,39	0,896	0,443	
5	4,07	1,43	3,60	1,61	3,51	1,55	3,48	1,32	3,619	0,013*	18-23 Yaş
6	3,21	1,83	3,51	1,65	3,42	1,62	3,03	1,52	1,379	0,249	
7	4,04	1,32	3,55	1,57	3,51	1,44	3,69	1,35	1,582	0,193	
8	3,41	1,67	3,48	1,56	3,52	1,41	3,03	1,24	1,598	0,189	
9	4,58	0,97	4,34	1,19	4,07	1,25	3,98	1,26	3,394	0,018*	18-23 Yaş
10	4,48	1,00	4,19	1,24	4,14	1,27	3,76	1,15	3,746	0,011*	18-23 Yaş
11	4,58	0,97	4,32	1,20	4,21	1,26	4,14	1,22	1,356	0,256	
12	4,46	0,97	4,29	1,16	4,21	1,26	4,12	1,21	0,783	0,504	
13	4,46	1,02	4,12	1,31	4,19	1,23	4,14	1,23	0,865	0,459	
14	4,29	1,26	4,12	1,30	4,26	1,24	4,12	1,26	0,488	0,691	
15	4,53	1,05	4,21	1,35	4,28	1,25	4,07	1,23	1,119	0,341	
16	4,56	1,02	4,32	1,22	4,18	1,30	4,07	1,23	1,622	0,184	
17	4,58	0,97	4,45	1,15	4,22	1,28	3,90	1,28	3,902	0,009*	49 Yaş ve üzeri
18	4,24	0,96	4,04	1,36	4,25	1,26	4,20	1,26	0,851	0,466	
19	4,43	0,94	4,43	1,11	4,34	1,17	4,25	1,26	0,488	0,691	
20	3,39	1,57	3,47	1,65	3,62	1,45	3,36	1,49	0,561	0,641	

P<0,05

Tablo 7 incelendiğinde, yapılan varyans analizi sonucunda 5, 9, 10 ve 17. maddeler olmak üzere toplam 4 maddede p<0,05 düzeyinde anlamlı farklılığın olduğu

görülmektedir. Diğer maddelerde ise yaş değişkenine göre $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir fark bulunmadığı belirlenmiştir.

Tablo 7 incelendiğinde, “İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum” (5. madde), “İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha etkin ve verimlidir” (9. Madde), “İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim” (10. Madde) ve “Bankacılık işlemlerinin internet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesinin maliyeti diğer seçeneklere göre (banka şubesi, ATM, vb.) göre daha düşüktür” (17. Madde) önermeleri ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan Anova testinin sonuçlarına göre yaş değişkeni ile $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık gösteren 5, 7, 9 ve 17 önermelerinin tamamının en çok 18-23 yaş grubu, en düşük ise 49 yaş ve üzeri yaş grubu tarafından benimsendiği görülmektedir. Ayrıca ilgili önermelerin benimsenme düzeyinin yaş arttıkça düştüğü analizden elde edilen bir diğer bulgu olarak dikkati çekmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde 18-23 yaş grubunda genellikle ekonomik özgürlüğünü kazanamamış öğrencilerin yer alması, bu yaş grubunun teknolojiyi daha iyi ve daha sık kullanmaları, daha fazla sosyal ortamlara girerek, bireysel ilişkiler kurmaları, buna karşılık 49 ve üzeri yaş grubunda yer alan bireylerin ise teknolojiyi daha az takip etmeleri ve teknolojik değişimlere daha geç uyum sağlamaları gibi özellikleri nedeniyle analizden elde edilen söz konusu bulguların son derece normal olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların meslek dağılımına göre görüşleri Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların meslek değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri

Madde No	Kamu (a) (n=202)		Özel (b) (n=213)		Öğrenci (c) (n=38)		Varyans		Fark Olan Gruplar
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	F	p	
1	4,03	1,27	4,58	1,00	3,98	0,80	3,108	0,046*	Özel
2	3,56	1,28	4,06	1,26	4,47	0,72	12,906	0,000*	Öğrenci
3	3,91	1,42	4,38	1,10	4,00	1,16	7,683	0,001*	Özel
4	4,00	1,39	4,28	1,21	4,36	0,71	3,004	0,061	
5	3,57	1,62	3,62	1,56	4,57	0,55	7,075	0,001*	Öğrenci
6	3,45	1,62	3,43	1,62	2,86	1,83	2,160	0,117	
7	3,36	1,48	3,75	1,49	4,02	1,17	5,402	0,005*	Kamu
8	3,40	1,49	3,44	1,50	3,60	1,40	0,286	0,751	
9	4,06	1,34	4,32	1,15	4,50	0,64	3,344	0,036*	Kamu
10	3,99	1,32	4,33	1,19	4,57	0,64	6,069	0,003*	Kamu
11	4,14	1,36	4,35	1,13	4,60	0,59	2,997	0,061	
12	4,06	1,36	4,40	1,06	4,47	0,60	5,065	0,007*	Kamu
13	4,01	1,33	4,23	1,23	4,71	0,45	5,419	0,005*	Kamu
14	4,08	1,34	4,26	1,26	4,34	0,78	1,260	0,285	
15	4,04	1,37	4,36	1,25	4,68	0,57	5,634	0,004*	Kamu
16	4,07	1,34	4,35	1,20	4,71	0,56	5,385	0,005	
17	4,27	1,24	4,29	1,26	4,63	0,58	1,431	0,240	
18	4,12	1,38	4,20	1,29	4,07	0,53	0,293	0,746	
19	4,26	1,26	4,46	1,09	4,57	0,50	2,185	0,114	
20	3,42	1,58	3,53	1,55	3,81	1,33	1,088	0,338	

P<0,05

Katılımcıların meslek değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin olduğu Tablo 8 incelendiğinde, yapılan varyans analizi sonucunda 1, 2, 3, 5, 7, 9, 10, 12, 13 ve 15. maddeler olmak üzere toplam 10 maddede p<0,05 düzeyinde

anamlı farkın olduğu gör÷lmektedir. Diğer maddelerde ise meslek değişkenine göre $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir fark bulunmadığı yapılan varyans analizi sonucunda belirlenmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde, “Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım”, “İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık güvenilirdir hesap bilgilerimin kötü amaçlı kişilerin eline geçmeyeceğine inanırım”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanarak aileme/arkadaşlarıma/hobilerime daha çok zaman ayırabiliyorum”, “İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanım kararı riskli bir karardır”, “İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha etkin ve verimlidir”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim”, “Bankalar tarafından sunulan İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerine ilişkin ara yüzler (menüler) son derece anlaşılırdır”, “İnternet veya mobil bankacılık üzerinden ödeme, para transferi vb.. işlemleri gerçekleştirmek oldukça kolaydır” ve “İnternet veya mobil bankacılık kullanımı bankacılık hizmetlerini daha hızlı ve etkin kullanmamı sağlar” önermeleri ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna bağılı olarak yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre “Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım (özel 4,58-öğrenci 3,98)” önermesinin en çok özel sektörde çalışan, en düşük ise öğrenci katılımcılar tarafından benimsendiği gör÷lmektedir. Özel sektörde çalışan bireylerin daha yoğun iş yaşantısına sahip olmaları dolayısıyla mesai saatleri içerisinde banka şubelerine gitmelerinin daha zor olması ve öğrencilerin ders saatleri dışında daha fazla boş vakte sahip olmaları analizden elde edilen bulguların normal olduğu söylenebilir.

Yine yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre “İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık güvenilirdir hesap bilgilerimin kötü amaçlı kişilerin eline geçmeyeceğine inanırım (öğrenci 4,47-kamu 3,56)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanarak aileme/arkadaşlarıma/hobilerime daha çok zaman ayırabiliyorum (öğrenci 4,00-kamu 3,91)”, “İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum (öğrenci 4,57-kamu 3,57)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanım kararı riskli bir

karardır (öğrenci 4,02-kamu 3,36)”, “İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha etkin ve verimlidir (öğrenci 4,50-kamu 4,06)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim (öğrenci 4,57-kamu 3,99)”, “Bankalar tarafından sunulan İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerine ilişkin ara yüzler (menüler) son derece anlaşılırdır (öğrenci 4,47-kamu 4,06)”, “İnternet veya mobil bankacılık üzerinden ödeme, para transferi vb.. işlemleri gerçekleştirmek oldukça kolaydır (öğrenci 4,71-kamu 4,01)” ve “İnternet veya mobil bankacılık kullanımını bankacılık hizmetlerini daha hızlı ve etkin kullanmamı sağlar (öğrenci 4,68-kamu 4,04)” önermelerinin en çok öğrenci katılımcılar, en düşük ise kamu kurumunda çalışan katılımcılar tarafından benimsendiği görülmektedir. Ayrıca ilgili önermelerin benimsenme düzeyinin çalışma süresi arttıkça düştüğü analizden elde edilen bir diğer bulgu olarak dikkati çekmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenci katılımcıların daha küçük meblağlı işlemler gerçekleştirmeleri, teknolojiyi daha iyi ve sık konuşmaları, daha fazla sosyal ortamlara girerek bireysel ilişkiler kurmaları, sürekli ve sınırsız internet bağlantısına sahip olamamaları, buna karşılık kamuda çalışan bireylerin yoğun çalışma koşullarına sahip olmaları, teknolojiyi öğrencilere oranla daha az kullanma imkânı bulmaları ve sosyal ilişkilerinin genellikle iş yeri ortamıyla sınırlı kalması gibi özellikleri nedeniyle analizden elde edilen söz konusu bulguların son derece normal olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların aylık gelir dağılımına göre görüşleri Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların aylık gelir değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri

Madde No	1200 TL ve altı (a) (n=47)		1201-2500 TL (b) (n=147)		2501-5000 TL (c) (n=189)		5001 TL ve üzeri (d) (n=70)		Varyans		Fark Olan Grup
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	F	p	
1	4,51	0,77	4,53	1,14	4,42	1,17	4,28	1,14	0,816	0,485	
2	4,61	0,76	4,26	1,10	4,22	1,29	3,22	1,32	19,670	0,000*	5001 TL ve üzeri
3	4,46	0,68	4,36	1,30	4,14	1,23	3,45	1,44	9,679	0,000*	5001 TL ve üzeri
4	4,40	0,87	4,27	1,20	4,28	1,25	3,49	1,47	8,240	0,000*	5001 TL ve üzeri
5	4,65	0,52	3,61	1,60	3,40	1,63	3,92	1,40	9,369	0,000*	1200 TL ve altı
6	3,80	1,63	3,46	1,65	3,33	1,63	3,14	1,63	1,701	0,166	
7	4,34	1,16	3,66	1,53	3,46	1,51	3,32	1,33	5,468	0,001*	1200 TL ve altı
8	4,10	1,37	3,39	1,37	3,31	1,59	3,15	1,36	4,650	0,003*	1200 TL ve altı
9	4,68	0,62	4,38	1,15	4,24	1,14	3,51	1,53	11,784	0,000*	1200 TL ve altı
10	4,74	0,60	4,33	1,18	4,31	1,14	3,25	1,42	19,928	0,000*	1200 TL ve altı
11	4,80	0,49	4,41	1,13	4,38	1,13	3,40	1,48	18,114	0,000*	1200 TL ve altı
12	4,68	0,55	4,42	1,07	4,35	1,13	3,38	1,47	17,507	0,000*	1200 TL ve altı
13	4,87	0,33	4,23	1,30	4,25	1,11	3,40	1,48	15,584	0,000*	1200 TL ve altı
14	4,70	0,50	4,23	1,25	4,31	1,22	3,41	1,45	12,877	0,000*	1200 TL ve altı
15	4,76	0,51	4,40	1,24	4,24	1,26	3,60	1,51	9,821	0,000*	1200 TL ve altı
16	4,78	0,50	4,48	1,13	4,25	1,22	3,45	1,47	15,624	0,000*	1200 TL ve altı
17	4,74	0,53	4,35	1,31	4,24	1,18	4,11	1,33	2,868	0,036*	1200 TL ve altı
18	4,29	0,62	4,27	1,41	4,36	1,13	3,48	1,51	8,577	0,000*	1200 TL ve altı
19	4,70	0,46	4,51	1,14	4,42	1,11	3,77	1,32	9,145	0,000*	1200 TL ve altı
20	4,48	0,54	3,35	1,68	3,30	1,49	3,65	1,62	8,259	0,000*	1200 TL ve altı

P<0,05

Katılımcıların aylık gelir değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin olduğu Tablo 9 incelendiğinde, yapılan varyans analizi sonucunda 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 ve 20. maddeler olmak üzere toplam 18 maddede p<0,05 düzeyinde anlamlı farkın olduğu görülmektedir. Diğer maddelerde ise meslek değişkenine göre p<0,05 düzeyinde anlamlı bir fark bulunmadığı yapılan varyans analizi sonucunda belirlenmiştir.

Tablo 9 incelendiğinde, “Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım” ve “İnternet veya mobil uygulamalar üzerinden yapılan işlemlerin güvenli olduğunu düşünüyorum” önermeleri dışında kalan tüm önermeler ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak yapılan scheffe testinin sonuçlarına göre “İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum (1200 TL ve altı 4,65-2501-5000 TL 3,40)” ve “İnternet veya mobil bankacılık işlemleri gerçekleştirirken oluşabilecek teknik aksaklıklar (internet bağlantısının kopması, telefon bataryasının bitmesi vb..) kullanım kararımı etkiler (1200 TL ve altı 4,65-2501-5000 TL 3,40)” önermelerinin en çok 1200 TL ve altı, en düşük 2501-5000 TL aylık gelire sahip katılımcılar tarafından benimsendiği görülmektedir. Ayrıca katılımcıların aylık gelir düzeyi arttıkça önermeye katılma düzeyinin azaldığı görülmektedir. İnternet ve mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilen havale, EFT ve diğer birtakım bankacılık işlemlerinin ücretli olarak yapılması ve internet ücretinin gelire oranının artması internet ve mobil bankacılık uygulamalarının pahalı bir ücret olarak değerlendirilmesinde etken olduğu söylenebilir. Özellikle ekonomik bağımsızlığını kazanmayan öğrencilerin yer aldığı 1200 TL ve altı gelir grubundaki bireylerin bu önermeleri çok fazla benimsenmesi nedeniyle analizden elde edilen söz konusu bulguların son derece normal olduğu ifade edilebilir.

Yine yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre “İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık güvenilirdir hesap bilgilerimin kötü amaçlı kişilerin eline geçmeyeceğine inanırım (1200 TL ve altı 4,61-5001 TL ve üzeri 3,22)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim (1200 TL ve altı 4,61-5001 TL ve üzeri 3,22)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanımı son derece kolaydır (1200 TL ve altı 4,80-5001 TL ve üzeri 3,40)”, “İnternet veya mobil bankacılık genel olarak benim için faydalıdır (1200 TL ve altı 4,78-5001 TL ve üzeri 3,41)” ve diğer önermelerin en yüksek 1200 TL ve altı, en düşük ise 5001 TL ve üzeri aylık gelire sahip katılımcılar tarafından benimsendiği görülmektedir. Ayrıca ilgili önermelerin benimsenme düzeyinin aylık gelir düzeyi arttıkça düştüğü analizden elde edilen bir diğer bulgu olarak dikkati çekmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenci katılımcıların daha çok yer aldığı grup olan 1200 TL ve altı aylık gelire sahip

bireylerin teknolojiyi daha iyi ve sık kullanması, küçük meblağlı işlemler gerçekleştirmeleri ve daha geniş sosyal çevreye sahip olmaları, 5001 TL ve üzeri aylık gelire sahip bireylerin hesaplarında büyük meblağların yer almasından dolayı güvenlik konusunda tereddüt yaşamaları gibi özellikleri nedeniyle analizden elde edilen söz konusu bulguların son derece normal olduğu ifade edilebilir.

Katılımcıların öğrenim durumu dağılımına göre görüşleri Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşleri

Madde No	Lise (a) (n=108)		Üniversite (b) (n=260)		Yüksek Lisans (c) (n=74)		Doktora (d) (n=11)		Varyans		Fark Olan Gruplar
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S	F	p	
1	4,66	0,73	4,35	1,24	4,37	1,16	4,81	0,40	2,482	0,060	
2	4,14	1,02	3,88	1,25	3,63	1,38	2,54	1,86	6,519	0,000*	Doktora düzeyi
3	4,40	0,99	4,17	1,25	3,87	1,44	2,54	1,80	8,807	0,000*	Doktora düzeyi
4	4,42	0,96	4,26	1,20	3,68	1,46	2,63	1,91	11,764	0,000*	Doktora düzeyi
5	4,22	1,12	3,55	1,61	3,50	1,64	2,63	1,80	7,198	0,000*	Doktora düzeyi
6	3,51	1,48	3,44	1,67	3,17	1,69	2,39	1,86	1,937	0,123	
7	4,21	1,06	3,51	1,51	3,14	1,52	2,41	1,86	11,689	0,000*	Doktora düzeyi
8	3,63	1,36	3,46	1,51	3,18	1,41	2,40	1,01	3,023	0,029*	Doktora düzeyi
9	4,38	0,86	4,31	1,20	3,94	1,34	2,44	1,86	10,851	0,000*	Doktora düzeyi
10	4,26	0,94	4,30	1,21	3,98	1,35	2,54	1,96	8,543	0,000*	Doktora düzeyi
11	4,66	0,72	4,29	1,20	3,97	1,35	2,45	1,86	14,907	0,000*	Doktora düzeyi
12	4,61	0,70	4,27	1,17	3,95	1,34	2,47	1,04	14,252	0,000*	Doktora düzeyi
13	4,61	0,73	4,14	1,26	3,94	1,36	2,35	1,86	13,306	0,000*	Doktora düzeyi
14	4,61	0,70	4,18	1,28	3,87	1,41	2,45	1,11	13,273	0,000*	Doktora düzeyi
15	4,58	0,75	4,27	1,29	3,94	1,44	2,45	1,86	11,943	0,000*	Doktora düzeyi
16	4,46	0,89	4,35	1,19	3,91	1,43	2,36	1,91	12,793	0,000*	Doktora düzeyi
17	4,25	1,11	4,31	1,23	4,64	0,83	4,72	1,86	11,356	0,000*	Doktora düzeyi
18	4,56	0,78	4,13	1,33	3,89	1,31	2,55	1,14	11,865	0,000*	Doktora düzeyi
19	4,63	0,72	4,39	1,17	4,24	1,05	2,54	1,96	12,727	0,000*	Doktora düzeyi
20	3,76	1,10	4,15	1,63	3,89	1,30	4,45	2,01	14,879	0,000*	Doktora düzeyi

P<0,05

Katılımcıların öğrenim durumu değişkenine göre internet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcılarının kullanım durumlarını etkileyen faktörlere ilişkin görüşlerinin olduğu Tablo 10 incelendiğinde, yapılan varyans analizi sonucunda 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 ve 20. maddeler olmak üzere toplam 18 maddede $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Diğer maddelerde ise meslek değişkenine göre $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir fark bulunmadığı yapılan varyans analizi sonucunda belirlenmiştir.

Tablo 10 incelendiğinde, “Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım” ve “İnternet veya mobil uygulamalar üzerinden yapılan işlemlerin güvenli olduğunu düşünüyorum” önermeleri dışında kalan tüm önermeler ile katılımcıların meslekleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak yapılan analiz sonuçlarına göre “Bankacılık işlemlerinin internet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesinin maliyeti diğer seçeneklere göre (Banka Şubesi, ATM, vb..) göre daha düşüktür (lise 4,25-doktora 4,72)” ve “İnternet veya mobil bankacılık işlemleri gerçekleştirirken oluşabilecek teknik aksaklıklar (internet bağlantısının kopması, telefon bataryasının bitmesi vb..) kullanım kararımı etkiler (lise 3,76-doktora 4,45)” önermelerinin en yüksek doktora, en düşük ise lise eğitim düzeyindeki katılımcılar tarafından benimsendiği görülmektedir. Doktora düzeyindeki bireylerin teknolojiyi daha iyi kullanmaları ve iş yoğunluğundan dolayı daha kısıtlı zamana sahip olmaları gibi özellikleri nedeniyle analizden elde edilen söz konusu bulguların son derece normal olduğunu gösterir.

Yine yapılan analiz sonuçlarına göre “İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık güvenilirdir hesap bilgilerimin kötü amaçlı kişilerin eline geçmeyeceğine inanırım (lise 4,14-doktora 2,54)”, “İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum (lise 4,22-doktora 2,63)”, “İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim (lise 4,26-doktora 2,54)”, “İnternet veya mobil bankacılık genel olarak benim için faydalıdır (lise 4,58-doktora 2,45)”, “Bankacılık işlemlerinin İnternet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesi zaman tasarrufu sağlar (lise 4,56-doktora 2,55)”, “İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerinin 24 saat kullanılabilir olması önemli bir avantajdır

(lise 4,63-doktora 2,54)” ve diğer önermelerin en yüksek lise, en düşük ise doktora eğitim düzeyindeki katılımcılar tarafından benimsendiği görölmektedir. Ayrıca ilgili önermelerin benimsenme düzeyinin eğitim düzeyi arttıkça düştüğü analizden elde edilen bir diğer bulgu olarak dikkati çekmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde öğrenci katılımcıların daha çok yer aldığı grup olan lise mezunu düzeyindeki bireylerin teknolojiyi daha iyi ve sık kullanması, küçük meblağlı işlemler gerçekleştirmeleri ve daha geniş sosyal çevreye sahip olmaları, doktora eğitim düzeyine sahip bireylerin hesaplarında büyük meblağların yer almasından dolayı güvenlik konusunda tereddüt yaşamaları gibi özellikleri nedeniyle analizden elde edilen söz konusu bulguların son derece normal olduğunu göstermektedir.



GENEL DEĞERLENDİRME

Bu araştırma 2018 yılında bireylerin internet ve mobil bankacılık kullanma durumları ile internet ve mobil bankacılığı kullanmaları üzerinde etkili olan unsurları, toplam 453 kişiye anket tekniği uygulanarak belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde gerçekleştirilen istatistiksel analiz sonuçları, literatürde var olan benzer nitelikteki çalışmalarda elde edilen sonuçlarla karşılaştırılarak değerlendirilecektir.

Katılımcıların %6,2'si sadece internet bankacılığı, %21,4'ü sadece mobil bankacılık, %60,9 hem internet bankacılığı hem de mobil bankacılık kullandığını belirtirken %11,5'i de ne internet bankacılığı ne de mobil bankacılık kullanmadıkları tespit edilmiştir. Bu anlamda çalışmadan elde edilen bulgular literatürde yapılan diğer çalışmalarla (Süzen, 2016; Pala ve Kartal, 2010) da örtüşmektedir. Dolayısıyla genel olarak değerlendirildiğinde Türkiye'de internet ve mobil bankacılığının kullanım oranının yüksek olduğu rahatlıkla söylenebilir.

İnternet ve/veya mobil bankacılık uygulamalarını kullanmayan bireylerin %49,7'sinin internet ve mobil bankacılığın güvenilirliği konusunda emin olmamaları, %62,1'inin bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek için internet ve/veya mobil bankacılık uygulamalarına ihtiyaç duymamaları, %41,6'sının internet ve/veya mobil bankacılık uygulamalarını kullanmak için hiçbir sebeplerinin olmaması, %49,6'sının internet ve/veya mobil bankacılık hizmetlerinden ücret talep edilmesi, %43,4'ünün internet ve mobil bankacılığın güvenilir olmadığını düşünmesi ve %22,9'unun internet ve mobil bankacılığı uygulamalarının kullanım zorluğu sebepleriyle internet veya mobil bankacılık uygulamalarını kullanmadıkları belirlenmiştir. Bu anlamda çalışmadan elde edilen bulgular literatürde yapılan diğer çalışmalarla (Çınar, Yavuz ve Aslan, 2012; İşler, 2015; Özdemir, 2017; Koçoğlu, 2017) da örtüşmektedir. Çalışmada elde edilen bu bulgu genel olarak değerlendirildiğinde internet ve mobil bankacılık uygulamalarının güvenilirliğinin artırılması, maliyetin azaltılması, kolay ve kullanışlı olması internet ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanım düzeyinin artmasını sağlayabileceği rahatlıkla söylenebilir.

Araştırmada, cinsiyet ile internet ve mobil bankacılığı kullanımı arasında anlamlı bir fark olduğu belirlenmiştir. İnternet ve mobil bankacılık uygulamalarının güvenilirliği konusunda bayan katılımcıların daha yüksek düzeyde tereddütleri olduğu ve güvenmedikleri araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Bu anlamda çalışmadan elde edilen bulgular literatürde yapılan diğer çalışmalarla (Özdemir, 2017; Ünsal 2013; Kaya ve Aslan, 2016; Karadirek, 2014; İnan, Nakıboğlu ve Doğan Südaş, 2009) da örtüşmektedir. Çalışmada elde edilen bu bulgu genel olarak değerlendirildiğinde bayanların daha hassas yapılı olmaları bayan katılımcıların internet bankacılığının güvenilirliği konusunda daha fazla tereddüt yaşamalarının sebebi olduğu söylenebilir.

Araştırmada katılımcıların %75,1'i banka hesaplarını kontrol etmek, %75,6'sı faturalarını ödemek, %77,7'sinin kredi kartı borcunu ödemek ve %65,6'sının birikim ve yatırım işlemleri gerçekleştirmek amacıyla internet ve mobil bankacılık uygulamalarını sıklıkla kullandıkları belirlenmiştir. Bu anlamda çalışmadan elde edilen bulgular literatürde yer alan diğer çalışmalarla (Pala ve Kartal, 2010; İşler, 2015 Özdemir, 2017; Karadirek, 2014; Süzen, 2016; Kaya ve Aslan, 2016) da örtüşmektedir. Çalışmada elde edilen bu bulgu genel olarak değerlendirildiğinde katılımcıların birçok bankacılık işlemini, şubelere gitmeden internet ve mobil bankacılık uygulamalarıyla gerçekleştirdikleri rahatlıkla söylenebilir.

Araştırmada katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim, aylık gelir ve meslek değişkenleri ile internet ve mobil bankacılığı kullanımına etki eden faktörler arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda çalışmadan elde edilen bu bulgu literatürde yer alan çalışmalarla (Pala ve Kartal, 2010; İnan, Nakıboğlu ve Doğan Südaş, 2009; Ünsal, 2013; İşler, 2015; Süzen, 2016; Kaya ve Aslan, 2016; Koçoğlu, 2017) da örtüşmektedir. Çalışmada elde edilen bu bulgu genel olarak değerlendirildiğinde mobil bankacılık ve internet bankacılığına yönelik katılımcıların olumlu bir algıya sahip oldukları, ancak mobil bankacılık ve internet bankacılığı kullanma sıklıkları ve gerçekleştirdikleri işlem türlerinin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi vb. gibi sosyo-demografik özelliklere göre değişiklik gösterdiği söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmiş yıllarda müşterilerine sadece şubeleri aracılığıyla bankacılık hizmetleri sunan bankalar, teknolojide yaşanan gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, şube bankacılığı ile birlikte internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarıyla da müşterilerine bankacılık hizmetleri vermeye başlamışlardır. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları sayesinde müşteriler zaman ve mekân kısıtlamalarına bağlı kalmaksızın düşük maliyetlerle bankacılık işlemlerini istedikleri yerlerde ve istedikleri zamanlarda gerçekleştirebilmektedirler.

İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla hayatımıza giren mobil bankacılık ve internet bankacılığı uygulamaları ile birlikte, bankacılık sektöründe yeni bir rekabet alanı ortaya çıkmıştır. Gün geçtikçe değişen, gelişen ve zorlaşan rekabet ortamında varlıklarını sürdürmek ve gelişimlerini sürdürmek isteyen kuruluşlar, yönetim anlayışlarının yanı sıra teknolojik alanda da yenilikler gerçekleştirmektedirler. Bankalar, teknolojik alanda yatırımlar gerçekleştirerek gelişen ve değişen müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilmeyi amaçlamaktadırlar. İnternet ve mobil bankacılık uygulamaları gibi alternatif dağıtım kanallarını etkili bir şekilde kullanarak, maliyetlerini azaltmakta ve müşteri potansiyellerini arttırabilmektedirler.

Günümüzde, insan hayatının birçok alanına girerek kolaylık sağlayan teknolojiye talebin gün geçtikçe artması ve elektronik ticaret faaliyetlerinin hayatımıza girmesi, bankaların internet bankacılığı ve mobil bankacılık kanallarına yatırım yapmalarını sağlamıştır. İnsanlara büyük kolaylıklar sunan internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları aynı zamanda bazı riskleri ve tedirginlikleri de beraberinde getirmiştir. Ancak son yıllarda bankaların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik güvenlik önlemleri ve maliyet avantajları, zamanla risklerin ve tedirginliklerin büyük oranda azalmasına neden olmuş ve internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanımını arttırmıştır. Türkiye Bankalar Birliği'nin 2017 yılına ait verilerine göre 68 milyon 776 bin para transferi ve 11 milyon 404 bin yatırım işlemlerinin mobil bankacılık ve internet bankacılığı

kullanılarak gerçekleştirilmesi, insanların geçmiş dönemlerde yaşadıkları tedirginliklerin azaldığını göstermektedir.

Çalışmada bireylerin mobil bankacılık ve internet bankacılığı kullanımları üzerinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla hipotezler oluşturulmuş ve anket tekniği ile hipotezlerin doğruluğu test edilmiştir. Yapılan istatistiksel analiz neticesinde şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Katılımcıların %88,5'i internet ve/veya mobil bankacılık uygulamalarını kullandıkları ve cinsiyet değişkeni ile internet ve/veya mobil bankacılık uygulamalarını kullanma durumları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda erkek katılımcıların internet ve mobil bankacılık kullanım düzeylerinin bayan katılımcılara oranla daha yüksek düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Katılımcılar, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları ile sıklıkla kredi kartı ödemeleri, fatura ödemeleri, hesap durumu kontrolü ve birikim ve yatırım işlemlerini gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları ile gerçekleştirilen işlemlerin düşük maliyetli olması kullanıcıların birçok işlemi internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları ile gerçekleştirmesini sağlamıştır. Son yıllarda bireylerin alışverişlerini internet üzerinden kredi kartı ile gerçekleştirmeleri de sık gerçekleştirilen işlemlerin başında kredi kartı ödemeleri işlemlerinin gelmesine neden olduğu söylenebilir.

Araştırma sonucunda cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına algı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik algı düzeylerinin (güvenirlilik, kullanışlılık, düşük maliyet...) bayan katılımcılara oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bayanların günlük hayattaki iş ve işlemlerinde daha titiz ve temkinli davranmalarının sonuç üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Yaş değişkeni ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına algı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Genç katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik algı

düzelelerinin (güvenirlik, kullanışlılık, düşük maliyet...) yaşlı katılımcılara oranla daha yüksek olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucunda belirlenmiştir. Genç bireylerin teknolojiyle daha fazla ilgili olmasının sonuç üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Katılımcıların meslek değişkeni ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına algı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Kamu sektöründe çalışan katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik algı düzeylerinin (güvenirlik, kullanışlılık, düşük maliyet...) özel sektörde çalışan ve öğrenci katılımcılara oranla daha düşük düzeyde olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucunda belirlenmiştir.

Aylık gelir değişkeni ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına algı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Aylık geliri 1200 TL ve altı olan katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik algı düzeylerinin (güvenirlik, kullanışlılık, düşük maliyet...) daha yüksek gelir düzeyine sahip katılımcılara oranla daha yüksek düzeyde olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucunda belirlenmiştir. Bu durumun mobil bankacılık ve internet bankacılığına yönelik tereddütlerden kaynaklandığını söylemek mümkün olmaktadır. Katılımcıların riskli durumları göz önüne bulundurarak yüksek meblağlarla yapılan işlemleri, mobil bankacılık ve internet bankacılığı uygulamalar yerine şube bankacılığı ile gerçekleştirmek istedikleri söylenebilir.

Katılımcıların öğrenim durumu değişkeni ile internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına algı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu araştırma sonucunda tespit edilmiştir. Doktora mezunu katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yönelik algı düzeylerinin (güvenirlik, kullanışlılık, düşük maliyet...) diğer eğitim düzeyi mezunları katılımcılara oranla daha düşük düzeyde olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucunda belirlenmiştir.

Katılımcıların internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının güvenilirliğine ilişkin tereddütleri kullanımını sınırlayan en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Bankalar mobil bankacılık ve internet bankacılığı uygulamalarına

yönelik güvenlik önlemlerini arttırarak ve mevcut güvenlik önlemlerinin yeterli düzeyde olduğuna ilişkin müşteri bilgilendirme faaliyetleri düzenleyerek internet ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanımının arttırılması sağlanabilir.

İnternet ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanımını kısıtlayan unsurlardan birisi de gerçekleştirilen bankacılık işlemlerinden yapılan kesinti miktarlarının yüksek olmasıdır. Bankalar internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamaları ile gerçekleştirilen bankacılık işlemlerinin maliyetlerini düşürerek müşterilerini internet ve mobil bankacılığı kullanmaya teşvik edebilirler.

Mobil bankacılık ve internet bankacılığı kullanımının zor olması, kullanımının kısıtlanmasına neden olmaktadır. Bankalar, kullanıcı ara yüzleri daha açık, net ve anlaşılır mobil ve internet bankacılık uygulamaları geliştirerek müşterilerini mobil bankacılık ve internet bankacılık uygulamalarını kullanmaya teşvik edebilirler.

KAYNAKÇA

- AKDEDE, Sacit Hadi, TURAN, Aykut Hamit, Bilişim Sistemlerinin Kobi'lerin Performansına Etkileri: Kaynak Temelli Yaklaşım ile Denizli İlinde Ampirik Bir Uygulama. **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 63(4), 2008:1-28.
- ALBARAKA, **Katılım Bankacılığı, Sistemi, Çalışma Esasları ve Uygulaması**, Kurumsal Yayın, Ankara 2015.
- ALTINÖZ, Mehmet, Ofis Otomasyon Sistemlerinin Bireysel Performans Üzerine Etkisi. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2(3), 2008:51-63.
- ANSAL, Hacer, **Geçmiş ve Gelecekte Ekonomik Gelişmede Teknolojinin Rolü. Teknoloji**, Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, Ankara, 2004.
- AKMAN, Gülşen, ÖZKAN, Coşkun, ERİŞ, Hatice, Strateji Odaklılık ve Firma Stratejilerinin Firma Performansına Etkisinin Analizi. **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, 2(13), 2008:93-115.
- ARMAĞAN, Ece-TEMEL, Eren, Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımında Demografik Faktörlerin Tüketici Algısına Etkisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma, **Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 14:Sayı 2:Manisa 2016:s.54-67.
- AYANOĞLU, Yıldız-KARAPINAR, Aydın-ZAİF, Figen-SARAÇOĞLU, Metin-BAYIRLI, Rıdvan-ALTAY, Adem-BAL, Hasan, **Bankaların Yönetimi ve Denetimi**, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2746:Ankara 2013.
- AYTAR, Oğuzhan, YEĞEN, İkbal, ERDEMİR, Namık Kemal, **Elektronik Şube ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri**, Akademik Bilişim, Uşak 2012.
- BABUŞÇU, Şenol, **Oradan Buradan Azıcık Bankacılık**, Akademi Consulting, İstanbul 2012.

BABUŞÇU, Şenol-HAZAR, Adalet, **Banka Sınavlarına Hazırlık (Şekil Yeteneği)**, Akademi Consulting, İstanbul 2018.

BAKKAL, Muharrem-AKSÜT, Uğur, **Türk Bankacılık Sisteminde Elektronik Bankacılık Uygulamaları**, Hiperlink Yayınları, İstanbul 2011.

BATCHELOR, Bob, “The History of Internet Banking”, http://www.ehow.com/about_5109945_history-ebanking.html, Erişim Tarihi: 11.05.2010.

BAYKARA, Halid Velid, “**Katılım Bankalarında Etkinlik ve Verimlilik Analizi**”, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Tokat, 2012.

BİLGİN, Şafiye, “**Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Yaklaşımlarının Veri Madenciliği Teknikleri İle İncelenmesi**”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2013.

BOZKURT, Kurtuluş, Türk İmalat Sanayiinde Teknolojik Gelişme ve İhracat Performansı. **Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar**, 45(522), 2008:91-110.

CANSEL, Anıl, **Banka Mülakatlarında Fark Yaratma Kitabı**, Akademi Consulting, İstanbul 2018.

ÇAKIRTAŞ, Hikmet, “**Bilişim Teknolojilerinin Banka Şubelerinin Performansına Olan Etkisinin Kaynak Temelli Yaklaşım İle İncelenmesi**”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul 2010.

ÇINAR, Orhan-YAVUZ, Selahattin-ASLAN, İmran, Akademisyenlerin İnternet Bankacılığı Hakkındaki Tutum, Düşünce ve Davranışları: Erzincan Üniversitesi Örneği, **Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, Cilt 2:Sayı 1:Sakarya 2012:s. 103-124.

- DAĞLI, Recep Murat, “**Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Kanaatlerinin İncelenmesi ve Konu İle İlgili Pilot Bir Araştırma**”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2007.
- DEMİR, Halis, OKAN, Tarkan. Teknoloji, Örgüt Yapısı ve Performans Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma. **Doğuş Üniversitesi Dergisi:10(1)**, 2009:57-72.
- DİKİLİ, Ali, Örgütlerde Güç Kavramı: Eleştirel Yönetim Çalışmaları İle Kaynak Bağımlılığı Yaklaşımı'nın Bakışlarına Dair Karşılaştırmalı Bir Analiz. **Yönetim Bilimleri Dergisi:12(23)**, 2014:141-164.
- DÖLEK, Ali-UYGUN, Dilara, **Bankacılık**, Umut Kitap, İstanbul 2017.
- ELİBOL, Halil, Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Organizasyon Yapıları Üzerindeki Etkileri, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(3), 2009:155-162.
- ERDAL, Murat, **Teknoloji Yönetimi**, Türkmen Kitapevi, İstanbul 2008.
- EREN, Erol, **Yönetim ve Organizasyon (Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar)**, Beta Yayınları, İstanbul 2016.
- ERTEM, Üner, **Bankacılık ve Kambiyo İşlemleri**, Ekin Kitapevi Yayınları, İstanbul, 2015.
- GENÇ, Nurullah, **Yönetim ve Organizasyon (Çağdaş Sistemler ve Yaklaşımlar)**, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2012.
- GOLDMANN, Heinz, **Müşteri Kazanmak**, İlgı Yayıncılık, İstanbul 1997.
- GÖK, Mehmet Şükrü, **ERP Sistemlerinin Firma Performansına Etkileri Üzerine Bir Saha Araştırması**. V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2005.

GÜRTUNA, Seher Melda, “**Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Reel Kesime Etkisi**”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2005.

KALAYCI, İrfan, “Katılım Bankacılığı: Mali Kesimde Nasıl Bir Seçenek?”, **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**, Sayı 9:İstanbul 2013:s.51-70.

KAPLANOĞLU, Emre, “Mesleki Stresin Temel Nedenleri Ve Muhtemel Sonuçları: Manisa İlindeki SMMM’ler Üzerine Bir Araştırma”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı 2:İstanbul, 2014:s. 131-150.

KARADİREK, Gökhan, “**Tüketicilerin Elektronik Hizmet Kalitesi Algılamaları: Bireysel İnternet Bankacılığı Müşterileri Üzerine Bir Uygulama**”, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane 2014.

KAYA, Ferudun-ASLAN, Tuğba Reyhan, İnternet Bankacılığında Müşterilerin Banka Tercihlerine Etki Eden Faktörler: Bolu İlinde Kamu Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, **Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi**, Cilt 8:Sayı 15:İstanbul 2016:s. 423-449.

KAYA, Ferudun, **Bankacılık (Giriş ve İlkeleri)**, Beta Yayınları, İstanbul 2013.

KAYA, Şükrü, **Umumi İktisat Prensipleri**, İzmir Matbaası, İstanbul 1961.

KOÇEL, Tamer, **İşletme Yöneticiliği**, Beta Yayınları, İstanbul 2014.

KOÇOĞLU, Batuhan, “**Türkiye’deki İnternet Bankacılığı Etkinliğinin İncelenmesi**”, İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2017.

KORKMAZ, Şahide, **Bankacılık Sınavlarına Hazırlık Kitabı**, Akıllı Adam Yayınları, İstanbul, 2015.

KOVAN, Özcan, “**Orta Yaş Üzeri Banka Müşterilerine İnternet Bankacılığı Ürünü Kullandırmaya Yönelik Uygun Arayüz Tasarlanması**”, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2012.

KÜÇÜK, Mustafa, “Bireysel Bankacılık, Otomasyon ve Türkiye’de Bireysel Bankacılık”, **Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi**, Sayı 16:İstanbul 1993.

ODMAN ÇELİKÇAPA, Feray, KAYGUSUZ, Sait, **Teknoloji Yönetimi**, Dora Yayınları, İstanbul 2010.

OĞUZ, Deniz, “**Hizmet Kalitesi ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemiyle Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama**”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2010.

ÖZDAL, Tuğba, “**Bankacılık Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi Ve İnternet Bankacılığında Müşterilerin Seçimlerine Etki Eden Faktörler**”, Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2011.

ÖZDEMİR, Aykut, “**İnternet Bankacılığı ve Hukuki Sorumluluk**”, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2013.

ÖZDEMİR, Erdem, “**Sektörel Rekabet Açısından Türkiye’de İnternet Bankacılığının Önemi**”, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2017.

ÖZEN, Ümit, İşletme Faaliyetlerinde Kişisel Bilgisayar Kullanıcıların Verimliliğe Etkisi Üzerine Bir Amprik Çalışma. **EKEV Akademi Dergisi**, 7(16), 2004:231-245.

ÖZOĞLU, Buket “**Tüketici Odaklı Yaklaşım ile İnternet Bankacılığı Faaliyetlerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Uygulama**”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri 2010.

PALA, Emre-KARTAL, Burak, “Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma”, **Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt 17:Sayı 2: Manisa 2010:s.43-61.

PARASIZ, İlker, **Modern Bankacılık Teori ve Uygulama**, Kuşak Ofset, İstanbul 2007.

PINAR, Abuzer-ERDAL, Bahar, **Para Banka Mali Kuruluşlar ve Uluslararası Mali Sistem**, Naturel Yayıncılık, Ankara 2008.

TAKAN, Mehmet-ACAR BOYACIOĞLU, Melek, **Bankacılık Teori, Uygulama ve Yöntem**, Nobel Yayıncılık, Ankara 2018.

TİRYAKİOĞLU, Murad, Teknoloji Transferi, Teknoloji Yoksulluğu Mu? **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 66(2), 2011:169-199.

TÜRKİYE KATILIM BANKALARI BİRLİĞİ (2013),
<http://www.tkbb.org.tr/sss#1005>:Erişim: 01.05.2018.

UZKESİCİ, Nuray, **Modern Banka Yönetimi ve Organizasyonu**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:784:Eskişehir 1994.

UZUN, Uğur-BERBEROĞLU, Murat, “İnternet Bankacılığı Hizmetlerinin Banka Performansı Üzerine Etkisi” **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, İstanbul 2018:s. 51-62.

UZUNDAĞ, Şükrü, “Türkiye’de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi”, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın 2013.

ÜNSAL, Metin, **Açıklamalı-İçtihatlı Tüketici Hukuku**, Bilge Yayınevi, İstanbul 2013.

VURUCU, Mehmet-ARI, Mustafa Ufuk, **A'dan Z'ye Bankacılık**, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2014.

YAPRAKLI, Tefik Şükrü, YILMAZ, Mustafa Kemal, “İnternet Bankacılığı Hizmeti Kullanıcılarının Hizmet Kalitesi Algılamalarının Tatmin ve Bağlılık Düzeyleri Üzerindeki Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama”, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, XXIV(1), İstanbul 2008:s.137-161.

YAZICIOĞLU, Yahşi, ERDOĞAN, Sami, **SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri**. Detay Yayıncılık, Ankara 2004.

YILDIRIM, Figen, “Türkiye’de İnternet Bankacılığı Ürünleri Üzerine Pazar Trend Analizi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 10(19), İstanbul 2011:s.129-141.

YILDIRIM, Oğuz, **Türk Bankacılık Sistemi**, Seçkin Yayıncılık, Ankara 2015.



EKLER

Ek-1: İnternet Bankacılığı Ve Mobil Bankacılık Kullanım Anketi

- 1. Cinsiyetiniz** : () Kadın () Erkek
- 2. Yaşınız** : () 18-23 () 24-32 () 33-48 () 49+
- 3. Mesleğiniz** : () Kamu () Özel () Öğrenci
- 4. Aylık Geliriniz** : () 1200 TL ve altı () 1201-1800 TL () 2501-3500 TL
() 3501-500 TL () 5001 TL ve üstü
- 5. Öğrenim Durumunuz:** () Lise () Üniversite
() Yüksek Lisans () Doktora

6. İnternet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanım durumunuzu belirtiniz.

- () Sadece internet bankacılığı kullanıyorum.
- () Sadece mobil bankacılık kullanıyorum.
- () Hem internet bankacılığı hem de mobil bankacılık kullanıyorum.
- () İnternet bankacılığı da mobil bankacılık da kullanmıyorum.

7. Eğer internet veya mobil bankacılık kullanıcısı değilseniz bunun nedenlerini aşağıda verilen ölçek yardımıyla belirtiniz.

	Evet	Hayır
İnternet veya mobil bankacılığın güvenli olup olmadığı konusunda çekincelerim var.		
Bankacılık ihtiyaçlarımı internet veya mobil bankacılık olmadan da karşılayabiliyorum.		
İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerinden yararlanmak için hiçbir sebepim yok.		
Bankalar internet veya mobil bankacılık hizmetlerinden ücret kesiyor.		
İnternet veya mobil bankacılık teknolojilerine güvenmiyorum.		
İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerinin kullanımı oldukça zor geliyor		

8. Eğer internet veya mobil bankacılık kullanıcısıysanız gerçekleştirdiğiniz bankacılık işlemlerini aşağıda verilen ölçek yardımıyla belirtiniz.

	Hiç	Ara Sıra	Sık Sık
Banka hesabımın durumunu (Hesap işlemler, hareketleri vb..) kontrol ederim			
Fatura (Cep telefonu, Elektrik, Su, İnternet vb..) ödemelerimi gerçekleştiririm			
Kredi kartı ödemelerimi gerçekleştiririm			
Tasarruf (birikim) ve yatırım (döviz, altın, mevduat vb..) işlemleri gerçekleştiririm			

9. İnternet bankacılığı ve/veya mobil bankacılık kullanıcısıysanız kullanım durumunuzu etkileyen faktörleri aşağıda verilen ölçek yardımıyla belirtiniz.

	Katılma Derecesi (%)				
	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Bankacılık işlerimi takip etmemde gerekli bilgileri şube yerine internet veya mobil bankacılık kullanarak elde etmeyi daha uygun bulmaktayım					
İnternet bankacılığı veya mobil bankacılık güvenilirdir hesap bilgilerimin kötü amaçlı kişilerin eline geçmeyeceğine inanırım					
İnternet veya mobil bankacılık kullanarak aileme/arkadaşlarıma/hobilerime daha çok zaman ayırabiliyorum					
İnternet veya mobil bankacılık sayesinde işlemlerimin gizliliğini ve başkalarının bundan haberdar olmamasını sağlıyorum					
İnternet ve mobil bankacılığın pahalı bir hizmet olduğunu düşünüyorum					
İnternet veya mobil uygulamalar üzerinden yapılan işlemlerin güvenli olduğunu düşünüyorum					
İnternet veya mobil bankacılık kullanım kararı riskli bir karardır					
İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha kullanışlıdır					
İnternet veya mobil bankacılık diğer bankacılık kanallarına göre daha etkin ve verimlidir					
İnternet veya mobil bankacılık kullanımını çevremdeki insanlara tavsiye edebilirim					
İnternet veya mobil bankacılık kullanımını son derece kolaydır					
Bankalar tarafından sunulan İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerine ilişkin ara yüzler (menüler) son derece anlaşılırdır					
İnternet veya mobil bankacılık üzerinden ödeme, para transferi vb.. işlemleri gerçekleştirmek oldukça kolaydır					
İnternet veya mobil bankacılık hizmetleri düşük maliyetli olmalıdır					
İnternet veya mobil bankacılık kullanımı bankacılık hizmetlerini daha hızlı ve etkin kullanmamı sağlar					
İnternet veya mobil bankacılık genel olarak benim için faydalıdır					
Bankacılık işlemlerinin İnternet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesinin maliyeti diğer seçeneklere göre (Banka Şubesi, ATM, vb..) göre daha düşüktür					
Bankacılık işlemlerinin İnternet veya mobil bankacılık üzerinden gerçekleştirilmesi zaman tasarrufu sağlar					
İnternet veya mobil bankacılık hizmetlerinin 24 saat kullanılabilir olması önemli bir avantajdır					
İnternet veya mobil bankacılık işlemleri gerçekleştirirken oluşabilecek teknik aksaklıklar (internet bağlantısının kopması, telefon bataryasının bitmesi vb..) kullanım kararımı etkiler					

ÖZGEÇMİŞ

1989 yılında Elazığ’da doğan Ayetullah DEMİR ilköğrenim ve lise öğrenimini Elazığ’da tamamlamıştır. 2008 yılında Ordu üniversitesi Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nde lisans eğitimine başlamış ve 2012 yılında mezun olmuştur.

2014 yılında stajyer memur olarak Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O ‘da göreve başlamıştır. Halen Vakıflar Bankası T.A.O ‘da memur olarak görevini sürdürmektedir.

