



TC.

ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

İŞL-YL-2013-0008

**TÜRKİYE'DE İNTERNET BANKACILIĞININ GELİŞİMİ
VE İNTERNET BANKACILIĞINA İLİŞKİN TÜKETİCİ
DAVRANIŞLARI ANALİZİ**

**Aydın İli Merkezinde Görev Yapan Öğretmenler Üzerine Bir
Araştırma**

HAZIRLAYAN

Şükrü UZUNDAĞ

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Hulusi DOĞAN

AYDIN- 2013

TC.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞL-YL-2013-0008

**TÜRKİYE'DE İNTERNET BANKACILIĞININ GELİŞİMİ
VE İNTERNET BANKACILIĞINA İLİŞKİN TÜKETİCİ
DAVRANIŞLARI ANALİZİ**

**Aydın İli Merkezinde Görev Yapan Öğretmenler Üzerine Bir
Araştırma**

**HAZIRLAYAN
Şükrü UZUNDAĞ**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Hulusi DOĞAN**

AYDIN- 2013

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

İşletme Ana Bilim Dalı öğrencisi Şükrü UZUNDAĞ tarafından hazırlanan Türkiye’de İnternet Bankacılığının Gelişimi ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Davranışları Analizi: Aydın’da İkamet Eden Öğretmenler Üzerine Bir Araştırma başlıklı tez/...../..... Tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

<u>Unvanı, Adı ve Soyadı :</u>	<u>Kurumu :</u>	<u>İmzası:</u>
(Başkan)
.....
.....
.....
.....

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans tezi, Enstitü Yönetim Kurulununsayılı kararıyla tarihinde onaylanmıştır.

Unvanı, Adı Soyadı
Enstitü Müdürü

Bu tezde görsel, işitsel ve yazılı biçimde sunulan tüm bilgi ve sonuçların akademik ve etik kurallara uyularak tarafımdan elde edildiğini, tez içinde yer alan ancak bu çalışmaya özgü olmayan tüm sonuç ve bilgileri tezde kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

Adı Soyadı : Şükrü UZUNDAĞ

İmza :

YAZAR: Şükrü UZUNDAĞ

BAŞLIK: TÜRKİYE’DE İNTERNET BANKACILIĞI GELİŞİMİ VE İNTERNET BANKACILIĞINA İLİŞKİN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARIN ANALİZİ: AYDIN İLİ MERKEZİNDE GÖREV YAPAN ÖĞRETMENLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Türkiye’nin, internetle tanışması çok uzun yıllara dayanmamasına rağmen internet kullanımı, Türkiye’de de her alanda büyük bir hızla yaygınlaşmaktadır. Özellikle 1999 yılından itibaren internet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, Türkiye’deki işletmeleri de internet ortamına girmeye zorlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak işletmeler, rekabette geri kalmamak için gerekli çalışmalara başlamışlardır. İnternet bankacılığı; zaman ve mekân sınırı olmaksızın bir internet bağlantısı ve bu bağlantıyı kullanabilecek bilgisayar ya da cep telefonu gibi bir iletişim aracı ile bankacılık hizmetlerinin internet üzerinden alınabilmesini sağlayan alternatif bir hizmet kanalıdır. Zaman ve mekândan bağımsız, internet erişimine sahip herhangi bir müşterinin istediği hizmeti alabilmesini sağlamaktır.

Bu araştırmada bilgisayar teknolojileri ve internet alanında yaşanan gelişmelere paralel olarak önemi daha da artan elektronik bankacılık kanallarından biri olan internet bankacılığının benimsenmesi ve kullanımı konu edinilmiştir. Araştırma etkenleri, internet bankacılığının ne derece benimsendiği ve bunun altında yatan faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırmada öğretmenlerin internet bankacılığının hangi yönlerini daha etkili buldukları, olası çekinceleri ve bunlara yönelik çözüm önerileri konu edilmektedir. Aynı zamanda internet bankacılığı kullanımı ile cinsiyet, yaş ve mesleki deneyim düzeyi gibi demografik değişkenler arasındaki ilişki irdelenmiştir. Araştırmada kullanılan veriler öğretmenlere yönelik yapılan anketler yoluyla toplanmış ve Statistical Packages For The Social Sciences (SPSS) 18.0 paket programıyla analiz edilmiştir.

ANAHTAR KELİMELER

İnternet, Bankacılık, Güvenlik, İnternet Bankacılığı, İnternet Bankacılığı Güvenliği

AUTHOR: Şükrü UZUNDAĞ

TITLE: DEVELOPMENT OF INTERNET BANKİNG İN TURKEY AND CONSUMER BEHAVİORS' ANALYSİS REGARDİNG TO INTERNET BANKİNG: A STUDY ON TEACHERS WHO ARE RESİDİNG İN AYDIN

ABSTRACT

Even though Turkish society do not have an internet acquaintance for a long time, internet has a rapidly gaining popularity in Turkey almost in every field. Especially since 1999, the rapid increase in the number of internet users in Turkey has forced companies to break into the Internet environment. In parallel with these developments, companies have begun the work on it to keep up with the competition. Internet banking is receiving the banking services without any limit in time and location with an internet and a computer or a mobile phone as an alternative service channel. Independent of time and location with an internet access any customer may receive these services.

Subject of the study is the computer technologies and the developments experienced in the field of internet, and also adoption and-use of internet banking as an one of the electronic banking channels. The purpose of the study is to understand, determine and identify the underlying factors of adoption of internet banking and what extents of internet banking has been adopted. There is an effort to determine, why internet bankings is preferred or not preferred, which banking transactions are made on the internet banking. In this context, there is a research about the people who use internet banking and which aspects they find the internet banking more effective, while why non-users are uncomfortable about it, and also it is intended to bring solutions about it. At the same time the relationship between the use of internet banking, gender, age and professional status has been examined. The survey method is used in the research while collecting the data.

Key Words

Internet, Banking, Security, Internet Banking, Internet Banking Security

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanması sırasında beni yönlendiren ve yardımcı olan değerli hocam Doç. Dr. Hulusi DOĞAN'a teşekkür eder, saygılarımı sunarım. Ayrıca destek ve yardımları için sevgili eşime ve aileme şükranlarımı sunarım.

Şükrü UZUNDAĞ

27.12.2013

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
EKLER LİSTESİ	xi
TABLOLAR LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1
 BİRİNCİ BÖLÜM	
BANKACILIK VE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ	3
1.1. BANKACILIĞIN TANIMI VE İŞLEVLERİ	3
1.2. BANKACILIĞIN TARİHÇESİ	5
1.3. DÖNEMSEL OLARAK TÜRKİYE’DE BANKACILIĞIN GELİŞİMİ	9
1.3.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1847 – 1923)	9
1.3.2. Ulusal Bankalar Dönemi (1923 – 1933).....	12
1.3.3. Kamu Bankaları Dönemi (1933 – 1945).....	13
1.3.4. Özel Bankalar Dönemi (1945 – 1960).....	14
1.3.5. Planlı Dönem (1960 – 1980).....	15
1.3.6. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 – 2002).....	16
1.3.7. Yeniden Yapılandırma Dönemi ve Günümüz Bankacılığı (2002 – 2013)	19
 İKİNCİ BÖLÜM	
İNTERNET VE İNTERNET BANKACILIĞI	23
2.1. İNTERNETİN ORTAYA ÇIKIŞI	23
2.2. İNTERNETİN TANIMI	25
2.2.1. Dünya’da İnternet Nüfusu	27

2.2.2. Türkiye'de İnternet Nüfusu	30
2.3. İNTERNET BANKACILIĞI KAVRAMI.....	32
2.4. İNTERNET BANKACILIĞININ GELİŞİMİ	33
2.4.1. Türkiye’de İnternet Bankacılığı’nın Gelişimi.....	36
2.5. İNTERNET BANKACILIĞI İLE YAPILABİLECEK İŞLEMLER	39
2.6. İNTERNET BANKACILIĞI ARAÇLARI	41
2.6.1. Kredi Kartları	41
2.6.2. Sanal Kredi Kartları	41
2.6.3. Akıllı Kartlar.....	42
2.6.4. Ulusal ve Uluslararası Ödeme Sistemleri	43
2.6.5. Akıllı Anahtar	43
2.7. İNTERNET BANKACILIĞININ SUNDUĞU FIRSATLAR	44
2.7.1.Bankalar İçin Fırsatlar	44
2.7.2.Müşteriler İçin Fırsatlar	45
2.8. İNTERNET BANKACILIĞININ OLASI RİSK/TEHDİTLERİ	46
2.8.1.Bankalar İçin Olası Risk/Tehditleri	46
2.8.1.1.Artan (Sınır Ötesi) Rekabet	47
2.8.1.2.Gelir (Komisyon) Paylaşımındaki Azalım	47
2.8.2 Müşteriler İçin Olası Tehditler/Riskler.....	48
2.8.2.1.Teknoloji Fobisi.....	48
2.8.2.2.Kişisel Bilgilere Yer Verilmesi.....	48
2.8.2.3.Güvenlik – Gizlilik	49
2.8.2.4.Hukuki – Mevzuat Boşluğu	49

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI İLİŞKİSİ.....	50
--	-----------

3.1. TÜKETİCİLER AÇISINDAN İNTERNET BANKACILIĞI ALGISI.....	50
3.1.1 İnternet Bankacılığında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Olası Unsurlar.....	50
3.1.1.1 Teknolojik Gelişmeler	52
3.1.1.2. Kullanım Kolaylığı ve Erişebilirlik	53
3.1.1.3. Değişen Hayat Şartları	53
3.1.1.4. Ekonomik Sebepler.....	54
3.1.1.6. Bankanın İnternet Sitesi Tasarımı.....	55
3.1.1.7. Güvenlik.....	55
3.1.1.8. İlişkilerin Değişmesi	57
3.1.1.9. Müşteri memnuniyeti	57
3.1.2.İnternet Bankacılığını Kullanımını Engelleyen Olası Faktörler	58
3.1.2.1. Bilgisayar Kullanma Bilgisindeki Eksiklikler	60
3.1.2.2. Güvenlik.....	60
3.1.2.3. Mali Faktörler	63
3.1.2.4. Fiziki/Yüz Yüze İletişim Eksikliği	63
3.2.TÜKETİCİ GÜVENLİĞİ AÇISINDAN ALINMASI GEREKEN ÖNLEMLER ...	74
3.2.1 İnternet Bankacılığı Kullanımında Dikkat Edilecek Hususlar	74
3.2.2 İnternet Bankacılığının Güvenliği ve Dolandırıcılığa Karşı Alınabilecek Önlemler	76
3.2.2.1 Bankalar Tarafından Alınabilecek Önlemler	76
3.3. İNTERNET BANKACILIĞINDA OLASI SALDIRILAR VE TÜKETİCİLER İÇİN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ.....	84
3.3.1. İşletim Sistemi Açıkları	84
3.3.2. Kullanıcı Hesapları Açıkları	85
3.3.3. Gereksiz Paylaşım, Protokoller ve Hizmetler.....	86
3.3.4. Web Tarayıcıların Açıkları	87

3.3.5. Güvensiz Yazılımlar ve Casus Yazılımlar.....	89
3.3.6. Phishing (olta) Saldırıları.....	90
3.3.7. Keylogger (Tuş Kaydedici) Saldırıları	90
3.3.8. Screenlogger (Ekran Kaydedici) Saldırıları.....	91
3.3.9. Pharming (Yanlış Alan Adına Yönlendirme) Saldırıları	91
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	
İNTERNET BANKACILIĞI ÜZERİNE BİR UYGULAMA	92
ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI	92
4.1. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ.....	92
4.2. ARAŞTIRMANIN KISITLARI	93
4.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	93
4.4. VERİLERİN ANALİZİ	93
4.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	93
4.6. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	94
4.6.1. Demografik Bulgular	94
4.6.2. Araştırma Hipotezlerinin Testi	117
4.6.3. Araştırma Hipotezi Kabul/Red Tablosu	122
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	123
KAYNAKÇA.....	126
EKLER	136
ÖZGEÇMİŞ	142

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ATM	: (Asynchronous Transfer Mode) Otomatik Vezne Makinesi; Bankamatik
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ARPANET	: (Advanced Research Projects Agency)Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı
BKM	: Bankalar Arası Kart Merkezi
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
EFT	: Elektronik Fon Transferi
FYYP	: Finansal Yeniden Yapılandırma Programı
FTP	: (File Transfer Protocol)Belge Transfer Protokolü
GSM	: (Global System For Mobile)İletişim İçin Dünya Çapında Sistem
HGS	: Hızlı Geçiş Sistemi
HTTP	: (Hypertext Transfer Protocol) Hiper Metin Aktarım Protokolü
İB	: İnternet Bankacılığı
IBS	: (İnternational Business Study)Uluslararası İşletme Çalışmaları
IRC	: (İnternet Relay Chat) İnternette Canlı Söyleşi
ISS	: İnternet Servis Sağlayıcı
ITU	: (İnternational Telecommunications Union) Birleşmiş Milletler Telekomünikasyon Ağı
MÖ	: Milattan Önce
MİY	: Müşteri İlişkileri Yönetimi
ODTÜ	: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
OGS	: Otomatik Geçiş Sistemi
POS	: (Point Of Sale) Satış Noktası Terminali
PÖS	: Perakende Ödeme Sistemi

REPO	: (Repurchase Agreements) Geri Alım Vaadiyle Satım
SET	: (Secure Elektronik Transaction) Güvenli Elektronik İşlem
SPSS	: (Statistical Packages For The Social Sciences) Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi
SSL	: (Secure Socket Layer) Soket Güvenlik Düzeyi
SWIFT	: (Society For Worldwide İnterbank Finacial Telecommunication) Dünya Bankalar Arası Finansal Telekomünikasyon Kuruluşu
TBB	:Türkiye Bankalar Birliği
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
TCP/IP	: (Transmission Control Protocol) Dosya İletişim Protokolü
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
WWW	: World Wide Web (Dünyayı Saran Ağ)

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: İnternet Sayfasının Güvenliğini Gösteren Kilit İşareti	82
Şekil 2: Sayısal Link Örneği	83
Şekil 3: Gerçek Site İle Sahte Site Tasarım Farkları	84
Şekil 4: Otomatik Güncelleştirmeler	85
Şekil 5: Yerel Ağ Bağlantısı Özellikleri.....	87
Şekil 6: İnternet Seçenekleri – Gizlilik Ayarları	88

EKLER LİSTESİ

Ek 1: Anket Formu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Bankacılık Sektörünün 2002 Yılındaki Yeniden Yapılandırılmasının Maliyeti :	20
Tablo 2: Türk Bankacılık Sektöründe Faaliyet Gösteren Banka Sayısı (1999-2008) ...	21
Tablo 3: Bankacılığın Operasyonel Göstergeleri.....	22
Tablo 4: Ülkelerarası İnternet Nüfusu ve Genel Nüfusa Oranı	29
Tablo 5: Türkiye’de Yıllara Göre Nüfus Yüzdesine Göre İnternet Kullanıcılarının Oranları	31
Tablo 6: SSL Şifreleme Kombinasyonu	56
Tablo 7: Sahte Yönetici Hesabı İle İşletim Sisteminin Korunması	86
Tablo 8: Öğretmenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde Frekans Dağılımı)	95
Tablo 9: Öğretmenlerin Yaş Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde Frekans Dağılımı) ...	95
Tablo 10: Öğretmenlerin Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı).....	96
Tablo 11: Öğretmenlerin Branşlara Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı).....	96
Tablo 12: Öğretmenlerin Eğitim Durum Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı).....	97
Tablo 13: Öğretmenlerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı).....	98
Tablo 14: Öğretmenlerin Çalıştıkları Okullara Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı).....	98
Tablo 15: Öğretmenlerin Mesleki Deneyim Düzeyi Değişkenine Göre Dağılımı(Yüzde-Frekans Dağılımı)	99
Tablo 16: Öğretmenlerin Aydında Görev Yapma Sürelerine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)	99

Tablo 17: Öğretmenlerden İnterneti Kullanma Bilgisinin Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı).....	100
Tablo 18: Öğretmenlerin İnternet Kullanma ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumları	100
Tablo 19: İnterneti Kullanmayı Bilen Öğretmenlerin, İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumları (Tercih Düzeyleri)	101
Tablo 20: İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Yararlanmayan Öğretmenlerin İnternet Bankacılığına İlişkin Bilgi Düzeyleri	101
Tablo 21: İnternet Bankacılığı Kullanmayan Öğretmenlerin İnternet Bankacılığından Yararlanmama Nedenleri.....	102
Tablo 22: Öğretmenlerin Okullarda İnternete Sahip Olma Oranları (Yüzde-Frekans) 103	
Tablo 23: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığında Tercih Ettikleri Araçların Dağılımı	103
Tablo 24: Öğretmenlerin İnternete Bağlanmakta Tercih Ettikleri Araçlar (Önem Sırasına Göre Dağılımı).....	104
Tablo 25: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığından Ne kadar Süredir Yararlandıkları (Yüzde-Frekans)	104
Tablo 26: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığından Faydalanma Sıklığı (Yüzde-Frekans)	105
Tablo 27: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığında Yapılan İşlemlerin Dağılımı	106
Tablo 28: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığından Yararlanma Nedenlerinin Dağılımı	107
Tablo 29: İnternet Bankacılığının Avantajları (Öğretmenlerce Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi)	108
Tablo 30: İnternet Bankacılığındaki Olası Sakıncalar (Öğretmenlerce Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi)	110

Tablo 31: İnternet Bankacılığının Güvenlik Yönünden Algıları (Öğretmenlerce Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi)	112
Tablo 32: İnternet Bankacılığı Banka Web Sayfalarında Önem Taşıyan Unsurlar (Öğretmenlerce Önem Derecesine Göre Değerlendirilmesi)	114
Tablo 33: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığındaki Geleceğe İlişkin Algıları (Yüzde-Frekans)	115
Tablo 34: İnternet Bankacılığında Karşılaşılan Sorunların Çözümünde Öğretmenlerin Tercih Ettikleri Geri Dönüş Araçları	115
Tablo 35: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığı Hizmetlerine İlişkin Memnuniyet Oranları (Yüzde-Frekans).....	116
Tablo 36: Öğretmenlerin Çalıştığı Kurumların Anlaşma Yaptığı Bankalara Yönelik Memnuniyet Düzeyleri (Yüzde-Frekans).....	116
Tablo 37: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığını Tavsiye Etme Düzeyleri (Yüzde-Frekans)	117

GİRİŞ

Bankacılık sektörü, elektronik ticaretin en yoğun uygulamalarına rastlanılan sektör konumundadır. Söz konusu teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan ve genel olarak “Şubesiz Bankacılık Uygulamaları” adlandırılan şubesiz bankacılık faaliyetleri arasında, telefon bankacılığı, ev bankacılığı, internet şubeleri örnek gösterilebilmektedir.

Genel olarak bankacılıkta yeni teknolojilerin kullanılması, örgütsel yapıda değişikliklere, bankalardaki bilgi akış sisteminin standartlaşmasına, etkinliğin sağlanmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, aynı işlemlerin tekrarının engellenmesine ve daha kısa zamanda daha fazla işlem yapılabilmesine, orta düzey yönetici istihdamının azalmasına, yönetimin sorumluluğunun dağıtılmasıyla her gruba farklı görev, yetki ve sorumluluk verilmesi mümkün olmaktadır.

Teknoloji kullanımının bankalar için önemli hale gelmesi ile birlikte, bankalar müşterilerine hizmet sunmak için geliştirdikleri yeni yöntemleri de kullanmaya başlamışlardır. Bu hizmetlerden bazılarını, otomatik vezne makineleri (ATM), kredi kartları, telefon bankacılığı ve internet bankacılığı örnek olarak gösterilebilmektedir. İnternet bankacılığı; ev ve ofis bankacılığının yapılmasına olanak veren interaktif yazılımların yerini internetin alması ve güvenlik sorununa çeşitli çözümler üretilmesiyle gelişen ve web temelli olarak gerçekleştirilen bankacılık işlemidir.

İnternet kullanımında meydana gelen artışla birlikte internet aracılığıyla yapılan bankacılık işlemleri gün geç tikçe artmaktadır. İnternet bankacılığı, bankacılık işlemlerinin internet ortamında bankaların web siteleri üzerinden istenildiği zaman dünyanın her yerinden ulaşarak yapılmasını sağlamaktadır. İnternet bankacılığında, banka personeli ile bire bir ilişki içinde bulunulmamaktadır. Müşteri, bankacılık işlemlerini gerçekleştirirken kendi girdiği talimatlar doğrultusunda otomatik olarak gerçekleştirmektedir.

İnternet bankacılığını ev ve ofis bankacılığından ayıran özellik, internet bankacılığında bankanın günün her saatinde milyonlarca müşteriye hizmet verebilmesidir.

Sosyal, kültürel ve demografik özelliklerden de etkilenmesine rağmen ülkedeki internet kullanımı kişisel bilgisayar miktarı ve telefon aboneliği ile doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla, internet bankacılığının yaygınlaşması kişisel bilgisayar kullanımı ve internet bağlantılarının artırılması ile mümkün olabilmektedir.

Günümüzde kişisel bilgisayarlar aracılığıyla daha hızlı ve daha kolay ulaşılan internet bankacılığı yapılmaktadır. Başlangıçta birçok banka interneti, kendilerini ve sundukları bankacılık hizmetlerini tanıtmak amacıyla kullanmaya başlamıştır. Ancak gelişmekte olan bankacılık sektöründe, interaktif bankacılık devri başlamıştır. Türkiye’de de büyük bankalar hızla internet üzerinden bankacılık işlemlerinin yapılabilmesi için ardı arkasına internet şubeleri açmışlardır.

Bu çalışma gelişen bilgi teknolojileri ekseninde, Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenlerin internet bankacılığına ilişkin algı, beklenti ve düşüncelerini belirlemeye yönelik yapılmıştır.

İnternet bankacılığı ile ilgili olarak bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde banka ve bankacılığın tarihsel gelişimi, dönemsel olarak Türkiye’de bankacılığın gelişimine değinilmiştir. İkinci bölümde internet ve internet bankacılığı ile ilgili kavram ve tanımlar, tarihsel gelişimi, internet bankacılığı ile yapılabilecek işlemler ve İnternet bankacılığında kullanılan araçlardır. Ayrıca İnternet bankacılığının sunduğu fırsatlar, mahsurları ile banka ve müşteriler için olası risk ve tehditleri yer almaktadır. Üçüncü bölümde internet bankacılığı ve tüketici davranışları ile internet bankacılığında olası saldırılar ve çözüm önerileri üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümde ise Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenlerce internet bankacılığının ne derece benimsendiğini ve benimsenmesinin altında yatan faktörleri tespit etmeye yönelik çalışma yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BANKACILIK VE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1. BANKACILIĞIN TANIMI VE İŞLEVLERİ

Ülkelerin ticaret ve sanayilerindeki gelişimin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkan bankalar, bugün ekonominin vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. Bankalar insanların günlük yaşamlarına o denli girmiş ve yerleşmiştir ki, artık bankanın ne olduğu şeklindeki bir değerlendirme ve anlatım adeta gereksiz kalmıştır. Daha ötesi bankaların ekonomik hayatı yönlendirici etkisi ve yükledikleri sorumluluklar ile yerine getirdikleri faaliyetler üzerinde durulmaya başlanmıştır. Bu da bankaları bir bütün halinde kapsayan ve her zaman için geçerli olabilecek bir tanımlama yapmayı güçleştirmektedir. Banka, en basit bir anlatımla; "sermayeyi az faizle toplayan ve daha çok faizle işleten işletmeler"; "paranın varlığından dolayı kredi veren işletmeler" veya "para üzerine ticaret yapan işletmeler" şeklinde tanımlanmak olanaklıdır ancak bütün bu tanımlar bankanın tek taraflı ve genel nitelikteki özelliklerini açıklayan basit tanımlardır.¹

Temel olarak bankalar mevduat toplayan, kredi veren, para ve kredi politikalarının uygulanmasına yardımcı olan, aracılık yapan, sanayi kuruluşlarına destek olan, iştiraklerde bulunan, kişilerin menkul kıymetlerini koruyan, borsa faaliyetlerine fiilen katılan, kalkınmaya destek veren, yönlendiren kuruluşlardır. Banka, para ve para yerine geçen öteki menkul değerlerle iş yapan ve finans hizmetleri sunan bir kurumdur. Mevduat alan ve borç veren bankalar karlarını, yatırılan ve kredi olarak verilen paralara uygulanan faizler arasındaki farktan sağlarlar.²

¹ Yücesoy, C. (1977), Bankacılık ve Muhasebe, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, s.15.

² Şenkalp, C. (2003), Banka Nedir? <http://www.gauvision.org/vision/issue3/cemile.html>.

Bankaların işlevleri genel olarak dört bölümden oluşur. Bu işlevler;³

—Ödeme araçlarının yönetimi,

—Portföy yönetimi,

—Fon transferleri ve risk paylaşımının saptanması,

—Alacakların islenmesi, daha iyi bilgi edinme ve işlem maliyetlerinin azaltılması olarak sayılabilir.

Temelde bankacılık yatırım bankacılığı ve ticari bankacılık olarak ikiye ayrılır. Tasarruf toplayan ve cari hesapları tutan ticari bankalar borç verme, yatırım yapma, kişiler ve kurumlar arasında mali işlemleri kolaylaştıracak hizmetler sunma gibi işlevleri yerine getirir. Yatırım bankaları ise menkul kıymetlere yatırım yapılmasına ve firmaların sermaye yapılarındaki değişimlere danışmanlık ve aracılık ederler.⁴

Bankalar kişiler arası nakit akışına, ödemelere aracılık ederler. Bu hizmet ya doğrudan transfer (virman, havale, EFT, SWIFT, POS) ya da vadeli ödeme araçları (çek, senet, kredi kartı) ile gerçekleşir. Yatırım tarafına bakıldığında, bankalar kişilerin finansal varlıklarının yönetimine aracılık ve danışmanlık yaparlar. Bankalar kişilerin sahip olduğu nakitlerini, menkul kıymetlerini, değerli kâğıt ve madenlerini saklama konusunda da hizmet verirler.⁵

Merkez bankaları ise devletlerarasındaki mali işlemleri yürüterek içerde para ve kredi politikalarının düzenlenmesine ve uygulanmasına aracılık ederler. Ayrıca bir mali bunalım sırasında ticari bankaların borç almak için en son başvurabilecekleri makam görevini görürler. Merkez bankaları, bu temel etkinliklerinin yanı sıra mali sistemin güvencesi olarak önemli bir psikolojik rol oynamaktadırlar. Ticari bankaların yüksek riskli borç vermelerini engelleyerek, bu bankaların yönetim ve hesaplarını denetleyerek ve nakit sıkıntısı çeken ticari bankalara borç vererek işlevlerini yerine getirirler.⁶

³Kıvanç, S. (1999), Türk Bankacılık Sistemi, Harp Akademileri Basım Evi.

⁴Tunay, B. ve Silpar, M. (2006), Türk Ticari Bankacılık Sektöründe Karlılığa Dayalı Performans.

⁵Şenkalp, C. (2003), Banka Nedir?, <http://www.gauvision.org/vision/issue3/cemile.html>, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013

⁶Şenkalp, C. (2003), Banka Nedir?, <http://www.gauvision.org/vision/issue3/cemile.html>, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013

Geçmişte toplumların nispeten bir kesimini yakından ilgilendiren sınırlı bankacılık faaliyetleri, bugün hem ulusal hem de uluslararası ekonomi ve ticaret alanında etkin ve önemli bir rol oynamakta, hemen hemen her bireyi içine alan hizmet seçenekleri ile daha da önemli bir konuma yerleşmektedir. Ödeme aracı olarak sadece metal paraların kullanıldığı dönemlerdeki bankacılık faaliyetleri ile günümüzdeki bankacılık faaliyetleri arasında büyük farklılıklar vardır. Bu farklılık, bankalara bugün çok daha karmaşık bir yapı hazırlamıştır. Bu karmaşıklığın önemli nedenlerinden birisi, değişen ekonomik ve teknolojik koşullara paralel olarak bankacılığın da sürekli ve hızlı bir değişim içinde olmasıdır. Yirminci yüzyılın iletişim teknolojileri sayesinde ülkeler ve kıtalar arasında çok kısa sürelerde satın alma gücü transferleri yapılabilmektedir. Böyle bir ortamda bankaların faaliyetleri, örgütlenme ve çalışma düzenleri ile ekonomilerin gelişmişlik düzeyleri birbirini etkilemektedir.⁷

1.2. BANKACILIĞIN TARİHÇESİ

Bankacılık tarihinin incelenmesi, bugün yerleşik kurum ve kurallara uygun olarak kendiliğinden yaptığımız işlemleri daha iyi anlamamızı ve günümüzde uygulanan karmaşık finansal sistemlere hangi aşamalardan geçilerek ulaşıldığını görülmesini sağlayacaktır.⁸

Mevduat kabulü ve kredi olarak kabul edebileceğimiz ilk bankacılık işlemlerinin MÖ. 2000 yılında Babil’de başladığı, ilk bankaların tapınaklar, ilk bankacıların da rahipler olduğu söylenir. Banka hukuku tarihçileri, tapınakların en güvenilir yerler olduğundan pek çok kimsenin değerli eşyalarını, para gibi kullanılan nesnelərini, tapınaklara bıraktıklarını, bunlara Tanrılara sunulan armağanların da eklenmesiyle, rahiplerin ellerinde büyük birikimlerin oluştuğunu söylerler. Oluşan bu birikimlerin rahipler tarafından ihtiyacı olanlara bazı güvenceler karşılığında ödünç verildiği ve daha

⁷ Uzkesici, N. (1994), Modern Banka Yönetimi ve Organizasyonu, Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No:784 Eskişehir.

⁸ Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

sonra hediyesi (faizi) ile birlikte geri alındığı belirtilmektedir. Bu faaliyetler tarihçiler tarafından bir çeşit ilkel bankacılık olarak nitelendirilmektedir.⁹

Babil’de olduğu gibi, eski Yunan Site Devletlerinde de tapınaklar, kredi ve mevduat kabulünün yanı sıra, kambiyo işlemlerinin yapıldığı yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir paranın diğerine çevrilmesi işlemi tapınaklarda rahipler tarafından yapılmaya başlanmıştır. Kambiyo (Exchange) olarak isimlendirilen bu tür işlemler, siteler arası ticaretin o dönemde gelişmesi sonucu, bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır. Çünkü her sitenin kendine özgü sikkesi, diğer site tarafından kabul edilmediğinden, bir tür değişim mekanizmasının kurulması gerekmiştir. Bunu da tapınaklarda görevli rahiplerin yapmaya başladıkları, araştırmalar sonucunda anlaşılmıştır. O dönemde, rahipler tarafından kambiyo işlemlerinin yapılmaması halinde, siteler arası ticaret gerçekleşemezdi. Sikkelerin saklanmak üzere tapınaklara kabulü “mevduat”; bu sikkelerin ihtiyacı olanlara fazlasıyla iade edilmek üzere verilmesi de “kredi” benzeri kurumların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Daha sonraları ilk defa Yunanistan’da laik bankacılık görülmüştür. Laik bankacılık “Trapezit” ler tarafından yapılmaya başlanmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda; din adamlarının en büyük rakibi olan Trapezit’lerin MÖ. 4’üncü yüzyıl civarlarında ortaya çıktıkları tarihçiler tarafından söylenmektedir. “Masa”, “Tezgâh” kelimesinden türeyen “Trapez” çok sonraları Akdeniz ülkelerinde görülen “Banker” kelimesinin öncüsüdür. Çünkü banker kelimesi de Latince tezgâh anlamına kullanılan “Bank”tan gelmektedir. Trapezit’lerin %12 – %14 faiz ile ödünç verdikleri söylenmektedir.¹⁰Roma İmparatorluğu’nun yıkılışını izleyen dönemde ticarete önemli düşüş görülmüş, buna karşılık tefecilik yaygınlık kazanmıştır. 12’nci yüzyıla ulaşıldığında ise, ticaretin Akdeniz siteleri ile Bruges, Anvers ve Lübeck’in yönetimindeki Hansa Birliğine dâhil kentlerde ve fuar açılan (Champagne gibi) yerlerde yoğunlaştığı görülmüştür.¹¹

⁹Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

¹⁰Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

¹¹Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

O dönemdeki gelişme ile birlikte, bugünkü emre muharrer senede, yani bonoya çok benzeyen “Cambiale” mektubu ortaya çıkmıştır. “Cambiale” bankacılığın da gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Cambiale’nin düzenlenmesine sebep, güvenlikten yoksunluk dolayısıyla bir siteden diğerine veya bir kentten ötekine para yollamanın veya beraberinde götürmenin tacir için tehlikeli olmasıdır. Bir yabancı site veya kentte ticaret yapmak isteyen tacir, kendi ülkesindeki para değişimi ile uğrasan Cambor’a başvurup, gerekli parayı ona öder, Cambor da Cambiale’yi yazıp tacire verir. Cambiale Mektubunda, tacirden paranın alındığı, komisyon ve masraflar düşüldükten sonra kalan tutarın ödeme yerinde mektubu ibraz edene veya yetkilendireceği kişiye bizzat veya temsilcisi aracılığı ile ödeneceği vaat edilmektedir. Böylelikle ödeme yerinde Cambiale paraya dönüştürülüp, mal alınabilmekte veya bir borç kapatılabilmektedir. Aynı yöntem doğu ülkelerindeki kiliselerin masraflarını karşılamak için de kullanılmıştır. Sistem tam bir banker olan Cambor’u ve “Kliring”i yaratmıştır. Çünkü Cambor’lar veya adamları arasındaki hesaplaşma “Kliring” ile yapılmıştır. Önceleri bir ödeme yöntemi olarak görülen Cambiale, daha sonra kredi ile de işlemeye başlamıştır. Şöyle ki, vade farkını almak şartı ile Cambor mektubu tacir kendisine ödeme yapmadan da yazmaya başlamıştır. Gerek mevduat kabulü ve gerekse kredi verilmesi işlemleri, önceleri tanıklar önünde yapılan bir sözlü anlaşma olarak yapılmakta iken; daha sonraları 13’üncü ve 14’üncü yüzyıllarda, anlaşmanın önemli hükümlerini içeren “Holograph” belgesi hazırlanmaya başlanmıştır. Bu belgede, mektubun imzacısı (kesideci, tanzim eden), muhatap durumundaki bankere, belirli bir miktardaki parayı, belirlenen bir tarihte, lehtara ödemesi için havale talimatı vermektedir. Bugünkü poliçeye benzeyen bu mektup, önceleri tedavül edemiyordu. Poliçe ve çek 16’ncı yüzyıldan 18’nci yüzyıla kadar geçen sürede modern şeklini alırken, mevduat ve kredi bankacılığı da iyice yerleşmiştir.¹²

1453’te İstanbul’un fethi ve bunun neden olduğu Rönesans hareketi ve bir süre sonra yeni kıtaların keşfi, ticaretin okyanuslara kayması ve genişlemesi bugünkü batı ülkelerinde o zamana kadar geçerli olan Kilise Hukuku’nun yerini Roma Hukuku’nun

¹²Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

almasına neden oldu. Hatta Kilise Hukuku değişti. Sonuç itibariyle faize bakış değişti. O zamana kadar yasak olan faiz, kabul edilmeye başlandı. Bütün bu gelişmeler bankacılığın gelişmesinde büyük katkı yaptı. Bu arada özellikle İşpanyollar'ın Güney Amerika'dan getirdikleri altınlarla çok çeşitli sikkeler basması, Avrupa'daki paraların çeşitliliği ve ayarlarının bozuk olması, (tağış edilmif olmaları) paraların birbirlerine göre değerlerinin saptanmasında büyük güçlükler yaratıyordu. O sırada ticaretin yoğun olduğu kent Amsterdam ve Hamburg'du ve sözü edilen paralar bu merkezlere geliyordu. Bu para karmaşasına are olarak 1609'da Amsterdam Bankası kuruldu. Banka, sabit nitelik ve değerde hesap parası olarak banka florini yarattı. Aynı Şekilde Hamburg Bankası banka markını yaratmıştır. Aynı dönemde (1637) Venedik'te Venedik Bankası kurulmuş ve bu banka ek ve banknot kullanımına yol açan "Contadi di Banka" sistemini geliştirmiştir. 1640'da İngiltere'de kralın tüccarların Londra kulesinde saklanan altın klelerine el koyması, tüccarların devlete olan güvenini sarstı ve tüccarlar bundan böyle altınlarını, adlarına "goldsmith" denilen tüccarlara vermeye bunun karşılığında bir Őahadetname almaya başladılar. Bir süre sonra Goldsmihtler kasalarındaki altınların atıl durduğunu görerek bunlara dayalı olarak borç isteyenlere "goldsmith notes" denilen kendi senetlerini vermeye başladılar. İşte bu senetlerin zamanla piyasada alışverişlerde dolaşır olması ilk banknot sistemini oluşturmuştur.¹³

18'nci yüzyıla ulaşıldığında bankalar bütün Avrupa'ya yayılmıştır. 18'nci yüzyıl ile 20'nci yüzyıl arası Avrupa lkelerinin köklü bankaları kurup geliştirdikleri, merkez bankacılığına geçtikleri ve bankaya ilişkin hukuki düzenlemeleri yaptıkları dönemdir. İngiltere'de herhangi bir imtiyaza sahip olmadan "Bank of England" 1829'a kadar hazine yararına banknot ihracı ile yetkilendirilmiştir. 1844 "Bank Act" bu imtiyazı o tarihe kadar ihraç yetkisini kullanan bankaların tekeline vermiştir. Fransa'da "Banque de France" 1848'de imtiyaza sahip olmuştur. ABD'de uzun süre serbest olan banknot çıkarma yetkisi 1863'de "National Bank Act" ile düzenlenmiştir. Sovyet Rusya'da ise 1921'de kurulan "Gosbank", hem sürüm yetkisine sahip ve hem de kısa vadeli kredi veren tek kuruluştur.¹⁴

¹³Parasız, İ. (2000), Modern Bankacılık Teori ve Uygulama, ss. 5-6.

¹⁴Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958 – 2007", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

Böylece rahiplerin tapınaklarda yaptığı mevduat kabulüne benzeyen emanet (vedia) ve krediye benzeyen ödünç işlemlerinden günümüzdeki çok yönlü bankacılığa ulaşılmıştır.¹⁵

1.3. DÖNEMSEL OLARAK TÜRKİYE’DE BANKACILIĞIN GELİŞİMİ

Türkiye’de bankacılığın tarihsel gelişimi yedi dönemde incelenmektedir: Osmanlı imparatorluğu Dönemi (1847 – 1923), Ulusal Bankalar Dönemi (1923 – 1933), Kamu Bankaları Dönemi (1933 – 1945), Özel Bankalar Dönemi (1945 – 1960), Planlı Dönem (1960 – 1980), Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 – 2002), Yeniden Yapılandırma Dönemi (2002 – 2007).¹⁶

1.3.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1847 – 1923)

Osmanlı İmparatorluğu’nda ilk banka 1847 yılında Galata Bankerleri tarafından İstanbul Bankası (Banque de Constantinople) adıyla kurulmuştur. Ancak, bu banka çok uzun bir süre çalışmamış, 1852 yılında faaliyetlerine son vererek, tasfiye edilmiştir. İstanbul Bankası faaliyetlerinin sona erdiği tarihe kadar kaimelerin dış değerinin sabit kalması yönünde önemli katkılarda bulunmuştur.¹⁷

Türk Bankacılığı açısından ilk önemli hukuki metin ise, faiz oranlarını sınırlayarak tefeciliği önlemek amacıyla 1852 yılında çıkartılan Murabaha Nizamnamesidir. Birçok değişikliğe uğrayan, Cumhuriyet döneminde de uygulanan nizamname 01.01.1957 tarihinde Türk Ticaret Kanununun yürürlüğe girmesiyle yürürlükten kaldırılmıştır. İstanbul Bankasının kısa süren faaliyet dönemi dikkate alındığında, Osmanlı İmparatorluğu’nda bankacılığın 1856 yılında İngiliz sermayesi ile

¹⁵Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

¹⁶Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

¹⁷Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

kurulan Osmanlı Bankası ile başladığı kabul edilir. 1863 yılında Fransız sermayesi, 1875 yılında da Avusturya sermayesi bankaya ortak edilmiştir. Dış borç alınmasında dönemin Osmanlı Hükümeti ile yabancı sermaye arasında aracılık etmek amacıyla kurulan Osmanlı Bankası, 1863 yılında Padişah Fermanı ile kendisine tanınan imtiyaz uyarınca, bedelini altın olarak ödemek üzere kâğıt para çıkarma hakkını da elde etmiştir. Ayrıca banka, devletin hazine işlemlerini sürdürerek, yurt içinde ve yurt dışında devletin mali acentesi olarak çalışmıştır. Osmanlı Bankası tarafından çıkartılan kâğıt paranın halk tarafından benimsenmemesi nedeniyle banka, ekonominin likidite ve kredi hacminin belirlenmesinde etkin bir rol oynayamamıştır.¹⁸

1863 yılında yapılan anlaşma ile Osmanlı Devleti, gelirlerini Osmanlı Bankası'na yatırmayı, ödemelerini de bu banka aracılığıyla yapmayı, iç ve dış borçlanma tahvillerini Osmanlı Bankası aracılığıyla çıkarmayı; her yıl bütçenin bir örneğini Bankaya vermeyi ve olağanüstü durumlar dışında bütçede yer alan harcamaların üstünde harcama yapmamayı kabul etmiştir. Ayrıca, Bankaya devlet bütçesini denetleme yetkisi de verilmiştir. Bütün bunların karşılığında Banka, hükümete teminat karşılığı kısa vadeli avans vermekle yükümlü tutulmuştur. Osmanlı Bankasının yanı sıra, imparatorluğun yıkılışına kadar kurulan diğer yabancı sermayeli bankaların ana faaliyet alanı Osmanlı Hazinesi için iç ve dış borç temini ve bunların ödenmesiyle ilgili işlemlerle uğraşmak olmuştur. Bu nedenle Osmanlı dönemi bankacılığı için “borçlanma bankacılığı” nitelendirmesi yapılmıştır.¹⁹ Bir Osmanlı aydını olan Mithat Paşa, Tuna valiliği sırasında, o dönemde daha yeni gelişmeye başlayan milliyetçilik akımları doğrultusunda, ülke için çok önemli bir teşebbüste bulunmuş ve tarımla uğraşanlara az faizle kredi vermek amacıyla bir örgüt kurmuştur. 1863 yılında Pirot kasabasında ilk kooperatifçilik denemesine başlamış ve tarımsal kredi veren sandıklar faaliyete geçmiştir. Bu sandıklar, ilk milli bankanın temelini oluşturmalarının yanı sıra tarım kredisi ile uğraşmaları bakımından da önem taşımaktadır. Çünkü daha önce yabancılar tarafından kurulmuş olan bankaların tamamı ticari kredi ile ilgili çalışma yapmaktadırlar. 1867 yılında bu sandıklarla ilgili “Memleket Sandıkları Nizamnamesi”

¹⁸ Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

¹⁹ Akgüç, Ö. (1989), Yüz Soruda Türkiye’de Bankacılık, Gerçek Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul.

yayınlanmıştır. Memleket Sandıkları Nizamnamesi hukukumuz açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nizamname, ilk kooperatifin olduğu kadar ilk bankanın da hukuki metni olma özelliğini taşımaktadır.²⁰

Memleket Sandıklarının bankacılık açısından bir diğer önemi ise, tarım kredisinin yanı sıra, küçük paralara ihtiyacı olanlara menkul rehini karşılığında ödünç vermeyi başlatması ve bu amaçla İstanbul Emniyet Sandığı'nın kurulmasıdır. Memleket Sandıklarının sermayesi başlangıçta imece usulüyle, ardından da köylünün mal varlığı ile orantılı olarak sandığa buğday vermesiyle sağlanmaya çalışılmıştır. Zaman içinde bu sermayenin toplanmasında güçlükler yaşanması ve kredilerin verilmesinde çeşitli yolsuzlukların saptanması nedeniyle, 1883 yılında Nizamnamede bazı düzeltme ve ekler yapılarak “Memleket Sandıklarının” adı “Menafi Sandıkları” olarak değiştirilmiştir. Kısa bir süre sonra, bu sandıklarda toplanan kaynakların kullanımı ile ilgili olarak bazı şüphelerin belirmesi üzerine, 1888 yılında yayınlanan nizamnameyle bu sandıklar dağıtılarak, tarımsal kredilendirmeyi devlet denetimine alacak olan Ziraat Bankası kurulmuştur. İlk devlet bankası sıfatıyla kurulmuş olan Ziraat Bankası'nın sermayesi, menafi sandıklarının alacaklarının devriyle oluşturulmuştur.²¹

1908 yılında ilan edilen II. Meşrutiyet ile gelişen milli ticari kurumlara ve bankalara sahip olma düşüncesi milli sermayeli bankaların birbiri ardına kurulması sonucunu doğurmuştur. Bunlar çoğunlukla Anadolu'da kurulan yöresel bankalardır. Bu nedenle yöresel bankacılığımızın tarihi milli bankacılık tarihimizle birlikte ifade edilmektedir.²²

Yöresel bankacılık hareketinin ortaya çıkmasındaki temel neden, ülke içinde birikmekte olan sermayeyi ulusal ticareti geliştirmek amacıyla kullanmaktır. Kurulan ulusal bankaların kredi uğraşları daha çok ticari kredi, esnaf kredisi, tarımsal kredi,

²⁰Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

²¹Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

²²İstanbul Bankası (1911), Konya İktisadi Milli Bankası (1912), Karaman Milli Bankası (1913), Adapazarı İslam Ticaret Bankası 1913, 1917 yılı başında “İtibarı Milli Bankası” kurulmuş ve bu banka ile ilgili olarak çıkarılan 21 Şubat 1916 tarihli Kanun ile bankaya bazı ayrıcalıklar tanınmıştır.

emlak kredisi ve tüketim kredisi şeklinde oluşmuştur. Bu bankaların pek çoğunun kurucuları, Avrupa'ya hammadde ihraç eden veya bu ülkelerden sanayi ürünü ithal eden tüccar ve çiftçilerdir. Özet olarak; Osmanlı İmparatorluğu döneminde banka hukukundan söz etmeye olanak yoktur. Bankalar, özellikle yabancı sermayeli olanlar, tam bir serbesti içinde ve tamamen ticari kredi esasına göre çalışmışlardır. Sanayileşmeye yönelik bir kredi politikasının uygulanması için elverişli bir ortam hazırlanmamıştır. Çünkü kredi sistemi sadece faiz oranlarının tespitinden ibaret sayılmış ve 1852 yılında çıkartılan Murabaha Nizamnamesinin sorunu çözebileceği düşünülmüştür. Osmanlı Bankasının merkez bankası olarak çalışması da önemli olumsuz nedenlerden birini teşkil etmiştir. Dönemin bir diğer özelliği de kredi işlemleri (özellikle devlete borç verme) öne çıkarıldığından mevduat ve mevduat sahibine önem verilmemesidir.²³

1.3.2. Ulusal Bankalar Dönemi (1923 – 1933)

1923 yılına gelindiğinde 22 tanesi ulusal, 13 tanesi yabancı olmak üzere toplam 35 banka Türkiye'de faaliyet göstermekte ve bu bankaların 139 şubesi bulunmaktadır. 1923 yılında toplanan İzmir İktisat Kongresi, bankacılık ile ilgili önemli gelişmelere yol açmıştır. Kongrede ekonomik gelişme için ulusal bankacılığın kurulması ve geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Alınan kararlar doğrultusunda, Atatürk'ün direktifleriyle, 26 Ağustos 1924 tarihinde, Cumhuriyet döneminin ilk özel sektör bankası olarak Türkiye İş Bankası kurulmuştur. 1923 – 1932 yılları arasındaki dönemde İş Bankası'nı takiben Türkiye Sınâî ve Maadin Bankası²⁴ ile Emlak ve Eytam Bankası²⁵ kurulmuş, ayrıca tek şubeli yerel banka sayısında artış olmuştur. Cumhuriyet döneminde bankacılık ve dolayısıyla banka hukuku ile ilgili ilk önemli yasal metin 30 Haziran 1930 tarih ve 1715 sayılı T.C. Merkez Bankası Kanunudur. Kuruluş döneminde ekonomiye milli bir yapı ve nitelik kazandırmak, para ve kredi piyasasını milli esaslara

²³Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958 – 2007", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

²⁴1932'de Türkiye Sanayi Kredi Bankası adını almış, 1933'de de Sümerbank'a devredilmiştir.

²⁵1927 yılında kurulan Emlak ve Eytam Bankasının adı 1946 yılında Türkiye Emlak ve Kredi Bankası olarak değiştirilmiştir.

uygun olarak düzenlemek, merkez bankasının milliliği ilkesini gerçekleştirmek amacıyla bir merkez bankası kurulması hazırlıklarına 1929 yılında başlamıştır.²⁶

T.C. Merkez Bankası, 1930 yılında 15 milyon sermayeli bir anonim ortaklık olarak kurulmuştur. Bankanın kuruluş Yasasında, istisnai görev ve yetkileri dışında özel hukuka bağlı olması kabul edilmiştir. Dönemine göre çok ileri bir anlayışı yansıtan bu sistem uyarınca, sermaye dört grup paylardan oluşmuştur: (A) grubu paylar devlete (%25), (B) grubu paylar milli bankalara, (C) grubu paylar milli bankalar dışında kalan bankalara, (D) grubu paylar ise Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı gerçek ve tüzel kişilere aittir. T.C. Merkez Bankası'nın çeşitli görevleri arasında para ve kredi piyasasını milli esaslara göre düzenlemek de yer almaktadır. Başlangıçta banknot çıkarılmasına ilişkin olarak getirilen sıkı sınırlamalar kısa bir süre sonra genişletilmiş, bankanın temel işlevi etkin bir para politikası yürütmekten çok kamu kesiminin finansman açığını kapatmak olmuştur.²⁷

1.3.3. Kamu Bankaları Dönemi (1933 – 1945)

1930'lu yıllarda Türkiye tarım üretiminin egemen olduğu bir ülke görünümündedir. Özel kesimin özendirilmesi ile sanayileşme stratejisi, sermaye birikiminin yetersizliği nedeniyle önemli bir sonuç vermemiştir. Bu durum, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için devletin sanayi yatırımlarının gerçekleştirilmesinde daha aktif bir rol oynaması gerektiği yönünde görüşlerin ağırlık kazanmasına neden olmuştur. Bu dönemde yaşanan dünya ekonomik krizinin de etkisiyle, sanayileşme için yeni yöntemler bulunması için çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Sonuç olarak, kamu iktisadi girişimleri tarafından gerekli yatırımların yapılması yoluyla sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. "İktisadi Devletçilik" olarak adlandırılan bu sanayileşme stratejisinin temelinde; büyük sermaye gerektiren ve teknik bilgiye ihtiyaç gösteren yatırımların gerçekleştirilmesinde, devletin özel kesime göre daha fazla olanaklara sahip olduğu düşüncesi yatmaktadır. İktisadi devletçilik stratejisi, bankacılık sistemini de

²⁶ İlk Merkez Bankası Kanunu halen yürürlükte olan 14 Ocak 1970 tarihli ve 1211 sayılı T.C. Merkez Bankası kanunu.

²⁷Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958 – 2007", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

önemli ölçüde etkilemiştir. Bu dönemde, Sümerbank (1933), Belediyeler Bankası (1933), Etibank (1935), Denizbank (1937) ve Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) sanayi planlarında yer alan işletmelerin kurulması, işletilmesi ve finansman ihtiyaçlarının sağlanması amacıyla, kamu tarafından, özel amaçlı banka statüsüyle kurulmuştur. Mevduatın, özellikle tasarruf mevduatının korunması amacıyla, 30 Mayıs 1933 tarihinde 2243 sayılı Mevduatı Koruma Kanunu çıkarılmıştır.²⁸

1.3.4. Özel Bankalar Dönemi (1945 – 1960)

Bu dönemin en önemli özelliği; sanayileşme stratejisi olarak iktisadi devletçiliğin yerine özel sektörün desteklenmesi yoluyla ekonomik kalkınmanın hızlandırılması politikasının uygulanmaya başlanmış olmasıdır. Politika değişikliğinin başlıca nedeni, savaş yıllarında yaşanan yüksek enflasyon ve vurgunculuk ortamında, tarım ve ticaret sektörlerinde varlıklı bir özel kesimin ortaya çıkması ve 1950 yılında, iktisadi liberalizm ilkesini benimsemiş Demokrat Parti'nin iktidara gelmesidir. Özel kesimin güçlenmesi ve sanayileşme politikasında meydana gelen değişiklik etkisini bankacılık sektöründe de göstermiş olup, bu dönem, özel bankacılığın geliştiği bir dönem olmuştur.²⁹ Bankacılık alanında yapılan yatırımların getirisi yükselmiş ve özel bankacılık hızla önem kazanmaya başlamıştır. Faiz oranları ve bankacılık işlemlerinden alınacak komisyon oranlarının hükümetçe belirlenmesi ve dövize dayalı işlem yapma yetkisinin sadece Merkez Bankası'nda bulunmasının da etkisiyle, şube bankacılığı ve mevduat toplamaya dayalı rekabet önem kazanmıştır. Şube bankacılığının yaygınlaşması, bölgesel nitelikli yerel bankaların tasfiye sürecini hızlandırmıştır. Yine bu dönemde, 1936 yılından beri yürürlükte olan 2999 sayılı Bankalar Kanununun yerini, 23 Haziran 1958 tarihinde 7129 sayılı Bankalar Kanunu almıştır. Yeni yasayla Türkiye'de "bankacılık mesleğinin gelişmesi, bankalar arasında dayanışmanın

²⁸Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958 – 2007", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

²⁹Yapı ve Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950) bu dönemde kurulmuştur.

sağlanması ve haksız rekabetin önlenmesi” amacıyla Türkiye Bankalar Birliği kurulmuştur.³⁰

1.3.5. Planlı Dönem (1960 – 1980)

Dönemin bankacılık açısından en önemli özelliği, özel ticaret bankalarının büyük bölümünün holding bankası haline gelmesidir. Bir sermaye grubunun, belirli bir bankanın sermayesinin önemli bölümüne sahip olması anlamına gelen ve dünyada da yaygın olan holding bankacılığı, yatırımları hızlandıracağı düşüncesiyle devlet tarafından teşvik edilmiştir. Bu dönemde, Türk finans sistemi, tasarrufları özendirerek kalkınmada öncelik taşıyan alanlara yöneltecek bir yapı içinde bulunmadığından, kaynak sağlama ve bu kaynakları kalkınmanın gerektirdiği alanlara yöneltme görevi, kamu kesimi tarafından üstlenilmiştir. Kamu kesiminin kaynak sağlama ve bu tür kaynakları artırmada karşılaştığı güçlükler, kamunun Merkez Bankası kredilerine bağımlılığını artırmıştır. Merkez Bankası kredileri de büyük ölçüde emisyonla sağlanmıştır. Merkez Bankası tarafından kamuya kullanılan kredilerin, genellikle ekonomide mal ve hizmet arzına yol açmayan, sübvansiyon biçimindeki ödemelerde kullanılması, geri dönmemesi nedeniyle para arzı giderek artmış ve büyük bir parasal genişleme (enflasyon) yaratmıştır. Mal ve hizmet arzını aşan bu tür parasal genişleme, enflasyonun artmasındaki en önemli neden olmuştur.³¹

Planlı dönemde, oldukça karmaşık bir teşvik sistemi ile bankaların açtıkları orta vadeli kredi miktarı arttırılmaya çalışılmıştır. Bankaların öncelikli sektörlerde yatırım yapan iştiraklerine kredi vermelerini özendirici düzenlemeler yapılmıştır.³²

³⁰ Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No:262.

³¹ Artun, T. (1983), İşlevi Gelişimi ve Sorunlarıyla Türkiye’de Bankacılık, Tekin Yayınevi, İstanbul.

³² Artun, T. (1983), İşlevi Gelişimi ve Sorunlarıyla Türkiye’de Bankacılık, Tekin Yayınevi, İstanbul.

Planlı dönemde, 1950’li yıllarda kurulmuş pek çok küçük banka tasfiye edilmiş; beşi kalkınma ve ikisi ticaret olmak üzere toplam yedi banka kurulmuştur.³³

1.3.6. Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 – 2002)

1970’li yılların sonunda ödemeler dengesi problemleri nedeniyle yaşanan ekonomik durgunluk, yeni bir sanayileşme stratejisinin benimsenmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. 1980 yılında, iç pazara yönelik üretimin yapıldığı ithal ikameci sanayileşme stratejisi terk edilerek, piyasa ekonomisine dayalı, dışa açılmayı ve dışarıya yönelik üretimi esas alan bir kalkınma politikası benimsenmiştir. Yeni stratejiyi desteklemek, ekonominin serbest piyasa ekonomisi kurallarına göre yeniden yapılanmasını ve tasarrufların gerekli seviyeye yükseltilmesini sağlamak amacıyla, esnek döviz kuru ve pozitif reel faiz politikası uygulanmaya başlanmış, mali piyasaların serbestleşmesi ve derinleşmesine yönelik düzenlemeler yapılarak, buna uygun yeni kurumlar oluşturulmaya başlanmıştır. Bu amaçla hazırlanan 3182 sayılı Bankalar Kanunu, 2 Mayıs 1985 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Uluslararası bankacılık standartları ile denetim ve gözetim sistemi bankacılık sistemimize kazandırılmış, tek düzen hesap planı uygulaması getirilmiş, bilânçolar dış denetime tabi tutulmuş, mevduat sigortası fonu ve İnterbank piyasası kurulmuştur.³⁴

³³ Bu dönemde kurulan kalkınma bankaları: T.C. Turizm Bankası (1962), Sınai Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türkiye Maden Bankası (1968) ve Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1976). Kurulan ticaret bankaları: Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası (1964) ve Arap-Türk Bankası (1977). Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası, Amerikan ve İtalyan sermayesinin iştiraki ile dış ticaretin finansmanı amacıyla kurulmuştur. Bu Banka, Cumhuriyet döneminde yabancı sermaye iştiraki ile kurulan ilk bankadır. Bankanın unvanı 1970 yılında Türk Dış Ticaret Bankası A.Ş. olarak değiştirilmiştir. 2006 yılında bankanın hisseleri Belçika – Hollanda sermayeli Fortis grubuna satıldıktan sonra bankanın unvanı Fortis Bank A.Ş. olarak değiştirilmiştir. Arap-Türk Bankası, Libya ve Kuveyt sermayesinin katılımı ile yabancı ortaklı banka olarak, artan Arap sermayesini Türkiye’ye çekmek, Avrupa para piyasalarından yararlanmak ve uluslararası bankacılık yapmak amacıyla kurulmuştur.

³⁴ Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

Bu döneme ilişkin bazı önemli gelişmeleri şu şekilde sıralayabiliriz:³⁵

- 1987 yılında Merkez Bankası, açık piyasa işlemlerine başlamıştır.
- 1988 yılında döviz piyasası kurulmuştur.
- 1989 yılında döviz işlemleri ve sermaye hareketleri serbest bırakılmıştır.
- 1990 yılında TL'nin diğer döviz cinslerine çevrilebilirliği ilan edilmiştir.
- Yurtdışında yerleşik kişilere Türkiye'de menkul kıymet yatırımı yapma, TL ve döviz mevduatı açma izni verilmiştir.
- 1990 yılında, Merkez Bankası öngörülebilirliğin artması ve mali piyasalardaki belirsizliklerin azaltılmasına yönelik olarak para programının tanıtımı ve uygulamasını başlatmıştır.
- 1992 yılında, elektronik fon transferi (EFT) sistemine işlerlik kazandırılmıştır.

Ekonomide serbest piyasa mekanizmasının işlerlik kazanması ve mali piyasaların serbestleşmesine yönelik düzenlemelerin yapılması, bankacılık sistemi üzerinde önemli etkiler yapmıştır. Sektöre yeni yerli/yabancı bankaların girişine izin verilmesi ve mevduat/kredi faiz oranlarının serbest bırakılmasına bağlı olarak sektörde rekabet artmıştır. Artan rekabetle birlikte, klasik mevduat bankacılığı yerine, hem kaynak ve hem de ürün çeşitliliğinin arttığı daha farklı bir bankacılığın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu dönemde banka fonlarının büyük bir bölümü sermaye piyasası işlemleri, Devlet iç borçlanma senetleri ve hazine bonoları alımı ve döviz işlemlerinde kullanılmıştır. Banka müşterilerine tüketici kredileri, kredi kartları, döviz tevdiat hesabı, leasing, factoring, forfaiting, takaslama, forward, future, option, otomatik vezne makineleri, satış noktası terminalleri gibi yeni ürün ve hizmetler sunulmuş; bilgisayar sistemleri ve diğer teknolojik yeniliklerden yararlanması ve personel eğitimine önem verilmesi sonucu sektörde verimlilik artışı sağlanmıştır.³⁶

³⁵Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958 – 2007", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

³⁶Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye'de Bankacılık Sistemi "1958 – 2007", Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

Döviz işlemlerinde ve sermaye hareketlerinde serbestleşmeye gidilmesi sonucu, yurtdışından borçlanma ile sağlanan fonlar, bankalar için mevduatın yanı sıra, önemi bir kaynak haline gelmiştir.³⁷

Bu dönemde toptancı bankacılık yapan az şubeli küçük ve orta ölçekteki banka sayısı artmış, büyük ölçekli özel bankaların pazar paylarında ise gerilemeler olmuştur. Daha önceki dönemlerde olduğu gibi bu dönemde de yüksek düzeylerde kamu sektörü finansman açıklarının yaşanması sonucu, özellikle 1989 yılından sonra ekonomide “yüksek faiz, yüksek enflasyon” dönemine girilmiştir. Hızla büyüyen bütçe açıklarının bir bölümünün Merkez Bankası finansmanı ile, önemli bir bölümünün de iç borçlanma yoluyla karşılanması mali kaynaklara olan kamu talebinin artmasına neden olmuştur. Makro dengesizliklerin giderilmesine yönelik doğru politikaların uygulamaya geçirilememesi nedeniyle belirsizlik artmış; makro ekonomide kaybolan disiplin finansal sektörünün faaliyetlerine ve denetlenmesine de yansımıştır.³⁸

Yaşanan bütün bu gelişmelere uyum sağlamak amacıyla, 25.04.1985 tarihli ve 3182 sayılı Bankalar Kanununda 512 ve 538 sayılı Kanun Hükmünde Kararnameler ile muhtelif değişiklikler yapılmıştır. Bankaların denetim ve düzenleme işlevi, 3182 sayılı yasada Hazine Müsteşarlığı ve Müsteşarlığın bağlı olduğu Bakanlığa verilmiş iken, 4389 sayılı yasa ile yeni ve özerk bir kurum olan “Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu”na (BDDK) devredilmiştir. BDDK ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu’nun (TMSF) kuruluş işlemleri Ağustos 2000 tarihinde tamamlanmıştır. Özel sermayeli bankalar ile kamu sermayeli bankalar arasında rekabet eşitliğini bozan düzenlemeler kaldırılmıştır. Kredi tanımı Avrupa Birliği düzenlemelerine yakınlaştırılmıştır. İlk defa büyük kredi tanımı getirilmiş, dolaylı kredi ilişkisi yeniden düzenlenmiş ve kredi öz kaynak ilişkisi daha da daraltılmıştır. Risk yönetimi ve pekiştirilmiş bazda bilanço hazırlanmasını zorunlu hale getiren düzenlemeler ilk defa bu yasada yer almıştır.³⁹

³⁷Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

³⁸Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

³⁹Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

Bir bankanın mali bünyesinin zayıflaması durumunda denetim kurumunun hareket kabiliyeti artırılmış, mali bünyenin güçlendirilmesini sağlayacak veya bankanın faaliyeti ile ilgili olarak alınacak tedbirlere ilişkin kararlar daha objektif kriterlere dayandırılmış ve karar sürecini hızlandıran değişiklikler yapılmıştır. Ortakların ve yöneticilerin şahsi sorumlulukları artırılmış, mevzuata aykırı davranışlara ilk kez idari ceza sistemi getirilmiş, adli cezalar ise önemli ölçüde artırılmıştır. Bu düzenlemeler sonucu, bankacılık mevzuatı uluslararası düzenlemelere ve özellikle Avrupa Birliği direktiflerine önemli ölçüde yakınlaştırılmıştır.⁴⁰

1.3.7. Yeniden Yapılandırma Dönemi ve Günümüz Bankacılığı (2002 – 2013)

Nisan 2001’de ekonominin dış şoklara direncinin artırılmasını, enflasyonun düşürülmesi, kamu borçlarının azaltılması, mali disiplinin sağlanması, yapısal reformların tamamlanması ve bankacılık sisteminin güçlendirilmesini hedefleyen “güçlü ekonomiye geçiş programı”, uygulamaya başlanmış olup, 2002 yılının başında program revize edilmiştir. Programın temel prensiplerinin kararlılıkla uygulanması, siyasi istikrar ve dünya ekonomisindeki konjonktürün de yardımıyla, ekonomide ve bankacılık sisteminde olumlu yönde gelişmeler olmuştur. Merkez Bankası Kanununda yapılan değişiklikle, Bankanın görevinin fiyat istikrarı olduğu açıkça tanımlanmış, Bankaya araç bağımsızlığı sağlanmış ve Para Politikası Kurulu oluşturulmuştur.⁴¹

Kamu bankaları yeniden yapılandırılmış, ortak bir yönetim altına alınmıştır. Kamu bankalarındaki görev zararları Devlet iç borçlanma senetleri karşılığı tasfiye edilerek, bankaların mali bünyeleri güçlendirilmiştir.⁴²

⁴⁰Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

⁴¹Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

⁴²Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

Tablo 1: Bankacılık Sektörünün 2002 Yılındaki Yeniden Yapılandırılmasının Maliyeti:⁴³

Görev zararları için oluşan borç: 19,2 milyar \$
Nakit sermaye desteği: 2,5 milyar \$
Nakit dışı sermaye desteği: 0,2 milyar \$
✓ Toplam Kamu bankalarına aktarılan kaynaklar 21,9 milyar \$
Kamu sektöründen aktarılan kaynaklar: 17,3 milyar \$
Özel Bankalar: 5,2 milyar \$
✓ Toplam TMSF bankaları için aktarılan kaynaklar 22,5 milyar \$
✓ Özel sektörden aktarılan kaynaklar 7,9 milyar \$
✓ Özel sektör bankalarınınca aktarılan kaynaklar 2,7 milyar \$
✓ TMSF'den aktarılan kaynaklar 5,2 milyar \$
<i>Toplam: 47,2 milyar \$'dır.</i>

Bankacılık sektörünün takipteki alacaklarının bir kısmı için “Finansal Yeniden Yapılandırma Programı” (FYYP - İstanbul Yaklaşımı) uygulanmıştır. Yeniden yapılandırma programına alınan 322 firma ile yeniden yapılandırma sözleşmesi imzalanmış olup, yapılandırılan borç tutarı 6,02 milyar doları bulmuştur. Bankacılık sisteminde yeniden yapılandırmanın temel unsurlarından birisi de düzenleme ve denetim sisteminin iyileştirilmesi, risk alma ve yönetme süreç ve yönteminin değişmesi ve kurumsal altyapının güçlendirilmesi yönünde yasal ve kurumsal düzenlemelerin yapılması olmuştur. 1999 yılında başlatılan reformlarda bağımsız banka gözetim ve denetim sisteminin oluşturulması esas alınmıştır. 2000 yılında faaliyete başlayan BDDK tarafından yapılan düzenlemeler ile bankacılık mevzuatı uluslararası düzenlemelere, tavsiyelere ve özellikle AB direktiflerine önemli ölçüde yaklaştırılmıştır. Banka bilançolarında şeffaflığın artırılması, uluslararası muhasebe standartlarına uyum, banka mali bünyelerinin güçlendirilmesinin yanı sıra risk tanımı ve yönetim yapısında da uluslararası uygulamaları dikkate alarak düzenlemeler yapılmıştır.

⁴³Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

Bankaların kullandıkları kredilerde risk yoğunlaşmalarının önlenmesi için bir gruba kullanılacak kredilerin hesabında doğrudan ve dolaylı kredilerin birlikte dikkate alınması yönünde yapılan düzenlemelerle, banka kaynaklarının belirli gruplar üzerinde yoğunlaşmasının engellenmesi amaçlanmıştır. Bankaların mali kurumlar dışındaki kurumlara iştiraki, öz kaynakların %15'i, toplam iştirak miktarı ise banka öz kaynaklarının %60'ı ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca, bankaların yabancı para pozisyon risklerinin etkin olarak takibi için yabancı para pozisyonlarının da pekiştirilmiş esasa göre hesaplanması yükümlülüğü getirilmiştir. Karşılıklar için yapılan yeni düzenleme ile kredi alacaklarının geri dönebilirlik ve teminat özelliklerine göre beş ayrı kategoride sınıflandırılması esası getirilmiştir.⁴⁴

Tablo 2’de görüldüğü gibi Türk Bankacılık Sektöründe faaliyet gösteren banka sayısı, 2000 - 2001 yıllarında yaşanan finansal krizle birlikte giderek azalmış, Aralık 2008 tarihinde 49’a gerilemiştir.⁴⁵

Tablo 2: Türk Bankacılık Sektöründe Faaliyet Gösteren Banka Sayısı (1999-2008)

Banka Sayısı	1999	2002	2007	2008
Mevduat bankaları	62	40	33	32
Kamu Bankaları	4	3	3	3
Özel Bankalar	36	20	11	11
Fondaki Bankalar	3	2	1	1
Yabancı Sermayeli Bankalar	19	15	18	17
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	19	14	13	13
Kamu Bankaları	3	3	3	3
Özel Bankalar	13	7	6	6
Yabancı Bankalar	3	4	4	4
Katılım Bankaları	-	5	4	4
Toplam Banka Sayısı	81	59	50	49

Kaynak: Bankacılıkta Yapısal Gelişmeler, BDDK Yayınları, Sayı 3, Aralık 2008.

⁴⁴Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.

⁴⁵Bankacılıkta Yapısal Gelişmeler, BDDK Yayınları, Sayı 3, Aralık 2008.

1998 – 2008 yılları arasındaki 10 yıllık dönemde banka sayısındaki azalmaya rağmen, bankacılık sektörünün bilançosu yaklaşık 5 kat büyümüştür. Bankacılığın operasyonel göstergeleri Tablo 3’de görüldüğü gibi gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Bankacılığın Operasyonel Göstergeleri

Operasyonel Göstergeler	2005	2008	Haz.2009
ATM sayısı	14.836	21.953	22.733
POS sayısı (Bin Adet)	1.141	1.886	1.975
İnternet Bankacılığı Müşterisi (Bin Adet)	3.177	5.169	5.593
Mevduat Hesabı (Bin Adet)	82.958	91.101	93.731
Katılım Hesabı (Bin Adet)	1.202	1.855	2.307
Kredi Müşterisi (Bin Adet)	29.153	36.693	38.739
Kredi Kartı Müşterisi (Bin Adet)	25.155	25.677	25.888
Takipteki Kredi Kartı Müşterisi (Bin Adet)	755	1.575	2.082

Kaynak: BDDK Finansal Piyasalar Raporu, Sayı:14, Haziran 2009, sayfa 19.

Türk bankacılık sisteminde yer alan bankaların sermaye yapısının analizinde ise; Haziran 2009 itibariyle toplam aktifin %28,5’inin kamu, %32,3’ünün özel, %39,5 yabancı (%19,9 doğrudan, %19,6’sının ise borsa üzerinden) hissedarlara ait olduğu görülmektedir.⁴⁶

⁴⁶BDDK Finansal Piyasalar Raporu, Sayı:14, Haziran 2009, sayfa 22.

İKİNCİ BÖLÜM

İNTERNET VE İNTERNET BANKACILIĞI

Başlangıçta yığınsal ve rutin işlemler olarak adlandırılan bankacılık hizmetlerini yerine getirmek üzere benimsenen bilgisayar teknolojisi, günümüzde ekonomik hayatın en dinamik sektörü olan bankacılık sistemini ayakta tutan ve bugünden yarına taşıyan bir unsur halini almıştır. Bilgisayarlar, genel merkezleri şubelere, şubeleri birbirine bağlama aşamalarını da geçerken bankacılık hizmetlerinin 24 saat verilebilmesine ve “internet bankacılığı” kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.⁴⁷

Finansal hizmetler sektöründe, artan rekabetin, değişen fiyat mekanizmalarının ve dünyada baskın hale gelen genel eğilimlerin etkisiyle alternatif dağıtım kanallarının yoğun biçimde kullanıldığı görülmektedir. Son dönemde bireysel bankacılık alanının hızla gelişmesi ve ilerleyen teknoloji ile birlikte, Türkiye'de de bankalar müşterilerine "elektronik bankacılık" kanalını, yeni bir dağıtım ve hizmet ulaştırma kanalı olarak sunmaya başlamışlardır. Hem bankalar hem de banka müşterileri tarafından daha da önemli bir konu haline gelen internet bankacılığı çalışmanın bu bölümünde ayrıntılı olarak incelenecektir. İnternet bankacılığı konusuna geçilmeden önce internet ve internette pazarlama kavramları üzerinde durulacaktır.⁴⁸

2.1. İNTERNETİN ORTAYA ÇIKIŞI

Yeni iletişim teknolojilerinin temelini oluşturan bilgisayar teknolojisinin temeli sayısal tekniğe dayanmaktadır. Türkçeye sayısal olarak çevrilen, İngilizce “digital” kelimesi Latince “parmak” anlamına gelen “digitus”dan türetilmiştir. Çünkü bir bilgisayar da her soruya parmaklarını sayan bir çocuk gibi yaşamaktadır. Bilgisayarların basit ikili sistemde çalışmalarından dolayı günümüzdeki bilgisayar

⁴⁷Büyükdemir, B. (1997), “İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler”, Bankacılar Dergisi, S.22 C. 45 İstanbul, s.12.

⁴⁸<http://www.activefinans.com/activeline/sayi6.html>. 08.02.2007, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

egemenliğine, sayısal sistemin egemenliği denilmektedir. Bilgisayarlar karşı etkileşimli ortamın günümüzde ulaştığı son noktadır ve hemen hemen her alanda kullanılmaktadır.⁴⁹Bilgisayarların hayatımızda bu kadar etkinleşmesini sağlayan en önemli faktörlerden biri internettir.⁵⁰

Ülkemizde "internet" sözcüğünü sık duymaya başlayalı henüz çok olmamasına rağmen, kavramın dünyadaki geçmişi çok daha öncesine, soğuk savaş yıllarına dek uzanmaktadır. 1969 yılında Amerikan Savunma Bakanlığı'nın bir girişimi olarak gündeme gelen ilk "net" Sovyet Birliği'nden gelebilecek bir saldırıda kimi bilgisayar sistemlerinin devre dışı kalması halinde, bunlara bağlı başka sistemlerde bilgi kaybını önleme amacıyla kurulmuştur. "ARPANET" adındaki bu ağ, Advanced Research Projects Agency (Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı) tarafından oluşturulmuştur.⁵¹

1969'da ilk fiziksel ağ California'da kurulmuştur. İlk kurulan bilgisayar ağı tüm ülkede sadece 4 noktada terminale bağlı bulunmaktaydı. 1972 yılında terminal sayısı 23'e ulaşmış ve elektronik posta kavramı ortaya çıkmıştır. 1976'da radyo ve uydu bağlantıları sayesinde ABD bu ağ üzerinde birleştirilmiştir. 1979'da ilk bilgisayar haber grupları ortaya çıkmıştır. 1980'lerde soğuk savaşın etkisini yitirmesiyle akademik ve ticari çevreler bu bilgisayar sistemine ilgi göstermeye başlamışlardır. O zamanlar sistem sadece elektronik posta amacıyla kullanılmaktaydı. 1991'de Tim-Berners Lee World Wide Web'i icat etti. Bu sistem hypertext denen daha görsel bir temele dayanmaktaydı. Bununla araştırmaların ve bilgilerin paylaşılmasını kolaylaştırmak amaçlanmaktaydı. WWW'nin ortaya çıkması aynı zamanda ticari çevreleri de motive etmiştir. Bu tarihte kullanıcı sayısı 617,000'e ulaşmış ve bilgisayar ağı bugünkü anlamda internet adını alabilecek durumda bulunmaktaydı. 1990'larda internet kullanıcı sayısı ve fiziksel yapısı katlanarak arttı.⁵²

⁴⁹Doğan, H. (2001), Karşı Etkileşimli Pazarlama, Fakülte Kitabevi, Isparta, ss. 18-19.

⁵⁰Tekeli, M. (2013), Computer Technology in International Relations, Missouri State University.

⁵¹Gürel, E. (2000), "İnternet ve Pazarlama", Pazarlama Dünyası, Y.12 S.72 İstanbul, s. 40.

⁵²Gürel, E. (2000), "İnternet ve Pazarlama", Pazarlama Dünyası, Y.12 S.72 İstanbul, s. 40.

Ticari kurumlar, üniversiteler, organizasyonlar ve devlet kurumları bu gelişime ayak uydurmuşlardır. Bağlantı noktalarına isim verilmeye başlanmış ve bu kurumlar kendi adlarına internet siteleri açmaya başlamışlardır. 1994'de ise internet üzerinde ilk internet bankası kurulmuştur.⁵³

2.2. İNTERNETİN TANIMI

İnternet denildiği zaman akla pek çok tanım gelmektedir. Kimilerine göre E-posta, kimilerine göre sohbet, kimilerine göre büyük bir kütüphane. Kimileri de interneti içinde bulunduğumuz yüzyılın en önemli gelişmesi olarak tanımlamaktadır. Kimi zaman bu teknoloji, var olan, bilinen geleneksel kitle iletişim araçlarıyla (Gazete, televizyon, radyo) karıştırılmaktadır. Kuşkusuz internetin gazete, radyo, televizyonla ve telefonla da benzerlikleri vardır. Benzetmeler, interneti daha rahat anlatabilmek amacıyla yapılmakta ve bu tanımlar interneti gerçek anlamda anlatmamaktadır. Çünkü internet bunların tümünden öte bir teknolojidir.⁵⁴

Bu teknolojinin en basit tanımı birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağı olarak ifade edilebilmektedir. İnternet, dünya üzerindeki birçok bilgisayar ağının birbirine bağlanmasıyla oluşmuş dünya çapında bir bilgisayar ağıdır. On binlerce bilgisayar ağı, on milyonlarca bilgisayar başında, yüz milyonlarca kullanıcının bilgisayar kaynaklarını ve bilgiyi paylaşmasını sağlamaktadır. Yüksek hızlı veri hatları üzerinden çalışan küresel bir bilgi ağı olan internet, başlangıçta bir iletişim ağı olarak kullanılmasına rağmen 1990'lı yılların ortalarına doğru iletişim olanaklarının yanı sıra ticari, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik oluşumlarda da etkin bir rol üstlenmeye başlamıştır. İnternet'in 1990'ların başlarından itibaren bu kadar yaygınlaşmasının en temel nedenlerinden birisi ve belki de en önemlisi "para kazandırabilecek potansiyele sahip" bir imkân olmasıdır. Bu iletişim ağına bağlı bilgisayarlar yolu ile alışverişler yapılabilen, borsa/bankacılık işlemleri yerine getirilebilmektedir.⁵⁵

⁵³Yaylı, A. (2000) , “Doğrudan Pazarlama Aracı Olarak İnternet” Pazarlama Dünyası, Y.14 S.2 İstanbul.

⁵⁴Büyükdemir, B. (1997) , “İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler”, Bankacılar Dergisi, S.22 C. 45 İstanbul, ss.12.

⁵⁵Biçkes, M. (2000) , “Elektronik Ticaret”, Pazarlama Dünyası Y.14 S.2 İstanbul.

İnternetin sağladığı hizmetler aşağıda belirtilmektedir;⁵⁶

- Elektronik Posta,
- FTP (Dosya Transfer Protokol),
- WWW (World Wide Web),
- Telnet,
- Usenet-News/groups (Haber Grupları),
- IRC (Internet Relay Chat; İnternette Canlı Söyleşi).

İnternetin oluşmasındaki temel nedenlerden biri haberleşmenin çok büyük hızlarda yapılabilmesiydi. Elektronik posta, ağ üzerinden kullanıcıların dakikalara varan kısa bir zaman sürecinde mesaj iletebilmesini veya almasını sağlamaktadır.⁵⁷

FTP (Dosya Transfer Protokolü) ise, internet üzerinde büyük hacimli veri dosyalarının transferi için kullanılmaktadır. Çeşitli amaçlarla geliştirilmiş yazılımlar, manyetik ortamda depolanmış bilgiler bu yolla kısa zamanda çok uzak mesafelere gönderilmektedir.⁵⁸ İnternetin diğer bir yaygın uygulaması da web'dir. Web sayfaları, yazı, resim, video, ses gibi her türlü verinin etkileşimli olarak sunulabildiği bir sistemdir. Kullanıcılar, İnternet Browser (Tarayıcı) programları yardımıyla herhangi bir kurum/kişi/firmanın web sayfasına bağlanarak bu sayfada bulunan bilgilere erişebilmektedir.⁵⁹

Telnet, internet ortamında bir bilgisayarın, bir başka yerde bulunan diğer bilgisayarın yapabildiği işlemleri yapmasına olanak veren bir sistemdir. Telnet kullanılabilmesi için uzakta bulunan diğer bilgisayarın kullanıcısı gibi faaliyet gösterebilmeye olanak tanıyan bir telnet programı gereklidir. İnternet üzerinde yapılabilecek uygulamaların sınırı yoktur. İnternet üzerinden telefon görüşmeleri, çevrimiçi sesli-görüntülü sohbetler veya anında mesaj servisleri günümüzde sıkça görülen uygulamalardır.⁶⁰

⁵⁶Karabalut H.D (2006) , “Türkiye'nin Tanıtımı ve İnternet” Ankara.

⁵⁷Biçkes, M. (2000) , “Elektronik Ticaret”, Pazarlama Dünyası Y.14 S.2 İstanbul.

⁵⁸Kirçova, İ. (1999) , İnternette Pazarlama, Beta Yayınları, İstanbul.

⁵⁹Kirçova, İ. (1999) , İnternette Pazarlama, Beta Yayınları, İstanbul.

⁶⁰Kirçova, İ. (1999) , İnternette Pazarlama, Beta Yayınları, İstanbul.

IRC (İnternette Canlı Söyleşi) programları, bu programı bilgisayarına yüklemiş olan insanlara internet ortamında diğer internet kullanıcıları ile canlı iletişim kurma olanağı verir. İnternetin yukarıda sözü edilen hizmetlerinden yararlanabilmek için internet bağlantısı sağlayabilecek yazılım ve donanıma sahip bir bilgisayar ile bir ISS (İnternet Servis Sağlayıcı) aracılığıyla, internete çıkış sağlayabilecek kullanıcı yetkilerine sahip olunması gereklidir.⁶¹

2.2.1. Dünya’da İnternet Nüfusu

İnternet kullanıcı sayılarına ilişkin çok sayıda veri bulunmakla beraber verilerin hepsi internetin çok hızlı bir oranda bütün dünyaya yayıldığını göstermektedir.⁶² Birleşmiş Milletler Telekomünikasyon Ajansı (ITU) tarafından hazırlanan ve günümüzde internet kullanımının geldiği noktayı gösteren “Genişband Devleti 2012”⁶³ isimli rapor yayınlandı. 170'den fazla ülkenin değerlendirildiği rapora göre günümüzde, dünya üzerindeki her üç kişiden biri (2,26 milyar kişi) internet kullanıcısı konumundadır. ITU(Birleşmiş Milletler Telekomünikasyon Ajansı) verilerine göre, internet kullanımı dünya genelinde hızla yayılıyor. 2002 yılında dünya nüfusunun sadece yüzde 8'si internet kullanırken bu oran bu gün 2012’de yüzde 32,5 seviyelerine çıkmış durumdadır. Söz konusu artışa en büyük katkıyı Türkiye'nin de aralarında olduğu gelişmekte olan ülkeler yapmaktadır. ITU verilerine göre; 2011 yılında dünyada 252 milyon kişi internet kullanmaya başlamıştır. Bunların 207 milyonu gelişmekte olan ülkelerde yaşamaktadır. 170'den fazla ülkenin değerlendirildiği rapora göre günümüzde, dünya üzerindeki her üç kişiden biri (2,26 milyar kişi) internet kullanıcısı konumundadır.⁶⁴

⁶¹Yaylı, A. (2000) , “Doğrudan Pazarlama Aracı Olarak İnternet” Pazarlama Dünyası, Y.14 S.2 İstanbul.

⁶²Kırçova, İ. (1999) , İnternette Pazarlama, Beta Yayınları, İstanbul.

⁶³Birleşmiş Milletler Telekomünikasyon Ajansının 2012 Yılında Yayınladığı İnternet Kullanımının Geldiği Noktayı Gösteren Rapor.

⁶⁴Sabah Gazetesi İnternet Sitesi, <http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/09/24/iste-internet-haritasi>, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

Dünyada internet kullanıcılarının % 35,8'i Asya'da (398,7 milyon kişi), % 28,3'ü Avrupa'da (314.8 milyon kişi), % 20.9'u Kuzey Amerika'da (233.1 milyon kişi), % 8.7'si Güney Amerika'da (96.3 milyon kişi), % 3'ü Afrika'da (33.3 milyon kişi), % 1.7'si Orta Doğu'da (19.4 milyon kişi), % 1.6'sı ise Avustralya'da (18.4 milyon kişi) yaşıyor. Bölgeler arasında internet kullanıcılarının nüfusa oranı açısından Kuzey Amerika % 69,7 ile ilk sırada yer alırken, bu bölgeyi % 53,5 ile Avustralya, % 38,9 ile de Avrupa izliyor. İnternet gelişim oranı bir yıl öncesine göre yüzde 638 artsa da hala nüfusunun sadece yüzde 3,6'sı internet kullanıcısı olan Afrika ise internet yaygınlığının en az olduğu bölgedir.⁶⁵

Demografik özelliklerine bakıldığında ise internet kullanımının çok yüksek olduğu Kanada'da erkeklerin %41'i, kadınların ise %34'ü interneti kullanmaktadır. Dünya geneline bakıldığında erkeklerin, internet kullanma oranı kadınlara göre daha yüksektir.⁶⁶

İntel⁶⁷ Kurumunun 2013 yılında yayınladığı Woman&Web raporunun sonuçlarına göre gelişmekte olan ülkelerde internet kullanımında kadınların erkelere göre ortalama % 25 geride oldukları tespit edilmiştir. Ortadoğu'da bu oran %35'e, Afrika'da %45'e çıkmaktadır. Türkiye gibi ülkelerde de %25 ila %30 arasında bu oran değişmektedir. Ayrıca Avrupa Birliği ülkelerinde bile kadınların internet kullanımında erkeklerin %15-20 gerisinde olduğu görülmektedir.⁶⁸

⁶⁵<http://www.canipzilan.com/turkiye-ve-dunyada-internet-kullanimi.html>. Erişim Tarihi: Ağustos,2013

⁶⁶Yaylı, A. (2000) , “Doğrudan Pazarlama Aracı Olarak İnternet” Pazarlama Dünyası, Y.14 S.2 İstanbul

⁶⁷ABD Merkezli dünyanın en büyük yarı iletken üreticisidir.(<http://www.wikipedia.org/wiki/Intel>)

⁶⁸<http://www.intel.com/content/www/us/en/technology-in-education/women-in-the-web.html>. Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

Tablo 4'te ülkeler internet kullanıcı rakamlarına göre büyükten küçüğe doğru sıralanmaktadır. Türkiye, 33 milyon kullanıcı sayısı ile 15'nci sırada yer almaktadır.

Tablo 4: Ülkelerarası İnternet Nüfusu ve Genel Nüfusa Oranı

Sıralama	Ülke	İnternet Kullanıcı Sayısı	Nüfusa Yüzdesi	Yıl
1	 Çin	511,963,000	38.30	2011
2	 ABD	242,614,880	77.86	2011
3	 Hindistan	119,749,712	10.07	2011
4	 Japonya	101,376,528	79.53	2011
5	 Brezilya	88,917,974	45.00	2011
6	 Rusya	69,837,538	49.00	2011
7	 Almanya	67,621,622	83.00	2011
8	 Fransa	51,962,632	79.58	2011
9	 İngiltere	51,412,657	82.00	2011
10	 Nijerya	47,143,356	28.43	2011
11	 Endonezya	44,291,729	18.00	2011
12	 Meksika	41,111,308	36.15	2011
13	 Güney Kore	40,856,403	83.80	2011
14	 İtalya	34,657,545	56.80	2011
15	 Türkiye	33,168,716	42.10	2011
16	 Vietnam	31,755,671	35.07	2011
17	 İspanya	31,606,234	67.60	2011
18	 Fiiipinler	29,531,842	29.00	2011
19	 Mısır	29,236,766	35.62	2011
20	 Kanada	28,245,389	83.00	2011

Kaynak: Population Estimates Obtained From İnternational Data Base,U.S.Census Bureau,Accessed On 19 August 2012.

2.2.2. Türkiye'de İnternet Nüfusu

İnternet teknolojisi aslında Türkiye'ye ilk olarak, 1987 yılında Ege Üniversitesi'nin öncülüğünde kurulan, Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile gelmiştir. 12 Nisan 1993'te de Ankara-Washington arasında kiralık hatla kurulan bağlantı ile Türkiye internetle tanışmıştır. Aynı yıl ODTÜ ve Bilkent üniversiteleri ilk Türk web sitelerini yayına vermiştir. 1994 yılında da kurumlara ve işletmelere internet hesapları verilmeye başlanmıştır. 1994 yılında, ilk internet servis sağlayıcı Tr.net de hizmete girmiştir. İnternet servis sağlayıcılarının (ISS) Türkiye'de sayısının artması ve internet erişimi sağlayan bilgisayar kampanyalarının yapılması ile birlikte internet kullanıcı sayısı önemli boyutlara ulaşmıştır.⁶⁹

1993'te ODTÜ ve Bilkent'in yaptığı ilk ".tr" uzantılı iki web sitesiyle başlayan, internet yolculuğunda bu rakam, 2000 yılında 27 bine ulaşmıştır.⁷⁰

IBS (Uluslararası İşletme Çalışmaları) araştırma firmasının, 2001 yılında yaptığı araştırmaya göre, internet kafelerin yaygınlaşması ve bedava internet erişimi sağlayan pek çok bilgisayar kampanyası, kullanıcı sayısını % 609 oranında arttırmıştır. İnternet kullanıcı sayısı 2002 yılında % 8,5, 2003 yılında % 11,1, 2004 yılında % 20,5, 2005 yılında % 22,1 oranında artış göstermiş ve 2005 yılında bu rakam 16.500.000'ü bulmuştur. Bu rakam daha sonraki yıllarda da paralel bir şekilde artış göstermiştir.⁷¹

Tablo 5'te 2002-2013 yılları arasında Türkiye'de internet kullanıcılarının genel nüfusa oranı verilmiştir. 2002 yılında % 11,38 olan söz konusu oran, 2013 yılında % 56,07 oranına ulaşmıştır.⁷²

⁶⁹ Öçer, A. (2000) ,Türkiye İnternet ,Alfa Yayınları,İstanbul.

⁷⁰ Kara, M. (2000) , “Yükselen Değer:Online Bankacılık”, Activeline, S.13 C. 34. İstanbul.

⁷¹ Kılıç, M. (2007) , <http://www.turk.internet.com/haber/yazigoster.htm>., Erişim Tarihi: Ağustos,2013

⁷²<http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/145707-turkiye-nufusunun-yarisi-internete-erisemiyor> Erişim Tarihi: Temmuz 2013.

Tablo 5: Türkiye’de Yıllara Göre Nüfus Yüzdesine Göre İnternet Kullanıcılarının Oranları

Yıllar	Genel Nüfusa Oranla İnternet Kullanıcısı Yüzdesi
2002	11.38
2003	12.33
2004	14.58
2005	15.46
2006	18.24
2007	28.63
2008	34.37
2009	36.40
2010	39.82
2011	43.07
2012	45.13
2013	56.07

Kaynak: <http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/145707-turkiye-nufusunun-yarisi-internete-erisemiyor> Erişim Tarihi: Temmuz 2013.

Tablo 5’te görüldüğü gibi Türkiye’de bilgisayar ve internet kullanımında erkeklerin oranları kadınlara göre daha yüksektir. Bilgisayar ve internet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %59 ve %58,1 iken, kadınlarda %38,5 ve %37’dir.⁷³

Geniş bant erişimde 2002 yılında 3 bin abonesi olan Türkiye'nin 2011 itibariyle 11 milyon üzerinde geniş bant abonesi, 45 milyonunun üzerinde de internet kullanıcısı bulunmaktadır. Türkiye’de 1998-2011 arasında internet kullanım oranı yüzde 7 bin 778 oranında artmıştır. Bu artış oranı Avrupa Birliği ülkelerinde yüzde 833’tür.⁷⁴

⁷³<http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/145707-turkiye-nufusunun-yarisi-internete-erisemiyor> Erişim Tarihi: Temmuz 2013.

⁷⁴ <http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2011/09/19/avrupanin-10-kati-hizli-buyuduk> Erişim Tarihi: Temmuz 2013.

2.3. İNTERNET BANKACILIĞI KAVRAMI

Teknolojinin ve internetin gelişimi, çoğu sektörü olduğu gibi bankacılık sektörünü de önemli oranda etkilemiştir. Özellikle internetin yoğun kitleler üzerinde etkili olmaya başlamasıyla, bireysel bankacılığa yönelen ve insanı odağına alan bankacılık sektörü için internet, önemli bir kanal haline gelmiştir. Yeni teknolojilerin içinde en dikkat çekicisi olan bilgisayar teknolojisi başlangıçta bankalarda klasik evrak işlemlerini kolaylaştıracağı ve hızlandıracağı düşünülerek benimsenmesine rağmen şimdilerde bankacılık sektörünü ayakta tutan ve bugünden yarına taşıyan temel bir unsur haline almıştır.⁷⁵

“İnternet bankacılığı, günümüzde fiziksel şubelerden yapılan hemen hemen tüm işlemlerin internet üzerinden gerçekleştirilmesi” olarak tanımlanmaktadır.⁷⁶ Genel anlamda bakıldığında, internet bankacılığı, şubelerde yapılan bankacılık işlemlerinin, internete taşınması olarak algılanmaktadır. Diğer bir tanıma göre de internet bankacılığı “bankacılık hizmetlerinin, uzaktan dağıtım kanalı olarak, internet üzerinden sunulması” olarak tanımlanmaktadır.⁷⁷ Oysa temel olarak hem müşteri hem de banka, internet bankacılığında, şube yoluyla yapılan iletişimden daha fazla kazanım sağlamaktadır. Dolayısıyla internet bankacılığı, banka işlemlerinin sadece sanal ortama taşınmasından daha fazla anlam ifade etmektedir. Müşteriler işlemlerini yapmak için konum değiştirmek ve fazla zaman harcamak zorunda kalmamaktadırlar. Hızlı ve kolay bir şekilde istedikleri yerden banka hizmeti alabilmektedirler. Bankalar da şubelerinin yüklerinin azalması ve müşterilere daha hızlı hizmet verebilme kolaylığı sonucu müşterilerini, internet şubelerine yönlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu şekilde maliyetlerin azalması ve müşterilerle direk olarak iletişim sağlanması olanaklı hale gelmektedir.⁷⁸

⁷⁵Büyükdemir, B. (1997) , “İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler”, Bankacılar Dergisi, S.22 C. 45 İstanbul, ss.12.

⁷⁶Bankacılık Sektöründe internet , <http://www.kutuphanem.com.>, Eylül 2006,s.2 Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

⁷⁷Toraman, C. (2002), “Bankacılık Sektöründe internetin Yeri ve Türk Bankacılık Sistemi Uygulaması”, Kamu is Hukuku ve İktisat Dergisi, Cilt 6 Sayı:3.

⁷⁸Okumuş A.,Bozbay Z.,Dağlı R.(2010), Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 36, ss.89-111.

İnternet sistemi bankaların çok kısa zamanda ilgisini çekerek, bankalar arası rekabette önemli bir ileri bankacılık unsuru olmuştur. Çağın yeniliklerini yakalayan banka imajının yanı sıra, müşterilerine daha kolay ve çabuk hizmet veren banka imajı yaratmak isteyen bankalar, internet bankacılığı hizmetini sunmaktadır.⁷⁹

Bankacılık hizmetleri, birçok bakımdan internette hizmet sunmaya uygundur. İşlemlerin büyük ölçüde fiziksel olmaması hizmetlerin internet üzerinden sunulabilmesindeki en büyük avantajdır. Bu şekilde maliyetlerin düşürülebilmesi ve hizmetlerin daha iyi sunumu mümkün olmaktadır. İşlemler ve sorgulamalar çalışanlara ihtiyaç duyulmadan gerçekleştirilebilir. İnternet bankacılığı sayesinde maliyetler, harcanan zaman ve oluşabilecek hataları azaltılır. Müşteriler hizmetleri daha hızlı ve kolay şekilde alabilmektedirler. Ayrıca müşteriler istedikleri bilgilere daha detaylı bir şekilde ulaşma imkânına sahiptirler.⁸⁰

2.4. İNTERNET BANKACILIĞININ GELİŞİMİ

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler bankacılık endüstrisi için yeni ufuklar açmıştır. Bankalar, müşteri bilgilerini önceden kartlarda tutmaktaydılar. Bu kartlardaki bilgilerin bilgisayarlara aktarılması, teknolojinin kullanımında ilk aşama olarak göze çarpmaktadır. Bunun sonrasında diğer işlemler devreye girmiştir. Online iletişime geçilmiş ve telefon bankacılığı başlamıştır. Zaman içerisinde telefon bankacılığı gelişerek, bankacılık işlemlerinin de yapıldığı bir kanal haline gelmiştir. Online bankacılığın daha gelişmiş ve etkin hali ise internet bankacılığı ile ortaya çıkmıştır.⁸¹

⁷⁹ <http://www.biraz.gen.tr>.Bankacılık 3 Ağu 2012, Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

⁸⁰Bankacılık Sektöründe internet, <http://www.kutuphanem.com>, Eylül 2006,s.2, Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

⁸¹Önder, S.(1999), İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımının Bankacılık Sektöründeki Uygulaması, İstanbul.

İnternet bankacılığı bankalar için, pazar bilgisi elde etme, bankacılık hizmetlerini müşteriye ulaştırma ve müşteri ile olan iletişimi artırma hedefleri nedeniyle cazip olarak görülmüştür.⁸²

Ancak bu sistemin kullanılabilmesi için güçlü bir altyapıya gereksinim duyulmaktadır. Bunun için bankalar teknolojiye ve özellikle yazılımlara yatırımlarını arttırmaktadır. Bankaların internet bankacılığı yapmaları için farklı nedenleri vardır. Özellikle müşterisini rakiplerine kaptırmamak ve rekabet ortamında rakiplerden geri kalmama isteği bankalar için öncelikli hedeflerdir. Ayrıca genç müşteri kitlesi kazanmak ve maliyetleri düşürmek diğer öncelikler arasında yer almaktadır. Öncelikle tanıtım ağırlıklı web sayfaları ile internete ısınan bankalar, daha sonra müşterilerine bir müşteri kodu ve şifre vermektedirler. Bunun yanında da bankacılık hizmetlerini internet üzerinden sunmaktadırlar. Böylece müşteri kendi şifresi ve kodu ile internet üzerinden bankaya ulaşabilmektedir.⁸³

Genel olarak da internet bankacılığının dört ana aşamasından söz etmek olanaklıdır;⁸⁴

- 1.Aşama; İnternetin bilgi ve pazarlama amaçlı kullanılmasıdır. Bu aşamada müşterilerden gelen şikâyetler sistemde kaydedilmektedir.
- 2.Aşama; Müşteri kazanma üzerine odaklanılması ve basit interaktif hizmetlerin sunulmaya başlanmasıdır. Bu aşamada, daha önce toplanan bilgilerin yeni müşteriler kazanma adına değerlendirilmesi önem kazanmaktadır.
- 3.Aşama; İnternet üzerinden hemen hemen tüm bankacılık hizmetlerinin verilmeye başlanması ve bankanın web sistemine bağlanması sürecidir. Müşterilere hemen hemen tüm işlemler internet üzerinden sunulmaktadır.

⁸²Sümer, F. (1999), Bankacılık Sektöründe Yeni Hizmet Kanallarının Banka Organizasyonları Üzerindeki Etkisi, İstanbul.

⁸³Sümer, F. (1999), Bankacılık Sektöründe Yeni Hizmet Kanallarının Banka Organizasyonları Üzerindeki Etkisi, İstanbul.

⁸⁴ BDDK Çalışma Raporları No: 2006/2

- 4.Aşama; Müşteri veritabanının oluşturulması ve geliştirilmesi karlılık analizlerinin yapılması sürecidir. Bu şekilde pazarın bölümlenmesi ve hedef kitlelerin belirlenmesi daha kolay hale gelmektedir.

Bu dört aşamanın ardından öngörülen bir diğer aşama da elektronik para çekimi hizmetlerini kapsamaktadır. Bu aşamaya göre internet bankacılığı paranın fiziksel olarak ortadan kalkmasını sağlayacak dev bir adımdır. Günümüzde basit anlamda yapılan elektronik cüzdan (e-cüzdan) uygulamalarının daha da gelişimi sonucu fiziksel olarak şubelere ihtiyaç kalmayacağı belirtilmektedir.⁸⁵

Bankalar internetin nihai ürünler için ara girdi olduğu gerçeğini kavramışlardır. Buradaki en önemli nokta, internet bankacılığının, kendini diğer kanallardan ayırarak hizmetlere kendi katkısını yapmasıdır. Günümüzde internet bankacılığı başlı başına bir kanal olarak kabul görmüştür. İnternet bankacılığına erişimde müşteri şifresi ve müşteri kodu yanı sıra, parola sorgulaması da yapılmaktadır. Böylece müşterilerin güvenli bir şekilde bankacılık hizmetlerine ulaşmaları sağlanmıştır. Ayrıca geliştirilen teknolojik altyapı sayesinde, kişiye özel tek kullanımlık şifreler üretilerek, müşterilerin çekinceleri önemli ölçüde azaltılmaktadır. İnternet bankacılığı ile cep telefonları arasında koordinasyon sağlanmakta ve herhangi bir hizmet faaliyetinin kullanımı sonucunda cep telefonu ile bilgilendirme yapılabilmektedir. İnternet bankacılığının gelişimindeki en önemli nedenlerden birisi de tüketicilerin hızla değişen taleplerine cevap verme arzusudur. Bu ihtiyaçlara cevap verebilmek ve müşterilere kolayca ulaşabilmek için de en önemli kanallardan birisi internet bankacılığıdır.⁸⁶

Nasıl ki günümüzde telefonsuz bir yaşam çoğu kişi için kâbus gibi ise, çok yakın bir gelecekte de internet bankacılığı aynı öneme kavuşabilecektir. Tüketiciler, internet bankası olmayan bir bankanın müşterisi olmak istemeyeceklerdir. İnternet

⁸⁵ Büyükdemir, B. (1997) , “İnternet Bankacılığını Düş Görenler İçin”, Bankacılar Dergisi, No:22

⁸⁶ Capital Dergisi, No:22,1997.

bankacılığında habersiz olmak tüketiciler pek de olasılık dairesinde yer bulmayacaktır.⁸⁷

2.4.1. Türkiye’de İnternet Bankacılığı’nın Gelişimi

Bilindiği gibi elektronik bankacılık ürünlerinden ilki ATM (Otomatik Para Çekme Makinesi)’lerdir.⁸⁸

Bu cihazlar bankanın müşterilerine verdiği elektronik bir banka kartı yardımıyla hemen hemen tüm bankacılık hizmetlerini yerine getirmeye yarayan makinelerdir. Teknolojinin gelişimine paralel olarak ilerleyen dönemlerde banka müşterileri telefon bankacılığı ile tanışmışlardır. Hesaplara telefon yardımıyla ulaşmak ve işlemler yapmak olanaklıdır. Bir sonraki aşama olarak da internet bankacılığı ortaya çıkmıştır. Türkiye’de internet bankacılığını ilk olarak Haziran 1997’de İş Bankası, Temmuz 1997’de de Garanti Bankası müşterilerinin hizmetine sunmuştur. Türkiye’de ilk kullanıldığı dönemde dahi internet bankacılığının işlem hacmi 1,2 milyar doları bulmuştur.⁸⁹

Türkiye’de internet bankacılığı çok hızlı bir şekilde büyümektedir. Örneğin www.finansbank.enpara.com sitesi kuruluşundan beş ay içerisinde 60 bin kullanıcıya ve 2 milyon TL mevduat miktarına ulaşmıştır. 2013 yılı sonuna kadar 3 milyar TL mevduat tutarına ve 120 bin kullanıcı sayısına ulaşmayı hedeflemektedir. Klasik bankacılıktan tamamen sıyrılarak maliyetlerini düşüren banka yaptığı tasarrufu kullanıcının mevduatına yüksek faiz getirisi olarak yansıttığı için kendisini farklılaştırmıştır. Finansbank genel müdürü Temel Güzeloğlu sözü edilen maliyetleri şöyle dile getirmektedir; “Finansbank’ın bu yılki toplam maliyet tabanı yaklaşık 1.6-1.7 milyar TL’dir.”⁹⁰

⁸⁷ Aktan, Arslan B., Alaattin (2004) , “İş Hayatında İnternet Kullanımı”, Standart (Ekonomik ve Teknik Dergi), Sayı:490.

⁸⁸ Aktan, Arslan B., Alaattin (2004) , “İş Hayatında İnternet Kullanımı”, Standart (Ekonomik ve Teknik Dergi), Sayı:490.

⁸⁹ Ortunç, Y. (2003), Türk Bankacılık Sektöründe Elektronik Bankacılık ve Sayısal Analizi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enst.

⁹⁰ Para dergisi, 3-9 Mart 2013, S:50

Bizim boyutumuzdaki tüm bankaların yıllık maliyetleri aşağı-yukarı bu seviyelerdedir. Bu maliyetin çok önemli bir kısmı ise şubelerden kaynaklanıyor. Şöyle bir örnek vereyim, bugün Bağdat caddesinde bir şube açmak isterseniz şubenin sadece yıllık kirası 100 bin TL'den başlıyor, ortalama bir şubede 13-14 kişi çalışıyor ve bazı yoğun şubelerde 20-25 kişiye çıkıyor. Tabii şube vergisi, elektrik, su, jeneratör gibi çok sayıda başka masraf da var. Sonuçta çevrimiçi kanallara aşına, genç ve eğitimli kesim haklı olarak 'ben şubeye gitmiyorum ki. Üç-beş hizmeti kullanıyorum sadece ve bunları da çevrimiçi yapıyorum. Niye bana bu maliyetleri yansıtıyorsunuz?' diyerek sitem etmektedir."⁹¹

Dolayısıyla ülkemizde internet ve diğer teknolojilerinin artımına paralel olarak bankacılık hizmeti de hizmetini internet bankacılığı yönüne çevirecektir. Kişiler mevduatlarına en büyük getiriyi sağlayacak olan ve kendilerini çeşitli masraf ve zaman kaybından koruyacak olan internet bankacılığına doğru hızla geçiş yapmaktadır.⁹²

Türkiye Bankalar Birliği (TBB), Eylül 2006 döneminde bireysel internet bankacılığı hizmetleri için kayıtlı müşteri sayısının 15 milyon 510 bin 826 olduğunu belirtmektedir. Türkiye Bankalar Birliği (TBB) tarafından yayınlanan, birliğe üye 47 bankadan internet bankacılığı hizmeti veren toplam 27 bankanın bilgilerinden oluşan "İnternet Bankacılığı istatistikleri" başlıklı raporuna göre, Eylül 2006 döneminde 2 milyon 605 bin 673 bireysel müşteri tarafından en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapıldığı belirtilmektedir.⁹³ Haziran 2006 dönemine göre aktif bireysel müşteri sayısında 127 bin 150 adet, kayıtlı bireysel müşteri sayısında ise 142 bin 620 adetlik artış olduğu saptanmıştır.⁹⁴

⁹¹Para dergisi, 3-9 Mart 2013, S:50

⁹²Para dergisi, 3-9 Mart 2013, S:50

⁹³<http://www.e-gazete.anadolu.edu.tr/ayrinti.php?no=800&h=ekonomileri>, 08.11.2007, Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

⁹⁴<http://www.e-gazete.anadolu.edu.tr/ayrinti.php?no=800&h=ekonomileri>, 08.11.2007, Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

Türkiye Bankalar Birliği (TBB), Ekim-Aralık 2007 döneminde 3 milyon 795 bin 627 bireysel müşteri tarafından en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapıldığını bildirmiştir. Türkiye Bankalar Birliği (TBB) tarafından yayınlanan, birliğe üye 46 bankadan internet bankacılığı hizmeti veren toplam 26 bankanın bilgilerinden oluşan internet bankacılığı istatistikleri raporuna göre, Aralık 2007 itibarıyla internet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş yapmış olup, toplam bireysel müşteri sayısı 8 milyon 908 bin 956 olarak belirlenmiştir. Son bir yıl içerisinde sisteme giriş yapmış toplam bireysel müşteri sayısı ise 4 milyon 920 bin 907 olmuştur. Ekim-Aralık 2007 döneminde 3 milyon 795 bin 627 bireysel müşteri tarafından en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapılmıştır. Bu miktar, toplam kayıtlı bireysel müşteri sayısının yüzde 43'ünü oluşturmuştur. Söz konusu dönemde aktif bireysel müşteri sayısında bir önceki yılın aynı dönemine göre 819 bin 335, bir önceki 3 aylık döneme göre ise 244 bin 280 adet artış olduğu saptanmıştır. Aralık 2007 itibarıyla internet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş yapmış kurumsal müşteri sayısı 1 milyon 131 bin 302 olarak belirlenmiş, bunların 478 bin 737'si Ekim-Aralık 2007 dönemi içerisinde en az bir kez işlem yapmıştır. Bu dönemde toplam aktif müşteri sayısında bir önceki yılın aynı dönemine göre 906 bin 507, bir önceki 3 aylık döneme göre ise 256 bin 83 adet artış olmuştur.⁹⁵

Türkiye Bankalar Birliği'nin verilerine göre internet bankacılığı hesabı olan sistemde kayıtlı olan en az bir kez giriş yapmış toplam bireysel müşteri sayısı, Mart 2009 itibarıyla, 11.793.000 olmuştur. Bir önceki seneye göre 1.791.000 kişilik bir artış meydana gelmiştir. Son bir yıl içerisinde sisteme giriş yapmış toplam bireysel müşteri sayısı ise 6.344.000 kişidir. Ocak-Mart 2009 döneminde 4.838.000 bireysel müşteri tarafından en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapılmıştır. Bu miktar, toplam kayıtlı müşteri sayısının %41'ini göstermektedir. (Toplam kayıtlı bireysel kullanıcı sayısı: 11.793.000). TBB'nin bankacılığına ilişkin olarak "internet bankacılığında yapılan işlemlerin tamamen hukuka uygun ve bağlayıcı" olduğu açıklamasını yapmıştır. TBB internet bankacılığı üzerinden gerçekleştirilen işlemlerin hiçbirinin kanunen hukuki geçerlilik şartı aranan sözleşmelerden olmadığı ve bu nedenle internet bankacılığı

⁹⁵<http://www.stargazete.com/ekonomi/internet-bankaciligi-yayginlasiyor-84181.html>,25.01.2008, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

işlemlerinin hukuki geçerliği için ıslak imza veya e-imza kullanılmasına gerek bulunmadığını belirtmiştir. E-imzanın sözleşmelerde bir hukuki geçerlilik şartı olmayıp, kişi tarafından yapıldığını ispat etmek açısından gerekli olduğu belirtilmiştir.⁹⁶

İnternet bankacılığının gelişimini etkileyecek olan en önemli unsur güvenlik endişelerinin tam olarak giderilememiş olmasından kaynaklanmaktadır. İşlemlerin her noktasında bir saldırı alabilme olasılığından yola çıkılarak kullanıcılar, güvenliklerini üst düzeyde tutabilmek için bütünleşmiş güvenlik önlemleri almaları gerekebilmektedir.⁹⁷

İnternet ortamındaki tüm risklere rağmen telefon bankacılığının internet bankacılığından daha riskli olduğu bir gerçektir. Fakat kullanıcılar, internet bankacılığı için duyduğu kaygıları, kişisel bilgilerin daha kolay bir şekilde çalınabileceği telefon bankacılığı için duymamaktadırlar.⁹⁸

2.5. İNTERNET BANKACILIĞI İLE YAPILABİLECEK İŞLEMLER

İnternet bankacılığıyla ilgili hizmetler her geçen gün artmasına rağmen genel olarak şu şekilde sıralanmaktadır:⁹⁹

- Hesap Bakiyesi ve İşlem Özetleri,
- Para Transferleri – Ödemeler,
- Havale,
- Müşterinin Kendi Hesapları Arasında Transfer,
- EFT, (Diğer banka hesaplarına transfer)
- Yurtdışına Dövizli Havale,

⁹⁶Tuncer, T. (2009), Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımı Araştırması 26.06.2009. (Tuncay Tuncer’in kişisel web sayfası).

⁹⁷Tuncer, T. (2009), Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımı Araştırması 26.06.2009. (Tuncay Tuncer’in kişisel web sayfası).

⁹⁸Kocaoğlu, S. (2008), Türkiye’de İnternet Bankacılığı.

⁹⁹Chou, D.C. ve Chou, A.Y. (2000), “A Guide to the Internet Revolution in Banking”, Information System Management, 17(2),51-57.

- Mevduat Hesabından Yatırım Hesabına Transfer,
- Yatırım Hesabından Mevduat Hesabına Transfer,
- Senet Ödemeleri,
- Vergi Ödemeleri,
- Motorlu Taşıtlar Vergisi ve Trafik Cezası Ödemeleri,
- Kredi Kartı Hesap Özet Bilgileri,
- Kredi Kartı Borç Ödemeleri,
- Kredi Kartından Nakit Avans Çekimi,
- Kredi Kartı Hesap Özetlerinin E-mail Yolu İle Gönderilmesi,
- Sanal Kart İşlemleri,
- Döviz Alım/Satım İşlemleri,
- Yatırım İşlemleri,
- Devlet Tahvili İşlemleri,
- Repo işlemleri,¹⁰⁰
- Hazine Bonosu İşlemleri,
- Yatırım Fonu Alım/Satım İşlemleri,
- Yabancı Yatırım Fonu İşlemleri,
- Fon Alım/Satım Emir Takibi,
- Hisse Senedi İşlemleri,
- Hisse Senedi Alım/Satımı,
- Lot¹⁰¹ Alım/Satımı,
- Fatura Ödemesi,
- Hesaplar Arasında Fon Transferi,
- Kredi Kartı Talep Etmek ve Kredi Kartı İşlemleri,

¹⁰⁰ Repo sabit getirili herhangi bir menkul kıymetin, belli bir süre sonunda önceden tespit edilmiş şartlarla geri alma taahhüdünde bulunarak satımıdır. Esas itibarıyla Repo, bankaların kısa vadeli fon toplamak, gerçek kişilerin nakit fazlalıklarını değerlendirmek, tüzel kişilerin de sermaye maliyetini minimize etmek amacıyla kullandıkları bir yatırım aracıdır.

(http://www.garanti.com.tr/tr/yarım_ve_öneriler/sorular.page?faqName=repo_nedir_ozellikleri_nelerdir#calcContent=UID3654792, Erişim Tarihi: Eylül,2013.

¹⁰¹ Borsada 1.000 adet hisse senedi bir araya gelerek birer lotu oluşturur. (<http://www.hangi.kredi.com/bilgi-merkezi/lot-nedir/>), Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

- Çek Verme,
- Döviz Alım-Satımı ve Kurların Takibi,
- Hesap Açma İşlemleri,
- Talimat Verme İşlemleri.

2.6. İNTERNET BANKACILIĞI ARAÇLARI

2.6.1. Kredi Kartları

1887 yılında bir hayal olarak Edward Bellamy'in "Looking Backward or Life in The Year 2000" isimli romanında dile getirilmiş, 1950'de Dinners Club'la hayata geçmiştir. 1956'da ABD banka müşterileri arasında yaygınlaşmaya başlayan kredi kartı ülkemize 1968 yılında Dinners Club ve American Express ile girmiştir. 1983'te kredi kartı ülkemizde benimsenmiş, fakat sınırlı bir müşteri grubu tarafından kullanılan bir ödeme aracı haline gelmiştir. 1990'da Bankalar arası Kart Merkezi'nin kurulması, 13 banka ile standardizasyonun sağlanması ile ivme kazanan kredi kartı kullanımı sayısı 1991'de 766 bin adete ulaşmış, 1623 adet Satış Noktası Terminal (POS) noktasından alışveriş yapılabilir hale gelmiştir. 2008 yılı Mart ayı itibarıyla 38.534.106 adet kredi kartı ve 1.496.177 adet POS noktası ülkemizde 1.697.557.541 TL'lik yıllık işlem hacmi ile kullanılmaktadır.¹⁰²

2.6.2. Sanal Kredi Kartları

Fiziksel olarak kullanılmayan ve yalnızca internet alışverişlerinde kullanılan bir kredi kartıdır. Sanal kart manyetik alanı olmayan sadece güvenlik numarası bulunan, kullanıcının banka hesabına bağlı, limitini tüketicinin geçici olarak her bir alışveriş işlemi öncesi belirlediği ve sadece internet üzerinden yapılan alışverişlerde kullanılabilen bir karttır. Bu özelliği sayesinde yetkisiz kişilerin kullanımından doğabilecek riskler en aza indirilmektedir.¹⁰³

¹⁰²Erdem, A. ve Efiloğlu Ö. (2002) ,“Bilgi Çağında Elektronik Ticaret”, 8. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul, Vol. 8, S. 30-48.

¹⁰³Erdem, A. ve Efiloğlu Ö. (2002) ,“Bilgi Çağında Elektronik Ticaret”, 8. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul, Vol. 8, S. 30-48.

2.6.3. Akıllı Kartlar

Üzerinde manyetik bant yerine mikroçip taşıyan plastik banka kartlarına verilen isimdir. Bu plastik kartlara akıllı kart denmesinin nedeni standart bir manyetik karttan 100 kat daha fazla bilgiyi depolama ve bu bilgileri işleme yeteneğine sahip olmasıdır. Akıllı kartlar çok özel bir şifreleme yeteneğine sahip olduğundan oldukça güvenlidirler. Herhangi bir sanal mağazadan alışveriş yaparken akıllı kartını kullanmak isteyen tüketici akıllı kart okuyucu klavye ile akıllı kartını kullanabilmektedir.¹⁰⁴

Akıllı kartların bir özelliği de içerdikleri mikroçiplere farklı alanlardaki bilgilerin yüklenebilmesi sayesinde kredi kartları ile aynı amaçlı olarak kullanılabilmesidir. Ülkemizde 2007'den itibaren tüm kredi kartları chip&PIN özelliğinin yaygınlaşması ile birlikte akıllı kart kapsamında değerlendirilmektedir.¹⁰⁵

Temaslı ve temassız olmak üzere iki farklı tarzda kullanılabilen akıllı kartların özellikle temaslı olanları, işletmelerin, kurum ve kuruluşların kimlik ya da üyelik kartı olarak kullanılması yaygınlaşmakta, sistem içinde ön ödeme yöntemi ile yüklenmiş miktarlar üzerinden sabit ödemelerde bu kartlar kullanılmaktadır.¹⁰⁶

¹⁰⁴Dolanbay, C. (2000) , Yeni Ekonomide Başarının Anahtarı E-ticaret-Strateji ve Yöntemler, Pusula.

¹⁰⁵Dolanbay, C. (2000) , Yeni Ekonomide Başarının Anahtarı E-ticaret-Strateji ve Yöntemler, Pusula.

¹⁰⁶Umur, K. (2006), Bankaların İnternet Bankacılığını Kullanan Müşterilerinin Tutumlarına İlişkin Değerlendirmeleri Ve Bir Uygulama, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

2.6.4. Ulusal ve Uluslararası Ödeme Sistemleri

Merkez Bankası yönetiminde yürütülen Elektronik Fon transferi (EFT), Günde ortalama 10 milyon ödeme mesajının aktarıldığı ve koordine edildiği SWIFT sistemi¹⁰⁷, New York merkezli CHIPS¹⁰⁸ ve Londra merkezli CHAPS¹⁰⁹ ve ABD Merkez Bankası yönetimindeki FEDWIRE¹¹⁰ sistemleri global ticarete uluslararası ödemelerin güvenli ve hızlı şekilde transferini sağlamaktadır. Bu ödeme sistemlerinden önce ödemelerin posta yoluyla yapıldığı göz önüne alındığında hız ve güvenlik önemli bir etkinliği ifade etmektedir.¹¹¹

2.6.5. Akıllı Anahtar

Akıllı Anahtar, internet bankacılığı kullanıcılarına iki kademeli güvenlik sağlar. Akıllı Anahtar ile, internet bankacılığına girişiniz için şifrenize ek olarak Akıllı Anahtarın ürettiği 8 haneli şifreyi kullanılır. Akıllı Anahtar, internet bankacılığına her girişiniz için farklı bir şifre üretir. Bu şifreler “Tek Kullanımlıdır”. Siz ya da bir başkası tarafından ikinci bir kez kullanılamazlar.¹¹²

Akıllı Anahtar'ın Avantajları:

- Akıllı Anahtar iki kademeli güvenlik sağlar.
- Ekstra güvenlikle birlikte para çıkışı ve ödeme işlemlerinizi yapmaya devam etmenizi sağlar.
- Akıllı Anahtar ile ek bir şifre hatırlamak zorunda kalmazsınız.

¹⁰⁷Tüm dünyadaki bankalar arasında elektronik fon transferi standardı sağlayan bir sistemdir. Kuzu Y.(2003) Uzman Yeterlilik Tezi ss.67

¹⁰⁸1970’de mevcut kağıt tabanlı ödeme araçları ile gerçekleştirilen uluslararası ABD doları transferlerinin yerine geçmek üzere geliştirilmiş elektronik fon transfer sistemidir. Kuzu Y.(2003) Uzman Yeterlilik Tezi ss.52

¹⁰⁹Avrupa’daki en büyük meblağlı ödeme sistemlerinden biridir. Kuzu Y.(2003) Uzman Yeterlilik Tezi ss.43

¹¹⁰ABD’de kullanılan fon transfer sistemidir.(BIS,2003,s. 443)

¹¹¹Özcan, Z.Ö. (2007) ,Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

¹¹²Usta, R., “Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma”, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 6 (2) 2005, 279-290 (2005).

- Akıllı Anahtar ile internet bankacılığına her girişte yeni ve tek kullanımlık şifreniz olur.
- Akıllı Anahtar'ın kullanımı kolaydır.
- Akıllı Anahtar cihazı her yere taşınabilir.
- Herhangi bir yazılım yüklemesi gerektirmez; işletim sisteminden bağımsız çalışır.¹¹³

2.7. İNTERNET BANKACILIĞININ SUNDUĞU FIRSATLAR

2.7.1. Bankalar İçin Fırsatlar

Bankalar yüksek teknolojinin olanaklarını sonuna kadar kullanarak müşteri gereksinim ve değişimlerini yakından analiz etmek ve bu gereksinimlere cevap verebilmek için yazılım kaynaklarından yararlanmaktadırlar. Bu şekilde müşterilere ulaşım için alternatif dağıtım kanalları oluşturmaktadırlar. Bu kanallardan en önemlilerinden birisi de kuskusuz internet bankacılığıdır.¹¹⁴

Yeni bir dağıtım kanalı olarak da tanımlanabilen internet, bankalar tarafından genelde iki amaç için kullanılmaktadır.¹¹⁵

- Daha fazla potansiyel müşterilere daha düşük maliyetlerle benzer kalitede karmaşık ürünleri sunabilmek,
- Yer ve zamandan bağımsız olarak kesintisiz ulaşılabilirlik sağlamak.

¹¹³Usta, R., "Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma", Doğu Üniversitesi Dergisi, 6 (2) 2005, 279-290 (2005).

¹¹⁴Cömert, Ersoy Y., Melik A. (2003), "Bankacılıkta İnternet Kullanımı", Pazarlama Dünyası, Yıl:17, Sayı:3.

¹¹⁵Önder, S. (1999) , İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımının Bankacılık Sektöründeki Uygulaması, İstanbul.

Şubelerdeki işlem maliyetleri bankalar için en pahalı işlemlerdir. ATM, telefon ve son olarak da internet bankacılığı kanalları ile bu maliyetler belirli ölçülerde azaltılmıştır. Maliyetlerdeki bu azalış tüketicilerin bu kanalları kullanımının yoğunluğu ile oluşmuştur.¹¹⁶

İnternet şubelerini kullanan bireysel ve kurumsal müşteri sayısının artışı ve yapılan işlem hacminin sürekli büyümesi, bankaların tepe yöneticilerini de son derece memnun etmektedir. Şubede 2 dolara mal olan bir işlemin maliyeti, internet bankacılığı ile 10 sente kadar düşebilmektedir. Bu işlem maliyetleri telefon bankacılığında 0,54\$, ATM'ler için ise 0,27\$ olarak belirtilmiştir.¹¹⁷

Sadece bununla da kalmamakta çünkü teknoloji sürekli ucuzladığı ve geliştiği için bu masraflar zamanla çok daha aşağı seviyelere çekilmekte ve internet bankacılığı çok daha fazla ilgi çekici ve avantajlı duruma gelebilmektedir.¹¹⁸

İnternet bankacılığının bankalara sağladığı diğer bir avantaj da, hizmet sunumu açısından, yer ve zaman bağımsızlığı kazandırmasıdır. İnternet, bankalara coğrafi genişleme olanağı sağlar. Sunum alanının genişlemesi ile şubelerde iş yükü açısından hafifleme ve rahatlama yaşanmaktadır. Bu sayede şubelerin görev tanımları değişmekte ve asıl hedefleri olan pazarlama aktivitelerine yönelebilmektedirler. Ayrıca kazançlı müşterilere daha yakından ve özel ilgi gösterilmesi olanaklı hale gelmektedir.¹¹⁹

2.7.2. Müşteriler İçin Fırsatlar

İnternet bankacılığı, her müşterinin kullandığı bilgisayarı bir banka şubesine dönüştürmektedir. Müşteriler, bir bilgisayar ve internet bağlantısı ile 7 gün 24 saat bankacılık hizmetlerinden faydalanabilmektedirler. İnternet bankacılığı, müşterilerin

¹¹⁶Önder, S. (1999) , İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımının Bankacılık Sektöründeki Uygulaması, İstanbul.

¹¹⁷Önder, S. (1999) , İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımının Bankacılık Sektöründeki Uygulaması, İstanbul.

¹¹⁸Özkapıcı, H. (2000) , “Şube Ötesi Bankacılık Zamanı”, Activeline Aylık Bankacılık Dergisi.

¹¹⁹Özkapıcı, H. (2000) , “Şube Ötesi Bankacılık Zamanı”, Activeline Aylık Bankacılık Dergisi.

hesapları ve öğrenmeyi arzu ettikleri konularda en güncel bilgileri almalarını sağlamaktadır.¹²⁰

İnternet kanalında yapılabilecek işlemler ve sınırları tüm müşteriler için eşit ve aynı hızdadır. Bununla birlikte firmalar için, isteğe bağlı olarak özel yetkilendirme ve onay mekanizmaları kurulabilmektedir. Böylece işletmeler, pratik ve güvenli bir otokontrol mekanizması sağlayabilmektedir. İnternet bankacılığında, erişilen hizmetlerin komisyon oranları şubelere göre daha azdır. Bunda bankaların müşterilerini internet bankacılığına yöneltme isteği de ön plandadır. Müşteriler, satın aldıkları hizmeti, internet bankacılığında kullandıklarında rahatlık ve hız açısından olduğu kadar, maliyet açısından da fayda sağlamaktadır.¹²¹

Ayrıca fatura, aidat ödeme gibi bazı hizmetler de internet üzerinden ücretsiz olarak sunulmaktadır. İnternet bankacılığı müşterilere önemli derecede zaman, maliyet ve sağlamaktadır. İnternet bankacılığı kullanımını, ATM'ler ve telefon bankacılığı ile destekleyen bir müşterinin, özel haller dışında pek de şubeye gitmesine gerek kalmayabilmektedir.¹²²

2.8. İNTERNET BANKACILIĞININ OLASI RİSK/TEHDİTLERİ

İnternet bankacılığının olası risk/tehditlerini, bankalar için olası risk/tehditleri ve müşteriler için olası risk/tehditler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

2.8.1. Bankalar İçin Olası Risk/Tehditleri

Bankalar için olası risk/tehditleri;

- Artan (Sınır Ötesi) Rekabet,
- Gelir (Komisyon) Paylaşımındaki Azalım,

¹²⁰Gül, O. (2003) , İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri", İstanbul.

¹²¹Gül, O. (2003) , İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri", İstanbul.

¹²²Gül, O. (2003) , İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri", İstanbul.

- Yeniden Yapılandırma Gerekliliği.¹²³

2.8.1.1. Artan (Sınır Ötesi) Rekabet

İnternet bankacılığı ile coğrafi kısıtlamaların azalması, bir yandan da sınır ötesi rekabetin artmasına zemin hazırlamaktadır. Klasik bankacılık uygulamalarında rekabet tehdidi yaratamayan, fazla yaygınlaşmamış bankalar bile internet aracılığıyla söz sahibi olmaya başlamaktadır. Bu da müşteri sadakatini azaltmaktadır. Müşteriler bankaların verdikleri hizmetleri rahatlıkla kıyaslayabilmekte ve tercihlerini değiştirebilmektedirler.¹²⁴

2.8.1.2. Gelir (Komisyon) Paylaşımındaki Azalım

Bankalar açısından bir diğer olumsuz etki de yapılan işlemler sonucunda alınan komisyonların araçlarla paylaşılmasıdır. Bankalara internet altyapısı sağlayan araçlar gibi kurumlar değerinin bir kısmını almaktadırlar.¹²⁵

2.8.1.3. Yeniden Yapılandırma Gerekliliği

İnternet bankacılığı kullanımının yaygınlaşması ile bankaların maliyet fiyatlanmalarında bir takım kirlilik oluşmaktadır. Şubeden, ATM'lerden, telefon bankacılığından ve internet bankacılığından alınan komisyon tutarları farklı olabilmektedir. Fiyatlandırma, bankalar için önemli bir rekabet unsurudur. Alternatif kanallarda düşük maliyetli hizmetlerin sunulması bankalara, diğer kanallardaki fiyatlarını da aşağıya çekmeleri yönünde baskı yaratabilmektedir. İnternet bankacılığının, müşteri gözünde konumlandırılmasının yapılması için, bankalar belli oranlarda geliştirme ve tanıtım maliyetlerini göze almak zorundadırlar. İnternet kanalını kullanmaya başlayan her bir müşteri ile bu maliyetler belirli oranlarda karşılanacaktır.¹²⁶

¹²³Bankacılar Dergisi, Sayı 39, 2001 S.2/3 Ekonomik ve Parasal Birlik Avrupa Birliği'nde Mali Bütünleşme ve Türk Bankacılık Sektörü.

¹²⁴Bankacılar Dergisi, Sayı 39, 2001 S.2/3 Ekonomik ve Parasal Birlik Avrupa Birliği'nde Mali Bütünleşme ve Türk Bankacılık Sektörü.

¹²⁵Bankacılar Dergisi, Sayı 39, 2001 S.2/3 Ekonomik ve Parasal Birlik Avrupa Birliği'nde Mali Bütünleşme ve Türk Bankacılık Sektörü.

¹²⁶Gül, O. (2003) , "İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri",_İstanbul.

Ayrıca internet bankacılığının kullanımı ile şube kanallarında olan yoğunluk azalacaktır. Bu durumda şubelerin çalışan sayıları, becerileri ve görev tanımlamaları dikkatlice gözden geçirilmelidir. Yanlış ya da eksik yapılacak değerlendirmeler sonucunda, şubelerin atıl kalması söz konusu olabilir. Bu da banka için ekstra bir maliyet anlamına gelebilecektir.¹²⁷

2.8.2. Müşteriler İçin Olası Tehditler/Riskler

Müşteriler için olası tehditler/riskler;

- Teknoloji Fobisi
- Kişisel Bilgilere Yer Verilmesi
- Güvenlik – Gizlilik
- Hukuki – Mevzuat Boşluğu

2.8.2.1. Teknoloji Fobisi

İnternet bankacılığı “teknoloji fobisi” olan kişiler için önemli derecede zor olarak algılanabilir. İnternet bankacılığından yararlanmak isteyen banka müşterilerinin en azından orta derecede bilgisayar bilgilerinin olması gerekir. Müşterilerin yeniliklerden ve gelişmelerden haberdar olması için - zorunlu olmasa da – elektronik posta hesabına sahip olunmalıdır.¹²⁸

2.8.2.2. Kişisel Bilgilere Yer Verilmesi

Müşteriler internet şube hesabı açtırmak için şubeye gitmeli ve gerekli atılması gereken adımları tamamlamalıdır. Bu aşamada bir takım kişisel bilgiler bankaya verilmelidir. Bu bilgilerin sisteme aktarılmasında sorunlar yaşanabilir. Öte yandan bankanın teknolojik olarak yapacağı bir değişiklik, yazılımın değişmesi veya herhangi bir teknolojik hata sonucu müşteri bilgilerinin yeniden tanımlanması gerekebilir.¹²⁹

¹²⁷Gül, O. (2003) , “İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri”, İstanbul.

¹²⁸Gül, O. (2003) , “İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri”, İstanbul.

¹²⁹Gül, O. (2003) , “İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri”, İstanbul.

2.8.2.3. Güvenlik – Gizlilik

İnternet bankacılığında en önemli çekincelerden birisi de müşterilerin kişiler bilgilerine üçüncü şahıslar tarafından ulaşılması riskidir. Bu konuda bankalar yoğun çalışmalar sürdürmekte, teknolojik yapılarını ve güvenlik derecelerini sürekli kontrol etmekte ve güncellemektedirler. Karşı etkileşimli ortamda müşteri, şahsına ait bilgilerin işletmede gizli kalması, kredi kartı ile yapacağı ödemelerde verdiği sipariş bedelinden daha fazlasını veya kendisine ait olmayan bir sipariş bedelinin hesabından çekilmesi gibi konularda endişe duymaktadır.¹³⁰

Bu endişelerin giderilmesinde fiziki adresle birlikte işletme hakkında açık ve net bilgilerin müşterinin erişimine sunulmasının yanında, ödeme bütünlüğünün sağlanması ve satıcı ispatının güvenilirliğinin ispatı için güçlü bir şifreleme sisteminin varlığı zorunludur.¹³¹

2.8.2.4. Hukuki – Mevzuat Boşluğu

Karşı etkileşimli ortamdaki gerek ticari gerekse ticari olmayan faaliyetlere yönelik bir belirsizlik ve kargaşa hali mevcuttur. Klasik hukukun teknolojik yenilikler konusunda geride kalması birtakım sorunlara neden olmaktadır. Teknolojik gelişmelerin hızı klasik hukukun kapsamını zorlamaktadır. Klasik mevzuatta somut gözle görülür, elle tutulur bir sınır söz konusudur. Maalesef internet ortamı diyebileceğimiz bu alanın dünyada henüz genel kabul görmüş bir mevzuatı yoktur.¹³²

¹³⁰Doğan H. (2001) , Karşı Etkileşimli Pazarlama, (Fakülte Kitabevi, Isparta:), S.84.

¹³¹Doğan H. (2001) , Karşı Etkileşimli Pazarlama, (Fakülte Kitabevi, Isparta:), S.84.

¹³²Doğan H. (2001) , Karşı Etkileşimli Pazarlama, (Fakülte Kitabevi, Isparta), S.86.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI İLİŞKİSİ

3.1. TÜKETİCİLER AÇISINDAN İNTERNET BANKACILIĞI ALGISI

İnternet bankacılığının benimsenmesinde etkili olan faktörleri bilmenin, bu dağıtım kanalının kullanımının artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, internet bankacılığı için bir bankanın seçiminde bankanın ünü ve banka tarafından sunulan hizmet çeşitliliğinin en önemli faktörler olduğuna dikkat çekilmiştir.¹³³

3.1.1. İnternet Bankacılığında Tüketici Davranışlarını Etkileyen Olası Unsurlar

İnternet bankacılığının istenen şekilde gelişmesinde, müşterinin bu dağıtım kanalını benimsemesi anahtardır.¹³⁴ İnternet bankacılığının yaygınlaşması, geleneksel bankacılık kanallarına göre çok fazla avantaj sağlamaktadır.¹³⁵ Müşteri odaklılığının artması, maliyetten tasarruf, ürün yeniliği ve çeşitliliği, pazarlama ve iletişim, coğrafi bölgeye ve zamana bağlı kalınmaksızın hizmet sunmak bu dağıtım kanalının avantajlarından bazılarıdır.¹³⁶ Bunun yanı sıra, internet bankacılığındaki asıl avantaj, şube, personel ve kira gibi masrafların düşmesidir. İnternet bankacılığının benimsenmesinde etkili olan faktörlerin bilinmesi, bu dağıtım kanalının kullanımının artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.¹³⁷

¹³³Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F (2010) Yönetim Ve Ekonomi Cilt:17 Sayı:2

¹³⁴Nelson, P. and Richmond, W. (2007). Internet banking: gold mine or money pit?. Academy of Banking Studies Journal, 6 (1), 1-25.

¹³⁵Gan, C. and Clemes, M. (2006). A logit analysis of electronic banking in New Zealand. International Journal of Bank Marketing, 24 (6), 360-383.

¹³⁶Giannakoudi, S. (1999), Internet banking: the digital voyage of banking and money in cyberspace. Information and Communications Technology Law, 8 (3), 205-43.

¹³⁷Hernando, I. and Nieto, M. J. (2007). Is the Internet delivery channel changing banks' performance? The case of Spanish banks. Journal of Banking and Finance, 31, 1083- 1099.

Taylor ve Russel (2003) 'a göre, müşteri memnuniyetini etkileyen kalite boyutları şunlardır:¹³⁸

- Zaman: Müşterinin bakış açısına göre, zamanında hizmetin alınması,
- Eksiksiz olma: Müşterilerin tüm gereksinimlerini karşılama,
- Kibarlık: Çalışanların müşterilere dostça ve arkadaşça davranması,
- Tutarlık: Müşteriye sağlanan her işlemde hizmetin tutarlılık düzeyi,
- Doğruluk: Hizmetlerin hiç hatasız olması,
- Karşılık verme: Müşteriye her zaman yardım için istekli ve hazır olma.

Parasuraman, (1985) teknolojinin kullanımını teşvik eden ve engelleyen faktörleri şu şekilde sıralamaktadır:¹³⁹

- İyimserlik: İnsanların internetin sağladığı rahatlık ile ilgili olumlu bakış açısı,
- Yenilikçi olma: İnsanların teknolojiye öncü ve lider olma isteği,
- Huzursuzluk: İnternette yapılan işler ile ilgili denetimin azlığı ile ilgili görüşleri.
- Güvenlik: İnsanların teknolojiye güvenmeme ve yaptıklarından şüphelenmek.
- Görünüş: Teknolojinin kullanımını önemli ölçüde etkilemektedir.

Huzursuzluk ve güvenlik endişeleri engel, diğerleri motive edici faktörlerdir. Ayrıca, internet bankacılığı için bir bankanın seçiminde bankanın ünü ve banka tarafından sunulan hizmetlerin çeşitliliğinin en önemli faktör olduğuna dikkat çekilmiştir. Müşteriler bütün bu avantajlarına rağmen, bu dağıtım kanalını benimseme oranları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Çoğu müşteri internet bankacılığı hizmetlerini kullanmamaktadırlar.¹⁴⁰

¹³⁸ Taylor W. Bernard; Russel R. Roberta, (2003) , Operations Management, Fourth Edition, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.

¹³⁹ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing 49,4,41– 44

¹⁴⁰ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing 49,4,41– 44

Tan ve Teo, (2000) internet bankacılığını benimsemede altı faktörün çok etkili olduğunu bulmuşlardır:¹⁴¹

- 1- Nispeten daha avantajlı olduğu algısı,
- 2- Kişinin yaşam ve çalışma tarzına uygunluğu,
- 3- Güvenlik ve risk algısı,
- 4- İnternetle ilgili daha önceki deneyim,
- 5- İnternet gibi ulaşılabilir ve uygun bir dağıtım kanalına ihtiyaç hissetme,
- 6- İnterneti kullanma becerisi.

Atılğan (2006)'a göre Türkiye'de bir bankadan toplanan deneysel verilere dayanılarak banka müşterilerinin demografik durumları, internet bankacılığının kullanımına yönelik tutum ve davranışlarına yoğunlaşmıştır. Analizde kullanılmak üzere, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan yararlılık, güvenlik ve gizlilik, kalite ve göreceli avantaj faktörleri seçilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, Türk banka müşterilerinin algılanan kullanım kolaylığı, algılanan yararlılık ve güvenlik-gizlilik faktörlerinin internet bankacılığını kullanmalarını etkileyen geçerli nedenler olarak görmektedirler.¹⁴²

3.1.1.1. Teknolojik Gelişmeler

Teknolojik gelişmeler bireysel bankacılığın yapısını önemli ölçüde değiştirmektedir. Geleneksel olarak bir bireysel banka halkın birikimini toplamak, yatırımdan yararlanmak ve tekrar geri ödemek, borç vermek ve diğer hesap ödemeleri için sağlam bir şubeye ihtiyaç duymaktaydı. ATM, telefon bankacılığı ve en son olarak da internet bankacılığının yaygınlaşması, yeni bankacılık kanalının ortaya çıkmasına ve şubelere olan gereksinimin ortadan kalkmasına veya azalmasına sebep olmuştur. Teknolojideki gelişmeler son 20 yıldır bankacılık sektöründe hüküm sürmektedir.¹⁴³

¹⁴¹ Tan, M. and Teo, T.S.H. (2000), "Factors influencing the adoption of internet banking", Journal of the Association for Information Systems, Vol. 1 No. 5.

¹⁴² Atılğan, K.Ö. (2006), İnternet Banking Adoption in Turkey An Empirical Analysis on Attitudes of Customers, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Anabilim Dalı İngilizce İşletme Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi. S.2.

¹⁴³ Atılğan, K.Ö. (2006), İnternet Banking Adoption in Turkey An Empirical Analysis on Attitudes of Customers, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Anabilim Dalı İngilizce İşletme Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi. S.2.

Lwellyn (1997) 'ye göre, teknoloji:¹⁴⁴

- Var olan hizmetlerin daha etkili bir şekilde sağlanmasına,
- Yeni hizmetlerin sunulmasına,
- Bazı alanlara giriş engellerinin azalmasına,
- Ekonominin dağıtımındaki değişikliklere sebep olmaktadır.

3.1.1.2. Kullanım Kolaylığı ve Erişebilirlik

Bir dağıtım kanalı bir hizmetin kolaylığını, erişebilirliğini artıran ve kullanımını veya aynı zamanda gelirini artıran bir vasıtaadır. Kanal var olan kullanıcıları elde tutma, bunların kullanımını artırma veya yeni kullanıcıları çekmeye yardımcı olmaktadır.¹⁴⁵

İşlem yapmanın rahatlığı ve kolaylığının banka seçimini etkileyen iki önemli faktör olduğunu, ayrıca müşterilerin “hizmeti nasıl aldıkları” ile ilgilendiklerini belirtmektedir. Bu da finansal hizmetlerin dağıtımının önemli bir rekabet değişkeni olduğu anlamına gelmektedir. Müşterilerin demografik, ekonomik ve sosyal özellikleri, tercih ettikleri dağıtım kanalını etkilemektedir.¹⁴⁶

3.1.1.3. Değişen Hayat Şartları

Değişen hayat stilleri ve artan zenginlik, müşterilerin hizmetten beklentilerini artırmış ve 1990'larda internet bankacılığı dağıtım kanalı pazarlamanın ana değişkeni olmuştur. Kadının toplumdaki rolünün değişmesi, iş gücüne katılması ile çalışan aileler için zaman tasarrufu daha önemli hale gelmiş ve bu kanalın daha fazla kullanımına neden olmuştur.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Llewellyn, D. (1997), Banking in the 21 st Century: The Transformation of an Industry. Research Paper. Loughborough University Banking Centre.

¹⁴⁵ Pezzullo, M. (1989). Marketing for Bankers. American Association. Washington, D.C., USA. 263.

¹⁴⁶ Mckechnie, S. (1992), “Consumer Buyer Behavior in Financial Services: An Overview”, International Journal of Bank Marketing, 10(5).

¹⁴⁷ Trethowan, Ji ve Scullion, G. (1997), Strategic responses to change in retail banking in the UK and the Irish Republic, International Journal of Bank Marketing, pp. 15. Vol 15, No. 2, pp.60-8.

3.1.1.4. Ekonomik Sebepler

İnternet kullanımının gelişimi beraberinde müşteri eğilimlerinde de bir değişiklik meydana getirmiştir. İnternet, bu kanalların en başında gelmektedir. Bunun nedeni müşteri tarafından internet üzerinden işlem yapmanın şube bankasına kıyasla daha ucuza mal olmasıdır. Bankalar da, müşterilerini ekonomik yönden en çok avantaj sağlayacak kanala yönlendirmektedir.¹⁴⁸

Finans bölümü hizmetlerindeki teknolojik gelişmeler; son 20 yılda gelişen teknolojinin bankalarda kullanılması, bankaların operasyon masraflarından ve fiziksel şubelerden zaman içerisinde kurtulmalarını sağlamıştır. Leverin ve Liljander (2006) araştırmalarında, internet bankacılığı kullanan müşterilerin geleneksel bankacılık müşterilerine göre bankaya iki-üç kat daha fazla kar sağladığını belirtmektedir.¹⁴⁹ Parasuraman (1985)'a göre, internet bankacılığını en önemli avantajlarından birisi işlem maliyetinin düşük olmasıdır.¹⁵⁰

3.1.1.5. Demografik Değişiklikler

Kurtuldu ve Karataş (2005) 'ın çalışması, internet bankacılığında tüketici tercihlerini analiz etmeyi, internet bankacılığı işlem ve süreciyle ilgili tüketici tutumlarını etkileyen faktörleri ortaya koymayı ve bu faktörlerin kaynakları kadar tüketici tutumunu etkileyen tüketici kişilik özelliklerini de tanımlamayı amaçlamaktadır. Analiz sonuçları, bu faktörlerin öneminin tüketici kişilik özelliklerine göre değiştiğini göstermektedir.¹⁵¹

Linne (2008) 'nin araştırmasının sonuçlarına göre; gençler internet bankacılığından tam olarak yararlanmakta, orta yaşlılar daha önce bankaya giderek

¹⁴⁸Leverin, A. Ve Liljander V. (2006), Does relationship marketing improve customer relationship satisfaction and loyalty?", Introduction Journal of Bank Marketing, Vol.24 No.4, pp. 232-251.

¹⁴⁹Leverin, A. Ve Liljander V. (2006), Does relationship marketing improve customer relationship satisfaction and loyalty?", Introduction Journal of Bank Marketing, Vol.24 No.4, pp. 232-251.

¹⁵⁰Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing 49, 4 , 41.

¹⁵¹Kurtuldu, H.S., Karataş, M.(2005), İnternet Bankacılığında Müşteri Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 33: 29-44.

ödedikleri faturaların ödenmesi için internet bankacılığını kullanmakta ve yaşlılar ise internet bankacılığına güvenmemektedirler.¹⁵²

3.1.1.6. Bankanın İnternet Sitesi Tasarımı

Vrechopoulous, ve Atherinos, (2009) bankaların internet sitesi tasarımının internet kullanma davranışı üzerine etkili olduğunu ve bankaların internet ağı tasarımı için internet bankacılığını kullanan müşterilerin tercih ve önerilerinin göz önüne alınarak site tasarımının yapılması gerektiğini vurgulamışlardır.¹⁵³ Carlos, Guiliu, ve Torres, (2005) firma imajının gerek geleneksel, gerekse internet üzerinden finansal hizmet dağıtımı ile müşteri güveni arasında ilişki olduğunu saptamışlardır. Buna dayanarak, müşteri üzerinde firma imajının finansal dağıtıma olan güven için anahtar olduğunu öne sürmektedirler.¹⁵⁴

3.1.1.7. Güvenlik

Banka müşterilerinin internet bankacılığından yararlanması için, bu hizmetin güvenli olduğuna inanması önemlidir. Ekberg, Li ve Morina (2007) çalışmalarını İsveç'teki dört büyük banka ile gerçekleştirmişlerdir. Bankaların internet bankacılığını kullanmaya karar vermede hangi prensipleri göz önüne aldığı araştırılmıştır. Güvenliğin sağlanması için şifrenin kullanıldığı fakat bunun yeterli olamayacağı; çok yakında olmasa da biometrik yönteminin de kullanılabilceği belirtilmektedir. Banka müşterilerinin kullanışlılığı, güvenliğe göre daha fazla dikkate aldıkları belirtilmektedir. Güvenlik için akıllı kartların kullanılmasının bankalar için ucuz olacağı, fakat müşterilerin elde etmesinin zor olabileceği öne sürülmektedir.¹⁵⁵

¹⁵²Linne, T. (2008), Digital Money, Money and Social Life. Media-Tryck, Sociologiska institutionen, Lunds universitet.

¹⁵³Vrechopoulous, A. ve Atherinos, (2009), Web banking layout effects on consumer behavioural intentions. International Journal of Bank Marketing, Vol. 27, No: 7, pp. 524-546.

¹⁵⁴Flavia, C. Guinalı, M. ve Torres, E. (2005), The influence of corporate image on consumer trust A comparative analysis in traditional versus internet banking, International Research. Emerald. pp. 447-470.

¹⁵⁵Ekberg, P.,Li, S., Morina, G. (2007), Online banking access system Principles behind choices and further development, seen from a managerial perspective. Jönköping University.

Zhu çalışmasında, (2009) internet bankacılığının güvenliği ile ilgili üç ayrı faktör belirlemiştir. Bunlardan birincisinin banka ve müşteriye gelen mesajların yasal olduğundan emin olunması gerekliliğidir (gerçeklik). İkincisi, banka ve müşteriden başka hiç kimsenin internet aracılığıyla gönderilen finansal bilgilere ulaşamaması gerekliliğidir (gizlilik ve dürüstlük).¹⁵⁶

İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmeler ve bankacılık sektöründeki özel çalışmalarla ortaya koyulan Soket Güvenlik Düzeyi (SSL), Güvenli elektronik İşlem (SET), 3D Secure ve Secure Code gibi yüksek güvenlik önlemleri oluşturulmuştur. Teknik altyapısı ve yüksek kombinasyonlu kodlama sistemine göre çalışma yapısını ve bu güvenlik yazılımlarının güvenlik seviyesini aşağıdaki tabloda birleşim yapısı ifade etmektedir.¹⁵⁷

Tablo 6: SSL Şifreleme Kombinasyonu

40 bit	11×10^{10}	1.099.511.627.776
56 bit	27×10^1	72.057.594.037.927.900
128 bit	34×10^3	340.282.366.920.938.000.000.000.000.000.000.000.000.000.000.000

Kaynak: Özmen Ş.(2006) , Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-ticaret Elektronik Ticaret, 2.bs, İstanbul: İst. Bilgi Üniv. Yay.

Son olarak ise, bir kişi bir işlem gerçekleştirdikten sonra, bu hareketin bu kişi tarafından yapıldığını ispatlanması için bir yolun olmasıdır. Zhu (2009) bu çalışmasında, internet bankacılığının güvenli olmayan bir ortam olduğu ve güvenliği sağlamak için ise modern cep telefonlarının daha büyük ekrana ve bilgisayar özelliğine sahip olması gerektiğini ileri sürmektedir.¹⁵⁸

¹⁵⁶Zhu, F. (2009) , Smart Card Based Solutions for Secure Internet Banking with a primitive reader or mobile phone. Bachelor Thesis.

¹⁵⁷ Özmen Ş.(2006) , Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-ticaret Elektronik Ticaret, 2.bs, İstanbul: İst. Bilgi Üniv. Yay.

¹⁵⁸ Zhu, F. (2009) , Smart Card Based Solutions for Secure Internet Banking with a primitive reader or mobile phone. Bachelor Thesis.

3.1.1.8. İlişkilerin Değişmesi

İnternet bankacılığının kullanılması ile müşteriler ürünler ile ilgili detaylı bilgi alabilmekte ve bankalar veri tabanlarını geliştirmektedir. Bankalar daha önce yapamadıkları ürün ve tutumlar ile ilgili pazar araştırması yapabilmektedir. Bankalar müşterilerden gelen geribildirim ışığında hedeflere ulaşmak için doğru adımlar atabilmektedirler. Bankalar müşteriler ile fiziksel etkileşim olmaksızın internet bankacılık kalitesiyle ilgili fikir sahibi olabilmektedirler.¹⁵⁹

3.1.1.9. Müşteri memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti internet bankacılığının benimsenmesinde çok önemli bir faktördür. Müşteriyi memnun etmek bankanın diğer bankalarla rekabet edebilmesinde çok önemli rol oynamaktadır. Müşterinin hızlı, zamanında, güvenilir ve doğru bilgi alması bankanın bu rekabet ortamında var olmasında çok önemlidir.¹⁶⁰

Dünya çapında çok sayıda banka müşterilerine hesaplarına ulaşma ve banka işlemlerini internet aracılığıyla yapmak üzere fırsatlar sunmaktadır. Geleneksel bankalara göre internet bankacılığının hizmet kalitesi daha yüksektir. Konuyla ilgili kaynaklarda hizmet kalitesi genellikle güvenilirlik, güvenlik, çabuk yanıt alma, yetkinlik, nezaket, iletişim, inanılabilirlik, erişim, duygudaşlık ve maddi olmayan değerlere bağlı olması şeklinde anlaşılmaktadır.¹⁶¹

¹⁵⁹Broderick, A.J. ve Vachirapornpuk, S. (2008). İnternet Bankacılığında Hizmet Kalitesi: Müşteri Rolünün Önemi. C.U. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 9, Sayı 1., S

¹⁶⁰Çelik, H. (2008) ,What Determines Turkish Customers' Acceptance of Internet Banking?, International Journal of Bank Marketing, 26 (5), 353-370.

¹⁶¹Joaquín, A. M., Carlos, L. N., Carla, R. M., & Silvia, S. B. (2009). Key drivers of İnternet banking services use, Online Information Review, 33(4), 672-695.

Daniel ve Storey, (1999) İngiltere ve diğer ülkelerde internet bankacılığını kullanmanın sebeplerini şu şekilde listelemektedirler:¹⁶²

- Kurumun yeniliğe açık olması, ününü koruması ve geliştirmesi,
- Müşterilere ilave katkı sağlaması,
- Yeni müşteriler cezp etmesi,
- Mevcut müşterilerin taleplerini karşılamaı,
- İnternet bankacılığı hizmet verenlere özenmesi,
- Kişiyeye özel hizmetleri geliştirmesidir.

Sha & Zhao, (2005) çalışmalarında, internetin bir dağıtım hizmeti kanalı olarak kalmasında, hizmet kalitesinin en önemli faktörlerden biri olduğuna dikkat çekmişlerdir. Çalışmanın amacını, “müşteri bakış açısından internet bankacılığında müşteri memnuniyetini etkileyen hizmet alanlarını daha iyi anlamak” olarak belirtmişlerdir. İnternet bankacılığında dokuz farklı hizmet kalitesi alanı belirlemişlerdir. Bunlar: verimlilik, güvenilirlik, isteklere karşılık verme, gizlilik, iletişim, işi yerine getirme, bireysellik, teknoloji güncelliği ve teknik destek. Hizmet kalitesi ile ilgili bu dokuz alanın müşteri memnuniyeti üzerinde çok önemli olduğuna varmışlardır.¹⁶³

3.1.2. İnternet Bankacılığını Kullanımını Engelleyen Olası Faktörler

Banka müşterilerinin internet bankacılığını kullanmama sebepleri çok çeşitlidir. Bunlar: hizmetten haberdar olmamak, karmaşık bulmak, risk algısı ve hizmete erişebilirlik. Kullanma sebepleri ülkeler arasında farklılıklar gösterse de, internet bankacılığı hizmetinin kullanımına olan talebin arttığı belirtilmektedir.¹⁶⁴

Bankaların yalnızca var olan müşterinin internet teknolojisinden yararlanması yetmemekte, müşterileri bu hizmetten haberdar etmek gerekmektedir. Bununla beraber,

¹⁶²Daniel, E. Ve Storey, C. (1999), On-line Banking: Strategic and Management Challenges. Long Range Planning, Vol. 30, No. 6, pp. 890-898.

¹⁶³Sha, P., Zhao, Y. (2005), Relationship between online service quality and customer satisfaction. Master's Thesis A Study in Internet Banking. Lulea University of Tekn.

¹⁶⁴Sarel, D. ve Marmorstein, H. (2003), Marketing online banking services: The voice of the customer. Journal of Financial Services Marketing, Vol. 8 No. 2, pp. 106-118.

müşterinin internet bankacılığını kullanması için ikna edilmesi çok kolay olmamaktadır. İnternet bankacılığı kullanıcıları rahatlık, zamandan tasarruf, hesapları kontrol edebilme gibi avantajlarından haberdar olsa da, hala bu hizmetin kullanılmasında engeller bulunmaktadır. Bunlardan birisi, kullanmayan müşterilerin bu hizmetten haberdar olmamasıdır.¹⁶⁵

Singh, (2007) yaptığı araştırmada internet bankacılığını kullanmayan 254 kişinin şu sebeplerden dolayı kullanmadıklarını belirtmişlerdir:¹⁶⁶

- İşlemlerin güvenilir olmaması (% 47),
- İnternet Bankacılığı ile ilgili bilgisinin olmaması (% 33),
- Zaman israfı (% 10),
- Daha fazla masraflı olması (% 10).

Mesco vd. (2002) 'nin yaptığı araştırma sonucunda ise internet bankacılığının kullanmama sebepleri şöyle sıralanmıştır;¹⁶⁷

- Karmaşık internet siteleri: Birçok müşteri bankacılık internet sitesini karmaşık olarak görmekte ve zaman kaybı olarak düşünmektedirler
- Güvenlik: Birçok müşteri internetin kolay erişilebilen açık bir teknoloji olduğunu ve bu yüzden de güvenli olmadığını düşünmektedirler.
- İnternet bankacılığına hızlı erişim sağlanamaması, internet iletişim ağının yavaşlığı.
- Yolsuzluk, hata yapmaktan korkma, karşılıklı işlem yapmaya alışmış olmak.

¹⁶⁵Sarel, D. ve Marmorstein, H. (2003), Marketing online banking services: The voice of the customer. Journal of Financial Services Marketing, Vol. 8 No. 2, pp. 106-118.

¹⁶⁶Singh, N.P. (2007), Online Frauds in Banks with Phishing', Journal of İnternet Banking & Commerce, vol.12, Issue 2, August.

¹⁶⁷Mesco, M.H., Bovee, C.,L. Ve Thill, J.V.(2002), Business Today. 10 th Edition., Prentice Hall, New Jersey.

3.1.2.1. Bilgisayar Kullanma Bilgisindeki Eksiklikler

Bilgisayar ve internetin henüz yeni sayılabilecek kavramlar olduğu günümüzde, yeni nesil için önemli bir sorun olmasa bile, özellikle 40 ve üstü yaş grubundaki kitlenin, bilgisayar ve internete karşı daha mesafeli yaklaşıtları ve adeta çekindikleri gözlemlenmektedir. Bunun başlıca sebebi, bilgisayarın karmaşık ve öğrenilmesi zor bir elektronik sistem olarak algılanmasıdır. İnterneti kullanabilmek için ortalama bir bilgisayar bilgisinin gerekli olması, internet kanalını aktif olarak kullanmayı hedefleyen finansal kuruluşlar için önemli bir engel teşkil etmektedir. Örneğin internete evinden bağlanmak isteyen bir banka müşterisinin ilk yapması gereken, internet servis sağlayıcısından temin ettiği erişim şifresi ile modem aracılığıyla internete bağlanmaktır. Oldukça basit sayılabilecek bu iş için bile, eğer müşteri bilgisayar kullanmayı bilmiyorsa, ya ezber yoluyla bunu yapacak, ya da bir başkasından yardım isteyecektir. Bu durumda ise müşteri, basit olduğunu bildiği bu işlemi bilgi eksikliğinden dolayı yapamadığını düşündüğünde, bir başkasından yardım almaya çekinebilir. Dolayısıyla, bu gruptaki müşterileri internet kanalına çekebilmek oldukça güç ve eğitim gerektiren bir iştir. Mols (2000) 'a göre, bilgisayar kullanabilme bilgi ve becerisindeki artış ile birlikte gelecekte internet bankacılığını tercih edenlerin sayısında artış beklenmektedir.¹⁶⁸

3.1.2.2. Güvenlik

İnternet kanalının kullanımı söz konusu olduğunda, geleneksel kanallara nazaran ön plana çıkan olgu psikolojik unsurlardır. Müşteri internete bağlandığında ise, geleneksel şube ve çağrı merkezlerinde karşılaştığı fiziki ortam yerine, tamamen farklı bir ortam ile karşılaşmaktadır. İlk önce tarayıcı ile ilgili finans kuruluşunun internet kanalına girmeli ve sanal şube linkini tıklamalıdır. Bu işlemi yaptıktan sonra, kuruluştan kuruluşa değişen kullanıcı adı, şifre, ad, soyadı, baba adı, hesap numarası, sanal hesap

¹⁶⁸Mols, N.P. (2000), The internet and services marketing- the case of Danish retail banking. Internet research: Electronic Networking Applications and Policy, pp.7-18.

numarası vb. bilgilerini girdikten sonra kişisel hesap alanına erişecektir. Bu işlemleri ilk defa yapan bir müşteride beklenen ilk tepki, güvensizliktir.¹⁶⁹

Finans kuruluşları internet kanallarına olan güveni sağlamak ve pekiştirmek için kullandıkları şifreleme teknolojileri hakkında herkesin anlayabilecekleri sade bir dilde müşterilerini aydınlatmaya çalışmalıdırlar. Kendini ve hesabını güvende hisseden müşterinin, internet kanalını kullanacağı unutulmamalıdır.¹⁷⁰

Garanti Bankası, bu güveni tesis edebilmek için internet kanalında ana sayfa da "Güvenlik" başlığı altında bir bölüm sunmaktadır. Banka, sanal şube kullanıcılarının internet kanalını kullanırken nelere dikkat etmeleri konusunda da ayrıntılı açıklamalarda bulunmakta ve müşterilerin güvenliğini nasıl sağladıklarını belirtmektedir.¹⁷¹

Reid, (2008) internet bankacılığını kullanmada, güven ve yeterlilik faktörünün etkisini incelemiştir. Bu iki faktörün, internet bankacılığına karşı tutumu ve kullanmayı olumlu etkilediği ortaya çıkmıştır. Aynı çalışmada internet bankacılığına güvenin cinsiyete göre fark gösterip göstermediği araştırılmıştır. Erkek banka müşterilerinin güven düzeyinin kadınlara göre daha yüksek olduğu görülmüştür.¹⁷² Sabbagh ve Molla (2004), Umman'daki internet bankacılığını teşvik eden ve engelleyen faktörlerin neler olduğunu araştırmışlardır. Umman'da müşterilerine internet bankacılığı hizmetleri sunan yalnızca iki banka bulunmaktadır. İnternet bankacılığını benimsemeye rahatlık, kullanılabilirlik ve kullanım kolaylığı teşvik edici; devlet desteğinin yokluğu, internet bağlantı kalitesinin düşüklüğü ve hızının yavaşlığı ise engelleyici unsurlar olarak görülmektedir. Güven ve yüz yüze iletişim tercihi de internet bankacılığının benimsenmesinde engelleyici faktörler olarak belirtilmektedir.¹⁷³

¹⁶⁹Yardımcıoğlu M., Kocamaz H.,Şerbetçi G. (2012), Küresel İletişim Çağında Sanal İnternet Bankacılığı Uygulaması II. Bölgesel Sorunlar Ve Türkiye Sempozyumu.

¹⁷⁰Yardımcıoğlu M., Kocamaz H.,Şerbetçi G. (2012), Küresel İletişim Çağında Sanal İnternet Bankacılığı Uygulaması II. Bölgesel Sorunlar Ve Türkiye Sempozyumu.

¹⁷¹http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/internet_bankaciligi. ,Erişim Tarihi: Eylül, 2013.

¹⁷²Reid, M. (2008), Integrating Trust and Computer Self-Efficacy with TAM: An Empirical Assessment of Customers' Acceptance of Banking Information Systems (BIS) in Jamaica, *Journal of Internet Banking and Commerce* , December 2008, vol. 12, no. 3.

¹⁷³Al-Sabbagh, I. & Molla, A. (2004), Adoption and use of Internet banking in the Sultanate of Oman: An exploratory study. *Journal of Internet Banking and Commerce*, July 9 (2), pp 1-12.

Usta (2005) 'nın araştırma sonuçlarına göre, internet kullanan yetişkinlerin sadece %20-30'unun internet bankacılığında yararlandığını göstermektedir. Bu araştırmanın amacı, internet kullanan tüketicilerin İnternet bankacılığı kullanmama nedenlerini belirlemektir.¹⁷⁴

Anket yöntemi ile elde edilen sonuçlar, İnternet bankacılığını kullanmamanın en önemli nedeni olarak, tüketicilerin paralarını sanal ortama teslim etme konusunda duydukları “güvenlik kaygıları” olduğunu ortaya koymuştur.¹⁷⁵

İlişki testleri, tüketicilerin güvenlik kaygılarının önem derecesinin, demografik değişkenlerden (cinsiyet hariç) ve internet kullanma alışkanlıklarından (internet'e giriş yeri hariç) etkilenmediğini göstermektedir. İşlem maliyetlerini azaltarak rekabette avantajı sağlamak isteyen bankaların, İnternet bankacılığının güvenliği, kullanımı, faydaları ve işlem maliyetleri hakkında tüketicileri bilgilendirmeyi pazarlama programlarına almaları gereğine dikkat çekilmektedir.¹⁷⁶

Khan (2007) araştırmasının amacını, Pakistan firmalarının internet bankacılığı hizmetlerine karşı niyetlerindeki etkilerini ortaya çıkarmak ve analiz etmek olarak belirtmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, güvenle ilgili çok fazla endişe edilmekte, internet üzerinde çok büyük finansal işlemler yapılmamakta ve internet bankacılığı hizmetlerinden memnun kalınmadığı ortaya çıkmıştır. Pakistan firmalarında sisteme karşı güven eksikliğinin internet bankacılığının yavaş yerleşmesinde en önemli engel teşkil ettiği sonucuna varılmıştır.¹⁷⁷

¹⁷⁴Usta, R.(2005) , Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma Doğus Üniversitesi Dergisi, 6 (2) 279-290.

¹⁷⁵Usta, R.(2005) , Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma Doğus Üniversitesi Dergisi, 6 (2) 279-290.

¹⁷⁶Usta, R.(2005) , Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma Doğus Üniversitesi Dergisi, 6 (2) 279-290.

¹⁷⁷Khan, S. (2007) ,Adoption Issues of Internet Banking in Pakistani' Banks, Masters Thesis, 009.

TÜBİTAK Müdür Yardımcısı Vekili Dr. Hayrettin Bahşi, BDDK'nın talebi üzerine 2011'de 32 bankanın bilgi sistemine hacker (Bilgisayar Korsanı)¹⁷⁸ gibi sızma testi yaptıklarını bildirmiştir ve TÜBİTAK bu 32 bankayı çökertmeyi başarmıştır. Bahşi, amaçlarının finansal sistemlerin güvenilirliğini bilgisayar korsanlarının bakış açısıyla test etmek olduğunu belirtmiştir. Bahşi, siber güvenlikteki en zayıf halkanın kullanıcılar olduğunu belirtirken, "Hacker'lar en çok kullanıcıları hedef alıyor. Birçok kullanıcıya fishing (balık tutma)¹⁷⁹ yöntemiyle virüs gönderiyor. Bu virüse 5 kişi takılsa bile bilgisayar korsanı amacına ulaşmış oluyor" demiştir.¹⁸⁰

3.1.2.3. Mali Faktörler

Bilgisayarların görece pahalı sistemler olduğu günümüzde, internete bağlanabilmek için çoğunlukla bilgisayarların kullanıldığı düşünüldüğünde, özellikle ev kullanıcıları için mali açıdan sınırlayıcı bir etmen olmaktadır. Dolayısıyla, internet kanalını kullanabilecek bireysel müşteri sayısı, bilgisayar sahiplik oranıyla çok yakından ilişkilidir. Kurumsal bazda ise, genellikle bilgisayar sahiplik oranı yüksek olduğundan, bu durum çok fazla öne çıkmamaktadır.¹⁸¹

3.1.2.4. Fiziki/Yüz Yüze İletişim Eksikliği

Müşteri memnuniyeti müşteri beklentilerini müşteri ve hizmeti veren arasındaki iletişimin artmasına bağlıdır. Bu yüzden, müşteri memnuniyeti, müşteri ile bu hizmeti sunanlar arasındaki iletişim kurularak artırılabilir. Şube bankacılığı daha yaşlı, bilgisayar kullanmayı bilmeyen ve kişisel ilişkilere önem veren kişilerce kullanılmaktadır.¹⁸²

¹⁷⁸<http://www.Kaspersky.com.tr>. 26 Temmuz 2012., Erişim Tarihi: Eylül, 2013.

¹⁷⁹ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

¹⁸⁰ <http://www.haber3.com>, 12.06.2012., Erişim Tarihi: Eylül, 2013.

¹⁸¹ Özcan, Z.Ö. (2007). Türkiye'de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi. Sakarya.

¹⁸² Daniel, E. Ve Storey, C. (1999), On-line Banking: Strategic and Management Challenges. Long Range Planning, Vol. 30, No. 6, pp. 890-898.

Bu müşteriler bankacı ile yüz yüze iletişimi tercih etmekte ve güvenli ilişkileri vurgulamaktadırlar. Kişisel bilgisayar olmayan veya bilgi teknolojisini kullanmayanlar da şube bankacılığını tercih etmektedirler. Bunların sayıca fazla olmasına rağmen, bu sayının gün geçtikçe azaldığı görülmektedir.¹⁸³

Zavareh'nin (2007) çalışması, İsveç'teki Handelsbanken ve B bankaları ile ilgilidir. Handelsbanken bankası çalışanları, müşterileri ile yüz yüze iletişim kurduğunu ve bunu bankanın gücünün kaynağı olduğunu belirtmişlerdir.¹⁸⁴

Mols, (2000) en büyük birkaç banka yöneticisinin İB'nı bankanın müşterileri ile yakın ilişkisine bir tehdit olarak algıladıklarını ve bu yöneticilerin müşterilerini şubelerde tutmaya ve internet bankacılığının gelişimine karşı isteksiz oldukları için, internet bankacılığının yayılmasını yavaşlatacaklarını ifade etmektedir.¹⁸⁵

3.1.2.5. Banka İnternet Sitesinin Karmaşıklığı

Bazı banka müşterileri bankanın internet sitesini anlamakta zorlandıkları için bu dağıtım kanalını kullanmamaktadır. Kristenson ve Quang, (2008) İsveç'teki Handelsbanken, Nordea ve Swedbank banka müşterilerinin internet bankacılığı kullanarak para transferi yapmama sebeplerini araştırmışlardır. Bankaların internet sitelerini kullanan müşterilerin, bankanın internet sitesindeki bilgileri anlamakta zorlandıkları ve banka çalışanlarının her bir müşteriye hizmetin nasıl çalıştığı ile ilgili bilgi vermek için yeterince zaman olmayışı sebebiyle internet bankacılığı aracılığıyla özellikle para transferi yapmadıklarını bulmuşlardır.¹⁸⁶

¹⁸³Daniel, E. Ve Storey, C. (1999), On-line Banking: Strategic and Management Challenges. Long Range Planning, Vol. 30, No. 6, pp. 890-898.

¹⁸⁴Zavareh, J.T. (2007), The Role of Analytical CRM in Maximizing Customer Profitability in Private Banking. Ulea University of Technology D Master Thesis.

¹⁸⁵Mols, N.P. (2000), The internet and services marketing- the case of Danish retail banking. Internet research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 10. Number 1, pp.7-18.

¹⁸⁶Kristenson, Y., Luong, Q.V.E. (2008), Money Transfer Service, Customer Relationship Management, Customer Relationship Communication, Diaspora, Service Management, Remittance. Master thesis. Jönköping International Business School, Jönköping University.

Sathye, (1999) güvenlikle ilgili endişeleri ve internet bankacılığının avantajlarından haberdar olmamayı Avustralya'da internet bankacılığının benimsenmesinde engel olarak belirtmektedir.¹⁸⁷

Shariq, (2006) internet bankacılığının Pakistan'da nasıl daha etkili olabileceği amacıyla yaptığı araştırması, Pakistan'daki Muslim Commercial Bank ve Citibank'ın internet bankacılığını kullanan müşterileri üzerine gerçekleştirilmiştir. Müşteriler, düşük maliyet, kolaylık ve zamandan tasarruf gibi sebeplerden dolayı internet bankacılığını kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, müşterilerin internet bankacılığına güvenebilmeleri için internet sitelerinin net ve doğru bilgi vermesi, kredi bilgileri içermesi ve çok fazla hizmet sunmasının önemli olduğu belirtilmektedir. İnternet bankacılığına olan güven eksikliğine rağmen, şikâyet yönetimi ile müşterilerin internet bankacılığına bağlılığın ve güvenin sağlanabileceği vurgulanmaktadır.¹⁸⁸

Gerald, Cunningham ve Devlin, (2006) Singapur'da internet üzerinden finansal hizmetlerin ilk defa DBS Bankası tarafından 1997'de başladığını belirtmektedirler. Müşterilerin internet bankacılığını kullanmaya karşı neden dirençli olduklarını araştırmışlardır. Veri toplamak için Singapur'da internet bankacılığını kullanmayan 127 müşteriye ölçme aracı uygulanmıştır. Bu müşterilerin internet bankacılığını kullanmamaları ile ilgili şu faktörler ortaya çıkmıştır: hayat tarzına uygun olmayışı, erişim sağlayamama, insan sıcaklığı, maliyet (bilgisayar alma) ve zahmetli olması, risk algısı, bu hizmete gereksinim duymamama, bilgisayarı iyi kullanamama. Araştırmacılar, banka müşterilerinin internet bankacılığını neden kullanmadıklarının ortaya çıkarılması ve sık belirtilen endişelerin ortadan kaldırılmasının internet kullanıcılarının sayısının artması için bir fırsat olduğunu belirtmektedirler.¹⁸⁹

¹⁸⁷Sathye, M. (1999), Adoption of Internet banking by Austalian consumers: an empirical investigation. International Journal of Bank Marketing, Vol. 17, No. 7, pp.324-333.

¹⁸⁸Shariq, S. (2006), Internet Banking in Pakistan. Master's Thesis.. Leulea University of Technology. Department of Business Administration and Social Sciences. 2006:062- Issn:1402-1552-Isrn:Ltu-Dupp-06/062-Se.

¹⁸⁹Gerald,P., Cunningham, J.B.ve Devlin, J.F. (2006), Journal of Services Marketing 20/3. pp. 160-168. Emerald Group Publishing Limited.

Samphanwattanacha, (2007) internet bankacılığının bankalar için en karlı dağıtım kanalı olduğuna ve müşterilerin de bankacılık işlemlerini daha hızlı, her an her yerde yapabildiklerine dikkat çekilmektedir. Ayrıca, Tayland'da internet bankacılığının müşteriler tarafından benimsenmesi ve bankaların bu sistemi adapte etmeleri ile ilgili çalışmaların yapılması gereği vurgulanmaktadır. Söz konusu çalışmada konuda uzman görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, bankanın hedefi ve bilgi teknolojisinin alt yapısı bankalarca internet bankacılığının benimsenmesinde temel faktörler olarak ortaya çıkmıştır. İnternet bankacılığını kullananlar için ise güvenliğin en önemli unsur olduğu sonucuna varılmıştır.¹⁹⁰

Raman, (2008) 'ın araştırmalarında, internet bankacılığında Malezyalıların yararlandığı cazip bir hizmet ve bu hizmetin yerleşmesinde kalitenin çok önemli bir faktör olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu çalışmada bu konu ile ilgili müşteri görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, internet bankacılığını kullanan ve kullanmayanların bu hizmetin kalitesi ile ilgili farklı görüşlere sahip olduğu ortaya çıkmıştır.¹⁹¹

Sathye, (1999) 'de müşterilerin internet bankacılığını kullanmasını etkileyen faktörleri; güvenlik endişesi olmaması, kullanımın kolay olması, hizmetten ve faydalarından haberdar olma, daha makul ücret, değişikliğe açık olma ve altyapının buna uygunluğu şeklinde sıralamaktadır.¹⁹² Federal Financial Institutions Examination Council-Federal Finansal Kuruluşları Araştırma Konseyi'nin (2001) hazırladığı kılavuzda internet bankacılığındaki risklere ve bu risklerin yönetimine yer verilmektedir. İnternet bankacılığındaki risklerin müşterilerin işlem yapma kapasitesi ışığında değerlendirilmesi ve risk yönetimi ile ilgili etkili programın uygulanması gereği üzerinde durulmaktadır.¹⁹³

¹⁹⁰Samphanwattanachai, B. (2007), Internet Banking Adoption in Thailand: A Delphi Study. Department of Marketing, School of Management Assumption University, Suvarnabhumi.

¹⁹¹Raman, M. (2008), Information Technology in Malaysia: E-service quality and Uptake of Internet banking Journal of Internet Banking and Commerce, August 2008, vol. 13, no.2.

¹⁹²Sathye, M. (1999), Adoption of Internet banking by Australian consumers: an empirical investigation. International Journal of Bank Marketing, Vol. 17, No. 7, pp.324-334.

¹⁹³Federal Financial Institutions Examination Council July 2, 2001.

Nath, Schrick ve Parzinger, (2001) çalışmalarında, bankacıların müşterilere interneti kullanarak bankacılık hizmetlerini sunma ile ilgili görüşlerine başvurulardır. İnternet bankacılığı için stratejik gereksinim ve müşterilerin internet bankacılığındaki deneyimleri ile ilgili konular ele alınmaktadır. 75 bankadan toplanan veri sonuçlarına göre, bankaların tam olarak internet bankacılığını sunmadıkları fakat çoğu bankanın bunu yapmayı planladıkları sonucuna varılmıştır. Bankacılar internet bankacılığını, işlem maliyetini düşürmesi, müşteriye fazla hizmet vermesi ve müşteri odaklı bankacılığı artırması açısından stratejik bir fırsat olarak görmektedirler.¹⁹⁴

Mensal ve Marfo, (2009)'nın Gana'daki iki özel ve iki devlet bankası ile ilgili araştırmasında, internet bankacılığının yerleşmesi ve çekinceleri araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, internet bankacılığının bankalar tarafından çok iyi bilindiği ve birçok banka tarafından kullanılmaya çalışıldığı ve bunun rekabet için gerekliliği vurgulanmaktadır.¹⁹⁵

Mirza, Beheshti ve Wallström, (2009) çalışmalarında, İranlı müşterilerin internet bankacılığının benimsenmesi ile ilgili tutumlarını araştırmışlar. Araştırmada devlete ait Mellat bankası ile özel banka Saman Bankası müşterilerinin demografik özellikleri ile internet bankacılığına karşı tutum ve davranışları arasındaki ilişki incelenmiş ve bu müşterilerin özellikleri arasında önemli farklılıklar görülmüştür. Her iki banka benzer hizmetleri sunmasına karşı, özel banka müşterilerinin internet bankacılığını kolaylıkla kullandıkları ve daha fazla istekli oldukları görülmüştür. Yazarlar, İran bankalarının özelleştirilme gereğini vurgulamaktadırlar. Güvenlik endişesi, teknolojik bilgi eksikliği ve farkında olmama faktörlerinin internet bankacılığı için engel teşkil ettiği sonucuna varılmıştır.¹⁹⁶

¹⁹⁴Nath, R., Schrick, P., Parzinger, M. (2001), Bankers' Perspectives on Internet Banking. E-Service Journal. Indiana University Press.

¹⁹⁵Mensah, E.A., Marfo, G. (2009), E-business Adoption in the Banking Industry in Ghana. Lulea University of Technology. Master Thesis, Department of Business Administration and Social Sciences. ISSN. 1653-0187.

¹⁹⁶Mirza, A.P., Beheshti, M.T.H., Wallström, A. (2009), Comparison of Internet banking services in two different banking sectors: An empirical investigation in Iran. Journal of Applied Sciences. Issn 1812-5654.

Nilson ve Kaewumpai, (2005)'nin araştırması, İsveç'teki internet bankacılığında başarılı olan Nordea bankasının stratejilerini inceleyip, internet bankacılığında başarısız olan Tayland'daki Siam Commercial Bankası'na bu stratejilerin adapte edilmesi amacıyla yapılmıştır. Fakat iki ülkedeki internet bankacılığı seviyelerinin çok farklı olduğu ve Tayland'daki bankalara bunları uygulamadan önce iş çevrelerinin çok iyi analiz edilmesinin gerekli görüldüğü ifade edilmektedir.¹⁹⁷

Walker ve Johnson, (2006) müşterilerin internet bankacılığı, telefon bankacılığı ve internetten alışveriş hizmetlerinin kullanılma veya kullanılmama sebeplerini araştırmışlardır. Araştırma sonuçları, bu hizmetlerin kullanılma ve/veya kullanılmamasını etkileyen faktörlerin bireysel kapasite, bu hizmetler ile ilgilenme, kapasitesi algısı ve risk algısı (hata yapmaktan korkma ve birisi ile iletişim kurulmayınca güvenli olmadığını düşünme), teknoloji hizmetlerinden tatminsizlik, teknik ve sistem başarısızlıkları, yavaş cevap almak, kullanımdaki avantajlar ve servis personeli ile iletişim derecesi ve gereklilik algısı olduğu görülmüştür.¹⁹⁸

Müşteri tatmini için teknoloji hizmetlerinin rahatlığı, erişebilirliği ve kullanım kolaylığı diğer faktörlere göre daha fazla etkili olduğu vurgulanmaktadır. 180 kişi ile röportaj yapılmış ve %69'u düzenli olarak internet ve internet bankacılığını kullandıklarını, bunlardan %88'i bunu, daha kolay ve zamandan tasarruf sağladığı için, % 12'sinin ise banka şube hizmetlerinden memnun olmadıkları için bu dağıtım kanalının kullandıklarını ifade etmişlerdir.¹⁹⁹

Lee ve arkadaşları (2005) araştırmalarının amacını, internet bankacılığını kullanmayanların gelecekte kullanmayı düşünüp düşünmediklerini ortaya çıkarmak olarak belirlemişlerdir. İnternet üzerinden 1355 kişiye anket gönderilmiştir. Bunlardan %26'sı internet kullanıcısı olduklarını, %27'si gelecek bir yıl içinde interneti

¹⁹⁷Nilson, L. , Kaewumpai, H. (2005), What can Internet banking in Sweden contribute to Internet banking in Thailand? -An example of Nordea and Thai commercial banks- Mälardalen University School of Business ZAY01 Mälardalen International Master Academy International Marketing .

¹⁹⁸Walker ve Johnson. (2006), Towards understanding attitudes of consumers who use internet banking services. Journal of Financial Services Marketing. pp.84-94.

¹⁹⁹Walker ve Johnson. (2006), Towards understanding attitudes of consumers who use internet banking services. Journal of Financial Services Marketing. pp.84-94

kullanmayı düşündüklerini ve %47'si ise hiç kullanmayı düşünmediklerini belirtmişlerdir.²⁰⁰

Broderick ve Vachirapornpuk, (2009) 'a göre, bir hizmet dağıtım kanalı olarak internete karşı ileri sürülen başlıca itirazlardan birisi, söz konusu dolaylı oluşumlar, müşteri etkileşimi ve davranışları üzerinde önemli değişikliklere yol açarken, hizmet işletmelerinin hizmet kalitesini nasıl yöneteceği hususudur. Bu araştırmada, hizmet kalitesinin kuramsal çatıları çizilerek ve söz konusu iskeletleri, bilhassa internetin dolaylı dağıtım biçimini yansıtacak şekilde uyarlayarak, internet bankacılığının hizmet kalitesi modeli ileri sürülmüş ve sınanmıştır. Araştırma, internet bankacılığı müşterilerinin, modelin üyelerini nasıl algıladıklarını ve yorumladıklarını ortaya koyabilmek amacıyla, Birleşik Krallık internet bankacılığı Web siteleri Topluluğu'nun öyküsel analizlerinden ve katılımcı gözlemlerinden yararlanmıştır. Araştırma sonuçları, müşteri katılımının seviyesi ve niteliği kavramlarının, müşterilerin müsamaha seviyeleri, müşterilerin üstlendikleri rolü anlama derecesi ve olanaklar ölçüsünde belirlenen duygusal tepki düzeyi ve algılanan hizmet kalitesi gibi konular ile hizmet deneyimi kalitesi üzerinde çok büyük etkilerinin olduğunu göstermektedir.²⁰¹

Ural, Korkmaz (2007) araştırmalarında, tüketicilerin internetle bankacılık hizmetlerine güvenmelerinde etkili olan faktörleri incelemektedir. Araştırma amaçları şu şekilde saptanmıştır:

- (1) Güveni belirleyen değişkenleri anlamlı faktörlere indirgemek,
- (2) Tüketicilerin güven düzeyinin ve demografik özelliklerinin, internet bankacılığında şimdi yararlanma, gelecekte kullanma ve internet bankacılığını başkalarına tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkilerini sınamak.²⁰²

²⁰⁰Lee, E.J., Kwov, K.N.ve Schuman, D.W. (2005), Segmenting the non-adopter category in the diffusion of internet banking, International Journal of Bank Marketing Vol. 23 No. 5, 2005 pp. 414-437 Emerald Group Publishing Limited.

²⁰¹Broderick, A.J. ve Vachirapornpuk, S. (2008), İnternet Bankacılığında Hizmet Kalitesi: Müşteri Rolünün Önemi. C.U. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 9, Sayı 1, S.131- 147.

²⁰²Ural, T. Korkmaz, E.V. (2007), İnternetle Bankacılıkta Tüketici Güveninin Kullanıma Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Antakya Örneği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2007,7(28):135-150.

Araştırma Antakya'da farklı meslek gruplarında yer alan 96 tüketiciyi kapsamaktadır. Tüketicilerin faktörlerle ilgili algılamaları esas alınmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, bankanın teknik güvenilirliği sağladığına ve pazar yönlü olduğuna ilişkin tüketici algısı tüketici güvenini olumlu yönde etkilemektedir. Tüketiciler, güven düzeyleri arttıkça, internet bankacılığını daha fazla kullanmaktadırlar. Benzer şekilde güven artışı gelecekte internet bankacılığında yararlanma niyetini ve başkalarına tavsiye etme olasılığını olumlu etkilemektedir. Çelik, banka müşterilerin internet bankacılığının kabulünde tayin edici faktörlerin faydalılık ve kullanım kolaylığının en önemli faktörler olduğu sonuca ulaşmıştır.²⁰³

Nasır ve diğerleri (2008)'ne göre, son yıllarda internetin yaygınlaşmasıyla beraber, çevrimiçi bankacılığın büyümesi de ivme kazanmıştır. Buna ek olarak, zaman ve çaba harcanan banka kuyruklarından kaçınan insanlar internet bankacılığını daha sık ve neredeyse hemen her hizmet için kullanmaya başlamışlardır. Bugün, internet bankacılığı bankaların mevcut müşterilerini elde tutma ve yeni müşteriler kazanmalarında önemli bir unsur haline gelmiştir. Başka bir deyişle, bir alternatif kanalı olan Çevrimiçi Bankacılık İlişkileri yönetimden (MİY) azami fayda sağlayabilir. Çalışmanın amacı, Türk bankalarının internet sitelerinde doğrudan veya dolaylı olarak MİY ile ilgili konuların içeriğini incelemek ve sınıflandırmaktır. Türk bankalarının internet sitelerinde MİY'e yönelik yapılan içerik analizi sonucunda, bankaların internet sitelerinin içeriğinin dört ana başlık altında sınıflandırılabilceği bulunmuştur: banka kimliği ile ilgili bilgi, internet sitesinin süreçsel ve teknik altyapısı, güvenlik, gizlilik ve pazarlama ve ana bankacılık fonksiyonları. Rakiplerine karşı önemli bir avantaj kazanmaları için, bankaların web sitelerinde belirtilen konulara önem vermeleri ve bunları geliştirmeleri önerilmektedir.²⁰⁴

²⁰³Çelik, H. (2008) ,What determines Turkish customers' acceptance of internet banking? . International Journal of Bank Marketing, Volç 26, No: 5. Emerald Group Publishing Limited.

²⁰⁴Nasır, A., Deniz, E.U., Çetin, A., & Özgen, Ö. (2008), "The Content Analysis of Turkish Banks' Web Sites for CRM Related Applications". Yönetim: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, Yıl: 19 Sayı: 59, Şubat, ss. 18-26.

Çatı, Öncü ve Koçoğlu, (2008) çalışmalarının amacını, internet bankacılığının ne ölçüde kullanılıp kullanılmadığını ve ne kadar kullanıldığını belirlemek olarak ifade etmişlerdir. Ayrıca, internet bankacılığının kullanımını etkileyen değişkenlerin araştırmaya katılanların özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin ve internet bankacılığının kullanımını etkileyen değişkenlerle, internet bankacılığının kullanım düzeyi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma, Düzce Üniversitesi'nde akademik ve idari personel olarak çalışan 205 katılımcıyla, yüz yüze anket yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarında, internet bankacılığının kullanım düzeyini etkileyen değişkenlerin, araştırmaya katılanların eğitim durumu, gelir düzeyi ve çalışma pozisyonlarına göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, internet bankacılığının kullanımını etkileyen değişkenlerle, internet bankacılığının kullanım düzeyi arasında ilişkinin varlığı saptanmıştır. Araştırmanın sonuçları şöyle özetlenebilir:²⁰⁵

- Personelin eğitim düzeyleri yükseldikçe personelin “internet bankacılığı hakkında bilgi düzeyi”, “internet bankacılığına güven düzeyi” ve “internet hakkında bilgi düzeyi”nin arttığı görülmüştür.
- Personelin gelir durumları yükseldikçe personelin “internet bankacılığı hakkında bilgi düzeyi”, “internet bankacılığına güven düzeyi” ve “internet hakkında bilgi düzeyi”nin arttığı görülmektedir.
- Akademik personel “internet bankacılığı hakkındaki bilgi düzeyi”, “internet bankacılığına güven düzeyi” ve internet hakkında bilgi düzeyi” değişkenlerinin üçünde idari personele göre daha yüksek bir ortalamaya sahiptir.

Diğer bir ifadeyle, akademik personel, internet bankacılığı ve internet hakkında daha çok bilgiye sahiptir ve internet bankacılığına idari personele göre daha fazla güvenmektedir. “internet hakkında bilgi sahibi olma düzeyi” ile internet bankacılığını kullanma düzeyi arasında bir ilişki olduğu bulunmuştur. “internet bankacılığına

²⁰⁵Çatı,K.,Öncü, M.A., Koçoğlu, C.M. (2008), Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığını Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma.. Cilt:II. İstanbul, Türkiye.

güvenme düzeyi” ve“internet hakkında bilgi düzeyi” değişkenleri ile internet kullanım düzeyi arasında pozitif bir ilişkinin olduğu da analiz sonucundan anlaşılmaktadır.²⁰⁶

Müşterilerin internet bankacılığını kullanmalarında en çok etkili olan değişkenin internet bankacılığına güven olduğunu düşünmektedirler. İkinci derecede internet bankacılığının kullanımını etkileyen değişken ise internet bankacılığı hakkında bilgi düzeyi olurken, üçüncü derecede internet bilgi düzeyinin internet bankacılığının kullanımını etkilediğini göstermektedir.²⁰⁷

Çeker, (2007) Türkiye’de 90’lı yılların ikinci yarısından itibaren başlayan internet bankacılığı sisteminin, önceleri sadece tanıtım ve bilgi verme aracı olarak kullanıldığını, zamanla bütün (nakit para yatırma ve çekme hariç) bankacılık işlemlerinin yapılmasına imkân verecek şekilde geliştiğini belirtmektedir.²⁰⁸

Ayyıldız, ülkemizde internet bankacılığının yeterli seviyede kullanılmadığına, bununla birlikte kullanımının gün geçtikçe arttığını ifade ederek, internet bankacılığı ile ilgili güvenlik önlemlerine yer vermektedir.²⁰⁹

İnternet çağında değişen bankacılık adlı çalışmada, (2000) bankaların internet bankacılığına yatırım yapmaları için dört gerekçe sunulmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır:²¹⁰

- 1)İnternet bankacılığının gelişeceğinden kuşku duyulmaması,
- 2)Bankaların internet bankacılığı alanında en karlı faaliyetlerinin ellerinden alınacağı korkusunu taşımaları,
- 3)Bankaların kendi aralarında rekabet etme zorunlulukları,

²⁰⁶Çatı,K.,Öncü, M.A., Koçoğlu, C.M. (2008), Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığını Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma.. Cilt:II. İstanbul, Türkiye.

²⁰⁷Çatı, K., Öncü, M.A., Koçoğlu, C.M. (2008), Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığını Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma.. Cilt:II. İstanbul, Türkiye.

²⁰⁸Çeker, M. (2007), İnternet bankacılığı işlemlerindeki usulsüzlüklerden bankaların sorumluluğu, Hukuk Kitabı, Vedat Kitapçılık, İstanbul.

²⁰⁹Ayyıldız, O. (2009), İnternet bankacılığı., <http://www.esinerji.org>. Erişim Tarihi: Ağustos,2013.

²¹⁰Activeline Araştırma (2000), “İnternet Çağında Değişen Bankacılık”.

4)Banka sermayedarlarının teknoloji hisselerinin yükselmesi ve buna karşın diğer hisselerinin gerilemesi karşılığında dot.com firmasına sahip olarak hisselerinin yükseldiğini görmek istemeleri.

Pınar ve Dönmez, (2007) İstanbul'daki beş Garanti bankası şubesi çalışanlarının internet bankacılığı ile ilgili görüşlerine başvurmuşlardır. İnternet bankacılığı ile ilgili "hızlı ve etkili hizmet sunar" "işlem maliyeti düşer" gibi 17 cümle ile ilgili görüşlere verdikleri yanıtların değerlendirilmesi sonucu, banka çalışanlarının meslek tatminini artırdığı ve bu konu ile ilgili olumlu görüşe sahip oldukları görülmüştür.²¹¹

Baraghani, (2007) yaptığı araştırmanın amacını, İran'da internet bankacılığının benimsenmesini etkileyen faktörleri ortaya çıkarmak olarak belirtmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, tutum, kontrol algısı, kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı ve güvenin internet bankacılığının benimsenmesinde önemli ölçüde etkiye sahip olduğu görülmektedir.²¹²

Laukkanen ve Sinkkonen, (2008) 'nın Finlandiya'da yaptıkları araştırmada banka müşterilerini internet bankacılığını kullanmayanlar, erteleyenler ve karşı olanlar şeklinde üç gruba ayırmıştır. Araştırılan gruplar arasında yeniliği kabul etme ile ilgili tutumlar arasında çok önemli farklılıklar görülmüştür. Karşı olanların dirençleri çok yoğun, kullanmayı erteleyenlerin ise dirençlerinin çok az olduğu görülmüştür. Buna dayanılarak, psikolojik engellerin, kullanılabilirlik özelliğinden çok daha belirleyici olduğu sonucuna varılabileceği belirtilmektedir. Banka müşterisinin internet bankacılığı ile risk algısı ve kendine güvenin de rolünün büyük olduğuna dikkat çekilmektedir.²¹³

²¹¹Pınar, İ., Dönmez, D.(2007), Employees' Perceptions of Electronic Banking Implications A Study in Five Big Garanti Bank Branches in İstanbul. Yönetim, Yıl: 18, Sayı: 56, Şubat, ss. 24-30.

²¹²Baraghani, S.N. (2007), Factors Influencing the adoption of Internet Banking. Master's Thesis. Tarbiat University.Faculty of Engineering. Department of Industrial Engineering.

²¹³Laukkanen, P., Sinkkonen,S. Laukkanen,T. (2008), Consumer resistance to internet banking: postponers, opponents and rejectors International Journal of Bank Marketing. Vol:26, Issue: 6 pp. 440-455.

3.2. TÜKETİCİ GÜVENLİĞİ AÇISINDAN ALINMASI GEREKEN ÖNLEMLER

İnternet, yapısı gereği farklı ortamlardaki bilgisayarların birbirleriyle serbestçe iletişim kurabilecekleri açık bir sistem olduğu için güvenlik kontrolleri özel bir anlam taşımaktadır. Teknolojinin gelişme hızına paralel olarak güvenlik önlemlerinin sürekli güncel tutulması gerekmektedir. İnternet bankacılığı hizmeti verilirken öncelikle kullanılan yazılım, donanım ve network altyapısının güvenliğinin sağlanması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda bankaların internet bağlantıları dış saldırılara karşı güvenlik duvarlarıyla korunmaktadır. Standart önlemlere ek olarak, olası saldırıların tespit edilmesi ve engellenmesi için kurulan sistemler, güncel olarak izlenmektedir ve yeni saldırı tiplerine karşı sürekli geliştirilmektedir.²¹⁴

3.2.1. İnternet Bankacılığı Kullanımında Dikkat Edilecek Hususlar

İnternet bankacılığının sağladığı yararların yanında kullanımının beraberinde getirdiği bir takım riskler de söz konusudur. Önemli bir işleve sahip olan internet bankacılığı işlemlerinde, olası dolandırıcılık eylemlerine karşı bilgi işlem güvenliğine özel bir önem verilmektedir. Bu çerçevede; kullanıcıların bilgilendirilmesi açısından güvenlik için aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir:²¹⁵

- Kimlik ve kişisel finansal bilgilerinizi isteyen e-postalar konusunda dikkatli olunmalıdır.
- Kişisel bilgilerin talep edildiği bu tür e-postalar kesinlikle doldurulmamalıdır.
- Bankalar tarafından verilen müşteri numarası, parola ve şifre bilgilerinin üçüncü şahıslarla kesinlikle paylaşılması gerekmektedir.
- Banka ve ticari kurumlardan gelmiş gibi gösterilen ve şifre, kullanıcı adı, müşteri numarası, kredi kartı numarası, kimlik numarası gibi bilgileri talep eden e-postalara itibar edilmemelidir.

²¹⁴ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

²¹⁵ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

- Bankalar e-posta yoluyla hiç bir şekilde müşterilerin kişisel bilgilerini istememektedir.
- Bankalar, e-posta yoluyla hiç bir şekilde şifre işlemleri yaptırmamaktadır.
- E-postalarda bulunan linkler ile e-postalar içerisinde yönlendirilen linklere girilmemelidir.
- Kredi kartının kullanıldığı ya da kişisel bilgilerin girildiği bilgisayarın güvenli olmasına dikkat edilmelidir (Kullanılan web sitesi 'http://' yerine 'https://' olmalıdır).
- Phishing web sitesi sahtekârlıklarına karşı uyarılmak için bilgisayara internet'ten uyarıcı bir web tarayıcısı yüklenebilmektedir. (<http://www.earthlink.net/earthlinktoolbar> internet'ten ücretsiz olarak yüklenebilen bir tarayıcıdır).
- Düzenli olarak çevrimiçi hesaplar kontrol edilmelidir.
- Her hesap numaranız için farklı bir şifre belirlenmelidir.
- Hesap numarasının ve kimlik numarasının yazılı olduğu materyalleri saklamamak gerekir. Bu materyaller derhal yok edilmelidir.
- Banka hesabı, kredi kartları ve banka kartlarının ekstreleri düzenli bir şekilde kontrol edilmelidir, şüpheli görülen durumlarda banka ile irtibata geçilmelidir.
- Kullanılan internet tarayıcısının güncel olmasına ve tüm güvenlik ayarlarının yüklenmesine dikkat edilmelidir. Microsoft Internet Explorer kullanılıyorsa, Microsoft Security ana sayfasından <http://www.microsoft.com/security/> den konu ile ilgili özel güvenlik ayarları yüklenebilmektedir.
- Bilgisayarda güncel bir virüs koruma programı olmasına dikkat edilmelidir.
- Güvenlik duvarı (firewall) kullanımı güvenliği artıracaktır.
- İnternet bankacılık işlemleri güvenliğinden emin olunmayan bilgisayarlardan yapılmamalıdır. Bu amaçla internet kafe gibi umuma açık yerlerdeki bilgisayarların kullanılmaması tavsiye edilmektedir.

3.2.2. İnternet Bankacılığının Güvenliği ve Dolandırıcılığa Karşı Alınabilecek Önlemler

3.2.2.1. Bankalar Tarafından Alınabilecek Önlemler

Bankalar, bilgisayar sistemlerinin güvenlik altına almak için çok yüksek tutarlarda harcama yapmakta ve sistemin güvenliğini sağlamak için belli güvenlik politikaları geliştirmektedirler. Bankaların güvenlik politikaları, sistemin güvenliğini sağlamak açısından banka network ünün hangi şartlarda dış sistemlere açılıp açılmayacağını detaylı olarak düzenlemektir. Bankaların burada kullandıkları" araçlardan birisi "yangın duvarları (firewall)" dır.²¹⁶İnternet güvenliğini sağlamak için yukarıda anlatılanların dışında bankalarca yapılması gerekenler baslıklar halinde aşağıda verilmiştir.²¹⁷

- Bütün PC'lerde ve serverlarda güncelleştirilmiş virüs programı,
- Bütün network bağlantılarının güvenlik altına alınmiş olması,
- Personel tarafından kullanılan PC modemlerinin kayıt altına alınması ve güvenliğinin sağlanması,
- E-posta ve ekleri için gerçek zamanlı virüs tarama programları kullanılması,
- Müşterilerin ve çalışanların, bilinmeyen kaynaklardan dosya indirmemek konusunda eğitilmesi,
- şifrelerin belirlenmesi, korunması ve değiştirilmesi ile ilgili yöntemlerin belirlenmesi,
- Online bağlantının belli bir süre kullanmama durumunda otomatik olarak kesilmesi,
- Siteyle ilgili periyodik testler yapılması.

²¹⁶Topkoç T. (2002) , Bankacılık Sektöründe Güvenlik İşlemleri, Ezgi 136 Yayınları, Bursa.

²¹⁷Tunç E. (2001) , İnternet Güvenliği, Sistem Yayınları, İstanbul.

Türkiye'de internet bankacılığı hizmeti sunan bankaların, bu konuların tamamında tedbir aldıkları ve en güvenli metot olan SSL (128 bit) ile müşterilerine güvenli bir ortamda hizmet verdikleri görülmektedir.²¹⁸

3.2.2.2. Kullanıcının Alması Gereken Önlemler ve Tedbirler

İnternet bankacılığının daha güvenli bir hale gelmesi için son zamanlarda birçok banka yoğun çalışmalar içerisinde ve bunları da çeşitli yollarla müşterilerine bildiriyorlar. Bunlardan bazıları şifrematik uygulamaları, güvenlik resimleri ve sadece sanal klavye ile girilebilen parolalar gibi yöntemlerle davetsiz misafirlerin banka hesaplarına sızmasının önüne geçilmeye çalışılıyor; en azından teoride amaçlanan bu. Pratikteyse durum biraz farklı, banka ve kredi kartlarında olduğu gibi, internet bankacılığında da kullanıcılar dikkatsiz davrandıkları sürece çok güvenli olduğu düşünülen bankacılık sistemi bile işe yaramayacaktır. Almanya'da yapılan bir araştırma sonucuna göre; bankacılık işlemlerini internet üzerinden yapan kullanıcıların genelinin bilgisayarları donanımsal olarak en güncel durumdayken bile güvenlik konusuna gerekli önem verilmiyor. Dolayısıyla saldırılara maruz kalmamak için, anti virüs yazılımları kesinlikle düzenli olarak güncellenmeli. Bankanızın web adresi, kesinlikle "Sık kullanılanlar" klasöründe yer almamalı, adresi her seferinde adres satırına yazmalısınız.²¹⁹

İnternet bankacılığına ilk girişi yaptığını şifreyi, güvenlik açısından düzenli olarak değiştirilmeli. Yeni şifre alırken tahmin edilmesi güç, farklı kombinasyonlardan oluşan şifreler seçilmelidir. Güvenlik açısından en büyük riski, halka açık yerlerden, örneğin internet cafe veya kütüphanelerden yapılan bankacılık işlemleri taşır. Çünkü bankanın sitesinde yaptığınız her işlemde arkanızda dijital izler bırakırsınız ve bu izler saldırganların işine yarayabilecek çok değerli bilgileri içerir. İnternet şubesinde yaptığınız işlemler bittiğinde, mutlaka oturumu kapatmalısınız. Çünkü oturum sırasında oluşan geçici verileri azaltmanın tek yolu budur.²²⁰

²¹⁸ Aksoy T.(2000) , Elektronik Ticaret, Sistem Yayınları, Ankara.

²¹⁹ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

²²⁰ <http://www.webmastersitesi.com>.Güvenlik Security Web Güvenliği 29 Ekim 2010, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

Modern dolandırıcılar sadece internetle sınırlı kalmıyor. Dolandırıcılar sanki bankacılık işlemlerini yürüttüğünüz bankanın bir çalışanıymış gibi sizi telefonla arayıp kişisel bilgilerinizi ele geçirmeye çalışabiliyor. Olta (Phishing) saldırıları (Phishing kelimesi "Password" ve "fishing" kelimelerinin (türetilmesinden doğmuş) genellikle size gönderilen e-postalardan güya bankanın bilgi işlem departmanına olan bir sahte bağlantı üzerinden yapılır. Beklenen bu bağlantıya tıklamanız ve bütün kişisel bilgilerinizi ortaya dökmenizdir.²²¹

"Lütfen internet bankacılığı hesap bilgilerinizi güncelleyiniz" gibi isteklerle kurbanlar hileli sayfalara çekiliyor. Olta e-postalar alıcıda ciddi bir etki yaratabilmesi için çok ustaca hazırlanıyor. Kişisel banka bilgilerinizi çalabilmek için, bankaların web adreslerine benzer adresleri kullanıyorlar ve yolladıkları e-postalarda sanki bankada çalışan biriymiş gibi sahte isimleri tercih ediyorlar. Olta e-postalarındaki bağlantılar, genellikle yurtdışında bir sunucuya ulaşıyor. Çünkü özellikle gelişmemiş ülkelerdeki sunucular üzerinden bir suçun takibini yapmak neredeyse olanaksız. Olta mafyasının becerileri sadece bunlarla da sınırlı değil. Dolandırıcılar yeni buldukları bir yolla amaçlarına daha kolay ulaşıyorlar. "Pencere ile oltacılık" adı verilen yeni yöntemde, dolandırıcılar yeni sayfada açılan web sitelerinin içerikleri ile oynuyorlar. Eğer bir olta e-postasında yer alan ve tıklamanız için özenle hazırlanmış bağlantıya tıklarsanız, bu web sitesi gizli bir şekilde arka planda yükleniyor, siz ise farkına bile varamıyorsunuz. Daha sonra siz internet şubesine girmek için bankanın sayfasındaki bağlantıya tıklayınca, aslında daha önceden açılmış ve arka planda çalışan sahte site ekrana geliyor. Siz de farkında bile olmadan tüm bilgilerinizi buraya giriyorsunuz. İpucu: İnternet üzerinden herhangi bir bankacılık işlemi yapmadan önce web tarayıcınızı kapatıp tekrar açın. Böyle yaparsanız internet dolandırıcılarının yeni yöntemini boşa çıkarmış olacaksınız. Çünkü arka planda açılmış olan bir web sitesi olsa bile, siz tarayıcıyı kapatınca otomatik olarak kapanacaktır.²²²

²²¹<http://www.chip.com.tr> › Makaleler › ADSL ve Ağ 8 Mayıs 2008, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

²²²<http://www.chip.com.tr> › Makaleler › ADSL ve Ağ 8 Mayıs 2008, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

Güvenli internet bankacılığının püf noktalarını sıralamamız gerekirse²²³

- İşletim sisteminizi düzenli olarak güncelleyin. Böylece güvenlik açıklarının oluşmasını önlersiniz.
- Her zaman tarayıcınızın en güncel sürümünü kullanın.
- Mutlaka bir anti virüs yazılımı kullanın ve bu yazılımı düzenli olarak güncelleyin (otomatik güncelleme seçeneğini tavsiye ediyoruz).
- Sisteminize bir güvenlik duvarı kurun ve etkinleştirin.
- İnternet şubesine giriş yaparken kullandığınız kullanıcı adı, şifre veya parola gibi bilgileri bilgisayarınızda kayıtlı tutmayın, ezberleyin.
- Sadece güvenilir kaynaklardan temin ettiğiniz yazılımları kullanın.
- İnternet bankacılığı işlemleri sırasında bilgisayarınızdaki diğer bütün programları kapatın. Bu süre zarfında chat ve sörf yapmayın, dosya indirmeyin.
- Güvenli bir parola seçin. Parolanız en az altı haneli olmalı ve bir kelime oluşturmayacak harf, sayı ve işaretlerden oluşmalı.
- Bankanızın acil durum telefonunu not edin. Böylece mesai saatleri dışında oluşacak bir tehlikede de bankanızla iletişim kurabilirsiniz.
- Düzenli olarak (en az ayda bir) hesap hareketlerinizi ve bakiyenizi gözden geçirin.

Oturum açarken;

- Önce açık olan tüm tarayıcı pencerelerini kapatın. Daha sonra yeni bir pencere açarak internet şubesine bağlanabilirsiniz.
- Bankanın adresini adres satırına elinizle yazın, herhangi bir bağlantıya (linke) tıklamayın.
- Site adresinin "https" ile başladığından emin olun.

²²³http://www.chip.com.tr/Makale/İnternet-bankaciligi-guvenli-internet-bankaciliginin-puf-noktalari_6784_4.html, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

- Tarayıcı penceresinin alt kısmında kilit işareti gözükmeli ve mutlaka kapalı olmalı.
- İnternet sitesinin güvenlik sertifikası olup olmadığını kontrol edin.

Oturum açtıktan sonra;

- Bankacılık işlemleri sırasında başka bir tarayıcı penceresi açmayın.
- Karşınıza herhangi bir hata mesajı çıkarsa, derhal sistemden çıkın. Daha sonra tekrar bağlanın.

Oturumu kapattıktan sonra;

- İnternet bankacılığı sisteminden "Çıkış" bağlantısına tıklayarak çıkın.
- Tarayıcınızın belleğini ve geçici klasörü boşaltın.
- Tarayıcı penceresini tamamen kapatın.

Kesinlikle yapmamanız gerekenler;

Saldırganların başarılı olabilmeleri bilgisayarınıza herhangi bir şekilde sızabilmelerine bağlıdır. Siz internette sörf yaparken, e-postalardan veya harici kaynaklardan (USB bellek) bilgisayarınıza veri indirirken sisteminize sızabilirler. Saldırganların hedefi haline gelmemek için aşağıda listelenen risklerden kesinlikle uzak durmalısınız.²²⁴

- Asla, telefon veya e-posta üzerinden banka hesaplarınıza ve kredi kartlarınıza ait bilgileri paylaşmayın. Hiçbir ciddi banka sizden böyle bir talepte bulunmaz.
- İnternetteki göz boyayıcı program paketi tekliflerinden sakının. Bunların çoğu vaat ettikleri fonksiyonlara sahip olmadıkları gibi virüs, solucan ve truva atı gibi zararlıları içlerinde gizliyorlar.

²²⁴http://www.chip.com.tr/Makale/İnternet-bankaciligi-guvenli-internet-bankaciliginin-puf-noktalari_6784_4.html, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

- Bankanızdan bir e-posta aldığınızda normalden daha fazla şüpheli olmalısınız. Tabii bu, gelen her e-postanın dolandırma amaçlı olduğu anlamına gelmiyor. Son zamanlarda bankalar çok fazla reklam içerikli e-posta da gönderebiliyorlar.
- İnternet bankacılığı işlemlerinizi asla bilmediğiniz yabancı bir bilgisayarda ya da internet kafelerde yapmayın.
- Gelen e-postalarda, "internet bankacılığı güvenlik güncellemesi" yapmanız isteniyorsa, kesinlikle inanmayın. Bankalar güvenlik güncellemelerini e-posta üzerinden talep etmezler. Eğer bir güncelleme varsa bu bankanın ana sayfasından duyurulacaktır. Düzenli olarak internet bankacılığı ana sayfasını kontrol etmeyi ihmal etmeyin.
- Tarayıcı penceresinin alt kısmında "kapalı kilit" simgesi yoksa bankacılık işlemlerini yapmayın ve sistemden hemen çıkın. Çünkü kilit işareti, bağlantının şifrelenmiş olduğunu belirtir ve internet bankacılığında her zaman şifrelenmiş bağlantı kullanılır.

Unutulmaması gereken nokta her türlü çevrimiçi dolandırıcılık, sahtekârlık ve virüslere karşı en büyük korunma aracı, bu konuda bilinçli ve bilgili olmaktır. İnternette güvenli alışveriş yapmanın en önemli koşulu budur.²²⁵

- a. E-posta adresine gelen mesajların doğruluğu ispatlanmalıdır. Bilinmeyen kimselerden gelen mesajlar silmek, asla cevap vermemek gerekmektedir. "Aşağıdaki bağlantıya tıklayın" gibi e-posta isteklerine asla cevap vermemek gerekmektedir.

²²⁵ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

- b. İşlemleri çevrimiçi yapılırken, işlem yapılan web sayfasının güvenli olup olmadığı mutlaka kontrol etmek gerekmektedir. İnternet tarayıcısının üst kısmında bulunan adres bölümünde bulunan adresin “https://” olup olmadığını kontrol etmek gerekmektedir. “https://”in sonunda bulunan “s” harfi bu sayfanın güvenli ve çeşitli şifreleme metotları ile işlem yaptırıldığını belirtmektedir. Ek olarak, internet tarayıcısının sağ alt kısmında yer alan kapalı kilit işareti, yine güvenli ve şifrelenmiş bir sayfada işlem yapıldığını göstermektedir.

Şekil 1: İnternet Sayfasının Güvenliğini Gösteren Kilit İşareti



Bu işaret sayfanın SSL ile şifrelendiğini ve sitenin gerçekten çalışılan kuruluşa ait olup olmadığını göstermektedir, üzerine iki kez tıklandığında ise; aşağıdaki örnekte görüldüğü gibi bir mesaj çıkacaktır.²²⁶

ÖRNEK:

”Issued to: www.abidayibank.com.tr ve “Issued by: www.verisign.com/CPS

Incorp.by Ref.LIABILITY LTD.(c)97 VeriSign” bilgileri kontrol etmek gerekmektedir.

- c. İnternet adresi olarak sayısal rakamlar içeren adresler ile karşılaşırsa kullanmadan önce mutlaka kontrol etmek gerekmektedir.
- d. Ziyaret edilen web sitelerinde; adresler çoğunlukla adres kısmı, ardından firmanın ve şirketin ismine ek olarak, com, org, net gibi uzantılar ile bitmektedir.

Örneğin; <https://www.abidayibank.com.tr>.

²²⁶Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

Sahte sitelerde, çoğu zaman sayısal adresler kullanılmaktadır. Eğer bu tür bir durum ile karşılaşırsa, direkt olarak çalışılan kuruluş ile irtibata geçmek gerekmektedir.²²⁷

ÖRNEK: Sahte siteler Şekil 2’ de ki gibi sayısal bir link verirler.

Şekil 2: Sayısal Link Örneği²²⁸

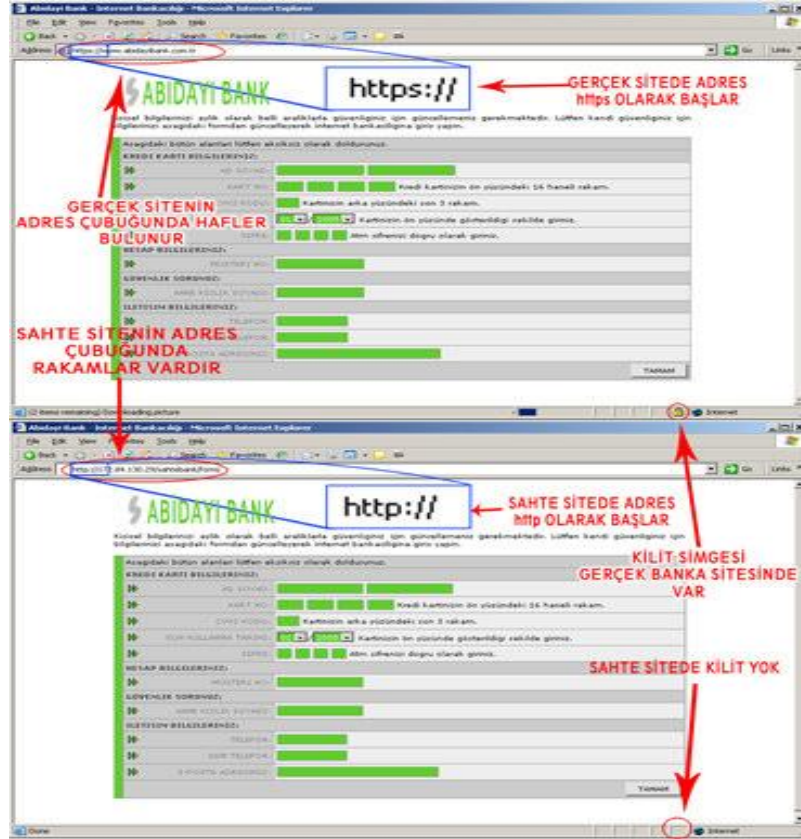


- e. Güvenilmeyen Network (Ağlarda) kesinlikle elektronik işlem yapmamak gerekmektedir. Kullanılan bilgisayar güvenilir olsa bile eğer ağa güvenilmiyorsa elektronik işlem yapmamak gerekmektedir.
- f. Bankadan gelen kart ekstreleri ve hesabı düzenli olarak kontrol etmek gerekmektedir. Olası aksiliklerde kesinlikle banka ile irtibata geçmek gerekmektedir.
- g. Bilgisayar sistemini düzenli olarak kontrol etmek gerekmektedir. İşletim sisteminin güvenlik yamalarını yüklemek, anti virüs yazılımlarını devamlı olarak güncellemek gerekmektedir.
- h. Çeşitli kurumlardaki hesaplar veya eğer ki birden fazla e-posta adresi var ise kesinlikle her biri için farklı şifreler belirlemek gerekmektedir.
- i. Bedirilenen şifreleri belli aralıklarla mutlaka değiştirmek gerekmektedir.
- j. Eğer böyle bir eyleme maruz kalınırsa gelen e-postayı kesinlikle silmemek ve yönlendirdiği web sitesiyle ilgili bilgiler toplamak gerekmektedir.

²²⁷ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

²²⁸ <http://www.iem.gov.tr/iem/?idno=147> (2006, Mart 23)., Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

Şekil 3: Gerçek Site İle Sahte Site Tasarım Farkları²²⁹



3.3. İNTERNET BANKACILIĞINDA OLASI SALDIRILAR VE TÜKETİCİLER İÇİN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

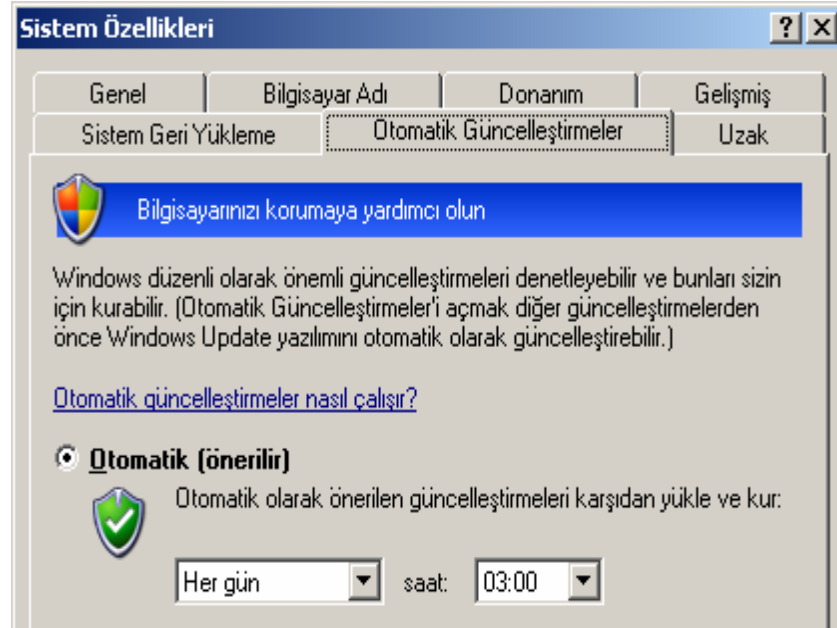
3.3.1. İşletim Sistemi Açıkları

Her işletim sisteminde mutlaka açık kodlar vardır. Üretici firma bu açıkları fark ettiğinde kendi web sitesinde yama ve güncelleme dosyaları yayınlar. Microsoft Windows XP işletim sisteminin açıklarını kapatmak için <http://windowsupdate.microsoft.com> web sitesi ziyaret edilmeli ve buradaki açıklamalar takip edilmelidir. Hackerlerin en son yayınlanan yama ve güncellemeleri takip ederek güncel olmayan bilgisayarlara saldırdıkları unutulmamalı ve bu nedenle “Otomatik Güncellemeler” mutlaka etkin olmalıdır. Otomatik güncelleştirmeleri etkinleştirmek için *Denetim*

²²⁹ Millî Eğitim Bakanlığı (Megep) Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık Ankara 2007.

Masası => Sistem Özellikleri => Otomatik Güncelleştirmeler yolu izlenmelidir (**Şekil-4**). Ayrıca işletim sistemi bilgisayara ilk defa yükleneyeği zaman mutlaka en son güncellemeleri ve yamaları içeren servis paketinin bulunduğu CD ile yüklenmelidir.²³⁰

Şekil 4: Otomatik Güncelleştirmeler



3.3.2. Kullanıcı Hesapları Açıkları

Microsoft Windows XP işletim sistemindeki gereksiz bütün kullanıcı hesapları silinmelidir. Denetim Masası => Kullanıcı Hesapları yolunu izleyerek buradan yeni ve sınırlı yetkilere sahip olan bir kullanıcı tanımlamak ve interneti bu sınırlı kullanıcı hesabı ile kullanmak bizi internet üzerindeki olası zararlı yazılımların bilgisayarımızdaki bazı önemli ayarları değiştirme tehlikesine karşı koruyacaktır. İnternet kullanılacağı zaman yönetici haklarına sahip kullanıcı ile oturum açmaktan kaçınmak her zaman faydalıdır.²³¹

²³⁰ 2004 Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir Pc İçin, CHiP, sayı.2004/04, Nisan 2004, pp.44-61.

²³¹ 2004 Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir Pc İçin, CHiP, sayı.2004/04, Nisan 2004, pp.44-61.

Hatta risk altındaki bilgisayarlarda yönetici hesabı mutlaka şifrelenmeli ve eğer mümkünse hedef şaşırtmak için sahte yönetici hesabı oluşturulmalıdır. Sahte yönetici ve diğer kullanıcı hesapları ile ilgili detaylı bilgi için Tablo 7 incelenmelidir.

Tablo 7: Sahte Yönetici Hesabı İle İşletim Sisteminin Korunması

Hesap Adı	Hesap Türü	Açıklama
Yönetici	Sınırlı kullanıcı	Sahte yönetici hesabı, güçlü bir şifre ile korunmuş yanlış hedef. Şifresi kırılrsa bile bilgisayarımızın önemli ayarları değiştirilemez
Kullanıcı 1	Sınırlı kullanıcı	Günlük kullanım ve internet kullanımı için
Kullanıcı 2	Sistem yöneticisi	Gerçek sistem yöneticisi hesabı

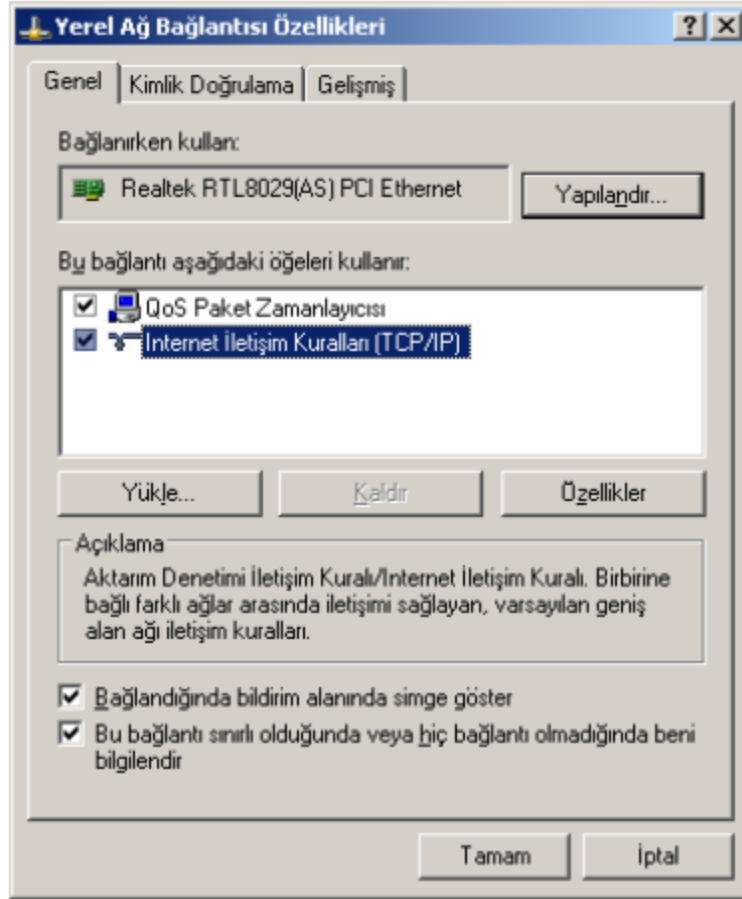
Kaynak: Zeydan,Ö. (2006), *Kişisel Bilgisayarlar Ve İnternet Güvenliği*,TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi "Türkiye'de İnternet" Konferansı.

3.3.3. Gereksiz Paylaşımlar, Protokoller ve Hizmetler

Kişisel bilgisayarımız bir bilgisayar ağının parçası değilse veya dosya ve yazıcı paylaşırma gibi servisler kullanılmıyorsa bu servisler mutlaka kapalı tutulmalıdır. Hatta dosya paylaşımı sürekli yapılmıyor, çok ender olarak kullanılıyor ise bu servisler yine kapalı olmalı sadece ihtiyaç duyulduğunda etkinleştirilip sonra tekrar devre dışı bırakılmalıdır. Kişisel bilgisayarımız herhangi bir bilgisayar ağının parçası değilse ve sadece internete bağlanmak için kullanılıyorsa ihtiyaç duyduğumuz tek protokol TCP/IP protokolüdür. Denetim Masası'ndan Ağ Bağlantıları'nı açıp Yerel Ağ Bağlantısı özelliklerini görüntülediğimizde bağlantının kullandığı öğelerde TCP/IP ve QoS Paket zamanlayıcısı dışındaki protokollerin bulunması gereksizdir ve güvenlik açıklarına

neden olacaktır. QoS Paket Zamanlayıcısı protokolü arka planda sistem güncellemeleri için gerekli olan bir protokol olup kullanımda olmasında herhangi bir sakınca yoktur.²³²

Şekil 5: Yerel Ağ Bağlantısı Özellikleri



Kaynak: Zeydan, Ö. (2006). Kişisel Bilgisayarlar Ve İnternet Güvenliği, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi “Türkiye’ de İnternet” Konferansı.

3.3.4. Web Tarayıcıların Açıkları

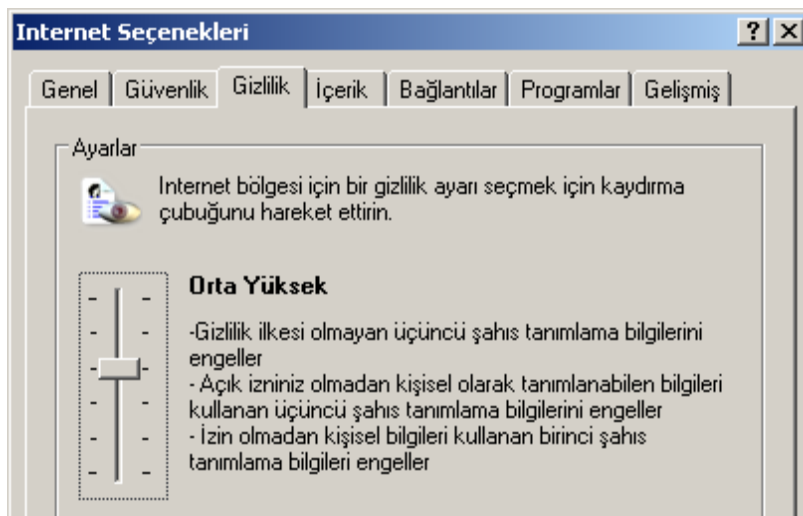
Microsoft Windows XP işletim sistemine entegre olarak bilgisayarımızda bulunan ve bugün internet ortamında en çok kullanılan web tarayıcısı olan Microsoft internet Explorer ile yine en yaygın olarak kullanılan e-posta istemcisi Outlook Express de bilgisayar korsanlarının hedefi olmakta ve güvenliğimiz için tehlikeleri içinde

²³² Zeydan, Ö. (2006). Kişisel Bilgisayarlar Ve İnternet Güvenliği, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi “Türkiye’ de İnternet” Konferansı.

barındırmaktadır. Aynı işletim sisteminde olduğu gibi web tarayıcısının ve elektronik posta istemcisinin de en güncel halde olması çok önemlidir.

Microsoft internet Explorer ve Outlook Express için en son yama ve güncellemeler yine <http://windowsupdate.microsoft.com> web sitesinde bulunabilir. Microsoft internet Explorer ile daha güvenli sörf için internet seçeneklerinde bulunan gizlilik ayarı en az “Orta Yüksek” seviyesinde olmalıdır. Microsoft internet Explorer’ı zararlı web sitelerine karşı korumak için ücretsiz olan SpywareBlaster adlı yazılımı <http://www.javacoolsoftware.com> web sitesinden indirip kullanmak mümkündür. Ayrıca Mozilla Firefox (<http://www.mozilla.com/en-US/firefox/>) ve Opera (<http://www.opera.com>) gibi alternatif web tarayıcıları ile Mozilla Thunderbird (<http://www.mozilla.com/en-US/thunderbird/>) gibi alternatif e-posta istemcilerini kullanmak en popüler yazılımları hedef alan hackerlara karşı bizi hedef olmaktan çıkaracaktır.²³³

Şekil 6: İnternet Seçenekleri – Gizlilik Ayarları



Kaynak: 2004 Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir Pc İçin, CHiP, sayı.2004/04, Nisan 2004, pp.44-61.

²³³ 2004 Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir Pc İçin, CHiP, sayı.2004/04, Nisan 2004, pp.44-61.

3.3.5. Güvensiz Yazılımlar ve Casus Yazılımlar

Güvensiz yazılımlar illegal olarak kopyalanmış veya internetteki korsan sitelerden indirilmiş yazılımlar olup içlerinde bilgisayarımıza zarar verebilecek virüs, truva atı, tuş kaydedici ve her türlü casus yazılımı barındırabilen yazılımlardır. Casus yazılımlar ise internette gezdiğimiz web sitelerinin kayıtlarını tutup bizden habersiz başkalarına gönderen, karsımıza istemediğimiz reklam pencerelerinin gelmesini sağlayan, bilgisayarımızdaki şahsi dosyalarımızı başkalarına gönderebilen, bilgisayarımızın performansını düşüren ve internet erişimini gereksiz yere meşgul eden istenmeyen yazılımlardır. Bu tip yazılımlar çoğu zaman sistemimize bizden habersiz olarak yüklenirler²³⁴. Casus yazılımlardan korunmak için yapılması gerekenler şu şekilde listelenebilir:²³⁵

- Korsan yazılım kullanmaktan kaçınmak, lisanslı yazılım kullanmak
- Korsan web sitelerinden yazılım indirmemek
- İnternette yazılım indireceğimiz zaman güvenli web sitelerini kullanmak. Güvenli dosya indirme sitelerinde mutlaka “No adware²³⁶, no-spyware”²³⁷ gibi uyarılar mevcuttur.
- Sırf bedava olduğu için ne olduğunu bilmediğimiz yazılımları bilgisayara yüklememek. Casus yazılımların çoğu bedava yazılımlarla bilgisayara yüklenir.
- Yazılım yüklerken “son kullanıcı lisans Sözleşmesi”ne göz atmak.
- “Son kullanıcı lisans Sözleşmesi”ni incelemek için EULalyzer²³⁸ adlı yazılım kullanılabilir.

²³⁴Canbek, G. , Sağıroğlu, Ş. (2007), “Casus Yazılımlar: Bulaşma Yöntemleri ve Önlemler” Ankara.

²³⁵Zeydan, Ö. (2006), Kişisel Bilgisayarlar Ve İnternet Güvenliği, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi "Türkiye'de İnternet" Konferansı

²³⁶ Kendi yazdığı programı satmak yerine, belirli firmalar tarafından sağlanan reklamları programın içine gömerek kullanıcıya sunan programların genel adı “adware” dir.(<http://www.chip.com.tr> ,Okur Blog ,hakan uzuner çözümüpark) 17 Nis 2008

²³⁷Kullanıcının bilgisayarında hem belirli firmaların reklâmlarını görüntüleyip hem de bir iz kontrol mekanizması oluşturan programlara “Spyware” denir.(<http://www.chip.com>.)

²³⁸Kullanacağınız yazılımla ilgili gerekli yasal zorunlulukların hatırlatıldığı bir metindir. (<http://www.javacoolsoftware.com/eulalyzer.html>) Erişim Tarihi: Ağustos, 2013

3.3.6. Phishing (olta) Saldırıları

Phishing saldırıları, bir e-posta kullanıcıya yasal bir kurumdanmış gibi, finansal bilgilerin sorulduğu sahte e-maillerin gönderilmesidir.²³⁹

Phishing saldırılarını yapan kişiler, gelişigüzel veri tabanlarına hileli mailler göndererek, dikkatsiz alıcılardan kredi kartı bilgilerini, adı ve soyadı, şifre gibi kişisel bilgileri çalabilmektedir. Phishing internette en iyi bilinen ve çok hızlı büyüyen bir saldırı çeşididir. Phishing saldırıları, e-maillerin saygın ve bilinen hizmet kurumlarından geliyormuş gibi gözükmesine yol açar. E-mailler yasal ve gerçek gözükür. E-mailler, kurumlar (bankalar) tarafından kontrol, güvenlik, alt yapı düzenlemesi vb. sorunların giderilmesi için gönderildiği savunulur.²⁴⁰

Bu saldırılardan korunmak için e-postaların kimden geldiği ve doğruluğundan emin olunmalıdır. Tanınmayan kurumlardan gelen e-posta içerisindeki linkler kesinlikle tıklanmamalı, web sayfaları açılmamalıdır. Erişmek istenilen web sayfasının adresi, tarayıcının adres satırına bizzat kişinin kendisi yazmalıdır. Son olarak sadece sayılardan oluşan adresler güvenli değildir. Bunun nedeni kurumlar web adresi olarak sayı değil, isim kullanmaktadır.²⁴¹

3.3.7. Keylogger (Tuş Kaydedici) Saldırıları

Keylogger saldırıları, internet kullanan banka müşterilerinin veya internet üzerinden ticaret yapan kullanıcıların çevrimiçi işlem şifrelerinin keylogger adı verilen tuş kaydedici yazılımlar tarafından çalınması olarak tanımlanabilir.²⁴²

²³⁹Singh, N.P. (2007) ‘ Online Frauds in Banks with Phishing’, Journal of İnternet Banking & Commerce, vol.12,Issue 2, August.

²⁴⁰Singh, N.P. (2007) ‘ Online Frauds in Banks with Phishing’, Journal of İnternet Banking & Commerce, vol.12,Issue 2, August.

²⁴¹Türkiye Bankalar Birliği (2008) İnternet Bankacılığı ve Güvenlik, www.tbb.org.tr/turkce/guvenlik/internet%20bankaciligi%20ve%20guvenlik.htm.

²⁴²Türkiye Bankalar Birliği (2008) İnternet Bankacılığı ve Güvenlik, www.tbb.org.tr/turkce/guvenlik/internet%20bankaciligi%20ve%20guvenlik.htm.

Kötü niyetli kişilerin oluşturdukları Truva atı adlı yazılımlar aracılığıyla sistemi tamamen ya da kısmen ele geçiren yazılımlar mevcuttur. Bunlardan korunmak için işletim sisteminde güncellemeler yapmalı, anti virüs programı kullanmalı, güvenli olmayan bilgisayarlardan önemli işlemler yapmamalı, kullanılan bilgisayarın web browser'ının (internet tarayıcısı) otomatik olarak tanımlama özelliğindeki 'formlarda kullanıcı adları ve parolalar' ile ilgili kısmın işaretli olmasına dikkat edilmelidir.²⁴³

3.3.8. Screenlogger (Ekran Kaydedici) Saldırıları

Keylogger ile aynı temel mantığa dayanır. Ancak screenlogger programlar ile taşınabilen veri yalnız klavyenizde yaptığımız tüm vuruşlarla sınırlı olmayıp ekran görüntülerinizi de içerir. Fare ile ekranda bir noktaya tıklamanız iler beraber aynı anda screenlogger, adeta tamamının ya da küçük bir bölümünün o anki resmini çekerek bunları internet ortamında sabit bir adrese iletir.²⁴⁴

3.3.9. Pharming (Yanlış Alan Adına Yönlendirme) Saldırıları

Bu saldırı banka müşterisi aktif olmadan başlamaktadır. Saldırıcıyı yapan kişiler uygun virüs yazılımları ile bir bir bilgisayardaki daha önce girilmiş olan internet adreslerinin listelendiği 'sunucu' datasını değiştirir. Kendi internet tarayıcısına bankasının alan adını giren kullanıcıyı, tarayıcının adres kısmına doğru adresi yazmasına rağmen yanlış adrese yönlendirmekte ve orada işlemlerini yaptırmaktadır. Daha fazla teknik gerektiren bir saldıdır.²⁴⁵

²⁴³Türkiye Bankalar Birliği (2008), İnternet Bankacılığı ve Güvenlik, www.tbb.org.tr/turkce/guvenlik/internet%20bankaciligi%20ve%20guvenlik.html.

²⁴⁴Felsefe Topluluğu Gazi Üniversitesi (2008) Trojan, Key-Logger, Screen-Logger, www.felsefegrubu.gazi.edu.tr/swfforum/index.php?topic=497.new.

²⁴⁵Memiş, T. (2007), Elektronik Bankacılıkta Bankanın Yükümlülük Sorumlulukları, www.hukukcu.com/modules/smartsection/print.php?itemid=116.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

ARAŞTIRMANIN KONUSU VE AMACI

Araştırmanın konusu, bilgisayar teknolojileri ve internet alanında yaşanan gelişmelere paralel olarak önemi daha da artan elektronik bankacılık kanallarından biri olan internet bankacılığının benimsenmesi ve kullanımınıdır. Araştırmanın amacı ise, Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenlerce internet bankacılığının ne derece benimsendiğini ve benimsenmesinin altında yatan faktörleri tespit etmeye yöneliktir. İnternet bankacılığının neden tercih edildiği ve edilmediği, internet üzerinden hangi bankacılık işlemlerinin yapıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda internet bankacılığını kullanan öğretmenlerin internet bankacılığının hangi yönlerini daha etkili buldukları, kullanmayanların ise çekincelerinin neler olduğu ortaya çıkarılarak, çözümler getirmek amaçlanmıştır.

4.1. ARAŞTIRMANIN EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırma evrenini Aydın ili merkez sınırları içerisinde görev yapmakta olan 22 yaş ve üzeri öğretmenler oluşturmaktadır. 03.02.2013 tarihli Aydın İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden alınan verilere göre Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmen sayısı 4563 olarak belirtilmiştir. Araştırmanın örnek kütlesi kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmada verilerin toplanmasında anket yöntemi uygulanmıştır. Anket 20 kişiden oluşan bir öğretmen gruba pilot olarak uygulanmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Anketler Mart ve Nisan 2013 tarihleri arasında yapılmıştır. Anketler 450 öğretmene dağıtılmış, bunlardan 14 tanesi geri dönmemiştir. Anketlerin geri dönüş oranı % 96,8 'dir. Geriye kalan 436 anketten 20 tanesi çeşitli eksiklerden dolayı elenmiş ve 416 anket değerlendirmeye alınmıştır.

4.2. ARAŞTIRMANIN KISITLARI

Mart ve Nisan 2013 tarihinde internet bankacılığı üzerine yapılan bu çalışmada, Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenlerin ders programların yoğunluğu, öğrencilerin sınavların olması, bazı okul idarecilerinin ve öğretmenlerin olumsuz tutumu, öğretmenlerin ankete zaman ayırmak istememeleri yapılan araştırmayı kısıtlamıştır.

4.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Betimsel amaçla yapılmış çalışmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket formundaki soruların hazırlanmasında K.Atılgan (2006), V.Gaziler (2006), Ö.Öztürk (2006), Z.Ö.Özcan (2007) yapmış oldukları yüksek lisans tezlerindeki anket formlarından yararlanılmıştır. Anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ankete katılanların internet bankacılığını kullanıp kullanmadıkları, kullanmıyorsa neden kullanmadıklarını, kullanıyor ise hangi işlemlerin ve ne sıklıkta yapıldığını ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise internet bankacılığının avantajları, dezavantajları, internet bankacılığının güvenlik yönünden değerlendirilmesi ve müşterisi olunan bankanın web sayfasının özelliklerine göre internet bankacılığını kullananların internet bankacılığı ile ilgili düşüncelerini ölçmeye yönelik 5'li likert ölçeği soruları yer almaktadır.

4.4. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırma verilerinin analizinde SPSS 18.0 istatistik programı kullanılmıştır. Söz konusu program kullanılarak frekans dağılımları ile yüzdelere ulaşılmış, değişkenler arasındaki ilişkilerin ölçülmesinde ki kare analizi kullanılmıştır.

4.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmada test edilecek hipotezler şunlardır:

H1= Cinsiyet ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

H2=Eğitim durumu ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

H3=Medeni durum ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

H4=Yaş gruplarıyla ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

H5=Branşlar ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

H6=Meslek yılı ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

H7=Görev yapılan okul türü ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

4.6. ARAşTIRMA BULGULARI

Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenler ile ilgili demografik değerlendirmeler, öğretmenlerin interneti kullanma bilgisi, internet bankacılığına ilişkin tutumları, internet bankacılığından yararlanma nedenleri, internet bankacılığından memnuniyet durumları, internet bankacılığını tercih etmeyen öğretmenlerin tercih etmeme sebeplerini, öğretmenlerin anlaşmalı olduğu bankadan memnuniyet derecesini, internet bankacılığını çevresine tavsiye etme durumu değerlendirilmiştir.

4.6.1. Demografik Bulgular

Öğretmenlerden cinsiyeti, yaşı, medeni durumu, eğitim durumu, branşları, gelir durumu, görev yapma süreleri gibi demografik özelliklerini belirleyici sorulara cevap verilmesi istenmiştir. Elde edilen bulguların frekans ve yüzde dağılımları tablolar haline dönüştürölmüştür.

Tablo 8: Öğretmenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Kadın	197	47,4
Erkek	219	52,6
Toplam	416	100,0

Tablo 8’de görüldüğü gibi öğretmenlerin % 47,4’ ü kadın, % 52,6’ sı erkek öğretmenlerden oluşmaktadır. Cinsiyet dağılımına bakıldığında katılımcı öğretmenlerden kadın ve erkek sayısının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Öğretmenlerin Yaş Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
22-29 Yaş Arası	47	11,3
30-39 Yaş Arası	147	35,3
40-49 Yaş Arası	134	32,2
50-59 Yaş Arası	85	20,4
60 Yaş ve Üstü	3	0,7
Toplam	416	100,0

Tablo 9’a göre öğretmenlerin % 11,3’ ü 22-29 yaşları arasında, % 35,3’ ü 30-39 yaşları arasında, % 32,2’ si 40-49 yaşları arasında, % 20,4’ ü 50-59 yaşları arasında ve % 7’si 60 yaş üzerindedir. Tablo 9’ dan da anlaşılacağı gibi ankete katılan öğretmenlerin büyük bir çoğunluğunu (%35,3’ ü) 30-39 yaş grubu oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla 40-49 yaş grubu (%32,2) ve 50-59 yaş grubu (%20,4) takip etmektedir.

Tablo 10: Öğretmenlerin Medeni Durum Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Bekar	72	17,3
Evli	344	82,7
Toplam	416	100,0

Tablo 10'a göre öğretmenlerin % 82,7' si evli geriye kalan %17,3' lük kısmı bekadır.

Tablo 11: Öğretmenlerin Branşlara Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Sınıf Öğretmeni	170	40,9
Türkçe Öğretmeni	36	8,7
Sosyal Bilgiler Öğretmeni	19	4,6
Bilişim Teknolojileri Öğretmeni	6	1,4
Matematik Öğretmeni	31	7,5
Fen ve Teknoloji Öğretmeni	21	5,0
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmeni	9	2,2
İngilizce Öğretmeni	33	7,9
Teknoloji ve Tasarım Öğretmeni	4	1,0
Okul Öncesi Eğitim Öğretmeni	13	3,1
Fizik Öğretmeni	6	1,4
Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Öğretmeni	3	0,7
Tarih Öğretmeni	9	2,2
Beden Eğitimi Öğretmeni	15	3,6
Giyim Teknolojileri Öğretmeni	1	0,2
Müzik Öğretmeni	10	2,4
Görsel Sanatlar Öğretmeni	9	2,2
Zihinsel Engelliler Öğretmeni	2	0,5
Felsefe Öğretmeni	7	1,7
Kimya Öğretmeni	4	1,0
Rehberlik Öğretmeni	6	1,4
Bilgisayar Öğretmeni	2	0,5
Toplam	292	100,0

Tablo 11'e göre ankete 22 farklı bransa sahip öğretmen katılmıştır. Ankete katılan öğretmenlerin bransa göre büyük bir çoğunluğunu % 40,9 oranında sınıf öğretmenleri oluşturmaktadır.

Geriye kalanların % 8,7' si Türkçe öğretmeni, % 4,6' sı sosyal bilgiler öğretmeni, % 1,4' ü bilişim teknolojileri öğretmeni, % 7,5' i matematik öğretmeni, % 5 i fen ve teknoloji öğretmeni, % 2,2' si din kültürü ve ahlak bilgisi öğretmeni, % 7,9' u İngilizce öğretmeni, % 1' i teknoloji ve tasarım öğretmeni, % 3,1' i okul öncesi eğitim öğretmeni, % 1,4' ü fizik öğretmeni, % 0,7' si çocuk gelişimi ve eğitimi öğretmeni, % 2,2' si tarih öğretmeni, % 3,6' sı beden eğitimi öğretmeni, % 0,2' si giyim teknolojileri öğretmeni, % 2,4' ü müzik öğretmeni, %2,2' si görsel sanatlar öğretmeni, % 0,5' i zihinsel engelliler öğretmeni, % 1,7' si felsefe öğretmeni, % 1' i kimya öğretmeni, % 1,4' ü rehberlik öğretmeni ve % 0,5' si bilgisayar öğretmenidir.

Tablo 12:Öğretmenlerin Eğitim Durum Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Lisans	378	90,9
Yüksek Lisans	37	8,9
Doktora	1	0,2
Toplam	416	100,0

Tablo 12'de görüldüğü gibi öğretmenlerin % 90,9' u lisans mezunu, % 8,9' u yüksek lisans mezunu ve % 0,2' si doktora mezunudur.

Tablo 13: Öğretmenlerin Gelir Durumu Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
0-2000 TL Arası	111	26,7
2001-3000 TL Arası	294	70,7
3001-4000 TL Arası	5	1,2
4001 TL ve Üzeri	6	1,4
Toplam	416	100,0

Tablo 13'e göre öğretmenlerin gelir seviyelerine bakıldığında aylık toplam geliri 0-2000 TL olanların oranı % 26.7, 2001-3000 TL arası olanların oranı ise % 70,7' dir. Geliri 3001-4000 TL arası olanların oranı % 1,2 iken, 4001 TL ve üzeri olanların oranı % 1,4 tür.

Tablo 14: Öğretmenlerin Çalıştıkları Okullara Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Kamu	391	94,0
Özel	25	6,0
Toplam	416	100,0

Tablo 14'e göre öğretmenlerin % 94 ' ü kamuya ait okullarda çalışmakta, geriye kalan % 6' sı özel okullarda görev yapmaktadır.

Tablo 15: Öğretmenlerin Mesleki Deneyim Düzeyi Değişkenine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
0-5 Yıl	40	9,6
6-10 Yıl	74	17,8
11-15 Yıl	75	18,0
16-20 Yıl	58	13,9
21 ve üstü Yıl	169	40,6
Toplam	292	100,0

Tablo 15'e göre öğretmenlerin çalıştıkları meslek yılları dağılımına göre % 40,6'lık oranla "21 ve üzeri yıl" çalışma süresi büyük bir çoğunluğu kapsamaktadır. Bunu sırayla % 18,0'lık oranla "11-15 yıl", % 17,8'lik oranla "6-10 yıl", % 13,9'lık oranla "16-20 yıl" ve % 9,6'lık oranla "0-5 yıl" takip etmektedir.

Tablo 16: Öğretmenlerin Aydında Görev Yapma Sürelerine Göre Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
0-2 Yıl	41	9,9
3-5 Yıl	81	19,5
6-8 Yıl	51	12,3
8-10 Yıl	39	9,4
10 ve üstü Yıl	204	49,0
Toplam	416	100,0

Tablo 16'a göre öğretmenlerden % 9,9'u "0-2 yıl", % 19,5'isi "3-5 yıl", % 12,3'ü "6-8 yıl", % 9,4'ü "8-10 yıl" ve % 49'u "10 ve üstü yıl" Aydın'da görev yapmaktadır.

Tablo 17: Öğretmenlerden İnterneti Kullanma Bilgisinin Dağılımı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Evet	382	91,8
Hayır	34	8,2
Toplam	416	100,0

Tablo 17'e göre öğretmenlerden 382 kişi (% 91,8) interneti kullanmayı biliyor. Geriye kalan 34 kişi (% 8,2) interneti kullanmayı bilmiyor.

Tablo 18: Öğretmenlerin İnternet Kullanma ve İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumları (Tercih Düzeyleri)

		İnterneti Kullanmayı Bilselerdi İnternet Bankacılığını Tercih Eder miydi?
Evet	Kişi Sayısı	20
	Yüzdesi	58,8%
Hayır	Kişi Sayısı	10
	Yüzdesi	29,4%
Hiç Bir Fikrim Yok	Kişi Sayısı	4
	Yüzdesi	11,8%
Toplam	Kişi Sayısı	34
	Yüzdesi	100,0%

Tablo 18'e göre öğretmenlerden interneti kullanmayı bilmeyenlerin arasında, eğer interneti kullanmayı bilselerdi internet bankacılığını kullanacak % 58,8 oranında 20 kişi vardır. Geriye kalan 14 kişiden % 29,4 oranında 10 kişi interneti kullanmayı bilseler bile internet bankacılığını kullanmayı düşünmemektedir. Diğer dört kişi ise interneti kullanmayı bilseler bile internet bankacılığını kullanma konusunda hiçbir fikri yoktur.

Tablo 19: İnterneti Kullanmayı Bilen Öğretmenlerin, İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumları (Tercih Düzeyleri)

		İnterneti Kullanmayı Bilenler
Evet	Kişi Sayısı	191
	Yüzdesi	50,0%
Hayır	Kişi Sayısı	191
	Yüzdesi	50,0%
Toplam	Kişi Sayısı	382
	Yüzdesi	100,0%

Tablo 19'a göre öğretmenlerden % 50 oranında 191 öğretmen internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanmaktadır. % 50 oranında 191 öğretmende internet bankacılığı hizmetlerinden faydalanmamaktadır. İnternet bankacılığı hizmetlerinden faydalanma oranlarına bakıldığında internet bankacılığında faydalanan ve faydalanmayan öğretmenlerin oranlarının eşit olduğu görülmektedir.

Tablo 20: İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Yararlanmayan Öğretmenlerin İnternet Bankacılığına İlişkin Bilgi Düzeyleri

		İnternet Bankacılığı Hizmetinden Faydalanmayanlar
Evet	Kişi Sayısı	122
	Yüzde	63,9%
Hayır	Kişi Sayısı	69
	Yüzde	36,1%
Toplam	Kişi Sayısı	191
	Yüzde	100,0%

Tablo 20’ de görüldüğü üzere ankete katılan öğretmenlerden % 63,9’ u internet bankacılığı kullanmayıp internet bankacılığı hakkında bilgi sahibi olduğu görülmektedir. Geriye kalan % 36,1’ i de internet bankacılığı kullanmayıp ve internet bankacılığı hizmetleri hakkında bilgisi yoktur.

Tablo 21: İnternet Bankacılığı Kullanmayan Öğretmenlerin İnternet Bankacılığında Yararlanmama Nedenleri (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Banka şubelerini kullanmaktan memnunum	59	30,9 %
ATM’ yi kullanıyorum	110	57,6 %
Telefon bankacılığını kullanıyorum	17	8,9 %
İnternet bankacılığına güvenmiyorum	87	45,5 %
İnternet bankacılığını nasıl kullanacağını bilmiyorum	33	17,3 %
Yüz yüze işlem yapmayı tercih ediyorum	55	28,8 %
İnternet bankacılığını kullanırken yanlış işlem yapmaktan korkuyorum	47	24,6 %
İnternet bankacılığının faydalarını bilmiyorum	17	8,9 %
Değişime karşı ön yargılıyım	3	1,6 %
Banka işlemleri sonucunda makbuz veya resmi bir belge almak istiyorum	52	27,2 %
Diğer	0	0,0%

Tablo 21’e göre internet bankacılığında faydalanmayan 191 kişi arasında, internet bankacılığında faydalanmama nedenleri tablo 21’ de gösterilmiştir. % 57,6 oranında 110 kişi internet bankacılığına karşı ATM’ yi tercih etmektedir. % 45,5 oranında 87 kişi internet bankacılığına güvenmemektedir. 59 kişi de banka şubelerini kullanmaktan memnun olduğu için internet bankacılığı kullanmamaktadır. % 28,8 oranında 55 kişi ise yüz yüze işlem yapmayı daha geçerli buluyor. İnternet bankacılığı kullanmayan 52 kişide banka işlemleri sonucunda makbuz veya resmi bir belge almak istiyor. 47 kişi internet bankacılığı kullanırken yanlış işlem yapmaktan korktuğu için internet bankacılığı kullanmıyor. % 17,3 oranında 33 kişi internet bankacılığının nasıl kullanacağı konusunda bilgisi yoktur. 17 kişi telefon bankacılığını kullanıyor ve internet bankacılığının faydalarının bilmiyor. Üç kişide değişime karşı ön yargılı olduğu için internet bankacılığını kullanmamaktadır.

Tablo 22: Öğretmenlerin Okullarda İnternete Sahip Olma Oranları (Yüzde- Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Hayır	2	0,5
Evet	380	99,5
Toplam	382	100,0

Ankete katılan 416 kişiden 34 kişi internet kullanmayı bilmediği için anketi yarıda kesmiştir. Bu sebepten dolayı geriye kalan 382 kişi çalıştığımız “okulda internet erişimi var mı?” sorusunu cevaplamıştır. Tablo 22’ e göre 382 öğretmenden % 99,5 oranında 380 tane öğretmen okullarında internet erişimine sahiptir. % 0,5 gibi çok düşük bir oranda geriye kalan 2 kişinin çalıştıkları okulda internet erişimi yoktur.

Tablo 23: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığı Hakkındaki Tercih Ettikleri Bilgi Kaynağı (Yüzde- Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Banka tarafından	126	66,0 %
Bankanın müşteri temsilcisi tarafından	113	59,2 %
Konferans, seminer vb. düzenleyerek	20	10,5 %
Görsel medya tarafından	40	20,9 %
Kitap, dergi, broşür vb hazırlanarak	34	17,8 %
Diğer	2	1 %

Tablo 23’e göre öğretmenlerden 126 kişi (% 66) banka tarafından, 113 kişi (% 59,2) banka müşteri temsilcisi tarafından, 20 kişi (% 10,5) konferans, seminer vb düzenleyerek, 40 kişi (% 20,9) görsel medya tarafından, 34 kişi (% 17,8) kitap, dergi, broşür vb hazırlanarak ve iki kişi (% 1) diğer yollarla internet bankacılığı konusunda bilgilendirilmek istemektedir.

Tablo 24: Öğretmenlerin İnternete Bağlanmak İçin Tercih Ettikleri Yerler (Önem Sırasına Göre Dağılımı)

	Önem Seviyesi					Ağırlıklı		Önem Sırası
	1 (En Çok)	2 (Çok)	3 (Az)	4 (En Az)	0 (Hiç)	Toplam Puan *	Dağılım Yüzdesi	
Evden	163	8	5	2	13	688	53,42 %	(1)
İşyerinden	23	81	14	2	71	365	28,34 %	(2)
Cep Telefonundan	3	19	33	17	119	152	11,8 %	(3)
İnternet Kafeden	2	1	18	36	134	83	6,44 %	(4)
TOPLAMLAR	191	109	70	57	337	1288	100,0 %	

Ağırlıklı Toplam Puan; (1.Önem Seviyesi x 4 + 2.Önem Seviyesi x 3 +3.Önem Seviyesi x 2 + 4.Önem Seviyesi x 1) şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 24'e göre öğretmenlerin %53,41' i evden internete bağlanırken, %28,33'u iş yerinden, % 11,8' i cep telefonundan ve %6,44' ü internet kafeden internete bağlanmaktadır.

Tablo 25: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığından Ne kadar Süredir Yararlandıkları (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
0-1 Yıl	26	13,6
2-3 Yıl	45	23,6
4-5 Yıl	55	28,8
6 Yıl ve Üzeri	65	34,0
Toplam	191	100,0

Tablo 25'e göre öğretmenlerin 65'i "6 Yıl ve Üzeri" internet bankacılık hizmetinden faydalanmaktadır. 55 Öğretmen ise "4-5 Yıl" süresi boyunca, 45 öğretmen "2-3 Yıl" ve 26 öğretmen ise " 0-1 Yıl" süresince internet bankacılık hizmetlerinden faydalanmaktadır.

Tablo 26: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığında Faydalanma Sıklığı (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Her gün	11	5,8
Haftada Bir Kez	43	22,5
Haftada Bir Kaç Kez	74	38,7
Ayda Bir Kez	63	33,0
Toplam	191	100,0

Tablo 26'a göre internet bankacılığı hizmetlerinden faydalanan öğretmenlerin % 38,7' si haftada birkaç kez faydalanırken %33' lük kısmı ise ayda bir kez internet bankacılığında faydalanmaktadır. %22,5 oranında 43 kişide haftada bir kez ve % 5,8 oranında 11 kişi ise her gün internet bankacılık hizmetlerinden faydalanmaktadır.

Tablo 27: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığında Yapılan İşlemlerin Dağılımı (Yüzde-Frekans)

	Frekans f	Yüzde %
Kredi Kartı İşlemleri	160	83,8 %
Fatura Ödeme ve Çeşitli Ödeme İşlemleri (Trafik Cezaları, Üniversite)	138	72,3 %
Hesap Hareketlerini İzleme	171	89,5 %
Hizmet ve Ürünler Hakkında Bilgi Alma	41	21,5 %
Vergi Ödeme İşlemleri	81	42,4 %
OGS ve HGS işlemleri	54	28,3 %
Yatırım İşlemleri (Döviz, Altın)	47	24,6 %
GSM TL Yükleme İşlemleri	54	28,3 %
Para Aktarma (Havale, EFT, Döviz İşlemleri)	140	73,3 %
Vadeli/Vadesiz Kredi İşlemleri	47	24,6 %
Sanal Kart Kullanarak Alışveriş İşlemleri	49	25,7 %
Şans Oyunları için	15	7,9 %
Bireysel Emeklilik	30	15,7 %
Sigorta (Birikim Sigortası, Zorunlu Deprem Sigortası)	14	7,3 %

Tablo 27'e göre öğretmenlerin 160 tanesi kredi kartı işlemleri hizmetinden faydalanmakta, 138 öğretmende fatura ödeme ve çeşitli ödeme işlemleri hizmetlerinden faydalanmaktadır. İnternet bankacılığında yapılan işlemlerin dağılımına bakıldığında öğretmenlerin büyük çoğunluğu 171 öğretmen hesap hareketleri izleme işleminden faydalanmaktadır. Vergi ödeme işlemlerinden 81 öğretmen faydalanırken, 54 öğretmende OGS ve HGS işlemleri ve GSM TL yükleme işlemlerinden faydalanmaktadır. Yatırım işlemleri ve vadeli/vadesiz kredi işlemlerini eşit sayıda 47 öğretmen kullanmaktadır. Günümüzde en çok faydalanılan internet bankacılığı işlemlerinden olan para aktarma işleminden ankete katılan 140 öğretmen faydalanmaktadır.

Sanal kart kullanılarak yapılan alışveriş işlemlerini 49 öğretmen kullanmaktadır. Dağılımda en ufak dağılıma sahip olan internet bankacılığı işlemlerinden olan şans oyunları oynama hizmetinden ise 15 öğretmen faydalanmaktadır. Bireysel emeklilik hizmetini 30 kişi kullanmakta ve sigorta hizmetinden 14 öğretmen faydalanmaktadır.

Tablo 28: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığında Yararlanma Nedenlerinin Dağılımı (Yüzde-Frekans)

	Frekans f	Yüzde %
Günün Her Saatinde İşlem Yapılabilmesi	165	86,4
Banka İşlemlerini Daha Kısa Sürede Yapılabilmesi	168	88,0
Şubedeki Personelden Memnun Olunmaması	24	12,6
İşlem Maliyetinin Daha Uygun Olması	80	41,9
Banka Şubelerinde Kuyrukta Beklemekten Hoşlanmama	158	82,7
Teknolojinin Getirdiği Yenilikten Yararlanmayı İstenilmesi	102	53,4
İnternet Üzerinden Alışveriş Yapmak İçin	68	35,6
Merak	5	2,6
Diğer	0	0

Tablo 28'e göre internet bankacılığında yararlanma nedenleri dağılımına bakıldığında "Banka işlemlerini daha kısa sürede yapabilmek (% 88 oranında) " ve "Günün her saatinde işlem yapabilmek (% 86,4 oranında) " özellikleri dağılımda büyük ölçüde yer kaplamaktadır. Banka şubelerinde kuyrukta beklemekten hoşlanmayan % 82,7 oranında 15 öğretmen bulunmakta ve teknolojinin getirdiği yenilikten yararlanmayı isteyen % 53,4 oranında 102 öğretmen vardır. Öğretmenlerden 68 kişi internet üzerinden alışveriş yapmak için internet bankacılığını kullanmaktadır. Bankalardaki işlem yaparken personelden memnun kalmayıp internet bankacılığı hizmetini kullanan % 12,6 oranında 24 öğretmen vardır. İnternet bankacılığının getirdiği yenilikleri ve gün geçtikçe yenilenen özelliklerini merak ederek internet bankacılığında beş öğretmen faydalanmaktadır.

Tablo 29: İnternet Bankacılığının Avantajları (Öğretmenlerce Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi)

	Önem Seviyesi					Ağırlıklı		Önem Sırası
	1	2	3	4	5	Toplam Puan *	Dağılım Yüzdesi	
	(Kesinlikle)	(Katılmıyorum)	(Kararsızım)	(Katılıyorum)	(Tamamen Katılıyorum)			
Kullanıcıya zaman kazandırması	9	4	1	61	116	844	6,96 %	(1)
İnternet bankacılığı sayesinde daha az yorulma	5	7	1	76	102	836	6,89 %	(2)
Çalışan insanlar için gerekli olması	9	6	3	75	101	835	6,88 %	(3)
Hayatı kolaylaştırması	7	5	0	87	92	825	6,80 %	(4)
Fatura ödemeleri daha kolay olması	5	7	7	81	91	819	6,75 %	(5)
Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırması	5	11	7	83	85	805	6,64 %	(6)
Detaylı rapor ve bilgi alınabilmesi	5	7	10	90	79	804	6,63 %	(7)
Daha düşük maliyetli olması	8	8	8	80	87	803	6,62 %	(8)
Kullanımı kolaylığı	6	8	5	95	77	802	6,61 %	(9)
Fiziksel engelliler için uygun bir bankacılık yöntemi olması	7	7	17	71	89	801	6,60 %	(10)
Kişiyeye özel hizmet vermesi	9	8	8	81	85	798	6,58 %	(11)
Daha fazla bankacılık işlemleri yapılabilmesi	4	9	19	80	79	794	6,55 %	(12)
Hızlı ve kesintisiz bankacılık olması	6	9	14	86	76	790	6,51 %	(13)
Beklentilerimi karşılaması	4	8	13	99	67	790	6,51 %	(14)
24 saat işlem yapılabilmesi	9	14	2	94	72	779	6,42 %	(15)
TOPLAMLAR	98	118	115	1239	1298	12125	100 %	

- Ağırlıklı Toplam Puan; (5.Önem Seviyesi x 5 + 4.Önem Seviyesi x 4 +3.Önem Seviyesi x 3 + 2.Önem Seviyesi x 2 + 1.Önem Seviyesi x 1) şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 29'a göre öğretmenler için internet bankacılığının avantajlarını önem sırasına göre sıraladığımızda, %6,96 oranında kullanıcıya zaman kazandırmakta, %6,89 oranında internet bankacılığı sayesinde daha az yorulmakta, %6,88 oranında çalışan insanlar için gerekli olduğu, %6,80 oranında hayatı kolaylaştırdığı, %6,75 oranında fatura ödemelerinin daha kolay olduğu, %6,64 oranında nakit para taşıma riskini ortadan kaldırdığı, %6,63 oranında detaylı rapor ve bilgi alındığı, %6,62 oranında daha düşük maliyetli olduğu, %6,61 oranında kullanımının kolay olduğu, %6,60 oranında fiziksel engelliler için uygun bir bankacık yöntemi olduğu, %6,58 oranında kişiye özel hizmet verildiği, %6,55 oranında daha fazla bankacılık işlemleri yapılabildiği, %6,51 oranında hızlı ve kesintisiz bankacılık olduğu, %6,51 oranında beklentilerin karşılandığı, %6,42 oranında 24 saat işlem yapılabildiği düşüncesi tespit edilmiştir.

Tablo 30: İnternet Bankacılığındaki Olası Sakıncalar (Öğretmenlerce Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi)

	Önem Seviyesi					Ağırlıklı		Önem Sırası
	1	2	3	4	5	Toplam Puan *	Dağılım Yüzdesi	
	(Kesinlikle)	(Katılmıyorum)	(Kararsızım)	(Katılıyorum)	(Tamamen Katılıyorum)			
Hatalı işlem yapma olasılığı	12	54	22	96	7	605	13,08	(1)
İnternet bankacılığında bilgilere dışarıdan ulaşılması	17	38	52	70	14	599	12,95	(2)
İnternet bankacılığı işlemlerinin karmaşıklığı	27	109	29	25	1	437	9,45	(3)
Verilen hizmetler yetersizliği	35	109	34	13	0	407	8,80	(4)
Yaptığım havale, eft vb. işlemler yerine ulaşmaması	41	115	22	13	0	389	8,41	(5)
Beklentileri karşılamaması	42	116	20	13	0	386	8,35	(6)
Kullanım zorluğu	48	109	20	14	0	382	8,26	(7)
Banka şubesinden işlem yapma kolaylığı	66	91	9	24	1	376	8,13	(8)
İnternet bankacılığının sıkıcılığı	59	108	15	9	0	356	7,70	(9)
Bilgisayarın ve internetin kullanım zorluğu	69	101	10	11	0	345	7,46	(10)
İnternet bankacılığına ihtiyaç duyulmaması	72	99	10	10	0	340	7,35	(11)
TOPLAMLAR	488	1049	243	298	23	4622	100	

Ağırlıklı Toplam Puan; (5.Önem Seviyesi x 5 + 4.Önem Seviyesi x 4 +3.Önem Seviyesi x 3 + 2.Önem Seviyesi x 2 + 1.Önem Seviyesi x 1) şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 30'a öğretmenler için internet bankacılığını mahsurlarını önem sırasına göre sıraladığımızda, %13,08 oranında hatalı işlem yapma olasılığı, %12,95 oranında internet bankacılığında bilgilerime dışarıdan ulaşılabilmesi, %9,45 oranında internet bankacılığı işlemlerinin karmaşıklığı, %8,80 oranında verilen hizmetlerin yetersizliği, %8,41 oranında yapılan havale, eft vb. işlemlerin yerine ulaşmaması, %8,35 oranında beklentileri karşılamaması, %8,26 oranında kullanım zorluğu, %8,13 oranında banka şubesinden işlem yapma kolaylığı, %7,70 oranında internet bankacılığının sıkıcılığı, %7,46 oranında bilgisayarın ve internetin kullanım zorluğu, %7,35 oranında ise internet bankacılığına ihtiyaç duyulmaması algısı analiz edilmiştir.

Öğretmenlerin internet bankacılığı mahsurları konusunda “Hatalı işlem yapma olasılığı” ve “ İnternet bankacılığında bilgilerime dışarıdan ulaşılabilir” düşünceleri önemli rol oynamaktadır.

Tablo 31: İnternet Bankacılığının Güvenlik Yönünden Algıları (Öğretmenlerce Önem Sırasına Göre Değerlendirilmesi)

	Önem Seviyesi					Ağırlıklı		Önem Sırası
	1	2	3	4	5	Toplam Puan *	Dağılım Yüzdesi	
	(Kesinlikle)	(Katılmıyorum)	(Kararsızım)	(Katılıyorum)	(Tamamen Katılıyorum)			
Hırsızlık haberleri nedeniyle internet bankacılığına güvenilmemesi.	15	68	68	36	4	519	5,99	(11)
Güvenlik önlemlerinin yeterli görülmemesi.	20	73	55	37	6	509	5,88	(12)
İnternet kafe vb. yerlerde güvenlik nedeniyle işlem yapılmaması.	8	11	14	73	85	789	9,11	(1)
İşlemlerin güvenliğinden endişeli olunması.	12	82	49	43	5	520	6,00	(10)
İşlem sonucunda alınan dekonta güvenilmemesi.	31	111	28	21	0	421	4,86	(14)
Şifreleme sistemlerinin yeterli görülmemesi.	19	97	42	30	3	474	5,47	(13)
Güvenlik açısından tuzak programlara karşı sanal klavye kullanılması.	8	30	31	78	44	693	8,00	(4)
Şifreleme sistemlerine güvenilmesi.	9	21	60	86	15	650	7,51	(7)
Bankanın güvenlik için sunduğu hizmetler yeterli olması.	8	24	59	91	9	642	7,41	(8)
İnternette güvenli alışveriş için sanal kart kullanılması.	9	44	51	69	18	616	7,11	(9)
Bir banka şubesi gibi internet bankacılığına güvenilmesi.	8	12	46	105	20	690	7,97	(5)
İşlemlerin güvenliğinden endişe edilmemesi.	4	20	56	98	13	669	7,73	(6)
Güvenlik için anti virüs programı kullanılması.	2	23	23	92	51	740	8,55	(2)
İşlem sonucunda aldığım dekonta güvenilmesi.	4	10	38	112	27	721	8,33	(3)
TOPLAMLAR	157	626	620	971	300	8653	100	

Ağırlıklı Toplam Puan; (5.Önem Seviyesi x 5 + 4.Önem Seviyesi x 4 +3.Önem Seviyesi x 3 + 2.Önem Seviyesi x 2 + 1.Önem Seviyesi x 1) şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 31'e göre öğretmenlerin internet bankacılığını güvenlik yönünde algılamaları sonucunu önem sırasına göre sıralarsak, %9,11 oranında internet kafe vb. yerlerde güvenlik nedeniyle işlem yapılmaması, %8,55 oranında Güvenlik için anti virüs programı kullanılması, %8,33 oranında işlem sonucunda aldığım makbuza güvenilmesi, %8 oranında güvenlik açısından tuzak programlara karşı sanal klavye kullanılması, %7,97 oranında bir banka şubesi gibi internet bankacılığına güvenilmesi, %7,73 oranında, işlemlerin güvenliğinden endişe edilmemesi, %7,51 oranında şifreleme sistemlerine güvenilmesi, %7,41 oranında bankanın güvenlik için sunduğu hizmetler yeterli görülmesi, % 7,11 oranında internetten alışveriş güvenliği için sanal kart kullanılması, %6 oranında işlemlerin güvenliğinden endişeli olunması, %5,99 hırsızlık haberleri nedeniyle internet bankacılığına güvenilmemesi, %5,88 oranında güvenlik önlemlerini yeterli görülmemesi, %5,47 oranında şifreleme sistemlerini yeterli görülmemesi, %4,86 oranında işlem sonucunda aldığım dekonta güvenilmemesi düşüncesi analiz edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre “İnternet kafe vb. yerlerde güvenlik nedeniyle işlem yapmam” düşüncesi önemli rol oynarken “İşlem sonucunda aldığım dekonta güvenmem” düşüncesi çok düşük oranda rol oynamaktadır.

Tablo 32: İnternet Bankacılığı Banka Web Sayfalarında Önem Taşıyan Unsurlar (Öğretmenlerce Önem Derecesine Göre Değerlendirilmesi)

	Önem Seviyesi					Ağırlıklı		Önem Sırası
	1	2	3	4	5	Toplam Puan *	Dağılım Yüzdesi	
	(Çok Düşük)	(Düşük)	(Orta)	(Yüksek)	(Çok Yüksek)			
Zamandan tasarruf sağlaması	0	3	20	114	54	792	10,94 %	(1)
Etkin olarak kullanılması	1	3	33	107	47	769	10,63 %	(2)
Kullanım Kolaylığı	1	3	35	109	43	763	10,54 %	(3)
Açık ve anlaşılabilirliği	1	4	39	109	38	752	10,39 %	(4)
Ulaşım Kolaylığı	4	4	39	104	40	745	10,29 %	(5)
Hızlı Olması	3	3	45	103	37	741	10,24 %	(6)
Hizmet Kalitesi	4	2	47	106	32	733	10,13 %	(7)
Sadeliği	2	6	54	94	35	727	10,04 %	(8)
Çekiciliği	4	8	58	91	30	708	9,78 %	(9)
Problem Yaşanması	33	58	55	35	10	504	6,96 %	(10)
TOPLAMLAR	53	94	425	972	366	7234	100 %	

Ağırlıklı Toplam Puan; $(5 \cdot \text{Önem Seviyesi} \times 5 + 4 \cdot \text{Önem Seviyesi} \times 4 + 3 \cdot \text{Önem Seviyesi} \times 3 + 2 \cdot \text{Önem Seviyesi} \times 2 + 1 \cdot \text{Önem Seviyesi} \times 1)$ şeklinde hesaplanmıştır.

Tablo 32'e göre öğretmenlerin kullandıkların internet bankacılığının web sayfası hakkındaki özellikleri analiz sonuçları önem sırasına göre sıralarsak, %10,94 oranında zamandan tasarruf sağlaması, %10,63 oranında etkin olarak kullanılması, %10,54 oranında kullanım kolaylığının olması, %10,39 oranında açık ve anlaşılabilir olması, %10,29 oranında ulaşım kolaylığı, %10,24 oranında hızlı olması, %10,13 oranında hizmet kalitesi, % 10,04 oranında sadeliği, %9,78 oranında çekiciliği, %6,96 oranında problem yaşanması sonucu analiz edilmiştir.

Tablo 33: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığındaki Geleceğe İlişkin Algıları (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Evet	136	71,2
Hayır	55	28,8
Toplam	191	100,0

Tablo 33'e göre öğretmenlerden 136 öğretmen internet bankacılığının gelecekte şube bankacılığının yerini alacağını düşünmektedir. Geriye kalan 55 kişide bu düşünceye katılmayarak internet bankacılığının hiçbir zaman şube bankacılığının yerine geçemeyeceğini düşünmektedir.

Tablo 34: İnternet Bankacılığında Karşılaşılan Sorunların Çözümünde Öğretmenlerin Tercih Ettikleri Geri Dönüş Araçları (Yüzde Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
İnternet Yoluyla	103	53,9 %
Telefonla Aranarak	122	63,9 %
E-posta Yoluyla	110	57,6 %
Müşteri temsilcisi ile görüşerek	118	61,8 %
Sms Yoluyla	88	46,1 %

Tablo 34'e göre öğretmenlerin internet bankacılığında karşılaştıkları sorunların çözümü için % 53,9 oranında internet yoluyla, % 63,9 oranında telefonla aranarak, % 57,6 oranında e-posta yoluyla, % 61,8' i müşteri temsilcisi ile görüşerek ve % 46,1' i sms yoluyla iletişim kurmak istemektedir.

Tablo 35: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığı Hizmetlerine İlişkin Memnuniyet Oranları (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Hiç Memnun Değilim	2	1,0
Memnun Değilim	3	1,6
Hiçbir Fikrim Yok	6	3,1
Memnunum	148	77,5
Çok Memnunum	32	16,8
Toplam	191	100,0

Tablo 35'e göre internet bankacılığı hizmetlerinden faydalanmış olan öğretmenlerden % 16,8 oranında 32 kişi çok memnun kalmış ve % 77,5 oranında 148 öğretmende memnun kalmıştır. Altı öğretmen (% 3,1 oranında) internet bankacılığı hizmetlerinden memnuniyet konusunda hiçbir fikri yoktur. Geriye kalan beş kişiden 3 kişi memnun olmayıp diğer iki kişi ise internet bankacılığı hizmetlerinden hiç memnun kalmamıştır.

Tablo 36: Öğretmenlerin Çalıştığı Kurumların Anlaşma Yaptığı Bankalara Yönelik Memnuniyet Düzeyleri (Yüzde-Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Hiç Memnun Değilim	21	11,0
Memnun Değilim	38	19,9
Hiçbir Fikrim Yok	8	4,2
Memnunum	112	58,6
Çok Memnunum	12	6,3
Toplam	191	100,0

Tablo 36'a öğretmenlerin çalıştıkları kurumların anlaşma yapmış oldukları bankalardan 12 kişi çok memnun, 112 kişi ise memnun kalmıştır. Geriye kalan 67 kişiden sekiz kişinin hiçbir fikri olmayıp, 38 kişi memnun olmayıp diğer 21 kişi ise hiç memnun değildir.

Tablo 37: Öğretmenlerin İnternet Bankacılığını Tavsiye Etme Düzeyleri (Yüzde Frekans Dağılımı)

	Frekans f	Yüzde %
Kesinlikle Tavsiye Ederim	82	42,9
Tavsiye Ederim	99	51,8
Hiçbir Fikrim Yok	7	3,7
Tavsiye Etmem	2	1,0
Kesinlikle Tavsiye Etmem	1	0,5
Toplam	191	100,0

Tablo 37'e göre internet bankacılığı hizmetlerinden faydalanan öğretmenler arasında % 95 oranında 181 kişi internet bankacılığını tavsiye ederken, % 1,5 oranında 3 kişi ise internet bankacılığını tavsiye etmemektedir.

4.6.2. Araştırma Hipotezlerinin Testi

İnternet bankacılığının kullanımı ile demografik faktörler ve internet bankacılığı hakkında bilgi sahibi olma arasında ilişki olup olmadığını belirlemeye yönelik yedi adet hipotez geliştirilmiştir. Söz konusu hipotezler ki kare analizi kullanılarak test edilmiştir. Aşağıda araştırmanın hipotezleri ve analiz sonuçları sırasıyla açıklanmaktadır.

H1 =Cinsiyet ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

		Cinsiyet		Toplam
		Kadın	Erkek	
İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Faydalanıyor Musunuz?	Evet	71	120	191
	Hayır	104	87	191
Toplam		175	207	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,001 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir ($0,001 < 0,05$) Bu sebepten dolayı H1 hipotezi kabul edilmektedir. Erkek öğretmenlerin bayan öğretmenlere göre internet bankacılığını kullanımı konusunda daha fazla eğilimli oldukları görülmektedir.

H2 = Eğitim durumu ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

		Eğitim		Toplam
		Lisans	Yüksek Lisans	
İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Faydalaniyor Musunuz?	Evet	174	17	191
	Hayır	173	18	191
Toplam		347	35	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,859 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir ($0,859 > 0,05$) Bu sebepten dolayı H2 hipotezi reddedilmektedir.

H3= Medeni durum ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

		Medeni Hali		Toplam
		Bekâr	Evli	
İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Faydalaniyor Musunuz?	Evet	38	153	191
	Hayır	27	164	191
Toplam		65	317	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,134 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir ($0,134 > 0.05$) Bu sebepten dolayı H3 hipotezi reddedilmektedir.

H4= Yaş grupları ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

		Yaş					Toplam
		22-29	30-39	40-49	50-59	60 ve Üstü	
İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Faydalanıyor Musunuz?	Evet	24	102	45	20	0	191
	Hayır	21	41	79	47	3	191
Toplam		45	143	124	67	3	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile yaş grupları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,000 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir ($0,00 < 0.05$) Bu sebepten dolayı H4 hipotezi kabul edilmektedir. 30-39 yaş grubundaki öğretmenlerin internet bankacılığı kullanımına ilişkin eğilimleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir.

H5= Branşlar ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile arasında ilişki vardır.

Branşlar	Bankacılıktan Yararlanma		Toplam
	Evet	Hayır	
Sınıf Öğretmeni	57	95	152
Türkçe Öğretmeni	15	18	33
Sosyal Bilgiler Öğretmeni	10	9	19
Bilişim Teknolojileri Öğretmeni	5	1	6
Matematik Öğretmeni	18	11	29
Fen ve Teknoloji Öğretmeni	9	10	19
Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Öğretmeni	0	7	7
İngilizce Öğretmeni	23	9	32
Teknoloji ve Tasarım Öğretmeni	2	2	4
Okul Öncesi Öğretmeni	9	4	13
Fizik Öğretmeni	4	2	6
Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Öğretmeni	1	2	3
Tarih Öğretmeni	4	4	8
Beden Eğitimi Öğretmeni	11	4	15
Müzik Öğretmeni	7	3	10
Görsel Sanatlar Öğretmeni	1	5	6
Zihinsel Engelliler Öğretmeni	2	0	2
Felsefe Öğretmeni	3	3	6
Kimya Öğretmeni	2	2	4
Rehberlik Öğretmeni	6	0	6
Bilgisayar Öğretmeni	2	0	2
Toplam	191	191	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile branşlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,000 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir ($0,00 < 0,05$) Bu sebepten dolayı H5 hipotezi kabul edilmektedir.

H6=Meslek yılı ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile arasında ilişki vardır.

		Meslek Yılı					Toplam
		0-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16-20 Yıl	21 ve Üstü Yıl	
İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Faydalaniyor Musunuz?	Evet	21	52	49	27	42	191
	Hayır	17	22	21	29	102	191
Toplam		38	74	70	56	144	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile meslek yılı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,000 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olduğunu göstermektedir ($0,00 < 0,05$) Bu sebepten dolayı H6 hipotezi kabul edilmektedir. 21 yıl ve daha fazla süre hizmet vermiş öğretmenlerin internet bankacılığı kullanma eğilimleri diğer hizmet yılı gruplarına göre daha düşüktür.

H7= Okul türü ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

		Okul		Toplam
		Kamu	Özel	
İnternet Bankacılığı Hizmetlerinden Faydalanıyor Musunuz?	Evet	177	14	191
	Hayır	183	8	191
Toplam		360	22	382

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile okul türü arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığının belirlenmesine yönelik yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için kritik değer [Asymp.Sig(2-sided)] 0,188 olarak karşımıza çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir farkın olmadığını göstermektedir (0,188>0.05) Bu sebepten dolayı H7 hipotezi reddedilmektedir.

4.6.3. Araştırma Hipotezi Kabul/Red Tablosu

Araştırma Hipotezleri	Ki Kare Değeri (p)	Kabul/Red
H1:Cinsiyet ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.	0,001	Kabul
H2:Eğitim durumu ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.	0,859	Red
H:3Medeni durum ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.	0,134	Red
H:4 Yaş grupları ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.	0,000	Kabul
H:5 Branşlar ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile arasında ilişki vardır.	0,000	Kabul
H:6Meslek yılı ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile arasında ilişki vardır.	0,000	Kabul
H:7Okul türü ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.	0,188	Red

SONUÇ VE ÖNERİLER

Uzayan banka kuyrukları ve vaktini bu kuyruklarda harcamak istemeyen öğretmenler, gizlilik ve mahremiyet gereksinimi, internet kullanımının yaygınlaşması yanında maliyet düşürme çabaları klasik bankacılığa alternatif olarak internet bankacılığını kullanılması önem arz etmiştir. Aydın ili merkezinde görev yapan öğretmenlerin internet bankacılığına ilişkin eğilimleri üzerine yapılan mevcut araştırmada, bilgisayar teknolojileri ve internet alanında yaşanan gelişmelere paralel olarak önemi daha da artan elektronik bankacılık kanallarından biri olan internet bankacılığının benimsenmesi ve kullanımı konu edilmiştir. Bu çalışmamızda ayrıca öğretmenlerin internet bankacılığı kullanımı ile cinsiyet, yaş ve meslek yılı arasındaki ilişki durumu irdelenmiştir.

Araştırmaya 416 öğretmen katılmış olup, bunlarında %99,5'i okulunda internet erişiminin olduğunu bildirmiştir. Araştırmada kullanılan ankete katılan toplam 416 öğretmenden 382 kişi, %92 gibi yüksek bir oranla interneti kullanmayı biliyor. İnterneti kullanmayı bilmeyenlerin %58'i ise eğer interneti kullanmayı bilselerdi internet bankacılığını kullanacaklarını bildirmişlerdir. Ankete katılıp bilgisayar ve internet kullanmayı bilen öğretmenlerin tam olarak yarısı internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanmakta iken diğer yarısı ise çeşitli nedenlerle faydalanmamaktadır. Öğretmenlerin %36'sının internet bankacılığı hakkında yeterli bilgi sahibi olmadığı görülmüş ve araştırma sonuçlarına göre internet bankacılığı konusunda öğretmenler çok büyük çoğunlukla banka tarafından bilgilendirilmek istemektedirler.

Öğretmenlerin sadece %6'sı internet bankacılığı hizmetlerinden her gün faydalanırken, %39'u haftada birkaç kez ve %33' lük kısmı ise ayda bir kez internet bankacılığında faydalanmaktadır. Öğretmenlerin internet bankacılığı aracılığıyla yaptıkları işlemler yoğunluğuna göre sırasıyla hesap hareketleri izleme işlemi, para aktarma işlemi, kredi kartı işlemleri, fatura ve çeşitli ödeme işlemleri olmaktadır.

İnternet bankacılığında yararlanma nedenlerinin dağılımına bakıldığında "Banka işlemlerini daha kısa sürede yapabilmek (%88 oranında) " ve "Günün her

saatinde işlem yapabilmek” (%86,4 oranında) internet bankacılığının kullanım sebebi dağılımında büyük ölçüde yer kaplamaktadır. Banka şubelerinde kuyrukta beklemekten hoşlanmayan %83 oranında öğretmen bulunmakta ve teknolojinin getirdiği yenilikten yararlanmayı isteyen %53 oranında öğretmen vardır. Ankete katılan öğretmenlerde %38’i internet üzerinden alışveriş yapmak için internet bankacılığını kullanmakta iken banka şubelerinde işlem yaparken görevli personelden memnun kalmayıp internet bankacılığı hizmetini kullanan %13 oranında öğretmen vardır. İnternet bankacılığının getirdiği yenilikleri ve gün geçtikçe yenilenen özelliklerini merak ederek internet bankacılığından faydalanan öğretmenlerin sayısı ve faydalanma sebepleri ise sürekli artmaktadır.

Ankete katılan öğretmenlerin internet bankacılığı mahsurları konusunda “Hatalı işlem yapma olasılığı” ve “ İnternet bankacılığında bilgilerime dışarıdan ulaşılabilir” düşünceleri önemli rol oynamakta iken işlemlerin karmaşık olması ve verilen hizmetlerin yetersiz olması da diğer etkenlerdir.

Ankete katılan öğretmenlere göre internet bankacılığının en büyük avantajları kullanıcıya zaman kazandırması, düşük maliyetli olması, detaylı rapor ve bilgi alınabilmesidir. Öğretmenlerin internet bankacılığına güvenmeme sebepleri ise sırasıyla hırsızlık haberleri, güvenlik önlemlerinin yetersizliği, alınan dekontun internet ortamında olması ve şifreleme sistemlerinin yetersiz bulunması olmuştur ve görüldüğü gibi nedenlerin neredeyse bütün hepsi internet bankacılığının güvenliğiyle ilgili sorunlardır. Ankete katılan öğretmenler internet bankacılığında karşılaşılan sorunların çözümü için %64 oranında telefonla, %58 oranında e-mail yoluyla ve %46 SMS yoluyla ilgililerle iletişim kurmak istemektedir.

Bilgisayar ve internetin henüz yeni sayılabilecek kavramlar olduğu günümüzde, yeni nesil için önemli bir sorun olmasa bile, özellikle 40 ve üstü yaş grubundaki kitlenin, bilgisayar ve internete karşı daha mesafeli ve kaygılı olduğu gözlenmiştir. İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile yaş gruplarıyla arasında ilişki vardır tezi anket sonuçlarıyla ortaya konmuştur. Yine yaşta olduğu gibi internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile meslek yılı arasında ilişki vardır. 15 ve üstü senedir

meslekte olan öğretmenlerin internet bankacılığı kullanım oranları büyük düşüş göstermektedir. Bunun başlıca sebebi, bilgisayarın karmaşık ve öğrenilmesi zor bir elektronik sistem olarak algılanması ve güven sorunudur. Bu kaygının altında yatan nedenlerini araştırmaya yönelik yeni akademik araştırmaların yapılması önem kazanmaktadır.

Ayrıca 40 yaş üstü yaş öğretmen grubuna Milli Eğitim Bakanlığı tarafından uygulamalı hizmet içi eğitim semineri düzenlenerek bilgisayar ve internete kullanımı konusunda eğitim verilmesi önerilmektedir. İnternet bankacılığı güvenliği konusunda söz konusu yaş grubunda bulunan öğretmenlere bankalar tarafından konferanslar verilmesi önerilerimiz arasında yer almaktadır.

Bununla birlikte araştırma sonuçlarına göre internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile cinsiyet arasında ilişki olduğu da ortaya çıkmıştır. Çünkü erkek öğretmenlerin %58'i internet bankacılığını kullanırken, bayan öğretmenlerin ise sadece %40'ı bu hizmetten faydalanıyor. Bu konuda bayan öğretmenlerin internet bankacılığını daha etkin kullanılabilmeleri için bankalar tarafından teşvik edici çalışmalar yapılabilir. Ayrıca bayan öğretmenlerin erkek öğretmenlere nazaran daha düşük eğilimli olmasının sebeplerini belirlemeye yönelik akademik araştırmaların yapılması önemlidir.

Son olarak internet bankacılığı hizmetlerinden faydalanmış olan öğretmenlerin %94 gibi yüksek bir oranı internet bankacılığı hizmetlerinden memnun kalmış olup buna ilaveten, %95 oranında öğretmen internet bankacılığını tavsiye etmektedir. Sonuç olarak, öğretmenlerin internet bankacılığına karşın bakış açıları gayet olumlu olup güvenlik ve bilgi eksikliğine dayalı hata yapmak gibi bazı çekincelerinin çözümüyle birlikte çağımızın en önemli teknolojik gelişmesi olan bilgisayar ve internet teknolojisini hayatlarının her alanında olduğu gibi finansal işlemlerinde de kullanma eğilimlerinin yüksek olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Akgüç, Ö.(1989), Yüz Soruda Türkiye’de Bankacılık, Gerçek Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul.
- Aktan, Bora A., Alaattin (Ekim 2004), “ İş Hayatında İnternet Kullanımı ”,Standart (Ekonomik ve Teknik Dergi), Sayı:490.
- Aksoy, T. (2000) , Elektronik Ticaret, Sistem Yayınları, Ankara.
- Al-Sabbagh, I. & Molla, A. (2004), Adoption and use of Internet banking in the Sultanate of Oman: An exploratory study. Journal of Internet Banking and Commerce, July 9 (2), pp 1-12.
- Artun, T. (1983), “İşlevi Gelişimi ve Sorunlarıyla Türkiye’de Bankacılık”, Tekin Yayınevi, İstanbul.
- Atılğan, K.Ö. (2006), Internet Banking Adoption in Turkey An Empirical Analysis on Attitudes of Customers, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Anabilim Dalı İngilizce İşletme Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi. S.2.
- Ayyıldız, O. (2009), İnternet bankacılığı. (<http://www.esinerji.org.>) Erişim Tarihi: Ağustos,2013.
- Activeline Araştırma (2000), “İnternet Çağında Değişen Bankacılık”.
- Bankacılıkta Yapısal Gelişmeler, BDDK Yayınları, Sayı 3, Aralık 2008.
- Baraghani, S.N. (2007), Factors Influencing the adaoption of Internet Banking. Master’s Thesis. Tarbiat University.Faculty of Engineering. Department of Industrial Engineering.
- Bankacılık Sektöründe İnternet,t.y.,(Çevrimiçi), (<http://www.kutuphanem.com>), Eylül 2006,s.2, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- BDDK Finansal Piyasalar Raporu, Sayı:14, Haziran 2009, sayfa 19.
- Biçkes M. (2000) , “Elektronik Ticaret”, Pazarlama Dünyası Y.14 S.2 İstanbul.

- Broderick, A.J. ve Vachirapornpuk, S. (2008), İnternet Bankacılığında Hizmet Kalitesi: Müşteri Rolünün Önemi. C.U. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 9, Sayı 1., ss.131- 147.
- Büyükdemir, B. (1997), “İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler”, Bankacılar Dergisi, S.22 C. 45 İstanbul, ss.12.
- Canbek, G., Sağıroğlu, Ş. (2007), “Causus Yazılımlar: Bulaşma Yöntemleri ve Önlemler” Ankara.
- Capital Dergisi, No:22,1997.
- Chou, D.C. ve Chou, A.Y. (2000), “A Guide to the Internet Revolution in Banking”, Information System Management, 17(2), pp.51-57.
- Cömert, Yavuz E., Ali M.(2003), “Bankacılıkta İnternet Kullanımı”, Pazarlama Dünyası, Yıl:17,Sayı:3.
- Çatı, K., Öncü, M.A., Koçoğlu, C.M. (2008), Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığını Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma.. Cilt:II. İstanbul, Türkiye.
- Çeker, M. (2007), İnternet bankacılığı işlemlerindeki usulsüzlüklerden bankaların sorumluluğu, Hukuk Kitabı, Vedat Kitapçılık, İstanbul.
- Çelik, H. (2008), What determines Turkish customers’ acceptance of internet banking? . International Journal of Bank Marketing, Volç 26, No: 5. Emerald Group Publishing.
- Daniel, E. Ve Storey, C. (1999), On-line Banking: Strategic and Management Challenges. Long Range Planning, Vol. 30, No. 6, pp. 890-898.
- Dolanbay, C. (2000) ,Yeni ekonomide başarının anahtarı e-ticaret-strateji ve yöntemler, Pusula Reklamevi,ss. 43.
- Doğan, H. (2001), Karşı Etkileşimli Pazarlama, Fakülte Kitabevi, Isparta, ss. 18-19.
- Ekberg, P.,Li, S., Morina, G. (2007), Online banking access system Principles behind choices and further development, seen from a managerial perspective. Jönköping University.

- Erdem A. ve Efiloğlu Ö. (2002) , “Bilgi Çağında Elektronik Ticaret”, 8. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul, ss. 30-48.
- F. Altınışık, (2000),“Şimdi On-Line Bankacılık Moda”, Bankacılık Dergisi: Dünya Dosyaları, ss. 10-12.
- Felsefe Topluluğu Gazi Üniversitesi (2008), Trojan, Key-Logger, Screen-Logger, www.felsefegrubu.gazi.edu.tr/swfforum/index.php?topic=497.new.
- Flavia, C. Guinalı, M. ve Torres, E. (2005), The influence of corporate image on consumer trust A comparative analysis in traditional versus internet banking, International Research. Emerald. pp. 447-470.
- Gan, C. and Cledes, M. (2006), A logit analysis of electronic banking in New Zealand. International Journal of Bank Marketing, 24 (6), pp.360-383.
- Gerald,P., Cunningham, J.B.ve Devlin, J.F.(2006), Journal of Services Marketing 20/3. pp. 160-168. Emerald Group Publishing Limited.
- Giannakoudi, S. (1999), Internet banking: the digital voyage of banking and money in cyberspace. Information and Communications Technology Law, 8 (3), pp. 205-243.
- Gül, O. (2003), “İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri”, İstanbul.
- Gürel E. (2000), “İnternet ve Pazarlama”, Pazarlama Dünyası, Y.12 S.72 İstanbul, S. 40.
- Hernando, I. and Nieto, M. J. (2007), Is the Internet delivery channel changing banks’ performance? The case of Spanish banks. Journal of Banking and Finance, 31, pp. 1083- 1099.
- Karabalut, H.D. (2006) , “Türkiye’nin Tanıtımı ve İnternet” Ankara.
- Kara, M. (2000), “Yükselen Değer:Online Bankacılık”, Activeline, S.13 C. 34. İstanbul.
- Keskin, E. ve İnan A. (Kasım 2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262
- Khan, S. (2007), Adoption Issues of Internet Banking in Pakistani’ Banks, Masters Thesis, 009.

- Kılıç, M. (2007), <http://www.turk.internet.com/haber/yazigoster.htm>., Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- Kıvanç, S. (1999), Türk Bankacılık Sistemi, Harp Akademileri Basım Evi.
- Kırçova, İ. (1999) , İnternette Pazarlama, Beta Yayınları, İstanbul.
- Kocaoğlu, S.(Ekim 2008) ,Türkiye’de İnternet Bankacılığı
- Kristenson, Y., Luong,Q.V.E. (2008), Money Transfer Service, Customer Relationship Management, Customer Relationship Communication, Diaspora, Service Management, Remittance. Master thesis.Jönköping International Business School, Jönköping University.
- Kurtuldu, H.S., Karataş, M.(2005), İnternet Bankacılığında Müşteri Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 33: ss. 29-44.
- Laukkanen, P., Sinkkonen,S. Laukkanen,T. (2008), Consumer resistance to internet banking: postponers, opponents and rejectors International Journal of Bank Marketing. Vol:26, Issue: 6 pp. 440-455.
- Lee, E.J., Kwov, K.N.ve Schuman, D.W. (2005), Segmenting the non-adopter category in the diffusion of internet banking, International Journal of Bank Marketing Vol. 23 No. 5, 2005 pp. 414-437 Emerald Group Publishing Limited.
- Leverin, A. Ve Liljander V. (2006), Does relationship marketing improve customer relationship satisfaction and loyalty?”, Introduction Journal of Bank Marketing, Vol.24 No.4, pp. 232-251.
- Llewelly, D. (1997), Banking in the 21 st Century: The Transformation of an Industry. Research Paper. Loughborough University Banking Centre.
- Linne, T. (2008), Digital Money, Money and Social Life. Media-Tryck, Sociologiska institutionen, Lunds universitet.
- Memiş, T. (2007), Elektronik Bankacılıkta Bankanın Yükümlülük Sorumlulukları, <http://www.hukukcu.com/modules/smartsection/print.php?itemid=116>.

- Mensah, E.A., Marfo, G. (2009), E-business Adoption in the Banking Industry in Ghana. Lulea University of Technology. Master Thesis, Department of Business Administration and Social Sciences. ISSN. 1653-0187.
- Mesco, M.H., Bovee, C.,L. Ve Thill, J.V.(2002), Business Today. 10 th Edition., Prentice Hill, New Jersey.
- Mckechnie, Sally. (1992), “Consumer Buyer Behavior in Financial Services: An Overview”, International Journal of Bank Marketing, 10(5).
- Mirza, A.P., Beheshti, M.T.H., Wallström, A. (2009), Comparison of Internet banking services in two different banking sectors: An empirical investigation in Iran. Journal of Applied Sciences. ISSN 1812-5654.
- Mols, N.P. (2000), The internet and services marketing- the case of Danish retail banking. Internet research: Electronic Networking Applications and Policy, Vol. 10. Number 1, pp.7-18.
- Nath, R., Schrick, P., Parzinger, M. (2001), Bankers’ Perspectives on Internet Banking. E-Service Journal. Indiana University Press.
- Nasır, A., Deniz, E.U., Çetin, A., & Özgen, Ö. (2008), “The Content Analysis of Turkish Banks’ Web Sites for CRM Related Applications”. Yönetim: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi, Yıl: 19 Sayı: 59, Şubat, pp. 18-26.
- Nelson, P. and Richmond, W. (2007), Internet banking: gold mine or money pit?. Academy of Banking Studies Journal, 6 (1), pp. 1-25.
- Nilson, L. , Kaewumpai, H. (2005), What can Internet banking in Sweden contribute to Internet banking in Thailand? -An example of Nordea and Thai commercial banks- Mälardalen University School of Business ZAY01 Mälardalen International Master Academy International Marketing .
- Ortuñç, Y. (2003), Türk Bankacılık Sektöründe Elektronik Bankacılık ve Sayısal Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öçer, A. (2000), Türkiye İnternet, Alfa Yayınları, İstanbul.

- Önder, S.(1999), İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımının Bankacılık Sektöründeki Uygulaması, İstanbul.
- Özkapıcı, H. (2000), "Şube Ötesi Bankacılık Zamanı",Activeline Aylık Bankacılık Dergisi.
- Özcan, Z.Ö.(2007), Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özmen Ş.(2006), Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu E-ticaret Elektronik Ticaret, 2.bs, İstanbul: İst. Bilgi Üniv. Yay.
- Özcan, Z.Ö. (2007), Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi. Sakarya.
- Para dergisi, 3-9 Mart 2013, S:50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing 49, 4 , pp. 41– 50.
- Parasız, İ. (2000), Modern Bankacılık Teori ve Uygulama, ss. 5-6.
- Percentage of Individuals using the Internet 2000-2011, International Telecommunication Union.
http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_number_of_Internet_users
- Pezzullo, M. (1989), Marketing for Bankers. American Association. Washington, D.C., USA. 263.
- Population estimates obtained from International Data Base, U.S. Census Bureau, accessed on 19August2012.
- Pınar, İ. Dönmez, D. (2007), Employees’ Perceptions of Electronic Banking Implications A Study in Five Big Garanti Bank Branches in İstanbul. Yönetim, Yıl: 18, Sayı: 56, Şubat, ss. 24-30.
- Raman, M. (2008), Information Technology in Malaysia: E-service quality and Uptake of Internet banking Journal of Internet Banking and Commerce, August 2008, vol. 13, no.2

- Reid, M. (2008), Integrating Trust and Computer Self-Efficacy with TAM: An Empirical Assessment of Customers' Acceptance of Banking Information Systems (BIS) in Jamaica, *Journal of Internet Banking and Commerce* , December 2008, vol. 12, no. 3.
- Sabah Gazetesi İnternet Sitesi [http://www.sabah.com.tr/ Teknoloji /Haber/ 2012/09/24/ iste-internet-haritasi](http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/09/24/iste-internet-haritasi) Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- Sarel, D. ve Marmorstein, H. (2003), Marketing online banking services: The voice of the customer. *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 8 No. 2, pp. 106-118.
- Sathye, M. (1999), Adoption of Internet banking by Austalian consumers: an empirical investigation. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No. 7, pp.324-334.
- Samphanwattanachai, B. (2007), Internet Banking Adoption in Thailand: A Delphi Study. Department of Marketing, School of Management Assumption University, Suvarnabhumi.
- Şenkalp, C. (2003), Banka Nedir? <http://www.gauvision.org/vision/issue3/cemile.html>, 20.04.2003, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- Sha, P. Zhao, Y. (2005), Relationship between online service quality and customer satisfaction. Master's Thesis A Study in Interner Banking. Lulea University of Technology.
- Shariq, S. (2006), Internet Banking in Pakistan. Master's Thesis.. Leulea University of Technology. Department of Business Administration and Social Sciences. 2006:062- ISSN:1402-1552-ISRNL:LTU-DUPP-06/062-SE.
- Singh, N.P. (2007), "Online Frauds in Banks with Phishing", *Journal of İnternet Banking & Commerce*, vol.12,Issue 2, August.
- Sümer, F. (1999) , Bankacılık Sektöründe Yeni Hizmet Kanallarının Banka Organizasyonları Üzerindeki Etkisi, İstanbul.
- Tan, M. and Teo, T.S.H. (2000), "Factors influencing the adoption of internet banking", *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 1 No. 5.

- Taylor W. Bernard; Russel R. Roberta, (2003), Operations Management, Fourth Edition, Prentice Hall Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Tekeli, M. (2013) , Computer Technology in International Relations, Missouri State University.
- Toraman, C. (2002), “Bankacılık Sektöründe internetin Yeri ve Türk Bankacılık Sistemi Uygulaması”,Kamu is Hukuku ve İktisat Dergisi, Cilt 6 Sayı:3.
- Trethowan, Ji ve Scullion, G. (1997), Strategic responses to change in retail banking in the UK and the Irish Republic, International Journal of Bank Marketing, Vol 15, No. 2, pp.60-8.
- Tuncer, T. (2009), Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımı Araştırması 26.06.2009. (Tuncay Tuncer’in kişisel web sayfası).
- Topkoç Tayfun, Bankacılık Sektöründe Güvenlik İşlemleri, Ezgi 136 Yayınları, Bursa, 2002.
- Tunay, B. ve Silpar, M. (2006), Türk Ticari Bankacılık Sektöründe Karlılığa Dayalı Performans Analizi-I.
- Tunç E. (2001), İnternet Güvenliği, Sistem Yayınları, İstanbul.
- Türkiye Bankalar Birliği (2008) İnternet Bankacılığı ve Güvenlik, <http://www.tbb.org.tr/turkce/guvenlik/internet%20bankaciligi%20ve%20guvenlik.html>., Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- Umur, K. (2006), Bankaların İnternet Bankacılığını Kullanan Müşterilerinin Tutumlarına İlişkin Değerlendirmeleri Ve Bir Uygulama, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uzkesici, N. (1994), Modern Banka Yönetimi ve Organizasyonu, Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No:784 Eskişehir.
- Ural, T. Korkmaz, E.V. (2007), İnternetle Bankacılıkta Tüketici Güveninin Kullanıma Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Antakya Örneği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2007,7(28), ss. 135-150.
- Usta, R. (2005), Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma Doğu Üniversitesi Dergisi, 6 (2) ss. 279-290.

- Vrechopoulous, A. Ve Atherinos, (2009), Web banking layout effects on consumer behavioural intentions. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 27, No: 7, pp. 524-546.
- Walker ve Johnson. (2006), Towards understanding attitudes of consumers who use internet banking services. *Journal of Financial Services Marketing*. Vol. 10, 1. pp.84- 94. Henry Stewart Publications. pp. 84-94.
- Yaylı, A. (2000), “Dogrudan Pazarlama Aracı Olarak İnternet” Pazarlama Dünyası, Y.14 S.2 İstanbul.
- Yücesoy, C. (1977), Bankacılık ve Muhasebe, Çağlayan Kitabevi, İstanbul, s.15.
- Zavareh, J.T. (2007), The Role of Analytical CRM in Maximizing Customer Profitability in Private Banking. Ulea University of Technology D Master Thesis.
- Zhu, F (2009), Smart Card Based Solutions for Secure Internet Banking with a primitive reader or mobile phone. Bachelor Thesis.
- 2004 Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir Pc İçin, CHiP, sayı.2004/04, Nisan 2004, pp.44-61.
- <http://www.haber3.com.>, 12.06.2012, Erişim Tarihi: Eylül,2013.
- <http://www.chip.com.tr> ,Okur Blog ,hakan uzuner çözümpark (12 Nisan 2008) Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- <http://www.biraz.gen.tr>.Bankacılık 3 Ağu 2012, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- <http://e-gazete.anadolu.edu.tr/ayrinti.php?no=800&h=ekonomileri/08.11.2007>, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- <http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2011/09/19/avrupanin-10-kati-hizli-buyuduk> Erişim Tarihi: Temmuz, 2013.
- <http://www.javacoolsoftware.com/eulalyzer.html>., Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.
- <http://www.activefinans.com/activeline/sayi6.html>.08.02.2007., Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

<http://www.intel.com/content/www/us/en/technology-in-education/women-in-the-web.html>, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

<http://www.canipzilan.com/turkiye-ve-dunyada-internet-kullanimi.html>, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

http://www.chip.com.tr/makale/internet-bankaciligi-guvenli-internet-bankaciliginin-puf-noktalari_6784_4.html, Erişim Tarihi: Ağustos, 2013.

<http://eticaretmag.com/turkiye-internet-kullanici-sayisi-26-6-milyon-iab-turkiye-subat-2013/> Eticaretmag. 19 Nisan 2013. Erişim Tarihi: Eylöl, 2013.

<http://www.bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/145707-turkiye-nufusunun-yarisi-internete-erisemiyor>., Erişim Tarihi: Ağustos, 2013

EKLER

EK 1: Anket Formu

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
ANKET FORMU

Değerli Katılımcı;

Doldurmanızı istediğimiz anket, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans yapmakta olan Şükrü Uzundağ'ın yaptığı "İnternet Bankacılığı" konulu tezinin bir parçasıdır.

Katılımınız anketimiz için çok önemli ve cevaplarınız bizim için çok değerlidir. Anketimizi doldurmak kısa bir sürenizi alacaktır. Yapmanız gereken sizi en iyi yansıtan şıkki işaretlemektir. İlginiz ve katkılarınız için teşekkür ederim. Saygılarımla...

Lütfen işaretlemeyi (x) işareti ile yapınız.

1. Cinsiyetiniz Nedir? () Kadın () Erkek

2. Yaşınız Nedir?

() 22-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () 60 ve üstü

3. Eğitim Durumunuz Nedir?

() Lisans () Yüksek Lisans () Doktora

4. Medeni Durumunuz Nedir? () Bekâr () Evli

5. Çalıştığınız Okul ? () Kamu () Özel

6. Aylık Geliriniz Nedir?

() 0-1000 TL arası () 1001-2000 TL arası () 2001-3000 TL arası

() 3001-4000 TL arası () 4001 TL ve üzeri

7. Mesleğinizde Kaçınıcı yıldasınız?

0-5 6-10 11-15 16-20 21 ve üstü

8. Aydın'da kaç yıldır görev yapmaktasınız?

0-2 3-5 6-8 8-10 10 ve üstü

9. Branşınızı Yazınız :

10. İnternet kullanmayı biliyor musunuz? Evet Hayır

(Eğer 10.soruya hayır cevabı verdiyseniz 11.soruya da cevaplayarak anketi doldurmayı bırakabilirsiniz. Evet cevabını verdiyseniz eğer 12.sorudan devam ediniz teşekkür ederiz.)

11. İnternet kullanabilseydiniz eğer bankacılık işlemlerini internette yapmayı tercih eder miydiniz?

Evet Hayır Hiçbir fikrim yok

12. İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanıyor musunuz?

Evet Hayır Hiçbir Fikrim yok

(Eğer 12.soruya cevabınız hayır ise 13.,14.,15.,soruları cevaplayarak anketi doldurmayı bırakabilirsiniz.Evet cevabı verdiyseniz 15.sorudan devam ediniz. Teşekkür ederiz.)

13. İnternet bankacılığı hizmetleri hakkında bilginiz var mı?

Evet Hayır

14. İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanmama nedenleriniz nelerdir?
(1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)

- a) Banka şubelerini kullanmaktan memnunum
- b) ATM'yi kullanıyorum
- c) Telefon bankacılığını kullanıyorum
- d) İnternet bankacılığına güvenmiyorum
- e) İnternet bankacılığını nasıl kullanılacağını bilmiyorum
- f) Yüz yüze işlem yapmayı tercih ediyorum
- g) İnternet bankacılığı kullanırken yanlış işlem yapmaktan korkuyorum.
- h) İnternet bankacılığının faydalarını bilmiyorum
- i) Değişime karşı önyargılıyım
- i) Banka işlemleri sonucunda makbuz veya resmi bir belge almak istiyorum
- j) Diğer(belirtiniz)

15. Çalıştığınız okulda internet erişimi var mı? Evet Hayır

16. İnternet bankacılığı kullanımı konusunda hangi araç ya da araçlar tarafından bilgilendirilmek istersiniz? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)

- a) Banka tarafından
- b) Bankanın müşteri temsilcisi tarafından
- c) Konferans, seminer vb. düzenleyerek
- d) Görsel medya tarafından
- e) Kitap, dergi, broşür vb. hazırlanarak
- f) Diğer(belirtiniz)

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

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

18. Kaç yıldır internet bankacılığında yararlanıyorsunuz?

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

19. Hangi sıklıkla internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanıyorsunuz?

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

20. İnternet Bankacılığında hangi işlemleri yapmaktasınız? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)

- a) Kredi kartı işlemleri(Bilgi sorma, Başvuru, Borç Ödeme)
- b) Fatura Ödeme ve çeşitli ödeme işlemleri(Trafik Cezaları, Üniversite)
- c) Hesap Hareketlerini izleme
- d) Hizmet ve ürünler hakkında bilgi alma
- e) Vergi Ödeme işlemleri
- f) OGS ve HGS işlemleri
- g) Yatırım işlemleri(Döviz, Altın)
- h) GSM TL yükleme işlemleri
- ı) Para aktarma (Havale, EFT, Döviz işlemleri)
- i) Vadeli/Vadesiz Kredi işlemleri(Ek Hesap Talebi, Kredi Bilgileri, Tüketici Kredisi)
- j) Sanal kart kullanarak alışveriş işlemleri
- k) Şans Oyunları için
- l) Bireysel Emeklilik
- m) Sigorta(Birikim sigortası, Zorunlu Deprem Sigortası)

21. İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma nedenleriniz nelerdir? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)

- a) () Günün her saatinde banka işlemleri yapabilmek
b) () Banka işlemlerini daha kısa sürede yapabilmek
c) () Şubedeki personelden memnun olmamak
d) () İşlem Maliyetinin daha uygun olması
e) () Banka Şubelerinde kuyrukta beklemekten hoşlanmamak
f) () Teknolojinin getirdiği yenilikten yararlanmayı istemek
g) () İnternet üzerinden alışveriş yapmak için
h) () Merak
ı) () Diğer(Belirtiniz)

	İnternet Bankacılığı;	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	Çalışan insanlar için gereklidir.					
2	24 saat işlem yapılabilmektedir.					
3	Kullanıcıya zaman kazandırmaktadır.					
4	Daha düşük maliyetlidir. (EFT, havale vb)					
5	Kişiyeye özel hizmet vermektedir.					
6	Beklentilerimi karşılamaktadır.					
7	İnternet bankacılığı sayesinde daha az yorulmaktayım.					
8	Detaylı rapor ve bilgi alabilirim.					
9	Kullanımı kolaydır.					
10	Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırır.					
11	Hızlı ve kesintisiz bankacılıktır.					
12	Hayatı kolaylaştırır.					
13	Fatura ödemeleri daha kolaydır.					
14	Daha fazla bankacılık işlemleri yapılabilir.					
15	Fiziksel engelliler için uygun bir bankacılık yöntemidir.					

	İnternet bankacılığının mahsurları;	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
16	İnternet bankacılığında bilgilerime dışardan ulaşılabilir.					
17	Hatalı işlem yapma olasılığı vardır.					
18	İnternet bankacılığı işlemleri karmaşıktır.					
19	Beklentilerimi karşılamıyor.					
20	Verilen hizmetler yetersizdir.					
21	Kullanımı zordur.					
22	Yaptığım havale,eft vb. işlemler yerine ulaşmayabilir.					
23	Banka şubesinde işlem yapmak daha kolaydır.					
24	Bilgisayar ve internet kullanımı zordur.					
25	İnternet bankacılığı sıkıcıdır.					
26	İnternet bankacılığına ihtiyaç duymam.					
	İnternet Bankacılığını Güvenlik Yönünden Değerlendirilme;	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
27	Hırsızlık haberleri nedeniyle internet bankacılığına güvenmiyorum.					
28	Güvenlik önlemlerini yeterli bulmuyorum.					
29	İnternet kafe vb. yerlerde güvenlik nedeniyle işlem yapmam.					
30	İşlemlerin güvenliğinden endişeliyim.					
31	İşlem sonucunda aldığım dekonta güvenmem.					
32	Şifreleme sistemlerini yeterli bulmuyorum.					
33	Güvenlik açısından tuzak programlara karşı sanal klavye kullanırım.					
34	Şifreleme sistemlerine güveniyorum.					
35	Bankanın güvenlik için sunduğu hizmetler yeterlidir.					
36	İnternette alışveriş güvenliği için sanal kart kullanırım.					
37	Bir banka şubesi gibi İnternet bankacılığına güvenirim.					
38	İşlemlerin güvenliğinden endişe etmem.					
39	Güvenlik için anti virüs programı kullanırım.					
40	İşlem sonucunda aldığım dekonta güvenirim.					
	Müşterisi Olduğunuz Bankanın Web Sayfasının Özellikleri;	Çok Düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok Yüksek
41	Ulaşım kolaylığı					

42	Hızlı olması					
43	Açık ve anlaşılabilirliği					
44	Zamandan tasarruf sağlaması					
45	Etkin olarak kullanılması					
46	Çekiciliği					
47	Kullanım kolaylığı					
48	Sadeliği					
49	Hizmet Kalitesi					
50	Problem Yaşanması (kilitlenme, donma vb)					

51. İnternet bankacılığı hizmetleri gelecekte şube bankacılığının yerini alır mı?

() Evet () Hayır

52. İnternet bankacılığındaki karşılaştığınız sorunların çözümü için size ulaşmasını istediğiniz yöntemler veya araçlar nelerdir? (1'den fazla seçenekleri işaretleyebilirsiniz)

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

53. İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanmış biri olarak almış olduğunuz hizmetlere ilişkin görüşleriniz nelerdir?

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

54. Kurumunuzun anlaşma yaptığı bankadan memnun musunuz?

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

55. İnternet bankacılığını tavsiye eder misiniz?

- () Kesinlikle tavsiye ederim () Tavsiye ederim () Hiçbir fikrim yok
() Tavsiye etmem () Kesinlikle tavsiye etmem

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: ŞÜKRÜ UZUNDAĞ

Doğum Yeri ve Tarihi: Aydın, 10.05.1981

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Anadolu Üniversitesi, İşletme Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce

İş Denevimi

Çalıştığı Kurum: TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ

İletişim

E-posta Adresi: sukruuzundag@gmail.com

Tel: 0506-323-9447

Tarih: 27.12.2013