



T.C.

BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

**TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERDE
İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYİNİN
ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sevim Elif OKAY

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ

Bilecik, 2018

10126186

T.C.
BİLECİK ŞEYH EDEBALI ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERDE
İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYİNİN
ANALİZİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sevim Elif OKAY

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ

Bilecik, 2018

10126186



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS TEZ SAVUNMA SINAVI
JÜRİ ONAY FORMU

BŞEÜ-KAYSIS Belge No	DFR-172
İlk Yayın Tarihi/Sayısı	03.01.2017 / 28
Revizyon Tarihi	
Revizyon No'su	00
Toplam Sayfa	1

Öğrencinin Adı Soyadı: Sevim Elif OKAY
Anabilim Dalı: İşletme
Programı: İşletme
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ
Tezin Özgün Adı: Türkiye'de Folye Gösteren KOBİ'lerde İnternet Benzeciliğinden İşlenme Düzeyinin Analizi
Tezin İngilizce Adı: The Analysis of Level of Internet Benzecilik Usage in SME's Operating in Turkey

Tez Savunma Sınavı Tarihi: 22.10.2018

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışması ilgili EYK kararıyla oluşturulan jüri tarafından OY BİRLİĞİ /OY ÇOKLUĞU ile İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ

İmza
Sevim Elif OKAY

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa AKI

İmza
Mustafa AKI

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÇALIK

Üye:

Üye:

ONAY

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun / / 20.... tarih ve / sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

BEYAN

“Türkiye’de Faaliyet Gösteren KOBİ’lerde İnternet Bankacılığında Yararlanma Düzeyinin Analizi” adlı yüksek lisans tezinin hazırlık ve yazımı sırasında bilimsel ahlak kurallarına uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlandığım bölümlerde bilimsel kurallara uygun olarak atıfta bulunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin herhangi bir kısmını Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı beyan ederim.

Sevim Elif OKAY

30.11.2018

ÖN SÖZ

Bu tezin yazılması aşamasında, yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ'a, değerli katkı ve emekleri için içten teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım. Ayrıca desteği ve katkılarından dolayı Arş. Gör. Salih MUTLU'ya teşekkür ederim. Tüm hayatım boyunca benden maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen canım aileme sonsuz teşekkürler.

Sevim Elif OKAY

30.11.2018

ÖZET

Bu çalışmada, günlük yaşantımızın içine işleyen internet ile gelişen bir sistem olan "internet bankacılığının" KOBİ'ler tarafından kullanımı incelenmiştir.

Çalışmada iki ana kavram ele alınmıştır: İnternet Bankacılığı ve KOBİ. İnternet bankacılığı; geleneksel bankacılık anlayışının terk edilerek, elektronik ortamda bankacılık hizmetinin sunulduğu bir sistemdir. KOBİ ise, az sermaye ile kurulan, beden gücü ile çalışmanın yoğun olduğu bir şirket yapılanmasıdır. İnternet bankacılığı teknolojik gelişmeler neticesinde günümüzde oldukça sık kullanılan bir uygulamadır. Çünkü kullanıcıları herhangi bir banka şubesine bağımlı kalmamakta, bankacılık işlemlerini diledikleri yerden, diledikleri zamanda yapmalarına olanak sağlamaktadır. Ayrıca internet bankacılığı sisteminde masraflar, geleneksel bankacılık sistemine göre oldukça düşüktür.

KOBİ'ler bankalar için oldukça önemli bir müşteri kitlesidir. Çünkü sayıları oldukça fazla ve ekonomik olarak gelişmeye ve geliştirmeye çok müsait bir yapılanmaya sahiptirler. Bu yüzden bankalar, KOBİ'lerin isteklerine hızlı cevap vermek zorundadırlar. Çünkü istekleri karşılanmayan KOBİ'ler diğer bankalarla çalışma yoluna gidebilirler.

Bu çalışmanın amacı, bir bankacılık hizmeti olan internet bankacılığının, KOBİ'ler tarafından ne derecede ve sıklıkta kullanıldığını ölçmektir. Bu doğrultuda rassal olarak seçilen 124 KOBİ'yle yüz yüze ve elektronik posta yolu ile ulaşılp, anket çalışması yapılmıştır. Yeni kurulan ve daha genç bir dinamiğe sahip olan KOBİ'lerin internet bankacılığı kullanmaya daha yatkın oldukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Banka, İnternet Bankacılığı, KOBİ

ABSTRACT

In this studying is analyzed that with our daily life including and improving the system of internet banking by using SME.

This studying embraces two important concept: Internet Banking and SME. Internet banking is a system that by abandoning the traditional banking understanding. It presents by servicing on the electronic media. On the other hand, SME is a company structuring that founded with less fund but more physical strength.

Internet banking is an application that used usually at the present time because of the technological advances. Because it provides a chance to its users that they are not addict any branch bank and do their works everywhere their want. Also, expenditures are really low in th internet banking.

SME's is really important customer mass for the banks. Because, they have structuring that it is convenient to improving and by improved, also their numbers are quite much. So, the banks have to give quick reply to the SME's, how often and what extent. In this direction a questionnaire study was performed with 124 SME's by choosen at randomly. It was done with face to face and e-mail.

SME's, newly-established and having younger dynamics, are more prone to using internet banking. To this conclusion is reached.

Key Words: The Bank, Internet Banking, KOBİ

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR.....	viii
TABLOLAR LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GRAFİKLER LİSTESİ	xiii
RESİMLER LİSTESİ	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI

1.1. İNTERNETİN TANIMI VE AMAÇLARI	3
1.1.1. İnternetin Tarihsel Gelişimi	4
1.1.1.1. Dünyada İnternetin Tarihsel Gelişimi	4
1.1.1.2. Türkiye’de İnternetin Tarihsel Gelişimi.....	6
1.2. İNTERNET BANKACILIĞI NEDİR?	7
1.2.1. İnternet Bankacılığının Tarihsel Gelişimi.....	11
1.2.2. İnternet Bankacılığının Türkiye'deki Gelişimi	16
1.2.3. İnternet Bankacılığı İşlemleri	18
1.2.4. İnternet Bankacılığı Araçları	20
1.2.4.1. Nakit Yönetimi	21
1.2.4.2. Akıllı Kartlar	23
1.2.4.3. Elektronik Cüzdan.....	24
1.2.4.4. Elektronik Para	24
1.2.4.5. Kredi Kartları	25
1.2.4.6. Sanal Kredi Kart.....	25
1.2.4.7.Akıllı Anahtarlar	26
1.2.4.8.SWIFT	26
1.3. DİJİTAL BANKACILIK DAĞITIM KANALLARI.....	26
1.3.1.Telefon Bankacılığı.....	26
1.3.2. POS (Point of Sale- Satış Noktaları).....	28
1.3.3. ATM (Automatic Teller Machine).....	28
1.3.4. Mobil Bankacılık	29
1.3.5. Dijital Televizyon Bankacılığı.....	30
1.3.6. Ev ve Ofis Bankacılığı	30
1.3.7. Mail Order.....	30
1.3.8.Görüntülü Bankacılık (Video Bank Branch-VBB).....	30
1.3.9.Kiosk (Kabin) Bankacılığı	31

1.4. İNTERNET BANKACILIĞINDA GÜVENLİĞİN ÖNEMİ VE İNTERNET BANKACILIĞINA DAİR GÜVENLİK STANDARTLARI	31
1.4.1. İnternet Bankacılığındaki Tehditler	31
1.4.1.1. İşletim Sistemi ve Kullanıcı Hesapları Güvenlik Açıklar	31
1.4.1.2. Arama Motorlarındaki Açıklar	32
1.4.1.3. Sahte ve Casus Yazılımlar	32
1.4.1.4. Tuş Kaydediciler (Keylogger).....	32
1.4.1.5. Ekran Kaydediciler (Screenlogger).....	33
1.4.1.6. Çevrimiçi Dolandırıcılık (Pharming)	33
1.4.2. İnternet Bankacılığı Tehditlerine Karşı Alınması Gereken Önlemler	33
1.4.2.1. Açık Anahtar Altyapısı	34
1.4.2.2. Elektronik İmza	36
1.4.2.3. Mobil İmza	36
1.4.2.4. Güvenlik Duvarı.....	36
1.4.2.5. Güvenli Yuva Katmanı	37
1.4.2.6. 3D Güvenlik Kodu Sistemi	37
1.4.2.7. İki Faktörlü Kimlik Doğrulama Sistemleri	37
1.4.2.8. Titreşimli İşlem Doğrulama Sistemi	38
1.4.2.9. Biyometrik Tabanlı Kimlik Doğrulama Sistemi	38
1.4.2.10. İşletim Sistemi Güvenlik Güncellemeleri	39
1.4.2.11. Anti-Virüsler	39
1.4.2.12. AntiSpyware.....	40
1.4.2.13. Sanal Klavye	40
1.4.3. Bilgi Güvenliği Standartları.....	42
1.4.3.1. İngiliz Standartları Enstitüsü (BSI).....	43
1.4.3.2. Uluslararası Standartlar Kurumu ve Uluslararası Elektroteknik Komisyonu(ISO/IEC Standards).....	44
1.4.3.3. Bilgi Teknolojisi Kütüphanesi (ITIL)	46
1.4.3.4. Bilgi ve İlgili Teknoloji İçin Kontrol Amaçları (COBIT-The Control Objectives For Information and Related Technology).....	47
1.4.3.5. Türk Standartları	48

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LERDE İNTERNET BANKACILIĞI

2.1. KOBİ NEDİR?	51
2.1.1.KOBİ'lerin Nitel ve Nicel Kriterleri	52
2.1.1.1. Nitel (Kalitatif) Kriterler	52
2.1.1.2. Nicel (Kantitatif) Kriterleri	53
2.1.2. Ülkemizde Yapılan KOBİ Tanımları	54
2.1.2.1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	54
2.1.2.2 Kredi Garanti Fonu (KGF).....	54
2.1.2.3. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı	55
2.1.2.4. Hazine Müsteşarlığı	55

2.1.2.5. Dış Ticaret Müsteşarlığı	55
2.1.2.6. Türk Ticaret Kanunu	55
2.1.2.7. Ticaret ve Sanayi Odaları	56
2.1.2.8. Halk Bankası	56
2.1.2.9. Eximbank	56
2.1.2.10. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)	56
2.1.2.11. Avrupa Birliği KOBİ Tanımı	57
2.1.2.12. Türkiye KOBİ Tanımı	57
2.2. Bankaların KOBİ'ler İçin Düzenlediği Ürün ve Hizmetler	62
2.2.1. Nakit Yönetim Ürünleri	62
2.2.2. Çekler	62
2.2.3. DBS Hesapları	63
2.2.4. Ticari Kartlar	63
2.2.5. Üye İşyerlerine Sunulan POS Hizmetleri	64
2.2.6. Masaüstü Pos Cihazı	64
2.2.7. IP POS	64
2.2.8. Manyetik POS Cihazı	64
2.2.9. Mobil POS Cihazı	65
2.2.10. Mail-Order POS	65
2.2.11. Web POS	65
2.2.12. Krediler	65
2.3. KOBİ'lerin İnternet Bankacılığına Yaklaşımları	67
2.3.1. Elektronik Bankacılığın KOBİ'lere Yararları	69
2.4 ÜLKEMİZDE FAALİYET GÖSTEREN BANKALARIN DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI	71
2.4.1. Akbank	73
2.4.2. ING Bank	76
2.4.3. Yapı Kredi Bankası	79
2.4.4. Türkiye İş Bankası	81
2.4.5. Garanti Bankası	82
2.4.6. QNB Finansbank	84
2.4.7. TEB	85

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERDE İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. LİTERATÜR TARAMASI	88
3.2. AMAÇ, YÖNTEM VE KAPSAM	90
3.3. ÖLÇME ARAÇLARI	91
3.4. ARAŞTIRMA SORULARI	91
3.5. VERİ ANALİZİ	92
3.6. BULGULAR	94
3.6.1. Frekans Analizleri	94
3.6.2. Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Testleri	104

SONUÇ	127
KAYNAKÇA.....	131
İNTERNET KAYNAKLARI	138
EKLER.....	142
ÖZGEÇMİŞ	146

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADK	: Alternatif Dağıtım Kanalları
ATM	: Automatic Teller Machine, Otomatik Vezne Makinesi
ARPANET	: Advanced Research Projects Agency Network, Amerikan Gelişmiş Savunma Araştırmaları Dairesi Ağı
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
BKM	: Bankalararası Kart Merkezi
DARPA	: The Defense Advanced Research Projects Agency, Savunma Bakanlığı İleri Araştırma Projeleri Ajansı
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EFT	: Elektronik Fon Transferi
FFIEC	: Federal Financial Institutions Examination Council , Federal Finansal Kurumlar Sınav Konseyi
IEC	: The International Electrotechnical Organization , Uluslararası Elektroteknik Komisyonunu
ISO	: International Organization for Standardization, Uluslararası standardizasyon örgütü
ITIL	: Information Technology Infrastructure Library, Bilgi Teknolojisi Altyapı Kütüphanesi
İEN	: İnternet Erişim Noktası
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
KGF	: Kredi Garanti Fonu
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
ÖSYM	: Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi
POS	: Point of Sale- Satış Noktaları
SWIFT	: Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (Dünya genelinde Bankalararası Finansal Telekomünikasyon Derneği)
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TCP/IP	: Transmission Control Protocol/Internet Protocol, İletim Denetim Protokolü / İnternet Protokolü
TL	: Türk Lirası

TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
TTNET	: Türk Telekom İnternet Ağı
TURNET	: Türkiye İnternet Servis Sağlayıcı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
ULAKNET	: Ulusal Akademik Ağ
YY	: Yüz yıl

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1:	Dünya Üzerinde İnternet Kullanıcı Sayısı	5
Tablo 2:	Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları	18
Tablo 3:	İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler	20
Tablo 4:	Kart Sayıları Milyon Adet Gelişimi	25
Tablo 5:	Biyometrik Kimlik Doğrulama Sistemleri Karşılaştırma Tablosu	39
Tablo 6:	Kurumların güvenlik politikası kısımları.....	43
Tablo 7:	Ölçeklerine Göre İşletmeler.....	58
Tablo 8:	Türkiye'deki KOBİ Tanımları	58
Tablo 9:	Bazı bankaların KOBİ'lere sunduğu ürünler	66
Tablo 10:	ING Bank Ticari İnternet Bankacılığı İşlem Saatleri ve Ücret Tarifeleri	77
Tablo 11:	Firma Tanımlayıcı İstatistikleri 1	94
Tablo 12:	Firma Tanımlayıcı İstatistikleri 2	97
Tablo 13:	İnternet Bankacılığı Kullanmama Sebepleri.....	98
Tablo 14:	İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili İstatistikler 1	98
Tablo 15:	İnternet Bankacılığı Kullanımında Yapılan İşlemler.....	100
Tablo 16:	İnternet Bankacılığına Erişim Sağlanan Cihazlar.....	100
Tablo 17:	İnternet Bankacılığı Kullanma Sebepleri.....	101
Tablo 18:	İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili İstatistikler 2	101
Tablo 19:	İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili İstatistikler 3	103
Tablo 20:	Faaliyet Süresine Göre İnternet Bankacılığı Kullanım Bakımından Farkları Sınayan Ki-Kare Testi.....	104
Tablo 21:	Çalışan Sayısına Göre İnternet Bankacılığı Kullanım Bakımından Farkları Sınayan Ki-Kare Testi.....	105
Tablo 22:	Yönetici Kadrosunda Kimin Bulunduğuna Göre İnternet Bankacılığı Kullanım Oranları Farkını Sınayan Ki-Kare Test İstatistikleri	106
Tablo 23:	Yönetici Eğitim Durumu İle İnternet Bankacılığında Sağlanan Fayda Ki-Kare Testi	107
Tablo 24:	Çalışan Sayısına Göre İnternet Bankacılığında Sağlanan Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	108
Tablo 25:	Faaliyet Süresine Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	108
Tablo 26:	İnternet Bankacılığı Kullanım Süresine Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	109
Tablo 27:	İnternet Bankacılığı Kullanım Sıklığına Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri.....	110
Tablo 28:	İnternet Bankacılığı Kullanımı Sırasında Dolandırıcılık Olayı Yaşama Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	111
Tablo 29:	İnternet Bankacılığını Banka Seçiminde Etken Olarak Görme Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	112

Tablo 30: Çalışılan Bankası Sayısına Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	113
Tablo 31: Çalışılan Banka Yardımcı Olma Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri.....	114
Tablo 32: Banka İlişkilerini Etkileme Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri	115
Tablo 33: Yönetici Eğitim Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri.....	116
Tablo 34: Çalışan Sayısına Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri.....	117
Tablo 35: Faaliyet Süresine Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri.....	118
Tablo 36: İnternet Bankacılığı Kullanım Süresine Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri.....	119
Tablo 37: İnternet Bankacılığı Kullanım Sıklığına Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri.....	120
Tablo 38: Dolandırıcılık Olayına Maruz Kalma Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri	121
Tablo 39: İnternet Bankacılığını Seçim Kriteri Olarak Görme Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri	122
Tablo 40: Çalışılan Banka Sayısına Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri.....	123
Tablo 41: Çalıştıkları Bankadan Yardım Alma Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri	124
Tablo 42: İnternet Bankacılığının İlişkileri Etkileme Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri	125
Tablo 43: İnternet Bankacılığında Fayda Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri	126

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: ISO/IEC 27001 PUKÖ Döngüsü	45
Şekil 2: Banka Hizmetleri Dağıtım Kanalları	71

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Aktif Bireysel Dijital Bankacılık Kullanıcı Oranları.....	15
--	----

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Garanti Bankası'nın KOBİ'lere özel hazırladığı sitenin	83
Resim 2: QNB Finansbank'ın KOBİ'lere özel hazırladığı site	85
Resim 3: TEB'in KOBİ'lere özel hazırladığı site	87

GİRİŞ

Günümüzde pek çok sektör teknoloji ile iç içe çalışmaktadır. Bu çağımızın bir gerekliliğidir. Özellikle bankacılık sektörü teknolojik gelişmeleri yakından takip ederek, yatırımlarının çoğunu teknolojik altyapılarını geliştirmeye harcamaktadır. Bunun en önemli nedeni globalleşen dünyada müşterilerin artık giderek bilinçlenmesi ve isteklerini açıkça belirtmeleridir. Bankalar müşterilerinin isteklerine göre uygulamalarını değiştirmekte ve geliştirmektedirler. Müşteriler zamanlarını banka şubelerinde harcamak istememekte, yaptıkları bankacılık işlemlerine ait kağıt dekontları muhafaza etmek istememekte, bankacılık işlemlerini istedikleri zaman ve yerde yapmak istemektedirler.

Değişen yapıya ayak uydurmak isteyen bankalar, geleneksel bankacılık yaklaşımından uzaklaşarak internet bankacılığı yoğunlaşmışlardır. Bankalar alternatif dağıtım kanalları ile –çağrı merkezi, internet bankacılığı, mobil bankacılık, ATM cihazları- sundukları hizmetlerle hem kendilerine hem de müşterilere fayda sağlamaktadır. ADK sayesinde banka şubelerinde müşteri yoğunluğu azalmış, yapılan işlemlerin evraklarının saklanma zorunluluğu ortadan kalkmış, iş yoğunluğu azaltılmıştır. Müşterilerin de diledikleri zaman diledikleri yerden bankacılık işlemlerini mesai saatlerine ve fiziki banka şubelerine bağımlı kalmaksızın yürütebilmeleri sağlanmıştır. Ayrıca geleneksel bankacılık işlemlerinde daha düşük tutarda masraflar alındığı için müşterilere parasal anlamda da olumlu yansıtılmıştır.

Çalışmamızın konusu olan KOBİ'ler için de internet bankacılığı oldukça önemlidir. Çünkü günümüz rekabet şartlarında hız, zamandan tasarruf ve düşük maliyetler büyük önem taşımaktadır. İnternet bankacılığının KOBİ'lere pek çok faydası bulunmaktadır. Örneğin; KOBİ'ler internet bankacılığını kullanarak müşteri temsilcilerine ulaşamama gibi bir sorun ortadan kalktığı için, işlemlerini birebir takip ederek muhasebe kayıtlarını günlük olarak tutabilmektedir. Bu da iş takibini kolaylaştırarak ileride doğabilecek sıkıntıların önüne bir an önce geçilmesini sağlamaktadır. Ayrıca bankacılık işlemleri için şubelere göre daha az komisyon ödeyerek bütçelerinde önemli bir tasarruf sağlamaktadırlar.

Çalışmamız üç bölümden meydana gelmektedir. İlk bölümde ‘‘İnternet Bankacılığı’’ genel başlığı altında; internetin ve internet bankacılığının ayrıntılı tanımı, internet bankacılığı araçları ve alternatif dağıtım kanalları çeşitleri, internet bankacılığında bulunan güvenlik açıkları ve bunlar için alınması gereken önlemlere değinilmiştir.

İkinci bölümde KOBİ tanımı yapılmış, bankaların KOBİ’ler için hazırlamış olduğu ürün ve hizmetler açıklanmış, ülkemizde KOBİ’lere internet bankacılığı hizmeti veren bankalardan bazılarının hangi hizmeti nasıl verdiği açıklanmıştır.

Üçüncü ve son bölümde ‘‘ KOBİ’lerin internet bankacılığı kullanım düzeyini ölçmeye yönelik bir anket’’ uygulanmış ve araştırmanın amacına, yöntemine, araştırma sorularına, anket sonuçlarının istatistiki verilerine ve bu verilerin analiz edilmesine, analizlerin tablolar halinde gösterilmesine ve analizlerin sonuç bölümünde yorumlanmasına çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İNTERNET BANKACILIĞI

Çalışmanın birinci bölümünde internet ve internet bankacılığının tanımları yapılarak, tarihsel gelişimleri anlatılmıştır. Ayrıca internet bankacılığı ürünleri ve dağıtım kanalları çeşitlerinden bahsedilmiştir. Birinci bölümde son olarak internet bankacılığı kullanımında karşılaşılan sorunlar ve bu sorunlar için alınması gereken önlemlerden bahsedilecektir.

1.1. İNTERNETİN TANIMI VE AMAÇLARI

İnternet, en kısa sürede bir veya birden fazla kişi ile bilgisayar ağları vasıtasıyla iletişimi sağlayan etkileşimli bir ağ sistemidir (Özkanal, 2006). Dünyadaki çoğu bilgisayar ağının birleşerek oluşturduğu global bilgisayar ağına internet denir. Bu ağın ortaya çıkmasındaki en önemli amaçlardan biri haberleşme hızını e-postalar aracılığıyla asgari sürelerle indirmektir (Biçkes, 2000: 12).

Esas amacı bilginin yayılmasını sağlamak olan internet; finanstan eğitime, sağlıktan milli savunmaya kadar pek çok alanda insanlığın gelişmesini sağlayarak dünyadaki sınırları ortadan kaldırmıştır (Saatçioğlu, 2005: 152). Farklı bilgisayar ağları kullanıcılarının, hangi ülkede olurlarsa olsunlar sanki aynı ağ üzerinde bulunuyormuş gibi birbirleri ile iletişimini ve bilgi alışverişini sağlayan bir teknolojik sistemdir (Kılıç ve Karaaslan, 1998).

Köken olarak İngilizce bir kavram olan internet, “International Network” kelimelerinin kısaltılmış halidir. Bilgisayar ağlarının ağı veya evrensel bilgi ağı olarak çevirebileceğimiz bu kavram, dünya üzerinde bulunan pek çok sayıda bilgisayarın aralarında oluşturulan yerel ya da geniş alan ağlarının birbirleriyle bağlanmasıyla oluşan bir elektronik iletişim ağıdır (Gürcan, 1999:38).

1.1.1. İnternetin Tarihsel Gelişimi

Amerika Savunma Bakanlığı ve Amerikan Üniversiteleri tarafından başlatılan bir proje olan internet, çok köklü bir geçmişe sahip olmasa da günümüzde hayatımızın merkezi halini almıştır.

1.1.1.1. Dünyada İnternetin Tarihsel Gelişimi

1960'ların ilk yarısında askeri ve bilimsel anlamda gelişmenin bilgisayarlar aracılığıyla daha ileri seviyelere taşınabileceği fark edilmiştir. 1962 yılında J.C.R Licklider'in bilgisayarların global bir şebekeye bağlı olmasını ve birbirleri ile etkileşimlerini konu alan ilk yazısı "kısa notlar serisi" ile yayınlanmış, DARPA'ya (The Defense Advanced Research Projects Agency) ilk başkan olarak girmiştir. 1965 yılında Leonard Kleinrock paket anahtarlar teorisini geliştirerek 1966 yılında DARPA'ya katılmıştır (DARPA, 2017).

1969 yılında ABD Savunma Bakanlığı bünyesinde kurulan ARPANET, paket anahtarlama ağı çalışmasını daha da geliştirerek internetin ilk adımını atmıştır. Bu adım TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) protokolü ile geliştirilerek 1983 yılından itibaren ARPANET üzerinde kullanılmıştır. 1986'da NSFNET(National Science Foundation, Ulusal Bilim Vakfı), ilk internet omurga ağını oluşturmuştur (Bobbitt, 1995: 7).

1980'lere gelindiğinde soğuk savaş yavaş yavaş etkisini yitirerek bilgisayar ve internet dünya üzerinde hızla yayılmaya başlamıştır. Ancak o dönemdeki gelişme yalnızca elektronik postalarla sınırlı kalmıştır (Gürel, 2000: 40).

1990'ların sonlarına doğru internet günümüzdeki teknolojiye yaklaşmıştır denilebilir. 1994'te Yahoo, 1998'de Google arama motorları geliştirilmiştir. Bu sayede aklımıza gelen pek çok işlem internet aracılığıyla kolayca yapılarak bilgiye ulaşım oldukça kolay hale gelmiştir (Baykal, 2005: 73).

İnternetin herkese açık bir kullanım alanına sahip olması 1989 yılına tekabül etmektedir. Haziran 1990'da TCP/IP'nin ilk yer aldığı ağ olan ARPANET'in

kullanımının durdurulmasına rağmen bu ağ ABD, Avrupa, Japonya ve Asya Pasifik Ülkeleri (Filipinler, Güney Kore, Japonya, Malezya...) temel olarak kullanılmıştır. İnternet ticari alandaki yerini 1991 yılında sağlamlaştırmıştır. Evrensel anlamda üniversiteler, kamusal ve özel kurumlar bilgisayar sistemini TCP/IP protokolü ile iletişim sağlayan internet, gün geçtikçe gelişerek hayatımızın bir parçası olmaya devam etmektedir (Bobbitt, 1995).

Tablo 1: Dünya Üzerinde İnternet Kullanıcı Sayısı

Bölge	Kullanıcı Sayısı	Nüfusa Oranı
Kuzey Amerika	320 Milyon	%88
Orta Amerika	117 Milyon	%53
Güney Amerika	281 Milyon	%66
Batı Avrupa	353 Milyon	%84
Doğu Avrupa	284 Milyon	%67
Güneydoğu Asya	585 Milyon	%53
Afrika	362 Milyon	%29
Orta Doğu	147 Milyon	%60
Orta Asya	33 Milyon	%48
Güney Asya	585 Milyon	%33
Doğu Asya	923 Milyon	%57

Kaynak: We Are Social ve Hootsuite, Digital in 2017 Global Overview, <http://wearesocial.com/uk/> , Erişim Tarihi 01.02.2018

1.1.1.2. Türkiye’de İnternetin Tarihsel Gelişimi

Ülkemizde ilk internet bağlantısı Nisan 1993'te ODTÜ ile Washington arasında yapılmıştır. 1994 yılında Ege Üniversitesi, 1995'te Bilgi Üniversitesi ve Boğaziçi Üniversitesi ve 1996 yılında İTÜ internet bağlantılarını gerçekleştirmiştir. 1996'da TURNET çalışmaya başlamış, 1997'de akademik kuruluşların internet bağlantısı ULAKNET ile sağlanmaya başlamış, böylece internet kullanımı yayılmaya başlamıştır (Özbal, 2011: 34-35).

1995 yılında Türk Telekom internet kullanımının ülke genelinde kullanılmaya başlanmasını sağlamıştır. 1996'da ticari firmalar ve internet servis sağlayıcılarının kullanımına sunmak üzere TURNET'i geliştirmiştir. 1997 senesine gelindiğinde Türkiye'de internet kullanım oranı oldukça artarak dünya genelindeki kullanım oranına yaklaşmıştır. İnternetin ülkeye girişinden itibaren yavaş yavaş artan kullanıcı oranı 1997'de 250.000 kişi iken şu anda 48 milyondur (ODTÜ, 2017).

2000'lerin başında ticari kurum ve kuruluşlar TTNET ağı üzerinden, akademik birimler ULAKNET ağı üzerinden internete erişim sağlamaktaydılar.

Bu iki ağ arasında oldukça yüksek bir bağlantı vardır. Günümüzde ülkemizin internet çıkışı dört ana merkezde toplanmaktadır (Özbal, 2011):

- Akademik birimler,
- Ticari kuruluşlar ve İnternet Servis Sağlayıcılarının (İSS) kullandığı TTNET,
- Özel şirketler ve servis sağlayıcılarının TTNET ile yaptıkları İnternet Erişim Noktası (İEN) anlaşması ile meydana gelen yurtdışı internet çıkışları,
- Diğer bağlantılar.

1.2. İNTERNET BANKACILIĞI NEDİR?

Bankaların temel amacı piyasa değerini maksimize etmektir. Bunun en önemli yöntemi de karın artırılmasıdır. Gelişen teknoloji ile birlikte geleneksel bankacılık anlayışından uzaklaşan bankalar rekabet ortamında ayakta kalabilmek için hızlı bir değişim ve gelişim içine girmişlerdir. Bu değişim ve gelişim teknoloji sayesinde olmaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle beraber müşteriler de giderek bilinçlenmektedir. Müşterilerin değişen ve artan isteklerine yanıt vermek isteyen bankalar da hizmetlerini sunarken teknolojiden büyük ölçüde yararlanmaktadırlar. Teknolojik anlamda geri kalmanın müşteri kaybına yol açacağı ve bunun da ekonomik bir kayba neden olacağı farkında olan bankalar yeni ve teknolojik hizmetler sunabilmek adına yatırımlarının çoğunu araştırma ve geliştirme alanlarında yapmaktadırlar. Bu durum rekabet ortamının daha fazla artmasına neden olmaktadır. Rekabet ortamında yer edinmeye çalışan bankalar da hizmetlerini teknoloji ile birlikte sunmaktadırlar. Teknolojik gelişmeler ile geleneksel bankacılık hizmetleri yerini modern bankacılık sistemine bırakmıştır. Bankalar hantallıktan kurtularak hizmetlerini daha hızlı bir şekilde sunmaktadırlar. Önceleri kağıda dayalı yapılan işlemler elektronik ortamda tek tuşla yapılabilmektedir. Müşteriler de alternatif dağıtım kanallarını kullanarak alacakları hizmetlerde daha az masrafa katlanmaktadırlar. Böylece hem bankalar hem de müşteriler maliyetlerden tasarruf etmektedirler (Yıldırım, 2006).

Büyük işletmeler dünya pazarına yön verebilmek için teknolojik gelişmeleri yakından takip etmek zorundadırlar. Büyük işletmelerin dışında kalan orta ve küçük işletmeler de pazarda tutunabilmek ve yerlerini koruyabilmek adına teknolojiyi kullanmalıdırlar. Her teknolojik gelişme yeni bir girişim imkanı doğurmaktadır. Özellikle günümüzde finans gibi çok dalgalı bir yapıda seyreden sektörde faaliyet gösteren bankalar teknolojiyi iş süreçleri ile birleştirerek internet tabanlı hizmetler sunmaya başlamış böylece; rekabet, maliyetlerin düşürülmesi, teknolojik uyum, riskin minimize edilmesi gibi hususlarda oldukça fazla avantaj elde etmişlerdir. Ekonomi ile iç içe olan bankalar, artan rekabet ortamında hayatta kalabilmek, işlem hacimlerini genişletmek, daha fazla müşteriye ulaşabilmek adına yatırımlarının çoğunu teknoloji

alanına yönelmişlerdir. Bilgisayarlar ve akıllı cihazlar ile faaliyetlerini sürdüren bankalar teknolojiyi takip etme konusunda öncü sektörlerdendir. Uzun zamandır bilgisayar teknolojisi ile iç içe olan bankalar, ilk bilgisayar kullanıcıları arasındadır denilebilir (İnternet Dünya İstatistikleri, Kullanım ve Nüfus İstatistikleri, İnternet World Stats, Usage and Population Statistics <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>).

Geçmiş dönemlerde müşteri sayısı her ne kadar fazla olsa da buna karşılık birkaç tane üretici firma olduğu için müşteriler zorunlu olarak bu firmaların ürünlerine veya hizmetlerine yöneliyordu. Ancak teknolojinin gelişmesi, eğitim düzeyinin artması ile birlikte müşterinin bilinçlenmesi, bilinçlenen müşterinin isteklerinin ve taleplerinin artması gibi konular karşısında üreticiler de rekabet ortamında tutunabilmek adına teknolojiyi yakından izlemeye başlayarak, teknoloji tabanlı üretime yönelmişlerdir. Daha önce de belirtildiği gibi teknolojik yatırımlar konusunda bankalar oldukça aktiftir. Bu teknolojik yatırımlar oldukça masraflıdır. Ancak bu yatırımlar beraberinde şube ve personel sayısında azalmaya neden olduğu için, bankalar maliyetlerinden oldukça tasarruf etmişlerdir (Takan ve Boyacıoğlu, 2011:319).

Bankaların gider kalemleri arasında şube ve yönetim giderleri, kırtasiye giderleri, personel giderleri, tanıtım giderleri, risk maliyetleri gibi ögeler sayılabilir. Bu kalemler oldukça maliyetlidir. Bankalar bir yandan bu sabit maliyetlere katlanırken bir yandan da teknolojik altyapı çalışmalarına yüksek meblalar harcamaktadır. Bu harcamalar kısa dönemde maliyetlerin arttığı yönde gibi bir izlenim yaratsa da uzun vadede bakıldığında bankaların maliyetlerinde oldukça büyük azalma söz konusu olmaktadır. Teknolojik altyapısı gelişmiş bankalar müşteriler tarafından daha fazla tercih edileceği için günün sonunda kar etmek kaçınılmaz olacaktır. Bankalar, teknoloji ile birlikte sunulan hizmet çeşitliliğini artırmakta, daha çok müşteriye ulaşmakta, daha hızlı ve kaliteli hizmetler sunmaktadırlar (Koçel, 2010:278).

Son 10-15 yıla kadar bankacılık sektöründe öncü olabilmek için en gelişmiş şube ağına ve en fazla personel sayısına sahip olmak gibi kıstaslar bulunurken, günümüzde bu tamamen değişerek yerini en gelişmiş teknolojik ağa sahip olmaya bırakmıştır.

Teknolojik gelişmeler hem bankalardaki iş yükünü azaltarak daha sağlıklı bir çalışma ortamının yaratılmasına yardımcı olmakta, hem de müşterilerin banka

personeline ve mesai saatlerine olan bağımlılıklarını azaltarak dilediği zamanda ve dilediği yerde bankacılık hizmetlerinden yararlanmasına imkan sağlayarak işlerinde ve günlük hayatlarında daha fazla zaman kazanmalarına yardımcı olmaktadır.

Elektronik bankacılığın gelişimiyle hayatımıza giren internet bankacılığı kavramı, açık ağ sistemiyle çalışan, bireysel ya da ticari kullanıcılar tarafından kullanılan, bankaların sanal ortamda geleneksel bankacılık hizmetlerinden farklı olarak sundukları alternatif dağıtım kanalı hizmetidir. Temeli 1980'lerin başında telefon bankacılığı ile atılmıştır (Cartwright ve Roger, 2000).

İnternet bankacılığı en basit tanımıyla geleneksel bankacılık anlayışının terk edilerek, bankacılık işlemlerinin internet üzerinden gerçekleştirilmesi ya da bankacılık hizmetlerinin internet üzerinden, uzak dağıtım kanalı olarak sunulmasıdır (Toraman, 2002).

İnternet Bankacılığı pek çok banka için yeni bir pazar, daha çok müşteriye ulaşma, dolayısıyla daha fazla kazanç demektir. Ancak internet bankacılığı önemli bir altyapı çalışması gerektirmektedir. Bu nedenle bankalar günümüzde teknolojiye oldukça fazla yatırım yapmaktadır (Sümer, 1999).

Dijital bankacılık; müşterilerin zaman ve mekan ayırt etmeden internet aracılığı ile bankacılık hizmetlerinden yararlanmasını sağlamaktadır. Dijital bankacılık sistemi neredeyse geleneksel bankacılık sisteminde yapılabilen tüm işlemlerin yapılmasına olanak sağlamaktadır (Özer, 2016).

Şubesiz bankacılık olarak da bilinen dijital bankacılık fiziki bir banka şubesine ve banka çalışanlarına ihtiyaç duymadan bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Personel ve şube maliyetleri, işlem ücretleri gibi masrafların olmaması, hızlı ve kolay işlem yapılabilmesi dijital bankacılığı tercih edilebilir kılmaktadır (Savaş vd., 2014: 2).

Bankaların dağıtım kanalları arasına internetin girmesi bir devrim niteliğindedir. Bankalar rekabet ortamında müşterileri kendi taraflarına çekebilmek için hizmet kalitelerini geliştirerek hem müşterilerin hem kendi çıkarlarını lehine olan internet bankacılığına önem vermelidir (Temizel ve Çimencan, 2007 :12-13).

Geleneksel bankacılık anlayışını yavaş yavaş terk edip internet bankacılığını geliştirmeyi amaçlayan bankalar dört adımda bunu gerçekleştirmelidir (Tolon, 2002 :10):

1. *adım*: İnterneti bir pazarlama amacı olarak görmek.
2. *adım*: İnternet bankacılığının müşteriye tanıtılmaya başlanarak tepkilerinin ölçülmesi
3. *adım*: Geleneksel bankacılık işlemlerinin internet üzerinden sunulmaya başlanması
4. *adım*: Müşterilerin internet bankacılığı sistemine kayıtlarının gerçekleştirilmesi, hedef kitlelere yönelik stratejilerin oluşturulması.

İnternet bankacılığının gerçekleşme aşamaları şu şekildedir (MEB, 2007):

1. *Aşama*: Bankanın ürünlerinin ve hizmetlerinin müşterilere tanıtıldığı aşamadır.
2. *Aşama*: İnteraktif bir sayfa hazırlanarak, gerekli bilgiler elde edilerek, formların doldurulduğu, adres değişikliklerinin yapıldığı, hareket sorgulama işlemlerinin yapılabildiği aşamadır.
3. *Aşama*: Hesap işlemlerine ulaşımın sağlandığı aşamadır.
4. *Aşama*: Müşteri bu aşamada kendi profilini yöneterek, yatırım, kredi gibi konularda bilgi alabilmektedir.
5. *Aşama*: Gerekil bilgiler girildiğinde şube bankacılığında yapılabilecek her türlü işlemin yapılabileceği aşamadır.

İnternet bankacılığı yeni bir bankacılık anlayışı getirmesinin yanında daha pek çok yarara sahiptir. Ödeme işlemlerini kolaylaştırır, müşteriler işlemlerini yaparken herhangi bir mekan veya zamana bağlı kalmak zorunda kalmaz, hızlı ve kolay bir şekilde bankacılık hizmetlerine ulaşım sağlanır. Bireysel müşterilere sağlanan internet bankacılığı sistemi yanında, firmalara özel yetkilendirme ve onay mekanizması sağlanarak, pratik ve güvenli bir hizmet sağlanır (Gül, 2003: 3).

1.2.1. İnternet Bankacılığının Tarihsel Gelişimi

1967 senesinde İngiltere'de faaliyet gösteren Barclays Bank tarafından "Cash Dispenser"adı verilen, müşterilerin bankalara gitmeden hesaplarına nakit para yatmasını sağlayan bir uygulama ile dijital bankacılık şekillenmeye başlamıştır. Şimdiki ATM cihazlarına benzer bir yapıya sahip olan bu cihazlar temel bankacılık işlemlerini yapmaya imkan sağlamaktaydı. Teknoloji ile birlikte gelişen bu cihazlar 1983 yılına gelindiğinde yerlerini ATM cihazlarına bırakarak dijital bankacılığın ilk sinyallerini vermesinin başlangıcı olmuştur (Yerlikaya, 2017: 24).

Dijital bankacılık, 1981'de Amerika'nın New York eyaletinde "evde bankacılık" adı ile temellerini atmıştır (Osho, 2008).

1980'lerde Avrupa'da ve Amerika'da "ev bankacılığı" kavramını üzerinde araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Bunun için o dönemin teknolojisi olan fakslar ve telefonlardan yararlanılmıştır (Sarel ve Marmorstein, 2003).

Amerika Birleşik Devletleri'nde geliştirilen altyapı sayesinde bankacılık işlemler telefon aracılığı ile yapılmaya başlanmış; müşteriler işlemlerini şubelere gitmeden evde, ofiste kısaca telefona ulaşabildikleri her yerden yapmaya başlamışlardır. Ancak bu uygulama başarı elde edememiştir. Çünkü insanlar geleneksel bankacılık anlayışından sıyrılamamış, yaptıkları işlem sonucunda fiziki bir belge görmek istemişlerdir. Ayrıca telefon bankacılığı işlemlerinde müşterilerin oluşturdukları şifreleri tuşlamaları gerekmektedir ama tuşlu telefonlar o dönemlerde pek yaygın değildi (Cronin, 1998).

Telefon ile istenilen başarı elde edilemediğinden müşterileri görsel anlamda tatmin edecek televizyon bankacılığı sistemine geçilmiş fakat bu sistemde de gerekli altyapı oluşturulamadığından yine istenilen başarı elde edilememiştir. 1981 yılına gelindiğinde bu altyapı sorunu çözülmüştür, New York'un dört büyük bankası Citibank, Chase Manhattan, Chemical Bank ve Manufacturers Hanover bir araya gelerek "Videotex" adlı sistemi geliştirmişlerdir. Bu sistem; klavye ve ekrandan oluşan bir makine ile uygulanmaya başlanmıştır. Müşteri ve banka bu uygulama ile görsel olarak iletişime geçerek bankacılık işlemlerini gerçekleştirmişlerdir. Ancak bu sistemin fazla maliyetli olması dolayısıyla istenilen geri dönüş elde edilememiştir (Yücel, 2012).

Videotex ile istediği verimi elde edemeyen Chemical Bank, 1983 yılında geliştirdiği "Pronto" adlı sistemle müşteriler ile kişisel bilgisayarları aracılığı ile temasa geçmeyi amaçlamıştır. 1985 de AT&T ile bir ortaklık kurarak "Covidea" adı altında ev/ofis bankacılığı hizmeti sunmaya devam etmiştir. Ancak yine maliyetleri minimize edemediği için 1989 da bu uygulamayı da terk etmek zorunda kalmıştır (Cronin, 1998). Banka ile müşterilerin evlerinde birbiri ile bağlantılı bilgisayar sistemleri kurularak, müşterilerin banka hesaplarına ulaşımını sağlayan bir sistemdir. Müşteriler, ev ve işyerlerinde bulunan televizyon ve bilgisayarlar aracılığı ile banka hesaplarını kontrol etmekte, virman işlemleri yapmakta ve bankalara talimatlar vermekteydi. Müşteriler kişisel bilgisayarları ve modem cihazları vasıtasıyla, telefon hatlarını kullanarak banka bilgisayarları ile iletişim sağlamaktaydı. Böylece müşteriler şubelerine gitmeden bankacılık işlemlerini evlerinden ve işyerlerinden yapabilmekteydi (Horvitz, 1996).

1900'lerin sonlarına doğru, bankacılık sistemi teknolojinin değişmesi ve gelişmesi, nüfus özelliklerinin değişmesi ve müşteri ihtiyaçlarının artması gibi etmenlere kayıtsız kalamayıp elektronik bankacılık sistemine yönelmiştir.

Geleneksel bankacılık sisteminin kağıt dokümanlara bağlı olarak işlemesi, personele ve mesai saatlerine bağımlı bankacılık hizmetleri sunması, bankalara hem evrak takibinde ve saklanmasında zorluk çekmesi hem de personel giderlerinin artması olarak yansımıştır (Arkan, 1991).

Günümüzdeki internet bankacılığının temelleri 1990'lı yılların başlarında atılmaya başlamıştır. Bunun temel nedenleri; kişisel bilgisayarların artık o kadar da maliyetli olmamasından dolayı hemen hemen her eve girmeye başlaması, internet altyapısının iyileştirilerek erişim hızının artırılması, insanların internet kullanımına sıcak bakmaya başlamasıdır. Şu an kullanmakta olduğumuz internet bankacılığının ilk örneği 1994 senesinde Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan Stanford Federal Credit Union firması tarafından oluşturulmuştur. Çoğu banka geleneksel bankacılık hizmetlerinin yanında dijital bankacılık hizmetleri vermektedir. Ancak 20. YY'ın sonlarına doğru bankacılık hizmetlerini yalnızca dijital olarak sunan bankalar kurulmaya başlamıştır. Bunun ilk örneği 1995 senesinde Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulan "Security First Network Bank"tır. Bu banka, şube bankacılığında yapılabilecek tüm işlemlerin internet üzerinde yapılabilmesine olanak

sağlamaktadır. Müşteriler kendilerine tahsis edilen kullanıcı kodları ve şifrelerle banka hesaplarına erişerek bankacılık hizmetlerini gerçekleştirebilmektedir (Deitel vd., 2000: 459). Dünyada internet bankacılığını ilk uygulayan banka 1996'da, ABD'de bulunan Atlanta Internet Bank'tır ve kullandığı sistemin adı NetBank'tır. Diğer bankaların bu sistemi uygulamaya koyması 2000'li yılların ilk çeyreğini bulmuştur (Gefen ve Straub, 2005). 1996 yılında Deutsche Bank, Latin Amerika'da ilk internet bankacılığı uygulamasını hayata geçirmiş, Citibank ise tüm dünyanın internet bankacılığı hizmetini kullanabilmesi için "e-toolkit" uygulamasını geliştirmiştir. Bu sayede banka işlemleri mekan ve zamandan ayrı olarak gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Dewan ve Seidman, 2001).

Dünya Bankası'nın 2001 yılında yayımladığı raporda internet bankacılığı kullanımına en çabuk adapte olan ülkeler Estonya, Kore Cumhuriyeti ve Brezilya olarak belirtilmiştir (Claessens, Glaessner ve Klingebiel, 2001).

2002' de E-Marketer adlı firmanın Latin Amerika ülkelerinde yaptığı araştırmaya göre; Brezilya, internet bankacılığı kullanan 4 milyon müşteri ile birinci sırada iken bu sayıyı 2005'e kadar Meksika'nın 4.5 milyon kullanıcı ile takip edeceği öngörülmüştür. Ancak Latin Amerika'da internet bankacılığı kullanımının gelişmesi konusunda bir engel vardır ki bu da Latin Amerika'daki nüfusun çok azının banka kullanmasıdır (Mia, Rahman ve Uddin, 2007: 40-42).

2002 yılı verilerine bakıldığında ABD'de 8 bankanın toplam 1 milyon internet bankacılığı kullanıcısı müşterisi vardı. 2005 yılında internet bankacılığı kullanımı artarken güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmiştir. İnternet korsanları banka müşterilerinin hesaplarına erişip paralarını çalmaya başlamıştı. FFIEC (Federal Financial Institutions Examination Council) bu güvenlik açığını önlemek amacıyla yeni kurallar duyurdu. Bu kurallara göre bankalar müşterilerini internet bankacılığı hakkında bilgilendirmeli ve bazı güvenlik ölçütleri kullanmalıydı. Tabii o dönemdeki güvenlik önlemleri günümüz teknolojisiyle kıyaslanamaz. Günümüzde genellikle iki aşamalı güvenlik önlemleri kullanılmaktadır. İnternet bankacılığı kullanıcısı hesabına erişmek için öncelikle kendi belirlediği şifreyi girerken ikinci aşamada bankanın profilinde kayıtlı olan telefon numarasına gelen şifreyi girerek hesabına giriş yapmaktadır. Bu önlemler sayesinde kötü niyetli internet korsanlarının internet üzerinden diğer insanların

hesap bilgilerine ulaşması az da olsa engellenmeye başlanmıştır. ING ve HSBC gibi büyük bankalar "Direct Bank" (geleneksel şube bankacılığında bulunan fiziki şubeler olmadan) adlı bir bankacılık hizmeti sunarak, bankacılık hizmetleri erişimine daha rahat ulaşılmasını sağlamışlardır. Bu sistem günümüzde halen kullanılmaktadır. "Mint.com" en kullanışlı ve şık tasarımlı ara yüz sistemiyle bir çok müşterinin internet bankacılığına erişimini sağlamıştır.

2007 senesine gelindiğinde Apple şirketi ilk Iphone'u piyasaya sürdü. Böylece mobil bankacılık hayatımıza hızlı bir şekilde giriş yaptı. Mobil bankacılık, müşterilerin bankalara gitmesine gerek kalmadan veya ebatça büyük olan tablet veya bilgisayarlara gerek kalmadan bankacılık hizmetlerine ulaşmasını sağlayan "cep bankacılığı"dır. Bankalar da müşterilerin mobil bankacılığı geleneksel bankacılığa tercih ettiğini fark ederek yatırımlarını bu alana kanalize etmişlerdir. Örneğin ülkemizde bulunan Yapı Kredi Bankası dünyadaki on binlerce bankayı geride bırakarak ve Global Finance tarafından "Dünyanın En Yenilikçi Dijital Bankası" seçilmiştir.

2009 yılında ABD'de 54 milyon kişi bankacılık işlemlerini internet üzerinden yürütmekteydi. Bu yüzden pek çok banka geleneksel bankacılık sistemini terk ederek şubelerini kapatmaya başladı. Örneğin 1970'te Amerika'da bulunan banka şubesi sayısı 9340 iken 2009 senesine gelindiğinde bu sayı 3684'e düşmüştür (Tekeli, 2015).

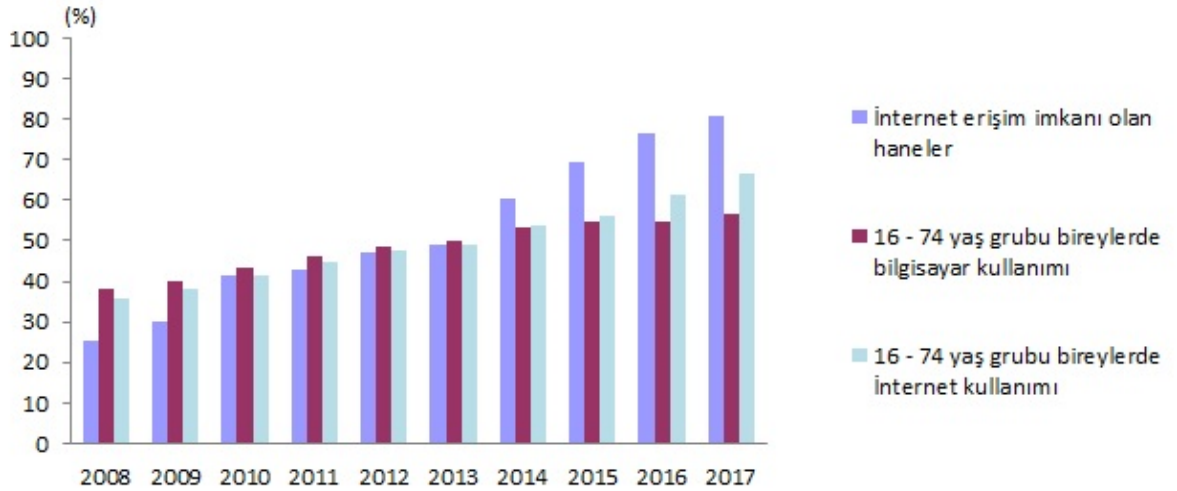
Günümüzde, bilgisayar ve İnternet kullanım oranı 2017 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla %56,6 ve %66,8 oldu. Bu oranlar 2016 yılında sırasıyla %54,9 ve %61,2 idi. Bilgisayar ve İnternet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde %65,7 ve %75,1 iken, kadınlarda %47,7 ve %58,7 oldu. Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre 2017 yılı Nisan ayında hanelerin %80,7'si evden İnternete erişim imkânına sahip oldu. Bu oran 2016 yılının aynı ayında %76,3 idi (TÜİK,2017).

Global antivirüs yazılım kuruluşu ESET'in 2015 senesinde, çeşitli ülkelerde internet bankacılığı kullanımı üzerine bir araştırma yaparak internet bankacılığı kullanıcı sayılarını ölçmeyi amaçlamıştır. Bulgulara göre teknoloji öncüsü Almanların yüzde 70'i internet bankacılığından uzak duruyor. Almanların sadece yüzde 30'u online bankacılıktan faydalanırken, İngilizlerin yüzde 60'ı, Amerikalıların yüzde 54'ü,

Rusların ise yüzde 72'si internet bankacılığını kullanıyor (<http://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/1160855-ruslarin-yuzde-72si-internet-bankaciligini-kullaniyor> , Erişim Tarihi: 07.01.2017)

Dünya geneline baktığımızda ise mobil bankacılığı kullanan kişi sayısının 2020'ye kadar 2 milyar kişiye ulaşması bekleniyor. Juniper Research'ün hazırladığı rapora göre bankaların mobil uygulamalarının büyüme grafiği 2020'ye dek devam edecek. Bankalar ise teknolojik gelişmelere paralel olarak kullanıcıların ihtiyaçlarına ve deneyimlerine göre daha iyi hedeflenmiş ve daha çok ilgili seçenekler sunmaya devam edecek. Bunun en önemli sebeplerinden biri olarak da bankaların diğer marka ve şirketlere göre mobil teknolojiye daha fazla teknoloji yatırımı yapması olarak gösterilmektedir (<http://www.zehraoney.com/2016/10/24/2020ye-kadar-kac-milyar-kisi-mobil-bankacilik-kullanacak/>).

Grafik 1: Aktif Bireysel Dijital Bankacılık Kullanıcı Oranları



Kaynak: Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri, Eylül 2017, Rapor Kodu: DT22, Ekim, s:1

Gün geçtikçe bankalar ve müşteriler geleneksel bankacılık anlayışını terk ederek, dijital bankacılığa yönelmişlerdir. Temmuz-Eylül 2017 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş grupları bazında dağılımında ilk sırayı yaklaşık 11 milyon 414 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 10 milyon 478 bin kişi ile 26-35 yaş grubu, 6 milyon 673 bin kişi ile 18-25 yaş grubu izlemektedir. 56-65 yaş grubundaki aktif bireysel dijital bankacılık müşteri sayısı ise 1 milyon 523 bin

kişidir. Temmuz-Eylül 2017 dönemi içinde toplam (bireysel ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 32 milyon 186 bin kişidir. Bu sayının yaklaşık 5,7 milyon kişisi “sadece internet bankacılığı” işlemi yaparken 19,4 milyon kişisi “sadece mobil bankacılık” işlemi yapmıştır. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 7,1 milyon kişidir. Toplam (bireysel ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısında bir önceki döneme göre 1 milyon 539 bin kişi artmıştır.

2017 yılında Avrupa ülkeleri arasında yapılan bir araştırmaya göre bazı Avrupa ülkelerinin internet bankacılığı kullanım oranları şu şekildedir:

Norveç: %92 ile en yüksek orana sahipken sırasıyla,

- Danimarka: %90,
- Hollanda: %89,
- İngiltere: %68,
- Almanya: %56,
- Slovakya: %51
- Bulgaristan: %5 ile en az internet bankacılığı kullanım oranına sahiptir

(<https://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/>, Erişim Tarihi: 01.08.2018)

1.2.2. İnternet Bankacılığının Türkiye'deki Gelişimi

Türkiye'nin internet bankacılığı ile tanışması ise Türkiye'nin ilk özel bankası olan Türkiye İş Bankası aracılığı ile olmuştur. Türkiye İş Bankası 1987 yılında elektronik bankacılığın temeli olan ATM (Automatic Teller Machine) kullanımını başlatmıştır (Polatoğlu ve Ekin , 2001).

ATM cihazları, banka tarafından müşterilere verilen plastik bir kart ile neredeyse şubeden yapılabilecek tüm bankacılık işlemlerinin yapılmasına yarar. Günümüzde ATM'lerde plastik kartlar haricinde, parmak izi, avuç içi izi, telefon kamerasıyla barkod

okuma, telefona banka tarafından gönderilen mesaj aracılığı ile ve bluetooth teknolojisi gibi pek çok yolla işlem yapılabilmektedir.

ATM cihazlarından sonra bankacılık hizmetlerinde yapılan en önemli ikinci hizmet olarak telefon bankacılığı hayatımıza girmiştir. Bankalar tarafından oluşturulan çağrı merkezleri aracılığıyla müşteriler hesaplarına ulaşabilmektedir. Telefon bankacılığından sonra bankacılık sisteminde çığır açan bir diğer olay da internet bankacılığıdır. ATM cihazlarında olduğu gibi internet bankacılığını da ülkemize getiren banka, Türkiye'nin ilk özel bankası olan; Türkiye İş Bankası'dır. 1997 senesinin Haziran ayında internet bankacılığını müşterilerin hizmetine sunan Türkiye İş Bankası'nı temmuz ayında Garanti Bankası takip etmiştir (Ortuç, 2003).

Türkiye İş Bankası'nda sonra Garanti Bankası, Osmanlı Bankası, Pamukbank, Esbank, Akbank ve Yapı Kredi bankaları da internet bankacılığı hizmetini kullanmaya başlamışlardır. Günümüzde de bankalar internet bankacılığı hizmetlerini geliştirerek hala müşterilerine hizmet vermektedirler. Türkiye Ticaret Bankaları, internet bankacılığını 1997'den bu yana müşterilerin hızlı, etkili ve kolay hizmet almak istemeleri, bilgisayar kullanımının artması, bankacılık ve finans sektöründeki düzenlemelere dayanarak bir dağıtım kanalı olarak kabul etmektedir. Ancak müşteriler hala kafalarındaki soru işaretlerini ve internete olan güven duygularını yenemedikleri için internet bankacılığı kullanımına sıcak bakmamaktadırlar. Türkiye Bankalar Birliği'nin yayınladığı "İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri Mart 2016" raporuna göre İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı Mart 2016 itibariyle, 45 milyon 701 bin kişi olmuştur. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı ise 24 milyon 905 bin kişidir. Ocak-Mart 2016 döneminde 17 milyon bireysel müşteri en az bir kez internet bankacılığı giriş işlemi yapmıştır. Bu miktar, toplam kayıtlı bireysel müşteri sayısının yüzde 38'ini oluşturmaktadır. Ocak-Mart 2016 döneminde, aktif bireysel müşteri sayısında bir önceki yılın aynı dönemine göre 3 milyon kişi, bir önceki üç aylık döneme göre ise 1 milyon 61 bin kişi artış olmuştur.

Tablo 2: Aktif Dijital Bankacılık Müşteri Sayıları

	Temmuz-Eylül 2017	Ekim Aralık 2017
Bireysel Müşteri Sayısı (bin kişi)	30.653	33.374
Kurumsal Müşteri Sayısı (bin kişi)	1.533	1.615
Toplam Aktif Dijital müşteri sayısı (bin kişi)	32.186	34.990

Kaynak: https://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistikraporlar/Internet_Bankaciligi_ve_Mobil_Bankacilik_Istatistikleri/2505

Aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerinin 23 milyon 415 bin kişisi erkek (yüzde 70), 9 milyon 959 bin kişisi kadın (yüzde 30) müşterilerdir. Ekim-Aralık 2017 dönemi içinde aktif bireysel dijital bankacılık müşterilerin yaş grupları bazında dağılımında ilk sırayı yaklaşık 12 milyon 273 bin kişi ile 36-55 yaş grubu almaktadır. Bunu, 11 milyon 117 bin kişi ile 26-35 yaş grubu, 7 milyon 542 bin kişi ile 18-25 yaş grubu izlemektedir. 56-65 yaş grubundaki aktif bireysel dijital bankacılık müşteri sayısı ise 1 milyon 692 bin kişidir.

Ekim-Aralık 2017 dönemi içinde toplam (bireysel ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 34 milyon 990 bin kişidir. Bu sayının yaklaşık 5,5 milyon kişisi “sadece internet bankacılığı” işlemi yaparken yaklaşık 22 milyonu “sadece mobil bankacılık” işlemi yapmıştır. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 7 milyon 676 bin kişidir. Toplam (bireysel ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısında bir önceki döneme göre 2 milyon 804 bin kişi artış olmuştur (TBB.2017).

1.2.3. İnternet Bankacılığı İşlemleri

Teknolojinin gelişmesiyle beraber internet bankacılığı hizmetleri de giderek çeşitlenmektedir. İnternet bankacılığı ile yapılabilecek işlemler günümüzde genel olarak şöyledir (Chou, D.C. ve Chou, A.Y., 2000: 51-57):

- Hesap bakiyesin kontrol etme ve hesap Ekstreleri,
- Kendi bankasındaki başka bir hesaba para gönderme (Havale),

- Virman(Müşterinin kendi hesapları arasında yaptığı parasal işlemler),
- Başka banka hesaplarına para gönderme (EFT),
- Yurtdışı döviz işlemleri,
- Mevduat ve yatırım Hesapları arasında para akışı,
- Vergi ödemeleri,
- SGK ödemeleri,
- Trafik ceza ödemeleri,
- Fatura ödemeleri,
- Kredi kartı borç özetini görüntüleme,
- Kredi kartı bilgileri,
- Kredi kartı borç ödeme,
- Kredi kartından nakit veya taksitli nakit avans çekme,
- Sanal kart işlemleri,
- Döviz işlemleri,
- Yatırım işlemleri,
- Devlet tahvili işlemleri,
- Hazine bonosu işlemleri,
- Repo işlemleri,
- Kredi kartı başvuruları,
- Kredi başvuruları,
- Anlık döviz kurlarını öğrenme,
- Vadeli-vadesiz hesap açma-kapama işlemleri
- Otomatik ödeme talimatları verme.

Tablo 3: İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler

	Temmuz-Eylül 2017		Ekim-Aralık 2017	
	İşlem Adedi(Milyon)	İşlem Hacmi(MilyarTL)	İşlem Adedi(Milyon)	İşlem Hacmi(MilyarTL)
Para Transferleri	65	794	71	957
Ödemeler	39	49	40	57
Yatırım İşlemleri	11	202	12	249
Kredi Kartı İşlemleri	9	19	9	21
Diğer Finansal İşlemler	3	50	3	32
Toplam	126	1.113	137	1.317

Kaynak: TBB / İstatistiki Raporlar /İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri /Aralık 2017

1.2.4. İnternet Bankacılığı Araçları

Teknoloji geliştikçe kişiler ve kurumlar çağa ayak uydurarak tüm işlerini hızlı, basit ve sorunsuz şekilde yapmak istemektedirler. Çağı yakalamak her zaman bir adım önde olmak demektir. İletişim sektörünün her zaman güncel teknolojiyi takip etmesi, bilginin daima ulaşılabilir olmasını sağlamaktadır. İnternetin gelişmesiyle beraber günlük yaptığımız hemen hemen her işlem elektronik ortama taşınmıştır; e-okul, e-posta, e-devlet, e-ticaret gibi. Bankacılık sektörü de bu durumdan etkilenecek e-bankacılığa hızlı bir geçiş yapmıştır. Elektronik bankacılık, bankacılık hizmetlerine ulaşmamız için bizi herhangi bir mekana, herhangi bir saat dilimine bağlı kılmamaktadır (Yazıcı, 2004: 159).

Elektronik bankacılık, geleneksel bankacılık yöntemlerine bağlı kalmadan bankacılık hizmetlerinden yararlanmayı sağlamaktadır. Türkiye'de faaliyet gösteren bankalar 20. Yüzyılın son çeyreğinde ülke dışına açılmaya başlamıştır. Sundukları hizmetlerin kalitesini artırarak tam rekabet piyasasında tutunmayı amaçlayan bankalar, bu konuda bilgi teknolojilerinden yararlanarak yatırımlarını bu yönde kanalize etmişlerdir. Türkiye'nin geleneksel bankacılıktan şubesiz bankacılığa geçici 1900'lü yılların ilk yarısında olmuştur. Bilgi teknolojisi araçları olan bilgisayar ve iletişim

araçlarının yardımı ile bankacılık hizmetlerinin çeşitliliği, niteliği artarak bankaların hizmet algısında büyük bir değişikliğe gitmesini sağlamıştır (Bensghir, 1996: 273).

Basel Bankacılık Denetim Komitesi'nin, elektronik kanallar aracılığıyla bankacılık ürün ve hizmetlerinin sağlanması olarak tanımladığı, elektronik bankacılık hakkında üç yayımı vardır (Bayoğlu, 2010: 42):

- 20 Mart 1998, Elektronik Bankacılık ve Elektronik Para Faaliyetleri İçin Risk Yönetimi,
- Elektronik Bankacılığa İlişkin Risk Yönetimi İlkeleri, 17 Temmuz 2003,
- Ağustos 2003, Sınır Ötesi Bankacılık Faaliyetlerinin Yönetimi ve Denetimi

Teknoloji ve bankacılık hizmetlerinin entegre olması ile birlikte birçok elektronik bankacılık ürünü bankalar tarafından kullanıma sunulmuştur. İnternet bankacılığı, teknolojinin gelişmesiyle beraber hayatımıza girmiş bir alternatif dağıtım kanalı ve elektronik bankacılık ürünüdür. İnternet bankacılığı tüm elektronik bankacılık ürünleri sonunda ayrı bir bölüm olarak ele alınacaktır.

1.2.4.1. Nakit Yönetimi

Nakit; para veya vadesiz mevduat demektir. Nakit yönetimi ise, nakit fazlası ve açıklarına neden olmadan işletmede bulundurulmasını gerektiren etkin düzeydeki para miktarını ifade etmektedir. İşletmenin kasasında bulundurması gereken tutar, ödeme ve alacaklar dengesini kurarak belirlenir (Çankaya, 2012).

Hayatımıza hızlı ve etkili bir giriş yapan internet, ticari hayatın da vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Rakiplerinin önüne geçmek isteyen her firma, teknolojik gelişmeleri yakından takip etme ve kendini çağa uydurma ilkesini benimsemelidir. İnternet ortamında zaman ve mekan kavramı olmadığı için ticari anlamda öne çıkan sorunların çoğu ortadan kalkmıştır. Firmalar online alışveriş siteleri kurarak, diğer firmaların kurduğu sitelerdeki ürün ve fiyat listelerinden kendi sitesi ile karşılaştırarak, piyasaya hakim olabilir ve stratejilerini belirleyebilmektedirler. Ayrıca müşteriler de,

dünyanın neresinde ve saat kaçta olursa olsunlar, firmaların ürünlerini ve hizmetlerini inceleyerek, sipariş verebilir ve ödeme işlemlerini de gerçekleştirerek, diledikleri ürün veya hizmete sahip olabilirler. Bu sayede internet üzerinden satış yapma sisteminde de rekabet arttığı için sunulan malın kalitesi artacak ve uygun fiyat seçenekleri çoğalacaktır. İnternet üzerinden online satış yapan firmaların ve alışveriş yapan müşterilerin önem verdiği unsurlardan biri de para transferlerinin güvenilir, hızlı ve doğru bir şekilde yapılmasıdır. Bu noktada da bankalar devreye girmektedir. Dünya üzerinde pek çok kez ekonomik krizler yaşanmıştır. Bunlardan en yakın tarihlisi de 2008 dünya ekonomik krizidir. Enerji ve petrol fiyatları düşmüş, arz-talep arasında büyük bir fark oluşmuş ve enflasyonun düşüşe geçmesine neden olacak daha pek çok ekonomik unsur etkili olmuştur. 2011 yılında Avrupa ülkelerinde yaşanan borç krizinden yine tüm dünya olumsuz etkilenerek bir kriz başlamış, bu nedenle merkez bankaları faizleri düşürme yoluna gitmişlerdir. Bankacılık sektörü de bu krizden en az düzeyde etkilenmek için verimliliği artırma, operasyonel işlemlerin maliyetini düşürme gibi yöntemlere başvurmuşlardır. Bu stratejiyi uygularken de en etkili yöntem olarak internet bankacılığı ve alternatif dağıtım kanalları (ADK) seçilmiştir. Zaman ve mekandan bağımsız olarak bankacılık işlemlerinin gerçekleşmesini sağlayan internet bankacılığı, alternatif bir dağıtım kanalıdır (Altınışik, 2000).

ING Bank, Türkiye dahil 13 Avrupa ülkesinin yanı sıra ABD ve Avustralya'da gerçekleştirdiği Mobil Bankacılık 2016 Raporu'nun sonuçlarına göre mobil bankacılığın nakit yönetimine olumlu etkisi en çok Türkiye'de kendini gösteriyor. ING Bank'ın 15 bine yakın katılımcıyla gerçekleştirdiği araştırmadan öne çıkanlar özetle şöyle: Avrupalı tüketiciler arasında mobil bankacılık kullanım oranı yüzde 41'lik seviyesinden yüzde 47'ye çıktı. Yüzde 16'lık kesim de önümüzdeki bir yıl içinde mobil bankacılığa geçmeyi düşünüyor. Türkiye ise mobil bankacılıkta yüzde 44'lük aktif kullanım ve yüzde 15'lik bir yıl içinde yeni kullanım beklentisine sahip. Avrupa'daki mobil cihaz sahiplerinin yüzde 66'sı son 12 ay içinde en az bir kez mutlaka mobil alışveriş yapmış. Katılımcıların yüzde 85'i, gelecek 12 ay içinde daha az nakit kullanacağını belirtiyor. Amerikalıların yüzde 78'i ve Avrupalıların yüzde 71'i mobil bankacılığın nakit yönetimine olumlu etkisi olduğuna inanırken, bu konuda en iyimser ülke Türkiye. Türkiye'deki tüketiciler arasında bu oran yüzde 85. Katılımcıların yüzde

23'ü mobil bankacılık sayesinde hiçbir fatura ödemesini kaçırmadıklarını, yüzde 16'sı ise mobil çözümler sayesinde daha fazla tasarruf yapabildiklerini ifade ediyor. Tüketicilerin mobil bankacılık kanallarını günlük bazda ne kadar sıklıkta kullandıklarını konusunda ise sıralama şu şekilde: Yüzde 19 ile internet bankacılığı yüzde 12 ile mobil bankacılık ve yüzde 5 ile ATM'ler. Mobil cihazlardan 2015'te ve 2016'da yapılan alışverişler incelendiğinde Avrupa ortalaması yüzde 58'den yüzde 66'ya yükseldi. Türkiye mobil alışverişteki liderliğini korurken; geçen yıl yüzde 84 olan oran bu yıl yüzde 88'e çıktı (<http://odemeteknolojileri.com/2016/08/mobil-bankacilik-2016-raporu/>, Erişim Tarihi : 01.04.2017)

1.2.4.2. Akıllı Kartlar

İlk kez 1970'lerin başında Fransa'da telefon kartlarında akıllı kart özelliği kullanılmaya başlanmıştır. Avrupa ve ABD kimliklerde, sağlık kartlarında, mobil telefonların SIM kartlarında ve kredi kartlarında kullanılarak akıllı kart sistemini geliştirmiştir (Kara, 2002).

Ülkemizde 2008'e kadar çipsiz, manyetik bantlı kartlar kullanılmıştır. Manyetik alan üzerinde kullanıcıların; adı-soyadı, şifre bilgisi, hesap bilgileri gibi temel unsurlar yer almaktaydı ve kullanıcı imza atarak işleme onay vermekteydi. Ancak bu manyetik alanın yetersiz olmasından dolayı çoğu bilgi depolanamamaktaydı ve buradaki bilgiler kolayca kopyalanabilmekteydi. Bu yüzden kartlara çip özelliği getirilerek bilgi depolama alanı ve güvenlik önlemleri artırılmış oldu (BKM,2003).

Akıllı kartlar oldukça gelişmiş bir güvenlik sistemine sahiptirler. Kart bilgilerinin başkaları tarafından kopyalanması oldukça zor ve kartın alacağı fiziki darbelerle karşı dayanıklı olması akıllı kartların temel özelliklerindedir (Yılmaz, 1999):

Akıllı kartlar kendi arasında ikiye ayrılır:

Temaslı Kartlar: POS cihazlarının içine yerleştirdikten sonra işleme onay veren kartlardır.

Temassız Kartlar: Kart okuyuculara ihtiyaç duymadan işlem yapılmasına izin veren kartlardır. Kartın içinde bulunan anten sayesinde radyo frekansları aracılığı ile işlem gerçekleştirilir.

1.2.4.3. Elektronik Cüzdan

Teknolojinin gelişmesiyle doğru orantılı olarak bankacılık sektörü de gelişmiştir. Bankalar, online alışveriş sitelerini kullanan müşterileri için bir elektronik cüzdan uygulamasını geliştirmişlerdir. Bu uygulama mobil cihazlarla uyumlu olarak kullanıcıların banka bilgileri ile entegre çalışmaktadır. Kullanıcıların bilgileri bir defalığa mahsus olmak üzere tanımlanarak, internet alışverişlerinde bu bilgiler kullanılmaktadır (Yücel, 2012: 26).

Elektronik cüzdanlar dörde ayrılmaktadır (Keyes, 1999):

Site Cüzdanı: Web sitelerine özel olarak tasarlanırlar.

Ayrı Cüzdanlar: Belirlenen servis sağlayıcıları ve satıcı arasındaki işlemlere özel olarak tasarlan cüzdanlar.

Grup Cüzdanları: Kullanıcıların cüzdan yazılımlarını mobil cihazlarına yükleyerek satıcı ile bilgilerini paylaşmasını sağlayan ve cüzdan yazılımını yapan firma ile satıcılar arasında bir

Kişisel Cüzdanlar: Herhangi bir sunucuya ihtiyaç duymadan kullanıcıların diledikleri internet sitesi aracılığı ile işlem yapmasını sağlayan cüzdanlardır.

1.2.4.4. Elektronik Para

Elektronik para ihraç eden kuruluş tarafından kabul gören fon karşılığı ihraç edilen, elektronik olarak saklanan bir değerdir. Kanunda tanımlanan ödeme işlemlerini gerçekleştirmek için kullanılan ve elektronik para ihraç eden kuruluş dışındaki gerçek ve tüzel kişiler tarafından da ödeme aracı olarak kabul edilen parasal değerdir (BDDK, 2014).

1.2.4.5. Kredi Kartları

Nakit para yerine geçecek olan ilk kredi kartı 1950'de Dinners Club tarafından çıkarılmıştır ve kısa zaman içinde Amerika'da yaygınlaşmıştır (BKM, <http://www.bkm.com.tr>, Erişim Tarihi 04.06.2017)

Ülkemize kredi kartının girişi 1968'de Dinner Club ve American Express aracılığı ile sağlanmıştır. 1980lerin başında ülkemizde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1990'da Bankalar Arası Kart Merkezi'nin kurulmasıyla kredi kartı kullanımı ülke geneline yayılmaya başlanmıştır (Erdem ve Efiloğlu, 2002 :30-48).

Bankalar Arası Kart merkezi verilerine göre, 2015 yılı Mart ayı kartlı ödeme verilerini açıkladı. BKM açıklamasına göre; Mart ayı sonunda Türkiye'de 108 milyon banka kartı ve 58 milyon kredi kartı bulunmaktadır. 2014 yılı Mart ayı ile kıyaslandığında banka kartındaki %6'lık artışa karşın kredi kartı sayısının neredeyse artmadığı görülmektedir. Son 12 ayda 200 bin adet artan kredi kartı sayısı 58 milyona yeni ulaşmıştır.

Tablo 4: Kart Sayıları Milyon Adet Gelişimi

Kredi Kartı	2014 Mart	2015 Mart	Değişim
Kart Sayıları(Milyon Adet)	57	58	%6
Kartlı Ödeme Tutarları (Milyar TL)	33,2	42,2	%19

Kaynak: BKM 2015 yılı ilk çeyrek verileri, <http://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2015/07/BKMAylikBulten201503.pdf> Erişim Tarihi, 20.11.2017

1.2.4.6. Sanal Kredi Kart

Sanal Kart ile tüm yurt içi ve yurt dışı internet sitelerinden güvenle ve kolaylıkla alışveriş yapabilir. Fiziki kredi kartına bağlı olarak çalışan, kartın fiziki olarak bulunmadığı ve dolayısıyla kayıp/çalıntı riski taşımayan, internet ve mail order alışverişlerinizde kullanılabilen bir kredi kartıdır (Vakıfbank, 2017)

1.2.4.7.Akıllı Anahtarlar

Akıllı anahtar sistemi ikili güvenlik aşamasından oluşur. İnternet bankacılığına giriş şifresinin yanı sıra akıllı anahtarların oluşturduğu 8 haneli şifre kullanılır ve bu şifre her seferinde değişir (Usta, 2005: 279-290).

1.2.4.8.SWIFT

Yurt içi ve yurt dışındaki bankalara döviz transferi işlemlerinin kolayca gerçekleştirmeye yarayan bir sistemdir. Her bankanın kendine ait bir SWIFT kodu vardır. Banka Swift kodları 11 haneden oluşur. Eğer Swift kodu 11 haneden az ise, sonuna X harfi ekleyerek 11 haneye tamamlanmalıdır (www.garanti.com.tr, 2017).

1.3. DİJİTAL BANKACILIK DAĞITIM KANALLARI

Bankalar, dijital bankacılık sayesinde müşterilerine pek çok ayrı kanaldan hizmet verebilmektedirler. Bu bölümde bu kanallardan bahsedip, esas konumuz olan 'İnternet Bankacılığı' dağıtım kanalını ayrı bit bölüm olarak ele alacağız.

1.3.1.Telefon Bankacılığı

Çıkış noktaları Amerika ve İngiltere'dir. Önceleri sadece müşterilerin banka şubelerine uğramadan telefon ağı altyapısıyla, numaraları tuşlayarak hesap bakiyelerini öğrenebilmelerine yarayan bu sistem günümüzde 7 gün 24 saat hizmet veren çağrı merkezleriyle pek çok bankacılık hizmetinin sunulmasına olanak vermektedir (Coşkun, 2012).

Müşteriler bankaların kurdukları "Çağrı Merkezi (Call Center)" ile birebir iletişime geçerek ya da ses kayıtlı otomatik yanıt sistemiyle bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler. Genellikle 444 ve 850 ile başlayan iletişim numaralarına sahip çağrı merkezlerinde güvenlik büyük önem arz etmektedir. Arayan müşterilerden önce kendilerine tahsis edilen kullanıcı kodunu ve şifresini tuşlamaları istenmektedir. Ancak müşteri bu bilgilerini bilmiyor veya hatırlamıyorsa, kişiye kimlik bilgileri sorularak telefonlarına bir doğrulama kodu gönderilir böylece banka hesaplarına güvenli bir erişim sağlanır. Bunun yanı sıra bankacılık gibi azami dikkat ve sabır gerektiren bir işin gereği olarak çağrı merkezinde yapılan her işlem sesli kayıt altına alınarak ileride doğabilecek problemlerin önüne geçmeye ve hizmet kalitesi artırılmaya çalışılır. Çağrı merkezlerinde yapılan işlemlerin ardından müşteriler eğer işlem dekontlarını talep ederlerse elektronik posta veya faks yoluyla kendilerine iletilir. Telefon bankacılığı, şube bankacılığına göre daha az, internet bankacılığına göre daha çok maliyetlidir (Parasız, 2015:324).

Telefon bankacılığı ile yapılabilecek işlemler:

- Bakiye sorma,
- Hesaplar arasında virman,
- Havale yapma,
- Fatura ödeme,
- Kredi kartı borcu sorgulama ve ödeme,
- Döviz işlemleri,
- Vadeli-vadesiz hesap açma,
- Vergi ve sigorta primi ödemeleri,
- Yatırım hesabı işlemleri.

1.3.2. POS (Point of Sale- Satış Noktaları)

İlk POS cihazı 1973 senesinde IBM tarafından tasarlanmış, 1974'te de ABD marketlerinde kullanılmaya başlanmıştır. Müşteriler banka kartları, kredi kartları veya kimlik bilgileri ile hizmet ve ürün ödemeleri yapabilmekteydi (Kayan, 2009:8).

Bir diğer ismi de (EFTPOS) olan bu sistemin çalışabilmesi için müşterinin kişisel verilerini taşıyan bir karta ve bu karta aktive etmeye yarayacak bir şifreye, üye işyerinin de telefon hatlarına bağlı çalışan bir elektronik terminale ve bu terminale bağlı klavyesi bulunmalıdır. Gittide nakit para kullanımı azaldığı için ve bunun yerine kartla ödeme sistemi yaygınlaştığından dolayı POS cihazlarının sayısı oldukça artmaktadır (Korkmaz ve Gövdeli, 2005).

POS cihazı kullanırken şunlara dikkat edilmelidir;

- Şifrenizin sizden başka kimse tarafından görülmediğinden emin olunmalı,
- Eğer şüphe duyuyorsanız kartınızın şifresini derhal değiştirmeli
- Güvenlik açısından şifre belirlerken doğum tarihi kullanılmamalı,
- Şifreler yazılı olarak muhafaza edilmemelidir..

1.3.3. ATM (Automatic Teller Machine)

İlk örneğini, 1967 senesinde Barclays Bank, İngiltere'de hizmete sunmuştur. ATM'ler ilk zamanlarda sadece müşterinin banka müşterilerinin banka şubelerine gitmeden hesabında bulunan parayı çekebilmelerine yarıyordu. Ancak günümüzde ATM'lerden hemen hemen her türlü bankacılık hizmeti alınabilmektedir. Müşterilerin ATM'den işlem yapabilmesi için kendisine tahsis edilen kullanıcı kodunu ve şifresini cihaza tanımlatması veya plastik kartını cihaza yerleştirdikten sonra kart şifresini girmesi gerekmektedir (Korkmaz ve Gövdeli, 2005:2).

Türkiye'de ilk ATM cihazı "Bankamatik" adı ile 1982 senesinde çevrimdışı olarak hizmete sunulmuştur. 1987 yılına gelindiğindeyse günümüz ATM teknolojisine

yakın bir sisteme sahip olan ‘‘Bankamatikler’’ ülkenin dört bir yanına yayılmaya başladı. 1990’ların ortalarında ise bu cihazlardan yararlanma oranı ABD ve İngiltere’deki oranlardan yüksekti (www.isbank.com.tr, 2017).

ATM cihazları 7/24 hizmet sunmaktadır. ATM cihazlarının yaygınlaşması ile birlikte hem müşteriler günün her saati işlemlerini gerçekleştirebilmekte hem de bankalar her yere hizmet götürebilmektedir. ATM sayısının artmasıyla bankalar şube ağlarını genişletmek zorunda kalmamakla birlikte, ATM cihazlarının bakımını ve para yüklemelerini gerçekleştirecek personel dışında çalışan maliyetlerine katlanmak zorunda kalmamaktadırlar (Buğdaycı, 2007: 30).

ATM cihazlarında yapılabilecek işlemler;

- Para yatırma,
- Para çekme,
- Havale yapma,
- Döviz işlemleri,
- Fon, hazine bonosu alım-satımı,
- Repo ve menkul kıymet işlemleri,
- Hesap bakiyesi sorgulama,
- Kredi kartı borcu sorgulama ve borç ödeme.

1.3.4. Mobil Bankacılık

Günümüzde hemen hemen herkesin akıllı telefon kullanması sayesinde oldukça yaygınlaşan bir alternatif dağıtım kanalıdır. Müşteriler zaman ve mekan ayrımı yapmadan akıllı telefonlar ve tabletler ile mobil bankacılık hizmetlerinden yararlanabilmektedir. Mobil bankacılığa; telefona SMS ile gelen mobil onay kodu, WAP destekli telefonlar ile internet tabanlı işlemler, avuçiçi ve parmakizi okuyucu sistemler ile giriş yapılabilmektedir (Yurttadur ve Süzen, 2016:97)

1.3.5. Dijital Televizyon Bankacılığı

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte televizyonların interaktif ve akıllı cihazlara dönüşmesi sayesinde, televizyonlar da bankacılık işlemleri için kullanılabilirlerdir (Yurtadur ve Süzen, 2016: 97).

1.3.6. Ev ve Ofis Bankacılığı

Bilgisayar ve internet kullanımının yaygın olmadığı zamanlarda ev ve ofis bilgisayarlarının kablo aracılığı ile banka sistemine bağlanması ile oluşturulan alternatif dağıtım kanalıdır. Gelişen teknoloji ile birlikte bu sistemin yerini internet bankacılığı almıştır (Eriş, 2013).

1.3.7. Mail Order

Müşterilerin mekan ve zaman gözetmeksizin; telefon, faks veya posta aracılığı ile sipariş verebileceği cihazlardır. İşlemin bedelini tahsil edebilmek için, fiziksel bir kart kullanımı gerektirmeden sadece kartın numarası, son kullanma tarihi ve güvenlik numarası ile işlem tamamlanır (www.halkbank.tr, 2018).

1.3.8. Görüntülü Bankacılık (Video Bank Branch-VBB)

Bu cihazlarda müşteri, banka personeli ile görüntülü konuşma imkanı elde etmektedir. Kimlik bilgileriyle dilediği hemen hemen tüm işlemleri yapabilen müşteriler bir simülasyondaymış gibi bankacılık hizmetlerinden yararlanabilmektedir (<http://www.tumsas.com.tr/tr/goruntulu-bankacilik.html>, Erişim Tarihi 15.12.17)

1.3.9.Kiosk (Kabin) Bankacılığı

Banka şubelerinin yanında ayrı bir bölme olarak veya alışveriş merkezlerinde bulunan bu alternatif dağıtım kanalı, müşterilerin internet bankacılığı işlemlerini yürütebileceği sistemler ve ATM cihazları ile donatılmış olup hızlı ve kolay bankacılık hizmeti alınmasını sağlamaktadır.

1.4. İNTERNET BANKACILIĞINDA GÜVENLİĞİN ÖNEMİ VE İNTERNET BANKACILIĞINA DAİR GÜVENLİK STANDARTLARI

İnternet herkese açık global bir yapı olduğu için iyi niyetli kullanıcılar olduğu kadar, kötü niyetli kullanıcılar yani "internet korsanları" olarak tabir edilen kişiler de bu yapıya dahildir. Bu bölümde internet korsanlarının kullandığı zararlı yazılımlar ve bu yazılımlara karşı alınması gereken önlemler açıklanacaktır.

1.4.1. İnternet Bankacılığındaki Tehditler

İnternet bankacılığını kullanan bireysel ve kurumsal müşteriler olası bir güvenlik açığı riski ile karşı karşıyadırlar. Her ne kadar bu güvenlik zaafı bertaraf edilmeye çalışılsa da interneti kötü amaçları için kullanan kişiler, diğer internet kullanıcılarının bilgisayarlarına, e-postalarına veya banka hesaplarına zararlı yazılımlar aracılığı ile ulaşabilmektedirler.

1.4.1.1. İşletim Sistemi ve Kullanıcı Hesapları Güvenlik Açıklar

Piyasadaki tüm işletim sistemlerinde güvenlik açıkları vardır. İşletim sistemini piyasaya sunan firma bu açıkları bulduğunda yama ve güncelleme dosyalarını kullanıcılara ulaştırarak bu açığı önlemeye çalışır. İnterneti kötü amaçlı kullanan kişilerin bu açıkları takip ederek gerekli güncellemeyi yapmayan kullanıcıların bilgisayarlarına girerek kişilerin bilgilerini ele geçirilebilmektedirler. Bilgisayarda

yönetici ve sahte yönetici hesapları oluşturulmalıdır. Bu sayede bilgisayara dışarıdan yapılacak müdahalelerin önüne geçilebilir (2004 Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir PC İçin, CHİP, Sayı.2004/4, Nisan 2004,pp.44-61).

1.4.1.2. Arama Motorlarındaki Açıklar

Günümüzde bilgisayarlarda pek çok arama motoru kullanılmaktadır. Bu arama motorları her zaman güncel halde kullanılmalıdır ki sağlıklı bir internet bağlantısı yapılabilir. Örneğin; Microsoft İnternet Explorer, SpywareBlaster ile Mozilla Firefox, Mozila Thunderbird programları ile koruma altına alınabilir (Tehlikeli Yazılımlar 1/Free KGB Keylogger 02.08.2008, https://www.chip.com.tr/blog/neco/Tehlikeli-Yazilimler-1-Free-KGB-Keylogger_1180.html, Erişim Tarihi, 15.12.17)

1.4.1.3. Sahte ve Casus Yazılımlar

Sahte yazılımlar, bilgisayarlarda mevcut bulunan yazılımlar veya lisanslı yazılım programları dışında, internet üzerinden yasadışı yollardan elde edilen programlardır. Bu programlar bilgisayarlara indirilirken birçok zararlı programda beraberinde bilgisayara girer. Casus programlar ise bizim internette yaptığımız işlemleri takip ederek kayıt altına alan ve bu kayıtlar nihayetinde istemediğimiz reklam ekranlarının açılmasına neden olur. Bu yazılımlar özel dosyalarımızı kötü niyetli kullanıcılara gönderen zararlı yazılımlardır (Canbek ve Sağıroğlu, 2007).

1.4.1.4. Tuş Kaydediciler (Keylogger)

İnternet bankacılığı kullanan bireysel veya kurumsal müşterilerin, klavye hareketlerini kaydederek, şifrelerini ele geçiren zararlı yazılımlardır.

1.4.1.5. Ekran Kaydediciler (Screenlogger)

Çalışma prensibi keyloggerla aynıdır. Fakat daha gelişmiş bir zararlı yazılım olup sadece klavye hareketleri değil ekran görüntülerini de kaydederek kötü niyetli kullanıcıya iletir.

1.4.1.6. Çevrimiçi Dolandırıcılık (Pharming)

İnternet korsanlarının, genellikle internet bankacılığı kullanıcılarının kişisel verilerini ele geçirmek için, kullanıcının güvendiği bir banka sitesinin kopyasını hazırlayarak kullanıcıyı kendi hazırladığı başka sahte bir siteye yönlendirmesidir (www.microsoft.com, Erişim Tarihi 15.12.2017).

1.4.2. İnternet Bankacılığı Tehditlerine Karşı Alınması Gereken Önlemler

İnternet bankacılığını kullanıcılar açısından cazip hale getirmenin en önemli unsuru güvendir. İnternet 21. YY'ın başlarından itibaren günlük hayatımızda oldukça önemli bir yer kaplamaya başlamıştır. Günlük bankacılık işlemlerimizin pek çoğunu internet aracılığı ile yaptığımız bir gerçektir. İnternet bankacılığı kullanan bireysel//kurumsal müşterilerin sayısı yadsınamaz olsa da bazı müşteriler hala bu yeni teknolojiye pek sıcak bakmamaktadır. Bunun temel nedeni de her ne kadar birçok önlem alınmış olsa da bazı güvenlik sorunlarının mevcut olmasıdır. İnternet bankacılığı işlemlerinin güvenli bir şekilde yapılabilmesi bazı için tedbirler vardır. Kullanıcılar işlemlerini yapmadan önce bir dizi güvenlik prosedürünü gerçekleştirmek zorundadır (Weise, 2001 :3). Örneğin Türkiye İş Bankası'nın mobil uygulaması olan İşcep'i kullanmak isteyen müşterinin banka sisteminde kayıtlı olan telefon numarasına önce bir mobil onay kodu gönderilerek telefon numarasının doğruluğu kontrol edilir. Daha sonra doğruluğu teyit edilen bu telefon numarasına bir geçici şifre gönderilir. Müşteri 5 gün içerisinde bu geçici şifre ile İşcep'e giriş yaparak kendine kalıcı bir şifre belirler. Kalıcı şifresini belirleyen kullanıcıya İşcep kullanım şartları çerçevesinde, kalıcı şifresine ek

bir güvenlik önlemi olarak iki seçenek sunulur. Ya İşcep'e her girdiğinde banka tarafından yeni bir mobil onay gönderilecek ya da kullanıcının kendi belirleyeceği bir "Cep Anahtar" şifresi ile sisteme giriş sağlanacaktır.

Elektronik ortamda güvenliğin sağlanması açısından her ne kadar azami tedbirler alınsa da ticari casusluk ve siber saldırıların önüne pek geçilememiştir. Ancak bu güvenlik sorununu ortadan kaldırmak için pek çok yöntem geliştirilmiştir. Bunlardan bazıları;

1.4.2.1. Açık Anahtar Altyapısı

Verilerin aktarımında yaygın kullanılan bir yöntemdir. Bu sistemde asimetrik şifreleme yöntemiyle üretilen ve yönetilen anahtarlar temel alınır. Bu sistemde iki taraf mevcuttur. Bu taraflar asimetrik şifreler kullanarak bir oturum anahtarı belirler ve kendi aralarında oluşturulan simetrik şifreleme yöntemiyle iletişim sağlanır. Bu sistem asimetrik kriptografi sistemlerinin gerçekleşmesi ve açık, özel anahtarları yönetmek için kullanılır. Bu sayede taraflar güvenilir bir şekilde işlemlerini gerçekleştirebilirler. Açık Anahtar Sistemi'nin temel bileşenleri (www.siberportal.org, 2017)

Sertifika Otoritesi: Sistemin en yüksek ve diğer kullanıcılarının tamamının güven duyduğu bir mertebedir. Bu otorite diğer sertifika sahiplerinin kimlik ve açık anahtar eşleşmelerinden sorumludur. Sayısal sertifikalar üreterek bilgilerin güncelliğini korur ve iptal edilmesi gereken sertifikalar ile ilgilenir.

Kayıt Makamı: Sertifika talep edenleri kimlik denetimine tabi tutarak sertifika otoritesine yönlendirir.

Merkezi Sertifika Deposu: Sertifika ve iptal listeleri ile ilgilenen bölümdür.

Anahtar Çiftleri: Özel ve Genel Anahtarlardır.

Sayısal Sertifikalar: Sertifika otoritesi tarafından onaylanmış güvenlik araçlarıdır. Kullanıcılar sisteme giriş yapmaya çalışanların kendileri olduğunu ispat etmek için açık anahtarlarını Sertifika Otoritesine onaylattırır. Bu sayede Açık Anahtar

Sistemi ögeleri kullanıcının kimliğini teyit etmiş olur. Sayısal sertifikaların kullanıldığı bazı uygulamaları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Elektronik posta iletişimi,
- Kablosuz bağlantılarda güvenlik,
- VPN,
- IPSec ile güvenilir veri iletişimi,
- Web tarayıcılarında bulunan sertifika ile kimlik doğrulama işlemi
- EFS ile veri şifrelemesi,
- Disk şifreleme,
- Akıllı kart ile kimlik doğrulama ve oturum açma,
- SSL ve TLS ile güvenli veri iletişimi,
- LDAP,
- Dijital imza ile belgelerin imzalanması,
- Anlık mesajlaşma.

Sertifikanın geçerli sayılabilmesi için 3 önemli nokta vardır.

- Sistem saati, sertifikanın geçerliğinin başladığı ve sona erdiği tarihler arasında olmalı,
- İptal edilmemiş durumda olmalı,
- Makinede yüklü güvenli köklerden oluşmalı.

Alınacak sertifikalar; tarafsızlığı ve güvenilirliği doğrulanmış Sertifika Otoriteleri'nden temin edilmeli, en az 2048 bit anahtar çiftine sahip olmalı, sertifikalar sigorta koruması altında olmalı.

1.4.2.2. Elektronik İmza

Elektronik ortamdaki bir belgeye eklenerek imzalayanın kim olduğunu bilmeye yarayan bir sistemdir. 5070 Sayılı Kanun'a göre e-imza, ıslak imza hükmündedir. E-imza sertifikası, bu sertifikayı dağıtmaya yetkili kuruluşlar tarafından temin edilir. Bu kuruluşlar; (BTK, 2017):

- Elektronik Bilgi Güvenliği A.Ş. (E-Güven),
- TUBİTAK-UEKAE (Kamu. Sertifikasyon Merkezi),
- TürkTrust Bilgi İletişim ve Bilişim Güvenliği Hizmetleri A.Ş.,
- EBG Bilişim Teknolojileri ve Hizmetleri A.Ş. (E-Tugra),
- Emniyet Genel Müdürlüğü Sertifikasyon Merkezi (EGMSM),
- E-İmza Bilgi Güvenliği Hizmetleri A.Ş. (e-İmzaTR)

1.4.2.3. Mobil İmza

Cep telefonu ve GSM SIM kart kullanarak 507 sayılı Elektronik İmza Kanunu ile ilgili mevzuata uygun olarak ıslak imza eşdeğerinde işlemlerin güvenli bir şekilde yapılmasını sağlar (E-Devlet, 2017).

1.4.2.4. Güvenlik Duvarı

Güvenlik duvarı ağı ve internet ağı arasında tampon görevi koyan bir donanım ya da yazılım ögesidir. Sistemi kullanma yetkisi olmayan kişilerin ağa giriş yapmasını ve bilgilere ulaşmasını engelleyerek kötü niyetli kişileri sistemden uzaklaştırmaktadır. Buna ek olarak kullanıcıların ziyaret ettiği sitelerin güvenliğinden emin olmazsa işlemlerini kısıtlayabilmektedir. Bankalar sistemleri koruma altına almak adına birçok yatırım yapmakta ve güvenlik prosedürlerini artırmaktadır. İnternet bankacılığının tam anlamıyla güvenli sayılabilmesi amacıyla bankalar bağlantılarının ne gibi durumlarda farklı sistemlerle etkileşim içine girip giremeyeceklerini düzenlerler. Bu düzenlemeyi

yaparken kullanılan etmenlerden biri de güvenlik duvarlarıdır. Güvenlik duvarları sadece sistem güvenliğine tahsis edilmişlerdir. Güvenlik duvarları ana sistemle, dış sistemler arasında yer alır. Ana sisteme, dışarıdan gelen her bir bağlanma isteğini kontrol ederek tehlikeli bağlantıları engeller. Banka içi bağlanma istekleri de en az dışarıdan gelen istekler kadar denetime tabi tutulmaktadır (www.microsoft.com, 2017).

1.4.2.5. Güvenli Yuva Katmanı

1994 yılında Netscape Communications Corporation şirketi geliştirmiştir. Sunucu ile sisteme giriş yapmak isteyen kullanıcı arasında kurulacak iletişimin şifreli bir şekilde yapılmasını sağlayan, bu sayede bağlantının güvenli bir biçimde sağlanmasına yarayan protokoldür (Transport Layer Security, http://www.fact-index.com/t/tr/transport_layer_security.html , Erişim Tarihi 23.11.2017).

1.4.2.6. 3D Güvenlik Kodu Sistemi

Visa ve Mastercard tarafından tasarlanan bu sistemin amacı internet alışverişlerini güvenli bir hale getirmektir. Visa tarafından sunulan 3D Güvenlik sistemi Verified by Visa olarak adlandırılırken, MasterCard'ın sunduğu uygulamaya SecureCode denir (Maxinet Nedir? , <https://www.isbank.com.tr/TR/bireysel/kartlar/diger-kart-hizmetleri7> maxinet/Sayfalar/maxinet.aspx , Erişim Tarihi: 23.11.2017).

1.4.2.7. İki Faktörlü Kimlik Doğrulama Sistemleri

2000'li yılların başında kullanılmaya başlayan bu sistem bugün pek çok banka tarafından kullanılmaktadır. Bankalar internet bankacılığı hizmeti sunarken kullanıcı bilgi ve şifrelerini kontrol ederler. Kullanıcılar internet bankacılığı hizmetinden yararlanmak isterken bu bilgiler ile sisteme giriş yaptığında, kötü amaçlı bilgisayar korsanları kullanıcı bilgilerini ele geçirebilmektedirler. Bu istenmeyen durumu önlemek

için tek kullanımlık şifreler kullanılmaktadır. Bu tek kullanımlık şifreler ya sadece bu şifreyi oluşturmak amacıyla tasarlanan minik elektronik aletler veya telefonlarda bulunan uygulamalar aracılığıyla verilmektedir. Zaman tabanlı, soru-cevap veya işlem imzası gibi ek özelliklerinin olması güvenlik derecelerini artırmaktadır (Yücel, 2012: 47).

1.4.2.8. Titreşimli İşlem Doğrulama Sistemi

İnternet bankacılığı kullanıcıları işlemlerini tamamlamak aşamasında çipli kart okuyucular üzerindeki tuşlar aracılığıyla paranın gönderileceği hesap numarası ve işlemin meblağını tuşlarlar. Okuyucular da girilen bu bilgileri belirli bir algoritma şeması aracılığıyla o anki işleme ait bir koda dönüştürür. Bu kod kullanıcıya iletilir ve kullanıcı bu koda onay verir. Ancak bu kodun her internet alışverişinde yenilenmesi ve kullanıcıların bu işlemleri baştan tekrar etmesi gerektiğinden kullanıcılar bunu kullanışsız ve zahmetli bulunduğu için tercih edilmemektedir. Kullanıcıları bu zahmetten kurtarmak amacıyla optik kart okuyucu sistemi geliştirilmiştir. Bu sistemde kullanıcılara paranın gönderileceği hesabı tuşlamak ve bilgisayar ekranına gelen titreşen şekil içeren kodu telefonlarının kameralarına okutmak kalmaktadır (TÜBİTAK,2017).

1.4.2.9. Biyometrik Tabanlı Kimlik Doğrulama Sistemi

Kişiyeye has fizyolojik özellikler temel alınarak -parmak izi, DNA, yüz, iris, ses, el içi, avuç içi damar izi- oluşturulan bir güvenlik sistemidir. Bu sistem çok maliyetli ve kötü kişiler tarafından ele geçirilmesi halinde dönüşü çok zordur. Ancak kişinin fizyolojik özellikleri dışında ek bir güvenlik önlemi gerektirmemesi bu sistemi oldukça kullanışlı kılmaktadır (Şamlı ve Yüksel , 2009: 689).

Tablo 5: Biyometrik Kimlik Doğrulama Sistemleri Karşılaştırma Tablosu

Biyometrik Kimlik Doğrulama Sistemi	FAR(%)	FRR(%)	Doğrulama Süreci (sn)	Maliyet(\$)	Güvenlik Seviyesi
Parmak izi tanıma	0,001	0,5	4	4000	Yüksek
El geometrisi tanıma	1	1-3	6	3500	Orta
Retina tanıma	0,0001	5	2	6000	Yüksek
Ses tanıma	0,1-2	0,25-5	3	1000- 1500	Düşük
İmza tanıma	3	0,7	5	700-1300	Düşük

Kaynak: Kullanılan birkaç biyometrik kimlik sistemlerinde bulunan ortalama hata oranları, güvenlik ve kullanılabilirlik dağılımı (Checco, 2006)

1.4.2.10. İşletim Sistemi Güvenlik Güncellemeleri

Güvenlik sistemlerini üreten firmalar zaman zaman güncellemeler yaparak güvenlik sistemlerini geliştirip, güçlendirirler (Dayıoğlu, 2017)

1.4.2.11. Anti-Virüsler

Bilgisayar virüsleri, bilgisayarların içindeki verilere ya zarar vererek kullanılamaz duruma getirir ya da tamamen silinmelerine neden olur. Temel virüsler sıradan bilgisayar kullanıcılarını etkilerden, komplike virüsler e-posta paylaşma uygulamaları gibi başka yazılım sistemlerini denetleyerek çoğalabilirler. Bazı virüsler de yararlanmış gibi gözükürken aslında bilgisayara ve işletim sistemlerine zarar verirler. Bunların en bilineni Truva Atı'dır. Antivirüs programları bu gibi zararlı yazılımların bilgisayara girmesini engeller (Barışık ve Temel, 2007: 140)

1.4.2.12. AntiSpyware

Adware yazılım programcılarının masraflarını telafi edebilmek amacı ile programlarına reklam eklemelidir. Bu reklam uzantıları kullanıcıların en çok hangi siteyi ziyaret ettiğini takip eder. Ayrıca sisteme ve bilgisayara zarar verebilecek pek çok programcı da sisteme girebilir. İşte bu işlemin adı Spyware'dir (Akça, 2005).

1.4.2.13. Sanal Klavye

Kullanıcıların bilgisayarlarının fiziksel klavyelerini kullanmadan, ekran üzerinde bulunan tuşları tıklayarak şifrelerini girmelerini sağlayan bir sistemdir. Ancak kullanıcıların bilgilerini çalmaya çalışan hackerler keylogg adı verilen bir casus programla klavye hareketleri kaydederek kişilerin bilgilerini ele geçirirler. Bu keylogg programlarını etkisiz hale getirmek için sistem sunucuları "Kaspersky" adı verilen koruyucu programları geliştirmişlerdir (Öztürk, 2010).

İnternet bankacılığı kullanıcılarının dikkat etmesi gereken güvenlik önlemlerini sıralamak gerekirse (www.icbc.com.tr, 2017):

- İnternet Şubesi güvenliği ile ilgili sorular, tereddüt edilen konular ve olağandışı durumlar için vakit kaybetmeden bankaların çağrı merkezileri aranmalı,
- Bankalar ve Türkiye Bankalar Birliği tarafından yayımlanan bilgilendirme ve uyarılar düzenli aralıklarla takip edilmeli,
- Kullanıcı kodu ve şifre ile internet bankacılığına giriş yaptıktan sonra ilk ekranda giriş yapılan son işlem tarihi ve saatini kontrol edilmeli,
- Kimliğinizin taranmış görüntüsünü bilgisayarda saklanmamalı.
- İnternet bankacılığı şifresi herhangi bir yere yazılmamalı veya bilgisayara/telefona kaydedilmemeli.,

- İnternet cafeler veya ortak kullanıma açık bilgisayarlarda internet bankacılığı işlemi yapılmamalı, internet bankacılığı oturumunuzu sonlandırmadan bilgisayar terk edilmemeli,
- Güvenli olmayan internet sitelerinden dosya - program indirilmemeli,
- Bankalar kişisel bilgileri müşterilerden e-posta yoluyla talep etmemektedir. Kullanıcı bilgileri talep edilen e-postalara kesinlikle cevap verilmemeli, derhal banka ile iletişime geçilmeli,
- Bilinmeyen göndericilerden gelen e-postalar açılmamalı ve beraberindeki ekler indirilmemelidir,
- İnternet bankacılığı ekranında şüpheli bir ekran görüntüsü ile karşılaşıldığında giriş yapılmamalı ve bankalar ile iletişime geçilmeli,
- Bilgisayarlarda sahte yazılımlar kullanılmamalı ve güncellemeler takip edilmeli,
- Bilgisayarlarda "anti-virüs" ve "güvenlik duvarı (firewall)" programlarının güncel versiyonları kullanılmalı,
- İşlem yapılmak istenilen sayfaların bankalara ait olduğundan emin olunmalı, internet adresi tarayıcı ekranına şahsen yazılmalı,
- İnternet bankacılığı işlemi bittiğinde her zaman güvenli çıkış butonunu kullanılmalıdır.

Bankaların uyması gereken güvenlik önlemlerini sıralamak gerekirse arlı yazılımların bilgisayara girmesini engeller (Barışık ve Temel, 2007, s.144);

- Bilgisayarların tamamında güncel virüs programları kullanılmalı,
- Tüm network bağlantılarının güvenlikleri sağlanmış olması,
- E-postalar ve e-posta eklerinde gelen dosyalar için virüs taraması yapılmalı,
- Kişisel bilgisayarların modemleri kayıt altına alınmalı,

- Şifreler tüm çalışanlarla paylaşılmamalı ve ritmik aralıklarla güncellenmeli,
- Bilgisayar korsanlarına karşı, internet bankacılığı sistemi belirli aralıklarla testler yapılmalıdır.

1.4.3. Bilgi Güvenliği Standartları

Teknolojinin günlük hayatımızda çok iç içe olmasından kaynaklı kullanıcılar elektronik ortamdaki bilgilerinin güvenliğinden emin olmak istemektedirler. Ancak elektronik ortamdaki bilgiye erişimin kolay olması, özellikle kurumsal kullanıcılar açısından büyük bir tehdittir. Bu da kurumsal kullanıcıların bilgi güvenlik standartlarını uygulamasını zorunlu hale getirmektedir.

Kurumsal Bilgi Güvenliği: Kişiler elektronik ortamda hizmet almak veya vermek için kurumsal bilgilerden yararlanır. Kurumsal düzeyde güvenlik beraberinde bireysel güvenliği de getirir. Bilgi güvenliği temel olarak, elektronik ortama aktarılan bir bilginin ilk kullanıcıdan son kullanıcıya kadar bozulmadan iletilmesi olarak tanımlanabilir. Kurumların bünyelerinde muhafaza edilen bilgilerin, dış etkenlerden koruma amacıyla alınan önlemlere kurumsal bilgi güvenliği denir. Bu bilgi güvenliği sistemi de dünya genelinde bir standarda sokulmaya başlanmıştır. Standartlaşma hareketi BS-7799 standardı ile İngiltere'de başlamıştır. Geliştirilen bu standart ISO-27001:2005 ismini alarak dünya genelinde kabul görmüştür (Vural ve Sağıroğlu, 2008: 507-522).

Tablo 6: Kurumların güvenlik politikası kısımları

Bölüm Adı	İçeriği
Genel Açıklama	Politikayla ilgili gerekçeler ve buna bağlı risklerin tanımlamasını kapsar.
Amaç	Politikanın yazılmasındaki amaç ve neden böyle bir politikaya ihtiyaç duyulduğunu açıklar.
Kapsam	Politikaya uyması gereken çalışan grupları (ilgili bir grup veya kurumun tamamı) ve bilgi varlıklarını belirler.
Politika	Uygulanması ve uyulması gereken kuralları veya politikaları içerir.
Cezai Yaptırımlar	Politika ihlallerinde uygulanacak cezai yaptırımları açıklar.
Tanımlar	Teknik terimler ile açık olmayan ifadeler listelenerek açıklanır.
Düzeltilme Tarihçesi	Politika içerisinde yapılan değişiklikler, tarihler ve sebepleri yer alır.

Kaynak: Kalman, S., “Web Security Field Guide”, Cisco Press, Indianapolis, sf.36, 37, 2003.

Kurumlar güvenlik politikalarını oluştururken bazı noktalara daha çok önem verebilir. Örneğin; milli savunma açısından bir savaş uçağının rotası ve hareket saatleri önemliyken, ÖSYM olacak sınavların soruları ve açıklanacak sınav soruları önemlidir (Vural ve Sağiroğlu, 2008: 507-522).

1.4.3.1. İngiliz Standartları Enstitüsü (BSI)

Bilgi güvenliğinin standarda bağlanmasının bir ihtiyaç olduğunu fark eden İngiliz Standartları Enstitüsü, 1995'te BS-7799 standardının önce BS7799-1 olarak, 1999'dan BS7799-8 olarak yayınlanmıştır. ISO 2000 yılında düzenleme ve eklemeler yaparak ISO/IEC-17799, 2002'de ise BSI, BS7799-2 de oynamalar yaparak son hallerini almasını sağlamaktadır. 2005'te BS799-2 düzenlenerek ISO/IEC:27001 olarak yayınlanmıştır (www.tigiad.org.tr, Erişim Tarihi 15.12.2017)

Bu standartlar, devlet ve ticari kuruluşların ortak bir güvenlik sistemi oluşturması isteğine karşı, İngiliz Standartları Enstitüsü, BOC,BT, Marks&Spencer, Midland Bank, Nationwide Building Society,Shell ve Unilever gibi büyük firmalarla ortak olarak belirledikleri standartlardır (Osborne, 2006: 90).

İdari ve teknik bölümlere göre sınıflandırılan, BS7799-1 olarak adlandırılan ilk bölümde; güvenlik politikası, güvenlik organizasyonu, varlık sınıflandırması ve denetimi, erişim kontrol, uyum, personel güvenliği, fiziki ve çevresel güvenlik, sistem bakım ve idamesi, iletişim ve işletim yönetimi, iş süreklilik yönetimi süreçlerinden oluşmaktadır. İkinci kısımda ise, birinci kısımda bulunan kontroller; planla, uygula, kontrol et, önlem al yöntemiyle uygulanmaktadır ki güvenle tam anlamıyla sağlanabilir. Böylece etkin bir bilgi güvenliği standardı elde edilebilir. İngiliz Standartları, Aralık 2005-BS7799-3:2005: Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemleri Risk Yönetiminin Kuralları, BS7799-2005'e 2006 senesinde yapılan eklemeler ile BS779-3:2006 olarak revize edilmiştir. BS7799-3 standardı BS7799-2 standardının uygulanabilirliğini artırarak ölçeklenebilir yapıda standardın yaygınlaşmasına amacı ile geliştirilmiştir. Standart; risk değerlendirme, belirlenen risklerin kontrol edilmesi, risklerin takibi gibi konuları kapsamaktadır (Vural ve Sağıroğlu, 2008: 512-513).

1.4.3.2. Uluslararası Standartlar Kurumu ve Uluslararası Elektroteknik Komisyonu(ISO/IEC Standards):

Uluslararası Elektroteknik Komisyonunu (The International Electrotechnical Organization-IEC) 1906 yılında Uluslararası Standartlar Organizasyonu (International Organization for Standardization-ISO) 1947'de uluslararası alanda ticari (ISO) ve elektroteknik (IEC) standardizasyonun sağlanması amacıyla, İsviçre'nin Cenova şehrinde kurulmuştur. ISO ve IEC birlikte çalışarak (Joint Technical Committee-JTC) dünya genelinde geçerli olan standartlar oluşturmaktadırlar. Bu standartları kısaca açıklamak gerekirse; ISO/IEC 17799 standardı: Mayıs 1999'da BS-7799 standardının ikinci versiyonudur. 2000 yılında ISO BS-7799'un ilk bölümü ISO/IEC 17779 olarak yeniden tanımlanmıştır. Bu standart ile kurumsal bilgiler komple bir güvenlik kapsamı altında olmamaktadır. Daha çok bilgi güvenliğinin nasıl olacağına dair tavsiyeleri içermektedir. Organizasyonel, kanuni, işletme yönetimi, çalışanlar, ekonomik ve finansal sorumlulukları belirleyerek, kurumsal bilgi güvenliğinin her seviyede uygulanmasının önemini vurgulamaktadır (Vural ve Sağıroğlu, 2008: 513-515).

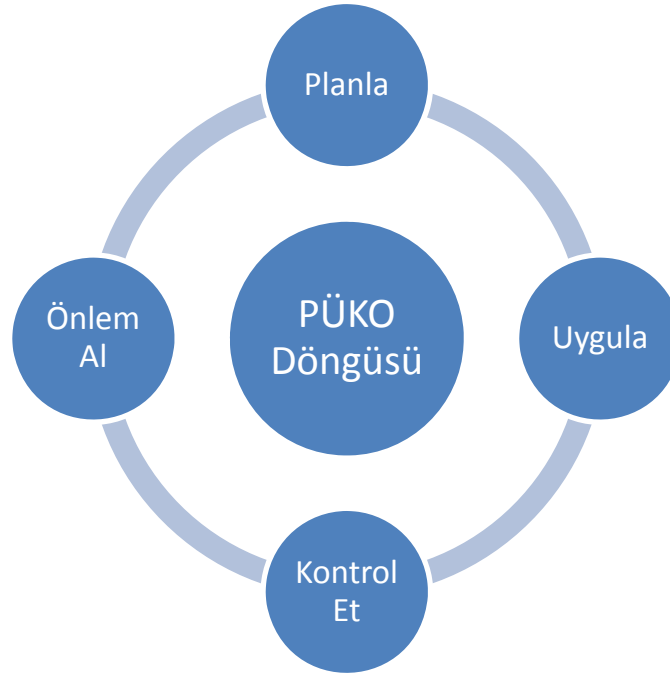
Belgelendirme ve yönetim kadrosunun desteğinin esas alındığı, ISO27001 standardı, kurumların güvenliğini tam olarak sağlayabilecek bir standarttır. Bilgi güvenliği bir süreçtir ve bu süreç (TSE, 2006);

Planlama; politika, kapsam, risk değerlendirme, risk iyileştirme, uygulanabilirlik beyannamesi aşamalarından,

Uygulama; risk işleme planı, eğitim ve bilinçlendirme, güvenlik ihlal yönetimi, kaynakların yönetimi aşamalarından,

Kontrol Etme; izleme ve gözden geçirme, yerel BSYG denetimleri aşamalarından,

Önem Alma; BSYG'nin iyileştirilmesi aşamalarından meydana gelmektedir



Şekil 1: ISO/IEC 27001 PUKÖ döngüsü

Kaynak: Türk Standardları Enstitüsü, “Bilgi Teknolojisi– Güvenlik Teknikleri-Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemleri-Gereksinimler”, TSE- TS ISO/IEC 27001, Ankara, 3-13, 2006.

ISO 27002 standardı daha çok bilgilerin güvenliği için alınan önlemlerden oluşmaktadır. Döngünün planlama aşamasında bilgi güvenliği kapsamındaki varlıkların korunması amacıyla risk değerlendirmesinin gerekliliği belirlenmiştir. Bu bağlamda

sistematik ve sürekli olarak bilgi güvenliği denetlenerek sürecin sorunsuz tamamlanması amaçlanmaktadır (Dumortier ve Graux, 2007, s:98).

Kurumlar düşük maliyetle etkin güvenliği sağlamayı amaçlamaktadır. Bunun için güvenlik yönetimi ve denetim uygulamaları açısından önemli bir kaynak olan, bilgi teknolojileri ağı, operasyon ve yönetimi amaçlayan ISO 1828 beş bölümden oluşur (Yücel, 2012);

- Ağ güvenliği yönetimi,
- Ağ güvenliği mimarisi,
- Güvenlik ağ geçitlerini kullanan ağlar arası iletişim güvenliği,
- Uzaktan erişim güvenliği,
- Sanal özel ağ kullanan ağlar arası iletişim güvenliği.

2007 senesinde, elektronik tabanlı dosyaların basılmasını ve muhafaza edilmesini kolaylaştıran taşınabilir doküman formatını (Portable Document Format: PDF) geliştiren Amerikan Adobe Systems Incorporated, Bilgi ve Görüntü Yönetimi Birliğine, Amerikan Ulusal Standartları Enstitüsü ile ortak yaptığı çalışma sonucunda PDF'yi ISO'ya sunarak uluslararası bir standart Olarak kabul edilmesi isteklerini beyan etmişlerdir. 2008 yılında kabul edilen bu istek ISO 3200, "Doküman Yönetimi-Taşınabilir Doküman Formatı- Bölüm 1: PDF 1.7" adı ile yayınlanmıştır (King, 2009).

Böylece firmalar, devlet kurumlar kısaca kurumsal yapılar kağıt kullanımını azaltarak, elektronik ortam kullanımı artırmışlardır.

1.4.3.3. Bilgi Teknolojisi Kütüphanesi (ITIL)

ITIL, İngiltere Ticaret Bakanlığı tarafından CCTA'ye (Central Computer and Telecommunications Agency) IT servislerindeki düşük kalitenin giderilmesi amacıyla hayata geçirilmiştir. 1980'lerin son çeyreğinde birçok başlıktan oluşan fasiküller halinde GITIM (Government Information Technology Infrastructure Management) isimli ilk framework -framework: yazılım geliştiricilerin kullandığı önceden hazırlanmış kütüphanelerin bulunduğu ve bunlara yenilerini ekleyebileceği yapıların adıdır-

oluşturulmuştur. 1990'lı yıllarda kamu için geliştirilen bu uygulama daha çok Avrupa ülkelerinde benimsenmiştir. ITIL (Information Technologies Infrastructure Library), servis yönetim metodolojisi bilgi teknolojilerini eksiksiz ve en iyi şekilde yönetilmesini amaçlamaktadır. ITIL, servis yönetimi kavramlarını açıklayarak, servislerin iyi bir şekilde yapılmasını yapılması için tavsiyeler veren ve süreç akışını anlatan kitaplardan meydana gelmektedir. ITIL süreçlerinin ne şekilde işleyeceği, her organizasyonun kendi yapı ve kültürüne göre şekillenmektedir. ITIL günümüzde beş kitaptan oluşmaktadır; ITIL Servis Stratejisi Kitabı, ITIL Servis Tasarımı Kitabı, ITIL Servis Geçiş Kitabı, ITIL Servis Operasyonu Kitabı, ITIL Sürekli Servis İyileştirme Kitabı. ITIL'in amaçları şudur (www.educore.com.tr, 2017);

- Servis yönetimini pratik hale getirmek,
- Servis yönetiminde edinilen tecrübeleri paylaşmak,
- Servis kalitesini arttırmak,
- Servis maliyetlerini asgari düzeye indirmek,
- Erişilebilirliği ve ölçeklenebilirliği artırmak,
- Verimi artırmak.

1.4.3.4. Bilgi ve İlgili Teknoloji İçin Kontrol Amaçları (COBIT-The Control Objectives For Information and Related Technology)

Bankacılık sektöründe en fazla kullanılan standarttır. Bilgi sistemleri denetim ve kontrol birliği (information systems audit and control association- isaca) tarafından bir denetim aracı olarak tasarlanmıştır ancak bilgi işlem ve iş yönetiminde de kullanılabilir. Temeli ISO 9000 ve ITIL'a dayanır. Firmaların amaçlarına göre bilgi kaynaklarının kullanılmasını amaçlar. Süreci değil kontrolü esas alır. Firmaların neler yapmaları gerektiği ile ilgilenir ama bunları nasıl yapmaları gerektiği ile ilgilenmez. Dört ana bölümden oluşur (www.isaca-istanbul.org, 2017)

- po: Plan and Organise (Planlama ve Organizasyon),
- ai: Acquire and Implement (Tedarik ve Uygulama),

- ds: Deliver and Support (Hizmet Sunumu ve Destek),
- me: Monitor and Evaluate (İzleme ve Değerlendirme).

Bu süreçler denetim ve kontrol faaliyet süreçlerini verimlilik, gizlilik, bütünlük, güvenilirlik, erişilebilirlik ve uyumluluk açısından sorgular.

1.4.3.5. Türk Standartları

Kurumlar için personel seçimi, müşterileri, içinde bulunduğu pazar ve iş ortakları ne kadar önemliyse bilgi ve belge gizliliği de bir o kadar önemlidir. Bu güvenlik yalnızca iyi bir bilgi güvenlik sistemi ile sağlanabilir. Türk Standartları Enstitüsü, bu güvenliği sağlamak amacıyla TS ISO IEC 27001 Sistem Belgelendirmesi çalışmalarına başlamıştır. Firmalar merkezi bir güvenlik sistemi oluşturmak ve tüm personelin uyduğu bir süreç belirlemek amacıyla ISO IEC 27001 standardı içeriğinde bulunan bilgi güvenliği yönetim sistemini kurarak riskleri belirler ve bu risklerin giderilmesi için gereken teknoloji, politika ve prosedürleri devreye alabilirler. Küresel olarak kabul edilen TS ISO/IEC 27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi şu amaçlar için kullanılır (TSE, 2017);

- Kurumsal bir yönetimin sağlanması,
- Pazarda farklı bir konum elde etme,
- Bilgi güvenliğini etkin bir şekilde sağlama,
- Şirket ve müşterilerin ihtiyaçlarına cevap verme,
- Sistemin başarısının ölçülmesi,
- Daha iyi bir güvenlik bilinci oluşturulması ve çalışanların bu konuda bilinçlendirilmesi,
- Şirkete duyulan güvenin artırılması,
- Firmanın sahip olduğu zayıflıkların belirlenerek önlem alınmasının sağlanması,

- Yasal şartlara uyum sağlama,
- Güvenlik açıklarını önceden saptayıp önlem alınmasına yardımcı olunmasıdır.

Ülkemizde uygulanan bazı yasal düzenlemelere kısaca değinmek gerekirse;

15.01.2004'te kabul edilen Elektronik İmza Kanunu, 23.01.2004 tarihli 25355 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak, 23.07.2004 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu ve ikincil düzenlemeler; güvenilirliği ve hukuki uygunluğu sağlamak için açık anahtar altyapı sistemini temel alan standartları belirtir. Kanuna göre elektronik imza ıslak imza yerine geçmektedir. Ancak bu durum hukuki işlemler ve teminat sözleşmelerini kapsamamaktadır. 14.09.2007 tarihli, BDDK tarafından, güvenli elektronik imzanın internet bankacılığında bankalar tarafından kimlik tespiti amacıyla kullanılabilmesine dair, 26643 Sayılı Resmi Gazete'de, "Bankalarda Bilgi Sistemleri Denetiminde Esas Alınacak İlkelere İlişkin Tebliğ" yayımlanarak 01.01.2008'de yürürlüğe girmiştir. Bu tebliğ ayrıca bankaların bilgi sistemleri yönetimine dair asgari usul ve esaslar, risk yönetimi ve iç kontrol yönetimi, güvenlik süreçleri, veri gizliliği, internet bankacılığı, ATM cihazlarının güvenliği gibi hükümleri de içermektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ'LERDE İNTERNET BANKACILIĞI

Bankacılık bir hizmet sektörüdür ve bu hizmet pek çok banka tarafından farklılaştırılmış bir biçimde sunulmaya çalışılır. Müşteri banka ile çalıştığı süre zarfında ya aldığı hizmetten memnun olup banka ile ilişkilerini geliştirir ya da hizmet kalitesinden memnun olmayıp banka ile çalışmayı sonlandırır (Mucuk, 1994: 321).

Kobi ve banka ilişkisi günümüzde oldukça gelişmiştir. Hemen her banka KOBİ'lerin ihtiyaçlarına yönelik ürün ve hizmetler geliştirmektedir. OECD araştırmalarına göre, Türkiye'de bulunan işletmelerin %99.5'i KOBİ'lerden oluşmaktadır. Sayıları 2 milyonu geçen KOBİ'ler, ülke istihdamının %64'ünü sağlamaktadır. Ancak bu rakamın sadece yarısı kredilendirilebilir durumdadır. Bankalar da geriye kalan 1 milyonluk KOBİ'ye hizmet sunmayı amaçlamaktadır.

Kobi bankacılığı için Oliver Wynan ve EFİY tarafından 4 model oluşturulmuştur:

Benemoth Yaklaşımı: Bu model KOBİ'lere destek verirken hiçbir kısıtı kabul etmemektedir. Uzmanlık alanları kredi değerlendirme ve müşteri ilişkileridir (<https://www.capital.com.tr/is-dunyasi/kobi/kobibankin-hedefi-1-trilyon-dolar>).

Kategori Öldürenler : Daha çok ABD'de rastlanan bir uygulamadır. Tek bir ürüne odaklanıldığı bu model pazarın hakimi olmayı amaçlamaktadır. Müşterileri segmentlere ayırmakta oldukça iyidirler. Amaçları buldukları piyasada en iyi fiyat, ürün ve hızlı sonuç almaktır (<http://proje.capital/kobibankin-hedefi-1-trilyon-dolar-haberler/19707.aspx>, erişim tarihi 15.06.2017).

Kişiyeye Özel Banka: Çok yüksek maliyetli bir modeldir. Alışılmış bankacılık anlayışı olan "şube bankacılığı" yerine özelleştirilmiş alternatif dağıtım kanallarını tercih ederler. Merkezi ve otomatik karar alma süreci uygularlar (Bayburtoğlu, 2011: 46-47)

Akıl Verenler :Bu model KOBİ'lerin daha çok standart olmayan ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaktadır. Küçük ve orta ölçekli olmaktan bir an önce çıkıp büyümeyi amaçlayan KOBİ'ler bu modelin merkezidir. Kobiler kendilerine niş ürün ve hizmet sunan bankalara bu hizmeti karşılığında maliyetine bakmaksızın ödeme yapmayı kabul etmektedir. KOBİ ve banka uzun dönemli bir ilişkiyi amaçlamaktadır (<http://proje.capital.com.tr/kobilerin-hedefi-1-trilyon-dolar-haberler/19707.aspx>, erişim tarihi,15.06.2017)

2.1. KOBİ NEDİR?

KOBİ'ler ekonominin etkin yapıtaşlarıdır. Ülkelerin sosyal ve ekonomik gelişmesinde büyük bir payları vardır. KOBİ'ler sermaye kullanımı az, el emeği ile çalışan, hızlı karar alma mekanizmasına sahip, yönetim giderlerine az pay ayıran, ucuz üretim gerçekleştiren kuruluşlardır (Uludağ ve Vildan, 1991 :14).

KOBİ tanımlanırken, yer aldığı coğrafyanın ekonomik durumu, ürettiği mal ve hizmetin cinsi ve özellikleri, rekabet ortamı gibi pek çok unsura dikkat edilir (Çetin, 1996: 35).

KOBİ'ler büyük işletmelerin küçüğüdür algısı oldukça yanlıştır. Birbirlerinden farklı özelliklere sahip olan bu yapılar keskin farklılıklarla birbirinden ayrışmalı ve işletmelerin yapılarını ortaya koymalıdır.. Bu tür özellikler KOBİ'lerin nitel ve nicel ölçütlerin oluşturur (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 50).

KOBİ için dünyada genel geçer bir tanım yapılamamıştır. KOBİ'lerin dahil oldukları sektörlere, sanayileşme düzeylerine, kullanılan üretim ve yönetim türlerine göre ülkeden ülkeye ve hatta aynı ülkenin farklı yörelerinde bile değişen KOBİ tanımları mevcuttur. Bu tanımlarda nitel ve nicel kıstaslar bulunmaktadır. Personel sayısı, tesis kapasitesi, kurulum sermayesi, yıllık net satış tutarı, üretimde kullanılan hammadde ve enerji gibi nicel kıstaslar ve işletmede belirlenen yönetim şekli, pazar içindeki durumu gibi nitel kıstaslar KOBİ tanımlarında etkilidir (Yıldız, 2008: 214).

2.1.1.KOBİ'lerin Nitel ve Nicel Kriterleri

KOBİ'leri nitelendirmek için genel olarak iki kriter bulunmaktadır. Bu kriterler aşağıda açıklanmaktadır (Koçel, 1993: 10):

2.1.1.1. Nitel (Kalitatif) Kriterler

- Dahil olunan sektörde görece küçük bir yapıya sahip olması,
- Sermayenin tamamının veya büyük bir kısmının belli bir kişiye ait olması ve bu kişinin fiilen işletmede görev alması,

- İşletme sahibinin aynı zamanda yönetici olması,
- İşletmenin bulunduğu bölgede lokal olarak etkin olması.

KOBİ'lerin nitel özelliklerini aşağıdaki gibi açıklayabiliriz (Koç, 2008:5).

- KOBİ'lerin ayrı bir finansman bölümü yoktur.
- KOBİ'lerin kredi temininde zorlanmaktadır.
- KOBİ'ler, işletmenin sahibi ile özdeşleşmiştir.
- İşletmenin iflası durumunda aile işletmesi olan KOBİ'lerde işletme sahibi tüm mal varlığı ile sorumlu olmaktadır.
- Otofinsanman açısından KOBİ'ler zor durumdadır.
- Sıradan teknoloji kullanmaları, emek-yoğun üretim şeklinde çalışmaları, rekabet edebilmelerini engellemektedir.
- KOBİ'lerin pazarlama ile ilgili problemleri de vardır.
- Küçük işletmelerde atölye tarzı üretim söz konusudur.
- KOBİ'lerin en önemli özelliği koşullara kolay adaptasyondur.

2.1.1.2. Nicel (Kantitatif) Kriterleri

Nicel kriterler de nitel olduğu gibi ülkenin ve sektörün sosyo-ekonomik durumlarına göre farklılık gösterir. Ölçülebilir, istatistiksel olarak ifade edilebilir, karşılaştırmaya olanak sağlar (Koçel, 1993:12):

Literatürde önerilen nicel ölçütler şöyle sıralanabilir (Müftüoğlu ve Durukan 2004: 76):

- Personel sayısı,
- Çalışma sayısı,
- Ücret ve işgücü maliyet toplamı,
- Sabit varlıkların miktarı ve değeri,
- Makine sayısı, park değeri ve makinelerin iş zamanı fonu toplamı,
- Yıllık amortisman tutarı,
- Kullanılan alan veya hacim,
- Kullanılan malzeme miktarı veya maliyeti,
- Kullanılan enerji miktarı veya maliyeti,
- Toplam sermaye, öz sermaye, çalışma sermayesi ve sabit sermaye,
- İş istasyonu sayısı,
- Sipariş sayısı ve tutarı,
- İşletme kapasitesi ve kapasitesi kullanım derecesi,
- Vardiya sayısı,
- Üretim derinliği,
- Satış tutarı, kar hacmi, katma değeri ve ödenen vergi tutarı,
- Net pazar payı.

KOBİ çalışmaları yapan her kurum kendince bir KOBİ tanımı yaratabilmektedir. Tanımlar genellikle ülke ekonomisini durumuna göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle KOBİ 'ekonomik' bir tanımdır diyebiliriz. Ancak her ülkede tanım işletmelerde çalışan kişi sayısını esas almaktadır (Gök, 2004: 131).

Ülkemizde de ekonomik ve sosyal yapının şekillenmesinde büyük rol oynayan KOBİ'lerin tanımında çalışan personel sayısı esas alınmaktadır. Ülkemizde ilk KOBİ tanımı 1923'te İzmir İktisat Kongresi'nde, özel sektöre destek amacıyla çıkan ve 1924'e kadar yürürlükte kalan 'Teşvik-i Sanayi Kanunu' yapılmıştır. Bu kanuna göre '5 işçiden az ve en çok 9 beygirlik muharrik güç çalıştıran iş yerleri küçük, bunun üzerindeki iş yerleri ise büyük işletme olarak adlandırılmıştır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 91)

2.1.2. Ülkemizde Yapılan KOBİ Tanımları

4 Kasım 2012'de resmi gazetede yayımlanan KOBİ tanımından önce her kurum, kendi standartlarına göre bir KOBİ tanımı yapmaktaydı. Ancak bu tanımlar artık geçerliliğini yitirmiştir.

2.1.2.1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

İmalat sanayinde yer alan; çalışan sayısı, 1-50 arasında olanlar işletmeler küçük ölçekli, 51-150 arasında olan işletmeler orta ölçekli olarak tanımlanmaktadır (www.oecd.org, 2017).

2.1.2.2 Kredi Garanti Fonu (KGF)

250 işçiye kadar personele sahip olan işletmeler KOBİ'dir (Çolakoğlu, 2002: 161).

2.1.2.3. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı

1-19 personel çalıştıran işletmeler küçük, 20 ile 99 personeli olan işletmeler orta, 100 ve üzeri kişi çalıştıran işletmeler ise büyük olarak kabul edilmektedir (Müftüoğlu ve Durukan,2004: 92).

2.1.2.4. Hazine Müsteşarlığı

İmalat sanayi, turizm, tarım sanayi, madencilik, eğitim, sağlık ve yazılım geliştirme sektörlerinde faaliyet gösteren, 1-9 arasında çalışanı olan işletmeler mikro ölçekli, 10-49 arasında çalışanı olan işletmeler küçük ölçekli işletme, çalışan sayısı 50-250 arasında çalışanı işletmeler orta ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Tüm işletmelerin ortak özelliği yasal defter kayıtlarında bina ve arsa dışında makine ve teçhizat, tesis, demirbaşlar vb. toplamalarının net tutarlarının 550.000 EUR TL'yi aşmamasıdır (www.oecd.org, 2017).

2.1.2.5. Dış Ticaret Müsteşarlığı

İmalat sanayinde, 1-200 arası personeli olan, gerçek usulde defter usulünü benimseyen, arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı bilanço net değeri itibariyle 2 milyon Amerikan doları karşılığı Türk lirasını aşmayan işletmelerdir (Çolakoğlu, 2002: 7).

2.1.2.6. Türk Ticaret Kanunu

Türk Ticaret Kanunu'nun 17. Maddesine göre; 'ister gezici olsun, ister bir dükkan veya sokağın belli bir yerinde sabit bulunsunlar, iktisadi faaliyeti nakdi sermayesinden ziyade bedeni çalışmasına dayanan ve kazancı ancak geçimini sağlayacak derecede az olan sanat ve ticaret sahipleri tacir değillerdir.' diye belirtilerek tacir olmanın esasları belirtilmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 92).

2.1.2.7. Ticaret ve Sanayi Odaları

5590 sayılı Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunu'nun 2. Maddesine göre; Makine, cihaz vb. aletler aracılığı ile ham, yarı mamul, tam mamul, herhangi bir maddenin vasıf, terkip veya şeklini fiziki veya kimyevi yollarla değiştiren veya bu kanunda belirtilen maddelerin kıymetlerini artırmak amacıyla işleyen, fiili çalışma günlerine göre muharrrik kuvvet kullananlarda 10 ve 5, kullanmayanlarda 10 personeli bulunan kuruluşlar 'büyük sanayi işletmesi' olarak kabul edilmektedir. Küçük işletmelerde ise bu ayırım muharrrik güç kullananlar 5, kullanmayanlar ise 10 işçiden az olarak belirlenmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 92).

2.1.2.8. Halk Bankası

İmalat sanayi sektöründe yer alan, çalışan sayısı 1-250 arasında olan, sabit yatırım miktarı 550.000 EUR'u geçmeyen işletmelerdir.

2.1.2.9. Eximbank

Çalışan sayısı 250'den az olan işletmeler küçük ölçekli işletmeler ve 3000'den az olanlar bağımsız işletmeler olarak tanımlanmıştır. İşletmelerin bağımsız olarak nitelendirilmesi için sermayelerinin;

- %25'i ve daha fazlası başka bir şirkete/kuruluşa ait olmamalı,
- % 25'i veya daha fazlası başka bir şirkete/kuruluşa ait ise, grubun toplam çalışan sayısı yukarıdaki belirlenen sınırlarda olmalıdır (www.eximbank.gov.tr , 2017).

2.1.2.10. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)

Çalışan sayısı 1-9 olan işletmeler küçük, 10-49 arası orta, 50-99 arası olan işletmeler büyük olarak tanımlanmaktadır (Çolakoğlu, 2002: 8).

Ancak tüm bu tanım karmaşıklığına son vermek adına Türkiye'nin ilk KOBİ tanımı 8 Ocak 1995 tarihli, 3143 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanununun ek 1. Maddesi gereğince, AB KOBİ tanımına uygun olarak, "KOBİ'lerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" kapsamında yayımlanmış ve 2006 dan beri de kullanılmaktadır (KSEP 2015).

2.1.2.11. Avrupa Birliği KOBİ Tanımı

2003/361/EC sayılı tüzük çerçevesinde Avrupa Birliği'nde 1 Ocak 2005'te yürürlüğe giren KOBİ tanımı çalışan kişi sayısı, yıllık ciroları veya bilanço büyüklüğü ve son olarak da bağımsızlık kriterlerinden oluşan ölçüleri kapsamaktadır.

Mikro Ölçekli KOBİ; Çalışan sayısı 10 veya altında, yıllık net satış hasılatı 2 milyon EUR veya altında ve yıllık mali bilanço toplamı 2 milyon EUR veya altında olan işletmelerdir.

Küçük Ölçekli KOBİ; Çalışan sayısı 50 veya altında, yıllık net satış hasılatı 10 milyon EUR veya altında ve yıllık mali bilanço toplamı 10 milyon EUR veya altında olan işletmelerdir.

Orta Ölçekli KOBİ; Çalışan sayısı 250 veya altında, yıllık net satış hasılatı 50 milyon EUR veya altında ve yıllık mali bilanço toplamı 43 milyon EUR veya altında olan işletmelerdir (<http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/abde>)

2.1.2.12. Türkiye KOBİ Tanımı

4 Kasım 2012'de resmi gazetede yayımlanan, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Tanımı ve Nitelikleri Belirleyen Yönetmelik'e göre, bir işletmenin KOBİ olarak tanımlanabilmesi için "Yıllık Net Satış Hasılatı" ve "Mali Bilanço" üst limiti 25 Milyon TL'den 40 Milyon TL'ye yükseltilirken, yıllık personel sayısı üst limit sayısında bir değişiklik olmadan 250 kişi olarak belirlendi (www.kobi.org.tr, 2017).

KOBİ'ler kendi aralarında mikro, küçük ve orta büyüklük olarak ayrılmış ve ayrı ayrı kriterler belirlenmiştir. Bunlar;

Mikro İşletmeler, 10 kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançodan herhangi biri 1 Milyon TL aşmayan işletmelerdir.

Küçük İşletmeler, 50 kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 8 milyon TL'yi aşmayan işletmelerdir.

Orta Büyüklükteki İşletmeler, 250 çalışandan az istihdam eden ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 40 milyon TL'yi aşmayan işletmelerdir.

Tablo 7: Ölçeklerine Göre İşletmeler

Ölçek	Çalışan Sayısı		Yıllık Ciro (TL)		Yıllık Bilanço (TL)
Makro İşletme	<10	ve	≤1 Milyon TL	veya	≤1 Milyon
Küçük İşletme	10-49		≤8 Milyon TL		≤8 Milyon
Orta Büyüklükteki İşletme	50-249		≤40 Milyon TL		≤40 Milyon

Kaynak: 4 Kasım 2012 tarihli ve 28457 sayılı Resmi Gazete, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/821/Konferans_KOBI_Kitapcigi.pdf

Tablo 8: Türkiye'deki KOBİ Tanımları

KURULUŞ	KAPSAM	KRİTER	MİKRO ÖLÇEKLİ İŞLETME	KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETME	ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME
KOSGEB	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı	-	1-50 İşçi	51-150 İşçi
HALKBANK	İmalat Sanayi, Turizm, yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı	-	-	1-250 İşçi
		Sabit Yatırım Tutarı (Euro)	230.000	230.000	230.000

HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayi, Turizm, Tarımsal Sanayi, Eğitim, Sağlık, Yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı	1-9 İşçi	10-49 İşçi	50-250 işçi
		Yatırım Tutarı, KOSGEB Teşvik Belgesine Konu Yatırım Tutarı (Euro)	350.000	350.000	350.000
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı	-	-	1-200 İşçi
		Sabit Yatırım Tutarı (Euro)	-	-	1.830.000
EXİMBANK	İmalat Sanayi	İşçi Sayısı			1-200 İşçi

Kaynak: Onur Tıraş, T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kobilerin Finansman Sorunları ve Banka Kredilerinin Kobilere Etkisinin İncelenmesi, Ankara, 2011, s:2

Ülke ekonomisi açısından oldukça önemli KOBİ'ler pazarda aynı anda hem üstünlüklere sahiptirler hem de bazı zorluklarla baş etmek zorundadırlar. KOBİ'lerin üstünlüklerini maddeler halinde kısaca sıralamak gerekirse (Yılmaz, 2003:3):

- Yaptığı yatırıma oranla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlaması,
- Düşük yatırım maliyetleriyle istihdam imkanı yaratması,
- Emek yoğun sermaye, vasıfsız eleman çalıştırma gibi yöntemlerle işsizlik oranını azaltması,
- Ekonomik dalgalanmaları esnek yapısıyla kolay atlattığı,
- Değişen taleplere ve teknolojiye hızlı adapte olması

- Bölgesel ekonomik farklılıkları ortadan kaldırması,
- Gelir dağılımındaki eşitsizliği gidermesi,
- Büyük işletmeleri desteklemesi,
- Ekonomik ve sosyal yaşamda dengeyi sağlaması, olarak sıralanabilir.

KOBİ'lerin baş etmek zorunda olduğu sorunlar ise (Şimşek, 2001):

- Artan rekabet ortamında pazarda tutunmalarının zorlaşması,

Yönetim konusunda önemli kararların alınmasında sahiplerin ve ortakların söz hakkı olması, orta ve alt kademe personellerin fikrinin alınmaması gibi yetersizliklerin olması,

- Danışman veya uzmanlarla çalışılmaması,
- Finansal yönetim konusundan zayıf departmanların kurulması,
- Sermayenin yetersizliği,
- Banka ve diğer finansal kuruluşlar tarafından yeterince desteklenmemeleri,
- Ürünlerin özelliklerini geliştirememeleri,
- Departmanlar arasında koordinasyon yetersizliğinin olması,
- Tesislerin yetersiz olması ve dar alanlara kurulması,
- Hukuksal olarak yetersiz bilgiye sahip olması.

KOBİ'lerin ulusal ve uluslararası ekonomilerdeki önemi artık yadsınamaz bir gerçek olmuştur. Çünkü az bir yatırım maliyeti gerektiren KOBİ'ler esnek yapıları sebebiyle ekonomik şokları en az hasar ile atlatabilmekte, değişimlere ve teknolojik yeniliklere de çabuk adapte olabilmektedir. Ekonomi içinde büyük bir yere sahip olan KOBİ'ler istihdam açısından da oldukça yararlıdır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde hızlı nüfus artışıyla beraber büyüyen işsizlik ve nitelikli eleman sorunu da ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden niteliksiz ve nitelikli eleman sorunu büyük önem taşımaktadır. Bu sorunun çözümü ise KOBİ'lerdir (Güneş ve Uğur, 2002, s:23).

KOBİ'ler yöresel olarak kalkınma sağladığı için iç göçü engeller, ekonomik krizler karşısında oldukça az etkilenir, ekonomik ve sosyal hayatın düzenli olmasını sağlar (İsmailoğlu, 1992, s:5).

KOBİ ve banka arasındaki ilişkiler önceki dönemlerde oldukça zayıftı. Bu da KOBİ ve banka iş birliklerinin önündeki en büyük engeldir (Ibbotson ve Maron, 2003: 47).

KOBİ'lerin gün geçtikçe ülke ekonomisinde etkin rol oynaması bankaların da dikkatini çekmiş ve KOBİ'ler ile ilişkilerini geliştirmek için atımlar atmaya başlamışlardır. Bu doğrultuda KOBİ'lerin ihtiyaçlarını ve isteklerini göz önünde bulundurarak yeni ürünler ve hizmetler yetiştirmeye başlayan bankalara yeni finans paketleri oluşturmaya başlamışlardır. KOBİ'lerin üretimlerini artırmak, uluslararası pazarda yer bulmalarını sağlamak, rekabet ortamını güçlendirmek gibi amaçları olan bu paketlerin KOBİ'lere ihtiyaçları olan desteği sağlamaları amaçlanmıştır Türkiye'de KOBİ- Banka İlişkisi, <http://www.ekodialog.com/Makaleler/turkiyede-kobi-banka-iliskisi.html> , Erişim Tarihi, 15.11.2017)

Bankalar KOBİ'lere masraflarını düşürmesi amacıyla KOBİ paketleri oluşturmaktadırlar. Bu paket içerisinde EFT/Havale, internet bankacılığı, çek karnesi, çek tahsilatı, POS kotası gibi KOBİ'lerin sık sık kullandığı ürün ve hizmetlerde masraf indirimi yapılmaktadır. Bankalar artık KOBİ'lere finansal danışmanlık hizmetleri de vermektedir. Bankalar sadece şube aracılığıyla değil dijital platformlar üzerinden, düşük sermayeyle kurulan KOBİ'lere finansal, hukuki ve idari anlamda danışmanlık hizmeti vermektedirler. Bankalar; KOBİ'ler için internet üzerinden TV yayını hizmeti, telefon mesajı ve e-posta ile anlık bilgilendirme mesajları, 7/24 danışma hattı gibi hizmetler sunmaktadırlar (Bankaların Esnaf ve Kobilere Hizmetleri Nelerdir?, 22 Kasım 2015 tarihli yazı, <https://www.myfikirler.org/bankalarin-esnaf-ve-kobilere-hizmetleri-nelerdir.html>, Erişim Tarihi 15.11.2017)

2.2. Bankaların KOBİ'ler İçin Düzenlediği Ürün ve Hizmetler

Bankalar, rekabet ortamında hayatta kalabilmek için her segmentteki müşteriler için o müşterinin özellikleri ve ihtiyaçlarına göre niş ürün ve hizmetler geliştirmektedir. Bu yüzden bankalar KOBİ segmentli müşterileri için bir çok ürün ve hizmet geliştirmiştir.

2.2.1. Nakit Yönetim Ürünleri

Nakit yönetim ürünleri, işletmelerin nakit olarak yapılması gereken işlemler için hesapların kullanılmasını ve mevduat hesabının aktif halde olması için belirli zamanlarda belirli miktardaki parayı mevduat hesabında bırakmasını zorunlu kılar. Bunun zorunlu olmasının nedeni; bankanın vadesiz mevduat hesaplarında bulunan paralardan kazanç sağlamasıdır. Nakit yönetim ürünlerinin başlıcaları; çek, senet, otomatik ödeme talimatları, doğrudan borçlanma sistemi, banka içi ve bankalar arası parasal işlemler, maaşlar, toplu ödemeler, ticari kartlar ve üye işyeri hizmetleri, internet bankacılığı ürünleridir (Bayburtluoğlu, 2011 :50)

2.2.2. Çekler

Çek bankada mevduatı olan kişilerin, bu paranın tamamının veya bir bölümünün banka aracılığıyla lehdar veya hamile ödenmesini emreden kıymetli bir evraktır. Çek karnesi hem banka hem KOBİ'ler için önemli bir üründür. KOBİ banka ile verimli bir çalışma elde ederken, bankalar da müşteri sadakatini artırmakta ve nakit akışını sağlamaktadır (Ataman, 2003: 46).

2.2.3. DBS Hesapları

Çok sayıda bayisi, müşterisi ve satış ağına sahip olan firmaların, mal ve hizmet satışı sonucunda alacakların otomatik olarak gerçekleşmesini sağlayan bir tahsilat sistemidir. Çek veya senet kullanmayan firmalar tarafından da tercih edilmektedir. DBS (Doğrudan Borçlanma Sistemi) yönteminin faydaları tedarikçi ve bayi firma açısından farklı yararlar sağlamaktadır (www.akbank.com.tr, 2017)

Tedarikçi firma açısından yararlar:

- Tahsilat kolaylığı sağlar,
- Çek karnesi kullanmadığı için defter masrafı oluşmaz,
- Keşide edilen çeklerin takibi ve buna bağlı havale/EFT işlemlerini azaltmaktadır.
- Mutabakat ve muhasebe kolaylığı sağlama,
- Fatura borç bilgisi değiştirme imkanı sağlar.

Bayi açısından yararları:

- Çek, senet, havale ve EFT masraflarından tasarruf edilmesini sağlar,
- Tedarikçilere ödemenin zamanında yapılmasını sağlar.

2.2.4. Ticari Kartlar

Ticari kartlar, bireysel harcamaları ve şirket harcamalarını birbirinden ayırmaya yarayan, raporlamayı kolaylaştıran, nakit akışını etkin bir şekilde yönetmeyi sağlayan, para yönetiminde verimliliği artıran, masrafları düşüren ve rekabet ortamında daha avantajlı duruma gelmesini sağlayan kartlardır (www.yapikredi.com.tr, 2018).

2.2.5. Üye İşyerlerine Sunulan POS Hizmetleri

Banka bilgisayar sistemiyle entegre çalışan, kredi kartı ile yapılan tüm işlemleri banka sistemiyle eşleştiren, kartın; geçerli, açık, kullanılabilir, bakiyesinin yeterli olup olmadığını kontrol eden, provizyon numarası alan, satış belgesi oluşturan bir cihazdır (Bayburtluoğlu, 2011: 52).

2.2.6. Masaüstü Pos Cihazı

Satış yapan firmaların, sattıkları hizmet veya ürünün karşılığı olan parasal bedeli kredi kartı ve banka kartı ile tahsil etmesine yarayan, telefon ve elektrik hattına bağlı olarak çalışan cihazlardır. Standart POS cihazı olarak da bilinmektedir (www.halkbank.com.tr, 2017).

2.2.7. IP POS

Birden çok kasaya sahip mağaza ve marketlerde, çok sayıda ve yüksek cirolu işlemler yapan işletmelerin, telefon hattına ihtiyaç duymadan, özel veya açık network bağlantılarıyla işlem yapabildikleri POS cihazlarıdır. Firma ve banka arasına çekilen özel kiralık hatlarla veya ADSL teknolojisinin yardımıyla birden fazla POS cihazının eşanlı kullanımını sağlamakta ve kısa sürede işlem yapabilme yetileriyle müşteriler ve işletmeler açısından tercih edilmelerini sağlamaktadır. Bir diğer adı da ADSL POS'tur (www.halkbank.com.tr, 2017).

2.2.8. Manyetik POS Cihazı

POS cihazı üzerindeki manyetik alan sayesinde tahsilat yapılmasını sağlayan sistem; hız ve kolaylık sağlamaktadır. Belli bir limit altında yapılan alışveriş için

müşteri şifre girmeden, kartı manyetik alana tutarak ödemelerini yapabilmektedir (Bayburtluoğlu, 2011: 53).

2.2.9. Mobil POS Cihazı

Herhangi bir güç kaynağına bağlı olmadan, telefon hattına ihtiyaç duymadan işlem yapılabilmesini sağlayan, bayi veya şube dışında da satış imkanı sağlayan POS cihazlarıdır (www.halkbank.com.tr, 2017).

2.2.10. Mail-Order POS

Müşterilerin mekan ve zaman gözetmeksizin; telefon, faks ve ya posta aracılığı ile sipariş verebileceği cihazlardır. İşlemin bedelini tahsil edebilmek için, fiziksel bir kart kullanımı gerektirmeden sadece kartın numarası, son kullanma tarihi ve güvenlik numarası ile işlem tamamlanır. (www.halkbank.com.tr, 2017).

2.2.11. Web POS

Web sayfası olmayan veya web sayfası olduğu halde sayfadaki ürün veya hizmetin bizzat kart müşterisinin alışveriş yapamadığı firmalar için, alışverişe dair bilgilerle kendisinin işlem yapacağı Sanal POS sistemidir. Daha çok okul taksiti, sigorta poliçeleri, dernek ve vakıf aidatları gibi düzenli ödeme gerektiren işlemler için kolaylık sağlayan bir sistemdir (www.halkbank.com.tr, 2017)

2.2.12. Krediler

İşletmeler; KOBİ veya büyük işleme olup olmadığı farketmesizin, kendilerini geliştirmek, yeni yatırımlar yapmak, borçlarını ödemek için bu kredilere ihtiyaç

duyarlar. İhtiyaç duyulan nakit para banka tarafından belirli bir faiz ve masraf karşılığında, vadeli olarak işletmelere sunulur (www.halkbank.com.tr, 2017)

Tablo 9: Bazı bankaların KOBİ'lere sunduğu ürünler

<u>Türkiye İş Bankası A.S.</u>	<u>Türkiye Garanti Bankası A.S.</u>	<u>Akbank T.A.S.</u>
Makine İmalat Sektörü Kredisi	Makine/Ekipman Kredisi	Taksitli Ticari Kredi
Makine İmalat Yatırım Kredisi	Hazır Hesap	Makine/Ekipman Kredisi
Makine İmalat İhracat Kredisi	Nakit Krediler	Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi
İnovasyon Kredisi	POS	İşyeri Kredisi
Faturalı Teknoloji Kredisi	Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi	İşyeri Yenileme Kredisi
Türev Ürünler	Şirket Kredi Kartı	Dış Ticaret İşlemleri
KOSGEB, KGF, SELP II Kredileri	Sertifika Alım Kredisi	İşyeri Sigortası
Kredili Ticari Mevduat Hesabı	Teminat Mektubu	Leasing Hizmetleri
Şirket Kredi Kartı	İşyeri Alım Kredisi	
Doğrudan Borçlanma Sistemi	Sigorta	
Sigorta Ürünleri	KOBİ İhtiyaç Kredileri	
Gayrinakdi Krediler	KOBİ Emeklilik Planı	
Üye İşyeri Anlaşması		
Çek karnesi		
<u>Yapı ve Kredi Bankası A.S.</u>	<u>Türkiye Halk Bankası A.S.</u>	<u>Finansbank A.S.</u>
Makine Donanım Kredisi	İşletme ve Yatırım Kredisi	Sabit Taksitli Kredi
KOBİ AR-GE Kredisi	Finansal Destek Kredisi	Artan Taksitli Kredi
Ticari Taahhüt Kredisi	Döviz Kredisi	3, 6, 9, 12, 15ay Geri Ödemesiz Kredi
Esnek Ticari Hesap	Ürün Geliştirme Kredisi	Teminat Mektubu
Ticari İşyeri Kredisi	Fuar ve Sergilere Katılım Kredisi	Çek Karnesi
Teminat Mektubu	ISO 9000 Kalite Standartları -ve CE Kredisi	Kredili Mevduat Hesabı
Üye İşyeri Anlaşması	Dost Hesap Kredisi	Sigorta
Sigorta	Kambiyo İşlemleri	
Leasing	Çek Karnesi	
Dış Ticaret İşlemleri	Şirket Kredi Kartı	
Çek karnesi	KGS Business Card	
	Sigorta	

Kaynak: Mehmet Kalkan, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Para Banka Programı Yüksek Lisans Tezi, Türkiye'de KOBİ'lerin Finansman Olanakları, 2010, s: 41, <http://acikerisim.deu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/12345/10811/261549.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, Erişim Tarihi: 13.08.2018

2.3. KOBİ'lerin İnternet Bankacılığına Yaklaşımları

Bilgisayar ve internet kullanımının yaygın olmadığı zamanlarda KOBİ'ler üzerinde yapılan pek çok araştırmada internet bankacılığı kullanım oranlarının oldukça düşük olduğu saptanmıştır. Bu oranın artırılması için;

- KOSGEB, kurumları ve KOBİ'leri internet bankacılığı konusunda bilgilendirici yayınlar yapmış,
- Devlet, internet bankacılığı kullanım konusunda KOBİ'leri desteklemiş ve teşvik etmiş, internet bankacılığı konusunda geleneksel medyada bilgilendirici yayınlar yapılmıştır (Çakmaklı ve Özmen, 1999).

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte internete erişim oldukça kolaylaşmıştır. Bu sayede gelişmekte olan ülkeler de daha az maliyetle ve kısa zamanda bilgiye ulaşmada oldukça önemli bir avantaj elde etmişlerdir. İnternetin ucuzlaması ve erişimin kolaylaşması sayesinde KOBİ'ler, rekabet ortamında önemli avantajlar elde etmişlerdir. Böylece büyük işletmelerle neredeyse eşit şartlara sahip olmuşlardır. İnternet sayesinde rekabet ortamında fırsat eşitliği sağlanarak daha verimli bir üretim imkanı elde edilmektedir (Yumuşak, 2007).

Bilgi sistemlerinin gelişmesiyle birlikte KOBİ'ler maliyet, hız, zaman, kalite ve hizmet kalemlerinde sürekli iyileşme elde etmektedir. Gelişen ve değişen teknoloji ile KOBİ'ler yeni pazarlara girme konusunda cesaretlenmiş, daha fazla müşteriye ulaşma imkanı elde etmiş, verimliliklerini artırmış ve pazarda kalıcı olma konusunda önemli avantajlar elde etmişlerdir (Elibol, 2009: 157).

İnternet bankacılığı sayesinde KOBİ'ler; banka hesaplarına yer ve zaman farketmeksizin erişim sağlama, ödemelerin düzenli kontrolü gibi işletme açısından oldukça önemli işlemleri kolaylıkla yapabilmektedirler. İnternet kullanım oranının oldukça yüksek olduğu OECD'e bağlı ülkelerde yapılan araştırmalara göre KOBİ'lerin büyük bir kısmının internet bankacılığı hizmetlerinden faydalandığı sonucuna ulaşılmıştır (Erdoğan, 2002: 83).

KOBİ'lerin büyük bir kısmının internet bankacılığını tercih etme sebebi maliyetlerin düşük olmasıdır. Maliyetlerin düşük olmasının yanı sıra; hızlı olması,

güvenilir olması, erişimin kolay olması, muhasebe takiplerini kolaylaştırması gibi pek çok etmen internet bankacılığının tercih edilmesini sağlamaktadır. İnternet bankacılığında, şube bankacılığında olduğu gibi hafta içi sabah 9 akşam 5 gibi bir mesai kısıtının olmaması KOBİ'lerin internet bankacılığına yönelme sebeplerinden başlıcalarıdır (Levent, 2003).

Ticari kurumların internet bankacılığına yönelmesinin en önemli nedeni geleneksel bankacılık masraflarından kaçınmaktır. Masrafların yanı sıra işlemlerin hızlı, güvenli ve kolay bir şekilde yapılması da işletmelerin internet bankacılığını tercih sebepleridir. İnternet bankacılığını tercih eden işletmeler zamandan ve iş gücünden tasarruf ederken, mesai saatlerine ve şubelere bağımlı olmadan işlemlerini yapabilmektedirler. KOBİ'lerin internet bankacılığında en sık yaptığı işlemler EFT ve havaledir. Bu işlemleri döviz alım-satım işlemleri ve yatırım hesabı işlemleri takip etmektedir. Ticari firmalar için takibi oldukça zor olan çeklerin tahsil ve taka işlemleri, kredi kartları ödemeleri, POS cihazlarından hesaplarına geçen ödemelerin hareketleri gibi işlemlerin de internet bankacılığında takip edilebilmesi KOBİ'ler için oldukça önemlidir (Levent, 2003).

İnternetin dünya geneline yayılması, ulaşılabilirliğinin artması ve uygun fiyatlarla sunulması, bilgiye ulaşımında coğrafi sınırların kalkmasını beraberinde getirmiştir. Bilgiye ulaşımın ucuz, kolay ve hızlı olması değişik ekonomik özelliklere sahip ülkelerde faaliyet gösteren KOBİ'ler için eşit bir rekabet ortamının oluşmasına bir nebze de olsa yardımcı olmaktadır. İnternet bankacılığı sayesinde az miktarda sermayeyle kurulan KOBİ'ler, büyük işletmelerle rekabet edebilecek koşullara sahip olduğu için fırsat eşitliği meydana gelerek, ülke ekonomisinde optimum bir kaynak dağılımı yaratılarak verimlilik artırılmaktadır (Özdemir, 2010: 51).

Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması⁽¹⁾ 2016 yılı sonuçlarına göre 10 ve daha fazla kişiyi istihdam eden olan girişimlerin %93,7'si internet erişimine sahip olup, bu oran KOBİ'lerde %93,5' bulmuştur. Araştırmaya göre girişimlerin bilgisayar kullanım oranı 2016 yılında %95,9, web sayfası sahiplik oranı ise %66 iken KOBİ'lerde aynı oranlar sırası ile %95,8 ve %65,2 olmuştur. Girişimlerin kamu kurum ve kuruluşları ile iletişimde interneti kullanma oranı 2015 yılında %86,2, KOBİ'lerin kullanım oranı %85,9'dur. Girişimlerin %11,9'u 2015 yılında web sayfası

veya Elektronik Veri Alışverişi (EDI) yoluyla mal/hizmet siparişi alırken, KOBİ'lerde bu oran %11,6 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2016).

İnternet bankacılığı kullanan firmalar için "Firmadan-Firmaya" isimli bir model oluşturulmuştur. Bu modelde tüm alıcı ve satıcı firmalar bir araya getirilerek, daha kısa sürede ve uygun fiyatlarla mal ve hizmet temini amaçlanmıştır. Bu oluşumda bankalar alışveriş için uygun finansman sağlayarak kar elde etmektedir (Toraman, 2002).

2.3.1. Elektronik Bankacılığın KOBİ'lere Yararları

KOBİ'ler elektronik bankacılık uygulamalarını kullanarak zamandan ve maliyetlerden tasarruf etmeyi amaçlamaktadırlar. Şube bankacılığını kullanarak mesai saatlerine bağımlı olmak yerine diledikleri zamanda, diledikleri yerde bankacılık faaliyetlerini yürüterek performanslarını artırmak isteyen her firma elektronik bankacılığa yönelmektedir.

Kurumsal internet bankacılığı kullanıcıları şu faydalardan istifade etmektedirler (Yıldırım, 2006: 23):

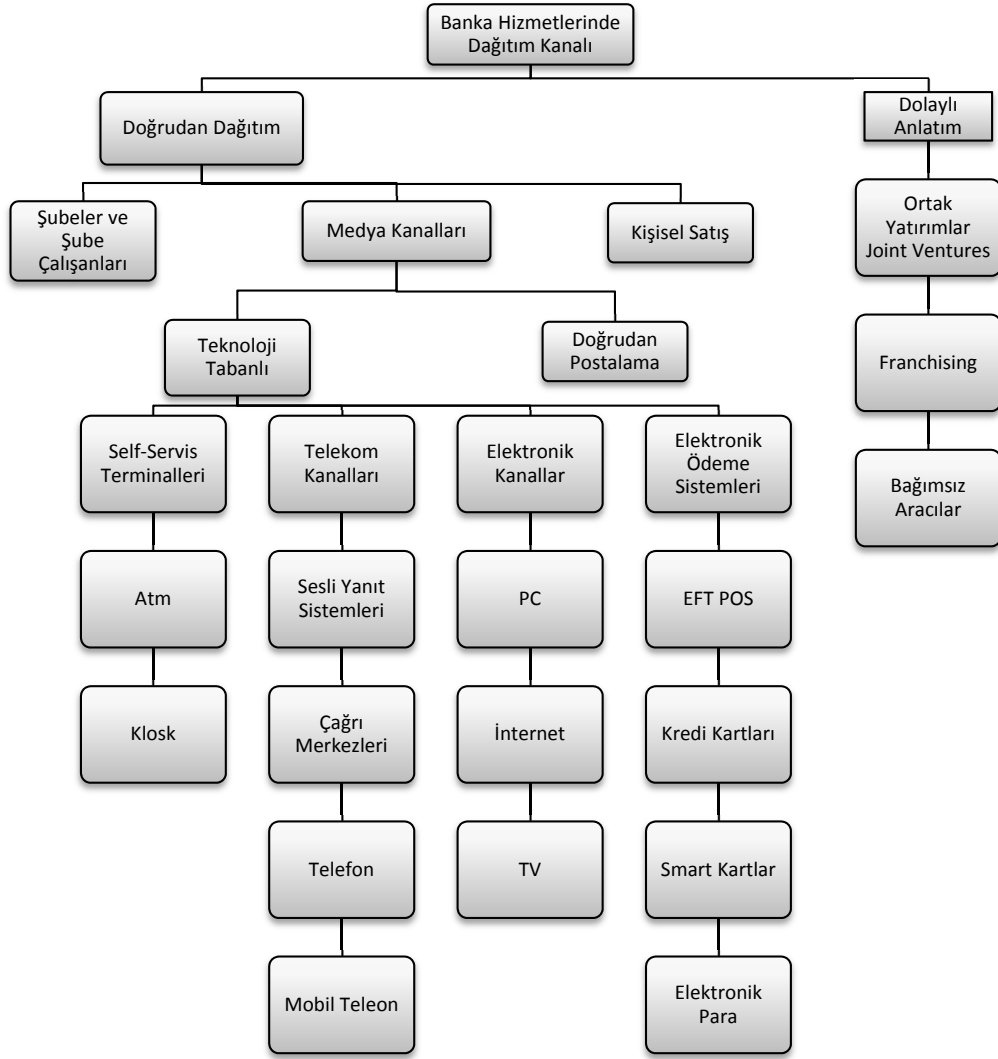
- Hesap hareketleri takibi, çek-senet ödemeleri, güncel döviz kurları gibi pek çok konuda mekan ve zaman sınırlaması ortadan kalkmaktadır.
- Müşteri temsilcileriyle elektronik posta yoluyla sürekli iletişim halinde kalmaktadırlar.
- Masraf tarifelerinin düşük olması sayesinde maliyetleri önemli ölçüde azalmaktadır.
- Sigorta, maaş, vergi, fatura ödemeleri gibi zaman kısıtı olan ödemelerini otomatik ödeme talimatı vererek kolay bir şekilde takip etmektedirler.

⁽¹⁾ Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması kapsamında 1-9 çalışanı olan girişimler yer almadığından, Türkiye geneline ilişkin sonuçlar 10 ve daha fazla çalışanı olan girişimler için, KOBİ'lere ilişkin sonuçlar ise 10-249 çalışanı olan girişimler için hesaplanmıştır.

Ancak yukarıda belirtilen avantajların yanı sıra elektronik bankacılığın bazı olumsuz yönleri de mevcuttur; Örneğin yapılan ödemelerin faturalandırılması, yasal düzenlemelerin yeterince bilinmemesi gibi belirsiz konular, güvenlik sorunları, bilgi güvenliğinin tam olarak korunamaması, elektronik bankacılık işlemlerinin vergilendirme aşamasındaki problemler gibi sorunlar yüzünden elektronik bankacılığa tam olarak güven duyulamamaktadır.

Bankacılık faaliyetleri ülkemizde oldukça gelişmiştir ve gelişmeye de devam etmektedir. Artan rekabet ortamında faaliyetlerini devam ettirmek ve pazarda öncü olmayı amaçlayan bankalar geleneksel bankacılık anlayışını terk ederek elektronik bankacılığa yoğunlaşmışlardır. Böylece gelecekte de varlıklarını sürdürebileceklerdir. Ülkemizde bankalar teknolojik yeterlilik düzeyini artırarak, gelişmiş ülkelerin bankacılık hizmeti anlayışını yakalamışlardır. Otomatik vezne makineleri (ATM) ve satış noktası terminalleri (POS cihazları) ile banka, kredi kartları kullanımına halk çabuk adapte olmuştur. İnternetin gelişmesi ve elektronik ticaretin yoğun kullanılması ile birlikte internet bankacılığı günlük hayatımızda büyük bir önem kazanmıştır.

İnternet bankacılığı kurumların gelişmesinde de oldukça önemli bir rol oynamaktadır. İnternet bankacılığı kullanan firmalar maliyetlerden ve zamandan tasarruf etmektedir. Ayrıca dilediği işlemi, dilediği zaman, dilediği yerde yapabilmektedir. Piyasayı önemli ölçüde takip eden bu firmalar doğru zamanda doğru kararı alarak oldukça önemli paralar kazanmaktadırlar. Firma sahipleri bankacılık faaliyetleri için ayrı bir personele ihtiyaç duymadıkları için eleman giderlerinden de tasarruf elde etmektedirler. Elektronik bankacılığı kullanan pek çok firma olmasına rağmen, kullanmayan firmaların oranı da yadsınamaz. Bu firmalar karşılaştırıldığında internet bankacılığı kullanan firmaların teknolojiyi yakından takip etmesi, çağın gerisinde kalmaması, yeni fikirlere açık olması bakımından gelişimin daha hızlı olması kaçınılmazdır. İnternet bankacılığının KOBİ'ler için faydalarını kısaca belirtmek gerekirse; gelişmelerini hızlandırır, ekonomik ve sosyal açıdan dahil oldukları piyasaya hakim olarak rekabet ortamında önemli bir yer edinmelerine yardımcı olur (Yakar, 2009).



Şekil 2: Banka Hizmetleri Dağıtım Kanalları

Kaynak: Hakan Çelik, "İnternet Bankacılığı Hizmetlerinde Bireysel Müşteriler Tarafından Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bir Modelin Geliştirilmesi", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2005, s:111

2.4 ÜLKEMİZDE FAALİYET GÖSTEREN BANKALARIN DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI

Günümüzde internet ve mobil uygulamalar hayatımızın merkezine oturmuş durumdadır. Bu nedenle kurum ve kuruluşlar da müşterilerine dijital kanallardan

ulaşmayı amaç edinmişlerdir. Bu kurum ve kuruluşların başında da teknoloji ile iç içe olan bankalar gelmektedir. Teknolojiyi yakalama konusunda finans ve bankacılık sektörü oldukça gelişmiştir. Dijital kanallardan yapılan bankacılık işlemlerinin sayısının, şube bankacılığını yakaladığı hatta geçtiği bunun en büyük göstergesidir.

Dijital kanallardan yapılan işlemlerin faiz, masraf ve komisyon oranlarının uygun olması müşteri tercihlerinin bu kanala kaymasındaki en büyük etmendir. Hem müşteri memnuniyetinin sağlanması hem de bankaların yatırım maliyetlerinin düşmesi elektronik bankacılığın ön plana çıkmasını sağlamaktadır.

Y kuşağı olarak adlandırılan dijital dünya ile iç içe olan müşteriler; finansla hizmetleri alırken hızlı, kolay, her an ve her yerden ulaşılabilir olmasına dikkat etmektedir. Y kuşağı müşteriler bankacılık tercihlerini kolay, yetenekli, eğlenceli ve sorunsuz çalışan değer önermeleri ve markalardan yana kullanmaktadır. İşlem yaparken süreçten çok deneyimi önemseyen Y kuşağı, teknolojiyi yakından takip etmeleri nedeniyle hemen hemen her gelişmeden anında haberdar olmaktadır. Bu da kurumların teknolojinin gerisinde kalmama yarışına sokmaktadır. Çünkü müşteri sadakatini sağlamada bu durum oldukça önemlidir.

Bankacılık sektöründe inovasyonun öneminin farkında olan firmalar bazı yapılanmalara gitmişlerdir. Bu yapılanmaların başında Fintech'ler gelmektedir. Fintech; finans ve teknoloji kelimelerinin birleşiminden oluşmuş bir kelimedir. Müşterilerin yeni ürün ve finansal hizmet ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla dijital veri tabanını kullanan bu sistem dünyada oldukça gelişmektedir. Yeni teknolojik kanalların daha kullanışlı ve hızlı olması bu sektörün en büyük avantajlarından bazılarıdır. Bankacılık hizmeti kullanıcılarının teknolojik ürünleri talep etmesi ile gelişen bu sistem, her yerde internet bağlantısının olması, zaman ve mekan kısıtının olmaması ile mobil bankacılık uygulamalarının ve internet şubelerinin kullanım oranlarını artırmıştır. 2014 yılında 10 milyar doların üzerinde yatırım alan fintech sektörünün önümüzdeki 10 yılda yüzde 40'ın üzerinde büyümesi öngörülmektedir.

2.4.1. Akbank

Dijital bankacılık anlayışını başından beri takip eden Akbank, 2017 senesinde Brand Finance tarafından altıncı kez “Türkiye’nin En Değerli Banka Markası”, Global Finance ve Euromoney’den “Türkiye’nin En İyi Bankası” unvanlarını almıştır. Akbank bu konuda pek çok ilki gerçekleştirmiştir. Global Finance tarafından Türkiye ve Batı Avrupa’nın en iyi dijital bankası seçilen Akbank’ın, mobil uygulaması olan Akbank Direkt Mobil aracılığı ile banka işlemlerin yüzde 96’sı yapılmaktadır. Bugün ihtiyaç kredisi kullanmak isteyen 3 müşterilerden 2’si dijital kanalları tercih etmektedir. Akbank Direkt Mobil uygulamasını kullanan müşteri sayısı yaklaşık 4 milyondur.

Akbank’ın kurumsal müşteriler için sunmuş olduğu internet bankacılığı hizmeti olan ‘Akbank Direkt İnternet Kurumsal’[a https://www.akbank.com/tr-tr/Akbank-Direkt/Sayfalar/Akbank-Direkt-Internet-Kurumsal.aspx](https://www.akbank.com/tr-tr/Akbank-Direkt/Sayfalar/Akbank-Direkt-Internet-Kurumsal.aspx) linkinden ulaşılabilmektedir. Bu sitede kurumsal internet bankacılığı ile yapılabilecek işlemler, kimlerin bu hizmetten yararlanabileceği gibi pek çok bilgi verilmektedir. Örneğin Akbank Direkt İnternet Kurumsal ile;

- Hesaplarınızı, hesap özeti ve ekstrelerinizi görüntüleyebilir, vadeli/vadesiz hesap açabilir, hesaplarınızı dilediğiniz yerden yönetebilirsiniz.
- Para transferi işlemlerinizi saniyeler içinde gerçekleştirebilir, vergilerinizi ödeyebilirsiniz.
- Kredi kartı hareketlerinizi ve ekstrenizi görüntüleyebilir, taksit veya erteleme isteyebilir, borcunuzu kolayca ödeyebilirsiniz.
- Döviz alım satımı yapabilir, yatırımlarınızı her an her yerden yönetebilirsiniz.
- Fatura ödemelerinizi gerçekleştirebilir, otomatik fatura ödeme talimatı vererek faturalarınızın düzenli ödenmesini sağlayabilirsiniz.
- Mevcut kredi limitlerinizden, şubeye gitmenize ya da talimat göndermenize gerek kalmadan ticari kredinizi kullanabilirsiniz.

- Mutabakatlarınızı Gün Sonu İşlem Raporu ve Valör Tarihli İşlem Raporu sayesinde gerçekleştirebilir, çeşitli üye işyeri raporlarıyla satışlarınızı ve hesabınızı yakından kontrol edebilirsiniz.
- Yazarkasa POS dahil işiniz için en uygun olan POS başvurusunda bulunarak, Akbank Üye İşyeri olmanın avantajlarından faydalanabilirsiniz.
- Mevcut üye işyerleri, yazarkasa POS dahil diledikleri POS ürünü için ek POS başvurusunda bulunabilir, eko POS paket değişiklik ve iptal işlemlerini yapabilir, Eko POS paket detaylarını ve ciro kotalarını kolayca takip edebilirsiniz.
- Mevcut çalışma koşulları bilgilerinizi görüntüleyebilir, slip iadelerini kolayca gerçekleştirebilirsiniz.
- POS bloke çözme işlemi ile acil nakit ihtiyacınızı anında çözebilirsiniz.
- Tahsile ve teminata verdiğiniz çeklerinizi görüntüleyebilirsiniz. Toplu para transferlerinizi, maaş ödemelerinizi, SGK ödemelerinizi gerçekleştirebilirsiniz.
- Dış Ticaret İşlemlerinizi, ithalat ödemelerinizi gerçekleştirebilir, ihracat dosyalarınızı görüntüleyebilirsiniz.
- Sigorta bilgilerinizi görüntüleyebilirsiniz.
- Ticari müşteriler açısından oldukça önemli olan onay mekanizması ile, personelinizin Akbank Direkt İnternet'te yapacakları işlemlerin, ancak firmanızca belirlenecek yetkili/yetkililerce onaylanması halinde gerçekleşmesini sağlayabilirsiniz.

Ayrıca Akbank Direkt Kurumsal kullanıcıları ile aşağıda birkaçı belirtilen sitelere bağlanabilir ve işlem yapabilirsiniz:

- www.akbank.com,
- www.atlasglb.com,
- www.ereyon.com.tr,

- www.e-bebek.com
- www.tatlimeyve.com,
- www.tatilbudur.com ,
- www.misli.com,
- www.e-hamal.com,
- www.mardeluz.com.tr vb.

Akbank Direkt İnternet ticari müşterilere Şu avantajları sağlamaktadır:

- Yaptığınız işlemlerin dekont ve ekstrelerini işlemi yaptıktan hemen sonra alabilirsiniz.
- Şubeye gitmenize gerek kalmadan, bankacılık işlemlerinizi internet bağlantısı olan herhangi bir bilgisayar vasıtası ile gerçekleştirerek zaman tasarrufu sağlarsınız.
- Firmanızın isteği doğrultusunda, Akbank Direkt İnternet'te işlem yapacak personelinize, işlem bazında yetki ve limit sınırlaması yapabilirsiniz.
- Ticari müşteriler açısından oldukça önemli olan onay mekanizması ile, personelinizin Akbank Direkt İnternet'te yapacakları işlemlerin, ancak firmanızca belirlenecek yetkili/yetkililerce onaylanması halinde gerçekleşmesini sağlayabilirsiniz.
- Toplu Havale ve Toplu EFT fonksiyonlarını kullanarak 30 adet işlemi tek seferde kolaylıkla gerçekleştirebilirsiniz.

Bu uygulamayı kullanabilmek için bankadan herhangi bir vadesiz ticari mevduat hesabı açılmalı ve kullanıcı numarası ile Şifre alınmalıdır. Türkiye'de yerleŐik yabancı uyruklu tüzel müşteriler için de İngilizce Akbank Direkt İnternet'i hizmeti mevcuttur. Kullanıcı yetki ve limitleri; Firma adına Akbank Direkt İnternet aracılığıyla işlem yapmaya yetkili kılınan personelin, hangi işlemleri, hangi hesaplardan, hangi limitler dahilinde yapacağının sınırlandırılır. Bu yetki ve limitler, Firma tarafından belirlenerek BaŐvuru Formu'nda iŐaretlenir.

2.4.2. ING Bank

Kendilerini ‘‘bankacılık lisansına sahip teknoloji Şirketi’’ olarak tanımlayan ING Bank geleneksel bankacılık sisteminden uzak yeni bir bankacılık modelini hayata geçirmek için çalışmaktadır. Düşük maliyetli bankacılık sistemini benimseyen banka, Şube sayısını artırmadan dijital bankacılık sistemlerini geliştirerek büyüme sağlamaktadır. Türkiye’deki toplam müşteri sayılarının %21’i aktif dijital kanal kullanıcısı olan banka, satışlarının %30’unu alternatif dağıtım kanallarından yapmaktadır. Mobil cüzdan uygulaması olan ‘‘ParaMara’’ ile mobil sitelerden ve mobil uygulamalardan alışveriş yapılırken güveli ve hızlı bir ödeme yapılabilmesini sağlamaktadır.120.000 kişinin üzerinde kullanıcı olan ParaMara , ING Bank müşterisi olsun ya da olmasın, herkese, günlük finansal ihtiyaçlarını akıllı telefonlar üzerinden hızla ve kolayca gerçekleŐtirebilme olanağı sunmaktadır. ParaMara’da alıcının banka hesabı olmasa bile cep telefonu numarasına 7 gün-24 saat para gönderilebilir.

ING Bank’ın kurumsal dijital bankacılığını, banka müşterisi olan tüm ticari müşteriler kullanabilir. Kullanıcılar temel olarak Şu işlemleri yapmaktadır:

Hesaplar (İnceleme, Hesap Hareketleri, Hesap Kapama), Para Transferleri (Kayıtlı İşlemlerim, Hesaplarına Havale, Başka Bankaya EFT), Kartlar (Borç Ödeme), Fatura Ödemeleri, Kurum Ödemeleri (MTV/TPC, Gümrük, SGK),Cep Lira Yükleme, Yatırımlar (ING FX, Fon İşlemleri, Repo İşlemleri, Döviz Kurları, Yatırım Portföyü), ekler, Onay/İptal İşlemleri

Tablo 10: ING Bank Ticari İnternet Bankacılığı İşlem Saatleri ve Ücret Tarifeleri (2018)

BANKACILIK				
İŞLEMLERİ				
İşlem Adı	Para Birimi	Alt Limit	Üst Limit	İşlem Saati
EFT	TL	10	1.000.000	Hafta içi 09:00-16:00
Geç EFT	TL	10	500.000	Hafta içi 16:00-17:15
Havale/Virman*	TL	0,01	Limitsiz	7 gün / 24 saat
Havale/Virman*	USD	0,01	500.000	7 gün / 24 saat
3.Şahsa Havale*	TL	1	10.000.000	7 gün / 24 saat
3.Şahsa Havale*	USD	1	500.000	7 gün / 24 saat
SWIFT	TL	0,01	1.000.000	7 gün / 24 saat
Fatura Ödemeleri	TL	0,01	25.000	7 gün / 24 saat
HESAP İŞLEMLERİ				
Vadeli Hesap Açma*	TL	5.000	100.000	7 gün / 24 saat
Vadeli Hesap Açma / Kapama*	USD	2.000	Limitsiz	7 gün / 24 saat
O/N Vadeli Hesap Açma*	TL	5.000	100.000	7 gün / 24 saat
YATIRIM İŞLEMLERİ				
Nakit Fon Alış/Satış	TL	1	100.000	Hafta içi 08:30-13:45 Limit 100.000 TL Hafta içi 13:45-16:00 Limit 50.000 TL Hafta içi 16:00-17:00 İşlem Yapılamaz Hafta içi 17:00-08:30 Limit 50.000 TL Tatil günleri boyunca toplam Limit 50.000 TL

Valörlü Fon Alış	TL	1	100.000	7 gün / 24 saat Her Valörlü Fon için Limit 100.000 TL Tatil günleri boyunca toplam Limit 100.000 TL
Valörlü Fon Satış	TL	1	100.000	
Döviz Alış	USD	1	150.000	17:45-08:45 arası Limit 100.000 USD
Döviz Satış	USD	1	150.000	17:45-08:45 arası Limit 100.000 USD
Arbitraj	USD	1	100.000	Hafta içi 09:00-17:30
Repo Bağlama	TL	250	500.000	Hafta içi 09:30-13:30
HB/DT Alış	TL	5	500.000	7 gün / 24 saat Tatil günleri boyunca toplam Limit 500.000 TL
HB/DT Satış	TL	5	500.000	
KREDİ KARTI İŞLEMLERİ				
Kredi Kartı Nakit Avans*	TL	0,01	7.500	7 gün / 24 saat
Kredi Kartı Ödemesi*	TL	0,01	Limitsiz	7 gün / 24 saat

* Günsonu çalışma saatleri içerisinde geçici olarak işlem yapılamaz. Havale işlemleri ise gün sonu işlemleri süresince talimatlı olarak alınır.

KOBİ ve Ticari Müşterilerimiz İçin:			
İşlem Türü	Açıklama	Ücret	BSMV
TL/YP Havale	İşlem başına	1 TL	(Bsmv Dahil)

Düzenli ve İleri Tarihli Havale	İşlem başına	1 TL	(Bsmv Dahil)
EFT	İşlem başına	3 TL	(Bsmv Dahil)
Düzenli ve İleri Tarihli EFT	İşlem başına	3 TL	(Bsmv Dahil)
Geç EFT	İşlem başına	6 TL	(Bsmv Dahil)

Ayrıca ticari müşterilere sunulan ‘‘Çek Dolabı’’ uygulaması ile; müşteriler Çek Dolabı’nda bulunan "Yeni Çek Yükle" butonuyla açılan menüde, çeklerinin fotoğrafını çekerek veya MICR kodu ile birlikte diğer bilgileri elle girerek çeklerini klasörleyebilirler. Çek Dolabı, ilk aşamada sadece çekin bilgilerini saklama amacını taşımaktadır.

2.4.3. Yapı Kredi Bankası

Yapı Kredi, dijital dünyaya adapte olamayan bankaların gelecek yıllarda sektörde tutunamayacaklarını düşünen bir yapı ile bankacılık sektöründeki yerini korumaktadır. Türkiye Bankalar Birliği'nin 2015 verilerine göre bankacılık sektöründe dijital kanalları kullanmaya başlayan her dört müşteriden biri Yapı Kredi'yi tercih etmektedir. Yapı kredi, Türkiye'de ilk kez bilgisayar ile işlem yapan, ilk online uygulamayı kullanıma sunan, ilk telefon bankacılığı işlemini gerçekleştiren, ilk ses tanıma sistemini geliştiren bankadır. 2015 senesinde Apple Watch ile entegre çalışan "Kurumsal Mobil Şube" sistemi ile, KOBİ ve kurumsal müşterilerine her an ve her yerde bankacılık hizmeti sunmaya başlamıştır. Bu uygulama ile bir çok bankacılık işlemi yapılabilmekte ve onaylanabilmektedir. Ayrıca raporlara ve aylık ödeme

planlarına da erişim sağlanabilmektedir. Beni Hatırla özelliği ile müşteriler, bu sisteme her girişlerinde kullanıcı bilgilerini girmeden sisteme ulaşabilmektedir.

Yapı Kredi KOBİ'lere için, www.yapikredikobi.com.tr sitesini hizmete sunmuştur. Bu sitede KOBİ'ler için genel olarak;

- KOBİ Kredi Başvurusu,
- Ticari Kredi Kartları,
- Üye İşyeri,
- POS Avans,
- Self Servis World,
- Ödeme ve Tahsilat Sistemleri,
- Nakit Yönetimi,
- Dış Ticaret Finansmanı,
- KOBİ Bankacılığı Paketleri,
- Kurumsal İnternet ve Mobil Şube,
- Kredi Garanti Fonu (KGF),
- Hibe ve Destekler,
- Findeks Ticari Paketleri gibi başlıklar aracılığı ile KOBİ'ler bilgilendirilmektedir.

Tarım ile uğraşan KOBİ'ler için;

- Tarım Kredileri,
- Tarım Kredi Kartları,
- Tarım Bankacılığı Paketleri ve Sigortalar,
- Üye İşyeri,
- Hibe ve Destekler seçenekleri bulunmaktadır.

Ayrıca bu sitede sektörlerle alakalı haberlere ve makalelere, piyasa haberlerine ve dijital dünyaya ait yenilikler hakkında bilgilere ulaşılabilir.

2.4.4. Türkiye İş Bankası

Türkiye İş Bankası, 2015'te Türkiye'nin En İyi Dijital Bankası olmak amacıyla bir dijital dönüşüm sürecine girmiştir. Müşterilerin sosyal medya davranışları, mobil uygulamalardaki hareketleri gibi alışkanlıklarını yani kullanıcıların dijital ayak izlerini takip ederek bu verilere göre mobil uygulamalar ve web siteleri tasarlamaktadırlar. Banka 2017-2018 yıllarında dijital cüzdan kullanımının yaygınlaşacağını ve nakitsiz bir yapıya gidileceğini öngörmektedir.

İş bankası ticari internet bankacılığını kullanmak isteyen veya kullanan müşterilerini yönlendirmek amacıyla web sitesinde şu açıklamalara yer vermektedir:

İş Bankası İnternet Şubesi'nde müşterilerimizin kişiselleştirme ihtiyaçları göz önünde tutularak tasarlanan geniş işlem seçeneklerinden yararlanabilir, bankacılık işlemlerinizi 7 gün 24 saat, hızlı, kolay ve güvenle yapabilirsiniz.

Küçük ölçekli aile işletmelerinden, köklü kurumsal holdinglere, dernek, vakıf, sendika ve kooperatiflerden, apartman yönetimlerine kadar çok sayıda kurum ve kuruluş bankacılık işlemlerini İş Bankası İnternet Şubesi ile gerçekleştiriyor.

- Hesap bilgilerinizi, yakın tarihli ödemelerinizi ve onaydaki işlemlerinizi görebilirsiniz.
- "Hareketli Takvim" ile çeklerinizle ilgili bilgileri görüntüleyebilirsiniz.
- "Çek-Senet" menüsü ile firmanıza ait çeklerle ilgili pek çok işlemi yapabilirsiniz.
 - Maaş işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz.
 - DBS işlemlerinizi gerçekleştirebilirsiniz.
 - Çoklu havale-EFT işlemlerinizi hızlı ve kolayca yapabilirsiniz.
- Firmanız içerisindeki yetki ve onay limitleri ile işlem kısıtlamalarını rahatlıkla tanımlayabilirsiniz.

- Üye işyeri ekstrelerinizi ve detaylarını görüntüleyebilir, POS işlemlerinizi izleyebilirsiniz.
- İnternet Şubesi ile düzenli olarak ihtiyaç duyduğunuz bilgilerin e-posta ile tarafınıza gönderilmesini sağlayabilirsiniz.

KOBİ'ler için ayrıca;

- KOBİ Penceresi,
- Esnaf Bankacılığı,
- Girişimci Destekleri,
- Krediler,
- Mevduat Ürünleri,
- Yatırım Ürünleri,
- Kartlar,
- Dış Ticaret,
- Nakit Yönetimi,
- E-Çözümler,
- Sigorta,
- Üye İşyeri/POS,
- Findeks Paketleri,
- Eczacılara Özel Hizmetler,
- Dijital Bankacılık gibi başlıklarla KOBİ'lere dijital bankacılık

hakkında bilgiler vermektedir.

2.4.5. Garanti Bankası

Garanti Bankası, KOBİ segmentli müşterilerine '<https://www.garanti.com.tr/kobi>' adresinden bilgi ve hizmet vermektedir. Bu sitede

KOBİ'lere özel ; kredi, kredi kartı, POS gibi ürünlerin kullanım oran ve faiz bilgileri verilmektedir.

Dijital bankacılık site içinde ayrı bir bölüm olarak ele alınmıştır. Dijital bankacılık; internet bankacılığı, mobil bankacılık, alo garanti, paramatik ve güvenlik olarak alt başlıklara ayrılmıştır. İnternet bankacılığı başlığı incelendiğinde şu açıklamalar bulunmaktadır: “

“Şirketler için Garanti İnternet, Garanti İnternet Bireysel'den temel olarak iki yönden farklıdır. Bunlar şirketler için sunulan özel ürünler ve istediğiniz sayıdaki kullanıcıya istediğiniz yetki tanımlarının yapılabilmesidir.

Yetki yapısı çerçevesinde;

- Tüm imza sirkülerini kapsayabilecek detaylı yapı oluşturabilirsiniz.
- İstenen sayıda alt kullanıcı tanımlayabilirsiniz.
- İşlem grubu bazında farklı tutarlar için yetkilendirebilme yapabilirsiniz.
- Farklı firmaların dilediklerinde birbirlerinin hesaplarından görüntüleme

ve işlem yapabilmeleri sağlanmaktadır.”



Resim 1: Garanti Bankası'nın KOBİ'lere özel hazırladığı sitenin

Kaynak: <https://www.garanti.com.tr>

2.4.6. QNB Finansbank

QNB Finansbank KOBİ'lere ‘ ‘ www.qnbfinansbank.com/bankacilik/kobi/’ ’ internet sitesinden bilgi ve hizmet vermektedir. 7/24 Bankacılık başlığı altında internet bankacılığı hizmetini açıklamaktadır. KOBİ'ler hızlı ve güvenli internet bankacılığını her kullanıcı için farklı işlem yetkileri ve limitleri ile tanımlayabilir. Tam yetkili kılınan internet bankacılığı kullanıcısı diğer kullanıcıların işlem yetki ve limitlerini ve hesap/kart yetkilerini belirmesinin yanı sıra alıcı hesap kısıtlaması işlemi yapabilir. Ayrıca tam yetkili kullanıcı, kısıtlı yetkilinin şifresini unutması durumunda yeni şifre talebinde bulunabilir. İnternet bankacılığının gelişmesi ile birlikte yenilenen internet şubesi ile KOBİ'ler firmalarının anlık durumunu kolayca takip ederek, Ajanda ve Nakit Akışı fonksiyonları ile yakın zamanlı işlemlerinin takibini düzenli bir şekilde yapabilmektedirler. KOBİ'ler, QNB Finansbank KOBİ İnternet Bankacılığı aracılığı ile şu işlemleri gerçekleştirebilmektedirler

- Hesaplarla ilgili işlemler,
- Para transferleri,
- Ödemeler,
- Kredi kartı işlemleri,
- Yatırım işlemleri,
- E-devlet'e giriş.



Resim 2: QNB Finansbank'ın KOBİ'lere Özel Hazırladığı Site

Kaynak: <https://www.qnbfinansbank.com/>

2.4.7. TEB

TEB, KOBİ'ler için "www.teb.com.tr/kobi-bankaciligi/" sitesini oluşturmuştur. Bu sitede KOBİ'ye Özel başlığı altında ürün ve hizmet tanıtımı yapılmaktadır.

Banka ayrıca 'www.tebkobiakademi.com' sitesini oluşturarak burada KOBİ'lere ücretsiz eğitimler ve atölye çalışmalarınıyla sektörde tutunmak isteyen KOBİ'lere yol göstermektedir. Kurumsal Gelişim Eğitimleri, uzman danışmanlar aracılığı ile yapılmış bir oluşumdur. Bu eğitimlerde piyasada başarılı olmuş işletme geliştirme modelleri, 2005 yılından itibaren her ay farklı illerde KOBİ'lerin bilgisine sunulmaktadır. Bu sayede KOBİ'ler kendilerine uygun modelleri bünyelerinde uygulayarak rekabet ortamında kalıcı olabilmektedirler.

Ayrıca TEB KOBİ Danışmanları, KOBİ'lerin büyüme süreçlerinde onlara destek olarak ve KOBİ'lerin üretim, yönetim, satış ve pazarlama stratejilerine hakim olması için eğitilen TEB müşteri temsilcileridir. TEB KOBİ Danışmanlık programı çatısı altında eğitim alan müşteri temsilcileri, KOBİ'lere sadece finansal anlamda değil ortaya

ıkan ve çıkabilecek problemlerin tespiti ve çözümleri konusunda rehberlik etmek üzere yetiştirilmiştir.

- Üretim yönetimi,
- Organizasyonel yapılanma,
- Pazarlama faaliyetleri,
- İnsan kaynakları yönetimi yönetimi, konusunda tecrübeli danışmanlar

KOBİ'lere hizmet vermektedirler.

Bunların yanı sıra www.tebkobitv.com ile KOBİ'lere internetten bilgi kaynağı sağlamaktadır. Banka TEB KOBİ TV'yi şu şekilde tanıtmaktadır:

“Türkiye’de bankacılık sektöründe KOBİ'lere yönelik yayın ilk internet televizyonu olan TEB KOBİ TV, küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) global rekabette ihtiyacı olan bilgiye ücretsiz ulaşmalarını sağlamak ve KOBİ'lerin ilgisini çekebilecek her konuda bilgi içeren haberlerin yer aldığı bir internet televizyonudur. 2006 yılında yayın hayatına başlayan TEB KOBİ TV, başta KOBİ patronları ve çalışanları olmak üzere, çalışan dünyasındaki profesyonellerden, girişimcilere, ev hanımlarından, emeklilere hatta öğrencilere kadar pek çok kitlenin ilgisini çekebilecek haberler sunar. Dış ticaret, pazarlama&satış, işletme ve üretim yönetimine ait anahtar bilgilerin yanı sıra, izleyiciler, TEB KOBİ TV üzerinden finans&ekonomi gündemini takip edebilir, il il KOBİ'lerin ekonomik potansiyelini inceleyerek, KOBİ destekleri hakkında bilgi alabilir. Ayrıca geleceğin KOBİ'leri olan girişimciler de, girişimcilik ekosistemine hizmet eden tüm aktörlere ilişkin güncel haberlerin yanı sıra, yatırımcılar dünyası, inovatif projeler ve girişimci olmak ve iş kurmak isteyenlere dair nerileri içeren haberleri de takip edebilir. TEB KOBİ TV, teknolojik gelişmelerden faydalanıp iş verimliliğini artırmak isteyen KOBİ'ler için ‘Teknolojik zmler’, KOBİ ve işletme patronu kadınlar için iş geliştirme rehberi niteliğindeki ‘Kadın Patronun Ekranı’, iş ve özel hayatında yaşam boyu gelişimi hedefleyen profesyoneller için ‘Kişisel ve Kariyer Gelişim Rehberi’, sanayinin dijitalleşmesi sürecinde rehber niteliği taşıyan ve KOBİ'leri geleceğin sanayisine hazırlayan ‘Endüstri 4.0 Rehberi’ gibi tematik kanalları üzerinden de yayın yapmaktadır. www.tebkobitv.com üzerinden izleyiciler vergiden sosyal güvenliğe, iş hukukundan işletme yönetimine, teknolojidenden dış ticarete kadar pek

çok konuda, TEB KOBİ TV uzmanlarına merak ettikleri konularda 7/24 soru sorabilmektedir. ‘

Firmanız için » KOBİ'yim » KOBİ'ye Özel

KOBİ'ye Özel

- TEB KOBİ Akademi
- TEB KOBİ Danışmanları
- KOBİ'lerin gözü kulağı TEB KOBİ TV
- TEB POS ve Üye İşyeri
- Ödüllerimiz

KOBİ'ye Özel

kobi TEB KOBİ Akademi

Daha çok başarı ve daha çok kazanç için TEB KOBİ Akademileri'ndeki ücretsiz eğitim ve atölye çalışmalarımıza katılarak işletmenize yön verebilirsiniz.

Detaylı Bilgi

TEB KOBİ Danışmanları

TEB Şubeleri'nde işletmenizdeki sorunları teşhis eden, size çözümler öneren ve aynı zamanda önünüzdeki fırsatlar hakkında yol gösteren danışmanlarımız var.

Detaylı Bilgi

KOBİ'lerin gözü kulağı TEB KOBİ TV

KOBİ'lere özel ilk internet televizyonu TEB KOBİ TV ile ihtiyacınız olan tüm bilgiler her an elinizin altında.

Detaylı Bilgi

TEB POS ve Üye İşyeri

TEB Üye İşyerleri, farklı ihtiyaç ve beklentilere uygun olarak geliştirilmiş çeşit çeşit POS hizmetinden yararlanıyor.

Detaylı Bilgi

Ödüllerimiz

Detaylı Bilgi

Resim 3: TEB'in KOBİ'lere Özel Hazırladığı Site

Kaynak: <https://www.qnbfinsbank.com/>

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ’LERDE İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde öncelikle internet bankacılığı ve KOBİ’lerde internet bankacılığı kullanımını üzerinde yapılmış olan akademik çalışmalar incelenerek elde edilen verilerin analiz sonuçları ve değerlendirmelerine kısaca değinilmiştir. Sonrasında KOBİ’lerin internet bankacılığı kullanıp kullanmadığını, bunların nedenlerini ve KOBİ’lerin internet bankacılığı algısını ölçme doğrultusunda hazırlanan anket ile internet bankacılığı kullanım düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır.

3.1. LİTERATÜR TARAMASI

Ibbotson ve Moran (2003), Kuzey İrlanda’da KOBİ’ler ve bankalar arasında bulunan ilişkiyi ölçmek üzere bir araştırma yapmıştır. Bu araştırma KOBİ’lerin dijital bankacılık kullanım seviyeleri ve aldıkları dijital bankacılık hizmetinden memnun kalıp kalmadıklarına yöneliktir. Anket yöntemiyle araştırmaya dahil edilen 250 firmanın, elektronik bankacılık kullanım oranlarının oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Ibbotson ve Moran’a göre bunun en büyük nedeni yalnızca iki banka tarafından ticari elektronik bankacılık hizmeti sunulmasıdır. Ancak yapılan anket sonuçlarına göre firmalar, sunulan ticari elektronik bankacılık hizmetinin gelişmesi durumunda, bu hizmeti almaya hevesli oldukları sonucu ortaya çıkmıştır.

Januwachirathanakul ve Fink (2005) Bangkok’ta yaptıkları araştırmalarında internet bankacılığı adaptasyon yöntemlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Bangkok’ta faaliyet gösteren 40 firma bünyesinde çalışan 15 personele anket yöntemiyle ulaşılmış ve toplam 600 kişiye bu anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre internet

bankacılığı kullanımını etkileyen faktörler; site tasarımı ve kullanım kolaylığı olarak belirlenmiştir. Buna karşılık internet bankacılığının gelişmemesindeki nedenler olarak da diğer kullanıcıların olumsuz yorumları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca internet bankacılığı kullanım oranlarının cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, gelir düzeyi, teknoloji kullanım seviyesine bağlı olarak da değiştiği gözlemlenmiştir.

Ratchonakitumnuai ve Speece (2003) Tayland'da ticari müşterilerin internet bankacılığı kullanımını engelleyen olumsuz etkilerin neler olduğunu belirlemeye yönelik bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre internet bankacılığının kullanımının yayılmasındaki en büyük engelin çok fazla kişi tarafından bu sisteme giriş yapılması ve durumun güven unsurunu zedelemesidir. İnternet bankacılığı hizmetinden yararlanan kişiler bu sistemi oldukça güvenli bulurken, kullanmayan kişiler internet bankacılığına oldukça temkinli yaklaşmaktadır. Bunun yanısıra; firmaların dijital bankacılık hizmetinden yararlanmak istemesinin önündeki en büyük engel, elektronik bankacılığa dair oluşturulan hukuk kurallarının az ve yetersiz olmasıdır.

Ozan Yakar (2009), Ankara Ostim Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan 108 KOBİ'ye mülakat ve anket yöntemiyle araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmanın amacı KOBİ'lerin internet bankacılığı hizmetini kullanırken nelerden etkilendiğini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmaya göre elektronik bankacılık, bankalara ve firmalara oldukça büyük faydalar sağlamaktadır. Ancak bunun yanı sıra işletmelerin geleneksel yöntemlerle yönetilmesi, yenilikler karşısında hızlı adapte olamamaları, şirket bünyesinde çalışanların fazla olması, bilgisayar ve teknoloji bakımından yeterli donanıma sahip personel eksikliği, elektronik bankacılığın güvenilir bulunmaması gibi nedenlerden dolayı, dijital bankacılığın KOBİ'ler tarafından tercih edilmediği saptanmıştır.

Emre Pala (2010), Türkiye genelinde elektronik bankacılığa yönelik müşteri tercihlerini ölçmek amacıyla 196 kişiye anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu haftada birkaç kez internet bankacılığını kullanırken, kullanım sıklığı; cinsiyete, yaşa, meslek grubuna gibi demografik özelliklere göre değişiklik göstermemektedir. Ayrıca sonuçlara göre güvenlik unsuru, kolay kullanım, maliyetleriz azlığı, zamandan tasarruf sağlaması gibi etmenler internet bankacılığı kullanım oranlarını etkilemektedir.

Tuğba Özbal (2011), Ankara’da 18 yaş üzeri kişilerin internet bankacılığı seçimlerine etki eden faktörleri belirlemek için 226 kişi üzerinde anket yöntemiyle bir araştırma yapmıştır. İnternet bankacılığı kullanımının demografik özelliklere göre değişip değişmediğini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre bankacılık sektöründe hızlı bir şekilde artan internet kullanımı, altyapının gelişmesiyle müşterilerin isteklerini karşılamaya başlamıştır. İnternet bankacılığı kullanım oranlarının yaşa, teknolojik bilgi yeterliliği gibi etmenlere bağlı olarak kullanım düzeylerinin farklılık gösterdiği saptanmıştır.

Şükrü Uzundağ (2013), Mart ve Nisan 2013 tarihinde yaptığı araştırmasını Aydın ilinde görev yapan, 22 yaş ve üzerinde olan 450 öğretmen üzerinde yapmıştır. 450 öğretmene dağıtılan anketlerden toplam 436 adet geri dönüş olmuştur. Anket sonuçlarına göre internet bankacılığı kullanan öğretmenlerin %94’ü bu hizmetten memnun kalmış ve %95’i de internet bankacılığı kullanımını teşvik etmektedir. Öğretmenler internet bankacılığına pozitif yaklaşmaktadır. Bu hizmeti kullanırken sadece bilgi eksikliğinden kaynaklı hata yapma korkuları dışında bankacılığını kullanım eğilimleri oldukça yüksektir.

Abiodun OLOMOFE (2018), e- bankacılık kullanımını etkileyen faktörlerin incelendiği çalışmada 400 kişiye uygulanan anket sonuçlarına göre, Nijerya’da internet bankacılığı kullanımını olumsuz etkileyen durumlar internet arzı, ATM hatası, internet dolandırıcılığı ve hileli faaliyetler, hızlı bir şekilde teslim edilmeden para kesilmesi, mobil uygulamalar ve bunları kullanmanın zorluğu gibi durumlar belirlenmiştir. İnternet bankacılığının tam olarak benimsenmesi için müşterilerin bankacılık sektörüne daha fazla güven duymaları, elektronik bankacılığın toplam kullanımını engelleyen azaltıcı etkenlerin düzeltilmesi gerekmektedir sonucuna ulaşılmıştır.

3.2. AMAÇ, YÖNTEM VE KAPSAM

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ’lerin internet bankacılığı kullanım düzeyleri incelenmiştir. Yığın KOSGEB’e göre KOBİ sınıfında faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır. Yığın içerisinde rassal olarak seçilerek cevap alınan 124 firma örneğimizi oluşturmaktadır.

Araştırma için 150 firma ile temasa geçilmiş yalnızca 124 tanesinden geri dönüş alınabilmiştir. Araştırma verileri yüz yüze anket yöntemi ve e-mail aracılığı ile toplanmıştır. Anket formu 2018 yılı Temmuz ve Ağustos aylarında firmalara uygulanmıştır. Toplanan veriler SPPSS programı aracılığı ile analiz edilmiş, Ki Kare tekniği ile yorumlanmıştır.

Araştırmanın amacı Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ’lerde internet bankacılığından yararlanma düzeylerinin belirlenmesidir. Bu bağlamda söz konusu KOBİ’lerin internet bankacılığından ne düzeyde faydalandıkları, ne amaçla faydalandıklarını, faydalanmayan KOBİ’lerin ne sebeplerle faydalanmadıkları, KOBİ’lerin internet bankacılığı kullanım alanları gibi konular araştırma kapsamında tutulmuştur.

3.3. ÖLÇME ARAÇLARI

Araştırmada ölçme aracı olarak yüz yüze görüşme tekniği ile anket yöntemi benimsenmiştir. Araştırma amaçları ve kapsamı doğrultusunda oluşturulan anket formunda 25 adet kategorik soru bulunmaktadır. Oluşturulan anket formu 124 adet KOBİ’ye uygulanmıştır.

3.4. ARAŞTIRMA SORULARI

Araştırmada genel olarak incelenmek istenen araştırma soruları şu şekildedir;

Araştırma Sorusu 1: KOBİler internet bankacılığından ne düzeyde faydalanmaktadır ?

Araştırma Sorusu 2: Yönetici kadrosunda kimlerin bulunduğu, yönetici kadrosunda bulunan kişilerin eğitim durumu, firmanın büyüklüğü ve faaliyet süresi internet bankacılığı kullanımını üzerinde etkili midir?

Araştırma Sorusu 3: İnternet bankacılığı kullanmayan KOBİ'ler ne sebeplerle kullanmamaktadır ?

Araştırma Sorusu 4: İnternet bankacılığı kullanan KOBİ'ler ne sebeplerle kullanmaktadır?

Araştırma Sorusu 5: İnternet bankacılığı kullanan KOBİ'ler daha çok hangi işlemleri gerçekleştirmek için kullanmaktadır ?

Araştırma Sorusu 6: İnternet bankacılığı kullanan KOBİ'ler daha ok hangi cihazlar ile internet bankacılığına erişim sağlamaktadır?

Araştırma Sorusu 7: İnternet bankacılığı kullanan KOBİ'ler internet bankacılığının kendilerine rekabet ortamında fayda sağladığını düşünmekte midir?

Araştırma Sorusu 8: İnternet bankacılığı kullanan KOBİ'ler internet bankacılığının kendilerine rekabet ortamında fayda sağlama düşüncesi ile firma yöneticilerinin eğitim durumu, internet bankacılığı kullanım sıklığı, internet bankacılığı kullanım süresi, daha önce dolandırıcılık yaşama durumları gibi etkenlerle ilişkili midir?

Araştırma Sorusu 9: Kobiler internet bankacılığının gelecekte klasik bankacılığın yerini alabileceğini düşünmekte midir ?

Araştırma Sorusu 10: Kobilerin internet bankacılığının gelecekte klasik bankacılığın yerini alabileceğini düşüncesi ile firma yöneticilerinin eğitim durumu, internet bankacılığı kullanım sıklığı, internet bankacılığı kullanım süresi, daha önce dolandırıcılık yaşama durumları gibi etkenlerle ilişkili midir?

Araştırma Sorusu 11: İnternet bankacılığının rekabet ortamında kendilerine fayda sağladığını düşünen ve düşünmeyen KOBİ'ler arasında internet bankacılığının gelecekte klasik bankacılığın yerini alabileceğini düşüncesi bakımından fark var mıdır?

3.5. VERİ ANALİZİ

Araştırma kapsamında anket formları yardımıyla toplanan veriler önce Microsoft excel programın girilmiş, ardından gerekli sayısal kodlamalar yapılarak İBM SPSS 23.0

versiyonuna aktarılmıştır. Araştırmanın bundan sonraki kısmı IBM SPSS 23.0 paket programı ile tamamlanmıştır.

Bulgular bölümünün ilk kısmında araştırmaya dahil edilen KOBİ'lerin tanımlayıcı özellikleri ile anket sorularına verdikleri cevaplara ait yüzde ve frekans değerleri tablo ve yorumlar ile birlikte sunulmuştur. Bulgular bölümünün ikinci kısmı ise kategorik sorular arasındaki ilişkilerin irdelenmesine dayalıdır. Daha açık bir ifade ile araştırma amaçları doğrultusunda belirlenen grupların, belirli bir kontrol sorusuna verdikleri yanıtların sıklıkları bakımından farkların irdelenmesini içermektedir. İstatistikte iki kategorik değişken arasındaki ilişkilerin irdelenmesi için sıklıkla çapraz tablo ve ki-kare istatistiklerine başvurulur.

Ki-Kare dağılımı parametrik olmayan testler içinde oldukça yaygın olarak ve bir çok maksatla kullanılan bir dağılımdır. Bu testlerin temeli 1990 yılında Karl Pearson tarafından geliştirilen bir tekniğe dayanır. Çoğu araştırmada çeşitli kategorilere giren deneklerin, nesnelerin veya cevapların sayısı ile ilgilenilir. Bir grup insan belli bir anketin sorularına verdikleri cevaplara göre sınıflandırılabilir. Araştırmacı belli bir tip cevabın diğerlerine kıyasla daha sık ortaya çıkıp çıkmayacağını belirlemek isteyebilir. Bu tip durumlarda ve özellikle sayımla belirlenen kalitatif özelliklerle ilgili testlerde genellikle ki-kare testi kullanılır.(Kartal 2006:107).

Ki-kare bağımsızlık testi ki-kare testlerinin bir türüdür. Farklı kategorilere ayrılmış iki olay veya durum arasındaki ilişkinin testi Ki-Kare bağımsızlık testi ile yapılır. Bu olaylara ait gözlenen frekansları gösteren iki yönlü tabloya kontenjan tablosu veya çapraz tablo denir. Bu tablo r satır ve k sütundan oluşmakta olup, r-k tipindedir. Sıfır hipotezi “Bu iki olay birbirinden bağımsızdır, birbirini etkilemektedir.”, alternatif bir hipotezi ise “Olaylar birbirinden bağımsız değildir, birbirini etkilemektedir” biçimindedir (Karagöz, 2016, s:665)

Araştırmada testlerin %5 anlamlılık düzeyinde gerçekleştirilmesi yeterli görülmüştür. Bu bakımdan test istatistiği anlamlılık değerinin 0.05'den büyük olması durumundan H_0 hipotezi kabul edilerek karşılaştırılan gruplar arasında fark olmadığı veya iki durumun birbirinden etkilenmediği, aksi durumda ise karşılaştırılan gruplar

arasında manidar bir farkın olduğu, iki durumun bir birinden etkilendiği yorumu yapılmıştır.

3.6. BULGULAR

3.6.1. Frekans Analizleri

Araştırmaya dahil edilen firmalara ait tanımlayıcı istatistikler tablo 11'deki gibidir.

Tablo 11: Firma Tanımlayıcı İstatistikleri 1

		Frekans (n)	Yüzde(%)
İl	Ankara	18	14.5%
	Bilecik	9	7.3%
	Bursa	32	25.8%
	Çanakkale	10	8.1%
	İstanbul	23	18.5%
	Urfa	13	10.5%
	Van	15	12.1%
	Zonguldak	4	3.2%
	Toplam	124	100.0%
Hukuki Statü	Şahıs İşletmesi	50	40.3%
	Adi ortaklık	4	3.2%
	Limited Şirket	66	53.2%
	Anonim Şirket	4	3.2%
	Toplam	124	100.0%
Faaliyet	Gıda	22	17.7%

Sektörü	İnşaat	16	12.9%
	Kimya. Petrol. Lastik ve Plastik	8	6.5%
	Makine ve Ekipman	1	0.8%
	Metal İşleme	2	1.6%
	Ağaç İşleri. Kağıt ve Kağıt Ürünleri	13	10.5%
	Otomotiv	8	6.5%
	Tarım ve Hayvancılık	4	3.2%
	Tekstil. Hazır Giyim. Deri	7	5.6%
	Turizm. Konaklama. Yiyecek- İçecek Hizmetleri	9	7.3%
	Cam. Çimento ve Toprak	7	5.6%
	Elektrik. Elektronik	1	0.8%
	Diğer	26	21.0%
	Toplam	124	100.0%
Faaliyet	1-3 Yıl	12	9.7%

Süresi	4-6 Yıl	39	31.5%
	7-9 Yıl	36	29.0%
	10 Yıl Ve Üzeri	37	29.8%
	Toplam	124	100.0%
Çalışan Sayısı	1-9 Çalışan	42	33.9%
	10-49 Çalışan	73	58.9%
	50-99 Çalışan	8	6.5%
	100-199 Çalışan	1	0.8%
	Toplam	124	100.0%

İşletmelerin merkezlerinin buldukları illere göre dağılımları şu şekildedir; Ankara 14.5% (n=18), Bilecik 7.3% (n=9), Bursa 25.8% (n=32), Çanakkale 8.1% (n=10), İstanbul 18.5% (n=23), Urfa 10.5% (n=13), Van 12.1% (n=15), Zonguldak 3.2% (n=4). İşletmelerin hukuki statülerine göre dağılımları şu şekildedir; Şahıs İşletmesi 40.3% (n=50), Adi ortaklık 3.2% (n=4), Limited Şirket 53.2% (n=66), Anonim Şirket 3.2% (n=4). İşletmelerin ana faaliyet konularına göre dağılımları şu şekildedir; Gıda 17.7% (n=22), İnşaat 12.9% (n=16), Kimya. Petrol. Lastik ve Plastik 6.5% (n=8), Makine ve Ekipman 0.8% (n=1), Metal İşleme 1.6% (n=2), Ağaç İşleri. Kağıt ve Kağıt Ürünleri 10.5% (n=13), Otomotiv 6.5% (n=8), Tarım ve Hayvancılık 3.2% (n=4), Tekstil. Hazır Giyim. Deri 5.6% (n=7), Turizm. Konaklama. Yiyecek-İçecek Hizmetleri 7.3% (n=9), Cam. Çimento ve Toprak 5.6% (n=7), Elektrik. Elektronik 0.8% (n=1), Diğer 21.0% (n=26). İşletmelerin faaliyet sürelerine göre dağılımları şu şekildedir; 1-3 Yıl 9.7% (n=12), 4-6 Yıl 31.5% (n=39), 7-9 Yıl 29.0% (n=36), 10 Yıl Ve Üzeri 29.8% (n=37). İşletmelerin çalışan sayılarına göre dağılımları ise şu şekildedir; 1-9 Çalışan 33.9% (n=42), 10-49 Çalışan 58.9% (n=73), 50-99 Çalışan 6.5% (n=8), 100-199 Çalışan 0.8% (n=1).

Firmaların tanımlayıcı istatistiklerinin devamı tablo 12'deki gibidir.

Tablo 12: Firma Tanımlayıcı İstatistikleri 2

	Frekans (n)	Yüzde(%)	
İşletmenin yönetici kadrosunda kimler yer almaktadır ?	Sahip/ortak	90	72.6%
	Profesyonel yönetici	11	8.9%
	Aile üyeleri	45	36.3%
	Hepsi	34	27.4%
İşletme yöneticilerinizin ağırlıklı olarak mezuniyet durumu nedir?	Sahip/ortak	90	72.6%
	İlköğretim	12	9.7%
	Lise	70	56.5%
	Üniversite	41	33.1%
	Lisans Üstü	1	0.8%
	Toplam	124	100.0%
Çalışacağımız banka/bankaları seçerken en çok neye önem gösterirsiniz?	Gelişmiş şube ağı	18	14.5%
	Banka personelinin davranış ve tutumları	64	51.6%
	İnternet bankacılığı hizmetlerinin gelişmiş olması	11	8.9%
	Hizmet sunumunda düşük maliyet uygulamaları	27	21.8%
	Diğer	4	3.2%
	Toplam	124	100.0%
İnternet bankacılığı kullanıyor musunuz?	Evet	107	86.3%
	Hayır	17	13.7%
	Toplam	124	100.0%

Firmaların yönetim kadrosunda kimlerin yer aldığına dair istatistikleri şu şekildedir; Sahip/ortak 72.6% (n=90), Profesyonel yönetici 8.9% (n=11), Aile üyeleri 36.3% (n=45), Hepsi 27.4% (n=34). İşletmelerin yönetici kadrosundaki ağırlıklı eğitim durumuna ait dağılım şu şekildedir; İlköğretim 9.7% (n=12), Lise 56.5% (n=70), Üniversite 33.1% (n=41), Lisans Üstü 0.8% (n=1). İşletmelerin banka seçiminin de dikkat ettikleri hususlara dair istatistikler şu şekildedir; Gelişmiş şube ağı 14.5% (n=18), Banka personelinin davranış ve tutumları 51.6% (n=64), İnternet bankacılığı hizmetlerinin gelişmiş olması 8.9% (n=11), Hizmet sunumunda düşük maliyet uygulamaları 21.8% (n=27), Diğer 3.2% (n=4). İşletmelerin internet bankacılığı kullanımına dair istatistikleri şu şekildedir; internet bankacılığı kullanan 86.3% (n=107), internet bankacılığı kullanmayan 13.7% (n=17).

İnternet bankacılığı kullanmayan işletmelerin internet bankacılığı kullanmama sebeplerine ait istatistikler tablo 13'deki gibidir.

Tablo 13: İnternet Bankacılığı Kullanmama Sebepleri

	Frekans (n)	Yüzde(%)	
İnternet bankacılığı kullanmama sebepleriniz nelerdir?	Bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb. cihazları kullanmayı bilmiyorum.	1	5.9%
	İnternet bankacılığı hakkında yeterli bir bilgi birikimine sahip değilim.	1	5.9%
	İnternet bankacılığımı güvenli bulmuyorum.	8	47.1%
	Bankacılık işlemlerini yaparken herhangi bir yanlışlık yapmaktan çekiniyorum.	5	29.4%
	Diğer	2	11.8%
	Toplam	17	100.00%

İnternet bankacılığı kullanmama sebeplerine ait istatistikler şu şekildedir; Bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb. cihazları kullanmayı bilmiyorum. 5.9% (n=1), İnternet bankacılığı hakkında yeterli bir bilgi birikimine sahip değilim. 5.9% (n=1), İnternet bankacılığımı güvenli bulmuyorum. 47.1% (n=8), Bankacılık işlemlerini yaparken herhangi bir yanlışlık yapmaktan çekiniyorum. 29.4% (n=5), Diğer 11.8% (n=2)

Firmaların internet bankacılığı kullanımı ile ilgili istatistikleri tablo 14'deki gibidir.

Tablo 14: İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili İstatistikler 1

	Frekans(n)	Yüzde(%)	
Kaç senedir internet bankacılığı kullanıyorsunuz?	1-3 Yıl	26	24.3%
	4-6 Yıl	68	63.6%
	7-9 Yıl	13	12.1%
	10 Yıl Ve Üzeri	0	0.0%

	Toplam	107	100.0%
İşletmenizin internet bankacılığı kullanım yetkileri kim veya kimlere verilmiştir?	İşletme sahibi/Ortaklar	71	66.4%
	Profesyonel yönetici	2	1.9%
	Finans/muhasebe departmanı yetkilisi	2	1.9%
	Karma	32	29.9%
	Toplam	107	100.0%
İnternet bankacılığını hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?	Her gün	86	80.4%
	Haftada birkaç kez	20	18.7%
	Ayda birkaç kez	1	0.9%
	Toplam	107	100.0%

Firmaların internet bankacılığı kullanım sürelerine ait istatistikler şu şekildedir; 1-3 Yıl 24.3% (n=26), 4-6 Yıl 63.6% (n=68), 7-9 Yıl 12.1% (n=13), 10 Yıl Ve Üzeri 0.0% (n=0). İşletmelerde internet bankacılığı kullanım yetkisinin kimde olduğuna dair istatistikler şu şekildedir; İşletme sahibi/Ortaklar 66.4% (n=71), Profesyonel yönetici 1.9% (n=2), Finans/muhasebe departmanı yetkilisi 1.9% (n=2), Karma 29.9% (n=32). İşletmelerin internet bankacılığı kullanım sıklıklarına dair istatistikler şu şekildedir; Her gün 80.4% (n=86), Haftada birkaç kez 18.7% (n=20), Ayda birkaç kez 0.9% (n=1).

Firmaların internet bankacılığı kullanımı sırasında yaptıkları işlemlere ait istatistikler tablo 15'deki gibidir.

Tablo 15: İnternet Bankacılığı Kullanımında Yapılan İşlemler

İşlemler	Frekans (n)	Yüzde(%)
Para Aktarma (Havale. EFT)	107	100.0%
Maaş Ödemeleri	20	18.7%
Vergi Ödemeleri	24	22.4%
SGK Ödemeleri	19	17.8%
Hesap Kontrolü	90	84.1%
Döviz İşlemleri	20	18.7%
Yatırım Hesapları İşlemleri	17	15.9%
Fatura Ödemeleri	48	44.9%
Kredi Kartı İşlemleri	33	30.8%
Borsa İşlemleri	1	0.9%

Firmaların internet bankacılığı kullanımı sırasında sıklıkla yaptıkları işlemlere ait istatistikler şu şekildedir; Para Aktarma (Havale, EFT) 100% (n=107), Maaş Ödemeleri 18,7% (n=20), Vergi Ödemeleri 22,4% (n=24), SGK Ödemeleri 17,8% (n=19), Hesap Kontrolü 84,1% (n=90), Döviz İşlemleri 18,7% (n=20), Yatırım Hesapları İşlemleri 15,9% (n=17), Fatura Ödemeleri 44,9% (n=48), Kredi Kartı İşlemleri 30,8% (n=33), Borsa İşlemleri 0,9% (n=1).

Firmalardan internet bankacılığına erişim sağlanan cihazlar ile ilgili istatistikler tablo 16'daki gibidir.

Tablo 16: İnternet Bankacılığına Erişim Sağlanan Cihazlar

Cihaz	Frekans (n)	Yüzde(%)
Kişisel Bilgisayar/Tablet	9	8.4%
Akıllı Telefon	95	88.8%
Şirket Bilgisayarı	60	56.1%
Şubelerdeki Bilgisayarlar	3	2.8%

Firmaların internet bankacılığına erişim sağladıkları cihazlar konusundaki istatistikleri şu şekildedir; Kişisel Bilgisayar/Tablet 8.4% (n=9), Akıllı Telefon 88.8% (n=95), Şirket Bilgisayarı 56.1% (n=60), Şubelerdeki Bilgisayarlar 2.8% (n=3).

Firmaların internet bankacılığı kullanma sebeplerine ait istatistikler ise tablo 17'deki gibidir.

Tablo 17: İnternet Bankacılığı Kullanma Sebepleri

	Frekans (n)	Yüzde(%)
Düşük Maliyetler	89	83.2%
Zamandan Tasarruf Ettirmesi	69	64.5%
Güvenli olması	6	5.6%
Hızlı olması	52	48.6%
Kolay ve kullanışlı olması	24	22.4%
Muhasebe kontrollerini kolaylaştırması	42	39.3%
Şubelere (mesai saatlerine) bağımlılığı azaltması	25	23.4%
Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırması	16	15.0%
Şubelerde oluşan sırada beklemek istememem	11	10.3%
Sunulan hizmetlerin çeşitliliği	7	6.5%

Firmaların internet bankacılığı kullanma sebeplerine ait istatistikler şu şekildedir; Düşük Maliyetler 83.2% (n=89), Zamandan Tasarruf Ettirmesi 64.5% (n=69), Güvenli olması 5.6% (n=6), Hızlı olması 48.6% (n=52), Kolay ve kullanışlı olması 22.4% (n=24), Muhasebe kontrollerini kolaylaştırması 39.3% (n=42), Şubelere (mesai saatlerine) bağımlılığı azaltması 23.4% (n=25), Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırması 15.0% (n=16), Şubelerde oluşan sırada beklemek istememem 10.3% (n=11), Sunulan hizmetlerin çeşitliliği 6.5% (n=7).

Firmaların internet bankacılığı kullanımları ile ilgili diğer istatistikler tablo 18'deki gibidir.

Tablo 18: İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili İstatistikler 2

		Frekans(n)	Yüzde(%)
İnternet bankacılığı hizmetinden yararlanırken herhangi bir dolandırıcılık olayı ile karşılaştınız mı?	Evet	4	3,7%
	Hayır	103	96,3%
	Toplam	107	100,0%
Banka seçiminde internet bankacılığının önemli bir etken olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	62	57,9%
	Hayır	23	21,5%
	Kararsızım	22	20,6%
	Toplam	107	100,0%
Çalıştığınız banka/bankalar internet bankacılığı kullanımı konusunda size gerekli bilgi yardımında	Evet	104	97,2%
	Hayır	3	2,8%

bulundu mu?	Toplam	107	100,0%
İnternet bankacılığı hizmetinin çalıştığınız banka/bankalar ile aranızdaki ilişkileri ne yönde etkilediğini düşünüyor musunuz?	Olumlu	81	75,7%
	Olumsuz	2	1,9%
	Kararsızım	24	22,4%
	Toplam	107	100,0%
İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?	Evet	65	60,7%
	Hayır	12	11,2%
	Kararsızım	30	28,0%

İnternet bankacılığı hizmetinden yararlanırken herhangi bir dolandırıcılık olayı ile karşılaştınız mı? Sorusuna verilen yanıtların dağılımları şu şekildedir; Evet 3,7% (n=4), Hayır 96,3% (n=103). Banka seçiminde internet bankacılığının önemli bir etken olduğunu düşünüyor musunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımları şu şekildedir; Evet 57,9% (n=62), Hayır 21,5% (n=23), Kararsızım 20,6% (n=22). Çalıştığınız banka/bankalar internet bankacılığı kullanımı konusunda size gerekli bilgi yardımında bulundu mu? Sorusuna verilen yanıtların dağılımları şu şekildedir; Evet 97,2% (n=104), Hayır 2,8% (n=3). İnternet bankacılığı hizmetinin çalıştığınız banka/bankalar ile aranızdaki ilişkileri ne yönde etkilediğini düşünüyor musunuz? Sorusuna verilen yanıtların dağılımları ise şu şekildedir; Olumlu 75,7% (n=81), Olumsuz 1,9% (n=2), Kararsızım 22,4% (n=24). İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz? Sorusuna verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; Evet 60,7% (n=65), Hayır 11,2% (n=12), Kararsızım 28% (n=30).

İnternet bankacılığı kullanımı ile ilgili görüşlere dair istatistiklerin devamı tablo 19'daki gibidir.

Tablo 19: İnternet Bankacılığı Kullanımı İle İlgili İstatistikler 3

		Frekans (n)	Yüzde(%)
Kaç bankanın internet bankacılığı hizmetinden yararlanıyorsunuz	1 Banka	17	15.9%
	2 Banka	58	54.2%
	3 Banka	25	23.4%
	4 Ve Üzeri Banka	7	6.5%
	Toplam	107	100.0%
İnternet bankacılığı hizmetinden memnun olmadığınız banka/bankalar ile çalışmayı sonlandırdınız mı?	Evet	23	21.5%
	Hayır	84	78.5%
	Toplam	107	100.0%
Sebepleri	Masrafların yeterince düşük olmaması	17	73.9%
	Günlük işlem limitlerinin yetersiz olması	4	17.4%
	İnternet sitesinin ve mobil uygulamasının kullanımının karmaşık olması	2	8.7%
	Toplam	23	100.0%
İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?	Evet	54	50.5%
	Hayır	38	35.5%
	Kararsızım	15	14.0%
	Toplam	107	100.0%

Firmaların internet bankacılığında faydalandıkları banka sayısına ait istatistikler şu şekildedir; 1 Banka 15.9% (n=17), 2 Banka 54.2% (n=58), 3 Banka 23.4% (n=25), 4 Ve Üzeri Banka 6.5% (n=7). İnternet bankacılığı hizmetinden memnun olmadığınız banka/bankalar ile çalışmayı sonlandırdınız mı? Sorusuna verilen yanıtların dağılımları şu şekildedir; Evet 21.5% (n=23), Hayır 78.5% (n=84). Söz konusu bankalar ile çalışmayı bırakma sebeplerine ait istatistikler ise şu şekildedir; Masrafların yeterince düşük olmaması 73.9% (n=17), Günlük işlem limitlerinin yetersiz olması 17.4% (n=4), İnternet sitesinin ve mobil uygulamasının kullanımının karmaşık olması 8.7% (n=2). İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz? Sorusuna verilen yanıtların frekans

dağılımları ise şu şekildedir; Evet 50.5% (n=54), Hayır 35.5% (n=38), Kararsızım 14.0% (n=15).

3.6.2. Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Testleri

Araştırmanın bu kısmında internet bankacılığı kullanımı ve internet bankacılığı kullanımı ile ilgili düşüncelerin, tanımlayıcı özelliklere göre değişip değişmediği çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri ile sınıanmıştır. Ki-Kare testi kategorik değişkenler arasındaki ilişkileri incelemektedir. Ki-kare testi normal dağılım gibi varsayımlarda

bulunmamasına rağmen karşılaştırılacak değişkenler arasındaki hücrelerin üye sayısının 5'den az olması testin gücünü düşürmektedir. Bu sebeple karşılaştırılacak grupların üye sayısının 5'den az olduğu durumlarda kategoriler uygun şekilde birleştirilerek testin güvenilirliğinin artırılması amaçlanmıştır.

İşletmelerin faaliyet süresine göre internet bankacılığı kullanımı bakımından farkların sınıanması amacıyla yapılacak çapraz tablo ve ki-kare testi öncesi faaliyet süresi 1-3 yıl ve 4-6 yıl olan işletmeler ile 7-9 yıl ve 10 yıl üzeri olan işletmeler birleştirilerek 1-6 ile 7 yıl ve üzeri olmak üzere iki kategoriye sahip yeni bir değişken oluşturulmuştur. Oluşturulan değişken ile yapılan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 20'deki gibidir.

Tablo 20: Faaliyet Süresine Göre İnternet Bankacılığı Kullanım Bakımından Farkları Sınayan Ki-Kare Testi

Faaliyet Süresi	İstatistik	İnternet Bankacılığı Kullanımı		Toplam
		Evet	Hayır	
1-6 Yıl Arası	n	46	5	51
	%	90.2%	9.8%	100.0%
7 Yıl Ve Üzeri	n	61	12	73
	%	83.6%	16.4%	100.0%
Toplam	n	107	17	124
	%	86.3%	13.7%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	1.117		
	sig.	0.216		

Tablo incelendiğinde 1-6 yıl arası faaliyet süresine sahip firmaların internet bankacılığı kullanım oranları ile (%90.2), 7 yıl ve üzeri faaliyet süresine sahip firmaların internet bankacılığı kullanım oranları (%83.6) arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak manidar bir farkın olmadığı söylenebilir.(sig.>0.05) Daha açık bir ifade ile 1-6 yıl arası faaliyette olan firmalar ile 7 yıl ve üzeri süredir faaliyette olan firmaların internet bankacılığı kullanım oranları birbirine yakın ve oldukça yüksektir.

Firma çalışan sayısı ile internet bankacılığı kullanım oranları ilişkisini irdelemek amacıyla yapılacak ki-kare testi için 1-9 çalışanlı firmalar ile 10 ve üzeri çalışan sayısına sahip firmalar olmak üzere iki kategoriye sahip yeni bir değişken oluşturulup kontrol değişkeni olarak belirlenmiştir. Çalışan sayısına göre internet bankacılığı kullanım oranları çapraz tablosu ve ki-kare test istatistikleri tablo 21'deki gibidir.

Tablo 21: Çalışan Sayısına Göre İnternet Bankacılığı Kullanım Bakımından Farkları Sınayan Ki-Kare Testi

Çalışan Sayısı	İstatistik	İnternet Bankacılığı Kullanımı		Toplam
		Evet	Hayır	
1-9 Çalışan	n	36	6	100.0%
	%	85.7%	14.3%	82
10 Ve Üzeri Çalışan	n	71	11	100.0%
	%	86.6%	13.4%	124
Toplam	n	107	17	100.0%
	%	86.3%	13.7%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	0.018		
	sig.	0.548		

Tablo incelendiğinde 1 ile 9 arasında çalışanı olan firmaların internet kullanım oranı (%85.7) ile 10 ve üzeri çalışanı olan firmaların internet kullanım oranı (%86.6) arasında farkın %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülür.(sig.>0.05). Daha açık bir ifade ile her iki gruptaki firmalarında internet bankacılığı kullanım oranları yüksek olmakla beraber bu bakımdan aralarında manidar bir fark saptanamamıştır.

İşletmelerin yönetici kadrolarında kim veya kimlerin bulunduğu ile internet bankacılığı kullanım oranları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yönetici kadrosunda söz konusu kategorini bulunup bulunmaması duruma göre internet

bankacılığı kullanım oranları çapraz tabloları ve ki-kare test istatistikleri tablo 22'deki gibidir.

Tablo 22: Yönetici Kadrosunda Kimin Bulunduğuna Göre İnternet Bankacılığı Kullanım Oranları Farkını Sınayan Ki-Kare Test İstatistikleri

Yönetici	Kategori	İstatistik	İnternet Bankacılığı Kullanımı		Toplam	Ki-Kare	Sig.
			Evet	Hayır			
Profesyonel yönetici	Hayır	n	96	17	113	--	---
		%	85.0%	15.0%	100.0%		
	Evet	n	11	0	11		
		%	100.0%	0.0%	100.0%		
Aile üyeleri	Hayır	n	73	6	79	6.880	0.010*
		%	92.4%	7.6%	100.0%		
	Evet	n	34	11	45		
		%	75.6%	24.4%	100.0%		

*%5 anlamlılık düzeyinde manidar farklılığı simgeler. – hücre sayısı 5'in altında olduğundan ki-kare test

*%5 anlamlılık düzeyinde manidar farklılığı simgeler. – hücre sayısı 5'in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır. Tablo incelendiğinde yönetici kadrosunda profesyonel yönetici olan firmaların tamamı internet bankacılığı kullanırken, yönetici kadrosunda profesyonel yönetici bulunmayan firmaların %85'i internet bankacılığı kullanmaktadır. Profesyonel yönetici çalıştıran firmalar arasında internet bankacılığı kullanmayan firma olmaması sebebiyle kategoriler arasındaki farkın istatistiksel manidarlığını test eden ki-kare testleri hesaplanamamıştır.

Yönetici kadrosunda aile üyeleri olan firmaların %75.6'sı internet bankacılığı kullanırken, yönetici kadrosunda aile üyeleri olmayan firmalarda bu oran %92.4'dür. Yönetici kadrosunda aile üyeleri olan firmalar ile yönetici kadrosunda aile üyeleri olmayan firmalar arasında internet bankacılığı kullanım oranları arasındaki fark % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. (sig.<0.05)

İşletme yöneticilerinin ağırlıklı eğitim durumları ile internet bankacılığından fayda sağlama konusundaki görüşleri arasındaki ilişkilerin irdelenmesi amacıyla, eğitim

değişkeni ilköğretim-lise ve lisansüstü olarak kategorize edilerek sağlanan fayda konusundaki görüşler ile çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri oluşturulmuştur. Söz konusu istatistikler tablo 23'deki gibidir

Tablo 23: Yönetici Eğitim Durumu İle İnternet Bankacılığında Sağlanan Fayda Ki-Kare Testi

Yönetici Eğitim Durumu	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
İlköğretim-Lise	n	31	35	66
	%	47.0%	53.0%	100.0%
Lisan-Lisansüstü	n	34	7	41
	%	82.9%	17.1%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	13.713		
	Sig.	0.000*		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler,

Yöneticileri ağırlıklı olarak ilköğretim-lise seviyesinde olan firmaların %47'si internet bankacılığında fayda sağladığını düşünürken, yöneticileri lisans ve lisansüstü eğitime sahip firmalarda bu oran %82.9'dur. Söz konusu oranlar arasında fark %5 manidarlık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.(sig.<0.05). Daha açık bir ifade ile yöneticileri lisans ve lisansüstü seviyede olan firmaların internet bankacılığında sağladıkları fayda yöneticileri ilköğretim ve lise seviyesinde eğitime sahip firmalardan manidar şekilde daha fazladır.

Firma çalışan sayısı ile internet bankacılığında sağlandığı düşünülen fayda arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla yapılan ki-kare testi istatistikleri tablo 24'deki gibidir.

Tablo 24: Çalışan Sayısına Göre İnternet Bankacılığında Sağlanan Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

Çalışan Sayısı	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1-9 Çalışan	n	22	14	36
	%	61.1%	38.9%	100.0%
10 Ve Üzeri Çalışan	n	43	28	71
	%	60.6%	39.4%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	0.003		
	Sig.	0.563		

1 ile 9 arasında çalışana sahip firmalarında internet bankacılığında fayda sağladığını düşünenler %61.1 iken bu oran 10 ve üzeri sayıda çalışanı olan firmalarda %60.6'dır. İnternet bankacılığında fayda sağladığını düşünenler 1 ile 9 çalışanı olan firmalar ve 10 ve üzeri sayıda çalışanı olan firmalarda oldukça yakındır. Oranlar arasındaki fark %5 manidarlık düzeyinde istatistiksel olarak manidar değildir.(sig.>0.05)

Firmaların faaliyet süreleri ile internet bankacılığında sağladıklarını düşündükleri fayda değişkenleri arasındaki çapraz tablo ve ki-kare istatistikleri tablo 25'de sunulmuştur.

Tablo 25: Faaliyet Süresine Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

Faaliyet Süresi	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1-6 Yıl Arası	n	26	20	46
	%	56.5%	43.5%	100.0%
7 Yıl Ve Üzeri	n	39	22	61
	%	63.9%	36.1%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	0.604		
	Sig.	0.282		

Tablo incelendiğinde 1 ile 6 yıl arasında faaliyette olan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmelerine fayda sağladığını düşünenlerin sıklığı ile (%56.5), 7 yıl ve üzeri süredir faaliyette olan firmalarda firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmelerine fayda sağladığını düşünenlerin sıklığı (%63.9) arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak manidar bir fark saptanamamıştır.(sig.>0.05) Her iki faaliyet süresi kategorisinde yer alan firmalarda da internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmelerine fayda sağladığını düşünenlerin oranı oldukça yüksektir.

İnternet bankacılığı kullanım sürelerine göre firmalarda rekabet ortamında sağladıklarını düşündükleri fayda değişkeni çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 26’da sunulmuştur.

Tablo 26: İnternet Bankacılığı Kullanım Süresine Göre İnternet Bankacılığında Sağlanan Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet Bankacılığı Kullanım Süresi	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1-3 Yıl Arası	n	9	17	26
	%	34.6%	65.4%	100.0%
4 Yıl Ve Üzeri	n	56	25	81
	%	69.1%	30.9%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	9.836		
	Sig.	0.002*		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler,

Tablo incelendiğinde 1 ile 3 yıl arasında internet bankacılığı kullanımı olan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı (%34.6) ile 4 yıl ve üzeri süredir internet bankacılığı kullanımı olan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı (%69.1) arasındaki farkın %5 manidarlık

düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülür. 4 yıl ve üzeri süredir internet bankacılığı kullanımı olan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı ile 3 yıl arasında internet bankacılığı kullanımı olan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranından oldukça yüksektir.

İnternet bankacılığı kullanım sıklıklarına göre firmaların rekabet ortamında sağladıklarını düşündükleri fayda değişkeni çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 27’de sunulmuştur.

Tablo 27: İnternet Bankacılığı Kullanım Sıklığına Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet Bankacılığı Kullanım Sıklığı	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Her Gün	n	61	25	86
	%	70.9%	29.1%	100.0%
Haftada Bir Kaç Kez Ve Daha Az	n	4	17	21
	%	19.0%	81.0%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	----		
	Sig.	-----		

– hücre sayısı 5’in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

Her gün internet bankacılığı kullanılan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı %70.9 iken, bu oran haftada bir kaç gün ve daha az sıklıkta internet bankacılığı kullanılan firmalarda %19.5’dir. Oranlar arasında fark açıkça görülmekle beraber, haftada birkaç kez ve daha az internet bankacılığı kullanımı olan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünen yalnızca 4 kişi olması sebebiyle ki-kare test istatistikleri güvenilirliklerini yitireceğinden hesaplanmamıştır.

İnternet bankacılığı kullanımı sırasında dolandırıcılık yaşama göre firmaların rekabet ortamında sağladıklarını düşündükleri fayda değişkeni çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 28’de sunulmuştur.

Tablo 28: İnternet Bankacılığı Kullanımı Sırasında Dolandırıcılık Olayı Yaşama Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

Dolandırıcılık Yaşama Durumu	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	n	2	2	4
	%	50.0%	50.0%	100.0%
Hayır	n	63	40	103
	%	61.2%	38.8%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare İstatistikleri	Ki-Kare	----		
	Sig.	----		

– hücre sayısı 5’in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

İnternet bankacılığı kullanımı sırasında dolandırıcılık olayı yaşanan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı %50 iken, bu oran İnternet bankacılığı kullanımı sırasında dolandırıcılık olayı yaşamayan firmalarda %61.2’dir. İnternet bankacılığı kullanımı sırasında dolandırıcılık olayı yaşanan ve yaşamayan firmalar arasında bu bakımdan fark görülmekle beraber bazı hücrelerin $n > 5$ koşulu sağlamaması sebebiyle ki-kare test istatistikleri hesaplanmamıştır.

Banka seçiminin de internet bankacılığını etken olarak gören ve görmeyen firmalar arasında internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenler ve düşünmeyenler arasında yapılan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 29’daki gibidir.

Tablo 29: İnternet Bankacılığını Banka Seçiminde Etken Olarak Görme Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

Banka Seçiminin de İnternet Bankacılığı Etken	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	n	56	6	62
	%	90.3%	9.7%	100.0%
Hayır	n	9	36	45
	%	20.0%	80.0%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	54.077		
	Sig.	0.000*		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler,

İnternet bankacılığını banka seçiminde etken olarak gören firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı (%90.3) ile internet bankacılığını banka seçiminde etken olarak görmeyen firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı (%20.) arasındaki fark %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak manidardır.(sig.<0.05). İnternet bankacılığını banka seçiminde etken olarak gören firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı oldukça yüksek iken bankacılığını banka seçiminde etken olarak görmeyen firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı oldukça düşüktür.

İnternet bankacılığı uygulamaları kullanılan banka sayısına göre internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı bakımından farkların sınanması amacıyla yapılan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 30'deki gibidir.

Tablo 30: Çalışılan Bankası Sayısına Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

Banka Sayısı	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1 Banka	n	7	10	17
	%	41.2%	58.8%	100.0%
2 Ve Üzeri Banka	n	58	32	90
	%	64.4%	35.6%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	3.247		
	Sig.	0.064		

Tablo incelendiğinde görüleceği üzere 1 banka ile çalışan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı %41.2 iken 1'den fazla banka ile çalışan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı %64.4'dür. 1 banka ile çalışan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı ile 1'den fazla banka ile çalışan firmalarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı arasındaki farkın %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı söylenebilir.(sig.>0.05)

Çalışılan banka veya bankaların internet bankacılığı konusunda yeterli yardımlarının olup olmaması durumuna göre internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı arasındaki farkları sınamak amacıyla yapıla çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 31'deki gibidir.

Tablo 31: Çalışılan Banka Yardımcı Olma Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

Çalışılan banka/bankaların internet bankacılığı kullanımı konusunda yardımcı	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	n	64	40	104
	%	61.5%	38.5%	100.0%
Hayır	n	1	2	3
	%	33.3%	66.7%	100.0%
Toplam	n	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	----		
	Sig.	----		

– hücre sayısı 5’in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

Çalıştıkları bankanın internet bankacılığı konusunda kendilerine yeterli yardımcı sağladığını düşünenlerin internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı %61.5 iken, bu oran çalıştıkları bankanın kendilerine sağlamadığını düşünenlerde %33.3’dür. Oran arasındaki farkın istatistiksel manidarlığını test edebilmek için yetersiz hücre sayılarından dolayı ki-kare test istatistikleri hesaplanmamıştır.

İnternet bankacılığı hizmetinin çalıştıkları bankalar ile olan ilişkilerini olumlu etkilediğini düşünen katılımcılar ile diğer katılımcılar arasında internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı bakımından farkların sınanması amacıyla yapılan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 35’deki gibidir.

Tablo 32: Banka İlişkilerini Etkileme Durumuna Göre İnternet Bankacılığında Sağlanana Fayda Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet bankacılığı hizmetinin çalıştığımız banka/bankalar ile aranızdaki ilişkileri ne yönde etkilediğini düşünüyor musunuz?	İstatistik	İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır -Kararsızım	
Olumlu	N	62	19	81
	%	76.5%	23.5%	100.0%
Olumsuz-Kararsız	N	3	23	26
	%	11.5%	88.5%	100.0%
Toplam	N	65	42	107
	%	60.7%	39.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	---		
	Sig.	---		

– hücre sayısı 5’in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

Tabloda görüldüğü üzere internet bankacılığının çalıştıkları banka ile olan ilişkilerini olumlu etkilediğini düşünen katılımcılarda internet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmeye fayda sağladığını düşünenlerin oranı %76.5 iken, bu oran internet bankacılığının çalıştıkları banka ile olan ilişkilerini olumsuz etkilediğini düşünen ve bu konuda kararsız olan katılımcılarda %11.5’dir. Söz konusu oranlar arasındaki farkın istatistiksel manidarlığını test edecek ki-kare istatistikleri hesaplanamamıştır.

Firma yöneticilerinin ağırlıklı eğitim durumlarına göre internet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünenlerin oranı bakımından farkları sınavan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 33’deki gibidir.

Tablo 33: Yönetici Eğitim Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Yönetici Ağırlıklı Eğitim Durumu	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
İlköğretim-Lise	n	23	43	66
	%	34.8%	65.2%	100.0%
Lisan-Lisansüstü	n	31	10	41
	%	75.6%	24.4%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	16.809		
	Sig.	0.000*		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler,

Tablo incelendiğinde görüleceği üzere yönetici kadrosu ağırlıklı olarak ilköğretim ve lise düzeyinde olan firmalardaki katılımcılardan %34.8'i internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, yönetici kadrosu ağırlıklı olarak lisans ve lisans üstü düzeyinde eğitime sahip firmalardaki katılımcıların %75.6'sı internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki fark %5 manidarlık seviyesinde istatistiksel olarak manidardır.(sig.<0.05)

Çalışan kişi sayısına göre internet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünenlerin oranı bakımından farkları sınayan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 34'deki gibidir.

Tablo 34: Çalışan Sayısına Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sımayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Çalışan Sayısı	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1-9 Çalışan	n	18	18	36
	%	50.0%	50.0%	100.0%
10Ve Üzeri Çalışan	n	36	35	71
	%	50.7%	49.3%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	0.005		
	Sig.	0.554		

1 ile 9 arasında çalışan sahip firmalardaki katılımcıların %50'si internet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, 10 ve üzeri sayıda çalışana sahip firmalardaki katılımcıların %50.7'si internet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki fark %5 anlamlılık düzeyinde manidar değildir.(sig.>0.05)

Firma faaliyet süresine göre internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünenlerin oranı bakımından farkları test eden çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 35'deki gibidir.

Tablo 35: Faaliyet Süresine Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Faaliyet Süresi	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1-6 Yıl Arası	n	18	28	46
	%	39.1%	60.9%	100.0%
7 Yıl Ve Üzeri	n	36	25	61
	%	59.0%	41.0%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	4.149		
	Sig.	0.033*		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler,

1 ile 6 yıl arası süredir faaliyette olan firmalardaki katılımcıların %39.1'i internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, 7 yıl ve üzeri süredir faaliyette olan firmalardaki katılımcıların %59'u internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki fark %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.(sig.<0.05)

İnternet bankacılığı kullanım sürelerine göre firmalardaki katılımcıların internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünme oranları arasındaki farkları inceleyen çapraz tablo ve Ki-kare test istatistikleri tablo 36'daki gibidir.

Tablo 36: İnternet Bankacılığı Kullanım Süresine Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet Bankacılığı Kullanım Süresi	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1-3 Yıl Arası	n	9	17	26
	%	34.6%	65.4%	100.0%
4 Yıl Ve Üzeri	n	45	36	81
	%	55.6%	44.4%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	3.452		
	Sig.	0.051		

1 ile 3 yıl arasında süredir internet bankacılığı kullanılan firmalardaki katılımcıların %34.6'sı katılımcıların internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, 4 yıl ve üzeri süredir internet bankacılığı kullanan katılımcıların %55.6'sı katılımcıların internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki fark %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı değildir.

İnternet bankacılığı kullanım sıklıklarına göre firmalardaki katılımcıların internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünme oranları arasındaki farkları inceleyen çapraz tablo ve Ki-kare test istatistikleri tablo 37'deki gibidir.

Tablo 37: İnternet Bankacılığı Kullanım Sıklığına Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet Bankacılığı Kullanım Sıklığı	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Her Gün	n	51	35	86
	%	59.3%	40.7%	100.0%
Haftada Bir Kaç Kez Ve Daha Az	n	3	18	21
	%	14.3%	85.7%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	--		
	Sig.	--		

– hücre sayısı 5'in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

Her gün internet bankacılığı kullanılan firmalardaki katılımcıların %59.3'ü internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, haftada bir kaç kez ve daha az sıklıkta internet bankacılığı kullanılan firmalardaki katılımcıların %14.3'ü internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedirler.

İnternet bankacılığı kullanımları sırasında dolandırıcılık olayına maruz kalan firmalardaki katılımcılar ile dolandırıcılık olayına maruz kalmayan firmalardaki katılımcılar arasında internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alma düşüncesi bakımından farkları sınayan çapraz tablo tablo 38'de sunulmuştur.

Tablo 38: Dolandırıcılık Olayına Maruz Kalma Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Dolandırıcılık Yaşama Durumu	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığın (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	N	3	1	4
	%	75.0%	25.0%	100.0%
Hayır	N	51	52	103
	%	49.5%	50.5%	100.0%
Toplam	N	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	--		
	Sig.	--		

– hücre sayısı 5'in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

Dolandırıcılık olayına maruz kalınan firmalardaki katılımcıların %75'i internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, dolandırıcılık olayına maruz kalınmayan firmalardaki katılımcıların %49.5'i internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Söz konusu oranlar arasındaki farkın istatistiksel manidarlığına dair Ki-Kare test istatistikleri hesaplanmamıştır.

Banka seçim kriteri olarak internet bankacılığı hizmetini gören firmalar ile olarak internet bankacılığı hizmetini seçim kriteri olarak görmeyen firma çalışanları arasında internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alma düşüncesi bakımından farkları sınayan çapraz tablo Tablo 39'de sunulmuştur.

Tablo 39: İnternet Bankacılığını Seçim Kriteri Olarak Görme Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Banka Seçiminin de İnternet Bankacılığı Etken	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	N	49	13	62
	%	79.0%	21.0%	100.0%
Hayır	N	5	40	45
	%	11.1%	88.9%	100.0%
Toplam	N	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	48.120		
	Sig.	0.000		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler

Banka seçiminde internet bankacılığı hizmetini etken olarak gören firmalardaki katılımcıların %79'u internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, banka seçiminde internet bankacılığı hizmetini etken olarak görmeyen firmalardaki katılımcıların %11.1'i internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedirler. Söz konusu oranlar arasındaki fark %5 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır.(sig.<0.05)

Çalışılan banka sayısına göre katılımcılar arasında internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alma düşüncesi bakımından farkları sınayan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 40'daki gibidir.

Tablo 40: Çalışılan Banka Sayısına Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Banka Sayısı	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
1 Banka	n	5	12	17
	%	29.4%	70.6%	100.0%
2 Ve Üzeri Banka	n	49	41	90
	%	54.4%	45.6%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	3.584		
	Sig.	0.051		

Bir banka ile çalışılan firmalardaki katılımcıların %29.4'ü internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, 2 ve daha fazla banka ile çalışılan firmalardaki katılımcıların %54.4'ü 4'ü internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki fark %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak manidar değildir. (sig.>0.05)

İnternet bankacılığı konusunda çalıştıkları banka veya bankalardan yeterli yardım alan firmalardaki katılımcılar ile bu konuda yeterli yardım almadıklarını düşünen firmalardaki katılımcılar arasında internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alma düşüncesi bakımından farkları sınayan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 41'da sunulmuştur.

Tablo 41: Çalıştıkları Bankadan Yardım Alma Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

Bilgi Yardımı	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	n	52	52	104
	%	50.0%	50.0%	100.0%
Hayır	n	2	1	3
	%	66.7%	33.3%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	--		
	Sig.	--		

– hücre sayısı 5'in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

Çalıştıkları bankalar tarafından internet bankacılığı konusunda yeterli bilgi yardımı alan firmalardaki çalışanların %50'si internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, çalıştıkları bankalar tarafından internet bankacılığı konusunda yeterli bilgi yardımı almayan firmalardaki çalışanların %66.7'si internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki farkın istatistiksel anlamlılığına dair ki-kare istatistikleri hesaplanamamıştır.

İnternet bankacılığı kullanımının çalıştıkları banka ile olan ilişkisini olumlu yönde etkilediğini düşünen firma çalışanları ile diğer çalışanlar arasında internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alma düşüncesi bakımından farkları inceleyen çapraz tablo tablo 42'de sunulmuştur.

Tablo 42: İnternet Bankacılığının İlişkileri Etkileme Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet bankacılığı hizmetinin çalıştığınız banka/bankalar ile aranızdaki ilişkileri ne yönde etkilediğini düşünüyor musunuz?	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Olumlu	n	50	31	81
	%	61.7%	38.3%	100.0%
Olumsuz-Kararsız	n	4	22	26
	%	15.4%	84.6%	100.0%
Toplam	n	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	--		
	Sig.	--		

– hücre sayısı 5'in altında olduğundan ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

İnternet bankacılığının çalıştıkları banka ile olan ilişkilerini olumlu etkilediğini düşünen firma çalışanlarının %61.7'si internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, diğer firma çalışanlarının %15.4'ü internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedir. Oranlar arasındaki farkın istatistiksel manidarlığına dair ki-kare test istatistikleri hesaplanamamıştır.

İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmelerine fayda sağladığını düşünen firma çalışanları ile fayda sağlamadığını düşünen firma çalışanları arasında internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alma konusundaki görüşler bakımından farkları sınayan çapraz tablo ve ki-kare test istatistikleri tablo 43'deki gibidir.

Tablo 43: İnternet Bankacılığında Fayda Durumuna Göre İnternet Bankacılığının Geleneksel Bankacılığın Yerini Alma Düşüncesi Bakımından Farkları Sınayan Çapraz Tablo Ve Ki-Kare Test İstatistikleri

İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?	İstatistik	İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?		Toplam
		Evet	Hayır-Kararsızım	
Evet	N	49	16	65
	%	75.4%	24.6%	100.0%
Hayır-Kararsız	N	5	37	42
	%	11.9%	88.1%	100.0%
Toplam	N	54	53	107
	%	50.5%	49.5%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri	Ki-Kare	41.129		
	Sig.	0.000*		

*%5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklılığı simgeler,

İnternet bankacılığı kullanımlarının rekabet ortamında işletmelerine fayda sağladığını düşünen firma çalışanlarının %75.4'ü internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünürken, İnternet bankacılığı kullanımlarının rekabet ortamında işletmelerine fayda sağlamadığını düşünen firma çalışanlarının ve bu konuda kararsız olan firma çalışanlarının %11.9'u internet bankacılığının ileride geleneksel bankacılığın yerini alacağını düşünmektedirler. Oranlar arasındaki fark %5 manidarlık düzeyinde manidardır.(sig.<0.05)

SONUÇ

Anket sonuçlarından elde edilen veriler şu şekildedir:

Anket çalışmasına katılan KOBİ'lerin;

- Faaliyet süreleri çoğunlukla (%31.5), 4-6 yıl arasında değişmektedir.
- Çalışan sayılarının genellikle (%58.9), 10-49 arasında olduğu sağlanmıştır.
- Firmaların genel olarak (%72.6), sahip/ortak tarafından yönetilmesinin tercih edildiği, yöneticilerin genelinin (%56.5), lise mezunu olduğu ölçülmüştür.
- Firma yönetimini profesyonel yöneticilere emanet eden firmaların payı katılımcılar arasında oldukça azdır (%8.9).
- Firmaların banka seçimini en çok etkileyen faktörün (%51.6) banka personelinin davranış ve tutumları olduğu saptanmıştır. Bu da bankaların devamlılığının müşteriler ile sağlıklı iletişim kurmalarına bağlı olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır.
- Müşterilerin banka seçimini etkileyen bir diğer etmen de düşük maliyetlerdir. Zaten sabit giderleri mevcut olan firmalar, ek olarak bankacılık işlemlerine fazla masraf ödemek istememektedir. Bu anlamda müşteriler geleneksel bankacılık anlayışından uzaklaştırmaktadır.
- Firmaların çoğunluğu (%86.3) internet bankacılığı kullanmaktadır. Ancak az da olsa (%13.7) bir kesim internet bankacılığı kullanmamaktadır. Bunun en büyük nedeni (%47.1), internet bankacılığını güvenli bulmamalarıdır. Bir diğer faktör ise bankacılık işlemlerini yaparken herhangi bir yanlışlık yapmaktan korkmalarıdır (%29.4). Buradan da internet bankacılığını kullanmayan firmaların geleneksel bankacılığı tercih ettikleri, teknolojik gelişimleri takip etmedikleri ve değişmekten korktukları yorumu çıkartılabilir.
- Firmaların internet bankacılığı kullanım sürelerinin oranları faaliyet sürelerinden oldukça farklıdır. Faaliyet süreleri 4-6 yıl (%31.5) iken 7-9 yıl (%29), 10 yıl ve üzeri faaliyet süresine aite firmaların oranı %29.8'dir. İnternet bankacılığı kullanım oranları ise genellikle 4-6 yıl arasındadır. Bu da %63.6'lık bir yüzdeye tekabül etmektedir. Bu sonuçlar da gösteriyor ki faaliyet süreleri 7-9 yıl arasında

olan firmaların çoğu son zamanlarda teknolojik gelişmeleri takip ederek, internet bankacılığı kullanımına yönelmişlerdir.

- Firmalar genellikle (%80.4), her gün internet bankacılığına giriş yapmaktadırlar.
- İnternet bankacılığı kullanım yetkisi genellikle firma yönetiminde söz sahibi olan kişilerce kullanılmaktadır. Bunu da firma yönetiminde çoğunluğu (%72.6) oluşturan sahip/ortakların internet bankacılığı kullanımında da büyük bir kısmı (%66.4) oluşturduğundan çıkartabiliriz.
- Firmaların tamamı (%100) internet bankacılığını para aktarma (EFT/ Havale) işlemleri için kullanmaktadır. En çok yapılan ikinci işlem ise %84.1 ile hesap kontrolüdür. Borsa işlemleri ise %0.9 ile en az yapılan işlemdir.
- Firmalar internet bankacılığına genellikle (%88.81) akıllı telefonlardan giriş yapmaktadırlar. Bunun nedenine ise akıllı telefonları sürekli yanımızda olması ve ulaşımının kolay olmasıdır denilebilir.
- Firmalar internet bankacılığını çoğunlukla (%83.2) düşük maliyetler için tercih etmektedir. Ticari işletmelerin asıl amacı kar elde etmektir. İnternet bankacılığı kullanarak da bu amaçlarını pekiştirmektedirler. Çünkü geleneksel bankacılık sistemi anlayışıyla şubeden alınan masraflar, internet bankacılığı masraflarının neredeyse 3-4 katına tekabül etmektedir. Hatta bazı zamanlar bu masraflar 10 ila 100 katına kadar bile çıkabilmektedir.
- Çağımız teknoloji ve hız çağıdır. Anket sonuçları da bunu doğrular niteliktedir. Çünkü firmalar internet bankacılığı kullanım nedenleri arasında en çok (%64.5) zamandan tasarruf ettirmesi ve hızlı olması (%48.6) seğeneklerini tercih etmişlerdir.
- İnternet bankacılığı kullanımında herhangi bir dolandırıcılık olayı ile karşılaşmayan firmaların oranı %96.3'tür. Buna rağmen internet bankacılığı kullanan firmaların, internet bankacılığı tercih nedenleri arasında %5.6 ile "güvenli olması" seğeneği seğilmiştir. Bu da internet bankacılığı kullanan firmaların oranının çok olmasına rağmen hala bu uygulamaya karşı bir önyargıları olduğunu göstermektedir.
- İnternet bankacılığı kullanan firmalara bankaların büyük bir kısmının (%97.2) bu konu hakkında bilgi verdiği görölüyor. Bankaların hemen hemen her

müşteriyi internet bankacılığı hakkında bilgilendirmesinin ve bu uygulamayı kullanmaya yönlendirmesinin en büyük nedeni şubelerde oluşan müşteri yoğunluğunu azaltarak iş yükünü ve operasyonel masrafları minimuma indirmektir denilebilir.

- Firmaların banka seçiminde gelişmiş internet bankacılığı hizmetinin öncelikli tercih sebebi olmamasına rağmen (%8.9), internet bankacılığı kullanan firmaların çoğu (%57.9) internet bankacılığına önem vermektedir.
- Firmaların çoğu (%54.2) iki bankanın internet bankacılığını kullanmaktadır. Bunun yanı sıra sadece %6.5'i 4 ve üzeri bankanın internet bankacılığını kullanmaktadır.
- Firmaların internet bankacılığı hizmetinden memnun kalmadığı halde bankalar ile çalışmalarını sonlandırmamıştır. Bunun nedeni olarak, banka tercih sebeplerinden en büyük etken olan banka personeli ile ilişkilerine önem vermelerini gösterebiliriz. Çünkü müşteriler her ne kadar internet bankacılığını kullansalar da geleneksel yaklaşımdan vazgeçmeyerek personel ile olan birebir ilişkilerini göz önünde bulundurarak, banka ile olan ilişkileri de devam ettirip ettirmeyeceklerine karar vermektedirler denilebilir.
- İnternet bankacılığında memnun olmayan firmaların (%21.5) banka ile ilişkilerini sonlandırmalarının en büyük nedeni (%73.9) masrafların yeterince düşük olmamasıdır. Bunun nedeni de daha önce belirttiğimiz gibi ticari işletmelerin kar amacı güden firmalar olması ve bu amaca hizmet etmek için masrafların geleneksel bankacılığa oranla düşük olduğu internet bankacılığının tercih edilmesidir.

Finans sektörü dünyada ve ülkemizde oldukça gelişmiş bir sektördür. Özellikle bankalar bu sektör içinde büyük bir paya sahiptir. Bankacılık sektörü teknoloji ile iç içe olan, her zaman çağa ayak uyduran bir yapıya sahiptir. Yakın geçmişe kadar bankalar tüm işlemlerini kağıt dekontlarla ve müşteriler ile yüz yüze yapmaktaydılar. Bu da bankalar için büyük masraf kalemleri meydana getirmekteydi. Çünkü müşterilere hizmet verebilmek için şubeler açılmalı, personeller yetiştirilmeliydi. Ayrıca bankacılık kanununa göre yapılan işleme ait dekont ve evraklar en az 10 yıl süre saklanmalıdır. Bu da bankaların daha büyük şubeler açmasına ve personellerin iş yükünün artmasına

neden olmaktadır. Gelişen teknoloji ile birlikte internet bankacılığının kullanımının artması bankaların hem personel hem de matbu evrak giderlerinin azalmasını sağlamıştır. Ancak internet bankacılığına geçilmesi bankaların masrafların sadece bu kalemlerinin azalmasını sağlamıştır denilebilir. Çünkü internet bankacılığına geçiş oldukça masraflıdır. Günümüzde bankalar yatırımlarının çoğunu internet bankacılığı alt yapılarına harcamaktadırlar. Ancak rekabet ortamında diğer bankaların gerisinde kalmamak ve piyasadan silinememek için bu adımı atmak mecburdur.

İnternet bankacılığına geçişin bankalara olduğu kadar müşterilere de olumlu etkileri vardır. Çünkü müşteriler internet bankacılığı sayesinde diledikleri anda diledikleri bankacılık işlemi yapabilmektedir. Bu da müşterileri büyük bir külfet olan banka şubelerine gidip sıra bekleme işleminden kurtarmaktadır. Böylelikle işlerinin başından ayrılmadan, zamandan tasarruf ederek işlerine daha da fazla zaman ayırabilmektedirler. Ayrıca geleneksel bankacılık sisteminde işlemler personeller aracılığı ile yapıldığı için oldukça masraflıdır. Ancak müşteriler internet bankacılığı ile işlemlerini kendileri yaptıkları için, işlem masrafları neredeyse yok denecek kadar azdır.

İnternet bankacılığı uzun bir geçmişe sahip değildir. Ancak hemen hemen herkes tarafından kullanılmaktadır. Bu uygulamanın bu kadar yoğun kullanılmasının sebeplerinden en önemlileri, günümüz şartlarında akıllı cihazlara ulaşımın kolay olması ve insanın yapı olarak meraklı olmasıdır.

Her ne kadar internet bankacılığı kullanımı yoğun olsa da ankete katılan firmaların yalnızca %50.5'i gelecekte internet bankacılığının geleneksel bankacılığın yerini alacağına inanmaktadır. Bunun en büyük nedeni olarak millet olarak geleneksel davranışlarımızı kolay kolay terk etmememiz gösterilebilir.

KAYNAKÇA

- Altınışik, Fatih (2000), “Şimdi Online Bankacılık Moda”, *Bankacılık Dergisi: Dünya Dosyaları*, 13 Mart 2000, s.10
- Arkan, Sabih., (1991), *Bankacılıkta Kullanılan Yeni Elektronik Sistemlerle İlgili Hukuki Sorunlar*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Ankara
- Ataman, Ümit., (2003), *Tekdüzen Hesap Planındaki Hesaplar ve İşleyişi*, 7 Bölüm, Türkmen Kitabevi, İstanbul
- Barışık, S., ve Temel, H., (2007), “İnternet Bankacılığı Kullanımında Güvenlik Unsurlarının Bilinirliği (Anket Uygulamasına Dayalı SPSS)”, *Dergipark /Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi / Arşiv / Cilt 2007, Sayı 2, Sayfa 140*
- Bayburtluoğlu, Andaç (2011), *KOBİ Bankacılığında Kredi Yönetimi ve Türkiye'de KOBİ Bankacılığı*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Bankacılık ve Finansman Programı, İstanbul
- Baykal, Nazife (2005), *Bilgisayar Ağları*, SAS Bilişim Yayınları, Ankara
- Bayoğlu, Savaş (2010), *Türkiye'de İnternet Bankacılığı Adaptasyonunu Etkileyen Faktörlerin Teknoloji-Organizasyon-Çevre Modeli İle Araştırılması*, Yayınlanmış Doktora Tezi, T.C. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme kurumu) (2014), *27.06.2014 tarihli resmi gazete, 29043 sayılı yönetmelik*, erişim tarihi:11.11.20017
- Bensghir, Türksel Kaya (1996), *Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim*, Yayın No:87, Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara
- Bıçkes, Mehmet (2000), "Elektronik Ticaret" , *Pazarlama Dünyası*, Y.14, s:2, İstanbul
- BKM (Bankalararası Kart Merkezi) (2003), "Akıllı Kart Uygulamaları", *Pano Dergisi*, Sayı,11 , s.2
- Bobbitt, Randy (1995), "An Internet Primer For Public Relations" , *Public Relations Quarterly*, Vol.40, Iss. 3, 27
- Buğdaycı, Erol (2007), *Dünya'da ve Türkiye'de Elektronik Bankacılığın Gelişimi ve Basel Komitesi'nin Elektronik Bankacılık Konusuna Yaklaşımı*,Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Avrupa Birliği Anabilim Dalı, İstanbul
- Canbek, G. ve Sağıroğlu, Ş. (2007), *Casus Yazılımlar: Bulaşma Yöntemleri ve Önlemler*, Ankara

- Cartwright, I., Roger (2000), "Mastering Customer Relations", *McMillan master series*, London
- Chou, D.C. ve Chou, A.Y. (2000), "A Guide to the Internet Revolution in Banking", *Information System Management*, 17(2),51-57
- Claessens, Glaessner ve Klingebiel, (2001), "E-finance in Emerging Markets: Is Leapfrogging Possible?", *Financial Markets, Institutions & Institutions*, Vol.11, pp,1-125, November
- Coşkun, Özcan (2012), *Bankacılık Sektöründe Alternatif Dağıtım Kanallarının Müşteriler Üzerindeki Etkisi*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara
- Cronin, Mary (1998), "Banking and Finance on the Internet", *John Wiley and Sons*, NY, ss.28-29
- Çakmaklı, İ. ve Özmen Ş. (1999), *KOBİ'lerin İnternet ve E-Ticarete Olan Bakış Açılarının ve Beklentilerinin Tespiti Çalışması*, http://www.suleozmen.com/tebligsunumlar/6kobilerininternet_e-ticaret.pdf, erişim tarihi 15.02.2018
- Çelik, Hakan (2005), *İnternet Bankacılığı Hizmetlerinde Bireysel Müşteriler Tarafından Algılanan Hizmet Kalitesine İlişkin Bir Modelin Geliştirilmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Kütahya
- Çetin, Canan (1996), *Yeniden Yapılandırma Girişimcilik Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*, ss:35, İstanbul,
- Çolakoğlu, Hilmi (2002), *Kobi Rehberi*, Ankara:TOBB ss:161
- DARPA (The Defense Advanced Research Projects Agency), "About Us, *DARPA history*", www.darpa.mil, Erişim Tarihi, 20.11.2017
- Deitel, H.M., Deitel, P.J. ve Steinbuhler, K. (2000), *E-Business and E-Commerce For Managers*, *Pearson Education Limited*, England
- Dewan Rajiv ve Seidman Abraham (2001), "Current issues in E-Banking", *Communications of the ACM*, June , v.44, s.33
- Dumortier, Jos ve Graux ,Hans (2007), "Risk Management and Risk Assessment In European Regulation", *International Guidelines and Codes of Practice, Tecnicl Department of ENISA - Section Risk Management*, s:98
- Elibol, Halil (2005), "Bilişim Teknolojileri Kullanımının İşletmelerin Organizasyon Yapıları Üzerindeki Etkileri", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:13, s:155-161

- Erdem, A. ve Efiloğlu, Ö., (2002), *Bilgi Çağında Elektronik Ticaret*, 8. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul, Vol. 8, s:38-40
- Erdoğdu, Cemal (2002): "Elektronik Finans: Ekonomik ve Diğer Faktörler" *Bankacılar Dergisi*, Sayı:13, s:155-161
- Eriş, Hayati (2013) "Bankacılık Hizmet Ürünleri" 1. Baskı, Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını
- Gefen D. Ve Straub D, (2005) ,A Practical Guide to Factorial Validity Using, PLSGraph: Tutorial and Annotated Example, *Communications of the Association for Information Systems*, (Volume 16, 2005) 91-109
- Gök, Mehmet (2004), *İş Gücü Piyasası ve KOBİ'ler*, ss: 131, Roma Yayınları, Ankara
- Gül, Onur (2003), *İnternet Bankacılığı ve Bankanın Finansal Yapısı Üzerindeki Etkileri*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Güneş, R., ve Uğur A. (2007), *KOBİ'lerin İhracat Finasmanında Eximbank Kredilerin: Malatya İçinde Bir Araştırma*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Y.207, C.12, S.12 s21-40, Isparta
- Gürcan Halil İbrahim, (1999), "Sanal Gazetecilik", A.Ü. İletişim Bilimleri Fakültesi Yayını, Eskişehir.
- Gürel, Emet (2000) ,"İnternet ve Pazarlama", *Pazarlama Dünyası*, Y.12 S.72, İstanbul, s:40
- Hacker Raporu Gerçekten Güvenli Bir PC İçin, *CHIP*, Sayı.2004/4, Nisan 2004, pp.44-61
- Horvitz, P.M. (1996). Preserving Competition in Electronic Home Banking. *Journal of Money, Credit and Banking*, 28(4), Part 2: Payment Systems Research and Public Policy Risk, Efficiency, and Innovation, 971-974.1996)
- Ibbotson, P. And Maron, L, (2003), *E-banking and SME Bank Relationship in Nothern Ireland, The İnternetional Journal of Bank Marketing*
- İsmailoğlu, Hamdi (1992), *Küçük İşletmelerin Toplumsal ve Özel Sorunları*, Remzi Kitabevi, İstanbul
- Kara, Ömer (2002), "Bankacılıkta Akıllı Kart Uygulamaları". *Türkiye Bilişim Derneği Bilişim Kültür Dergisi*, Sayı.82, Haziran , s:13
- Karagöz, Yalçın (2016), *Spss Ve Amos Uygulamalı İstatistiksel Analizler*, Nobel Yayımevi, Kasım, s:665, Ankara

- Kartal, Mahmut. (2006), *Bilimsel Araştırmalarda Hipotez Testleri*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kayan, Mustafa Ömür (2009), *Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlanması: Halkbankası Samsun Bölge Koordinatörlüğü Uygulama Örneği*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı, İzmir
- Keyes, Jessica (1999), *Banking Tecnology Handbook*, CRC Press, s.7
- King, C. (2009), "ISO and the Media- The PDF Standard", *ISO Focus Dergisi*, Cilt 6, Nisan, s:24
- Koç, Özlem İdil. (2008), *Türk Kobileri Bugünü ve Geleceği*, ss:5, Arıkan Basım Yayım Dağıtım, İstanbul
- Koçel, Tamer (1993), *Büyüyen İşletmelerde Karşılaşılan Yönetim ve Organizasyon Sorunları*, İstanbul: İTO Yayınları, ss:10; (2010), *İşletme Yöneticiliği*, 15. Baskı, Beta yayınları, İstanbul
- Korkmaz, S., ve Gövdeli Y. E. (2005), "Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlamasında Eğitimin Önemi" *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:15 , s:1-12
- Levent, Belgin Bayır (2003), *Şimdi Sıra Şirketlerde*, http://www.capital.com.tr/haberaspx?HBR_KOD=668, Erişim Tarihi:15.10.2017
- Mia, Abdul, Rahman, Mohammad ve Uddin, Main. (2007), "E-Banking: Evolution, Status and Prospects", *The Cost and Managment*, Vol. 35 No.1,JanuaryFebruary, s.43
- Mucuk, İsmet (1994), *Pazarlama İlkeleri*, s:321, Der Yayınları, İstanbul
- Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004), *Girişimcilik ve Kobiler*, ss: 50,Gazi Kitapevi, Ankara
- Osborne, Mark.(2006), *How to Cheat at Managing Information Security*, Syngress Publishing Inc., Rockland, 90
- Osho, Gbolahan (2008), "How technology is breaking traditional barriers in the banking industry: Evidence from financial management perspective".*European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, (11): 15-21.
- Ortuñç, Yelda (2003), *Türk Bankacılık Sektöründe Elektronik Bankacılık ve Sayısal Analizi*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

- Özbal, Tuğba (2011), *Bankacılık Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi ve İnternet Bankacılığında Müşterilerin Seçimlerini Etkileyen Faktörler*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi ,T.C.Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara
- Özcan, Zeynep Ö. (2007). *Türkiye'de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya
- Özdemir, Recep (2010), *KOBİ'lerin İnternet Bankacılığına Adaptasyonu: Orta Anadolu Bölgesi'nde Anket Uygulaması*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak
- Özkanal, Berrin (2006), *İnternetin Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanılması:Açıköğretim Sistemine Yönelik Bir Model Önerisi*, Yayınlanmış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Parasız, İlker (2015), *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*, 3. Baskı, , s.234, Ezgi Kitabevi Yayınları, Ankara
- Polatoğlu, V.N., & Ekin, S. (2001),” An Empirical Investigation of the Turkish Consumers Acceptance of İnternet Banking Services”, *International Journal of Bank Marketing*, 19(4), 156-165.
- Saatçioğlu, Cem (2005), "Yeni Ekonomi ve Finansal Piyasalar Üzerindeki Etkisi", *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:19, s:151-165
- Sarel, Dan ve Marmorstein, Howard (2003), "Marketing Online Banking Services: The Voice of The Customer", *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3), 122,141
- Savaş, Ö., Molu, F., Atlı, M. ve Yazıcı, H. (2014), *Bankacılık Sektöründe Kullanıcı Deneyimi Araştırması: Dijital Şube*, XTM. XVI. Akademik Bilişim Konferansı, Mersin Üniversitesi, Mersin
- Sümer, Füsün.(1999),*Bankacılık Sektöründe Yeni Hizmet Kanallarının Banka Organizasyonları Üzerindeki Etkisi*, İstanbul
- Şamlı, Rüya ve Yüksel, Erkan (2009), “Biyometrik Güvenlik Sistemleri”, XI. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri”, 11-13 Şubat, Şanlıurfa, s:689
- Şimşek, Şerif (2001),*Yönetim ve Organizasyon*, 6.Baskı, Günay Ofset, Konya. 438s
- Takan, M., Boyacıoğlu M. A. (2011), *Bankacılık Teori, Uygulama ve Yöntem*, s:319, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara
- TBB (Türkiye Bankalar Birliği), (2017), *İstatistik Raporlar ,İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri* ,Aralık 2017

- Temizel ,Fatih ve Çimenan, Akın (2007), "İnternet Bankacılığı ve Tüketicinin Korunması", *Active Dergisi*, Ocak-Şubat-Mart, s:17
- Tıraş, Onur (2011), *Kobilerin Finansman Sorunları ve Banka Kredilerinin Kobilere Etkisinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Tolon, Metehan (2002), *Ticari Bankalarda Pazarlama Stratejilerinin Uygulanması ve Türkiye'deki Ticari Bankalar Üzerine Bir Alan Çalışması*, İİBF İşletme Bölümü ,Gazi Üniversitesi, Ankara
- Toraman, Cengiz (2002), "Bankacılık Sektöründe İnternet'in Yeri ve Türk Bankacılık Sistemi Uygulanması", *Kamu-İş Dergisi*, Cilt 6,Sayı:3
- Uludağ, İlhan ve Serin, Vildan (1991) , *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler- Yapısal ve Finansal Sorunlar , Çözümler*, Yayın no:1991-25, İTO Yayınları, İstanbul
- Usta, Resul (2005), "Tüketicilerin İnternet Bankacılığı Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), s:279-290
- Vakıfbank (2017), Sanal Kart, <http://www.vakifbank.com.tr/sanal-kart.aspx?pageID=2416>, erişim tarihi, 15.10.201
- Vural, Yılmaz, ve Sağıroğlu, Şeref (2008), "Kurumsal Bilgi Güvenliği ve Standartları Üzerine Bir İnceleme" *Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 23, No:2, 2008, s:507-522, Ankara,
- Yakar, Ozan (2009), *Kobilerin İnternet Bankacılığı Hizmetleri Kullanımın Etkileyen Faktörler: Ankara Ostim Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama*,Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
- Yazıcı, Selim (2004), *E-Öğrenme: İnsan Kaynakları Eğitiminde Stratejik Dönüşüm*, 159, Alfa Basım, İstanbul
- Yerlikaya Sündüs (2017),*Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'de Dijital Bankacılığın Dönüşümü*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul
- Yıldırım, Kadir (2006).*Elektronik Bankacılık, Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Yılmaz, Eyyüb (1999), "Akıllı Kartlar", *Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, Sayı.1, Nisan, s.5

Yurttadur, M., ve Süzen, E. (2016), “Türkiye'de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama”, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(1):93-120

Yücel, İzzet Sencer (2012), *Türkiye'deki Kurumsal Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı Eğilimleri, İSİDEF Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmış Doktora Tezi, T.C. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul

İNTERNET KAYNAKLARI

- Akça, Cem (2005), *Microsoft'tan Anti-casus yazılımı: Windows AntiSpyware*, <http://www.pclabs.gen.tr/2005/01/07/microsofttan-anti-casus-yazilimi-windows-antispyware/>, erişim tarihi: 03.04.2018
- Akbank (2017) *Doğrudan Borçlandırma Sistemi*, <http://www.akbank.com/tr-tr/hizmetler/Sayfalar/Dogrudan-Borclandirma-Sistemi.aspx>, Erişim Tarihi: 17.12.2017
- Avrupa Birliği KOBİ Tanımı, <http://www.kobi.org.tr/index.php/tanimi/abde>, Erişim Tarihi: 10.12.2018
- BKM (Bankalararası Kart Merkezi) (2017) , <http://www.bkm.com.tr>, Erişim Tarihi 04.06.2017
- BTK (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu) (2017), *e-imza Elektronik Sertifika Hizmet Sağlayıcıları*, <https://www.btk.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/e-imza-Elektronk-Sertifika-Hizmet-Saglayicilari>, Erişim Tarihi, 22.11.2017
- Capital (2017), <http://proje.capital.com.tr/kobilerin-hedefi-1-trilyon-dolar-haberler/19707.aspx>, Erişim Tarihi 15.06.2017
- CHIP , *Tehlikeli Yazılımlar*, https://www.chip.com.tr/blog/neco/Tehlikeli-Yazilimlar-1-Free-KGB-Keylogger_1180.html, Erişim Tarihi, 15.12.17
- Çankaya, Serdar (2012), *Finansal Yönetim Dersi, Nakit Yönetimi dersnotları*,s.1,http://kampus.beykent.edu.tr/Paylasim/Dosyalar/8.hafta_129806173005830000.pdf
- Çevrimiçi Dolandırıcılık Nedir?(2017), <https://support.office.com/tr-tr/article/kimlik-avi-duzenlerinden-ve-diğer-çevrimiçi-dolandırıcılık-biçimlerinden-kendinizi-koruma-be0de46a-29cd-4c59-aaaf-136cf177d593>, Erişim Tarihi 15.12.2017
- Dayıoğlu, Burak (2017), *'Ağ ve İşletim Sisteml'*, <http://www.e-ticaretmerkezi.net/agveisletimsistemi.pdf> , Erişim Tarihi 20.11.17
- E-Devlet, (2017),*Mobil İmza*, <http://giris.turkiye.gov.tr/Giris/Mobil-Imza#> ,Erişim Tarihi, 22.11.2017
- Educore (2017), *ITIL Nedir?*, <http://www.educore.com.tr/itil-nedir-tarihcesi-nedir/>, Erişim Tarihi 29.17.2017
- Ekodialog.com (2017), *Türkiye'de KOBİ-Banka İlişkisi*, <http://www.ekodialog.com/Makaleler/turkiyede-kobi-banka-iliskisi.html>, Erişim Tarihi 15.11.2017

- EXİMBANK, (2017), Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş., *KOBİ Tanımı*, <https://www.eximbank.gov.tr/TR,441/genel-bilgi.html>, Erişim Tarihi, 20.12.2017)
- Garanti Bankası, *Swift Nedir?* (2017), https://www.garanti.com.tr/en/personal_banking/delivery_channels/internet_banking/transactions/swift.page, Erişim Tarihi 17.01.2017
- Güvenlik Katmanları (2017), http://www.factindex.com/t/tr/transport_layer_security.html, Erişim Tarihi: 23.11.2017
- Habertürk,(01.12.2015),<http://www.haberturk.com/ekonomi/teknoloji/haber/1160855-ruslarinyuzde-72si-internet-bankaciligini-kullaniyor>, Erişim Tarihi: 07.01.2017
- Halkbank (2017), *İnternet Bankacılığı*, <https://www.halkbank.com.tr/channels/1.asp?id=2799>, Erişim Tarihi 15.11.2017
- ICBC, *E-Bankacılıkta Güvenlik* (2017), <https://www.icbc.com.tr/tr/guvenlik/detay/E-Bankacilikta-%20Güvenlik/246/770/0>, Erişim Tarihi 15.11.2017
- ISACA (2017), *Temel COBIT Yayınları: Hızlı Bir Bakış*, <http://www.isaca-istanbul.org/temel-cobit-yayinlari-hizli-bir-bakis/>, Erişim Tarihi 25.12.2017
- İnternet World Stats (2017), İnternet Dünya İstatistikleri, Kullanım ve Nüfus İstatistikleri, Usage and Population Statistics <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- İngiliz Standartları Enstitüsü (2017), <http://www.tigiad.org.tr/firma-detay-ingiliz-standartlari-enstitusu-turkiye-bsi-4277.aspx>, Erişim Tarihi: 15.12.2017
- Kılıç, G. ve Karaaslan H. (1998), *Okullarda İnternet Kullanımı: Avantajları, Dezavantajları ve Alınması Gereken Tedbirler*, <http://inettr97.metu.edu.tr/bildiriler/okullar.htm>, erişim tarihi: 11.10.2018
- KOBİ Bilgi Sitesi, *KOBİ Tanımı Değişti* (2018), http://www.kobi.org.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=239:kob-tanm-deiti&itemid=348, Erişim Tarihi 12.01.2018
- KSEP (KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı) (2015), *2015 - 2018 - 06 Mayıs 2016 tarihli KSEP İzleme ve Yönlendirme Komitesi Kararları ile güncellenen eylem planı*, https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/KSEP%20Güncellenen%20Eylem%20Planı%202015-2018_06_05_2016.pdf, erişim tarihi: 12.03.2018
- Microsoft (2017), *Bilgisayarınızı koruyun: Güvenlik Duvarları*, <https://www.microsoft.com/tr-tr/security/pc-security/firewalls-what-is.aspx>, Erişim Tarihi 23.11.2017

- My Fikirler (2015), *Bankaların Esnaf ve KOBİ'lere Hizmetleri Nelerdir?*, <https://www.myfikirler.org/bankalarin-esnaf-ve-kobilere-hizmetleri-nelerdir.html>, Erişim Tarihi 15.11.2017
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development),(2002), *Türkiye'deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler : Mevcut Durum ve Politikalar*, <https://www.oecd.org/cfe/smes/33705673.pdf>, Erişim Tarihi 30.09.2017
- ODTÜ (Ortadoğu Teknik Üniversitesi), (2017), *Türkiye'de İnternet, İnternet Tarihi, ODTÜ Bilgi İşlem Daire Başkanlığı*,<http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihçe.php>, erişim tarihi 12.12.2017
- Ödeme Teknolojileri, <http://odemeteknolojileri.com/2016/08/mobil-bankacilik-2016-raporu/>, Erişim Tarihi 01.04.2017
- Özer, Ö. (2016), *Dijital Bankacılık Nedir?*, Nisan 2016. <http://ozgurfinans.com/dijital-bankacilik-nedir/>, erişim tarihi: 04.05.2018
- Öztürk, Selim (2010), *Sanal Klavye Bile Güvenli Değil*, 26.05.2010 tarihli yazı, www.hurriyet.com.tr
- Siber Portal (2017), *İnternetteki Tehditler*, <http://www.siberportal.org/blue-team/cryptography/basics-of-public-key-infrasctructure-pki/>, Erişim Tarihi 22.11.2017
- Statista, *Online Banking Penetration in Selected European Markets in 2017*, <https://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-inleadin-european-countries/>, Erişim Tarihi: 01.08.2018
- Tekeli, Emre (2015), <http://glokalweb.com/2015/03/22/internet-bankaciligi-ve-mobil-bankaciligin-tarihsel-gelisimi/>
- TSE (Türk Standartları Enstitüsü) , *TS ISO/IEC 27001 Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi*, <https://www2.tse.org.tr/tr/icerikdetay/2311/6890/ts-isoiec-27001-bilgi-guv-nyonetim-sistemi-.aspx> , Erişim Tarihi: 15.12.2017
- TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) ,Ulusal Elektronik ve Kriptoloji Enstitüsü, <http://www.bilgigüvenligi.gov.tr/teknik-yazilar-kategorisi/flickering-teknolojileri-ile-islem-dogrulama-imzalama.html> , Erişim Tarihi 23.12.2017
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2017), *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*, 2017, <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=24862ü>, erişim tarihi 15.06.2017; (2016), *Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri*, 2016, www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21540 , Erişim Tarihi 12.09.2017).

- Türkiye İş Bankası, *Bireysel Bankacılık*,
<https://www.isbank.com.tr/TR/bireysel/kartlar/diger-kart-hizmetleri7maxinet/Sayfalar/maxinet.aspx>, Erişim Tarihi 23.11.2017
- Türkiye İş Bankası (2017), *İş Bankası Tarihçesi*,
<https://muze.isbank.com.tr/Sayfalar/is-bankasi-tarihcesi.aspx>, Erişim Tarihi 31.07.2018
- Tümsaş (2017), *Görüntülü Bankacılık*, <http://www.tumsas.com.tr/tr/goruntulu-bankacilik.html>, Erişim Tarihi 15.12.2017
- Yapı Kredi Bankası (2018), *Ticari Kartlar*, <http://www.ykbticarikartlar.com/ticari-kartlari-taniyin/ticari-kart-nedir>, Erişim Tarihi, 01.05.2018
- Yumuşak, İbrahim Güren (2007), *Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme*,
<http://ideas.repec.org/p/wpa/wuwpma/0404032.html>, erişim tarihi 15.02.2018
- Yıldız, Mehmet Selami (2008); "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ) Bilgi Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi ve Bilgi Teknolojilerinin Firmalar Üzerindeki Etkileri", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 7. Sayı:25 s.212- 239, <http://www.e-sosder.com/dergi/25212-239.pdf> (Erişim Tarihi 12.03.2017)
- Yılmaz, Figen (2003): *Türkiye'de Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ'ler)*, İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü, https://www.isbank.com.tr/dosya/ekon-tr_kobiler2004.pdf. Erişim tarihi 06.11.2009
- Weise, Joel (2001), *Public Key Infrastructure Overview*, Sun Microsystem Inc., August, s:3 (<http://www.sun.com/blueprints>, erişim tarihi: 22.11.2017)

EKLER

Ek 1: Anket 1

Tamamen bilimsel bir çalışmada kullanılmak üzere hazırlanmış olan bu anket formunun amacı, KOBİ'lerin internet bankacılığında yararlanma düzeylerinin ölçülmesidir. Firmanızın ismini yazmadan cevaplayacağınız bu sorular yüksek lisans tezine veri teşkil edecektir. Bu nedenle vereceğiniz cevapların doğruluğu, çalışmanın amacına ulaşmasında en önemli faktör olacaktır. Katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

Sevim Elif OKAY

Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme-Yüksek Lisans Öğrencisi

TÜRKİYE'DE FAALİYET GÖSTEREN KOBİ'LERDE İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYİNİN ANALİZİ

1-)İşletmenizin merkezi hangi ilde yer almaktadır?

2-)İşletmenizin hukuki statüsü nedir?

()Şahıs İşletmesi ()Adi ortaklık ()Kolektif Şirket ()Komandit Şirket

()Limited Şirket ()Anonim Şirket ()Kooperatif ()Diğer.(Belirtiniz...)

3-)İşletmeniz temel olarak hangi sektörde faaliyet göstermektedir?

()Gıda ()İnşaat ()Kimya, Petrol, Lastik ve Plastik ()Makine ve Ekipman

()Metal İşleme ()Ağaç İşleri, Kağıt ve Kağıt Ürünleri ()Otomotiv ()Tarım

ve Hayvancılık ()Tekstil, Hazır Giyim, Deri ()Turizm, Konaklama, Yiyecek-

İçecek Hizmetleri ()Cam, Çimento ve Toprak ()Elektrik, Elektronik ()Diğer.

Belirtiniz

4-)İşletmenizin faaliyet süresi nedir?

()1-3 ()4-6 ()7-9 ()10+

5-)İstihdam ettiğiniz çalışan sayısı nedir?

()1-9 ()10-49 ()50-99 ()100-199 ()200+

6-)İşletme yönetiminiz kadrosunda kimler yer almaktadır?

()Sahip/ortak ()Profesyonel yönetici ()Aile üyeleri ()Hepsi

7-)İşletme yöneticilerinizin ağırlıklı olarak mezuniyet durumu nedir?

()İlköğretim ()Lise ()Üniversite ()Lisans Üstü

8-)Çalışacağınız banka/bankaları seçerken en çok neye önem gösterirsiniz?

()Gelişmiş şube ağı ()Banka personelinin davranış ve tutumları

()İnternet bankacılığı hizmetlerinin gelişmiş olması ()Hizmet sunumunda düşük maliyet uygulamaları ()Diğer. Belirtiniz

9-)İnternet bankacılığı kullanıyor musunuz?

()Evet ()Hayır.(Eğer cevabınız "Evet" ise 11. Sorudan devam ediniz, "Hayır" ise 10. Soruyu cevaplayıp anketi sonlandırınız)

10-)İnternet bankacılığı kullanmama sebepleriniz nelerdir?

()Bilgisayar, akıllı telefon, tablet vb. cihazları kullanmayı bilmiyorum.

()İnternet bankacılığı hakkında yeterli bir bilgi birikimine sahip değilim.

()İnternet bankacılığını güvenli bulmuyorum.

()Bankacılık işlemlerini yaparken herhangi bir yanlışlık yapmaktan çekiniyorum.

()Yapmak istediğim bankacılık işlemi internet bankacılığında mevcut değil.

()Diğer. Belirtiniz

11-)Kaç senedir internet bankacılığı kullanıyorsunuz?

()1-3 ()4-6 ()7-9 ()10+

12-)İşletmenizin internet bankacılığı kullanım yetkileri kim veya kimlere verilmiştir?

()İşletme sahibi/Ortaklar()Profesyonel yönetici()Finans/muhasebe departmanı yetkilisi()Karma

13-)İnternet bankacılığını hangi sıklıkta kullanıyorsunuz?

()Her gün ()Haftada birkaç kez ()Ayda birkaç kez ()Yılda birkaç kez

14-)İnternet bankacılığında sıklıkla kullandığınız işlemler nelerdir?

()Para Aktarma (Havale, EFT) ()Maaş Ödemeleri ()Vergi Ödemeleri
()SGK Ödemeleri ()Hesap Kontrolü ()Döviz İşlemleri ()Yatırım Hesapları İşlemleri ()Fatura Ödemeleri ()Kredi Kartı İşlemleri ()Borsa İşlemleri
()Diğer. Belirtiniz

15-)İnternet bankacılığına hangi cihazlardan erişim sağlıyorsunuz?

()Kişisel Bilgisayar/Tablet ()Akıllı Telefon ()Şirket Bilgisayarı
()Şubelerdeki Bilgisayarlar

16-)İnternet bankacılığını kullanma sebepleriniz nelerdir?

()Düşük Maliyetler ()Zamandan Tasarruf Ettirmesi ()Güvenli olması
()Hızlı olması ()Kolay ve kullanışlı olması ()Muhasebe kontrollerini kolaylaştırması ()Şubelere (mesai saatlerine) bağımlılığı azaltması ()Nakit para taşıma riskini ortadan kaldırması ()Şubelerde oluşan sırada beklemek istememem ()Sunulan hizmetlerin çeşitliliği ()Diğer işletmeler ile yaptığım faaliyetlerin kayıt altına alınarak ileride doğabilecek sorunları engellemesi ()Diğer. Belirtiniz

17-)İnternet bankacılığı hizmetinden yararlanırken herhangi bir dolandırıcılık olayı ile karşılaştınız mı?

()Evet ()Hayır

18-)Banka seçiminde internet bankacılığının önemli bir etken olduğunu düşünüyor musunuz?

()Evet ()Hayır ()Kararsızım

19-)Çalıştığınız banka/bankalar internet bankacılığı kullanımı konusunda size gerekli bilgi yardımında bulundu mu?

()Evet ()Hayır

20-)İnternet bankacılığı hizmetinin çalıştığınız banka/bankalar ile aranızdaki ilişkileri ne yönde etkilediğini düşünüyor musunuz?

()Olumlu ()Olumsuz ()Kararsızım

21-)İnternet bankacılığı kullanımının rekabet ortamında işletmenize bir fayda sağladığına inanıyor musunuz?

()Evet ()Hayır ()Kararsızım

22-)Kaç bankanın internet bankacılığı hizmetinden yararlanıyorsunuz?

()1 ()2 ()3 ()4+

23-)İnternet bankacılığı hizmetinden memnun olmadığınız banka/bankalar ile çalışmayı sonlandırdınız mı?

()Evet ()Hayır (Cevabınız hayır ise 25. Soruya geçiniz)

24-)Bir önceki soruya cevabınız "Evet" ise sebebini/sebeplerini belirtiniz.

()Masrafların yeterince düşük olmaması ()Günlük işlem limitlerinin yetersiz olması ()İnternet sitesinin ve mobil uygulamasının kullanımının karmaşık olması ()Diğer. Belirtiniz

25-)İnternet bankacılığının ilerleyen zamanlarda geleneksel bankacılığının (şube bankacılığı) yerini alacağını düşünüyor musunuz?

()Evet ()Hayır ()Kararsızım

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Sevim Elif OKAY

Doğum Yeri ve Tarihi : Denizli 15.06.1991

Eğitim Durumu Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi

Programı : İşletme

Yüksek Lisans Öğrenimi : Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi S. B. E.

A.B.D. : İşletme

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce (Orta derece), Almanca (Temel)

İş Deneyimi Çalıştığı Kurumlar : Türkiye İş Bankası (2015-)

İletişim Adres : 4 Eylül Mah. Bedri Rahmi Cad. No:115 Daire:11

Tel : 05052858547

E-Posta : s.elifokay@gmail.com.tr

