

T.C
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**DİJİTAL BANKACILIK VE TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT
DURUMUNUN ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
ALİ CAN DEMİREL

TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. ADALET HAZAR

ANKARA 2017

T.C
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
BANKACILIK VE FİNANS ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**DİJİTAL BANKACILIK VE TÜRKİYE'DEKİ MEVCUT
DURUMUNUN ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
ALİ CAN DEMİREL

TEZ DANIŞMANI
DOÇ. DR. ADALET HAZAR

ANKARA 2017



BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS / DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 23 / 05 / 2017

Öğrencinin Adı, Soyadı : Alı Can Demirel

Öğrencinin Numarası : 21410043

Anabilim Dalı : Bankacılık ve Finans

Programı : Bankacılık ve Finans

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı : Doç. Dr. Adalet Hazer

Tez Başlığı : Dijital Bankacılık ve Fintechin Mevcut Durumun Analizi.

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans/Doktora tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 105 sayfalık kısmına ilişkin, 23 / 05 / 2017 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 12'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

"Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını" inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

Onay
23 / 05 / 2017

Öğrenci Danışmanı Unvan, Ad, Soyad,

Doç. Dr. Adalet Hazer

KABUL VE ONAY SAYFASI

Ali Can DEMİREL tarafından hazırlanan “Dijital Bankacılık ve Türkiye’deki Mevcut Durumunun Analizi” adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi: 29/05/ 2017

(Jüri Üyesinin Unvanı, Adı-Soyadı ve Kurumu):

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Adalet HAZAR. Başkent Üniversitesi

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Şenol BABUŞÇU. Başkent Üniversitesi

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Sedat YENİCE. Gazi Üniversitesi

İmzası
.....
S. Babuşçu
.....
.....

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

/ /2017

Prof. Dr. Doğan TUNCER
Enstitü Müdürü

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın meydana gelmesinde benden yardımlarını esirgemeyen ve tez danışmanım olarak beni onurlandıran çok değerli ve saygıdeğer hocam Sayın Doç. Dr. Adalet HAZAR’a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eğitimim boyunca ve bu çalışma esnasında karşılaştığım zorluklara her zaman karşı durmamı sağlayan ve desteklerini bir an olsun esirgemeyen çok değerli aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ali Can DEMİREL

ÖZET

Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve yenilikler bütün sektörleri etkilediği gibi, bankacılık sektörünü de ciddi biçimde etkilemiştir. Böylece işlem hızı açısından önemli kazançlar sağlandığı gibi, maliyetler de önemli oranda düşürülmüştür. Artan rekabet ortamında müşteri memnuniyetini en üst noktaya çıkarmayı hedefleyen bankalar, dijital bankacılık hizmetlerinde çeşitlilikler oluşturarak müşterinin en hızlı şekilde bankacılık hizmetini alabilmesini sağlayacak çözümler üretme yoluna girmiştir. İnternet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanımları açısından dünya ülkelerine bakıldığında, şube bankacılığının yerini internet ve mobil bankacılığa bıraktığı görülmektedir. Çin’de bankacılık hizmeti alanların yarısından fazlası, mobil bankacılık kullanmaktadır. Benzer şekilde internet bankacılığı açısından Almanya ve Japonya’da da hizmet alanların yarısından fazlası, internet bankacılığını tercih etmektedir. Türkiye’de internet bankacılığını aktif kullanan müşteri sayısı, 2016 yılının Eylül ayı itibarı ile 18.672.000 kişiye ulaşmıştır. Özellikle para transferleri ve ödemeler için internet bankacılığına yönelik tercihler de her geçen yıl önemli oranda artmaktadır. Mobil bankacılık hizmetlerini kullanan kişi sayısı da 2016 yılının Eylül ayı itibarı ile 16.613.000 kişi olarak hesaplanmıştır. Bu çalışma, bankacılık sektöründe çok önemli bir hizmet dağıtım kanalı durumuna gelen dijital bankacılığın dünyadaki ve Türkiye’deki var olan durumunu ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, dijital bankacılık, internet bankacılığı

ABSTRACT

Developments and innovations in information technologies have affected not only all sectors but also the banking sector. Thus, in addition to significant gains in terms of processing speed, costs have also been significantly reduced. Banks aiming to bring customer satisfaction to the top in an increasingly competitive environment, banks have diversified in digital banking services and entered into a way to produce solutions that will enable their customers to receive banking services in the fastest way possible. Looking at world countries in terms of online banking and mobile banking usage, it is seen that branch banking has left its place to online and mobile banking. In China, more than half of the banking services use mobile banking. Similarly, in terms of online banking, more than half of the service areas in Germany and Japan prefer online banking. The number of customers who actively use online banking in Turkey has reached 18.672.000 as of September, 2016. Especially, the preferences for online banking for money transfers and payments are increasing every year. The number of people using mobile banking services has been calculated as 16.613.000 people as of September 2016. This study aims to reveal the existing situation of digital banking in the world and in Turkey which is a very important service distribution channel in the banking sector.

Keywords: Banking, digital banking, internet banking

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	ix
GİRİŞ	1
BÖLÜM I.....	4
1 DİJİTAL BANKACILIK: KAVRAMSAL BİR İNCELEME.....	4
1.1. Finansal Sistem ve Bankacılık Kavramı.....	4
1.2. Bankacılığın Tarihsel Gelişimi	10
1.3. Bankacılık Türleri	12
1.3.1. Yasal Niteliklerine Göre Bankalar.....	14
1.3.2. Mülkiyetlerine Göre Bankalar	14
1.3.3. Faaliyet Konularına Göre Bankalar	15
1.3.4. Şube Sayılarına Göre Bankalar	16
1.3.5. Ekonomik Fonksiyonlarının Özelliklerine Göre Bankalar	17
1.3.6. Örgütlenme Alanlarının Yaygınlığına Göre Bankalar	19
1.4. Alternatif Hizmet Dağıtım Kanalları	20
1.4.1. İnternet Bankacılığı.....	22
1.4.2. Telefon Bankacılığı.....	23
1.4.3. POS (Point of Sale – Satış Noktası).....	25
1.4.4. ATM Bankacılığı	25
1.4.5. Mobil Bankacılık	26
1.4.6. Dijital Televizyon Bankacılığı:.....	26
1.5. Dijital Bankacılık Kavramı.....	26
1.5.1. Dijital Bankacılığın Tarihsel Gelişimi.....	27
1.5.2. Çağdaş Bankacılık Anlayışı ve Dijital Uygulamalar	30
1.6. Dijital Bankacılığın Geleneksel Bankacılık Üzerindeki Etkileri.....	32

BÖLÜM II	34
2 DÜNYADA DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI	34
2.1. ABD’de Dijital Bankacılık Uygulamaları	35
2.2. AB’de Dijital Bankacılık Uygulamaları	38
2.2.1. AB’de Dijital Bankacılığa İlişkin Düzenlemeler.....	38
2.2.2. AB’de Dijital Bankacılığın Mevcut Durumu.....	39
2.3. Diğer Ülkelerde Dijital Bankacılık Uygulamaları	41
2.3.1. Kore’de Dijital Bankacılık Uygulamalar	42
2.3.2. Brezilya’da Dijital Bankacılık Uygulamalar	45
2.3.3. Çin’de Dijital Bankacılık Uygulamalar	47
2.3.4. Rusya’da Dijital Bankacılık Uygulamalar	50
2.4. Küresel Dijital Bankacılık İyi Uygulama Örnekleri.....	54
2.4.1. Nordea Bank/Finlandiya	54
2.4.2. Hansabank/Estonya.....	55
2.4.3. Industrial Bank of Korea.....	56
2.4.4. Industrial & Commercial Bank of China (ICBC).....	57
2.4.5. Egg.com/İngiltere	57
2.4.6. MyBank/AB.....	58
BÖLÜM III.....	60
3 TÜRKİYE’DE DİJİTAL BANKACILIĞIN MEVCUT DURUMUNUN ANALİZİ.....	60
3.1. Türkiye’de Dijital Bankacılık	60
3.1.1. Türkiye’de Bankacılığın Genel Olarak Gelişimi	61
3.1.2. Türkiye’de Dijital Bankacılığın Gelişimi	66
3.1.3. Türkiye’de Dijital Bankacılık İşlemlerine Yönelik Yasal Düzenlemeler	68
3.2. Dijital Bankacılıkta İnternet Bankacılığı ve Çağrı Merkezi İstatistikleri.....	69
3.3. Türkiye’de Dijital Bankacılık Uygulama Örnekleri	74
3.3.1. Enpara.com	75
3.3.2. CEPTETEB.....	77
3.3.3. Dijitaldeniz.com.....	78
3.3.4. Nuvo.com.tr	80
3.4. Dijital Bankacılığın Faydaları ve Sakıncaları.....	81
3.4.1. Dijital Bankacılığın Faydaları.....	82
3.4.2. Dijital Bankacılığın Sakıncaları.....	83

3.5. Türkiye’de Dijital Bankacılık Fırsat ve Tehditler	84
BÖLÜM IV	85
4 SONUÇ VE ÖNERİLER	85
KAYNAKÇA.....	90
EKLER.....	100
Ek-1. Nordea Bank Mobil Bankacılık Sayfası	100
Ek-2. Hansabank/Swedbank Mobil Bankacılık Sayfası.....	101
Ek-3. Industrial Bank of Korea Mobil Bankacılık Sayfası	102
Ek-4. ICBC İnternet ve Mobil Bankacılık Sayfası.....	103
Ek-5. Egg.com İnternet ve Mobil Bankacılık Sayfası.....	104
Ek-6. MyBank İnternet ve Mobil Bankacılık Sayfası	105



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Türk Bankacılık Sistemindeki Banka, Şube ve Personel Sayıları	12
Tablo 2.	2016 Yılı ABD Dijital İstatistikleri	36
Tablo 3.	2016 Yılı AB Ülkeleri Mobil Bankacılık Kullanım Oranları	40
Tablo 4.	2016 Yılı Dünya Ülkelerinde Mobil Bankacılık Kullanım Oranları	42
Tablo 5.	Yıllara Göre Rusya Nüfusu ve Aktif İnternet Kullanıcıları.....	51
Tablo 6.	Rusya’da 2010-2016 Yılları Arasında Toplam Hesap ve İnternet Üzerinden Erişim Sayıları (x1000).....	52
Tablo 7.	2012 – 2016 Yılları Arası POS, ATM, Kredi Kartı ve Banka Kartı Kullanımı	67
Tablo 8.	Türkiye Bankaları İnternet Kullanım İstatistikleri (2010 - 2016)	70
Tablo 9.	Türkiye Bankaları Mobil Bankacılık Kullanım İstatistikleri (2011 - 2016).....	71
Tablo 10.	2010 - 2016 Yılları Arası Çağrı Merkezi İstatistikleri.....	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.	Ekonomik Sistemde Piyasa Tipleri.....	5
Şekil 2.	Finansal Sistem ve Finansal Piyasalar.....	7
Şekil 3.	Bankacılık Türleri.....	13
Şekil 4.	Bankacılıkta Alternatif Hizmet Dağıtım Kanalları.....	21
Şekil 5.	Dünya Nüfusu ve Dijital Ortam Kullanıcı Sayıları	29
Şekil 6.	Dünya Ülkeleri Bankacılık Hizmet Kanalları Kullanım Oranları	34
Şekil 7.	ABD’de 2009-2016 Yılları Arasında Cep Telefonu ile Mobil Bankacılık Kullanım Oranları.....	37
Şekil 8.	Asya Ülkelerinde ve Avustralya’da Dijital Bankacılık Kullanım Oranları.....	43
Şekil 9.	Güney Kore’de İnternet Kullanıcılarının Cinsiyetlerine Göre Dijital Bankacılık Kullanma Oranları.....	44
Şekil 10.	Latin Amerika Ülkelerinde İnternet Kullanıcıları İçinde Çevrimiçi Bankacılık Kullanıcı Oranları.....	46
Şekil 11.	Çin’de Dijital Bankacılık Uygulamaları.....	48
Şekil 12.	Çin’de Mobil Bankacılık Kullanım Oranları.....	49
Şekil 13.	Rusya’da 2010-2016 yılları arası Tüzel Kişi/Kurum ve Bireysel Kullanıcıların Çevrimiçi Bankacılık Hizmetleri.....	53
Şekil 14.	MyBank İşlem Adımları	59
Şekil 15.	Bankacılık Sektörü 2016 Eylül Ayı Banka, Şube ve Personel Sayıları.....	65
Şekil 16.	2010 - 2016 Yılları Arası İnternet Bankacılığı Kullanım Grafiği	71
Şekil 17.	2011 - 2016 Yılları Arası Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Finansal İşlem Adetleri.....	72
Şekil 18.	2010-2016 Yılları Arası Çağrı Merkezleri İşlem Adet ve Hacimleri	74

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADK	: Alternatif Dağıtım Kanalı
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
ATM	: Otomatik Vezne Makinası
BDDK	: Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu
CFCA	: China Financial Certification Authority
e-Bankacılık	: Elektronik Bankacılık
EFMA	: Avrupa Finansal Yönetim ve Pazarlama Birliği
EFT	: Elektronik Para Transferi
EFTPOS	: Elektronik Fon Transferi Sistemi
e-Para	: Elektronik Para
e-Ticaret	: Elektronik Ticaret
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletmeler
M.Ö	: Milattan Önce
M.S	: Milattan Sonra
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
PC	: Kişisel Bilgisayarları
PDA	: Personal Digital Assistant
POS	: Satış Noktası
SMS	: Kısa Mesaj Servisi
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
TBB	: Türkiye Bankalar Birliği
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TDK	: Türk Dil Kurumu
TETSIAD	: Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
TMSF	: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

GİRİŞ

Tasarruf sahipleri ile kaynak ihtiyacı olanlar arasında kaynak aktarımını sağlayan mekanizma finansal sistem olarak isimlendirilmektedir. Finansal sistem, kaynak aktarımının fon fazlası olan grup (arz) ile fon ihtiyacı olan grup (talep) arasında işlemlerin düzenli ve optimal bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Finansal sistem, farklı birimler tarafından verilen tasarruf ve yatırım kararlarını vade, miktar ve faiz oranları açısından uyumlu hale getirmektedir. Finansal piyasalar, finansal sistem içerisinde dağınık halde bulunan fonların bir araya getirirken, kaynakları getirisi en yüksek yatırımlara yönlendirmektedir.

Finansal sistemde işlemler iki tür gerçekleşmektedir. Doğrudan finansman, finansal piyasalarda her iki tarafın aralarında herhangi bir finansal kurumun aracılığını kullanmadan karşı karşıya gelmesidir. Dolaylı finansmanda, finansal kurumlar tarafından fon talep eden tarafın ihraç ettiği finansal varlıklar satın alınmaktadır. Öte yandan, bunun karşılığında fon sahibi olan taraflara kendi ihraç ettiği başka menkul kıymetleri satmaktadır. Tez çalışmasının konusunu da dolaylı finansman sağlanmasında rolü olan finansal kuruluşlardan bankalar oluşturmaktadır. Bankalar, çok basit bir şekilde, fonları az faizle toplayarak daha fazla faizle fon talep edenlere aktaran işletme olarak nitelenebilir. Bankalar, ekonomideki mevcut fonlara aracılık edip, bu fonların etkin bir şekilde kullanım alanlarına iletilip, yatırım tüketim gibi alanlarda değerlendirilmesine aracılık etmek suretiyle ekonomide etki yaratmaktadır. Bu doğrultuda bankaların genel olarak dört temel işlevi; ödeme araçlarının yönetimi, portföy yönetimi, fon transferleri ve risk paylaşımının saptanması ile alacakların işlenmesi, daha iyi bilgi edinme ve işlem maliyetlerinin azaltılmasıdır.

Günümüzde dünya çapında bilgi teknolojilerinde gerçekleşen yenilikler bankacılık sektörünü iki şekilde etkilemiştir. Öncelikle, kağıda dayalı işlemlerin otomatik bilgi yönetim sistemleri (veri toplanması, işlenmesi, saklanması ve dağıtılmasını sağlayan sistemler) sayesinde azaltılarak maliyetlerin düşürülmesi sağlanmıştır. İkinci olarak, tüketicilerin banka ürünlerine daha az maliyetli alternatif kanallarla ulaşması temin edilebilmektedir. Ayrıca, finansal hizmetlerde giderek artan rekabet alternatif dağıtım kanallarının geliştirilmesi ve kullanılması ile sonuçlanmıştır (Daniel, 1999:72). Müşteri sadakatini

sağlamak isteyen finansal kurumların müşterilerine inovatif hizmetler sunması bir gereklilik halini almıştır.

Küreselleşme, mobilité, uluslararasılaşma ve teknolojiadaki değişim hızı ekonomileri değiştirmiş, para hareketlerini çoğaltmış, hızlandırmış ve çeşitlendirmiştir. Bu çağa uydurabilmek için finansal ürün ve hizmetlerinde de dijitalleşmesi gerekmiştir.

Bankaların müşterilerine sundukları hizmet ve ürünlerinin giderek birbirine benzediği bir ortamda hizmetlerinin farklılaşmasını sağlayan bankalar avantajlı konuma geçmektedir.

Bu nedenlerle, alternatif hizmet dağıtım kanalları giderek çeşitlenmeye başlamıştır. Teknolojik altyapıdaki gelişmeler, küresel trendler bu çeşitlenmeyi de şekillendirmektedir. İnternet bankacılığı, mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve ATM'ler (Automatic Teller Machine – Otomatik Vezne Makinesi) birer alternatif örnektir.

Artan rekabet sonucu finansal hizmetlerin çeşitlendirilmesi maksadıyla geliştirilen alternatif dağıtım kanallarından yakın zamanda hizmete alınanlardan birisi de elektronik veya çevrimiçi bankacılık sistemidir. Bunlarla birlikte, son dönemde gelişen dijital bankacılık kavramı elektronik bankacılık, internet bankacılığı, çevrimiçi bankacılık veya e-bankacılık gibi kavramlardan farklı olarak ele alınmaktadır.

Bu çerçevede bu çalışmanın konusu Türkiye'deki dijital bankacılık uygulamaları olarak belirlenmiştir. Bu kapsamında çalışmanın amacı ise Türkiye'deki mevcut dijital bankacılık uygulamalarının durumlarının incelenmesi şeklinde tespit edilmiştir. Bu doğrultuda çalışma üç bölüm olarak tasarlanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde finansal sistemler, bankaların finansal piyasalardaki rolüne değinilmiş, bankacılık türlerine yönelik gerekli açıklamalar yapılmıştır. Alternatif hizmet dağıtım kanalları incelendikten sonra, teknolojik gelişmelere bağlı olarak bankacılık sisteminde önemli bir alternatif dağıtım kanalı olarak gündeme gelen “dijital bankacılık” konusu ele alınmış, dijital bankacılığın tarihsel gelişimi incelenmiş ve çağdaş bankacılık anlayışı çerçevesinde dijital bankacılık uygulamaları açıklanmıştır. Ayrıca bu bölümde

dijital bankacılığın faydaları ve sakıncaları da tartışılmıştır. Son olarak dijital bankacılığın bankacılık sistemi üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümü küresel dijital bankacılık uygulamalarına ayrılmıştır. Bu kapsamda ABD'deki düzenlemeler incelenmiş ve uygulamalara değinilmiştir. Benzer şekilde AB düzenlemelerine yer verilmiş ve uygulamalar ele alınmıştır. Ayrıca gelişmekte olan ülkeler açısından da dijital bankacılık uygulamaları incelenmiştir. Bu çerçevede, Brezilya, Çin, Kore ve Rusya'daki dijital uygulamalara yer verilmiştir. Bölümün sonunda vaka analizleri şeklinde küresel iyi uygulama örnekleri ele alınmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye'de dijital bankacılığın mevcut durumunun analizi yapılmıştır. Bölümün başlangıcında Türkiye'deki bankacılık genel olarak incelenmiştir. Daha sonra Türkiye'deki dijital bankacılığın gelişimi tartışılmıştır. Akabinde Türkiye'deki iyi uygulama örnekleri vaka analizi şeklinde ele alınmıştır. Bölümün sonunda Türkiye'deki dijital bankacılığın güçlü ve zayıf yanları tespit edilmiştir.

Çalışma Türkiye'deki dijital bankacılığın genel olarak değerlendirildiği ve strateji önerilerinin yer aldığı sonuç bölümü ile tamamlanmıştır.

BÖLÜM I

DİJİTAL BANKACILIK: KAVRAMSAL BİR İNCELEME

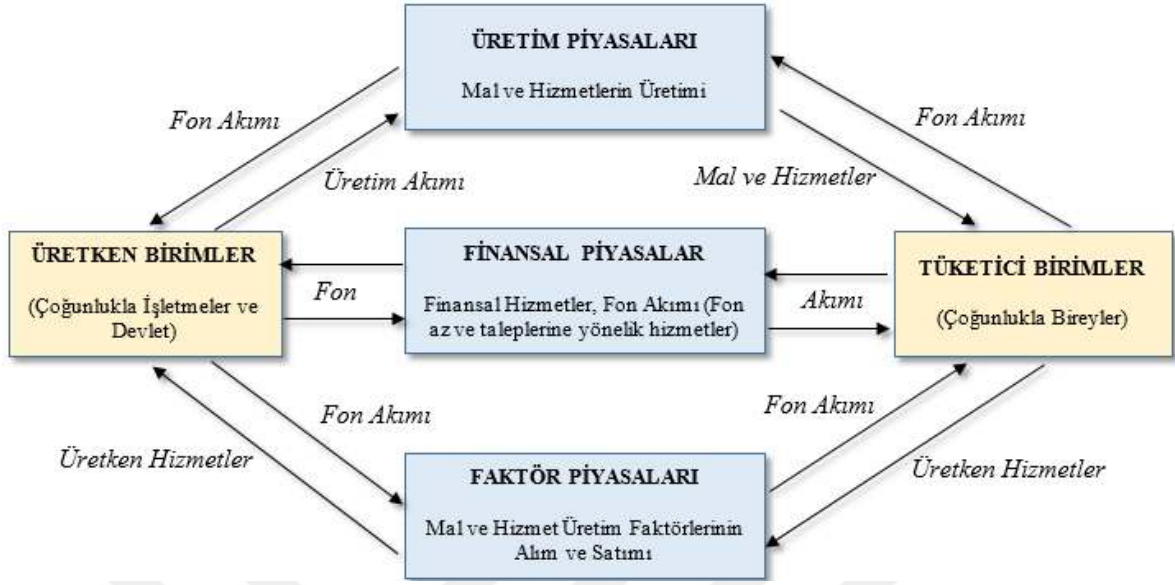
Teknolojik gelişmeler ve küreselleşen dünya piyasaları, bankacılık sisteminde teknolojik yatırımları kaçınılmaz bir duruma getirmektedir. Bilgisayar teknolojilerini yoğun şekilde kullanan sektörlerin başında bankacılık sektörü gelmektedir. Dijital hayatın başladığı tarihten itibaren bankacılık sektörü, elektronik donanımlardan ve bilgisayar yazılımlarından faydalanmaya başlamıştır. Bankalar, dijital sistemlerin ilk kullanıcıları arasında yer almaktadır (Başar, 2014:8).

Dijital bankacılığa ilişkin akademik çalışmalar incelendiğinde, kavramsal olarak açık ve somut bir dijital bankacılık tanımına rastlanılmamaktadır. İnternet bankacılığı, elektronik bankacılık, siber bankacılık, web bankacılığı ve mobil bankacılık gibi terimlerin dijital bankacılık terimi ile eş anlamlı veya birbiri yerine kullanıldığı görülmektedir. Bu bölümde, kavram karmaşıklıklarının önüne geçmek üzere öncelikle genel olarak bankacılık sistemi incelenmekte, teknolojik gelişmelere bağlantılı şekilde hayata geçirilen alternatif hizmet dağıtım kanalları irdelenmekte ve bunlardan hareketle dijital bankacılık kavramı açıklanmaktadır.

1.1. Finansal Sistem ve Bankacılık Kavramı

Ekonomik sistem karmaşık süreçlerin bir bütünüdür. Toplumun ihtiyacı olan mal ve hizmet çıktılarını elde edebilmek için doğal kaynaklar, işgücü ve sermaye girdi olarak kullanılmakta, gerekli kaynak bölüşümü bu sistem içerisinde yapılmaktadır. Ekonomik sistem içerisinde finansal piyasalar, mal ve hizmet üretimi, gelir ve kaynak dağılımı gibi karmaşık işlemlerin düzenlendiği, alıcılar ile satıcılar arasında mal, hizmet ve kaynak akımının sağlandığı bir köprüdür (Bayrakdaroğlu, 2013:4). Ekonomik sistemleri oluşturan faktör, üretim ve finansal piyasalar arasındaki bağlantılar Şekil 1’de görülmektedir.

Şekil 1. Ekonomik Sistemde Piyasa Tipleri



Kaynak: Bayrakdaroğlu, 2013:5.

Ekonomik sistemler üretime yönelik faktörlerin alım-satım işlemlerinin yapıldığı “faktör piyasası”, mal ve hizmet üretiminin yapıldığı “üretim piyasası” ve bu süreçte gereksinim duyulan fon akımının gerçekleştirildiği “finansal piyasalar” olmak üzere üç piyasa içermektedir.

Finansal sistem fon arz ve talep edenler, yatırım ve finansman araçları, finansal aracı kurumlar, düzenleyici ve denetleyici kurumlar bileşenlerinden oluşmaktadır (Yetiz, 2008:3):

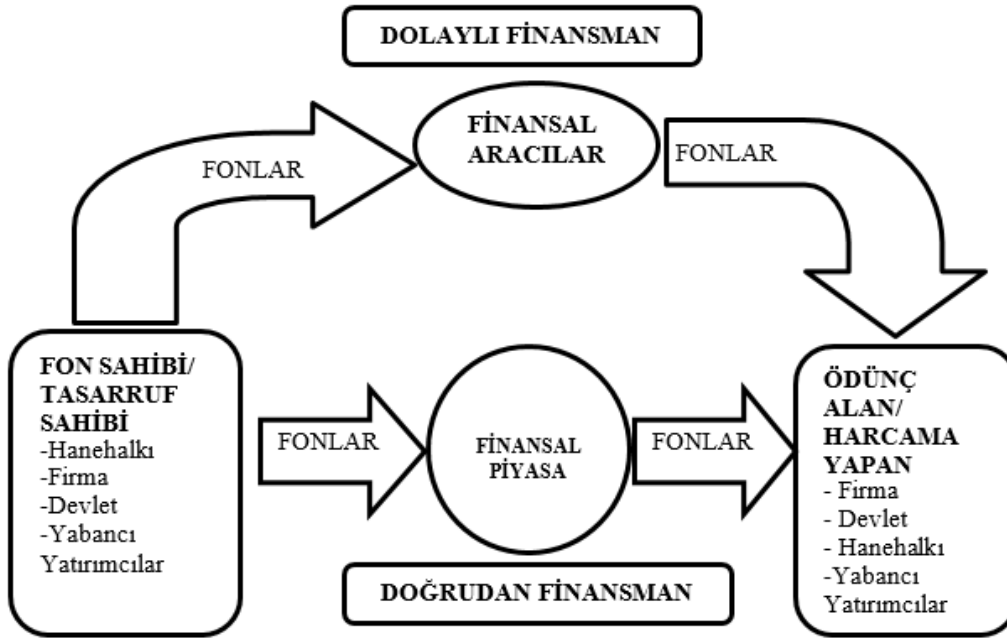
- **Fon Arz ve Talep Edenler:** Devletler bütçe açıklarının kapatılması adına finansal sistemden fon talep ederken fon fazlası durumlarda da ihtiyaç sahiplerine finansal sistem üzerinden fon arz ederler. İşletmeler açısından bakıldığında, sürekli büyüme, gelişme ve yeni girişimler yapma isteğinde bulunan işletmelerin tasarruf açıkları vermeleri, bu açığın ekonominin diğer sektörlerinden borçlanarak kapatılması gereklidir. Bu noktada işletmeler finansal sistem üzerinden fon taleplerini karşılamaktadır. Bireyler açısından bakıldığında gelir ve gider dengesinin bozulduğu durumlarda doğabilecek tasarruf açıklarının kapatılması için fon talebi ortaya çıkar. Sonuç olarak devletler, işletmeler ve bireyler; fon açıklarını kapatmak üzere finansal sistemde fon talep eden; gelirin giderden fazla olması durumunda finansal sisteme fon arz eden tarafları oluşturmaktadır (Afşar, 2007:189).

- **Yatırım ve Finansman Araçları:** Finansal piyasalara fon arz edenler, fon talebinde bulunanlardan menkul kıymet veya finansal varlık adı verilen bir belge almaktadırlar. Menkul kıymetler, ortaklık ve alacaklılık hakkı sağlayan, belirli bir tutarı temsil eden, dönemsel gelir getiren, yatırım aracı olarak kullanılan, misli nitelikte ve seri halde çıkarılan ve ibareleri aynı olan kıymetli evraklardır. Türkiye’deki yatırım ve finansman araçlarına örnek olarak para, tahviller, hazine bonoları, mevduatlar, hisse senetleri, yatırım fonları, repo, gelir ortaklığı senedi, eurobond, banka bonoları ve banka garantili bonolar, varlığa dayalı menkul kıymetler, gayrimenkul sertifikaları, finansman bonoları, katılma intifa senetleri, kâr ve zarar ortaklığı belgesi sayılabilir (Özarslan, 2010:8).
- **Finansal Aracı Kurumlar:** Finansal araçların alıcı ve satıcı arasında el değiştirmesi işlemlerini gerçekleştiren kurumlardır. Finansal aracı kurumların sundukları hizmetler ülkeler arasında farklılık göstermekte olsa da, bu kurumların temel fonksiyonu, fon akımının kolaylaştırılmasıdır. Türkiye’de faaliyet gösteren finansal kurumlara ticari bankalar, katılım bankaları, kalkınma ve yatırım bankaları, borsalar, aracı kurumlar, yatırım ortaklıkları, portföy yönetim şirketleri, yatırım danışmanlık şirketleri, factoring şirketleri, forfaiting şirketleri, leasing şirketleri, sigorta şirketleri, sosyal güvenlik kurumları, bireysel emeklilik şirketleri ve tüketici finansman şirketleri örnek olarak sayılabilir (Bayrakdaroglu, 2013:7).
- **Düzenleyici ve Denetleyici Kurumlar:** Finansal aracı kurumlar çoğunlukla kendi paralarını değil, tasarruf sahiplerinin paralarını yönetmektedir. Bu nedenle finansal piyasalara yönelik kuralların belirlenmesi ve piyasalarda faaliyet gösteren kurumların yakından denetlenerek takip edilmesi büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de finansal piyasaların düzenlenmesi ve denetlenmesi ile görevli kurumlar Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB), Hazine Müsteşarlığı, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF), Türkiye Bankalar Birliği (TBB), Borsa İstanbul ve Takasbank’dır.

Finansal sistem tasarruf sahipleri ile kaynak ihtiyacı olanlar arasında kaynak aktarımını sağlayan bir mekanizma rolündedir. Finansal sistem, kaynak aktarımının fon fazlası olan grup ile fon ihtiyacı olan grup arasında işlemlerin düzenli ve optimal bir şekilde

gerçekleşmesini sağlamaktadır (Şekil 2). Ekonominin temel tüketim birimi olan hanehalkı, kaynakların sahibi ya da fonların arz edicisidir. Serbest piyasa ekonomisi açısından en fazla fon sahibi hanehalkıdır. Benzer şekilde firma da temel üretim birimi ya da fon talep edicisi olarak tanımlanmaktadır (Parasız, 2005:13). Çünkü piyasada en fazla sermaye ihtiyacı duyan birim firmalar veya işletmelerdir.

Şekil 2. Finansal Sistem ve Finansal Piyasalar



Kaynak: Mishkin, 2004:21.

Ayrıca finansal sistem, farklı birimler tarafından verilen tasarruf ve yatırım kararlarını vade, miktar ve faiz oranları açısından uyumlu hale getirmektedir. Finansal piyasalar, finansal sistem içerisinde dağınık halde bulunan fonların bir araya getirirken, kaynakları getirisi en yüksek yatırımlara yönlendirmektedir.

Finansal sistemde önemli bir yer tutan bankacılık kavramına kelime kökü üzerinden bakıldığında İtalyanca masa, sıra, tezgâh gibi anlamlarda kullanılan “Banco” kelimesinden geldiği görülmektedir. Türkçe’ye “banko” olarak çevrilen bu kelime (Kaya, 2015:3), Türk Dil Kurumu (TDK) Büyük Türkçe Sözlük’te üzerine eşya konulabilen veya görevliler ile müşteri arasında yer alan tezgâh olarak açıklanmaktadır.

Banka, mevduatları kabul eden, mevduatları kredi işlemlerinde verimli bir şekilde kullanan, ana faaliyet konusu düzenli şekilde kredi vermek ve kredi almak olan ekonomik

kuruluşlardır. Başka bir ifade ile para, kredi ve sermaye konularında her türlü iş ve işlemleri yapmaya yetkili olan ve düzenleyen ekonomik birimler banka olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik açıdan banka, “ülke ekonomisine banknot ve kaydi para gibi ödeme araçları sağlayan, nakit veya benzeri varlıkları ticaret haline getiren, nakit kullanılmayan diğer finansal hizmetleri sağlayan ve ödeme işlemlerini yapan özel ya da kamu kuruluşlarıdır” (Bayrakdaroglu, 2013:8). Endüstriyel iktisat açısından banka tanımı, belirli pazarlarda müşterilere hizmet sağlayan, bu hizmetleri verebilmek adına belirli maliyetleri üstlenen firmalar olarak yapılmaktadır (Yağcılar, 2011:5). Daha geniş bir tanımla banka; “sermaye, para, kredi konularına giren her çeşit işlemleri yapan ve bunları düzenleyen, özel veya kamusal kişilerle işletmelerin bu alandaki her türlü ihtiyaçlarını karşılama faaliyetlerini temel iştiğal alanı olarak seçen ekonomik bir birimdir” (Başar, 2014:4). Bankalar topladıkları mevduatı farklı kredi işlemlerinde kullanma amacıyla olan, düzenli şekilde kredi alan veya kredi veren kurumlar olarak da tanımlanmaktadır (İşler, 2015:17).

Bankalar, finansal aracı kuruluşlar arasında kurumsal yapıları, şubeler aracılığı ile geniş bir alana yayılmaları, teknolojik ilerlemelere hızlı ayak uydurabilmeleri gibi özellikler açısından daha önemli bir yer tutmaktadır. Bankaların, ekonomik sistem içerisinde finansal açıdan birçok işlevi bulunmaktadır. Bu işlevler şunlardır:

- **Finansal Aracılık Hizmetleri:** Bankalar, finansal varlıkların perakendecileri olarak görülebilir. Bu bağlamda borç alanlar tarafından ihraç edilen menkul kıymetler bankalarca alınabilir ve borç verenlere satılabilir. Bankacılık, yatırım yapmak veya faiz karşılığı borç vermek amacı doğrultusunda halktan çek, senet, emir veya başka şeyler düzenlenebilir mevduat kabul etmek olarak tanımlanabilir (Murthy ve Deb, 2008:18). Bossone (2000:3) bankaları sadece finansal aracılık hizmeti yapan kurumlar olarak tanımlamaktadır.
- **Likidite Yaratmak:** Bankacılık hizmetleri arasında yer alan vadesiz mevduat hizmeti, kişi ve kurumlara istenildiğinde harcama yapabilme olanağı sağlamaktadır. Kredi olanakları da ekonominin geneline likiditenin yayılmasına katkıda bulunmaktadır (Yağcılar, 2011:6). Bankalar, diğer tüm kurumlar için likiditenin yedek kaynağıdır (Corrigan, 1982:2).

- **Kredi Talebinde Bulunanları Değerlendirmek:** Bankaların ana işlevi, tasarruf sahiplerinin mevduatlarını kabul etmek ve toplanan fonların şahıslara ve işletmelere kredi olarak kullandırılmasını sağlamaktır. Kredi talebinde bulunan şahısların ve işletmelerin kredibilitesini değerlendirme ve talebi uygun görülenlere verilen kredileri izleme görevi, bankaların işlevleri arasındadır. Bankalar, girişimcilerin projelerini inceleme, kârlılığını değerlendirme konusunda uzman kuruluşlardır. Projelerin değerlendirilmesine dayalı olarak girişimcilere kredi sağlarlar (Carletti ve Hartmann, 2001:8).
- **Asimetrik Bilgi Problemini Çözmek:** Kredi talebinde bulunulan bazı projelerin kalite yönünden araştırılmasında gerekli bilgilere ulaşmanın olanaksız olduğu durumlar vardır. Bilgiye ulaşamama anlamındaki bu sorun, finansal piyasalarda “asimetrik bilgi” olarak tanımlanmaktadır. Doğru kararı alabilmeyi engelleyen eksik bilgi, asimetrik bilgi problemi olarak da bilinmektedir. Ahlaki zafiyet ve ters seçim olmak üzere iki türlü asimetrik bilgi problemi vardır (Yağcılar, 2011:7).
- **Para Politikalarının Etkinliğini Artırmak:** Ekonomik sistemlerde para politikası ile bankacılık sistemi doğrudan ilişkilidir. Para politikasının etkinliği, bankacılık sisteminin gelişmişliğine bağlıdır. Merkez Bankasının açık piyasa, zorunlu karşılıklar ve reeskon politikası gibi para politikası araçları, gelişmiş bir bankacılık sisteminin bulunması durumunda ekonomi üzerinde etki yaratabilecektir (Corrigan, 1982:4).
- **Ekonomik İstikrarı Etkilemek:** Bankacılık sektörü, bütün bankaların birbirlerini etkilediği bir sektördür. Bu nedenle bir bankanın olası bir başarısızlığı, diğer bankalara da bulaşabilmekte, etki edebilmektedir. Spekülatif bir nedenle panik yaşanması ve varlıkların yüksek maliyetle nakde çevrilmek zorunda kalınması, projesine finansal destek verilen bir firmanın başarısız olması gibi durumlar finansal sektör ve reel sektör açısından sistematik bir risk tehlikesi oluşturur (Vives, 2001:538).
- **Ölçek ve Kapsam Ekonomilerinden Yararlanmak:** Bankalar, örgütsel sabit maliyetlere bağlı olarak ölçek ekonomilerinden yararlanabilmektedir. Ayrıca mevduat ve kredi uygulamalarının ortak provizyonu ile kapsam ekonomilerinden de yararlanabilmektedir. Bankalar, müşterilere yönelik detaylı finansal bilgilere

çok daha düşük maliyetlerle ulaşabilmekte, araştırma işlem maliyetlerini düşürebilmektedirler (Yağcılar, 2011:9).

- **Ödeme Sistemlerinin Etkinliğini Artırmak:** Ödeme sistemleri bankalararası fon aktarımlarının etkinliğinin artırılması, ödemede oluşabilecek risklerin azaltılması ve fon yönetimine kolaylık sağlanması gibi işlevlerle mali sektörde önemli bir yer kaplamaktadır. Teknolojik gelişmeler, ödeme sistemlerinde önemli değişikliklere yol açmış, elektronik ortamda kaydi para aktarımı geleneksel ödeme sistemlerinin önüne geçmiştir (Yağcılar, 2011:9).
- **Dış Ticaretin Fonlanması ve İhracatın Teşvik Edilmesi:** Bankacılık sisteminin işlevlerinden birisi de ithalat ve ihracat işlemlerinin daha hızlı ve güvenilir şekilde yürütülmesi için gerekli fonları sağlamak, ihracatı teşvik edecek finansal çözümler sunmaktır (Vives, 2001:539).

Bankalar, ekonomideki mevcut fonlara aracılık edip, bu fonların etkin bir şekilde kullanım alanlarına iletilip, yatırım tüketim gibi alanlarda değerlendirilmesine aracılık etmek suretiyle ekonomide etki yaratmaktadır. Ayrıca bankalar kaydi para yaratarak dolaşımdaki paranın miktarını etkileyip fiyat mekanizmasına tesir edebilmekte ve ekonomiye yerli ve yabancı para cinsinden likidite sunmaları nedeniyle merkez bankaları para politikalarına yardımcı olmaktadır (Küçükbaşakcı, 2004:3).

1.2. Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

Tarihte bilinen en eski banka yapısının, M.Ö. 3500 yıllarında Uruk yakınlarındaki Kızıl Tapınak olduğu kabul edilmektedir. Uruk papazlar tarihteki ilk bankacılar olmuştur. İnsanların Tanrı tarafından korunmak ve günahlarından arınmak için yaptıkları bağışlar, papazlar tarafından kiralama ve işletilme yöntemi ile bankacılığın ilk faaliyetleri ortaya çıkmıştır (Kayan, 2009:60). Yapılan kazılar sonucunda bulunan belgeler, hesaplar arası transferler, tediye ve teslim belgeleri gibi araçlarla bankacılığın temel işlemlerinin düzenli bir şekilde yapıldığını göstermektedir. Hammurabi kanunlarında ödünç verme ve borçların tahsilinin nasıl olacağı, borcun tasfiyesinde borçlunun hangi mallarının hangi yolla kullanılabileceği, hangi durumlarda borca faiz uygulanamayacağı gibi konular belirtilmektedir (Parasız, 2007:23).

Eski Yunan'da bankacılığın Babil ve Finike'den öğrenildiği bilinmektedir. Bu dönemde tapınakların yürüttüğü bankacılık faaliyetlerinin dışında Trapezites olarak adlandırılan bankerlerin de özel bankacılık ve kredi işlemleri yürüttüğü görülmektedir. Ticaretin gelişmesine bağlı olarak büyük tüccarlar, M.Ö. VI. yy.'dan itibaren bir yandan ticaretlerini yürütürken bir yandan da bankerlik yapmaya başlamışlardır. M.Ö. III. yy. sonlarında Roma İmparatorluğu'nda Argentari olarak adlandırılan özel bankaların ve Nummulari olarak adlandırılan para değiştiricilerin finansal alanda hakimiyet gösterdikleri görülmektedir. Bu tarihlerde özel bankacılığa ilişkin yasal düzenlemeler de yapılmaya başlanmış, Argentariler istenildiğinde gösterilebilecek şekilde kasa, mevduat ve yevmiye defteri tutmak zorunda bırakılmıştır. Mensae olarak adlandırılan devlet bankaları, piyasadaki çeşitli para birimleri arasında ilişkilerin düzenlenmesinde, devlete ait gelirlerin toplanmasında resmi olarak görevli kılınmıştır (Coşkun, 2012:3-4).

Bankacılık, ilk önce sarraf dükkânları ve kasaların 15 ve 16'ncı yüzyılda gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Bugünkü anlamda bankacılık 17'nci yüzyıl başlarından itibaren yapılmaya başlanmıştır. 18. yüzyıldan itibaren ise bankaların ticari senetlerin iskontosu karşılığında banknot ihraç etme imkanı elde etmeleri, tahvil ve hisse senedi ihracına aracılık yapmaları ve elde ettikleri gelirler ile topladıkları mevduatları işletmelerin kullanımına açmaları, bankacılığı, ülkelerin ekonomileri için vazgeçilemez bir yapı taşı haline getirmiştir (Yıldırım, 2006:10). 19'ncü yüzyıla gelindiğinde bankalar ekonomik ve ticari faaliyetlerin yardımcısı ve hatta bu faaliyetleri geniş ölçüde düzenleyici kurumlar haline gelmiş ve faaliyet alanlarına göre uzmanlaşmaya başlamışlardır.

Modern anlamda bankacılık etkinliğini gösteren ilk banka 1609 yılında kurulan Amsterdam Bankasıdır. Bunu takiben 1637'de Venedik Bankası kurulmuştur. 1694 yılında devlete para sağlamak amacıyla kurulan İngiltere Bankası, emisyon tekeline sahip olmamakla birlikte, devlet kontrolünde özel bir banka olarak çağdaş Merkez Bankalarının ilk örneğini oluşturmuştur (Yıldırım, 2006:10).

Literatürde yer alan araştırmalar bankacılık sisteminin varlıklarını çeşitlendirmek ve mevduat tabanını yaygınlaştırmak suretiyle finansal istikrar sağlanmasına daha fazla katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bankacılıkta rekabet daha yoğun yaşanacağı için

etkin olmayan bankalar ya birleşerek ya da likiditasyon yaparak piyasadan çıkmak zorunda kalmaktadır (Carlson ve Mitchener, 2006:1293-1294).

Dinsel, sosyal, politik ve ekonomik nedenler, geleneksel bankacılık sisteminin dışında, bu sisteme alternatif olabilecek yeni bir sistem ihtiyacını doğurmuştur. Bu yeni sistem arayışları, faiz vb. kazanç yerine kâr ortaklığı felsefesine dayanan katılım bankacılığının doğmasına yol açmıştır (Buğan, 2015:17).

1.3. Bankacılık Türleri

Bankacılığın sınıflandırılması, ülkelerin uyguladıkları bankacılık sistem, mevzuat ve politikalarına doğrudan bağlı olduğu için ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Sınıflandırmada farklı kıstasların kullanılması nedeni ile farklı bankacılık sınıflandırmaları da alanyazın içerisinde görülmektedir (İşler, 2015:23).

Türkiye Bankalar Birliği (TBB) bankaları iki temel grupta ele almaktadır. Birinci grup mevduat bankalarından (Kamusal Sermayeli, Özel Sermayeli, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna Devredilen Bankalar ve Yabancı Sermayeli Bankalar), ikinci grup kalkınma ve yatırım bankalarından (Kamusal Sermayeli, Özel Sermayeli, Yabancı Sermayeli) oluşmaktadır. Türk bankacılık sisteminde bu ikili ayrıma göre 2016 yılının Eylül ayı itibariyle mevcut banka, şube ve personel sayıları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Türk Bankacılık Sistemindeki Banka, Şube ve Personel Sayıları

Bankacılık Türü	Banka Sayıları	Bankacılık Türü	Şube Sayıları	Personel Sayıları
Mevduat Bankaları	34	Kamu	3782	62448
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	13	Yerli Özel	4237	75187
Katılım Bankası	5	Yabancı	3907	74038
Toplam	52	Toplam	11926	211673

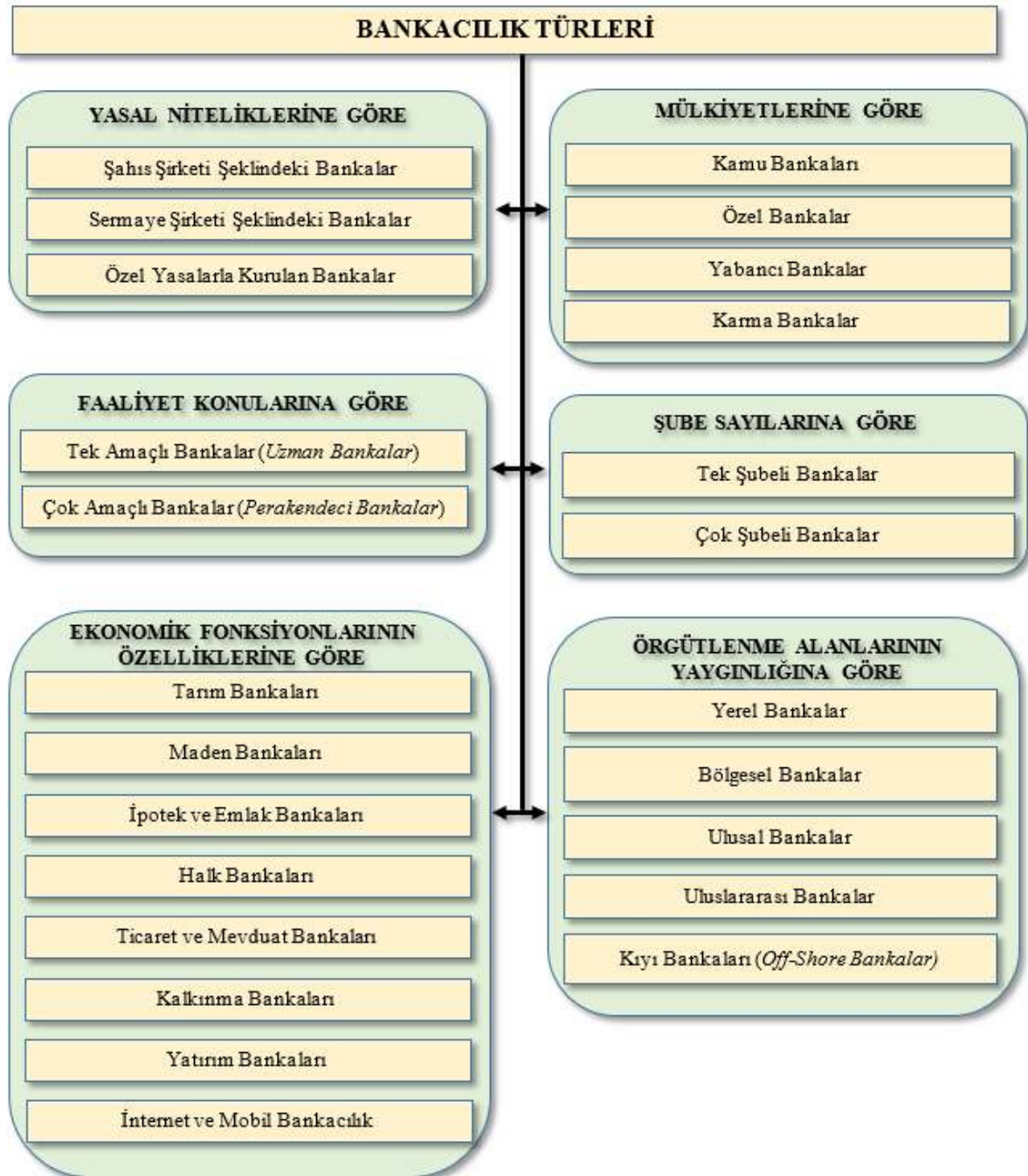
Kaynak https://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/TBSSGG/15612tbs_temel_gostergeler_raporu_eylul_2016.pdf

Mevduat bankacılığı tasarrufların toplanarak borç verme, yatırım yapma ve para transferi gibi cari hesapların tutulması işlemlerinin yapıldığı bankacılık türüdür. Kalkınma ve yatırım bankacılığı ise gelişmekte olan ülkelerdeki sermaye yetersizliğini gidermek ve

piyasanın ihtiyaç duyduğu finansmanı sağlayan bankacılık türüdür (Gündoğdu ve Aksu, 2011:245).

Bankalar; yasal niteliklerine, mülkiyet yapılarına, faaliyet konularına, şube sayılarına, ekonomik fonksiyonlarının özelliklerine ve örgütlenme alanlarının yaygınlığına göre altı alt grupta sınıflandırılabilir. Genel bankacılık türleri Şekil 3’de verilmiştir.

Şekil 3. Bankacılık Türleri



Kaynak: İşler, 2015:23-27; Bayrakdaroğlu, 2013:27-33 kaynaklarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

1.3.1. Yasal Niteliklerine Göre Bankalar

Yasal niteliklerine göre bankalar üç alt türe ayrılmaktadır:

Şahıs Şirketi Şeklindeki Bankalar: 19. yy.'da Avrupa ülkelerinde örneği görülen, artık geçerliliği olmayan bankalardır. Zaman içerisinde bankacılığın ekonomik sistem içerisinde öneminin artması ile birlikte, şahıs bankalarının kurulmasının önüne geçecek yasal düzenlemeler yapılmıştır. Türkiye’de bankaların yasal olarak anonim şirket şeklinde kurulması zorunludur. Bazı ülkelerde limited şirketlere de banka kurma izni verilmektedir (Bayrakdaroglu, 2013: 28-29).

Sermaye Şirketi Şeklindeki Bankalar: Modern bankacılıkta bankalar genellikle sermaye şirketi olarak kurulmakta, bu şirketler anonim şirket, limited şirket veya sermayesi paylara bölünmüş komandit ortaklıklar olmaktadır. Bu şekilde bir yasal zorunluluk getirilmiş olması, kamu yararı ve tasarruf sahiplerinin korunması dışında bankaların korunmasını da sağlamaktadır. Böylece bankaların sermaye yapısı yönünden sağlam olmaları, halkla ilişkilerinde güvenilir olmaları sağlanmıştır (Kaya, 2015: 72).

Özel Yasalarla Kurulan Bankalar: Ülke ekonomisi açısından önem taşıyan kimi faaliyet alanları, özel bankalar açısından kârlı bir yatırım olmadığı için devlet sermayesi ile kurulmakta, yönetim ve denetimi devlet tarafından yapılmaktadır. Ayrıca emisyon bankacılığı gibi kimi faaliyet alanlarına yönelik kurulacak bankaların çalışma şekilleri de özel yasalarla belirlenebilir. Madencilik, tarım, emlak ve ipotek, halk ve kalkınma bankalarının da genel olarak örgütlenmelerine yönelik özel yasalar çıkartılmaktadır (Karaayhan, 2008: 4).

1.3.2. Mülkiyetlerine Göre Bankalar

Mülkiyetlerine göre bankalar dört alt türe ayrılmaktadır:

Kamu Bankaları: Sermayesinin tamamı doğrudan veya dolaylı şekilde hazine veya kamu tüzel kişilikleri tarafından karşılanan bankalardır. Bu bankaların kuruluş amacı, devlet tarafından yürütülmesi zorunlu ekonomi faaliyetleri yerine getirmektir. Özel veya yabancı bankaların devletleştirilmesi şeklinde de kamu bankası oluşumu olabilmektedir. Türkiye’de

bu görevi TMSF yerine getirmektedir. Bu bankalara örnek olarak Ziraat Bankası, Halk Bankası, Vakıflar Bankası verilebilir (Gülen, 2015: 22).

Özel Bankalar: Sermayesinde kamu payı olmayan, özel kişi veya kuruluşlar tarafından sermayesi karşılanan bankalardır. Özel sermaye ile kurulan bu bankalar genel olarak mevduat, ticaret veya yatırım bankası şeklindedir. Özel bankaların bankacılık sektöründeki payları, serbest piyasa ekonomisinin hakim olduğu ülkelerde daha fazladır (Kaya, 2015: 72).

Yabancı Bankalar: Sermayesi yabancı uyruklu kişilerde veya kuruluşlarda olan bankalardır. Merkezi yabancı bir ülkede olup diğer ülkede şubeleşme yöntemi olabileceği gibi, doğrudan diğer ülkede yabancı sermaye ile kurulmuş da olabilmektedir. Yabancı bankaların finansal sistem içine dahil olması, bankacılık sektöründe rekabetin artmasına, maliyetlerin düşmesine ve verimliliğin artmasına da yol açabilmektedir. Gelişmekte olan ülkeler açısından yabancı bankalar, modern bankacılık tekniklerinin ve uygulamalarının ülkeye girmesine de katkıda bulunmaktadır (Ata, 2009:111).

Karma Bankalar: Karma bankaların sermayelerinin belirli bir oranı kamu kuruluşlarında, belirli bir oranı ise özel kişi veya kuruluşlarda olmaktadır. Toplam sermayenin dağılımında kamu veya özel payı, diğerine göre çoğunlukta olabilmektedir. Özel bir bankanın belirli bir pay senedinin kamuya geçmesi veya kamuya ait bir bankanın belirli bir pay senedinin özel sermayeye satılması şeklinde karma banka doğabilmektedir. Bu bankalar kamunun desteği ve özel sermayenin dinamik yapısının birleştirilmesi gereken durumlarda etkili olabilmektedir (Bayrakdaroglu, 2013: 29).

1.3.3. Faaliyet Konularına Göre Bankalar

Faaliyet konularına göre bankalar iki alt türe ayrılmaktadır:

Tek Amaçlı Bankalar (Uzman Bankalar): Ekonomik sistem içerisinde çok çeşitli faaliyet konuları bulunmakta, bu nedenle belirli faaliyet alanlarında uzmanlaşan bankalara gereksinim duyulmaktadır. Ulusal veya uluslararası faaliyet gösteren büyük ölçekli şirketlerin özel finansal isteklerini karşılayabilmek ve finansal sorunlara yönelik paket çözümler üretebilmek konusunda uzmanlaşan banka arayışlarının artması, uzman

bankacılığın doğmasına yol açmıştır. Bu bankaların örgütlenmeleri genellikle finansal merkezlerde olmakta ve az sayıda şube ile konularına özel faaliyetler yürütülmektedir. Toptancı bankalar olarak da ifade edilen uzman bankalar, müşterilerinin büyük çaplı kredi taleplerini karşılamak üzere uluslararası kaynaklar da dahil olmak üzere geniş fon kaynaklarına ulaşabilme olanağı bulunan, müşterileri ile yakın ilişkiler kurarak hızlı karar alabilmeyi sağlayan, uzman personellerle çalışan bankalardır. Uzman bankalar özel kanunlarla tarım, maden ve kalkınma bankacılığı gibi belirli amaçlar doğrultusunda kurulan bankalardır (Cabral vd., 2002: 11).

Çok Amaçlı Bankalar (Perakendeci Bankalar): Aynı banka çatısı altında mevduat, kredi, yatırım, kalkınma, ticari işlemlere aracılık gibi birçok faaliyeti bulunduran bankalardır. Özellikle bireylerle ve Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ)'le mevduat kabul etme ve kredi sağlama faaliyetlerini gösterirler. Yapılan işlemlerin tutarı küçük olmasına karşılık toplam işlem hacmi büyüktür. Müşterilerine yönelik yaptıkları bankacılık hizmetleri karşılığında banka, faiz ve ücret geliri elde ederler. Bu bankalar, her türlü bankacılık hizmetini verebilecek yapıda örgütlenmektedir. Çok yönlü bankacılık faaliyetleri göstermelerinden dolayı bankanın işletme politikası esnektir ve işletme riski dağıtılarak değişen ekonomik koşullara karşı kurumun başarı şansı artırılabilir (Yağcılar, 2011: 10-11).

1.3.4. Şube Sayılarına Göre Bankalar

Şube sayılarına göre bankalar iki alt türe ayrılmaktadır:

Tek Şubeli Bankalar: Bütün bankacılık hizmetlerinin bir tek merkezden yürütüldüğü bankalardır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde bir dönem çok şubeli bankacılık izninin olmaması, tek şubeli bankacılığın gelişmesine yol açmıştır. Riskin dağıtılması amacıyla, bankaların yeni piyasalara girmesine, farklı coğrafyalarda faaliyet göstermesine izin verildiği halde, bu yapı çok fazla değişmemiştir (Bayrakdaroğlu, 2013: 29).

Çok Şubeli Bankalar: Çok şubeli bankacılıkta merkez ve bu merkeze bağlı çok sayıda banka şubesi bulunmaktadır. Türkiye'de ve Avrupa ülkelerinde genellikle çok şubeli bankacılık sistemi yaygındır. Ticari faaliyetlerin ülke geneline yayılması, hizmetlerin

müşterilere daha hızlı ve etkin sunulmak istenmesi, bankacılık sektöründe rekabetin artması gibi nedenler şube bankacılığının önemini arttırmaktadır (Bayrakdaroğlu, 2013: 29).

1.3.5. Ekonomik Fonksiyonlarının Özelliklerine Göre Bankalar

Ekonomik fonksiyonlarının özelliklerine göre bankalar yedi alt türe ayrılmaktadır:

Tarım Bankaları: Tarım bankaları, tarımsal kesimin desteklenmesi ve tarım sektörünün sorunlarına yönelik çözümler üretilmesi amacıyla kurulan bankalardır. Genel olarak kamu tarafından özel yasalarla kurulan bu bankalar, tarım sektörünün kaynak gereksinimlerini karşılamak, sektöre yönelik teknik ve ekonomik çözümler üretmek üzere kurulmaktadır. Bu bankaların en önemli görevleri arasında tarım sektörünün desteklenerek ülkenin tarım potansiyelinin aktif şekilde kullanılabilmesine destek olmak, tarım sektörünün ulusal gelir içerisindeki katkısının artmasını sağlamak, sektör çalışanlarının ekonomik ve sosyal refah düzeylerini iyileştirmek yer almaktadır. Sektörün ihtiyacı olan düşük faizli ve uzun vadeli kredilerin sağlanması zorunluluğu, bu bankaların devlet desteği ile kurulmasına neden olmaktadır (Kaya, 2015: 79).

Maden Bankaları: Ülkenin yeraltı zenginliklerini ulusal ekonomiye kazandırmak, bu alanda faaliyet gösteren işletmelere gerekli finansal kaynakları sağlamak amaçları ile kurulan bankalardır. Gelişmiş ülkelerde özel teşebbüs tarafından da kurulan maden bankaları, az gelişmiş ülkelerde genellikle devlet desteği ile ve özel yasalarla kurulmaktadır. (Bayrakdaroğlu, 2013: 32).

İpotek ve Emlak Bankaları: Taşınmaz mallar karşılığı orta ve uzun vadeli kredi veren, yapı inşaatlarını finanse eden ve gayrimenkul gereksinimlerinin karşılanmasını sağlayan bankalardır. Büyük sermaye gerektiren bu bankalar fonlarını uzun vadeli mevduat kabulü ve uzun vadeli tahvil ihracı ile elde etmektedir. İpotek bankalarının özellikle inşaat ve konut işlerinde uzmanlaşan grubu, emlak bankaları olarak adlandırılmaktadır. Kuruluş amaçlarının başında müşterilerine ipotek karşılığı taşınmaz mallar edindirmek gelmektedir. Bunun dışında sosyal mesken politikaları doğrultusunda konut edinmede uzun vadeli ve düşük faizli kredi sağlama zorunlulukları vardır. Bu zorunluluktan dolayı genellikle devlet desteği ve özel yasalarla kurulmaktadır (Kınalı, 2012: 30).

Halk Bankaları: Kuruluş amacı özellikle küçük esnaf ve zanaatkârların mesleki kredi gereksinimlerinin karşılanması olan özel yapılı bankalardır. Çoğunlukla el emeği ve kişisel becerileri ile üretim yapan insanların işlerinin geliştirilmesi, üretim ve verimlerinin artırılması için orta vadeli kredi ihtiyaçlarını giderme amacıyla kurulurlar. Bu bankalarda küçük esnaf ve zanaatkarların genellikle ipotek edebilecekleri taşınmaz malları bulunmadığı için, müteselsil kefalet ve kooperatif sistemi hakim rol oynamaktadır (Kaya, 2015: 80).

Ticaret ve Mevduat Bankaları: Kısa vadeli para ve kredi konularında uzmanlaşan, öz sermayeleri düşük ve en önemli fon kaynağı halktan toplanan tasarruflar olan bankalardır. Ticaret ve sanayi işletmelerine kısa vadeli işletme kredileri sağlamanın dışında çok yönlü bankacılık faaliyetleri gösterirler (Yağcılar, 2011: 13). Ticaret ve Mevduat Bankaları genellikle mevduat şeklinde borç almak ve genellikle iskonto şeklinde borç vermek olmak üzere iki temel fonksiyonu vardır. Bu açıdan mevduat ve iskonto bankaları olarak da adlandırılmaktadır. Ticari bankaların banka sistemi içerisinde en önemli faaliyetlerinden birisi de bankaya yatırılan mevduatın kanuni karşılık miktarı düşüldükten sonra tekrar kredi olarak verilmesi sonucunda kaydi para (banka parası) yaratmalarıdır. Kaydi para özellikle çek sisteminin etkin bir şekilde uygulandığı gelişmiş ülkelerde büyük bir role sahiptir. Bir taraftan vadesiz mevduat hesabı şeklinde banka parası yaratmak öte yandan ekonomik ve ticari ilişkilerde bulundurdıkları önemli yer nedeniyle ticaret bankalarına geniş yetkiler yanında bu yetkilere paralel olarak çok önemli toplumsal ve ekonomik sorumluluklar da düşmektedir. Çünkü ticaret bankaları çalışmalarına verecekleri yöne göre, ülkedeki ekonomik faaliyetlerin doğru ve faydalı bir şekilde gelişmesini sağlayabilecekleri gibi aksine olarak enflasyonist eğilimlerin harekete geçmesine veya ekonomik faaliyetlerin zararlı bir şekilde daralmasına neden olabilir (Bayrakdaroğlu, 2013: 32-33).

Kalkınma Bankaları: Kalkınma ve Yatırım Bankaları işletmelere doğrudan kredi vermeyip orta ve uzun vadeli fon ihtiyaçlarını karşılamayı sağlayan, atıl fonları olan kurumsal işletme veya yatırımcıların fonlarını menkul değer alım satımı gibi işlemlerde aracılık yapan mali aracı finansal kuruluşlardır. Kalkınma bankaları, kalkınma politikalarında belirlenen öncelikli bölgelerin ve sektörlerin finansman desteğini sağlamak amacıyla kurulan bankalardır. Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde ve sermaye darlığı bulunan ülkelerde kalkınma bankaları daha fazla faaliyet göstermektedir (Kınalı, 2012:23-24).

Yatırım Bankaları: Yatırım bankaları çoğunlukla sermaye piyasasına sahip ülkelerde faaliyet gösteren, işletmelere orta ve uzun vadeli fon sağlayan, sermaye piyasasına girme niyetindeki kurumlara ve yatırımcılara danışmanlık ve aracılık hizmetleri sunan bir finansal kuruluştur (Kaya, 2015:81).

İnternet ve Mobil Bankacılık: Gelişen teknolojiye bağlı olmak üzere geleneksel bankacılık hizmetlerinin internet sayfaları ve mobil telefonlar aracılığı ile sağlandığı bankacılık faaliyetidir. Dünya üzerinde sadece internet ve mobil bankacılığı üzerinden hizmet veren bankalar da faaliyete başlamıştır. İnternet ve mobil bankacılık, ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

1.3.6. Örgütlenme Alanlarının Yaygınlığına Göre Bankalar

Örgütlenme Alanlarının göre bankalar beş alt türe ayrılmaktadır:

Yerel Bankalar: Özellikle bankacılığın gelişme sürecinde görülen yerel bankalar, sadece belirli bir il veya ilçede faaliyet göstermek üzere kurulan bankalardır. Bankacılık sisteminin gelişmesi ile birlikte önemleri azalmıştır (Bayrakdaroglu, 2013: 30).

Bölgesel Bankalar: Ülkenin belirli bir bölgesinde faaliyet gösteren bankalardır. Coğrafi olarak büyük yüzölçümüne sahip ülkelerde bölgesel bankacılık, yörenin gelişmesi açısından önemli olabilmektedir. Genel olarak ulusal ekonomide bölgesel kalkınma amaçlı bu tür bankalar kurulabilmektedir (Kaya, 2015: 74).

Ulusal Bankalar: En yaygın banka türü olan ulusal bankalar, ülke genelinde çok şubeli şekilde bankacılık hizmetleri veren bankalardır (Kaya, 2015: 75).

Uluslararası Bankalar: Farklı ülkelerde şube açma veya temsilcilik açma, uluslararası konsorsiyum oluşturma şeklinde bulunan uluslararası bankalar, çok uluslu işletmelerin çoğalması, küreselleşen ekonomi, ülkelerin sermaye gereksinimlerinin karşılanması, farklı ülkelere sermaye girişinin sağlanması gibi gereksinimler doğrultusunda oluşan bankalardır. Dünyada bölgesel ekonomik gelişmişlik düzeyi farklılıkları, siyasi ve ekonomik dayanışmalar gibi nedenlerle de uluslararası faaliyet gösteren bankalar kurulabilmektedir. Bu bankalara örnek olarak Uluslararası İmar ve

Kalkınma Bankası, Avrupa Yatırım Bankası, İslam Kalkınma Bankası, Karadeniz Ticaret ve Kalkınma Bankası verilebilir (Gülen, 2015: 19).

Kıyı Bankaları (Off-Shore): Çok uluslu işletmeler ve uluslararası girişimler için bankacılık hizmetleri vermek üzere kurulan, işlemlerin konvertibl para üzerinden yapıldığı, denetim ve vergilendirmenin az olduğu bankalardır. Bu bankalar ülke dışından sağlanan fonları ülke dışında veya belirli koşullar dahilinde ülke içinde kullandırabilmektedir (Kaya, 2015:87).

1.4. Alternatif Hizmet Dağıtım Kanalları

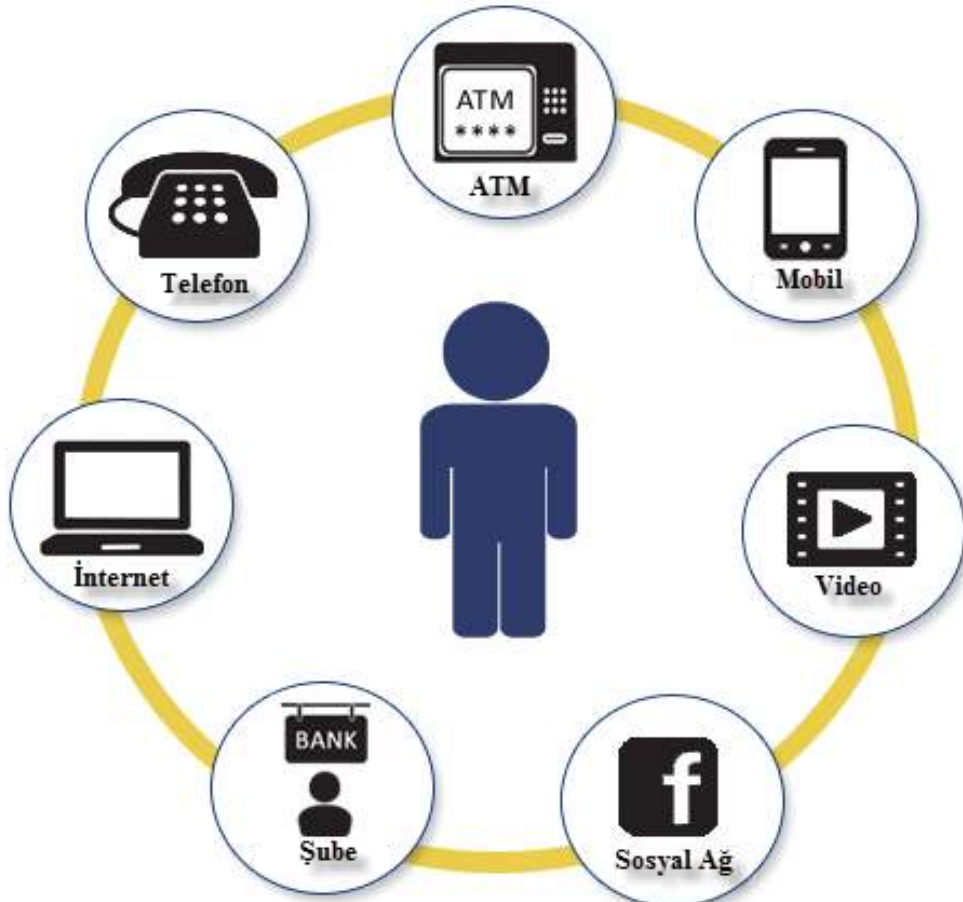
İşletmeler açısından alternatif dağıtım kanalları, klasik satış kanalları dışında tüketiciye ulaşmak adına kullanılan dağıtım kanalları anlamına gelmektedir. Bankacılık sektörü açısından bakıldığında, şubeler aracılığı ile müşterilere ulaşmak geleneksel satış kanalı olarak bilinmektedir. Teknolojik gelişmeler, bütün sektörlerde olduğu gibi bankacılık sektöründe de alternatif dağıtım kanalları oluşmasına yol açmıştır. ATM'ler, kredi kartlarının kullanıma geçmesi, pos cihazları ile ödeme noktalarının kullanılması, telefon ve internet bankacılığı gibi uygulamalar, teknoloji ile birlikte bankacılık sektörüne giren alternatif dağıtım kanallarına örnek olarak sayılabilir (Meral, 2016: 2).

Gelir düzeyi düşük kitlelere finansal hizmet sağlayabilmek, genellikle birebir ilişkiler ve yoğun emek gerektirmektedir. Bu kitlelere ulaşabilmek adına finansal kuruluşlar, maliyetleri yüksek binalar, genele yayılmış şubeler ve eğitimli personeller kullanmak, bu giderleri karşılamak zorunluluğundadırlar. Alternatif dağıtım kanalları, finansal hizmetler ile hizmetin alıcısını aracısız buluşturabildiği için zaman, mekân ve maliyetler açısından önemli olanaklar sağlamaktadır (Coşkun, 2012:34).

İnternet kullanımının yaygınlaşması, insanların istedikleri anda bilgisayarlar veya cep telefonları aracılığı ile internete ulaşabilmeleri, internet aracılığı ile alışveriş yapabilmeleri, bankacılık sektörünün interneti önemli oranda kullanmasına yol açmıştır. Bu bağlamda internet, alternatif dağıtım kanalları arasında ön plana çıkmış ve Türkiye'deki Ticaret Bankaları tarafından alternatif dağıtım kanalı olarak kabul edilmiştir (Gökmen, 2013:73).

Alternatif dağıtım kanalları, bankaların müşterilerine sundukları mal ve hizmetlerin çeşidini artırmakta, işlem maliyetlerini düşürmekte, banka kârlılığını artırmakta, farklı kanalların kullanılması nedeniyle çapraz satış olanakları yaratmakta, müşteriye doğrudan ulaşım sağlayarak bireysel ürün satış ve pazarlama olanaklarını artırmakta, daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilmelerini sağlamakta, müşteri geribildirimlerinin anında alınabilmesine ve hizmet kalitesinin artırılabilmesine yol açabilmektedir. Bu ve benzeri olanaklar, şubeler tarafından gerçekleştirilemeyecek hizmetleri de yapabilir kılmaktadır. Aynı zamanda şube yoğunluklarını azaltmakta, şubelerin kendi faaliyetlerine daha fazla ve etkin zaman harcamalarına da olanak sağlamaktadır (Coşkun, 2012:33-34).

Şekil 4. Bankacılıkta Alternatif Hizmet Dağıtım Kanalları



Kaynak: Javelin, 2013, <https://www.javelinstrategy.com/blog/omnichannel-next-challenge-fis>

Alternatif hizmet dağıtım kanallarının genel olarak dört amacı gerçekleştirmek için kullanıldığı ifade edilmektedir (Humphrey vd., 2001:218). Bunlar sırasıyla; alışveriş, eğlence ve diğer perakende hizmetler için satış veya hizmet noktasında ödeme yapmak,

fatura ödemelerini yapmak, vergi ve sigorta işlemlerini yapmak ve finansal hizmetler karşılığı ödemeleri yapmaktır.

Alternatif dağıtım kanalları, müşterilerin ayağına hizmet götürebilmek, klasik yollarla verilemeyen alanlarda hizmet sağlayabilmek ve ürün çeşitliliğini artırmak gibi avantajlar yaratmaktadır (Raza, 2010:1). Alternatif hizmet dağıtım kanallarının iki temel özelliğinden birincisi ödemelerin elektronik olarak meydana gelmesi, ikincisi ise işlemin merkezi kayıt sistemindeki muhasebeleştirme veya onay maliyetlerinin yok denecek kadar az olmasıdır (Shy ve Tarkka, 2002:300).

Küreselleşen dünyada, özellikle banka birleşmelerinin artan bir eğilimde devam etmesi, sektörde uluslararası rekabetin getirdiği etkiler ve ülkelerin ekonomik durumlarındaki değişimler gibi nedenler bankaların internet alanında yatırım yapmasını zorunlu kılmaktadır. Bankalar arasında yoğun rekabetin yaşandığı böyle bir ortamda internet bankacılığı uygulamaları; yeni ve mevcut müşterilerin bankalara istedikleri anda ulaşarak hizmetlerinden faydalanmasını sağlamak, bankaların ticari unvanı ve varlığını zaman ve mekandan bağımsız kılarak sürdürmek ve bankacılık hizmetlerini kesintisiz olarak yirmi dört saat vermek amacı ile bankaların kullandığı en önemli pazarlama stratejilerinden biri haline gelmiştir (Yıldırım, 2006: 87).

1.4.1. İnternet Bankacılığı

Alternatif dağıtım kanallarının en aktif kullanılanlarından birisi olan internet bankacılığının ilk olarak Amerika’da 1995 yılında kullanıldığı bilinmektedir. 1998 yılında İsveç’te internet bankacılığı müşteri sayısının 549 bin olarak hesaplanmış olması, internet bankacılığının gelişim hızı ile ilgili bilgi vermektedir. Dünyanın her tarafından ulaşım sağlanabilmesi, hızlı ve kesintisiz hizmet sağlaması, şubeye gitme zorunluluğunu ortadan kaldırması, detaylı ve özet bilgilere ulaşım kolaylığı, birçok bankacılık hizmetinin yapılmasına olanak sağlaması, şube üzerinden yapılan işlemlerden daha ucuza hizmet alınabilmesi gibi müşteri memnuniyetini ön plana çıkaran internet bankacılığı, bankalar adına verimlilik ve maliyet tasarrufu anlamına da gelmektedir (Coşkun, 2012: 42). İnternet bankacılığında kullanıcının ortalama internet kullanma becerisine sahip olması yeterli görülmektedir (Centeno, 2004:296).

İnternet bankacılığı, fiziksel banka şubelerinden yapılabilen hemen hemen tüm işlemlerin internet üzerinden gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir. İnternet bankacılığının gelişmesinin ve yayılmasının altında yatan iki temel neden bulunmaktadır. İlk olarak, bankalar internet bankacılık hizmetleri sunarak dikkate değer bir maliyet avantajı sağlamaktadır. İnternet bankacılığı, bankacılık hizmetleri vermenin ve banka ürünlerini tanıtmanın, maliyet açısından en düşük yöntemidir. İkincisi neden ise müşterilerin, bankacılık hizmeti almak üzere şubelere gelmesine gerek kalmadan birçok hizmeti kendilerinin yapması, bu şekilde şube ve çalışan sayılarının düşürülebilmesidir. Bu nedenle zaman ve maliyet tasarrufu ve yer özgürlüğü internet bankacılığının kabulünün altında yatan ana nedenler olarak sayılabilir (Karjaluto vd., 2004:1).

İnternet bankacılığının banka müşterilerine sağladığı başlıca faydaları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (TBB, 2016:1).

- Hızlı ve kesintisiz bankacılık işlemleri
- Şubeye gitmeden, sıra beklemeden kolay bankacılık işlemleri
- Görerek ve seçerek bankacılık işlemleri yapabilmek
- Detaylı rapor ve bilgi alabilmek
- Çok çeşitli bankacılık ürünlerini görerek bu ürünlerden faydalanabilmek
- Bankacılık işlemlerini çok daha ucuza yapabilmek
- İşlemlerin banka personeli tarafından dahi görülememesi nedeniyle, gizli ve güvenli bankacılık.

1.4.2. Telefon Bankacılığı

İlk olarak Amerika'da ve İngiltere'de uygulanmaya başlanmıştır. Telefon bankacılığı, bankacılık sektöründe alternatif dağıtım kanallarının gelişmesinde de büyük rol oynamıştır. Müşterilerin şubelere gelmeden telefon altyapısını kullanarak ve tuşları kullanarak hesap bakiyelerini öğrenebilmeleri ile başlayan telefon bankacılığı, bugün 7/24 çağrı merkezleri aracılığı ile müşterilere hizmet vermektedir (Coşkun, 2012:37). Uygulama Türkiye'de ilk olarak İş Bankası tarafından başlatılmıştır (Yurttadur ve Süzen, 2016:97).

Telefon bankacılığı bir banka müşterisinin bankacılık işlemlerini iletişim aracı olarak telefon kullanarak gerçekleştirmesi esasına dayanmaktadır. Müşteri, banka tarafından verilen belli bir telefon numarasını arayarak insan aracılığı olmaksızın telefona bağlanan bir bilgisayar ortamındaki veri tabanına giriş yapmaktadır. Telefon tuşlarına basarak isteklerini belirten müşteriye bilgisayar; ses kayıtları ile yanıt vermektedir. Bazı telefon bankacılığı sistemlerinde telefon tuşları yerine doğrudan müşterinin sesini ve verdiği yanıtları tanıyabilen bilgisayarlar kullanılabilir.

Zamandan tasarruf sağlaması, belge ve doküman gönderme gibi kırtasiyecilik işlemlerini yapmak zorunda kalınmaması ve ihtiyaç duyulan her an her yerden bankaya ulaşabilmeyi mümkün kılması gibi özellikleri, telefon bankacılığını müşterilerinin gözünde cazip hale getirmektedir.

Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT): Türkiye’de 1992 yılında kullanılmaya başlanmış bir sistem olan EFT, iki banka arasında TL cinsi üzerinden ödemelerin gerçekleştirilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. Bankacılık işlemlerinin bilişim teknolojisinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak işlem hacim ve miktarlarının artması, elektronik bankacılık alanında uygulamaların artması ve yaygınlaşması, elektronik altyapının ülke genelinde kuruluşlarının yapılması ile birlikte elektronik fon transferi gündeme gelmiştir. EFT, bir hesabı borçlandırma veya alacaklandırma amacıyla emir verebilme, yönlendirebilme, kağıda dayalı işlemler yerine bilgisayar ve haberleşme altyapısı kullanabilmeyi sağlayabilme üzerine kurulu fon transferi sistemidir. Bankalar arasında hızlı ve güvenilir para transferi sağlamak, Merkez Bankaları ile yapılan işlemlerde kolaylık ve hız sağlamak, nakit paranın piyasalardaki dolaşımını azaltmak EFT’nin başta gelen amaçları olarak sayılmaktadır (Yavuzcan, 2014: 25-26).

EFT, geleneksel bankacılıkta olduğu gibi fonların bir yerden başka bir yere banknot, çek, ödeme emri gibi fiziki şekillerde değil, teknolojik yöntemlerle ve bilgisayarların kullanılmasıyla çok kısa bir sürede ve kaydi olarak transfer edilmesidir. Ödemelerin tamamının bu kaydi parayla yapılması, daha az nakit para ve veya çek kullanılmasına bağlı olarak doğabilecek hırsızlık, sahtecilik veya taşıma maliyeti gibi sorunların önlenmesini sağlamıştır. Satış noktasında elektronik fon transferi sistemi (EFTPOS); mağazalardan mal/hizmet alımında alıcının banka hesabından satış tutarı için gerekli miktarın banka veya

kredi kartının yerleştirildiği POS cihazı yardımıyla satıcı hesabına transfer edilmesi olarak tanımlanabilmektedir (Şener, 2000).

1.4.3. POS (Point of Sale – Satış Noktası)

1973 yılında IBM tarafından ilk POS sistemi geliştirilmiş, 1974 yılında Amerika’da marketler zincirinde kullanılmaya başlanmıştır. Banka kartı veya kredi kartı üzerindeki kart ve kimlik bilgilerini alarak hizmet veya ürün alımı ödemelerinin yapılmasını sağlayan sistemdir (Kayan, 2009: 8).

1.4.4. ATM Bankacılığı

Dünyada ilk kez 1967 yılında İngiltere’de Barclays Bank tarafından kullanılmaya başlanılan ATM’lerin Türkiye’ye girişi 1982 yılında olmuştur. Zaman içerisinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak sunabildiği hizmetler de çeşitlenmiştir (Yurtadur ve Süzen, 2016:97). İlk ATM’ler sadece müşterinin vezneye uğramadan hesabından nakit çekebilmesini sağlarken, bugün birçok bankacılık hizmetleri (para çekme, para yatırma, havale yapma, hisse senedi işlemleri, fatura ödeme, vergi ödeme, kredi kartı işlemleri vb.) ATM’ler aracılığı ile yapılabilmektedir. Vezne işlemlerini azaltması, bankacılık hizmet maliyetlerinin de önemli oranda düşmesine yol açmıştır (Korkmaz ve Gövdeli, 2005:2). Günümüzde ATM’ler çok sayıda hizmeti bir arada sağlayacak, birçok mekanizmayı bir araya getirmektedir. Müşteri bir kez kendi kimliğini doğruladıktan sonra para yatırma, para çekme, havale yapma, döviz alım ve satımı, fon, hazine bonusu alım-satımı, repo yapma gibi menkul kıymet işlemleri ile hesap bakiyesi ve hesap hareketi sorgulama gibi pek çok bankacılık işlemini yapabilmektedir.

ATM’ler, temel olarak, banka müşterilerinin; kendilerine banka tarafından verilmiş, üzerinde manyetik bir şerit ya da çip bulunan bir kart ve bu karta tanımlanmış bir şifre ile ya da kart kullanmaksızın, haftanın yedi günü, günün herhangi saatinde bankacılık işlemi yapabilmelerine olanak sağlayan cihazlardır. ATM ağları; bankaların, müşterilerine, mümkün olduğunca geniş bir coğrafyada, personel kullanmadan (para yüklemek ve teknik destek haricinde), kesintisiz ve standardize edilmiş hizmet sağlayabilmelerine olanak sağlamaktadır (Buğdaycı, 2007:30).

1.4.5. Mobil Bankacılık

Özellikle akıllı telefonların çıkması ile önemli bir alternatif dağıtım kanalı olan mobil bankacılık, zaman ve mekan sınırı olmaksızın online bankacılık hizmetlerinin verilebilmesini sağlamaktadır. Mobil bankacılık üç farklı yolla gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilki kısa mesaj servisi (SMS) yoluyla müşterilerin bilgilendirilmesi, ikinci yol WAP destekleyen cep telefonları yoluyla internet üzerinde işlemlerin yapılması, üçüncü ve son yol ise palmtop (avuç içi) adı verilen bilgisayarlar ile internet üzerinden işlemlerin yapılmasıdır. WAP ile birlikte GPRS teknolojisi bu aşamada, bankacılık işlemlerinin cep telefonu ile gerçekleştirilebilmesi için kullanılmaya başlanmıştır (Yurttadur ve Süzen, 2016:97).

Mobil bankacılık, mobil telefonlar ve kişisel dijital yardımcılar (*Personal Digital Assistant – PDA*) aracılığı ile müşteri ve banka arasında iletişim kurulmasını sağlayan bir kanaldır. Akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte birçok bankacılık hizmetinin verilmesine olanak sağlanmış, potansiyel avantajlarından dolayı bankaların hızlı bir şekilde benimsediği bir kanal olmuştur. Mobil bankacılığın en güncel hizmet türü, akıllı telefonlara indirilen uygulamalar ile bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesidir (Seyrek ve Akşahin, 2016:49-50).

1.4.6. Dijital Televizyon Bankacılığı

Televizyon teknolojilerinin değişimi ve interaktif televizyon sistemlerinin kullanımı ile birlikte, televizyonlar üzerinden bankacılık işlemlerinin yapılabilmesi olanağı sağlanmıştır (Yurttadur ve Süzen, 2016:97).

1.5. Dijital Bankacılık Kavramı

Dijital bankacılık, şubesiz bankacılık olarak da adlandırılmakta, her türlü bankacılık hizmetlerinin şube ve personel gerektirmeden müşterilere ulaştırılabilmesi olarak tanımlanmaktadır. Şube ve personel maliyetlerini ortadan kaldırması, işlem ücretlerini azaltması, ulaşılabilirliğin çok kolay olması dijital bankacılığın başta gelen avantajları arasında sayılmaktadır (Savaş vd., 2014: 2). Dijital bankacılık banka hizmetlerinin bir bilgisayar veya televizyon aracılığıyla müşterilerine ulaştırılması anlamına gelmektedir.

Kullanıcılar tüm bankacılık işlemlerini ev, ofis veya internete erişimin olduğu her yerden kolaylıkla yapabilmektedir.

Artan rekabet sonucu finansal hizmetlerin çeşitlendirilmesi maksadıyla geliştirilen alternatif dağıtım kanallarından yakın zamanda hizmete alınanlardan birisi de elektronik veya çevrimiçi bankacılık sistemidir (Daniel, 1999:72). e-Bankacılık, elektronik araçlar kullanılarak yapılan bireysel ve küçük değer bankacılık işlemlerinin genel adı olarak kullanılmaktadır (Kurnia vd., 2010:1).

Dijital bankacılık, banka hakkında bilgilerin ve bankanın sunduğu hizmetlerin zaman ve mekân sınırı olmaksızın bir web sayfası kullanılarak müşterilere sunulmasıdır. Diğer bir ifade ile mudiler web sayfasını kullanarak banka hesap bilgilerini inceleyebilmekte, geleneksel bankacılık işlemlerini bankanın web sitesini veya mobil uygulamasını kullanarak yapabilmektedir. Mobil bankacılık, geleneksel bankacılık işlemlerinin herhangi bir şubeye gitmeden yapılabilmesi anlamına gelmektedir (Özer, 2016).

Pickens ve diğerleri (2009) tarafından 2020 yılında şubesiz bankacılık senaryolarının oluşturulduğu çalışmada, şubesiz bankacılık hizmetlerinin gerçek durumuna yönelik aşağıdaki tespitler yapılmaktadır:

- Finansal yapı birçok ülkede büyümekte ve gelişmektedir. Ancak bu büyüme çoğunlukla şubeler ve otomatik vezne makineleri (ATM'ler) ile sağlanmaktadır.
- Tuğla ve harç kullanılarak büyümenin (fiziksel şube kuruluşunun) doğal olarak belirli bir maliyeti vardır. Şubesiz bankacılıkta bu maliyet ortadan kalkmaktadır. Ancak çoğu ülkede şubesiz bankacılığa mütevazı bir erişim bulunmaktadır. Müşteriler çoğu ülkede şubeye gitmeyi, şubesiz bankacılığa tercih ettikleri bir gerçektir.
- Şubesiz bankacılık hizmetlerinin başarısı, yoksul insanların finansal ihtiyaçlarını giderme konusunda bilinçlendirilmesine bağlıdır.

1.5.1. Dijital Bankacılığın Tarihsel Gelişimi

İlk dijital bankacılık uygulaması ABD'nin New York eyaletinde 1981 yılında "evde bankacılık" hizmetleri olarak sunulmuştur (Osho, 2008). Evde bankacılık, banka

müşterilerinin evlerine bankadaki hesapları ile doğrudan işlem yapmalarını sağlayan banka bilgisayarı ile bağlantılı bir hattın bağlanmasıdır. Bu hattın ev ve işyerlerinde kullanılan televizyon ve bilgisayarlara bağlanması mümkündür. Söz konusu hatlar sayesinde müşterilerin bankalarındaki hesapları ile ilgili her türlü bilgi almaları, hesapları arasında transfer yapmaları ve bankalarına talimat vermeleri mümkün olmaktadır. Evde bankacılık uygulamasında müşteriler, kendi kişisel bilgisayarları ile bir modem aygıtı kullanılarak, telefon hatları yardımıyla bankanın ana bilgisayarlarına bağlanmaktadır. Böylece müşteriler bankanın sunduğu tüm hizmetlerden eş zamanlı olarak yararlanabilmektedir. Ödeme yapılabilmesi için bankanın karşınızda olması gerekmemektedir, ihtiyaç olan kullanıcıda sistemi çalıştıracak PC, modem ve yazılım gibi bileşenlerin varlığıdır (Horvitz, 1996).

Diğer bir uygulama da müşterinin kişisel bilgisayarıyla işlemlerini gerçekleştirmesidir. Bu yönde yapılan ilk çalışmalar 1981 yılında Chase Manhattan ve 1983 yılında Chemical Bank tarafından gerçekleştirilmiştir (Akpınar, 1993).

Fiziksel şubeleriyle beraber internet aracılığıyla da hizmet veren bankalar dışında, son dönemlerde sadece internette var olan ve internet üzerinden sanal alemde faaliyet gösteren bankalar da sektöre katılmış ve bir yenilik ortaya çıkarmışlardır. İnternet üzerinde tüm bankacılık hizmetlerini veren ilk banka ABD’de 1995’te kurulmuş olan “Security First Network Bank”tır. Banka normal bir bankanın yapılmasına imkan tanıdığı tüm işlemlerin internet üzerinden yapılabilmesine imkan tanımaktadır. Müşteriler yine çevrimiçi ortamda üyelik işlemlerini tamamladıktan sonra, kendilerine verilen özel şifreleri kullanarak hesap açabilmekte, fatura ödeyebilmekte, müşteri temsilcileri ile bağlantıya geçebilmekte, kredi başvurusu yapabilmekte, hesaplar arası transfer yapabilmekte ve kendine ait kişisel bir portföy oluşturabilmektedir (Deitel vd., 2000:459). İlk dijital banka açılışından yalnızca 1,5 yıl sonra varlıklarını 40 milyon ABD dolarına yükseltmiş, açılan hesap sayısı 10 bini bulmuştur.

Dünya genelinde nüfusun %80’inden fazlası mobil kapsamındadır. 4 milyarın üzerinde insanın mobil abonesi olduğu bilinmektedir. Gelir düzeyine göre bakıldığında bu abonelerin çoğunluğunun düşük gelirli tüketicilerden oluştuğu görülmektedir. İnternet teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak 2000 yılında 361 milyonluk internet kullanıcı sayısı

da 2010 yılında 2 milyara yaklaşmıştır. 2016 yılının Ocak ayı itibarı ile 3 milyar 419 milyon insan interneti kullanmaktadır (Şekil 5).

Şekil 5. Dünya Nüfusu ve Dijital Ortam Kullanıcı Sayıları



Kaynak: Wearesocial, 2016.

Şekil 5’de görülen rakamlar dünya nüfusunun %46,23’ünün internet kullanıcısı olduğunu, %31,20’sinin sosyal medyayı aktif olarak kullandığını göstermektedir. Her iki kişiden birinde (%51,25) mobil telefon bulunmakta, mobil telefon kullanıcılarının yarısından fazlası telefonları ile aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır. Bu oranlar dünyanın dijital dünyaya dönüştüğünü, bankacılık sektörünün de bunun dışında kalamayacağını göstermesi adına önemlidir. Bankalar, şubesiz bankacılık aracılığı ile interneti aktif kullanan insanları müşterileri arasına katabilmek üzere teknoloji yatırımlarına büyük önem vermektedir.

2016 yılı için Türkiye’deki duruma bakıldığında TÜİK verilerine göre nüfus 78.741.053 kişidir. Aktif internet kullanıcı sayısı yaklaşık 46.280.000 olarak açıklanmıştır. Başka bir ifade ile nüfusun %58,78’i aktif bir şekilde internet kullanmaktadır. Sosyal medyayı aktif kullananların sayısı yaklaşık 42 milyon (%53,34), mobil kullanıcı sayısı 71 milyon (%90,17), mobil telefon üzerinden aktif sosyal medya kullanan kişi sayısı ise 36 milyon (%45,72) olarak hesaplanmıştır (Wearesocial, 2016). 2015 yılı Ocak ayından 2016 yılı Ocak ayına internet kullanıcı sayısı %10 artış göstermiştir. Bu sonuçlar, Türkiye’deki insanların internet ortamını her geçen yıl daha fazla kullandıklarını göstermektedir. Şubesiz bankacılık, alternatif dağıtım kanalları arasında müşterinin ayağına hizmet götürebilmesi, zaman ve mekan sorunu olmadan bankacılık hizmeti alınabilmesini sağlaması, internetin kullanılabilirliği her yerden ulaşılabilir olması nedeni ile bankacılık sektörü açısından en önde

yer almaktadır. Bankalar her geçen gün dijital bankacılığa yönelik yatırımlarını artırmaktadır.

1.5.2. Çağdaş Bankacılık Anlayışı ve Dijital Uygulamalar

Çağdaş bankacılık anlayışında finansal hizmetlerin alternatif şekilde müşterilere ulaştırılmasında esas olarak iki iş modeli uygulanmaktadır. Bunlardan birincisinde, mevcut bankalar ürün ve hizmetlerini web sitesi kurarak dağıtım kanallarını çeşitlendirmektedir. İkinci modelde ise fiziksel olarak herhangi bir şubesi olmayan tamamen internet tabanlı bir bankacılık hizmeti sunulmaktadır (Arnaboldi ve Claey, 2008:12).

EFMA (Avrupa Finansal Yönetim ve Pazarlama Birliği) tarafından alternatif dağıtım hizmet kanallarındaki inovatif uygulamalardan dolayı bankalara ödüller verilmektedir. Son dönem verilen ödüller incelendiğinde öne çıkan çağdaş bankacılık uygulamalarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Digitaltalks, 2016).

- Verinin Paraya Dönüştürülmesi: Bankaların sahip oldukları verileri nakde dönüştürmesi uygulamasıdır. Pazara yönelik açıklanabilir veriler üzerinden elde edilen özet bilgiler ve bu bilgilerden oluşan raporlar, pazara yönelik sektörlerden ücret karşılığı talep edilmektedir.
- Sosyal Değer Zinciri Oluşturulması: İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının dünya genelinde artması, bankaların müşterilerine daha kolay ulaşabilmesini de sağlamaktadır. İnsanların düşüncelerine önem verildiğini göstermek, onların kendilerini daha değerli hissetmelerine, bir bağlılığın oluşmasına yol açmaktadır. Bankaların, uygulanabilecek yeni nesil bankacılık hizmetlerine ilişkin müşterilerinin düşünce ve fikirlerini söyleyebilecekleri internet ve sosyal medya ortamları yaratmaları, hizmetin uygulamaya konulmadan önce nasıl karşılanacağı yönünde önemli bilgilere ulaşmalarını sağlamaktadır. Bu uygulamanın en iyi örneklerinden birini İtalyan Widiba hayata geçirmiş, müşterilerinin isteklerini internet üzerinden toplayarak, onların istedikleri doğrultuda uygulama geliştirmesi yapmıştır.
- Robot Servis Elemanları: Gelişen teknoloji ile birlikte, rutin hizmetlerde robotlar kullanılmaya başlanmıştır. Japonya’da gişe yetkililerinin yerine robot kullanımına başlanması, UBS (Union Bank of Switzerland), robot uygulamaları gerçek

zamanlı portföy analizlerini yüksek değerli müşterilerine sunmak amacıyla kullanmaktadır.

- Nesnelerin Bankacılığı: Haberleşme ve iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak farklı bankacılık uygulamaları geliştiren bankalar, müşteri bilgilendirme sistemlerini daha çarpıcı hale getirebilmektedirler. US Bank, banka hesaplarında oluşan bir değişiklikte evin ışıklarının kapatılıp açılması ile uyarma hizmetini başlatmıştır. Brandesco, banka hesabının otomobillerdeki bilgisayar sistemleri üzerinden takibi uygulamasını hizmete sokmuştur. Yeni Zellanda ASB, çocuklara para kavramını vermek üzere oyun uygulaması başlatmıştır.
- Her Şeyi Kapsayan Hizmetler Sunulması: Müşteri memnuniyetini artırarak bağlılığı yükseltme hedefinde olan bankalar, teknolojinin olanaklarını müşteri ile ilgili bilgileri analiz ederek kullanmaya başlamışlardır. Müşterinin doğum günlerini hatırlama, hobilerinden hareketle özel tercihler sunma bu uygulamalara örnek olarak gösterilebilir.
- Değişik Ödeme Yöntemleri: Teknolojik gelişmelere bağlı olarak bankacılık sistemi de farklı ödeme yöntemleri geliştirmektedir. Sanal para kullanımı bunun en iyi örneğidir. Ayrıca temassız bilezikler, biyometrik takip sistemleri, teknolojik giysiler farklı ödeme yöntemlerine örnek olarak sayılabilir.
- Etkileşimli İşlemler: Geliştirilen mobil uygulamalar ile müşterinin cep telefonu aracılığı ile anında bilgilendirilebilmesi sağlanabilmektedir. Bu uygulamaya Moven örnek gösterilebilir. Harcama limitinin aşılması durumunda cep telefonunun ekranına çatlama görüntüsü yansıtılarak müşteri bilgilendirilmektedir.
- KOBİ Destekleri: Riskli yapılarından dolayı bankaların dikkatli yaklaştıkları KOBİ'lere dijital uygulamalar aracılığı ile daha güvenli yaklaşımlar oluşturulabilmektedir. Türkiye'de Denizbank tarafından geliştirilen Kumsal uygulaması, KOBİ'leri internet üzerinden dijital pazarlamaya açabilmekte, dijital platform üzerinden KOBİ'lere bir çok destek sağlanabilmektedir.
- Her Zaman Erişilebilir Olunması: Çağdaş bankacılıkta müşterinin her an bankacılık hizmeti alabilmesinin sağlanması gerekmektedir. 7/24 olarak tarif edilen her gün her saat bankacılık sektörü, müşterilerine tek bir kanaldan değil sıklıkla kullanılan birçok kanaldan erişim hizmeti vermek üzere çalışmalar

yapmaktadır. Müşteriler bankanın hizmetlerine internet ve mobil uygulamalar üzerinden erişebilir iken, farklı sosyal medyalar üzerinden de ulaşabilmektedirler.

- Kişiyi Özel Olması: Programlama arayüzlerindeki gelişmeler, kullanıcıların uygulamaların arayüzlerini kendi istedikleri şekilde değiştirebilmelerine olanak sağlamaktadır. Bankacılık sistemlerinde kullanılan uygulamalar da, kullanıcı tarafından değiştirilebilir arayüzlere sahip olmaya başlamıştır. Her kullanıcı, kendi tercih ettiği kullanım sırasına göre arayüzünü kişiselleştirebilmektedir.

Dijital bankacılık uygulamalarına aşağıdaki örnekleri vermek mümkündür (Harangus, 2011:86).

- Çevrimiçi hesap yönetimi: İnternet ve mobil bankacılık hizmetleri aracılığı ile müşteriler kendi hesaplarını takip edebilmektedir.
- Mevduat ve kredi kart hesap işletimi: Mevduat işlemleri, kredi kartı harcama ve ödeme takipleri dijital bankacılık ile kolaylıkla yapılabilir.
- Elektronik fatura ödemeleri: Otomatik ödeme talimatları ile fatura ödemeleri dijital bankacılık üzerinden yapılabilir.
- Fon transferleri: Mobil uygulamalar aracılığı ile hesaplar arası fon transferleri kolaylıkla yapılabilir.
- Borçlanma: Mobil uygulamalar üzerinden kredi talepleri değerlendirilebilmekte ve kredi kullanılabilir.
- Yatırım bankacılığı: Yatırım fonlarına yönelik birçok iş ve işlem, mobil uygulamalar aracılığı ile yapılabilir.
- Çevrimiçi alışveriş: Ortak ödeme noktaları üzerinden internet alışverişlerine elektronik pos hizmeti sağlanabilir.

1.6. Dijital Bankacılığın Geleneksel Bankacılık Üzerindeki Etkileri

Finansal hizmetlerin elektronik ortamda sunulmasının ileriki dönemde bireysel bankacılık üzerinde oldukça fazla etkisi olacağı ileri sürülmektedir (Johnston vd., 1995). Ayrıca, alternatif hizmet dağıtım kanallarının sayısının artmasıyla birlikte geleneksel bankacılık hizmetini kullananların sayısının düşmesi beklenmektedir (Trethowan ve Silicone, 1997). Diğer taraftan, ABD’de yapılan bir araştırma internetin alternatif hizmet

dağıtım kanalı olarak kullanılmasının konvansiyonel bankacılığı etkilemediğini ortaya koymuştur (Sullivan, 2000).

Tüketiciler dijital bankacılığı tecrübe ettikten sonra konvansiyonel bankacılığı tercih etmemeye başlamaktadır (Daniel, 1999:73). Dijital bankacılıkta müşterilere sunulan hizmetler basit mevduat işlemlerinden hesap açma kapatmaya, vadeli döviz işlemleri yapmaya, borsada işlem görmeye, altın alıp satmaya kadar her türlü finansal ve finans dışı işlemi kapsamaktadır. Yakın bir zamanda bankacılık işlemlerinin yaklaşık %60'ının elektronik olarak gerçekleşeceğini öngörmektedir. Müşteriler sadece banka işlemlerini yapmakla kalmayacak, piyasa araştırması yaparak fiyatları karşılaştırabilecek ve böylelikle fiyatları aşağıya doğru da çekebilecektir (Daniel, 1999:72).

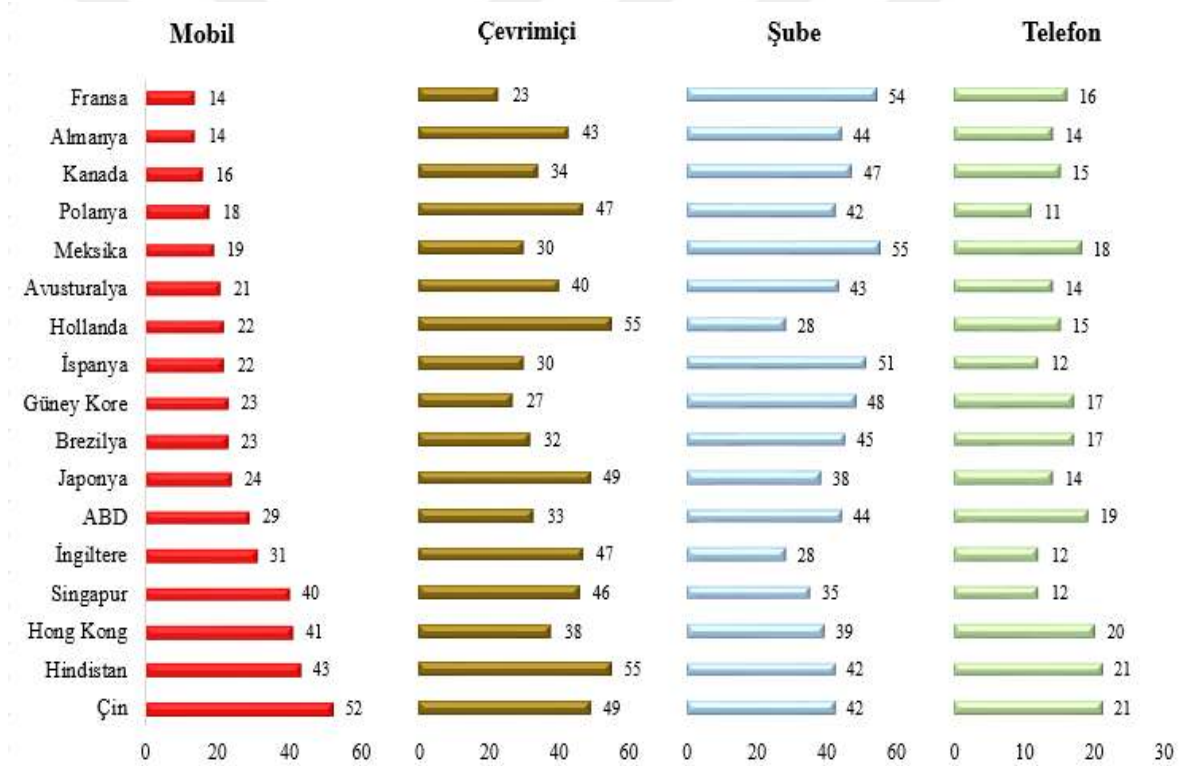
Geleneksel bankacılık yüksek başlangıç maliyetleri gerektirirken, dijital bankacılık daha düşük maliyetle başlatılabilmektedir. Bu durum piyasaya girişleri kolaylaştıracağı için rekabeti artırabilecektir (Vyas, 2010). Ancak dijital bankalar müşteri ilişkilerindeki aksaklıklar sebebiyle irtibat ofisleri açmaya başlamıştır. Bu durum ilerleyen dönemde geleneksel bankacılığın devam ederken dijital uygulamaların artacağına işaret etmektedir.

BÖLÜM II

DÜNYADA DİJİTAL BANKACILIK UYGULAMALARI

Bu bölümde dünya ülkelerinde dijital bankacılık uygulamaları ve küresel dijital bankacılığın iyi uygulama örnekleri incelenmiştir. Dünya genelinde bankacılık uygulamalarının mobil, çevrimiçi, şube ve telefon bankacılığı üzerinden kullanım oranları Şekil 6’da verilmiştir.

Şekil 6. Dünya Ülkeleri Bankacılık Hizmet Kanalları Kullanım Oranları



Kaynak: Bain&Company, 2015:25

Şekil 6’da görüldüğü gibi mobil kullanımında Asya ülkeleri ilk sırada yer almaktadır. Çevrimiçi bankacılık uygulamalarında Hollanda ile birlikte Hindistan’ın ilk sıralarda yer aldığı görülmekte, Asya ülkeleri çevrimiçi bankacılıkta da ön sıralarda bulunmaktadır. Çevrimiçi uygulamalarda Avrupa ülkelerinden Polonya, İngiltere ve Almanya %40’ın üzerinde kullanıma sahiptir. Bazı ülkelere şube bankacılığı üzerinden hizmet alma oranları, alternatif hizmet kanallarından hizmet alma oranlarının altına düşmüştür. Gelişmiş ülkelere

en çok tercih edilen bankacılık hizmet kanalı olarak şube bankacılığının yer alması ise, ilgi çekici bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Şube bankacılığı ile hizmet alımı Avrupa ülkelerinden Fransa'da %54 ve İspanya'da %51 ile üst sıralarda yer almaktadır.

Dijital bankacılık uygulamalarının incelendiği ülkeler ABD, AB ülkelerinin geneli, Kore, Brezilya, Çin ve Rusya'dır. Dijital bankacılığın küresel uygulamalarına örnek olarak Nordea Bank (Finlandiya), Hansabank (Estonya), Industrial Bank of Korea (Kore), Industrial & Commercial Bank of China (Çin), Egg.com (İngiltere) ve MyBank (AB) seçilmiştir.

2.1. ABD'de Dijital Bankacılık Uygulamaları

Finansal anlamda yenilikler her alanda olduğu gibi bir ihtiyaçtan doğmaktadır. Bu nedenle ABD'de yenilikçi uygulamaların fazla olması ve dünyaya buradan yayılmasının arkasında birkaç neden bulunmaktadır. Birincisi bankacılık sisteminin serbest bir şekilde idare edilmesidir. İç Savaş sonrası bankaların yönetimi eyaletlere bırakılınca, farklı yönetim şekilleri denenmiş ve nihayetinde en uygun yönetim şeklinin liberalizm olduğu görülmüştür. Bankacılık alanında liberalizm, piyasaya giriş engeli bulunmaması ve tahvil çıkarabilmek için devlete belirli bir miktar garanti fonu yatırılması olarak düşünülmelidir (Rockoff, 1974). İkincisi Horvitz (1996) tarafından belirtildiği gibi ABD'de yıllık olarak 50 milyar çek yazılmaktadır. Bu çek işlem hacmi ABD'de yapılan nakit dışı ödeme işlemlerinin %77'sini oluşturmaktadır (Humphrey vd., 2001:219). Bu çeklerin 20 milyara yakın sadece fatura ödemeleri için evde yazılmakta ve yaklaşık 15 milyarı posta ile ilgili yere ulaştırılmaktadır. İşgücü ve zamanın maliyeti dahil her bir çekin maliyeti 1 dolar olarak hesaplandığı takdirde evden elektronik ödemenin sağladığı marjinal fayda daha net ortaya çıkacaktır.

Ancak, kurumsal anlamda regülasyon bağlamındaki engeller, ABD'de Avrupa ve Japonya'ya kıyasla daha fazla olduğu için elektronik ödemelerin kullanım oranı nakit dışı enstrümanlar için ABD'de %23 iken Avrupa'da %66, Japonya'da %78 olarak tespit edilmiştir (Humphrey vd., 2001:217).

Diğer taraftan, ABD'de 1980 sonrası bankacılık sektöründe yaşanan gelişmeleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Lence, 1997:372).

- Satın alma ve birleşmelerde artma
- Banka dışı finansal kurumların pazar paylarında artma
- Banka sayılarında azalma
- Holding bankacılığının artması
- Şube bankacılığında ve ATM sayılarında artma
- Ulusal seviyede oligapol, yerel seviyede serbest bir piyasa yapısı gösterme.

ABD bankacılık sektöründe internet çağının başlangıcı, 1995 yılında Wells Fargo'nun müşteri hesaplarına çevrimiçi erişim olanağı sağlaması ve sadece internet üzerinden bankacılık hizmeti veren Security First Network Bank'ın açılması olarak kabul edilmektedir. Bu tarihten sonra teknolojik gelişmelere de bağlı olarak bankalar, internet üzerindeki varlıklarını artırmışlardır.

Bankaların pazar payını elde edebilmek için elektronik hizmetleri agresif bir iş stratejisi olarak kullandıkları tespit edilmiştir (Sullivan, 2000). Nitekim Furst ve diğerleri, (2002) tarafından yapılan bir araştırmada bankaları kârlılığının internet bankacılığı ile yüksek dereceli ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. 2016 Yılı ABD Dijital İstatistikleri

Veri Açıklaması	Sonuç
Toplam nüfus	322.9 milyon
Aktif internet kullanıcısı	282.1 milyon
2015 yılına göre aktif internet kullanıcısındaki artış oranı	%4
Laptop/Masaüstü bilgisayar sahipliği	%72
Akıllı telefon sahipliği	%72
Tablet sahipliği	%35
Toplam nüfusa göre mobil bankacılık kullananların oranı	%31

Kaynak: Wearesocial, 2016.

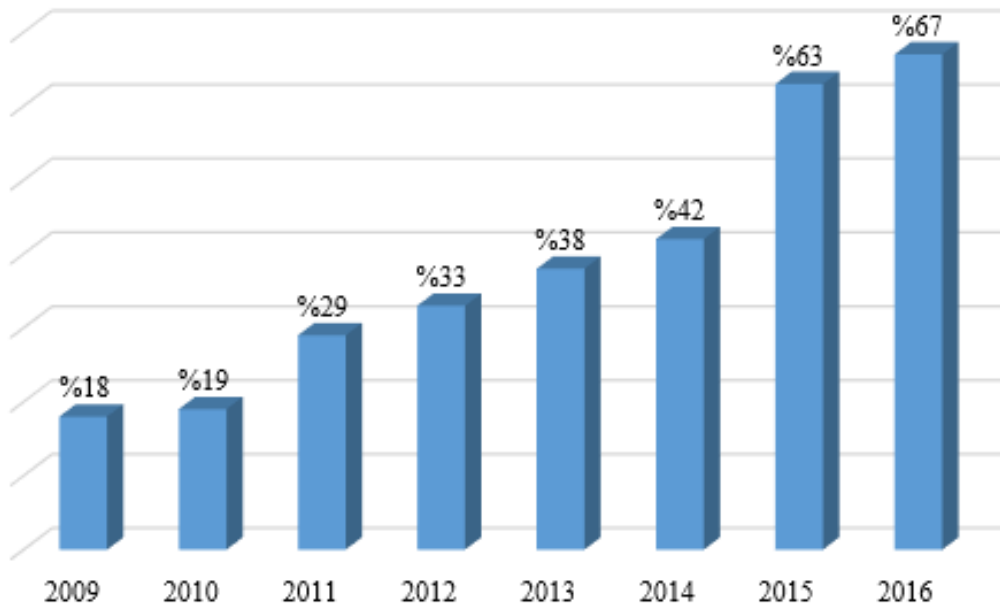
Tablo 2'deki verilere göre 2016 yılı itibarı ile ABD'de toplam nüfusun %87,4'ü aktif şekilde internet kullanmaktadır. Aktif internet kullanıcı sayısı, 2015 yılına göre %4'lük bir artış göstermiştir. Akıllı telefonlar üzerinden mobil bankacılık kullananların oranı ise %31 olarak hesaplanmıştır.

ABD’de kurulan ve sadece internet üzerinde faaliyette bulunan “Claritybank.com”, faaliyete geçtikten hemen sonra sadece iki hafta içinde 6 milyon dolar mevduat toplayarak, ülkede bankacılık sektöründe internete olan ilgiyi arttırmıştır. Claritybank.com dışında, Bankatlantic.com, Everbank.com ve Gomez.com da sadece sanal alemde faaliyette bulunan bankalar arasındadır (Deitel vd., 2000:459-460).

2011 ile 2014 yılları arasındaki müşteri eğilimlerinin ölçülmesi sonucunda ABD’de şubelerden hizmet almanın %1,7’den %1,0’a gerilediği, çevrimiçi bankacılığın ise %4,9’dan %5,8’e yükseldiği tespit edilmiştir. Benzer şekilde telefon bankacılığı ve ATM bankacılığında düşme görülürken, mobil bankacılıkta %100’lük bir artış olmuştur (Ülker, 2016).

Federal Fon Sisteminin 2016 yılı genel yöneticiler raporuna göre banka şubeleri %84 kullanım ile müşterilerin ilk tercihleri arasında yer alırken ATM’ler %75, çevrimiçi bankacılık %71, mobil bankacılık %38 ve telefon bankacılığı da %30 oranında müşteriler tarafından tercih edilmektedir (Federal Reserve System, 2016).

Şekil 7. ABD’de 2009-2016 Yılları Arasında Cep Telefonu ile Mobil Bankacılık Kullanım Oranları



Kaynak: <https://www.statista.com/statistics/244414/percentage-of-us-mobile-phone-users-who-use-mobile-banking/>; 2015 ve 2016 verileri için kaynak: ING International Survey Mobile Banking, Haziran-2016.

ABD’de cep telefonu kullanıcılarının mobil bankacılığı kullanma oranlarına yönelik yapılan bir araştırma, 2009 yılında %18’lerde olan mobil bankacılık kullanım oranının 2016 yılında %67’lere çıktığını göstermektedir (Şekil 7).

2.2. AB’de Dijital Bankacılık Uygulamaları

AB’deki dijital bankacılık uygulamaların gelişmesi ülkelerde benzer nitelikteki uygulamaların yaygınlaşmasını sağlamıştır (Arnaboldi ve Claeys, 2008). Örneğin Norveç’te 1987 yılında %10 olan elektronik ödeme oranı 1996 yılı itibarıyla %40 seviyesine kadar çıkmıştır (Humphrey vd., 2001:223).

Ayrıca 1990’dan sonra AB’de bankacılık sektöründe konsolidasyon çalışmaları devam etmektedir. Bu sebeplerle AB içerisinde ortak bazı düzenlemelerin yapılması daha uygun olmuştur. Bu kısımda öncelikle bu düzenlemeler ele alınmakta, ardından dijital bankacılığın mevcut durumu incelenmektedir.

2.2.1. AB’de Dijital Bankacılığa İlişkin Düzenlemeler

AB finansal sistemi iki grupta ele alınabilir. AB’ye ilk 15 üye ülkeden oluşan grubun bankacılık sistemi, piyasa ekonomisiyle uyumlu, uluslararası standartlar için hedef olarak alınan gelişmiş bir bankacılık sistemine sahiptir. Sektörde aracılık hizmetleri geliştiği gibi denetim ve gözetim standartları yüksektir. Bu ülkelerde bankaların operasyonel maliyetleri düşüktür, aktif kaliteleri iyidir ve aktif yönetim teknikleri ve risk yönetim teknikleri açısından gelişmiş ürünler kullanmaktadır (Selvi, 2010:70).

Diğer taraftan ikinci grubu oluşturan ve AB’ye sonradan üye olan 12 ülkenin bankacılık sistemlerini; genel anlamda piyasa ekonomisiyle uyum gösterme konusunda çaba harcayan, ancak henüz tümüyle piyasa şartlarına uyum gösterememiş bir sistem olarak tanımlanabilir. Bankacılıkta operasyon maliyetleri diğer grup AB üyesi ülkelere göre daha yüksektir. Aktif yönetim teknikleri ve risk yönetim teknikleri ilk 15 AB üyesi ülkenin bankacılık sistemlerine göre daha geridir (Selvi, 2010:71).

Basel Bankacılık Denetim Komitesi’nin elektronik bankacılık konusunda yayımladığı üç ayrı doküman bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan “Elektronik Bankacılık ve

Elektronik Para Faaliyetleri İçin Risk Yönetimi” konulu doküman, 20 Mart 1998 tarihinde yayımlanmıştır. Komite tarafından oluşturulan Elektronik Bankacılık Grubu tarafından hazırlanan “Elektronik Bankacılığa İlişkin Risk Yönetimi İlkeleri” ve “Sınır Ötesi Bankacılık Faaliyetlerinin Yönetimi ve Denetimi” konulu iki ayrı doküman ise 17 Temmuz 2003 tarihinde yayımlanmıştır. Her üç dokümanda da, elektronik bankacılık faaliyetlerinin, “Elektronik kanallar vasıtasıyla bireysel ve küçük değer bankacılık ürünlerinin ve hizmetlerinin sağlanması” çerçevesinde tanımlandığı, büyük değer elektronik ödemeler ve elektronik olarak sunulan diğer kurumsal bankacılık hizmetlerinin, elektronik bankacılık kapsamı içerisinde değerlendirilmediği hususuna yer verildiği görülmektedir (Buğdaycı, 2007).

Lizbon hedefleri bağlamında AB’de yaratılmak istenen bilim toplumunun temel taşlarından birisi de elektronik bankacılığın yaygınlaştırılması olarak belirlenmiştir (Onay ve Helvacıoğlu, 2007). Bu bağlamda Avrupa Konseyi tarafından 2000 yılında kabul edilen e-Avrupa 2002 eylem planında internetin ucuzlaması, güvenlik, erişilebilirlik gibi konulara öncelik verilmiştir. Benzer şekilde 2010 adıyla kabul edilen Avrupa Bilgi Toplumu strateji belgesi de internet bankacılığı dahil elektronik uygulamaların artırılmasını gündeme almıştır.

8 Haziran 2000 tarihinde kabul edilen 2000/31/EC Direktifi elektronik işlemleri düzenlemiş ve üç ila altıncı maddeleri finansal hizmetlere ayrılmıştır. Esasen AB üye devletler arasında sınırları kaldıran direktif 89/646/EEC sayılı İkinci Bankacılık Direktifidir. Bu direktifle ev sahibi ülkede faaliyet gösteren bir banka üye devletlerde izin almadan şube açabildiği gibi elektronik ortamda işlem yapma hakkına da sahip olmuştur (Dermine, 2002:5). Ayrıca EC 2560/2001 düzenlemesiyle işlem maliyetleri arasındaki fark sıfırlanmıştır. Sonuç olarak, internet bankacılığı özellikle yabancı bankalar tarafından şube kurulum masraflarını ortadan kaldırdığı için tercih edilmektedir (Onay ve Helvacıoğlu, 2007).

2.2.2. AB’de Dijital Bankacılığın Mevcut Durumu

AB’deki en gelişmiş internet tabanlı hizmetlerin başında bireysel bankacılık işlemleri gelmektedir (Centeno, 2004:294). Avrupa genelinde yapılan bir araştırma sonucunda internet bankacılığı en çok kullanılan internet uygulamaları içerisinde altıncı sırada yer

almıştır. Benzer şekilde, Daniel (1999) tarafından İngiltere ve İrlanda’da yürütülen bir çalışma sonucunda orta ve büyük ölçekli bankaların tamamının dijital bankacılık hizmeti sunduğu ortaya çıkmıştır. Centeno (2004) de AB çapında benzer bir tablonun söz konusu olduğunu aktarmaktadır. Nitekim 2012 yılında yapılan bir araştırmada AB-27 ülkelerinde çevrimiçi bankacılık hizmetini kullananların oranı ortalama %48 olarak tespit edilmiştir. AB üyesi ülkelerden bazıları için 2016 yılı mobil bankacılık kullanım oranları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. 2016 Yılı AB Ülkeleri Mobil Bankacılık Kullanım Oranları

Ülkeler	Toplam Nüfus (Milyon)	Aktif internet kullanıcısı (Milyon)	İnternet kullanıcılarının nüfusa oranı	Mobil bankacılık kullananların nüfusa oranı
Fransa	64,23	55,43	%86,3	%23
Almanya	80,69	71,73	%88,9	%20
İtalya	59,80	37,67	303	%63
Polonya	38,60	25,71	%66,6	%28
İspanya	46,09	35,71	%77,5	%33
İngiltere	64,91	59,47	%91,6	%32

Kaynak: Wearesocial, 2016.

İngiltere’de dijital bankacılık uygulamasını ne büyük bir banka ne de yenilikçi yanıyla öne çıkan bir banka başlatmıştır (Daniel, 1999:73). İngiltere’deki dijital bankacılığın ilk uygulaması 1980’lerin başlarında Nottingham Building Society ve Bank of Scotland tarafından “homelink” adı ile sağlanan hizmet olmuştur (Tait ve Davis, 1989). İlk uygulamanın kabul görmediği ve bu sebeple devam etmediği görülmektedir. 1990’lardan sonra dijital bankacılıkta yeniden bir canlanma olmuş ve tüm finansal sektör yeniden ilgi duymuştur (Daniel, 1999:73).

Küçük ölçekli bankaların böyle bir hizmetinin olmamasının temel nedenlerinin para transfer hizmetleri olmayışı ve sınırlı müşteriye sunulacak hizmetin maliyetli olması olarak ifade edilmiştir (Daniel, 1999). Orta ölçekli bankaların daha küçük veya büyük ölçeklilere kıyasla daha esnek yapıda olmaları ve inovasyona daha eğilimli olmaları dijital bankacılıkta lider olmalarını sağlamaktadır (Centeno, 2004:298). Diğer taraftan Kurnia ve diğerleri (2010) büyük ölçekli bankaların yenilikçi uygulamaları hayata geçirmek için finansal ve beşeri açıdan kaynak ihtiyacını daha rahat karşılayabileceğini vurgulamaktadır.

Finansal istikrarsızlığın olduğu ve finansal hizmetlerin daha az gelişmiş olduğu AB üyesi devletlerde de alternatif hizmet dağıtım kanalları finans sektörü için bir zorunluluk olarak görülmektedir (Centeno, 2004:298).

AB’de bankaların konvansiyonel bankacılık hizmetlerinin yanında dijital hizmetleri verdiği ya da markalarını kullanarak ayrı tüzel kişilik oluşturarak sadece dijital bankacılık yaptıkları görülmektedir. Ancak, dijital bankacılık uygulamaları ağırlıklı telefon bankacılığı ve finansal danışmanlık hizmetleriyle karma bir yapı içerisinde sunulmaktadır. Finlandiya, İngiltere, İtalya ve İspanya bankaları örnekleminde yapılan bir araştırmada dijital bankalarla elektronik hizmet sunan konvansiyonel bankaların performansları açısından anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada İspanyol ve Fin bankalarının performansı İtalyan ve İngiliz bankalarına nazaran daha yüksek bulunmuştur. AB’de yaşanan konsolidasyon sürecine rağmen fiziksel olarak şube sayısında artış görülmesi konvansiyonel bankacılık ile dijital bankacılığın ikame olmadığını, birbirini tamamladığını göstermektedir (Arnaboldi ve Claey, 2008).

İnternetin kullanılması teknolojik altyapı isteyen bir husustur. AB ülkelerinin bu anlamda çok fazla ayrıştığı belirtilebilir. Örneğin, Ar-Ge harcamaları incelendiğinde Finlandiya’nın İngiltere’den biraz fazla, İtalya ve İspanya’dan çok fazla finansal kaynak ayırdığı anlaşılmaktadır. Güvenlik açısından internet kullanımı ele alındığında, gizlilik ihlali, yolsuzluk ihlallere rastlanmamaktadır. Yine de Finlandiya ve İspanya’da internet güvenliğinin sorunlu olduğu düşünüldüğünde internet kullanımı olumsuz etkilenmektedir (Arnaboldi ve Claey, 2008). Genel olarak dijital bankacılığın Finlandiya ve diğer İskandinav ülkelerinde daha yaygın olarak kullanıldığı ifade edilebilir. Dijital bankacılığın benimsenmesi ve yaygınlaşması daha çok evden internet erişim kolaylığı, genişbant kullanım oranı ve Ar-Ge istihdam oranı gibi çevresel koşullardan kaynaklanmaktadır. İnternet bankacılığı, ağırlıklı olarak mevduat işlemlerinde ve alışveriş maksatlı kullanılmaktadır.

2.3. Diğer Ülkelerde Dijital Bankacılık Uygulamaları

Gelişmiş ülkeler dijital bankacılık uygulamalarından uzun süredir faydalanmakta iken gelişmekte olan ülkeler daha yeni tanışmaktadır. Kısa sürede gelişmekte olan ülkelere de yaygınlaşacak dijital uygulamalarda gelişmiş ülkelerin tecrübelerinden yararlanılırken,

uygulamaların yayılım hızı ve derecesini etkileyecek bazı faktörlere da rastlanılabilecektir (Kurnia vd., 2010:1).

Ticari bankacılığın hızla artmaya başladığı gelişmekte olan ülkelerde alternatif hizmet dağıtım kanallarının kullanılabilirliği küçümsenmeyecek bir alan olarak değerlendirilmektedir (Hawkins ve Mihaljek, 2001:4). Tablo 4’de dünya ülkelerinde mobil bankacılık kullanım oranları verilmiştir.

Tablo 4. 2016 Yılı Dünya Ülkelerinde Mobil Bankacılık Kullanım Oranları

Ülkeler	Toplam Nüfus (Milyon)	Aktif internet kullanıcısı (Milyon)	İnternet kullanıcılarının nüfusa oranı	Mobil bankacılık kullananların nüfusa oranı
Kuzey Kore	50,40	45,31	%89,9	%43
Rusya	143,4	103,1	%71,9	%15
Japonya	126,4	115,0	%90,9	%10
Çin	1379,0	680,0	%49,3	%30
Brezilya	208,7	120,2	%57,6	%28
Kanada	36,11	33,0	%91,4	%30

Kaynak: Wearesocial, 2016.

Çalışmanın bu kısmında Kore, Brezilya, Rusya ve Çin ülkelerinde dijital bankacılık uygulamaları incelenmektedir.

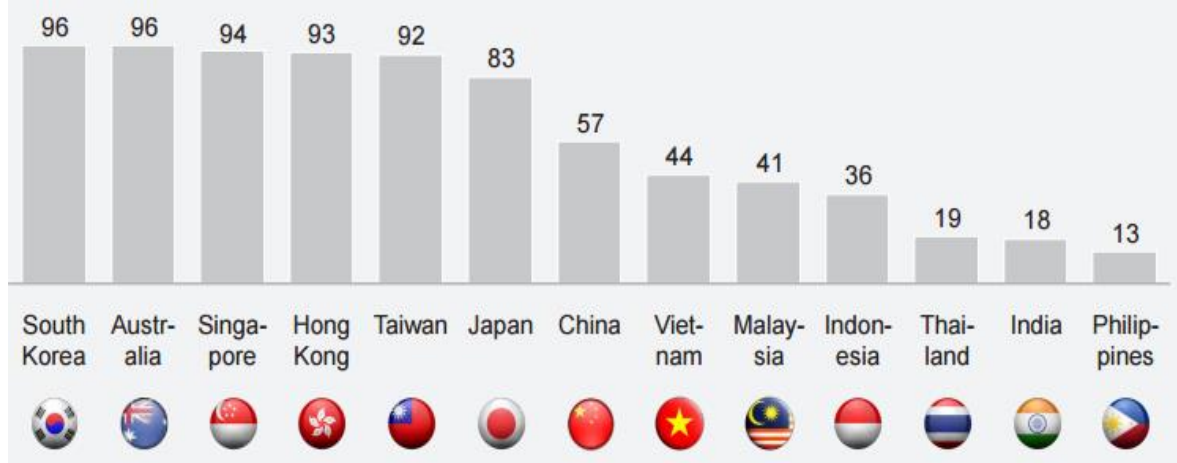
2.3.1. Kore’de Dijital Bankacılık Uygulamalar

Kore’de dijital bankacılık uygulaması 1999 yılında Shinhan Bank tarafından yapılmıştır. Diğer ülkelere kıyasla geç başlamış olsa da yaygınlaşması şaşırtıcı şekilde hızlı olmuştur (Kim ve Park, 2003:2).

Asya ülkelerinde 700 milyonun üstünde tüketicinin dijital bankacılık kullandığı tahmin edilmektedir. Çin ve Hindistan gibi hızlı büyüyen ülkeler bu rakamın içerisindeki en büyük paya sahiptir. Masaüstü ve dizüstü bilgisayarlar dışında akıllı telefonlar ve tabletler yoluyla dijital bankacılık uygulamaları, her geçen gün daha yaygın hale gelmektedir. Asya ülkeleri içerisinde Güney Kore, %96’lık dijital bankacılık uygulaması kullanma oranı ile Avustralya’yla birlikte ilk sırada yer almaktadır (McKingsey, 2015). Asya ülkelerinde dijital bankacılık kullanım oranları Şekil 8’de verilmiştir. Şekilde yer alan oranlar, internet veya

akıllı telefon bankacılığı kullanıcılarının sayısının, her bir ülkedeki toplam bankacılık tüketimine bölünmesi ile hesaplanmıştır. Oranlara sadece kentsel tüketiciler dahil edilmiştir.

Şekil 8. Asya Ülkelerinde ve Avustralya’da Dijital Bankacılık Kullanım Oranları



Kaynak: McKingsley, 2015, <http://www.mckinsey.com/search?q=digital%20banking%20in%20asia>

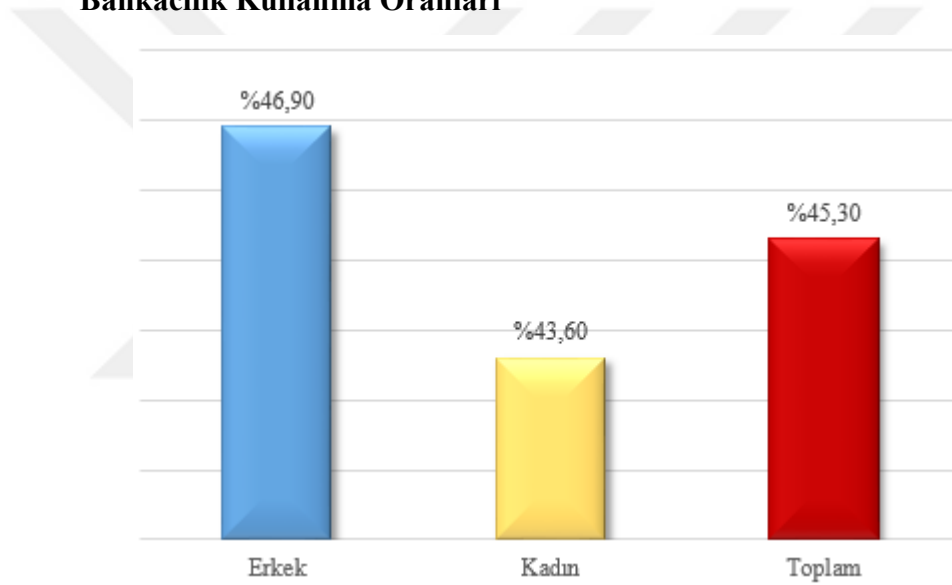
Şekil 8’de 12 Asya ülkesi ve Avustralya’da dijital bankacılık uygulamalarının kullanım oranları görülmektedir. Verilere göre ilk beş sırada %96 ile Güney Kore, %96 ile Avustralya, %94 ile Singapur, %93 ile Hong Kong ve %92 ile Tayvan yer almaktadır. Japonya %83 ile altıncı sıradadır. En düşük uygulama oranı %13 ile Filipinler’dedir.

2002 yılı sonunda internet bankacılığı yapan banka sayısı 22’yi bulmuştur. Kore’de elektronik bankacılığın tercih edilmesinin ana nedenleri maliyet tasarrufu sağlaması ve kullanıcılar açısından rahat ve kolay olmasıdır. İşlem bazında yapılan hesaplamada şubede yapılan işlem 2,05 ABD doları zarar olarak yansırken, elektronik ortamda yapılan işlem 36 cent kâr olarak görülmektedir (The Bank of Korea, 2008:109).

Kore’de ekonomik büyüme, bilişim teknolojilerinde ilerleme, yeni neslin istekleri ve tercihleri, yükselen işgücü maliyetleri ve bankacılık işlemlerindeki hacimsel büyüme finansal hizmetlerin hızla dijitalleşmesine neden olmuştur (The Bank of Korea, 2008:110). Kore’de gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere kıyasla bilgisayar sahiplik oranının yüksek olması ve genişbant internet bağlantısının geniş kullanım oranı bulması süreci kolaylaştırmıştır. 2006 yılına gelindiğinde e-bankacılık kullanımı konvansiyonel bankacılığa oranla dört kat fazla hacme ulaşmıştır (Şekil 8).

Kore’de dijital bankacılığın önündeki temel engeller güvenlik sorunu, uyum sorunu ve finans dışı kuruluşlar tarafından da hizmetlerin sunulması olarak sıralanabilir (The Bank of Korea, 2008:111). Güvenlik ihlalleri dijital bankacılıkta sistemik bir risk yaratmasa da kurumsal itibarı tehdit etmektedir. Nüfus yoğunluğunun büyük şehirlerde olması hem ilerlemeyi kolaylaştırıcı bir rolü olsa da nüfusun diğer kısmı için bir uyum sorunu getirmektedir. Finans dışı kuruluşların da hizmetlerini dijitalleştirerek çeşitlendirmesi mümkündür. Ancak regülasyonlarda kontrol mekanizmalara yer verilmesi uygun olmayan sonuçların doğmasına olanak vermeyecektir.

Şekil 9. Güney Kore’de İnternet Kullanıcılarının Cinsiyetlerine Göre Dijital Bankacılık Kullanma Oranları



Kaynak: <https://www.statista.com/statistics/226792/share-of-internet-banking-users-in-south-korea-by-gender/>

2013 yılında Güney Kore’de internet kullanan kişilerden internet bankacılığını kullanan kişilerle yapılan bir anket sonucunda, internet kullanıcılarının %45,3’ünün internet bankacılığını da kullandığı görülmüştür. İnternet kullanıcılarının cinsiyetlerine göre yapılan ayrımda erkeklerin %46,9, kadınların ise %43,6 oranında internet bankacılığı kullandığı hesaplanmıştır (https://www.statista.com/statistics/226792/share-of-internet-banking-users-in-south-korea-by-gender).

2.3.2. Brezilya’da Dijital Bankacılık Uygulamalar

Brezilya’da bankacılık sistemi modern anlamda 1905 yılında kurulmuştur (Triner, 1996:50). 1993 yılında enflasyon %30’ları bulunca istikrar programı kapsamında kamu bankaları üzerindeki kontrolün artırılması ve bankacılık sisteminin finansal derinliğinin sağlanması kararlaştırılmıştır (World Bank, 2005:1). 1993 yılında faaliyette bankaların yaklaşık %40’ı konsolidasyon, satın alma ve iflas gibi nedenlerle piyasadan çekilmiştir. Bu esnada yabancıların payları giderek artmıştır.

1997 yılında yapılan bir araştırmada Brezilya’da faaliyet gösteren 227 bankadan sadece 60’ının web sayfası olduğu tespit edilmiştir (Diniz, 2005:52). 2015 yılında Brezilya’daki bankaların durumuna bakıldığında, en büyük 50 bankadan 20’sinin yabancı sermayeli bankalar olduğu görülmektedir. 2008 yılında birleşen Banco Itau ve Unibanco, birleşme sonrası ülkenin en büyük bankası olmuştur (TETSİAD, 2015).

Son dönemde yerli malı tüketiminin desteklenmesiyle birlikte özel sektöre para aktaran bankacılık sektöründe de hızlı bir büyüme yaşanmıştır. Öyle ki 2003 yılından 2012 yılına kadar aktarılan bu paranın GSMH’a oranı %23’ten %47’ye çıkarak diğer gelişmekte olan ülkelerin çok üzerinde seyretmiştir. Nakit akışında sorun olmayan Brezilya’nın dışarıya karşı da bir hassasiyeti bulunmamaktadır (Jaeger, 2012).

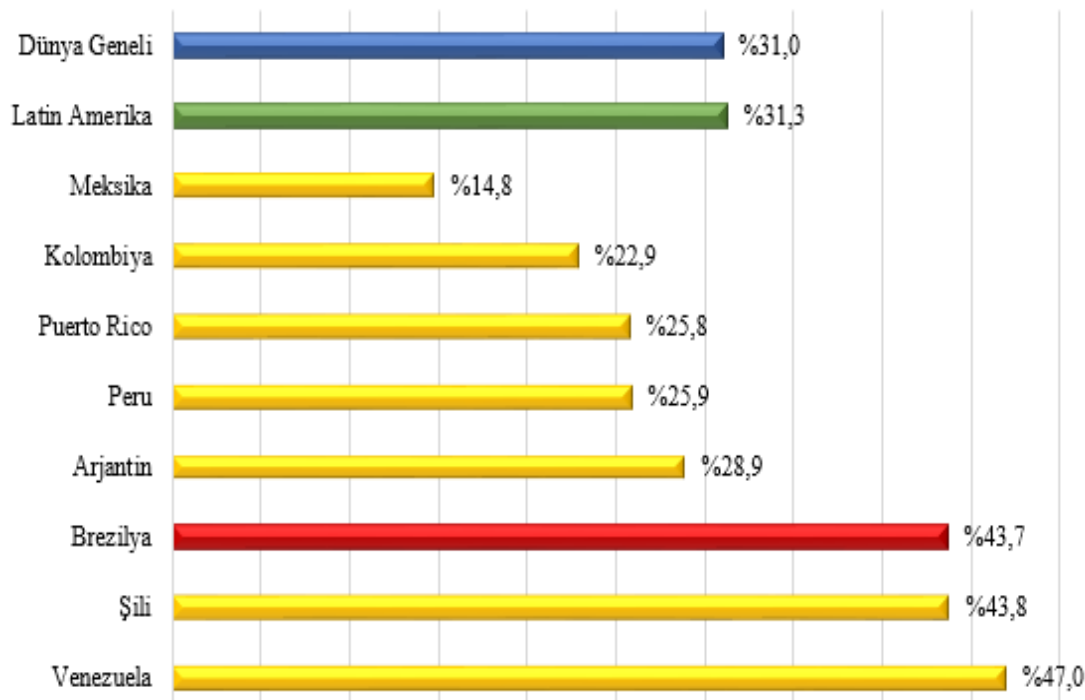
2007 yılında yapılan araştırmada 100.000 kişi başına 9,5 şube, 40,5 ATM ve 8.320 POS düştüğü tespit edilmiştir. Gelişmiş ülkelerde şubeleşme sayısı 30,6 iken ATM sayısı 64,3’tür. İnternet bankacılığı kullanıcı sayısı 2000 yılında 8,3 milyon iken 2007 yılında 32,5 milyona ulaşmıştır (Riolino ve Dias, 2009).

Brezilya’da 2015 yılında 114 milyon internet kullanıcısı varken bu sayı 2016 yılında 119 milyona çıkmıştır. Nüfus artış hızına bağlı olarak 2021 yılına kadar yapılan projeksiyona göre, 2021 yılında aktif internet kullanıcı sayısının 133 milyonun üzerine çıkacağı tahmin edilmektedir. 2016 yılı itibarı ile Brezilya nüfusunun %56,79’u internete erişim sağlamaktadır. Mobil telefon kullanan kişi sayısı ise 81,4 milyon kişidir (<https://www.statista.com/statistics/255208/number-of-internet-users-in-brazil/>, 2016). Bu oranlar, Brezilya açısından bakıldığında, internet bankacılığı ve mobil bankacılığın aktif

kullanımının artması durumunda, bankacılık sistemine önemli kazançlar sağlayacağını göstermektedir.

Çevrimiçi bankacılık hizmetlerinin Latin Amerika ülkeleri açısından kullanım oranlarına yönelik 2013 yılının Mart ayında yapılan araştırma sonuçları Şekil 10’da verilmiştir.

Şekil 10. Latin Amerika Ülkelerinde İnternet Kullanıcıları İçinde Çevrimiçi Bankacılık Kullanıcı Oranları



Kaynak: <https://www.emarketer.com/Article/Online-Banking-Reaches-Significant-Share-of-Web-Users-Brazil/1010255>

Şekil 10’da görüldüğü gibi Brezilya’da toplam internet kullanıcılarının %43,7’si internet bankacılığı hizmetlerini kullanmaktadır. Bu oran ile Brezilya, %47 ile ilk sıradaki Venezuela ve %43,8 ile ikinci sıradaki Şili’den sonra, Latin Amerika ülkeleri içerisinde internet bankacılığı kullanma oranı açısından üçüncü sırada yer almaktadır. Ayrıca Brezilya’da internet bankacılığının internet kullanıcılarına göre kullanılma oranı, Latin Amerika ülkeleri oranından ve dünya geneli oranından da yüksek bulunmaktadır.

Diniz ve diğerleri (2005) tarafından yapılan nitel araştırma sonucunda Brezilya’nın en büyük üç bankasının elektronik bankacılık sistemleri incelenmiş ve temel hizmetlerin

tamamının dijital olarak sunulduğu tespit edilmiştir. Bankaların çoğunun telefon bankacılığı ve PC bankacılığı hizmeti sunduğu bilinmektedir (World Bank, 2005). İleri seviye hizmetin verilebilmesi için kullanıcıların bilişim teknolojileri kullanım seviyesinin yüksek olması gerektiği belirtilmiştir (Diniz vd., 2005).

2.3.3. Çin’de Dijital Bankacılık Uygulamalar

Çin’de komünist rejimde makroekonomik politikalar uygulanmasında neredeyse hiç rolü bulunmayan bankacılık sistemi 1979 yılındaki reforma hareketinden sonra hem organizasyonel hem de fonksiyonel değişikliklere uğramıştır. Bu değişikliklerle birlikte bankacılık sektöründe de çeşitlenme yaşanmış ve fon transferi fonksiyonu daha güçlenmiştir (Imai, 1985:451).

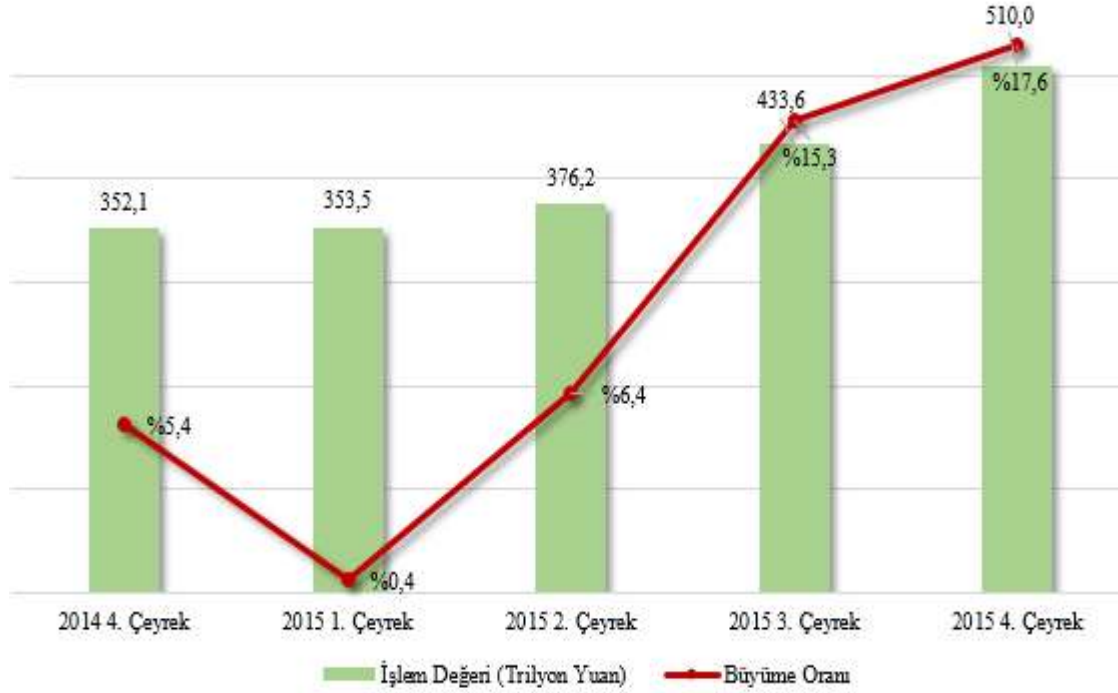
Çin’in komünist piyasasını kapitalizme açması sonrasında yabancı bankaların piyasaya girmesi ile birlikte daha sertleşen rekabet koşulları milli bankaları dijital uygulamalar yapmaya zorlamıştır (Kurnia vd., 2010). Çin’in hızlı bir şekilde büyümesi, e-ticarete ilişkin teknik ve hukuki altyapısının yetersizliği Çin’i incelenecek ilginç bir örnek haline getirmektedir.

Giderek yoğunlaşan rekabet ortamında avantaj elde etmek isteyen bankalar bilişim teknolojilerine yatırım yapmak ve dijital uygulamalara ağırlık vermek durumundadır. 2002 yılında 3,5 milyon olan internet kullanıcısı sayısı 2004 yılı sonunda 10 milyonu aşmıştır. 2007 yılında ise kullanıcı sayısı 148 milyonu bulmuş ve işlem hacmi 245,8 trilyon Yuan’a ulaşmıştır (Yuan vd., 2010).

Çin’deki ilk dijital bankacılık uygulaması 1997 yılında China Merchant Bank tarafından sunulan ilk nesil elektronik bankacılıktır. 1999-2001 yılları arasında da elektronik fatura ödeme sistemi ve fon yönetimi gibi uygulamalar piyasaya sunulmuştur. 2001 yılından sonra e-ticaretin artması ve Çin merkezi küresel bir boyut kazanması ikinci nesil elektronik bankacılığa geçişe neden olmuş ve yatırım işlemleri başta olmak üzere varlık yönetimi de elektronik olarak bankacılık işlemlerine dahil edilmiştir (Kurnia vd., 2010:2). 2008 yılında yapılan bir araştırma kentsel nüfusun %20’sinin, şirketlerin %40’ının elektronik bankacılığı kullandığını ortaya koymuştur (CFCA, 2008).

Çin’de çevrimiçi bankacılık hizmetleri ve buna bağlı olarak çevrimiçi bankacılık kullanımı hızlı bir artış göstermektedir. Bu artış, 2014 yılı son çeyreği ile 2015 yılı son çeyreği arasındaki süreleri kapsayacak biçimde, Şekil 11’de görülmektedir.

Şekil 11. Çin’de Dijital Bankacılık Uygulamaları



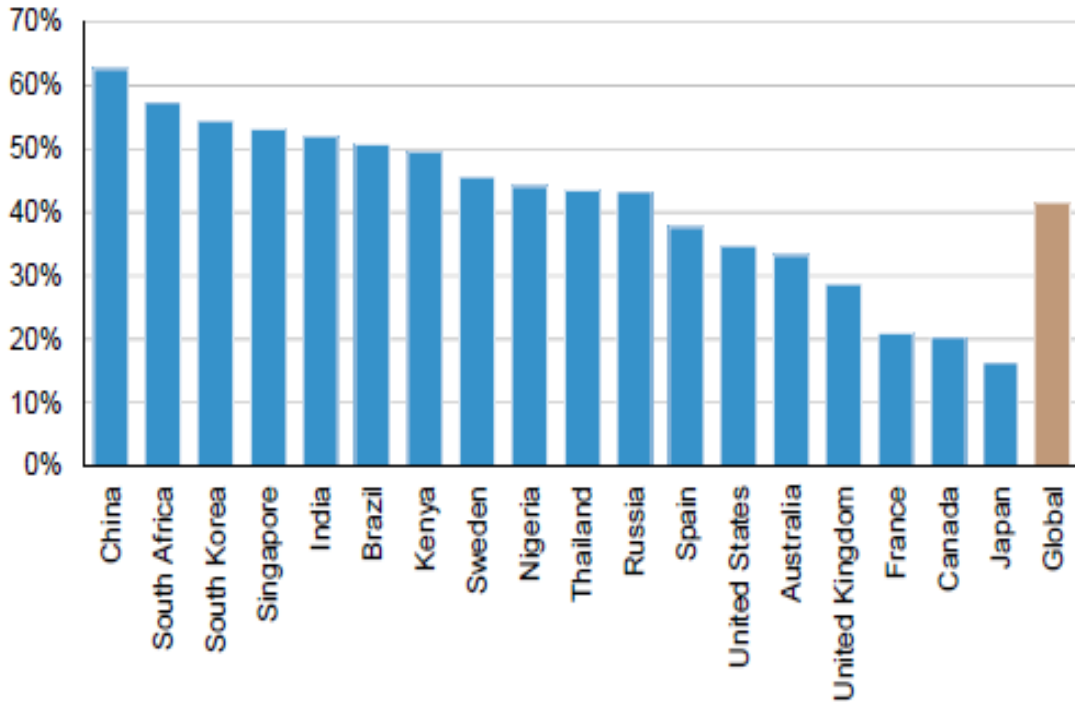
Kaynak: <https://www.chinainternetwatch.com/17229/online-banking-q4-2015/>.

2014 yılı ilk çeyreğinde, 2014 yılının 3. çeyreğine göre %5,4 oranında bir büyüme yaşanırken, 2015 yılının 1. çeyreğinde büyüme oranı %0,4’de kalmıştır. Diğer çeyreklerde hızlı bir artışa giren çevrimiçi bankacılık işlem hacmi, 2015 yılının 4. Çeyreğinde 510 milyon Yuan’lık bir hacme ulaşmış, bir önceki çeyreğe göre %17,6’lık ciddi bir büyüme göstermiştir. Bu artışın başlıca nedenleri arasında çevrimiçi bankacılık hizmetlerinin geliştirilmesi ve çevrimiçi alışveriş ticaretinin önemli oranda teşvik edilmesi sayılmaktadır. Çevrimiçi finans hizmetlerinin artması, kredi hizmetlerinin çevrimiçi yapılabilir duruma gelmesi, kapsamlı finansal hizmetlerin internet şubeleri üzerinden sunulması, kurumsal çevrimiçi bankacılık hizmetlerinin geliştirilmesi ile birlikte, 2015 yılının son çeyreğinde Çin’de çevrimiçi bankacılık piyasasının işleri yoğunlaşmaya başlamıştır (<https://www.chinainternetwatch.com/17229/online-banking-q4-2015/>).

Dijital bankacılık uygulamalarının Çin’de giderek yaygınlaşmasının ana nedeni yabancı bankalar ve devletin destek vermesi olarak özetlenebilir (Kurnia ve diğerleri, 2010). Ancak bu çabalar Çin’deki değişimle eş zamanlı yürütülmektedir. 2003 yılında Dünya Ticaret Örgütü’ne üyelik kapsamında bankacılık piyasasının yabancılar açılmasından önce iktisadi devlet teşekkülü olan bankalar özelleştirilmiştir (Dobson ve Kashyap, 2006).

1999 yılında internet bankacılığı kullanıcı toplam nüfustaki oranı %1’den az iken, nüfusun PC satın alma her yıl artarak devam ettiği ve nüfusun genç ve eğitim seviyesi yüksek olduğu için hızla artması beklenmektedir (Yuan vd., 2010). Nitekim KPMG (2015) tarafından yapılan ve Şekil 12’de yer alan mobil bankacılık araştırmasında Çin %60-70 oranı ile ilk sıralarda yer almaktadır.

Şekil 12. Çin’de Mobil Bankacılık Kullanım Oranları



Kaynak: KPMG. 2015. Mobile Banking 2015: Global Trends and their Impact on Banks, <https://www.kpmg.com/UK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/PDF/mobile-banking-report-2015.pdf>, s. 11.

Çevrimiçi bankacılık hizmetleri açısından ilk sırada %28,4 ile Çin Sanayi ve Ticaret Bankası (China Industrial & Commercial Bank) gelmektedir. Bunu %12,7 ile Çin İnşaat Bankası (China Construction Bank), %10,9 ile İletişim Bankası (Bank of Communication), %10,3 ile Çin Ziraat Bankası (Agriculture Bank of China) ve %7,4 ile Çin Bankası (Bank of

China) takip etmektedir (<https://www.chinainternetwatch.com/17229/online-banking-q4-2015/>).

2.3.4. Rusya’da Dijital Bankacılık Uygulamalar

Rusya’daki bankacılık sistemi 1988 yılında kabul edilen kooperatifçilik kanunu ile birlikte kurulmuş sayılmaktadır. Genel olarak bankacılık işlemleri Medeni Kanun’a göre yürütülmektedir (CPSS, 2011:288). Rusya’da kullanılan ödeme yöntemleri arasında kredi transferleri, mevduatlar, çekler, ödeme kartları ile birlikte e-para da tanımlanmıştır. 2009 yılı itibarıyla 124 milyon kart sahibi 92.530 ATM’de ve 354.391 POS’da işlem yapmıştır (CPSS, 2011:301-304).

Komünizm sonrası geçiş döneminde çoğu işletme kendi bankasını kurmuştur. Geçiş döneminde krizler yaşayan bankacılık sistemi 1998 krizinin ardından Rusya bankacılık sisteminde hızlı bir gelişim yaşanmıştır. Özellikle banka iflasları başta olmak üzere yeniden yapılandırma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bunun sonucu olarak 1999 yılında iki ayrı kanunla hem bankacılık yapısı hem de iflasları düzenlenmiştir (Alexander vd., 2000:5). Bu dönem yapılan incelemeler bankaların neredeyse tamamının sendikasyon problemi yaşadığını da ortaya koymuştur. Öyle ki sadece üç bankanın bilanço değeri pozitif olarak tespit edilmiştir.

Rusya’daki bankacılık sisteminin işlevselliği ve derinliği olmadaki gibi finansal piyasa olarak aracılık rolü görmek, fonları katma değerli projelere dönüştürmek yerine hissedarların varlıklarını artırmayı amaçlamaktadır (Chowdhury, 2003:4). Rusya’nın hacimsel ve işlemsel en büyük iki bankası devlet bankasıdır. Özellikle son altı yıl içerisinde görülen hızlı konsolidasyonla bu büyük bankalar yaklaşık 300 bankayı ele geçirmiştir (Kearney, 2012:1). 1997 yılı itibarıyla 1675 bankanın lisanslı olduğu düşünülürse bankacılık sektörünün büyüklüğü hakkında daha açıklayıcı olabilir (Alexander vd., 2000:15).

Sektörün lideri olan Sberbank dijital uygulamaları ile dikkat çekmektedir. Sberbank 2014 yılı içerisinde Yandex.Money markasıyla dijital uygulama başlatmış ve elektronik cüzdan ürünüyle aylık 1 milyar Rublelik işlem hacmine ulaşmıştır (Sberbank, 2015:19). Hizmetlerini geliştirmeyi planlayan banka çoğu hizmetini çevrimiçi yapmayı, Cyber Security 2018 adında bir programla güvenli kullanım sağlamayı planlamaktadır.

2016 yılı itibarı ile Rusya’da, 143 milyonluk toplam nüfusun 102 milyonu interneti kullanmaktadır (<http://www.internetlivestats.com/internet-users/russia>). Nüfus ve internet kullanıcısı oranları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Yıllara Göre Rusya Nüfusu ve Aktif İnternet Kullanıcıları

Yıllar	Toplam Nüfus	Aktif internet kullanıcısı	İnternet kullanıcılarının nüfusa oranı
2016	143.439.832,00	102.258.256,00	%71,3
2015	143.456.918,00	101.928.190,00	%71,1
2014	143.429.435,00	101.146.438,00	%70,5
2013	143.367.341,00	97.446.782,00	%68,0
2012	143.287.536,00	91.417.448,00	%63,8
2011	143.211.476,00	70.173.623,00	%49,0
2010	143.158.099,00	61.557.983,00	%43,0

Kaynak: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/russia>

Tablo 5’deki veriler incelendiğinde 2010 yılında toplam nüfusun sadece %43’ü aktif internet kullanıcısı iken 2016 yılında bu oran %71,3’e çıkmıştır. Tablodaki veriler, son 6 yıl içerisinde internet kullanıcı sayılarının önemli oranda artış gösterdiğini de göstermektedir.

2016 yılı itibarı ile kredi kuruluşları üzerinden uzaktan erişim kullanılarak açılan hesap sayıları, çevrimiçi finansal hizmetlerin kullanımındaki artışı açık bir şekilde göstermektedir. Tablo 6’da 2010 – 2016 yılları arası uzaktan erişim ile işlem yapılan hesap sayılarını içermektedir.

Tablo 6. Rusya’da 2010-2016 Yılları Arasında Toplam Hesap ve İnternet Üzerinden Erişim Sayıları (x1000)

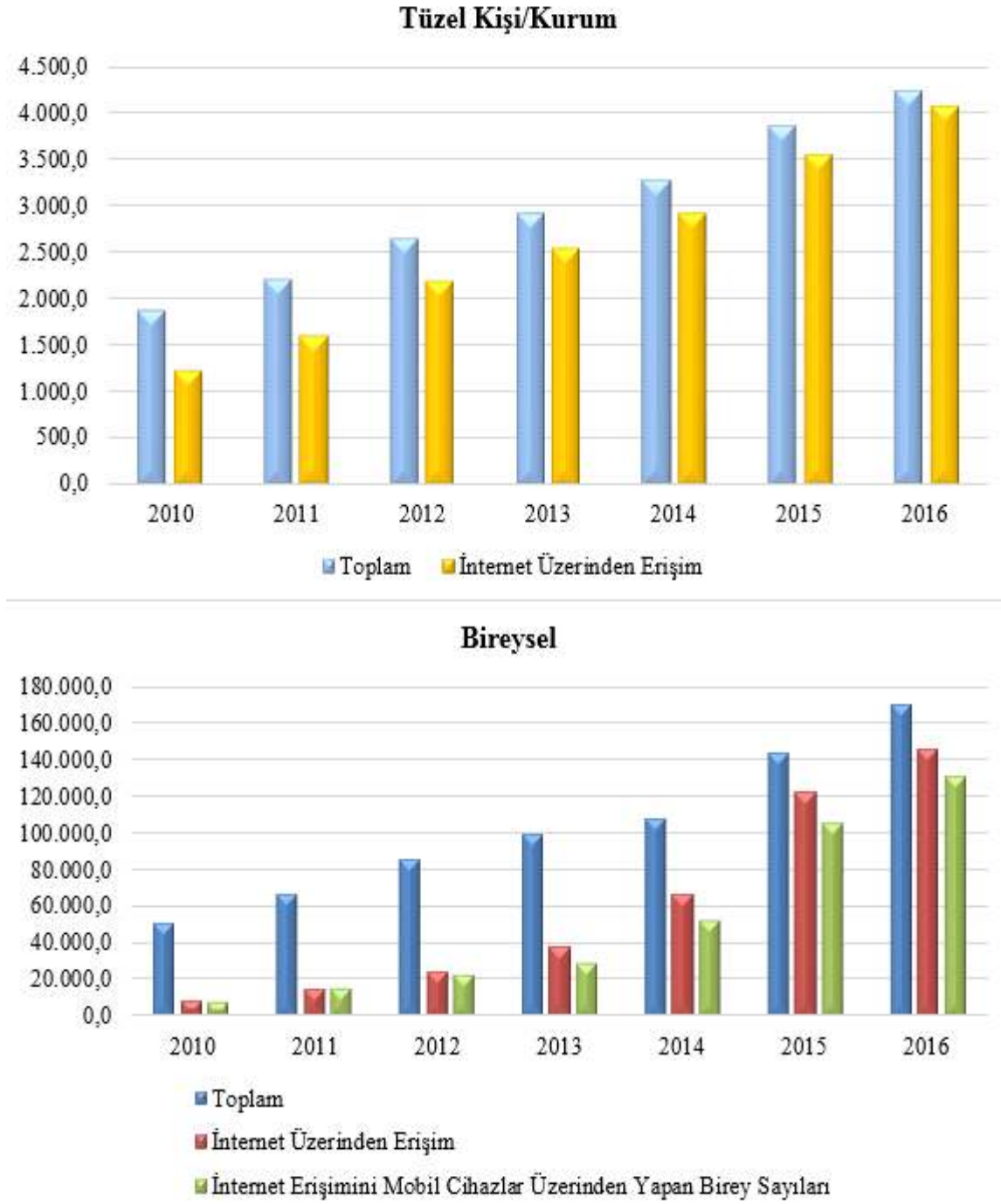
Yıl	Toplam Hesap Sayıları	Tüzel Kişi/Kurum		Bireysel		İnternet Erişimini Mobil Cihazlar Üzerinden Yapan Birey Sayıları
		Toplam	İnternet Üzerinden Erişim	Toplam	İnternet Üzerinden Erişim	
2016	174.623,8	4.249,9	4.080,9	170.373,9	145.990,6	129.840,9
2015	147.801,6	3.875,3	3.567,6	143.926,3	122.341,9	104.951,5
2014	110.791,5	3.292,2	2.936,7	107.499,2	66.462,7	51.370,8
2013	102.872,9	2.938,2	2.563,2	99.934,7	38.209,8	28.811,9
2012	87.992,1	2.657,7	2.190,8	85.334,4	24.236,0	22.187,5
2011	68.397,3	2.224,6	1.619,4	66.172,7	15.008,0	14.539,5
2010	52.586,9	1.877,7	1.235,9	50.709,2	8.278,3	6.813,4

Kaynak: https://www.cbr.ru/Eng/statistics/print.aspx?file=p_sys/sheet009.htm&pid=psrf&sid=ITM_37190

Tablo 6’deki veriler incelendiğinde 2010 yılında yaklaşık 52,5 milyon olan hesap sayısının 2016 yılında 174,6 milyona çıktığı, 2010 yılında bu hesaplara tüzelde yaklaşık 1.2 milyon, bireyselde yaklaşık 6.2 milyon çevrimiçi erişim yapılırken 2016 yılında tüzelde yaklaşık 4,2 milyon, bireyselde yaklaşık 145,9 milyon çevrimiçi erişim yapıldığı görülmektedir. Ayrıca mobil araçlar üzerinden hesaplara ulaşım sayılarının da önemli oranda arttığı, 2010 yılında yaklaşık 6,8 milyon kişinin mobil araçlar üzerinden erişim yaptığı, bu sayının 2016 yılında yaklaşık 129,8 milyona çıktığı görülmektedir.

2010-2016 yılları arası Tüzel Kişi/Kurum ve Bireysel kullanıcıların çevrimiçi bankacılık hizmetleri kullanım artışları Şekil 13’de görülmektedir.

Şekil 13. Rusya’da 2010-2016 yılları arası Tüzel Kişi/Kurum ve Bireysel Kullanıcıların Çevrimiçi Bankacılık Hizmetleri



Kaynak: Tablo 6'daki veriler kullanılarak hazırlanmıştır.

2.4. Küresel Dijital Bankacılık İyi Uygulama Örnekleri

Çalışmanın bu kısmında incelenen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerden örnekler verilmek suretiyle dijital bankacılık kavramı somutlaştırılmaya çalışılmıştır. Bu kısmında yer alan örnekler Finlandiya, Estonya, Çin ve Kore'den seçilmiştir.

2.4.1. Nordea Bank/Finlandiya

İnternet bankacılığı Finlandiya'da %65 kullanım oranı en sık kullanılan dijital uygulamalar içerisinde üçüncü sırada yer almaktadır. Nordea Bank'ın dijital bankacılık hizmetlerindeki en yüksek kullanım oranı toplam müşterilerin içerisinde %40, aktif müşteriler içerisinde %75 oranı ile Finlandiya'dadır. Finlandiya'da bu oranın diğer ülkelere oranla yüksek olmasının sebepleri arasında aşağıda yer alan konular ön plana çıkmaktadır (Centeno, 2004:308):

- Bilişim teknoloji şirketlerinin altyapıyı güçlendirmesi ve yaygınlaştırması.
- İnternete işyerlerinden de kesintisiz erişim sağlanması.
- Müşterilerini daha makul ücretlerle e-bankacılığa yönlendirmeleri.
- AB üye devletleri içerisinde dolaşımdaki paranın en az olduğu ülke olması (GSMH'nın %2,2'si-AB ortalamasının yarısından daha az).
- Elektronik ödeme araçları kullanım oranının AB ortalamasının çok üzerinde olması (AB ortalaması %37).
- ATM sayısı AB'ye nispeten çok düşük olan Finlandiya'da ATM kullanım oranı AB ortalamasının neredeyse 1,5 katı kadar olması.

Nordea Bank, internet üzerinden mobil bankacılık servisleri vermekte, akıllı telefon uygulamaları ile bankacılık hizmetlerini müşterilerinin cep telefonlarına kadar ulaştırabilmektedir.

Nordea Bank, mobil uygulamalar ile kullanıcılarının her türlü fatura ödemelerini yapmalarına, kendi hesapları ile ilgili işlemler dışında farklı hesaplara para transferi yapmalarına olanak sağlamaktadır. Geliştirilen uygulamalar, her türlü işletim sistemi ve akıllı telefonda çalıştırılabilir uygulamalardır. Mobil bankacılık ile müşterilere aşağıdaki

olanaklar sunulmaktadır (<http://www.nordea.dk/om-nordea/nordea-in-english/mobilbank-english.html>):

- Hesap takibi ve hesap ayrıntıları,
- Mobil uygulama için gereken NemID kod kartına gerek kalmadan kendi hesapları arasında para transferleri,
- NemID kod kartları kullanılarak farklı hesaplara para transferleri,
- Nordea Bank kredi kartları ile ilgili işlemler,
- Kredi kartı sigorta şartlarını görüntüleme, seyahat sigortası satın alma,
- Kredi kartlarının kullanımını engelleme.

Nordea Bank mobil bankacılık sayfası Ek-1’de yer almaktadır.

2.4.2. Hansabank/Estonya

Baltık bölgesindeki sektörün lideri Hansabank aynı zamanda hem Estonya’nın hem de bölgenin en büyük bankasıdır. Estonya’daki bireysel bankacılık müşterilerinin %70’ine sahip olan banka, müşterilerin %37’sine internet bankacılığı hizmeti sunmaktadır. Estonya’daki bu yüksek oranın sebepleri arasında aşağıda yer alan konular ön plana çıkmaktadır (Centeno, 2004:308-309):

- Nüfusun %42’sinin internet kullanıyor olması.
- İşyerinden internet bankacılığının kullanımının yaygın olması.
- Bilgisayar okuryazar oranının yüksek olması.
- Nakit dışı ödeme araçlarının yaygınlığı.

1998 yılında Hansabank’ın hisselerinin %50’si, İsveç FöreningSparbanken (Swedbank) tarafından alınmıştır. 2008 yılından itibaren Baltık Devletlerindeki Hansabank adı, Swedbank olarak değiştirilmiştir. Halen Swedbank adı altında faaliyetlerini devam ettirmekte, mobil bankacılık hizmetleri de bu ad altında verilmektedir (<https://www.swedbank.com/about-swedbank/our-history/hansabank-history/>).

Bankanın mobil bankacılık hizmetleri olarak sundukları şunlardır (<https://www.swedbank.ee/business/d2d/ebanking/mobile?language=ENG>):

- Ödemelerin anında hesaplara aktarılması,
- İşlemler ve rezervasyonlar için hızlı takip sistemi,
- Doğrudan kredi kartı hesabından ödeme yapabilme,
- En yakın ATM ve şube bilgisine ulaşabilme,
- Harcama ve hesapların kolay takibi, hesap özetleri çıkarma,
- Kullanılabilir fonların kontrolü,
- Kredi kartları engelleme ve engelleri kaldırma,
- Birden fazla ödemeyi bir kerede onaylayabilme,
- Döviz kurları ile işlem yapabilme,
- Kolay kredi başvurusu yapabilme,
- Banka kartı limitlerini değiştirebilme.

Hansabank mobil bankacılık sayfası Ek-2’de yer almaktadır.

2.4.3. Industrial Bank of Korea

Kore’de 2015 yılında 15 bankanın 1700 müşterisi ve 9 büyük banka ile yapılan bir araştırmaya göre mobil bankacılık kullanımı %47 gibi yüksek bir seviyede bulunmaktadır. Güney Kore’de teknolojiye uzun yıllar boyunca yatırım yapılmış olması, nispeten daha ucuz servis sağlanması, mobil araçların fiyatlarının da daha uygun olması gibi nedenler, mobil bankacılık kullanımının yüksek olmasını sağlayan önemli nedenler arasındadır. Tüketicilerin şube ve telefon bankacılığında büyük ölçüde memnuniyetsizliklerinin olması da mobil bankacılığın daha fazla kullanılmasına neden olmaktadır (<http://www.bain.com/publications/articles/customer-loyalty-in-retail-banking-2012-south-korea.aspx>).

Industrial Bank of Korea mobil bankacılık sayfası Ek-3’de yer almaktadır.

2.4.4. Industrial & Commercial Bank of China (ICBC)

Dünyanın en büyük bankaları sıralamasında ilk sırada yer alan ICBC (<http://www.relbanks.com/worlds-top-banks/assets>), 01.01.1984 tarihinde kurulmuştur. Toplam varlıkları ve piyasa değeri açısından, 2016 yılında dünyanın en büyük bankası konumundadır. Türkiye’de de 2015 yılında faaliyet göstermeye başlamıştır. ICBC, dünyanın 42 ülkesinde, yaklaşık 17.000 şubeye sahiptir. Bireysel müşteri sayısı yaklaşık 496 milyon, kurumsal müşteri sayısı ise yaklaşık 5 milyondur (<https://www.icbc.com.tr/tr/hakkimizda/detay/ICBC-Hakkında/404/1111/0>).

ICBC tarafından verilen mobil bankacılık hizmetleri arasında aşağıdaki örnekler sıralanabilir:

- Hesapların kontrolü,
- Transfer ve havaleler,
- Kredi başvuruları,
- Fatura ödemeleri,
- Borsa hizmetleri ve fon yönetimi,
- Kambiyo işlemleri,
- Değerli metallerle işlem yapma,
- ICBC varlık ve servet yönetimi ürünlerini kullanma,
- ICBC mesajlaşma,
- Kredi kartı işlemleri,
- Döviz işlemleri.

Industrial & Commercial Bank of China (ICBC) mobil bankacılık sayfası Ek-4’de yer almaktadır.

2.4.5. Egg.com/İngiltere

1998 yılında kurulan ve çevrim içi mali hizmetler sunan bir İngiliz şirketi olan Egg, bankacılık işlemlerinin yanında sigorta hizmetleri de vermektedir. Halen faaliyetlerine yalnızca dijital ortamda devam eden şirket İngiltere’nin büyük banklarından birisi olan Yorkshire Building Society çatısı altında faaliyet göstermektedir. Hizmetlerini çeşitlendiren

oluşum halihazırda konut kredisi, yatırım bankacılığı, tasarruflar ve sigortacılık alanlarında şube bankacılık hizmetlerinin neredeyse tamamını vermektedir.

2016 yılı itibarı ile 3.1 milyon müşterisi bulunan egg, faaliyete başladığında, aynı dönemde İngiltere’de mevduat faiz oranları % 6- %7 arasında değişmekteyken, “1 sterlin ve daha yukarısı” tasarruf mevduatına %8 faiz vereceğini duyurmuştur. Öte yandan kredilerde, aynı dönemde, İngiltere’de ortalama %12 civarında faiz oranı uygulanmaktayken, egg faiz oranını % 10,9 olarak ilan etmiştir.

Egg.com mobil bankacılık sayfası Ek-5’de yer almaktadır.

2.4.6. MyBank/AB

2014 yılı Mart ayında hizmete başlayan MyBank, tamamen dijital ortamda müşterilerin kişiselleştirilmiş çevrimiçi bankacılık platformları üzerinden güvenli ödeme yapmaları ve kimlik doğrulamalarını gerçekleştirdikleri bir dijital bankacılık uygulamasıdır.

Bu uygulama hiçbir kişisel bilgi depolanmamaktadır. Müşterinin çevrimiçi banka hesabı ile ticaret yaptığı işletmenin bankası ile direk bağlantı kurulmaktadır. Ödemelerin ödeme anında onaylanması suistimal ve mükerrer ödeme ihtimalini azaltmaktadır. 2012 yılı verisine göre Avrupa’daki çevrimiçi ödemelerde yaklaşık 800 milyon avruluk kayıp olduğu değerlendirdiğinde güvenli dijital bankacılığın yarattığı katma değer daha açık ve anlaşılır olmaktadır.

Uygulamayı kullanmaya başlayan müşteriler kendi bankalarını seçerek işleme başlamaktadır. Kimlik bilgileri doğrulanınca ödeme bilgileri doğrudan kullanıcıya sunulmaktadır. Kullanıcı ödemeyi onayladığı anda anında işlem tamamlanabilmektedir.

MyBank şimdilik elektronik ödeme yapabilmeyi, mevduat hesabında ayarlama yapabilmeyi ve güvenlik işlemlerini kullanıcılara sunmaktadır. Son kullanıcılar arasında güvenli ve anlık ödeme imkanı sunan banka AB’de tüm üye devletlere hizmet vermektedir.

Şekil 14. MyBank İşlem Adımları



Şekilde verilen 1. adımda müşteri ödeme yöntemi olarak MyBank seçmekte ve kendi banka adını yazmaktadır. Bu aşamadan sonra otomatik olarak kendi çevrimiçi bankacılık portaline yönlendirme işlemi yapılmaktadır. 2. aşamada hesabına girmek için gerekli erişim şifreleri ve doğrulama kullanılmaktadır. 3. aşamaya geçildiğinde MyBank tarafından ödeme onayı ilgili bankadan alınmakta ve ödeme yapılacak noktaya onay verilmektedir. 4. aşamada sipariş ve alım gerçekleşmektedir.

MyBank mobil bankacılık sayfası Ek-6'de yer almaktadır.

BÖLÜM III

TÜRKİYE’DE DİJİTAL BANKACILIĞIN MEVCUT DURUMUNUN ANALİZİ

Ticari faaliyetlerin daha çok yabancı vatandaşlara bırakıldığı ve çeşitli nedenlerle tasarruf birikiminin yeterli seviyede sağlanamadığı Osmanlı İmparatorluğu’nda, bankacılık sistemi de bu gelişmemiş ortamdan payını almış ve imparatorluk sınırlarında bu alanda ki faaliyetler daha çok yabancılar tarafından kurulan küçük ölçekli bankalara ve basit bankacılık faaliyetleri yapan yabancı bankerlere bırakılmıştır. Bu durum, Türkiye Cumhuriyeti’ne de olumsuz olarak yansımış ve bankacılık sektörümüz, gelişmemiş ticarete paralel olarak, kaynak ve kalifiye eleman eksiklikleri nedeniyle gelişim sürecini oldukça yavaş geçirmiştir. Ancak 1990’lı yıllarla birlikte yaşanan kalkınma hamleleri bankacılık sektöründe de görülmüş ve en son teknoloji kullanılarak hizmetlerde iyileştirmeler yaşanmıştır. Ne var ki finansal derinlik sağlanamadığı için yaşanan krizler bankacılık sektörünü derinden sarsmıştır. Yeniden yapılandırma süreçleri sonunda konsolidasyonların yaşandığı ve sıkı tedbirlerin uygulandığı ülkemizde finansal istikrar sağlanarak bankacılık sektörüne bir ivme kazandırılmıştır. Öyle ki geleneksel bankacılık anlayışının yanında yenilikçi uygulamalarla dikkat çeken ve kalkınmada öncü rol oynayan bir sektör haline gelmiştir. Çalışmanın bu kısmında ilk olarak kısa bir şekilde bankacılık sektörünün gelişimi genel olarak ele alındıktan sonra Türkiye’deki dijital bankacılık uygulamalarının üzerinde durulmakta, mevcut durum ortaya konmaktadır.

3.1. Türkiye’de Dijital Bankacılık

Türkiye geliştirmekte olan diğer ülkeler gibi geçmişin ipoteğinde olmadığı için internet ile birlikte kendi temel sistemlerini kolay adapte edebilmiş, daha inovatif davranabilmiştir (Akı, 2016).

Türkiye’de işlem yapmaya başlayan ilk dijital banka 2012 yılında Finansbank tarafından “enpara.com” adı altında oluşturulmuştur. Vaka analizi şeklinde bu uygulamaları incelemenden önce genel olarak bankacılığın gelişimi ile özelde dijital bankacılığın seyri bu kısımda ele alınmaktadır.

3.1.1. Türkiye’de Bankacılığın Genel Olarak Gelişimi

Türkiye’deki bankacılık sisteminin kökleri fazla eskiye dayanmamakla birlikte Osmanlı’nın son dönemlerinde yapılandırıldığı görülmektedir. Osmanlı’da paraya dayalı bir ekonomik sistemin olmaması bankacılık faaliyetlerinin gelişmemesine neden olmuştur. Bu bağlamda, Türkiye’de bankacılığın 1856 yılında kurulan Osmanlı Bankası ile başladığı ifade edilebilir.

Öncelikle bu dönem bankacılıkta yaşanan gelişmelerin aşağıda sıralanan üç aşamalı bir dönemden oluştuğunu belirtmekte fayda bulunmaktadır (Akgüç, 1989:10).

- Borçlanma Bankacılığı
- Yabancı Sermayeyi Destekleyen Bankacılık
- Ulusal Bankacılık

İlk yapılanma olan Osmanlı Bankası, dış borçların alınmasında Osmanlı hükümeti ile yabancı sermaye sahipleri arasında aracılık etmek amacıyla İngiliz sermayesi ile kurulmuştur. 1863 yılında Fransız sermayesi, 1875’de de Avusturya sermayesi bankaya ortak edilmiştir. Osmanlı Bankasını, faaliyet gösteren diğer yabancı bankalardan ayıran en önemli özellik, bankaya para basma ayrıcalığının tanınmış olmasıdır.

Osmanlı Devleti, tüm gelirlerini Osmanlı Bankası’na yatırmayı, tüm ödemelerini bu banka aracılığı ile yapmayı, iç ve dış borçlanmaları ile ilgili tahvilleri bu banka aracılığı ile çıkarmayı, her yıl bütçesinin bir örneğini bankaya vermeyi kabul etmiştir. Hatta banka devlet bütçesini denetleme konusunda yetkilendirilmiştir (Akgüç, 1989). Diğer yandan, 1847 yılında Alleon ve Baltazzi isimli iki Galata bankeri tarafından kurularak 1852 yılında kadar faaliyette bulunan İstanbul Bankası da bankacılık alanındaki ilk girişim sayılabilir.

Bunların haricinde yabancı sermayeli başka bankaların varlığına da rastlanmaktadır. Bu yabancı sermayeli veya yabancı sermaye iştiraki ile kurulan bankaların veya şube açan büyük yabancı bankaların, Hazine’ye borç verme işlerini sürdürmekle beraber, kendi ülkelerinin çıkarlarına hizmet ettikleri, Osmanlı Devleti’nin kendi ülkeleri ile olan ticaretini geliştirmeye çaba gösterdikleri, ülkemizde faaliyette bulunan yabancı firmalarla, yabancı uyruklu iş adamlarını finanse ettikleri, kendi çıkarları doğrultusunda ulaşım ve madencilik

sektörlerinde yatırımlara giriştikleri ve bu alanlarda yatırım yapacak yabancı sermayeye aracılık ettikleri ifade edilebilir (Akgüç, 1989:11).

Ulusal bankacılığın ilk bankası olarak Ziraat Bankası, tarımsal kredilendirmeyi devlet denetimine almak üzere 1888 yılında kurulmuştur. Menafi Sandıkları'nın hak ve görevlerini devralan Ziraat Bankası'nın sermaye kaynağı Menafi Sandıklarında olduğu gibi Menafi hisselerinden oluşturulmuştur. Bankanın görevleri ise; satılması mümkün olan gayrimenkul rehni ve kuvvetli kefalet karşılığında kredi kullanırmak, faiz karşılığında tevdiat kabul etmek, ziraata ilişkin sarraflık ve aracılık işleri yapmak şeklinde tespit edilmiştir. Sermayesi 1924 yılında artırılan Ziraat Bankasına, tarımsal kredi vermenin yanında her türlü bankacılık faaliyetinde bulunabilme yetkisi verilmiş ve statüsü anonim şirket olarak değiştirilmiştir (Tezel, 1986: 200-349).

Cumhuriyet'in ilk yıllarında devletçilik politikası gereği ekonomide temel sektörleri desteklemek ve finanse etmek üzere ticari krediler alanında 1924 yılında Türkiye İş Bankası, sanayi kredileri alanında 1925 yılında Sınai ve Maadin Bankası ve konut kredileri alanında 1927 yılında Emlak ve Eytam Bankası kurulmuştur.

Cumhuriyet döneminde bankacılık alanında atılan en önemli adım 30 Haziran 1930 tarihli 1715 sayılı kanunla, 15 milyon lira sermayeli bir anonim şirketi olarak Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin kurulması olmuştur. Bankaya iskonto fiyatını tespit etme ve para piyasasını düzenleme, hazine işlemlerini yapma ve hükümetle birlikte hareket ederek Türk parasının değerinin korunmasına yönelik önlemleri alma görev ve yetkileri verilmiştir (Akgüç, 1992).

İlerleyen dönemlerde devletçilik ilkesinin gereği olarak uygulanan plan dönemleri için hazırlanan sanayi planlarında yer alan işletmelerin kurulması, işletilmesi ve finansman ihtiyaçlarının sağlanması amacıyla Sümerbank (1933), belediyeler tarafından ihtiyaç duyulan kredi ve teknik yardımları sağlamak amacı ile Belediyeler Bankası (1933), Etibank (1935), deniz yolları işletmelerinin oluşturulması ve finansman ihtiyaçlarının sağlanması için Denizbank (1937) ve küçük esnaf ve sanatkârın kredi ihtiyaçlarının karşılanması için Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) devlet tarafından özel amaçlı banka statüsüyle kurulmuştur.

Sanayileşme stratejisi olarak iktisadi devletçiliğin yerini özel sektörün desteklenmesi ile ekonomik kalkınmanın hızlandırılmasının uygulandığı 1945–1959 döneminde özel bankacılık hızla önem kazanmaya başlamıştır. Yeni devletçi anlayışın hâkim olduğu bu liberal dönemde Yapı ve Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ve Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (1950) kurulmuştur.

Faiz oranları ve bankacılık işlemlerinden alınacak komisyon oranlarının hükümetçe belirlenmesi ve dövizde dayalı işlem yapma yetkisinin sadece Merkez Bankası’nda bulunmasının da etkisiyle, şube bankacılığına ve mevduat toplamaya dayalı bir rekabet önem kazanmıştır. 1958 yılında “bankacılık mesleğinin gelişmesi, bankalar arasında dayanışmanın sağlanması ve haksız rekabetin önlenmesi” amacıyla, tüzel kişi statüsünde olan Türkiye Bankalar Birliği kurulmuştur (Akgüç, 1989:48).

1960 yılından 1980 yılına kadar devam planlı dönemde T.C. Turizm Bankası (1962), Sınai Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türkiye Maden Bankası (1968) ve Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1976) olmak üzere 5 kalkınma, Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası (1964) ve Arap-Türk Bankası (1977) olmak üzere 2 ticaret bankası kurulmuştur (Özcan, 2007).

1980 sonrası dönemde ithal ikamesi politikası terkedilerek ihracat politikası hedeflenmesiyle uluslararasılaşma süreci başlamış, dışa açılma ile birlikte piyasa ekonomisine geçilmiştir. 1985 yılında 3182 sayılı Bankalar Kanunu yürürlüğe girmiştir; uluslararası denetim ve gözetim sistemi ile uluslararası bankacılık standartları sisteme tanıtılmış, tek düzen hesap planı uygulaması getirilmiş, bilançolar dış denetime tabi tutulmuş, mevduat sigorta fonu kurulmuş ve donuk kredilere daha gerçekçi karşılık uygulanması getirilmiştir.

Ayrıca bu dönemde bankaların kısa vadeli ihtiyaçlarının karşılanması ve likidite fazlasının değerlendirilmesi amacıyla TCMB öncülüğünde interbank (bankalararası) piyasası kurulmuştur. Bu dönemin bir başka özelliği de ülkemizde şube açan yabancı banka sayısının fazlaşmasıyla sektörde rekabetin, dolayısıyla da etkinliğin artması olmuştur.

Döviz piyasasının 1988 yılında kurulmasını takiben sermaye hareketleri serbest bırakılmış ve 1990’da TL’nin konvertibilitesi ilan edilmiştir. Türk bankaları, yurtdışında

banka kurarak veya şube açarak dışa açılmaya başlamışlardır. Toptancı bankalar, büyük ölçüde dış ticaretin finansmanını sağlanması, leasing, factoring, forfaiting, menkul kıymet ihracında aracılık ve kısa vadeli kredi işlemlerine ağırlık vermişler ve uluslararası mali piyasalardan finansmanı arttırmışlardır (Parasız, 1994:125-127).

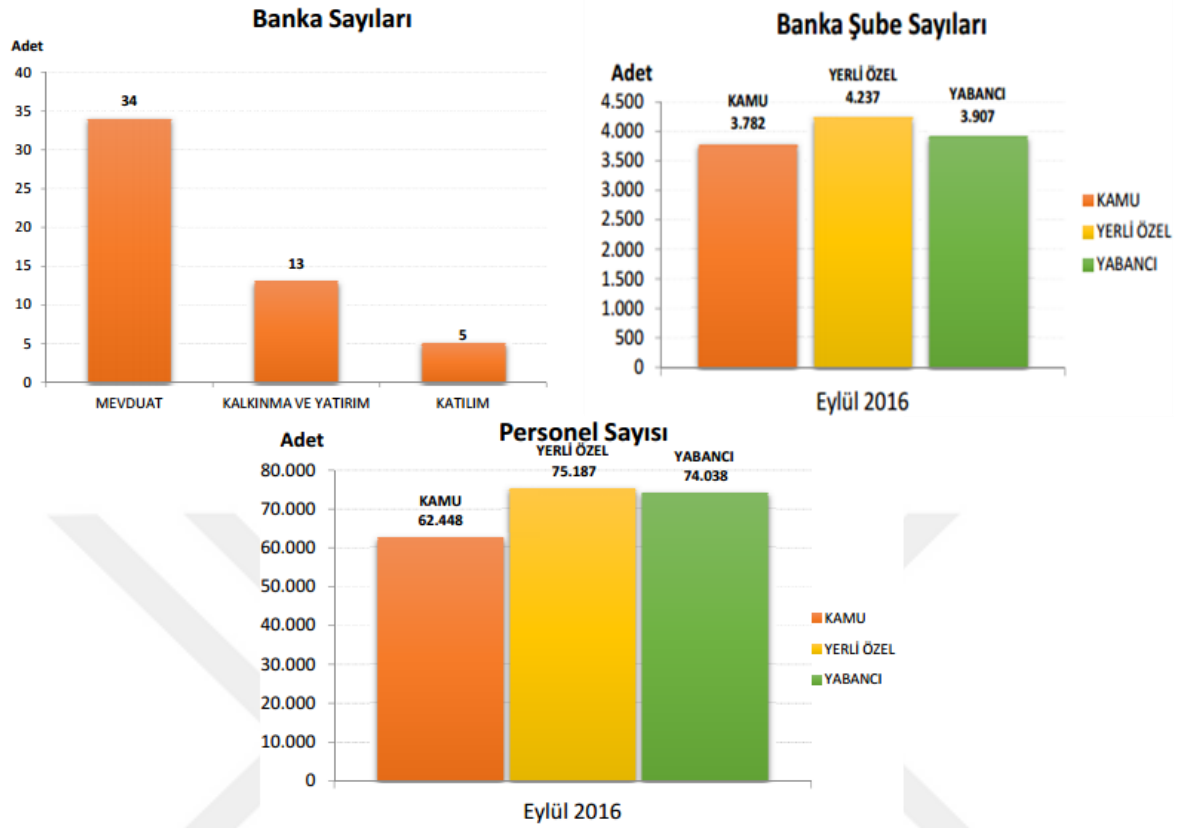
Bu dönemin diğer bir özelliği ise art arda krizlerin yaşanmasıdır. Yaşanan bu ekonomik istikrarsızlık aşağıda sıralanan sebeplerden dolayı bankacılık sektöründe çok ağır şekilde hissedilmiştir (Gülen, 2015:13).

- Öz kaynak yetersizliği,
- Küçük ölçekli ve parçalı bankacılık yapısı,
- Zayıf aktif kalitesi,
- Grup bankacılığı ve risklerin yoğunluğu,
- Kredi ve karşılıklar arasındaki uyumsuzluk,
- Piyasa risklerine aşırı duyarlılık ve kırılganlık,
- İç kontrol ve risk yönetimi konusunda yetersizlik,
- Şeffaflığın olmayışı,
- Kurumsal yönetim eksikliği.

Krizlerden dolayı bozulan istikrarın sağlanabilmesi için bankalar için yeniden yapılandırma programı başlatılmıştır. Haziran 1999'da yürürlüğe giren 4389 sayılı Bankalar Kanunu Türk bankacılık tarihinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu kanunla sektörün düzenleme ve gözetimi, mali ve idari özerkliğe sahip Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu'na devredilmiştir.

Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma programı kapsamında 2001 yılında yapılan düzenlemeler sonrası Türkiye'deki bankaların sermaye yapıları güçlendirilmiş ve bankacılık sektörü denetim mekanizmaları iyileştirilmiştir (Selvi, 2010:53). Bankacılık sektörü 2001 yılından sonra bir konsolidasyon yaşamış ve banka sayısı 51'e gerilemiştir. 79 bankadan 22'sinin yönetimi Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu'na devredilmiştir. Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma programının maliyeti 54 milyon ABD doları tutmuştur. Bu tutar dönemin GSMH'nın dörtte biri kadardır (Erdem, 2013:38).

Şekil 15. Bankacılık Sektörü 2016 Eylül Ayı Banka, Şube ve Personel Sayıları



Kaynak: https://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/TBSGG/15612tbs_temel_gostergeler_raporu_eylul_2016.pdf

Güncel olarak Türkiye’de bankacılık genel anlamda ele alındığı takdirde aşağıdaki bulgulara ulaşmak mümkündür (Küçükkocaoğlu, 2016: 1-2):

- Bankalar sermaye piyasalarının gelişmemiş olmasından etkilenmemek ve kaynak sağlayabilmek adına mevduat kaynaklarını tercih etmişler, böylece Türk bankacılık sistemini mevduat bankacılığı yapısında gelişmesine neden olmuşlardır. Mevduat bankacılığındaki gelişimle birlikte Türk bankacılık sistemi çok şubeli bir yapıya sahiplik etmiştir.
- Ülkemiz bankacılığında banka sayısı çok olsa bile birkaç büyük bankanın piyasanın nabzını elinde tutması ile piyasaya giriş çıkışları büyük oranda engelleyebilmesi sınırlı rekabet ortamı oluşmasına neden olmuştur.

- Ülkemizde bankaların sanayi kuruluşlarına kurucu düzeyinde ortak olmaları, bu sanayi firmalarının sermayelerine katılabildikleri gibi kendilerinin kurabilmeleri ve yöneticisi olmaları holding bankacılığını önemli ölçüde geliştirmiştir.
- Bankacılık sektörün gelişim evrelerine bakıldığında karma bir yapı sergilediği görülür. İlgili sektörde ihtisaslaşma seviyesi yetersiz olduğundan özel kanunlarla ve belirli konularda faaliyet göstermek üzere kurulan bankaların kanunla sınırları çizilen alanlarda faaliyet göstermelerinin yanında ticaret bankacılığı kapsamında kabul edilen kredi işlemleriyle de iştigal ettikleri gözlemlenmektedir. Bu durum Türk bankacılık sisteminin karma bir yapıda gelişim gösterdiğinin en bariz kanıtıdır.
- Ülkemizde bankacılık sektöründe uzmanlaşma görülmemektedir. Birçok banka kurulum aşamasında kanunlarla ve sadece uzmanlaştığı alanda hizmet vereceğini söylese de ticaret bankacılığı da yapmaktadır. Bu da ülkemiz bankacılık sektöründe uzmanlaşmanın olmadığını göstermektedir.
- Türk ticaret bankaları temel faaliyet alanlarının dışına çıkarak uzun vadeli krediler verebilmekte ve bünyelerinde tahvil ve hisse senedi bulundurabilmektedir. Bu durum bize ticaret bankalarının aynı zamanda iş bankalarının faaliyet alanı içinde bulunan iştirakçilik uygulamasına da girdiklerini göstermektedir.
- Türkiye geçmiş de dışa açılma alanında adımlar atmış olsa da günümüzde yeterince uluslararası kredi piyasasından yararlanamamaktadır. Ayrıca bu piyasaya da hizmet verebilecek ölçüde olduğunu söylemek de imkânsızdır.

3.1.2. Türkiye’de Dijital Bankacılığın Gelişimi

Türkiye’de ATM ilk olarak 1987 yılında İş Bankası tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Satış noktası terminalleri (POS) ülkemizde 1989 yılında kullanılmaya başlamıştır. Bankalararası Takas Odaları Merkezi’nin kurulmasıyla POS sayısında hızlı bir artış meydana gelmiştir. Ülkemizde plastik kartlar ve otomatik vezne makinelerinin kullanımı 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren artış göstermiştir (Takan, 2002).

Türkiye’de Yapı Kredi Bankasının ofis bankacılık uygulaması olan TeleROM, ilk olarak 1990 yılında Tele Firma adıyla hizmete girmiştir. Buna benzer sistemler hemen hemen tüm bankalar tarafından 1992 yılında uygulanmaya başlanmış ve elektronik fon

transfer sistemine işlerlik kazandırılmıştır. Akbank Aklink ve AkPC ile İş Bankası İnteraktif PC ile kendi ofis bankacılığı sistemlerini oluşturmuşlardır (Özcan, 2007).

Telefon bankacılığı Türkiye’de 1996 yılında bankacılık sistemine dahil olmuştur. İnternet bankacılığı ise İş Bankası ve Garanti Bankasının 1997 yılında web sitesini müşterilerine açmasıyla başlamıştır (Onay ve Helvacıoğlu, 2007). 2006 yılında yürürlüğe giren Bilgi Toplumu Strateji Belgesi e-bankacılık uygulamalarını öncelikli alan olarak belirlemiştir. E-devlet uygulaması kapsamında bankaların elektronik ortamda kamu tahsilatlarını gerçekleştirebilmesi, bireysel müşterilere verilen hizmetlerin çeşitlilik kazanması ile elektronik bankacılığın müşteriler nezdindeki kabulü artmıştır (Cengiz, 2010:15).

Yine de AB üyesi ülkelerde nüfusun dörtte üçü dijital platformu bankacılık için kullanırken Türkiye’de bu oranın düşük olması düşündürücü olmakla birlikte ümit vericidir (Boyacıoğlu ve diğerleri, 2010:5). Nitekim 2006 yılında internet kullanıcısı olanların sadece %2,1’i internet bankacılığı kullanmaktadır (Onay ve Helvacıoğlu, 2007).

2012 ile 2016 yılları arası POS, ATM, Kredi Kartı ve Banka Kartı kullanım miktarları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. 2012 – 2016 Yılları Arası POS, ATM, Kredi Kartı ve Banka Kartı Kullanımı

Yıllar	POS	ATM	Kredi Kartı	Banka Kartı
2012	2.134.444	36.334	54.342.148	91.263.042
2013	2.293.695	42.011	56.835.221	100.164.954
2014	2.191.382	45.576	57.005.902	105.513.424
2015	2.158.328	48.277	58.215.318	112.383.854
2016	1.746.220	48.421	58.795.476	117.011.685

Kaynak: <http://bkm.com.tr/pos-atm-kart-sayilari/>

Tablo 7 incelendiğinde, ATM, Kredi Kartı ve Banka kartı kullanımlarının sürekli arttığı görülmektedir.

3.1.3. Türkiye’de Dijital Bankacılık İşlemlerine Yönelik Yasal Düzenlemeler

01.11.2005 tarihli 5411 sayılı Bankacılık Kanunu ile finansal piyasalarda güven ve istikrarın sağlanmasına, kredi sisteminin etkin şekilde çalışmasına, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunmasına yönelik usul ve esaslar düzenlenmiştir. Kanun kapsamında Şubeler “elektronik işlem cihazlarından ibaret birimler hariç olmak üzere, bankaların bağımlı bir parçasını oluşturan ve bu kuruluşların faaliyetlerinin tamamını veya bir kısmını kendi başına yapan, sabit ya da seyyar bürolar gibi her türlü iş yeri” olarak tanımlanmıştır. Kanun kapsamında internet bankacılığı veya mobil bankacılık konusunda herhangi bir açıklama bulunmamaktadır.

İnternet bankacılığına yönelik olarak BDDK tarafından yayımlanan Bankalarda Bilgi Sistemleri Yönetiminde Esas Alınacak İlkelerle İlişkin Tebliğ’de (Resmi Gazete, 14.9.2007, 26643) “müşterilerin banka tarafından sunulan hizmetlere internet yoluyla ulaşmalarını ve yapmak istedikleri işlemleri gerçekleştirmelerini sağlayan bankacılık hizmeti dağıtım kanalı” olarak tanımlama yapılmıştır. 24/1/2009, 1/6/2010 ve 28/1/2014 tarihlerinde yapılan değişiklikler de dahil olmak üzere, Tebliğ kapsamında aşağıdaki yasal düzenlemeler yapılmıştır:

- Bankanın, elektronik bankacılık ve alternatif dağıtım kanalları hizmetlerinden yararlanmak isteyen müşterilerini, hizmetlere yönelik şartlar, riskler ve istisnai durumlara yönelik açık bir şekilde bilgilendirme zorunluluğu bulunmaktadır. Risklerin azaltılmasına yönelik alınan güvenlik önlemleri de müşterilerin bilgisine sunulmalıdır. Müşterilerin bu hizmetlerden yararlanma aşamasında karşılaşılabilecekleri sorunların takip edilebileceği, müşteri şikayetlerinin alınabileceği mekanizmalar, bankalar tarafından oluşturulmalıdır (Madde 16). İnternet hizmetlerine ilişkin mevcut politika ve prosedürler ile dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda müşteriler bilgilendirilmelidir (Madde 30).
- İnternet bankacılığı faaliyeti kapsamındaki sistemler için yılda en az bir kez sızma testleri yapılmalı, şüpheli işlemlerin tespiti için takip mekanizmaları kurulmalıdır (Madde 26).

- Müşterilerin internet bankacılığı hizmetlerine ulaşabilmeleri için güvenilir bir kimlik doğrulama mekanizması kurulmalı, kimlik doğrulamadan geçemeyen kişilerin hizmetlere ulaşamaması sağlanmalıdır (Madde 27).
- Banka, internet bankacılığı faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen iş ve işlemlerle ilgili sorumluluk atamayı ve inkar edilemezliği olanaklı kılmak üzere gerekli teknikleri kullanmalı ve kontrolleri yapmalıdır (Madde 28).
- Yapılan her türlü internet bankacılığı faaliyeti için yeterli ve etkin denetim izi tutma mekanizması oluşturulmalıdır (Madde 29).
- Banka, internet bankacılığı faaliyetlerinde servis sürekliliğini sağlayabilecek her türlü önlemleri almalıdır (Madde 31).
- Dijital bankacılığın alternatif dağıtım kanallarından ATM cihazlarına yönelik her türlü güvenlik önlemi alınmalıdır (Madde 32).

Paranın dijital temsilcisi ya da dijital doğrulayıcısı, nakit paranın dijital tanıtımı olarak ifade edilen elektronik para, Avrupa Merkez Bankası tarafından “yatırılmış değer veya satış noktası terminalleri vasıtasıyla, iki cihaz arasında doğrudan transfer veya internet gibi açık bilgisayar ağları üzerinden ödemelerde bulunmak için değeri önceden ödenmiş ödeme mekanizmaları” şeklinde tanımlanmaktadır (ECB, 1998:7). Elektronik ödeme teknolojileri elektronik formda yer alan elektronik parayı da ikame etmektedir. Dünyada elektronik para ile ilgili gelişmeler doğrultusunda Türkiye’de ilk adım 2000 yılında T.C. Merkez Bankası başkanlığında çeşitli bankaların katılımı ile Elektronik Para Çalışma Grubu oluşturulması ile başlamıştır. Türkiye’de banka ve özel finansal kurumların denetimi konusunda Merkez Bankası’nın bir sorumluluğu bulunmamaktadır. 20.06.2013 tarih ve 6493 sayılı Ödeme Ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri Ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun ile elektronik para kuruluşlarına yönelik bir yasal düzenleme yapılmış, Kanun ile ilgili kuruluşların usul ve esasları düzenlenmiştir. İlgili Kanun ile yasal izinleri almaksızın elektronik para işlemlerinin yapılması yasaklanmıştır (Ceylan, 2013: 44-45).

3.2. Dijital Bankacılıkta İnternet Bankacılığı ve Çağrı Merkezi İstatistikleri

Türkiye’de internet bankacılığının 2010 – 2016 yılları arası kullanıcı istatistikleri Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Türkiye Bankaları İnternet Kullanım İstatistikleri (2010 - 2016)

Açıklama	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	16.400	19.028	23.703	28.856	34.529	43.374	54.674
Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	8.512	10.238	14.441	16.773	19.921	24.391	28.667
Aktif müşteri sayısı (Bin)	6.353	7.828	9.853	11.966	13.683	16.210	18.672
Finansal Olmayan İşlem Adedi (Bin)	256.506	460.976	621.119	800.729	848.029	728.369	746.760
Para Transferi İşlem Adedi (Bin)	36.889	42.150	49.251	57.710	61.450	61.530	66.958
Para Transferi İşlem Hacmi (Milyon TL)	163.582	260.551	310.963	393.903	467.637	541.350	654.459
Ödemeler İşlem Adedi (Bin)	21.981	29.079	33.933	40.250	42.800	45.167	44.164
Ödemeler İşlem Hacmi (Milyon TL)	7.525	13.733	18.329	24.793	26.889	35.352	37.785
Yatırım İşlemleri İşlem Adedi (Bin)	9.227	12.374	9.266	10.409	9.697	9.964	9.199
Yatırım İşlemleri İşlem Hacmi (Milyon TL)	64.273	98.151	77.251	104.186	112.097	145.089	149.288
Kredi Kartı İşlem Adedi (Bin)	7.690	8.680	9.673	11.082	11.056	11.688	11.632
Kredi Kartı İşlem Hacmi (Milyon TL)	5.806	7.611	9.532	12.476	14.950	17.691	18.054
Diğer Finansal İşlemler İşlem Adedi (Bin)	1.714	1.961	2.378	2.605	2.772	3.301	3.273
Diğer Finansal İşlemler İşlem Hacmi (Milyon TL)	12.979	26.490	31.082	39.077	30.635	30.851	42.990

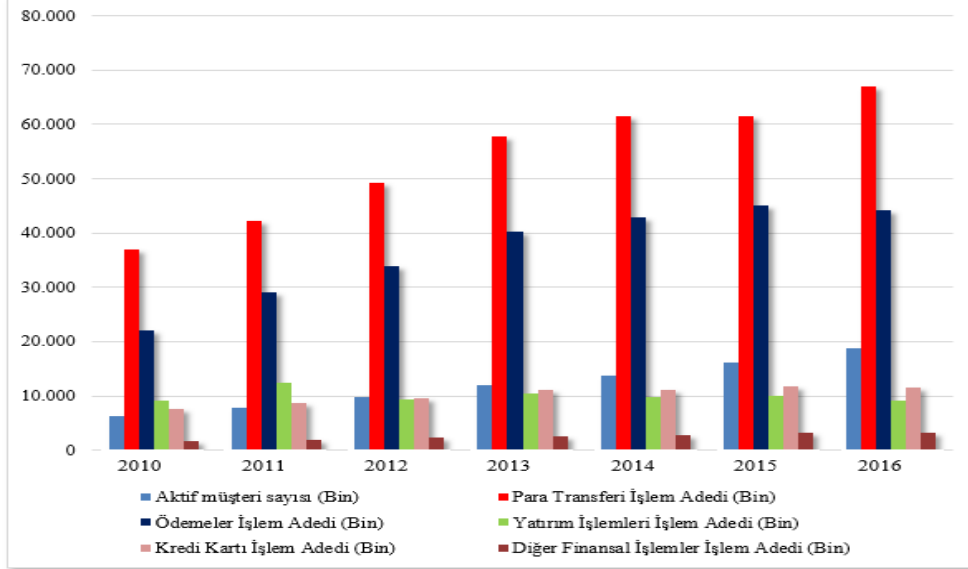
Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği İnternet Bankacılığı kullanım istatistikleri, 2016

Tablo 8 incelendiğinde 2010 yılında 6.353 bin olan internet bankacılığı kullanıcı sayısının %293,91 artışla 2016 yılında 18.672 bin kişiye ulaştığı görülmektedir. Aynı yıl ve dönemler arasında para transferleri işlem hacmi %400,08, ödemeler işlem hacmi %502,10, yatırım işlemleri işlem hacmi %232,27, kredi kartı işlem hacmi %310,96 ve diğer finansal işlemlerin işlem hacmi %331,22 oranında artış göstermiştir. 78.741 milyon olan Türkiye nüfusunun 2016 yılı itibarı ile %23,71'i internet bankacılığı müşterisi olmuştur. 2016 yılında bankacılık işlemlerinin finansal olmayan işlemleri ile ilgili 746 milyon işlem internet üzerinden gerçekleştirilmiştir. İnternet bankacılığı üzerinden yapılan finansal işlemlerin işlem hacimleri toplamı, 2016 yılında 770 milyar 333 milyon TL'yi bulmuştur.

Tabloda görülen işlem adetleri, şubeler kullanılmadan, sadece internet bankacılığı üzerinden yapılan işlemlerdir. Bu büyüklükte işlem yığınının şubeler aracılığı ile yapılmak zorunda kalması durumunda bankacılık sisteminin geleneksel yapısı ile bunun altından kalkması neredeyse olanaksızdır. Ayrıca işlem hizmet maliyetleri açısından düşünüldüğünde bile bankacılık sisteminin dijital bankacılık ile maliyetlerini ne kadar düşürebildiği, tablodaki işlem adetlerinden görülebilmektedir.

İnternet bankacılığı istatistikleri, grafiksel olarak Şekil 16’da verilmiştir. Grafik üzerinde yıllara bağlı artış açık bir şekilde görülmektedir.

Şekil 16. 2010 - 2016 Yılları Arası İnternet Bankacılığı Kullanım Grafiği



Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği İnternet Bankacılığı kullanım istatistikleri, 2016 verilerinden yararlanılarak yapılmıştır.

Tablo 9. Türkiye Bankaları Mobil Bankacılık Kullanım İstatistikleri (2011 - 2016)

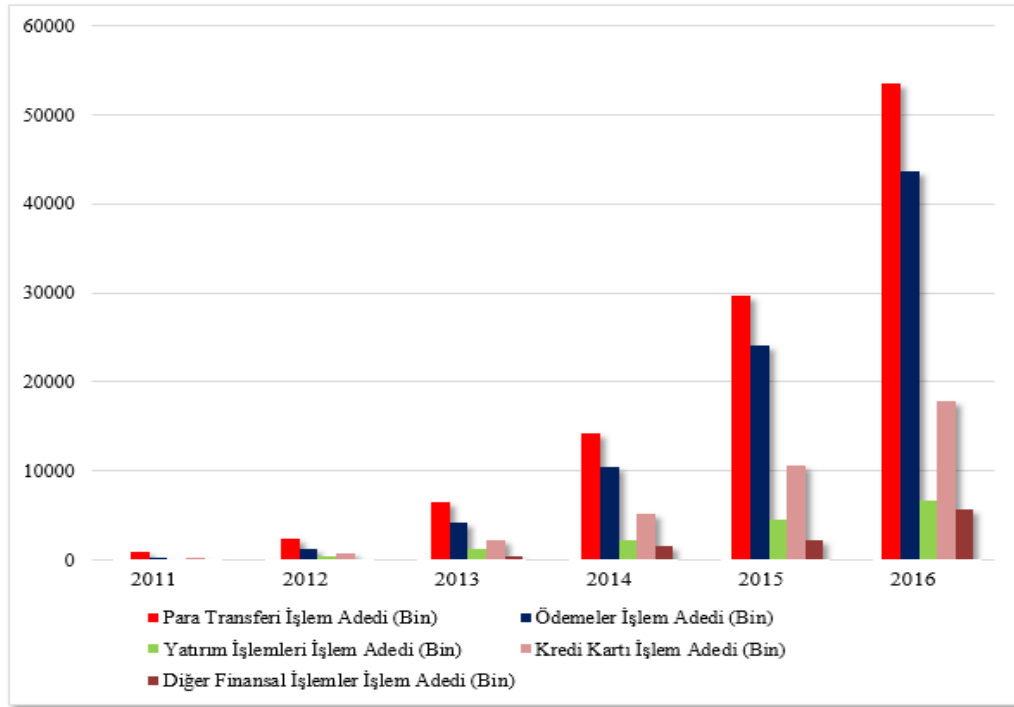
Açıklama	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	1.091	2.003	4.354	8.852	16.628	27.258
Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı (Bin)	500	1.260	3.321	7.115	13.576	21.262
Aktif müşteri sayısı (Bin)	320	889	2.574	5.643	10.434	16.613
Finansal Olmayan İşlem Adedi (Bin)	2.023	32.125	140.028	402.929	817.635	1.452.258
Para Transferi İşlem Adedi (Bin)	959	2.463	6.470	14.274	29.686	53.553
Para Transferi İşlem Hacmi (Milyon TL)	1.557	4.571	13.202	33.773	84.638	154.890
Ödemeler İşlem Adedi (Bin)	242	1.319	4.280	10.463	24.077	43.709
Ödemeler İşlem Hacmi (Milyon TL)	14	90	367	1.379	3.483	7.055
Yatırım İşlemleri İşlem Adedi (Bin)	177	510	1.299	2.256	4.518	6.626
Yatırım İşlemleri İşlem Hacmi (Milyon TL)	1.034	2.201	9.922	17.441	48.177	67.312
Kredi Kartı İşlem Adedi (Bin)	214	713	2.266	5.228	10.704	17.885
Kredi Kartı İşlem Hacmi (Milyon TL)	126	488	1.688	4.199	9.247	16.191
Diğer Finansal İşlemler İşlem Adedi (Bin)	51	82	366	1.533	2.210	5.777
Diğer Finansal İşlemler İşlem Hacmi (Milyon TL)	110	202	656	1.959	5.535	9.880

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği İnternet Bankacılığı kullanım istatistikleri, 2016

Türkiye’de akıllı telefonların kullanımının hızlı artışıyla birlikte mobil bankacılık uygulamaları da hızlı bir artış göstermiştir. Bütün bankalar, cep telefonu üzerinden bankacılık hizmetlerine kolay ulaşım sağlamak üzere mobil uygulamalar geliştirmiş, müşterilerin hizmetine sunmuştur. Bu gelişmelere bağlı olarak mobil uygulama kullanan müşteri sayısı da, 2011 yılında 320 bin kişi iken 2016 yılında %5180 gibi büyük bir artış ile 16 milyon 613 bin kişiye çıkmıştır. Aynı dönemler arası finansal olmayan işlem adedi 2011 yılında 2.023 binden 2016 yılında 1.452.258 bine çıkmıştır. Başka bir ifade ile 2011 yılında 2 milyon adet finansal olmayan işlem yapılırken 2016 yılında 1 milyar 452 milyon işlem mobil bankacılık üzerinden yapılmıştır. Bu artan rakamlar, müşterilerin mobil bankacılığa ne düzeyde rağbet gösterdiklerini açıkça göstermektedir. 2011 yılında 2 milyar 842 milyon TL olarak gerçekleşen mobil bankacılık finansal işlem hacimleri toplamı, 2016 yılında 255 milyar 328 milyonluk bir toplama ulaşmıştır.

Mobil bankacılık üzerinden yapılan finansal işlem adetlerinin 2011 yılından 2016 yılına doğru işlem adetleri artışı, Şekil 17’de açık bir şekilde görülebilmektedir.

Şekil 17. 2011 - 2016 Yılları Arası Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Finansal İşlem Adetleri



Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği İnternet Bankacılığı kullanım istatistikleri, 2016 verilerinden yararlanılarak yapılmıştır.

Dijital bankacılıkta önemli bir yeri olan Çağrı Merkezlerinin 2010 - 2016 yılları arası personel sayıları, finansal işlem adetleri ve finansal işlem hacimleri toplamı Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. 2010 - 2016 Yılları Arası Çağrı Merkezi İstatistikleri

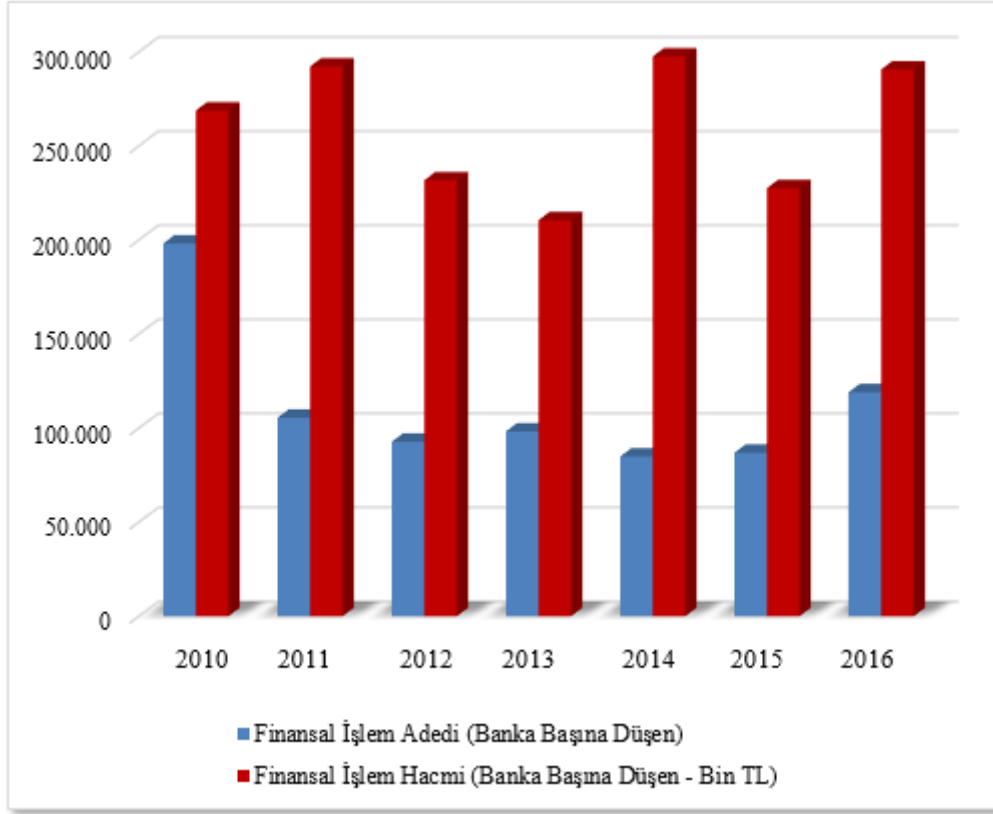
Açıklama	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Çağrı merkezi çalışan sayısı	6.300	6.791	7.426	8.087	7.632	8.116	8.594
Finansal İşlem Adedi (Banka Başına Düşen)	198.198	105.538	92.791	98.218	84.866	86.933	119.128
Finansal İşlem Hacmi (Banka Başına Düşen - Bin TL)	268.856	292.307	231.766	210.499	297.585	227.559	290.664

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği İnternet Bankacılığı kullanım istatistikleri, 2016

Tablo 10’daki veriler Türkiye Bankalar Birliği’ne veri gönderen banka sayıları farklı olduğu için birim banka bazında alınmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda tablo incelendiğinde 2010 yılında Çağrı Merkezleri’nin çok büyük bir işlem adedi olduğu, bu işlem adedinin 2011 ve 2012’de yarıya yakın oranda düştüğü, 2013 yılında bir miktar artmasına karşılık 2014 yılında önemli oranda düştüğü, 2015 ve 2016 yıllarında tekrar düşüm oranlarda artış gösterdiği görülmektedir. 2010 yılına göre önemli oranda düşüşler yaşanmasının en önemli nedeni, internet ve mobil bankacılığının çok hızlı bir kullanım artışı göstermesi olduğu düşünülmektedir. 2010-2016 yılları arası çağrı merkezlerinin yaptığı finansal işlem adetlerinin ortalamasına bakıldığında birim banka başına yıllık 112.239 yapıldığı, bu işlemlerin yıllık ortalamasının 259.891 bin olduğu görülmektedir.

Çağrı merkezlerinin 2010 ile 2016 yılları arası birim banka başına yaptıkları işlem adetleri ve işlem hacimleri Şekil 18’de verilmiştir.

Şekil 18. 2010-2016 Yılları Arası Çağrı Merkezleri İşlem Adet ve Hacimleri



Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği İnternet Bankacılığı kullanım istatistikleri, 2016 verilerinden yararlanılarak yapılmıştır.

3.3. Türkiye’de Dijital Bankacılık Uygulama Örnekleri

Türkiye geliştirmekte olan diğer ülkeler gibi geçmişin ipoteğinde olmadığı için internet ile birlikte kendi temel sistemlerini kolay adapte edebilmiş ve daha inovatif davranabilmiştir. Bu ürün ve hizmetlerden bazılarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Akı, 2016: 1):

- Denizbank’ın FastPay uygulaması ve dünyada ilk olan Facebook bankacılığı.
- Garanti Bankası’nın mobil bankacılık uygulaması iGaranti.
- ING’nin ParaMara isimli dijital cüzdanı.
- Akbank, İş Bankası ve TEB’in mobil bankacılık uygulamaları.
- Nuvo ve Enpara isimli dijital bankacılık ürünleri

Çalışmanın bu kısmında dijital bankacılıktan seçilmiş bazı örneklerle yer verilmektedir. Örnekler verilerek, uygulamalar tanıtılmakta ve öne çıkan özellikler vurgulanmaktadır.

3.3.1. Enpara.com

Enpara.com 2012 yılında Finansbank tarafından tamamıyla internet ortamında hizmetlerini sunan Türkiye'nin ilk dijital bankasıdır. Finansbank'ın fiziksel olarak İstanbul'da bir şube olarak gösterdiği bu dijital bankacılık hizmeti şube bankacılığı hizmetlerini internet ve mobil uygulamalar aracılığıyla verdiği bir alternatif hizmet dağıtım kanalıdır. Enpara.com tarafından internet bankacılığında aşağıdaki hizmetleri bulmak mümkündür (Enpara, Kasım 2016. <<http://www.qnbfinansbank.enpara.com/hakkimizda/biz-kimiz/?#enparaKimdir>>):

- Mevduat ve Yatırım
 - Vadesiz mevduat hesabı: Hiçbir hesap ücreti alınmamaktadır. Açılış için alt tutar olmaması, faiz kazandırmaması, TL, USD ve EUR cinsinden ayrı ayrı hesap açılabilmesi, hesap hareketlerinin anlık görüntülenebilmesi gibi özellikleri vardır.
 - Vadeli mevduat hesabı: Asgari 10 TL, 10 USD veya 10 EUR ile hesap açılabilmektedir. Vade sonuna kadar faizlendirilen anapara, kayıp riski olmayan bir yatırım aracı olarak vadeli mevduat hesabına yatırılabilir. Bu hizmette de işlem ücreti bulunmamaktadır.
 - Birikim hesabı: Gecelik faiz kazandıran vadeli mevduat hesabıdır. Faiz oranları günlük değişmekte olup, istenildiğinde para ekleme veya çekme işlemleri, diğer işlemlerde olduğu gibi ücretsiz yapılabilmektedir.
 - Altın hesabı: Vadesiz ve faizsiz mevduat hesabıdır. Altın fiyatlarındaki değişimler anında hesaptaki tutara yansıtılmaktadır.
- Krediler
 - Ekpara: Enpara.com tarafından bir Ekpara limiti teklif edildiğinde ve bu teklife onay verildiğinde vadesiz TL hesabına tanımlanan bir kredidir. Kullanıldığı sürece kullanılan tutar üzerinden faiz tahakkuku işlenmektedir.
 - İhtiyaç kredisi: 1000 – 30.000 TL arasında kullanılabilen, 48 aya kadar vadelendirilebilen ve masraf, ücret, komisyon, sigorta gibi ek ödeme gerektirmeyen bir kredidir.
- Ödeme ve transferler

- Ödemeler: Vadesiz TL hesabı üzerinden fatura, kredi kartı, motorlu taşıtlar vergisi, trafik cezaları, kira ödemeleri, şans oyunu ödemeleri ve banka hesaplarına yapılan tüm transfer ve ödemeler, müşterinin talimatı ile otomatik olarak yapılabilmektedir.
- Para transferleri: EFT ve havale ücreti ödmeden yurtiçi ve yurtdışı tüm bankalara para transferi yapılabilmektedir.
- Kartlar
 - Encard: Banka kartı niteliğindeki Encard ile ATM'lerden para çekilip yatırılabilen, POS cihazları üzerinden alışveriş ödemeleri yapılabilmektedir.

Enpara.com müşterilerine ayrıca mobil bankacılık, telefon bankacılığı ve ATM hizmeti de sunmaktadır. Mobil bankacılıkta internet bankacılığına benzer şekilde hesap açma, ihtiyaç kredisi kullanma, hesap bilgi ve hareketlerini inceleme, para transfer etme ve fatura ödemeleri yapılabilmektedir. Bankacılık işlemleri dışında da faiz oranları, döviz ve altın fiyatları gibi bilgilere ulaşım incelenebilmektedir. Finansbank ATM bilgilerini de mobil bankacılıkta bulmak mümkündür. Kullanıcıların değerlendirmesi sonucunda enpara.com'un mobil bankacılığı performans olarak %95, kullanıcı dostu olarak %90 ve özellikle olarak %95 tespit edilmiştir (dijitalbankacılık.net, 2016).

Telefon bankacılığında müşterilere 30 saniye içerisinde cevap verilerek çözümler sunulmaktadır. Enpara.com müşterilerine verilen akıllı kartlarla ATM'lerle işlem yapılması da sağlanmaktadır.

Enpara.com müşterilerine daha sade, daha kolay ve daha avantajlı hizmet sunabilmek için yenilikçi uygulamaları başlatmayı hedef edinmiştir. Enpara.com dijital bankacılığı şube bankacılığına kıyasla hesap işletim ücreti, para transfer ücreti, kredi kullanma ücreti gibi idari masrafları müşterilere yansıtmamaktadır (Durucu, 2013:4). Müşterileri elde tutmak maksadıyla enpara.com'un belirlediği stratejiler içerisinde yüksek mevduat faizi verilmesi, avantajlı kredi faiz oranı sunulması ve uzun süreli müşteri memnuniyetini sağlayıcı kampanyalar sunulması yer almaktadır.

Enpara.com'un dezavantajlarından birisi Finansbank'ın diğer fiziksel şubelerinden hesaba para yatırılmamasıdır. Şube bankacılığını kullanmayarak maliyetleri minimize eden dijital bankacılık uygulaması olarak enpara.com'a para yatırmak başka hesaplardan transfer etme şeklinde gerçekleşebilmektedir.

Enpara.com'un diğer bir dezavantajı da yabancı para transfer işlemlerine ücret almasıdır. TL olarak yapılan işlemlerde ücret alınmamasına karşın, yabancı para transferlerine ücret alınması üçüncü taraf olan muhbir bankaların talep ettiği ücretle olduğu belirtilmektedir.

3.3.2. CEPTETEB

TEB tarafından sunulan CEPTETEB, tüm bankacılık işlemlerini şubeye gitmeden sağlayan bir dijital bankacılık uygulamasıdır. CEPTETEB dijital bankacılığı internet bankacılığı, mobil bankacılık ve ATM alternatif dağıtım hizmet kanallarını kullanmaktadır. Ayrıca telefon bankacılığı hizmeti ile müşterilerine destek hizmeti vermektedir.

TEB 2008 yılında mobil bankacılık hizmetlerini başlatmış, 2015 yılında dijital şubesiz bankacılık hizmetleri vermek üzere CEPTETEB uygulamasını hayata geçirmiştir. Şubesiz bankacılık hizmetlerinin uygulamaya konulmasından sonraki beş ay içinde 110.000 kullanıcıya ulaşan CEPTETEB, bir yıl sonra 250.000 kullanıcı ve 3 milyon TL toplam mevduat miktarına ulaşmıştır. CEPTETEB mobil uygulamalarının indirilme sayısı 2.5 milyonun üzerine çıkmıştır (Ekonomist, Ekim 2016. <<https://ekonomist.co/bankalar/cepteteb-250-bin-musteri-7999/>>).

CEPTETEB, dijital bankacılığın en yeni hali olarak lanse edilmektedir. Bütün bankacılık işlemlerinin şubelere gidilmeden yapılabileceği, şube kullanılmadığı için bankacılık hizmetlerinden doğan masraflardan da müşterinin kurtulabileceği, dijital banka kullanımı ile daha iyi faiz oranlarının alınabileceği ve daha avantajlı kampanyalardan yararlanılabileceği taahhüt edilmektedir. CEPTETEB dijital bankacılığında mevcut hizmetler aşağıda sıralanmıştır (<http://www.cepteteb.com.tr>).

- CEPTETEB Mevduat hesabı: Günlük faiz ile müşterinin her gün kazanacağı, ödemelerini bu hesaptan yapması durumunda kalan bakiyesi üzerinden yine faiz

alacağı, asgari hesap açma tutarı olmayan ve hesap işletim ücreti alınmayan bir hesaptır.

- Kredili mevduat hesabı: Belirlenen limit dahilinde nakit para çekilebilecek, otomatik ödeme talimatları verilebilecek bir hesaptır. Sadece kullanılan kredi tutarı üzerine faiz hesaplanmaktadır.
- Vadeli hesap: Hesap işletim ücreti olmayan bir hesaptır. Vadeye bağlı avantajlı faiz oranlarını müşterilerine sunmaktadır.
- İhtiyaç kredisi: Avantajlı faiz oranları ile müşterilerine internet ve mobil bankacılık üzerinden ihtiyaç kredisi kullanabilme olanağı sunulmaktadır.
- Kredi kartı: İstenildiği yerden ve istenildiği zaman kredi kartı başvurusu yapılabilmektedir. İlk 50.000 müşteriye kart aidatı ödememe garantisi verilmektedir. Müşteriye, kredi kartının sağladığı avantajları seçme olanağı sağlanmaktadır.
- Banka kartı: Çevrimiçi alışverişlerde, TEB ATM'lerinde ücretsiz işlem yapılabilmektedir. Yurtdışı anlaşmalı bankaların ATM'lerinden de ücretsiz para çekme olanağı sunulmaktadır.
- Hisse senedi yatırım işlemleri: Bir yatırım hesabı açılarak bu hesap üzerinden hisse senedi alım satım işlemleri, mobil bankacılık ve internet bankacılığı üzerinden yapılabilmektedir. Hesap açılışı için ücret alınmamakta, alım satımlarda aylık işlem hacmine bağlantılı bir komisyon oranı uygulanmaktadır.
- E-Devlete güvenli geçiş: CEPTETEB uygulamaları, müşterilerine E-Devlet uygulamasına güvenli geçiş hizmeti de sağlamaktadır.

Şube olmadığı için şube masrafı olmadığına yola çıkarak müşterilerine masrafsız hizmet sunan CEPTETEB daha uygun faiz oranlarında ihtiyaç kredisi vermekte, daha yüksek faiz oranlarında mevduat hesabı açmakta ve diğer bankacılık uygulamalarının yanı sıra e-Devlet uygulamasına kolay erişim imkanı sunmaktadır.

3.3.3. Dijitaldeniz.com

Denizbank tarafından sunulan dijital bankacılık uygulaması, bankacılık ürün ve hizmetlerinin teknolojiyle bulunduğu platformdur. Dijitaldeniz.com dijital bankacılığı internet bankacılığı, telefon bankacılığı, ATM bankacılığı ve mobil bankacılık

uygulamalarını tamamlayıcı niteliktedir. Herhangi bir şubeye gitmeden müşterilere daha uygun faiz oranları ile ihtiyaç kredisi kullanabilmektedir.

Dijital Deniz, bankacılık hizmetlerinin ve ürünlerinin müşterinin ayağına götürüldüğü yeni nesil bankacılık platformu olarak lanse edilmektedir. Dijital bankacılığın mobil uygulama ayağında MobilDeniz uygulaması geliştirilmiş, böylece müşterilerinin her türlü bankacılık hizmetini mobil üzerinden yapabilmesi sağlanmıştır. Dijital Deniz platformu, sosyal medya kullanıcılarına yönelik olarak kredi başvurusu olanağı da sunmakta, TC Kimlik Numarası ve cep telefonu numarası ile Twitter üzerinden, Facebook kullanıcıları için ise Denizbank'ın Facebook sayfasından başvuru yapılabilir (www.dijitaldeniz.com).

Dijital Deniz platformu ile aşağıdaki hizmetler kullanıcılara sunulmaktadır:

- Evinde Bankacılık
 - Dijital Kredi: Şubeye gitmeden her yerden hızlı ve kolay kredi başvurusu yapabilmeyi sağlamaktadır. Kredi tahsis ücreti, sigorta ve kefil olmadan düşük faiz oranları ile kredi kullanma olanağı sunulmaktadır.
 - Dijital Mevduat: TL/USD/EUR cinsinden mevduat hesapları açılabilmekte, internet şubesine özel vade ve tutar dilimlerine bağlı avantajlı faiz oranlarından yararlanılabilmektedir.
 - Paylaşıldıkça Artan Mevduat: Yüksek faizli vadeli mevduat başvurularının Facebook ve Twitter üzerinden paylaşılması sonrasında yeterli sayıda paylaşım alan başvuru, daha yüksek faiz oranı alabilmektedir.
 - Kredi Kartları: Dijital Deniz üzerinden çeşitli Denizbank kredi kartı başvurusu yapılabilmekte, farklı olanaklardan yararlanılabilmektedir.
- FastPay: Yeni nesil mobil cüzdan olarak lanse edilen fastPay ile banka hesabı olmaksızın istenilen kişiye 7/24 ücretsiz para gönderimi yapılabilmekte, fastPay üyesi işyerlerinden cep telefonu ile hızlı ve kolay ödeme yapılabilmekte, internet alışverişlerinde fastPay kullanılabilmektedir.
- Mobil:

- MobilDeniz: MobilDeniz uygulaması ile cep telefonu üzerinden her türlü bankacılık işlemi yapılabilir. Şifre girilmeden piyasa bilgilerine ulaşılabilir, güncel döviz kurları izlenebilir, Denizbank ürün ve hizmet fiyatlarına erişilebilir, kredi ve mevduat hesapları yapılabilir, en yakın Denizbank şubesi bilgisine ulaşılabilir, güncel kampanyalar ile ilgili hizmetler takip edilebilir.
- Deniz Kabuğu: Bu uygulama ile cüzdanda taşınan her şey (kartvizitler, kimlikler, fotoğraflar, kredi kartları vb.) tek bir yerde depolanabilir ve kolay bir şekilde ulaşılabilir.
- Yihu: Bu uygulama ile Facebook, Twitter gibi sosyal medya hesaplarına tek bir ekrandan ulaşılabilir, 7/24 ücretsiz para transferi yapılabilir, sıfır faizli kredi kullanılabilir.
- ŞifreTek: Bu uygulama ile yeni ve tek kullanımlık internet bankacılığı şifreleri üretilebilir. Böylece internet bankacılığı ile ilgili ek güvenlik sağlanabilir.
- SıraMatik: Şubeye gitmek gerektiğinde, şubeye gitmeden sıra numarası alınabilir ve şubedeki bekleme süresi en aza indirilebilir.
- İnternet Bankacılığı: 1999 yılından bu güne hizmet veren internet bankacılığı üzerinden güvenilir şekilde her türlü bankacılık işlemleri yapılabilir.
- ATM: Türkiye'nin birçok yerinde bulunan Denizbank ve PTT ATM'lerinden yararlanılma olanağı sağlanmıştır.

e-Devlet hizmetlerine şifresiz ve ücretsiz bir şekilde erişim uygulamasının öncülüğünü yapan Denizbank, EFMA tarafından düzenlenen EFMA Accenture 2015 İnovasyon Ödüllerinde çığır açan inovasyon kategorisinde ikincilik ödülü almıştır.

3.3.4. Nuvo.com.tr

Yapı Kredi Bankası tarafından sunulan dijital bankacılık platformu olan nuvo.com.tr tüm bankacılık hizmetlerinin webden, cepten ve tableten yapılabilirdiği bir ortamdır. Kişiselleştirilmiş dijital bankacılık hizmetlerinin yer aldığı uygulamanın avantajları arasında

masrafsız uygun faiz oranları ile ihtiyaç kredisi, yüksek faizli mevduat hesabı, kredili mevduat hesabı olarak tanımlanan esnek hesap, alışveriş ve harcamalarda puan kazanma, ücretsiz para transferi yapma, ücretsiz fatura ödeme ve hesap işletim ücreti olmaması sayılabilir.

Nuvo.com.tr ayrıca “Akıllı Asistan” adı altında bir uygulama da içermektedir. Akıllı asistan kredi kartların, hesapların, yatırım ürünlerin, kredilerin ve ödeme talimatlarıyla ilgili tüm bilgilerin anında SMS, e-posta veya akıllı telefon bildirimleri ile müşteriye ulaşmasını sağlamaktadır.

3.4. Dijital Bankacılığın Faydaları ve Sakıncaları

Halihazırda kullanılan internet üzerinden hizmet sunan bankalar üzerine yapılan araştırma sonuçları fonksiyonel olarak hizmet kalitesinin yüksek olduğunu göstermiştir (Boyacıoğlu vd., 2010:9). Geleneksel bankacılık geçmiş kurallar ve miraslar nedeniyle hareket etmekte zorlanmaktadır. Türkiye geliştirmekte olan diğer ülkeler gibi geçmişin ipoteğinde olmadığı için internet ile birlikte kendi temel sistemlerini kolay adapte edebilmiş ve daha inovatif davranabilmiştir (Akı, 2016:3).

İşgücü niteliği ve niceliği dijital bankacılığın zayıf yanlarından birisidir. Bankalar için yetiştirilen işgücünün konvansiyonel bankacılık hizmetlerini yürütecek şekilde eğitilmesi de dijital bankacılık için bir zayıf yan oluşturmaktadır. Bankaların kurumsal kültürü, yenilikçi uygulamaların en büyük engellerinden birisidir (Johne ve Storey, 1996). Özellikle üst yönetimin desteği ve kuruluşların vizyonları yenilikçiliğin bir kültür haline gelmesine büyük destek sağlamaktadır (Ennew ve Wright, 1990).

Müşteri ile birebir temas sağlanmaması aradaki güvenin oluşmasını engelleyebilmektedir. Ayrıca müşteri hareketlerinin kayıt altına alınması bir kısım müşteriler tarafından hizmetin alınmasını engelleyebilmektedir. Tecrübeler dijital bankacılığın uygun şekilde uygulanması halinde, müşteri memnuniyetinin arttığını, müşterinin elde tutulma ihtimalinin fazlaştığını ve karlılıkta da bir artma olduğunu göstermektedir (Centeno, 2004:298). Ayrıca dijital bankacılık yenilikçi uygulamaların da tetikleyicisi konumuna gelmektedir. Bununla birlikte güvenlik zafiyeti ve müşteri

hareketlerinin kontrol edilmesi gibi mahzurları da söz konusudur. Çalışmanın bu kısımda dijital bankacılığın faydaları ve sakıncaları incelenmektedir.

3.4.1. Dijital Bankacılığın Faydaları

Sadece internet üzerinden faaliyette bulunan internet bankaları, fiyat açısından müşterilerine daha uygun teklifler sunmaktadır. Aynı zamanda, interneti kullanan bankaların şube ve geleneksel bankacılık için gerekli her türlü fiziksel araç ve gereçten yoksun olarak iş yapabilme imkanları da maliyetleri azaltıcı bir unsurdur.

Maliyetler minimal düzeyde olduğundan ücretlendirme maliyet bazlı değil yarattığı değere göre belirlenmektedir (Daniel, 1999:73). Karşılaştırma yapılabilmesi için örnek olarak konvansiyonel bankacılığa kıyasla işlemlerin 1:100, ATM'lere kıyasla 1:30 ve PC bankacılığına kıyasla 1:10 daha az maliyetli olduğu belirlenmiştir (BIS, 2001). Avrupa'da yapılan bir araştırmaya göre, 1988–1995 yılları arasında teknolojiye yapılan yatırımların bankacılık maliyetlerini %3 azalttığı ortaya çıkmıştır (Mayer, 1997).

Bankalar müşterilerine daha kolay yeni ürün veya hizmet sunabilmektedir (Daniel, 1999:73). Bankacılık dışı finansal olan ve olmayan hizmetlerin sunumu da kolaylaşmaktadır (Centeno, 2004:295). Örneğin, kişiselleştirilmiş finansal bilgiler menüsü oluşturulması, e-posta alarmları, e-ticaret, eş zamanlı borsa işlemleri ve vergi ödemeleri, fatura ödemeleri gibi üçüncü tarafların işlemleri gibi hizmetler daha kolay müşteriye ulaştırılmaktadır. Bu şekilde dijital bankacılığın konvansiyonel bankacılığa nazaran daha işlevsel bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir (Johnson vd., 1995). Ayrıca bankalar müşteri bilgilerini daha kolaylıkla toplayabilmekte, anlık işletmekte ve raporlayabilmektedir.

Bunlarla birlikte müşterinin hesapları üzerinde daha fazla kontrole sahip olma isteği de karşılanmaktadır (Daniel, 1999:78). Müşteri istediği anda hesap bilgilerine erişim sağlayabilmek, hesap hareketlerini izleyebilmekte ve dökümünü alabilmektedir (Vyas, 2010). Böylelikle bankalarında operasyonlar risklerinin azaldığını ifade etmek de mümkündür (Centeno, 2004:295).

Dijital bankacılığın bir diğer faydasının da alternatifleri mukayese etmenin hem daha kolay hem daha olası olmasıdır. Bu durum da diğer elektronik dağıtım ağlarında olduğu gibi tek kaynağa bağımlılığı ortadan kaldıracılabilmektedir (Malone vd., 1989).

Dijital bankacılığın faydalarından birisi de kesintisiz hizmet sunulabilmesidir. Zaman ve mekan sorunu olmadan sunulan hizmet kullanıcıların her türlü koşulda işlem yapmasına olanak tanımaktadır. Dijital bankaların konvansiyonel bankalara kıyasla düşük ücretli hizmet sundukları, karlılıklarının vasat olduğu ve daha hızlı büyüdükleri tespit edilmiştir. İnternet bankacılığı, yer ve zaman sınırlaması olmaksızın bankacılık hizmetlerini alabilmek adına büyük fayda yaratmaktadır. Mobil bankacılık ile bu rahatlığa ek olarak yer değiştirebilirlik, başka bir ifade ile hareket halinde kullanabilirlik getirilmiştir (Akın ve Karaboğa, 2011:303).

Özet olarak, dijital bankacılığın faydaları arasında erişiminin kolaylığı olması, satış odaklı olması, müşteri odaklı olması, kullanıcı kontrolünde olması, işlevsel olması ve düşük maliyetli olması sayılabılır.

3.4.2. Dijital Bankacılığın Sakıncaları

Ölçek ekonomisi uygulanamadığı için dijital bankacılığın karlılığının düşük kalması normal karşılanabilir (Arnaboldi ve Claeys, 2008). Ayrıca, İngiltere’de yapılan bir araştırma sonucunda müşterilerin ilgilendiklerinin kendilerine değer verildiğinin gösterilmesi ve sunulan hizmetin kalitesi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum dijital bankacılık için bir dezavantaj teşkil edebilir.

Elektronik ortamlarda yaşanabilen güvensiz durumlar dijital bankacılığın mahzurları içerisinde ilk sırada gelmektedir. Özellikle kimlik bilgilerinin paylaşılması, işlemler sırasında güvenlik ihlalleri sonucunda hesap bilgilerinin çalınması ve yolsuzluk yapılması olası tehditler olarak durmaktadır. Bununla birlikte müşterilerin dikkatsiz davranışları da güvenlik ihlalinin oluşmasında neden olabilir. Ayrıca bankadaki görevlilerin ihmalkâr veya kasıtlı tutumları sonucunda da ihlal yaşanabilir (Sevim ve Ömür, 2015:4).

Teknolojinin çok hızlı değişmesi tasarımların daha çabuk değiştirilmesini gerektirmektedir (Daniel, 1999:77). Dijital bankacılığın yaygınlaşabilmesi için teknolojik

altyapının yeterli olması gerekmektedir. Bilgisayarların evlerde ve işyerlerinde kullanımının artması ve internet bağlantılarının sağlanması dijital bankacılığın ilk koşuludur. Bunlarla birlikte, dijital bankacılık uygulamalarında müşterilerin hız sorunu yaşaması ve bağlantı kesintileri yaşaması muhtemel bir durumdur (Daniel, 1999:78).

3.5. Türkiye’de Dijital Bankacılık Fırsat ve Tehditler

Fırsatları analiz etmenin iki önemli kriteri pazar odaklı olmak ve inovasyonu temel yetenek haline getirmektir (Ennew ve Watkins, 1992). Pazar odaklı olmak bir şirketin müşteriye nasıl dokunduğunu ortaya koymaktadır. Daha yalın bir ifade ile müşteri memnuniyetinin elde edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgilidir (Daniel, 1999:73). Müşteri odaklı yenilikçilik, tüketici davranışları kadar rakiplerin sunduğu hizmetler hakkında bilgi sahibi olmayı gerektirmektedir (Edgett, 1994). Dijital bankacılıktaki fırsatları görmenin bir diğer aracı ise piyasalardaki gelecek trendleri iyi analiz etmektir. Banka dışı finansal kuruluşların da dijital bankacılık hizmetleri sunması sektör açısından bir tehdit oluşturmaktadır. Özellikle e-ticaret şirketlerinin finansman alternatiflerini de sunması bankacılık sektörü karlılığını azaltıcı bir etkiye sahiptir.

Hizmetlerin çeşitliliği müşteri sadakatini azaltıcı bir etkiye sahiptir. Genç bir nüfus olmasına karşın Türk toplumunun belirsizlikten kaçınma seviyesi yüksek olduğu için daha somut ve dana net kullanılabilir çözümler aramaktadır. Bu sebeple alışkanlık haline gelen uygulamaların değişmesi uzun zaman alabilmektedir. Zira toplumsal kültür elektronik hizmetlerin yaygınlaşmasında önemli bir role sahiptir (Kalkun ve Kalvet, 2002). Uzak Asya ülkelerinde toplumsal kültürün dijital uygulamaları engelleyici bir husus olduğu belirtilmektedir (Kurnia vd., 2010:4).

e-Devlet uygulamaları yaygın olarak kullanılamamaktadır. Bu esasen bilgisayar okuryazar oranının düşük olmasının doğal bir sonucudur. Bilgisayar okuryazar sayısının artmasıyla dijital bankacılık hizmetleri daha da güçlenebilecektir.

Bilişim teknolojileri altyapısının güçlü olması gerekmektedir. Örneğin maaş güncelleri kamu bankalarının web sitelerinde yaşanan yoğunluğun hizmeti aksattığı tespit edilmiştir (Boyacıoğlu vd., 2010:10). Bu tür durumlar güvenlik zafiyetleri yaşanmasına sebep olacağı için müşterileri web tabanlı uygulamalardan uzaklaştırabilecektir.

BÖLÜM IV

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bankalar, çok basit bir şekilde, fonları az faizle toplayarak daha fazla faizle fon talep edenlere aktaran işletme olarak nitelenebilir. Bankalar, ekonomideki mevcut fonlara aracılık edip, bu fonların etkin bir şekilde kullanım alanlarına iletilip, yatırım tüketim gibi alanlarda değerlendirilmesine aracılık etmek suretiyle ekonomide etki yaratmaktadır. Bu doğrultuda bankaların genel olarak dört temel işlevi; ödeme araçlarının yönetimi, portföy yönetimi, fon transferleri ve risk paylaşımının saptanması ile alacakların işlenmesi, daha iyi bilgi edinme ve işlem maliyetlerinin azaltılmasıdır.

Günümüzde dünya çapında bilgi teknolojilerinde gerçekleşen yenilikler bankacılık sektörünü iki şekilde etkilemiştir. Öncelikle, kâğıda dayalı işlemlerin otomatik bilgi yönetim sistemleri (veri toplanması, işlenmesi, saklanması ve dağıtılmasını sağlayan sistemler) sayesinde azaltılarak maliyetlerin düşürülmesi sağlanmıştır. İkinci olarak, tüketicilerin banka ürünlerine daha az maliyetli alternatif kanallarla ulaşması temin edilebilmektedir. Ayrıca, finansal hizmetlerde giderek artan rekabet alternatif dağıtım kanallarının geliştirilmesi ve kullanılması ile sonuçlanmıştır (Daniel, 1999:72). Müşteri sadakatini sağlamak isteyen finansal kurumların müşterilerine inovatif hizmetler sunması bir gereklilik halini almıştır.

Küreselleşme, mobilite, uluslararasılaşma ve teknolojiye değişim hızı ekonomileri değiştirmiş, para hareketlerini çoğaltmış, hızlandırmış ve çeşitlendirmiştir. Bu çağa uydurabilmek için finansal ürün ve hizmetlerinde de dijitalleşmesi gerekmiştir.

Bankaların müşterilerine sundukları hizmet ve ürünlerinin giderek birbirine benzediği bir ortamda hizmetlerinin farklılaşmasını sağlayan bankalar avantajlı konuma geçmektedir. Artan rekabet sonucu finansal hizmetlerin çeşitlendirilmesi maksadıyla geliştirilen alternatif dağıtım kanallarından yakın zamanda hizmete alınanlardan birisi de elektronik veya çevrimiçi bankacılık sistemidir. Bunlarla birlikte, son dönemde gelişen

dijital bankacılık kavramı elektronik bankacılık, internet bankacılığı, çevrimiçi bankacılık veya e-bankacılık gibi kavramlardan farklı olarak ele alınmaktadır.

Bu çerçevede bu çalışmanın konusu Türkiye'deki dijital bankacılık uygulamaları olarak belirlenmiştir. Bu kapsamında çalışmanın amacı ise Türkiye'deki mevcut dijital bankacılık uygulamalarının durumlarının incelenmesi şeklinde tespit edilmiştir.

Yapılan incelemeler sonucunda dijital bankacılık olarak Türkiye'de şube bankacılığı yapmayan bir oluşum olmadığı görülmüştür. Konvansiyonel bankacılık hizmetlerinin müşterilere sunulmasında inovatif yaklaşımlar sergilenmesi olarak daha çok rastlanılmaktadır. Türkiye'de dijital bankacılık konusunda yasal düzenlemelerde de önemli eksiklikler görülmüştür. Sadece dijital bankacılık hizmeti verebilmek üzere bir bankanın kuruluş izni alabilmesi, yürürlükte olan yasalar ve mevzuatlar doğrultusunda mümkün görülmemektedir. İnternet şubeleri ve mobil bankacılık hizmetleri, alternatif dağıtım kanalları arasında sayılmakta, merkez ve şubelerden oluşan banka organizasyonu içerisinde ayrı bir şube olarak değerlendirilmektedir. Bundan dolayı TMSF'ye geçen bankaların internet şubeleri, bankadan ayrı düşünölemeyeceği için yasayla belirtilen güvence altındadır. BDDK, bankaların internet şubelerinde alınması gereken güvenlik önlemlerini bir Tebliğ ile yayınlamıştır. Hızla gelişen teknoloji dünyasında bankaların dijital bankacılık veya dijital şubelerine yönelik ayrıntılı bir yasal düzenlemeye ihtiyaç duyulduğu görölmektedir.

Dijital banka uygulamaları incelemesinde, enpara.com dijital bankacılığa en yakın uygulama olarak tespit edilmiştir. Temel bankacılık hizmetlerinin tamamının çevrimiçi sunulduğu bir platform olarak giderek yaygınlaşabilecek bir model olarak görölmektedir. Nitekim daha sonra bankaların çoğunda benzer bir yapılanma göze çarpmaktadır.

Sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilecek bir unsur olan dijital bankacılık maliyetleri azaltarak rekabet gücüne katkı yapabilecektir. Sektör lideri olmak isteyen bankaların inovasyonu dijital bankacılık alanında uygulamaları farkındalık yaratacaktır. Dijital ortam finansal hizmetlerin ana sunum platformu olma yolundadır. Dijital bankacılık geleneksel bankacılığın tamamlayıcı bir unsuru olarak görölmekle (ECB, 2002). Yakın zamanda tüm finansal hizmetlerin sunumlarının dijital ortama taşınması beklenmektedir.

Bunlarla birlikte, internet altyapısının iyileştirilmesi, dijital bankacılık hizmetlerinin yaygınlaştırılması için bir ön şart niteliğindedir. Özellikle teknolojinin yayılımı ve genişbant internet kullanımı ile dijital bankacılığın yaygınlaşmasının doğru orantılı olduğu tespit edilmiştir. Nitekim Kore örneği de bu durumun doğrulayıcı niteliktedir. Bu nedenle, bilgisayar okuryazarlığının artması için kamu-özel sektör işbirliğinde çalışmalar yürütülmesi gerekmektedir.

Dünya ülkelerinde dijital bankacılık kullanımına bakıldığında, mobil bankacılık kullanımı açısından Asya ülkelerinin ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Kuzey Kore’de mobil bankacılık hizmetlerinden yararlanan müşteri sayısının toplam nüfusa oranı %43’leri bulmaktadır. Çevrimiçi bankacılık uygulamalarında ise Hollanda ve Hindistan ilk sıralarda yer almaktadır. Avrupa ülkelerinden Polonya ve Almanya’da çevrimiçi bankacılık hizmetleri %40’ın üzerinde kullanım oranına sahiptir. Amerika’da son yapılan araştırmalar, bankacılık hizmetlerinin şubeler üzerinden karşılanmasına yönelik oranın %1.7’den %1.0’a gerilediğini, çevrimiçi bankacılığın ise %4.9’dan %5.8’e yükseldiğini göstermektedir. Benzer şekilde ATM bankacılığı kullanım oranları düşerken mobil bankacılık kullanımı %100’ün üzerinde artmıştır. 2009 yılında %18 düzeyinde olan akıllı cep telefonu aracılığı ile mobil bankacılık kullanım oranı 2016 yılında %67’ye yükselmiştir. Avrupa Birliği kapsamında 2016 yılında mobil bankacılık kullanım oranlarına bakıldığında, birçok ülkede %50’nin üzerinde bir kullanım oranına çıkıldığı görülmektedir. Benzer şekilde 2015 ve 2016 yılları arasında bir karşılaştırma yapıldığında, her geçen yıl mobil bankacılık kullanımına yönelik kullanıcı sayılarının önemli oranda arttığı da ortaya çıkmaktadır. Bunun nedenleri arasında müşterilerin zaman ve mekan bağımsız bankacılık hizmetlerine ulaşma isteklerinin artması, internet ve mobil kullanımının yaygınlaşması, bankaların da müşterilere daha kaliteli bir hizmeti daha ucuz yöntemlerle ulaştırmak istekleri doğrultusunda teknolojiye yaptıkları yatırımlar yer almaktadır.

Dijital bankacılık konusunda Türkiye’de ilk adımlar 1987 yılında İş Bankası’nın ATM’leri ile atılmaya başlanmıştır. Bilgisayar sistemlerinin bankacılıkta aktif şekilde kullanılmaya başlanmasından sonra Türkiye’deki bankalar, bu alanda önemli yatırımlar yapmaya başlamışlardır. 2005 yılına gelindiğinde 34 bankanın internet bankacılığı hizmeti verdiği görülmektedir. 2010 yılında internet bankacılığı sistemine kayıtlı 16.400.000 müşteri varken bu sayı 2016 yılında 54.674.000’e çıkmıştır. Sistemi aktif olarak kullanan müşteri

sayısı açısından bakıldığında ise 2010 yılında 6.353.000 aktif kullanıcı sayısı, 2016 yılında %293,91 artışla 18.672.000 kullanıcıya çıkmıştır. Aynı dönemler arası para transferleri hacmin %400, ödeme işlemleri hacmi %310 ve diğer finansal işlemler hacmi ise %331 oranında artış göstermiş, toplamda 770 milyar TL'nin üzerinde işlem gerçekleştirilmiştir. Mobil bankacılık kullanım istatistikleri de, Türkiye'de mobil bankacılık hizmetlerinin her geçen yıl önemli oranda arttığını göstermektedir. 2011 yılında 320.000 aktif mobil bankacılık kullanıcısı varken 2016 yılında bu sayı %5180 gibi çok büyük bir artış göstererek 16.613.000 aktif mobil bankacılık kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Mobil bankacılık üzerinden yapılan finansal işlem hacmi ise 2016 yılında 255 milyar TL'nin üzerine çıkmıştır.

Dünyada ve Türkiye'de dijital bankacılık uygulamalarının kullanımlarına bakıldığında, mobil kullanıcı sayısının artışına bağlı olarak müşterilerin sürekli bir artış gösterdiği görülmektedir. Banka şubelerine giderek hizmet almak yerine insanlar, bulundukları her yerden ve istedikleri zaman bankacılık hizmetlerine ulaşmayı istemekte ve bu uygulamaları kullanmaya alışmaktadır. Geleneksel bankacılık hizmetlerine yönelik tercihlerde önemli bir düşüş görülmemesine karşılık, dijital bankacılık uygulamaları kullanım oranları sürekli artış eğilimindedir. Bu sonuçlar, dijital bankacılığın geleneksel bankacılık uygulamalarını destekler boyuttan yavaş yavaş çıktığını, yakın gelecekte dijital bankacılığın öncelikli hizmet kanalı olarak ön plana geçeceğini göstermektedir.

e-Devlet uygulamalarının kullanımının yaygınlaştırılması bankacılık alanındaki kullanımı da olumlu etkileyecektir. Albaraka, DenizBank, INGBank, Yapı Kredi, TEB, İşBankası, FinansBank gibi birçok banka internet bankacılığından e-Devlet hizmetlerine şifresiz ve ücretsiz bir şekilde erişim imkanı vermeye başlamıştır. Böylelikle uygulamaların karşılıklı görüşmeleri güven algısını güçlendirebilecek ve dijital uygulamalardaki kullanıcı sayısında artış sağlanabilecektir.

Dijital bankacılık alanında bilginin kamuya açık olmaması ve resmi verinin azlığı objektif bir şekilde değerlendirme yapmayı zorlaştırmaktadır. Telekomünikasyon ve internet hizmetlerine ilişkin yasal düzenlemelerin yapılması objektifliği artırırken, rekabet ortamı yaratacaktır.

Bankacılıkta yenilikçilik bir kurum kültürü haline getirilebilir. Özellikle tepe ve üst yönetimin önem vermesi ve yaratıcılığı desteklemesi bu süreci kolaylaştırabilir. Yenilikçi uygulamalar için müşteri istekleri veya Ar-Ge biriminin fikirleri ile birlikte çalışanların katılımı sağlanabilir. Bu anlamda çapraz ağlarla desteklenen birimler arası ekipler kurulması ile fikirler elde edilebilir.

Dijital bankacılığın yasal düzenlemeleri konusunda bütün bankaların katkıda bulunacağı geniş bir platform oluşturulmasının, farklı ülkelerde dijital bankacılığa yönelik yapılan yasal düzenlemelerin incelenmesinin, sadece dijital bankacılık alanında faaliyet göstermek isteyen bankaların uymaları gereken usul ve esasları içerecek kanunların yapılmasının Türkiye'nin bankacılık geleceği açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışma kavramsal bir çalışma olarak literatür taraması yapılarak mevcut durumu analizini ortaya koymaktadır. Bu alanda çalışma yapacak araştırmacı ve uzmanlara yol gösterici olma niteliği taşıyan bir kavramsal çalışma olarak değerlendirilebilir. Araştırmacıların ampirik çalışmalarla kavramsal bulguları desteklemesi daha somut sonuçlar ortaya koyabilecektir.

KAYNAKÇA

- Afşar, A. 2007. Finansal Gelişme ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki. *Muhasebe Finansman Dergisi*, (36), 188-198.
- Akı, V. 2016. Yeni kuşak dijital bankalar geliyor. Eylül 2016. <<http://www.dunya.com/finans/bankacilik/yeni-kusak-dijital-bankalar-geliyor-265801h.htm>>
- Akın, F. ve Karaboğa, K. 2011. Bireysel müşterilerin şubesiz bankacılık hizmetlerini kullanma kararına etki eden faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Bilecik örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(1): 301-320.
- Akpınar, H. 1993. *Daha Hızlı Daha Güçlü Daha Yüksek*. TBB Yayınları Yayın No:172, Ankara.
- Alexander, W.E., Hoelscher, D.S. ve Fuchs, M. 2000. Banking System Restructuring in Russia. *Conference on Post-Election Strategy*, International Monetary Fund, Moscow, April 5-7, 2000.
- Arnaboldi, F. ve Claeys, P. 2008. *Internet Banking in Europe: a comparative analysis*. Research Institute of Applied Economics, Working Papers 2008/11.
- Ata, H. A. (2009). Banka Yabancılaşmasının Türkiye'deki Yerli ve Yabancı Bankalar Açısından Karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 109-124
- Bain & Company, 2015. Customer Behavior and Loyalty in Retail Banking Mobilizing For Loyalty. The Future of Banking, Aralık 2016 <http://www.bain.com/Images/BAIN_DIGEST_Customer_behavior_and_loyalty_in_retail_banking_2015.pdf>
- Başar, S. 2014. *Elektronik Bankacılıkta Müşteri Sadakati Üzerine Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Ana Bilim Dalı, Malatya.
- Bayrakdaroğlu, A. 2013. *Bankacılık & Sigortacılık Ders Notu*. MSKÜ İİBF İşletme Bölümü.
- BIS, 2001. *The banking industry in the emerging market economies: competition, consolidation and systemic stability-an overview*. John Hawkins and Dubravko Mihaljek, BIS Papers No. 4.
- Bossone, B. 2000. What Makes Banks Special? A Study of Banking, Finance and Economic Development, *World Bank Working Papers*, Sayı 2408, s. 1-66.

- Boyacıoğlu, M.A., Hotamış, T.N. ve Çetin, H. 2010. An Evaluation of Internet Banking in Turkey. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15(2): 1-32.
- Buğan, M. F. 2015. Katılım Bankaları ile Konvansiyonel Bankaların Etkinliklerinin VZA ve Malmquist TFV Endeksi ile Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Buğdaycı, E. 2007. Dünya’da ve Türkiye’de Elektronik Bankacılığın Gelişimi ve Basel Komitesi’nin Elektronik Bankacılık Konusuna Yaklaşımı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cabral, I., Dierick, F. and Vesala, J. M. (2002). Banking Integration in The Euro Area. ECB Occasional Paper Series, No.6.
- Carletti, E. ve Hartmann, P. 2001. Competition and Stability: What's Special About Banking?. *Bank of England Conference in Honour of Charles Godhart*, London, 15-16, s. 1-50.
- Carlson, M. ve Mitchener, K.J. 2006. Branch Banking, Bank Competition, and Financial Stability. *Journal of Money, Credit and Banking*, 38(5): 1293-1328.
- Cengiz, T. 2010. Türkiye’de Elektronik Bankacılık Kapsamında Kredi Kartlarının Gelişimi ve Temassız Kredi Kartları. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Centeno, C. 2004. Adoption of Internet services in the Acceding and Candidate Countries, lessons from the Internet banking case. *Telematics and Informatics*, 21(4): 293-315.
- CEPTTEB, Ekim 2016. <<http://www.cepteteb.com.tr>>
- CFCA (China Financial Certification Authority). 2008. **2008 Online Banking report**.
- Chowdhury, A. 2003. *Banking Reform in Russia: Winds of change?* Bank of Finland Institute for Economies in Transition, Bofit Online. No. 5
- Corrigan, E.G. 1982. *Are Banks Special?*, Annual Report Essay, Federal Reserve Bank of Minneapolis, 2–24.
- Coşkun, Ö. 2012. Bankacılık Sektöründe Alternatif Dağıtım Kanallarının Müşteriler Üzerindeki Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara.
- CPSS. 2011. *Payment, Clearing and Settlement Systems in Russia*. Red Book.
- Daniel, E. 1999. Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland. *International Journal of Bank Marketing*, 17(2): 72-83.

- Daniel, E. ve Storey, C. 1997. Online banking: strategic and management challenges. *Long Range Planning*, 30(6): 890-8.
- Deitel, H.M., Deitel, P.J. ve Steinbuhler, K. 2000. *E-Business and E-Commerce For Managers*. Prentice Hall, New Jersey.
- Dermine, J. 2002. European Banking: Past, Present and Future. *II. ECB Central Banking Conference*, Frankfurt, 24-25 Ekim 2002.
- Digitaltalks. 2016. Bankacılıkta İnovasyona İlişkin 10 Trend. Aralık 2016 <<http://www.digitaltalks.org/2016/03/09/bankacilikta-inovasyona-iliskin-trendler/>>
- Dijital Bankacılık, Eylül 2016 <dijitalbankacilik.net; <http://www.dijitalbankacilik.net/enpara-com-mobil-uygulama-incelemeesi/>>
- Dijital Deniz, Ekim 2016. <www.dijitaldeniz.com>
- Diniz, E. 1998. Web Banking in Brazil. *Revista de Administração de Empresas*, 38(3), 47-54.
- Diniz, E., Porto, R.M. ve Adachi, T. 2005. Internet Banking in Brazil: Evaluation of Functionality, Reliability and Usability. *The Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 8(1): 41-50.
- Dobson, W. ve Kashyap, A.K. 2006. The Contradiction in China's Gradualist Banking Reforms. *Brookings Papers on Economic Activity*, (2): 103-148.
- Durucu, M. 2013. Kullanıcıların İnternet Bankacılığı Sitesi Tercihlerinde Kullanılabilirlik ve Fonksiyonelliğin Etkilerinin Analizi. Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- European Central Bank (ECB) (1998). Report On Electronic Money, Frankfurt.
- European Central Bank ECB, 2002. Structural Analysis of the EU Banking Sector. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/eubksectorstructureen.pdf?25c0ac27c80b9e93b0c2dc7b74b53ad9>
- Edgett, S. 1994. The traits of successful new service developments. *Journal of Services Marketing*, 8(3): 40-9.
- Ekonomist, Ekim 2016. <<https://ekonomist.co/bankalar/cepteteb-250-bin-musteri-7999/>>
- Ennew, C. and Wright, M. 1990. Retail banks and organisational change. *International Journal of Bank Marketing*, 8(1): 4-9.

- Ennew, C. ve Watkins, T. 1992. Marketing strategy and the marketing mix in financial services, in Baker, M. (Ed.) *Perspectives on Marketing Management*, Vol. 2, John Wiley & Sons, Chichester.
- Enpara, Kasım 2016. <<http://www.qnbfinansbank.enpara.com/hakkimizda/biz-kimiz/?#enparaKimdir>>
- Erdem, İ. 2013. Developments in the Turkish Banking Sector after the 2000-2001 and 2009 Crises. İçinde: Kolev, A. ve Zwart, S. (Ed.) *Banking in Central and Eastern Europe and Turkey: Challenges and Opportunities*, European Investment Bank, 37-46.
- Federal Reserve System, 2016. Consumers and Mobile Financial Services 2016, Board of Governors of the Federal Reserve System, Washington.
- Furst K., Lang W.W. ve Nolle D. E. 2002. *Internet banking: developments and prospects*. Program on Information Resources Policy, Center for Information Policy Research, Harvard University.
- Gökmen, C. 2013. Alternatif Dağıtım Kanallarında Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılması: Şube ve İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Gülen, M. 2015. Bankacılık Sektöründe Kamu ve Özel Bankaların Finansal Performanslarının Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Çorum.
- Gündoğdu, F. ve Aksu, H. 2011. Mevduat Bankacılığında Karlılık ve Makroekonomik Değişkenler İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı, (25): 243-270.
- Harangus, D. 2011. Promoting banking products in the context of the digital economy. *Bulletin of University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj-Napoca. Horticulture*, 68(2): 85-89.
- Hawkins, J. ve Mihaljek, D. 2001. *The banking industry in the emerging market economies: competition, consolidation and systemic stability - an overview*. BIS Paper No.4.
- 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.

- https://www.cbr.ru/Eng/statistics/print.aspx?file=p_sys/sheet009.htm&pid=psrf&sid=ITM_37190.
- <https://www.chinainternetwatch.com/17229/online-banking-q4-2015/>.
- <https://www.statista.com/statistics/226792/share-of-internet-banking-users-in-south-korea-by-gender/>.
- <https://www.statista.com/statistics/244414/percentage-of-us-mobile-phone-users-who-use-mobile-banking/>.
- Humphrey, D.B., Kim, M. ve Vale, B. 2001. *Realizing the Gains from Electronic Payments: Costs, Pricing, and Payment Choice*. Journal of Money, Credit and Banking, 33(2): 216-234.
- Imai, H. 1985. China's New Banking System: Changes in Monetary Management. *Pacific Affairs*, 58(3): 451-472.
- ING International Survey Mobile Banking, Haziran 2016. <https://www.ezonomics.com/ing_international_surveys/mobile_banking_2016/>
- İşler, A. U. 2015. Bankacılık Sektöründe İnternet Bankacılığı Ve Mobil Bankacılık Uygulamalarının E-Hizmet Kalitesinin Kullanıcıları Tarafından Değerlendirilmesi: Kuveyt Türk Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Karabük.
- Jaeger, M. 2012. *Brazilian banking sector – a view from 30,000 feet*. Deutsche Bank. Research Briefing, Emerging Markets.
- Javelin, 2013, Aralık 2016 <<https://www.javelinstrategy.com/blog/omnichannel-next-challenge-fis>>.
- Johne, A.F. and Storey, C. 1996. *New Service Development: A Review of the Literature and Annotated Bibliography*. City University Business School, Working paper.
- Johnson, B., Ott, J., Stephenson, J. ve Weberg, P. 1995. Banking on multimedia. *The McKinsey Quarterly*, (2): 94-106.
- Kalkun, M. ve Kalvet, T. (Eds.) 2002. *Digital Divide in Estonia and How to Bridge It*, E-book. PRAXIS, Aralık 2016 <www.praxis.ee>
- Karaayhan, İ. 2008. Bankalarda Performans Değerlendirme Ve Türkiye’de Faaliyet Gösteren Katılım Bankaları Üzerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı, Konya.

- Karjaluocto, H., Pikkarainen, T., Pikkarainen, K. ve Pahnla, S. 2004. Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model. Nisan 2016. <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContestServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/1720140303.html>>
- Kaya, F. 2009. **Türkiye’de Kredi Kartı Uygulaması**, Türkiye Bankalar Birliği.
- Kaya, F. 2015. **Bankacılık Giriş ve İlkeleri**. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Kayan, M. Ö. 2009. Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlanması: Halkbankası Samsun Bölge Koordinatörlüğü Uygulama Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı, İzmir.
- Kearney, A.T. 2012. A Chessboard Strategy for Russia’s Banking Market. Ekim 2016 <https://www.atkearney.com/documents/10192/572733/A_Chessboard_Strategy_for_Russias_Banking_Market.pdf/390d7bc6-8cc3-4f9c-9fd3-d71f4226c026>
- Kınalı, F. 2012. Faizsiz Sistemde Bankacılık Anlayışı ve Kredi İşlemleri. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı, Konya.
- Kim, H. ve Park, C. 2003. The Impact of Internet Banking on the Performance of the Korean Banking Industry: An Empirical Analysis. Nisan 2016. <http://www.kdi.re.kr/upload/7036/VI_KimHyeonWook.pdf>
- Korkmaz, S. ve Gövdeli, Y. E. 2005. Türk bankacılığında alternatif dağıtım kanalları ve ürünleri ile bunların gelişiminde ve pazarlanmasında eğitimin önemi. **Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi**, (15): 1-12.
- KPMG. 2015. Mobile Banking 2015: Global Trends and their Impact on Banks. Mayıs 2016 <<https://www.kpmg.com/UK/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/PDF/mobile-banking-report-2015.pdf>>
- Kurnia, S., Peng, F. ve Liu, Y.R. 2010. **Understanding the Adoption of Electronic Banking in China**. Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, 1-10.
- Küçükbaşakcı, R. 2004. Banka Yeniden Yapılandırma Programları ve Ekonomik Sonuçları. Merkez Bankası, Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Küçükkocaoğlu, G. 2016. Finansal Pazarlama Ders Notları. Nisan 2016. <<http://www.baskent.edu.tr/~gurayk/>>

- Lence, S.H. 1997. *Recent Structural Changes in the Banking Industry, Their Causes and Effects: A Literature Survey*. Review of Agricultural Economics, 19(2): 371-402.
- Malone, T., Yates, J. ve Benjamin, R. 1989. Electronic markets and electronic hierarchies. *Communications of the ACM*, 30(6): 484-97.
- Mayer, M. 1997. *The Bankers: The Next Generation*. Truman Talley Books, New York.
- McKingsley, 2015, Aralık 2016 <<http://www.mckinsey.com/search?q=digital%20bankin%20in%20asia>>
- Meral, H. 2016. Bankacılıkta Alternatif Dağıtım Kanallarının Gelişimi, Aralık 2016 <<http://hasanmeral.com.tr/bankacilikta-alternatif-dagitim-kanallarinin-gelisimi/>>
- Mishkin, F.S. 2004. *The Economics of Money, Banking and Financial Markets*. Seventh Edition, Pearson Adison Wesley.
- Murthy, K. V. ve Deb, A. T. 2007. Theoretical Framework of Competition as Applied to Banking Industry. MPRA Paper No: 7465.
- Onay, C. ve Helvacıoğlu, A.D. 2007. Internet Banking in the EU Harmonization Process: The Case of Turkey. *7th Global Conference on Business & Economics*, Roma, İtalya, 13-14 Ekim, 2007.
- Osho, G.S. 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.
- Özarslan, N. 2010. Türk Sermaye Piyasasında Aracı Kuruluşların Rolü ve Etkisi. Uzmanlık Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü işletme Anabilim Dalı, Denizli.
- Özcan, Z.Ö. 2007. Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Özer, Ö. 2016. Dijital Bankacılık Nedir?. Nisan 2016. <<http://ozgurfinans.com/dijital-bankacilik-nedir/>>
- Parasız, İ. 2007. *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*. Kuşak Ofset, İstanbul.
- Parasız, M.İ. 1994. *Para, Banka ve Finansal Piyasalar*. 5. Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Parasız, M.İ. 2005. *İktisadın ABC’si*. 7. Baskı, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Pickens, M., Porteous, D. and Rothman, S. 2009. Scenarios for Branchless Banking in 2020?. CGAP&DFID, No: 57.

- Raza, S. S. 2010. *Need For Alternative Delivery Channels in Promoting Access to Finance*. Branchless Banking Conference 2010, Karachi.
- Riolino, R.P.F. ve Dias, D. 2009. *Branchless Banking and Consumer Protection in Brazil*. CGAP, Banco Central do Brasil Yayınları.
- Rockoff, H. 1974. The Free Banking Era: A Reexamination. *Journal of Money, Credit and Banking*, 6(2): 141-167.
- 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.
- Sberbank. 2015. *Annual Report of Sberbank of Russia for 2014*. Aralık 2016 <<http://www.sberbank.com/investor-relations/financial-results-and-presentations/annual-reports>>
- Selvi, G. 2010. Türkiye Bankacılık Sektöründe Yabancı Sermaye Analizi ve Avrupa Birliği Ülkeleri Karşılaştırması. Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sevim, T. ve Ömür, G. 2015. Customer Perspective in Use of Internet Banking. *The International Journal of Human, Community&Technology*, 1(1): 1-8.
- Seyrek, İ. H. ve Akşahin, A. (2016). Mobil Bankacılık Uygulamaları Kalite Faktörlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Karşılaştırılması. *International Review of Economics and Management*, 4(3), 47-61.
- Shy, O. ve Tarkka, J. 2002. The Market for Electronic Cash Cards. *Journal of Money, Credit and Banking*, 34(2): 299-314.
- Sullivan R.J. 2000. *How has the adoption of internet banking affected performance and risk at banks? A look at internet banking in the tenth Federal Reserve district*. Federal Reserve Bank of Kansas City Financial Industry Perspectives, 1-16.
- Şener, O.H. 2000. *Satış Noktasından Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFTPOS) ve Hukuki Niteliği*. TBB Yayını Yayın No:219, İstanbul.
- Tait, F. ve Davis, R.H. 1989. The development and future of home banking. *International Journal of Bank Marketing*, 7(2): 3-9.
- Takan, M. 2002. *Bankacılık Teori Uygulama ve Yönetim*. Nobel Yayın Dağıtım, 2. Baskı, Ankara.
- TBB. 2012. *The Banking System in Turkey- June 2012*. Statistical Reports.

- TBB. 2015. Banking sector in Turkey 2009- Aralık 2014. <https://www.tbb.org.tr/en/Content/Upload/Dokuman/134/The_Banking_Sector_in_Turkey_2009-2014_Dec.pdf>
- TBB. 2016. 6.10.2016 Tarihi İtibariyle Gruplar Bazında, Banka ve Bankaların Şube Sayıları. Mart 2017. https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp>
- TETSİAD, (Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği) 2015. Brezilya Ülke Raporu. Aralık 2016 <http://www.tetsiad.org/files/downloads/bilgi_bankasi/ulke_raporlari/ulke_raporlari_brezilya.pdf>
- Tezel, Y. 1986. *Cumhuriyet Döneminin İktisadi Tarihi (1923-1950)*. 2. Baskı, Yurt Yayınları, Ankara.
- The Bank of Korea. 2008. The Development of E-Payment and Challenges in Korea. 4. Bölüm. İçinde: Seng, V.L.C. *The Development of E-Payments and Challenges for Central Banks in the SEACEN Countries*, The South East Asian Central Banks (SEACEN) Research and Training Centre Kuala Lumpur, Malaysia.
- Trethowan, J. ve Scullion, G. 1997. Strategic responses to change in retail banking in the UK and the Irish Republic. *International Journal of Bank Marketing*, 15(2): 60-8.
- Triner, G.D. 1996. The formation of modern Brazilian banking, 1906-1930: Opportunities and constraints presented by public and private sectors. *Journal of Latin American Studies*, 25(1): 49-74.
- Türkiye Bankalar Birliği (TBB). 2016. Aralık 2016 <<https://www.tbb.org.tr>. 26.10.2016>
- Türkiye Bankalar Birliği, 2016. İnternet Bankacılığı Kullanım İstatistikleri.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, (TKBB), 2016, Aralık 2016 <<http://www.tkbb.org.tr/veri-seti>>
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, 2016. Veri Seti, 2016 Yılı II. Dönem İstatistikleri.
- Urgancı, H. 1982. *Para ve Banka*. Önder Matbaası, Adana.
- Ülker, C. 2016. Amerika’da Bankacılık Hizmetlerinde Dijital Uygulamaların Artması. <<http://www.iktisadi.org/amerikada-bankacilik-hizmetlerinde-dijital-uygulamalarin-artmasi.html>>
- Vives, X. 2001. Competition in The Changing World of Banking. *Oxford Review of Economic Policy*, 17(4), 535-547.

- Vyas, S. 2010. Impact of E-Banking on Traditional Banking Services. <<http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1209/1209.2368.pdf>>
- We Are Social, Special Reports Digital in 2016, Ekim 2016 <<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>>
- World Bank. 2005. **Payments And Securities Clearance and Settlement Systems in Brazil**. Western Hemisphere Payments and Securities Settlement Forum Centre for Latin American Monetary Studies, Mexico.
- Yağcılar, G.G. 2011. **Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi**, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Ankara.
- Yavuzcan, N. 2014. Türkiye’de Şubesiz Bankacılığın Gelişimi ve Müşterilerin Bakış Açısı. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Bankacılık Eğitim Bilim Dalı, Ankara.
- Yetiz, F. 2008. Finansal Sistemin Yapısı, Finansal Derinleşme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi, Türk Finans Sistemi, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Adana.
- Yıldırım, K. 2006. Elektronik Bankacılık-Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yuan, X., Lee, H.S. ve Kim, S.Y. 2010. Present and Future of Internet Banking in China. **Journal of Internet Banking and Commerce**, 15(1): 1-10.
- Yurttadur, M. ve Süzen, E. 2016. Türkiye’de banka müşterilerinin internet bankacılığına yaklaşımlarının incelenmesi üzerine bir uygulama. **Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi**, 8(1): 93-120.

EKLER

Ek-1. Nordea Bank Mobil Bankacılık Sayfası

The screenshot shows the Nordea Bank website's mobile banking page. The header is dark blue with the Nordea logo on the left and navigation links (Privat, Erhverv, Markets, Private Banking, Om Nordea) on the right. A search bar and a 'Log på' button are also present. Below the header, there's a breadcrumb trail: 'Om Nordea > Nordea in English > Mobilbank'. The main heading is 'Mobilbank'. The text describes the Mobilbank app, stating it can handle daily banking business on mobile phones (iPhone, iPad, Android) and that users need to become a customer and get Netbank to use it. There are two orange buttons: 'Download from AppStore' and 'Download from Google Play'. Below these are tabs for 'About Mobilbank', 'Facts', and 'Terms and conditions'. The 'About Mobilbank' tab is active, showing a list of services: 'For Android phones, iPhone and iPad. If you have Windows Phone or other mobile phones, use Netbank in your browser', 'Transfer money between your own accounts and to other accounts', and 'Pay bills'. On the right side, there's a contact number 'Ring 70 33 33 33' and a 'See also' section with links to 'Become a customer' and 'Netbank'.

Nordea

Privat Erhverv Markets Private Banking Om Nordea

Om Nordea

Log på

Om Nordea > Nordea in English > Mobilbank

Mobilbank

With the Mobilbank app you can handle your daily banking business on your mobile phone. It is available as for iPhone, iPad and Android phones. To use Mobilbank you need to first become a customer and get Netbank.

Download from AppStore

Download from Google Play

About Mobilbank Facts Terms and conditions

With the Mobilbank app and internet access you can handle many regular banking transactions no matter where you are.

- For Android phones, iPhone and iPad. If you have Windows Phone or other mobile phones, use Netbank in your browser
- Transfer money between your own accounts and to other accounts
- Pay bills

Ring 70 33 33 33

See also

Become a customer

Netbank

Kaynak: <http://www.nordea.dk/om-nordea/nordea-in-english/mobilbank-e>

Ek-2. Hansabank/Swedbank Mobil Bankacılık Sayfası

Swedbank

EST | RUS

Search

Private **Business** About Swedbank

Electronic banking › Mobile bank

Everyday banking

ACCOUNT
Summary statement
Statements and reports
Opening an account

PAYMENTS
List of payments
Domestic payment
International settlements
Consolidated payment
Import of payments
Payment archive
Defined payments
Currency exchange
E-invoices
Standing orders

MOBILE SERVICES
Alert

BANK CARDS
Bank cards for a company
Credit card statement
Secure internet shopping

E-SERVICES
3rd party e-services

Mobile bank

The biggest bank in Estonia in your pocket!

- Payments are transferred in moments
- Transactions and reservations overview
- Making payments directly from your credit card account
- Information about nearest ATMs and Branch locations

In order to not be dependent on the availability of a computer and the Internet bank in your everyday life, try our wonderful mobile bank.




About mobile bank


Account statement


Convenient payment initiation and confirmation


Currency exchange


Mobile bank for private clients

Kaynak: <https://www.swedbank.ee/business/d2d/ebanking/mobile?language=ENGnglish.html>

Ek-3. Industrial Bank of Korea Mobil Bankacılık Sayfası

Industrial Bank of Korea [Login](#) [Certificate Center](#) [Home](#) | [Corporate Banking](#) [Bank Profile/IR](#) [Language](#)

[Inquiry](#) [Transfer](#) [Funds](#) [Credit Card](#) [Foreign Exchange](#) [Security/Banking Maintenance](#) [Complete Menu](#)



All Accounts **Inquiry**



Immediate **Transfer**



Transaction **History Inquiry**



Foreign Currency **Remittance**

IBK Customer Center

1566-2566

Overseas + 82-31-888-8000

IBK FAQ [More >](#)

- Authenticated Certificate
- General
- Inquiry
- Credit Card
- Transfer



Certificate Center

- > Register/Cancel Certificates Issued by Other Banks/Institutions
- > Certificate Issuance/Re-issuance

> Foreign Investment

> Business Profile



Usage Time



Usage Fee



Usage Agreement

Customer Service | Domestic (Inside Korea) 1566-2566, 1588-2588 / Overseas (Outside Korea) 82-31-888-8000
Copyright © 2013 IBK (Industrial Bank of Korea). All rights reserved.

Industrial Bank of Korea

Kaynak: <http://www.bain.com/publications/articles/customer-loyalty-in-retail-banking-2012-south-korea.aspx>

Ek-4. ICBC İnternet ve Mobil Bankacılık Sayfası



[HOME](#) [About Us](#) [Products & Services](#) [Investor Relations](#) [Corporate Governance](#) [Social Responsibility](#) [Career](#)

➤ Personal Banking

➤ Corporate Banking

➤ **E-Banking**

➤ Bank Card

You are here: Home > Products & Services > E-Banking

E-banking Service



Mobile Banking
A Bank on the move! Anytime, anywhere as long as you have an internet-enabled mobile phone...[\[details\]](#)



Internet Banking
➤ Personal Internet Banking
➤ Corporate Internet Banking
[More](#)



Mobile Banking
➤ iPhone Banking
➤ Android Banking
[More](#)

Visit local ICBC websites

More E-banking services
iPhone Banking
SMS Banking
Personal Telephone Banking
Corporate Telephone Banking
Bank-Enterprise Interlink
[More](#)



Bank of the Year in China
CHINA

Share Price

Stock Code	Latest Price	Change (%)
1398.HK (Hongkong)	4.68	↑ 0.03 (0.65%)
601398 (Shanghai)	4.42	↑ 0.01 (0.23%)

H-share 15 Minutes Delay

The above are mainly ICBC services available in China and will be linked to the concerned webpages of ICBC (China) website. For further information on ICBC services in other countries/regions, choose from this webpage the ICBC website of the city/region where you locate.

Contact Us | Site Map | Term & Conditions

Copyright ICBC All rights reserved

Kaynak: <https://www.icbc.com.tr/tr/ hakkimizda/detay/ICBC-Hakkinda/404/1111/0>

103

Ek-5. Egg.com İnternet ve Mobil Bankacılık Sayfası

The screenshot displays the Yorkshire Building Society (YBS) website. At the top, the YBS logo is on the left, and navigation links for 'Your Society', 'Contact us', 'Find a branch', and 'Register' are in the center. A 'Login' button is on the right. Below this is a green navigation bar with links for 'Mortgages', 'Savings', 'Insurance', 'Investments', and 'Help & Support'. A search bar with the text 'Ask a question...' and an 'Ask' button is also present. The main content area features a 'SAVINGS' tab and the heading 'ONLINE SAVINGS ACCOUNTS'. Below the heading, it says 'Keep your money within easy reach' and provides a brief description of online savings accounts. A purple banner at the bottom left reads 'Protecting Your Money' and includes the FSCS logo. The background of the main content area shows a woman smiling while using a tablet.

YORKSHIRE BUILDING SOCIETY

Your Society | Contact us | Find a branch | Register

Login

Mortgages Savings Insurance Investments Help & Support

Ask a question... Ask

You are here: Home / Savings / Online

SAVINGS

ONLINE SAVINGS ACCOUNTS

Keep your money within easy reach

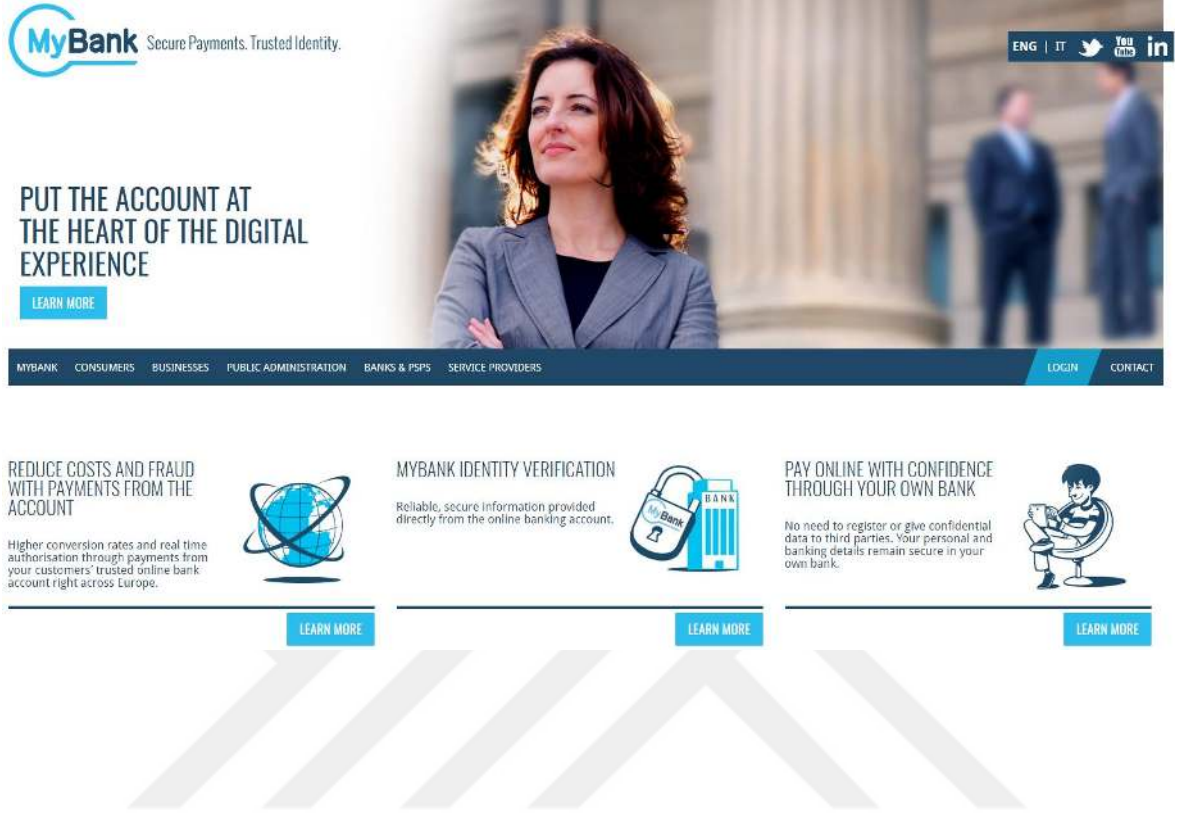
With an online account, you can access your savings in just a few clicks - so you can keep a close eye on your balance, pay money in and transfer money out whenever you like.

Protecting Your Money

FSCS

Kaynak: <http://www.ybs.co.uk/index.html>

Ek-6. MyBank İnternet ve Mobil Bankacılık Sayfası



The image shows a screenshot of the MyBank website. At the top left is the MyBank logo with the tagline "Secure Payments. Trusted Identity." To the right of the logo is a large banner image of a woman in a grey blazer looking off to the side. In the top right corner of the banner, there are links for "ENG", "IT", "YouTube", and "in". Below the banner is a dark blue navigation bar with links for "MYBANK", "CONSUMERS", "BUSINESSES", "PUBLIC ADMINISTRATION", "BANKS & PSPs", "SERVICE PROVIDERS", "LOGIN", and "CONTACT". Below the navigation bar are three service tiles. The first tile is titled "REDUCE COSTS AND FRAUD WITH PAYMENTS FROM THE ACCOUNT" and features a globe icon. The second tile is titled "MYBANK IDENTITY VERIFICATION" and features a padlock icon. The third tile is titled "PAY ONLINE WITH CONFIDENCE THROUGH YOUR OWN BANK" and features an icon of a person sitting at a desk. Each tile has a "LEARN MORE" button below it. The background of the tiles is white with a large, stylized, light blue 'M' shape in the background.

MyBank Secure Payments. Trusted Identity.

ENG | IT | YouTube | in

PUT THE ACCOUNT AT THE HEART OF THE DIGITAL EXPERIENCE

[LEARN MORE](#)

MYBANK CONSUMERS BUSINESSES PUBLIC ADMINISTRATION BANKS & PSPs SERVICE PROVIDERS [LOGIN](#) [CONTACT](#)

REDUCE COSTS AND FRAUD WITH PAYMENTS FROM THE ACCOUNT

Higher conversion rates and real time authorisation through payments from your customers' trusted online bank account right across Europe.

[LEARN MORE](#)

MYBANK IDENTITY VERIFICATION

Reliable, secure information provided directly from the online banking account.

[LEARN MORE](#)

PAY ONLINE WITH CONFIDENCE THROUGH YOUR OWN BANK

No need to register or give confidential data to third parties. Your personal and banking details remain secure in your own bank.

[LEARN MORE](#)