

## GİRİŞ

Günümüzde, ekonomide küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin gelişip yaygınlaşması ile bilgisayar ve internet aracılığı ile ileri teknoloji gerektiren yeni ekonomik aktiviteler ortaya çıkmıştır.

Türkiye’de bankacılık sektöründe son yıllarda oluşan büyük değişim sonunda, klasik bankacılık ürünleri özelliğini yitirmiştir. Teknolojinin çok hızlı bir şekilde gelişmesiyle bankalar da geleneksel iş modellerini terk ederek modern bankacılık uygulamalarına yönelmişlerdir. İnternet bankacılığının banka müşterilerine kazandırdığı maliyet, hız, mobil işlem imkanı bu bankacılık kanalına olan talebi gün geçtikçe arttırmaktadır. Bilgi teknolojilerindeki bu baş döndürücü değişime Türk bankaları başarıyla ayak uydurmaktadır. İnternet teknolojilerinde meydana gelen değişimler bankacılık sektörüne çok hızlı bir şekilde yansımaktadır. Sanal bankaların varlığı on yıl önce hayalden öteye gidemezdi. Bilişim teknolojilerinde meydana gelen bu baş döndürücü yenilikler bankacılık endüstrisi içinde yeni ufuklar açmaktadır.

Ülkemizdeki bankalar internet bankacılığında yerlerini almaktadırlar. Her geçen gün sunulan ürünlerin çeşitliliği ve kalitesi artmaktadır, eski tek düze olan bankaların para yatırıp çekme, çek ödeme gibi işlemlerinin yerini daha fazla müşteri portföyüne sahip ATM, EFTPOS, Kredi Kartı, Wap Bankacılığı, İnternet Bankacılığı gibi teknolojik bankacılık işlemleri almıştır.

Küreselleşmeyi en geniş manada ulusal sınırların kalkması olarak tanımlayabiliriz. Küreselleşen ekonomilerde artık pazarlama stratejileri revize edilerek müşteri odaklı olunması gerekmektedir. Türk bankalarının da bu bilinçle ilerlemesi bugüne kadar internet bankacılığının önemini kavramayan bankalarında gerekli önemi vermesi gerekmektedir.

Bu çalışmayı yapma amacımız, Türk bankacılık sektöründe internet bankacılığı uygulamalarının gelişimi banka mudilerinin beklenti ve tercihlerini gözlemlemektir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci ve ikinci bölümlerde bankacılık internet ve bilgi teknolojileri hakkında genel bilgiler verilmiş, üçüncü bölümde modern bankacılık ürünleriyle internet bankacılığı ve Türkiye uygulaması üzerinde durulmuştur, bu bölüm anket uygulamasının yorumlanması ile son bulmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümde, bankacılığın tanımı yapılarak ilkçağlardan günümüze bankacılığın gelişimi, Türk bankacılık sisteminin Cumhuriyet öncesi ve sonrasının incelenerek, Türk mali sisteminde bankaların rolü ve banka işletmelerinin temel fonksiyonlarından olan mevduat ve kredi üzerinde durulmuştur. Bilgi toplumuna geçiş incelenerek internet ve yeni ekonomi hakkında genel bilgiler verilmiştir.

İkinci bölümde, elektronik ticaretin uygulama alanları, tarihçesi ve durum tespiti yapılmıştır. İnternet ekonomisi ve internetin finansman ve bankacılık üzerine etkileri üzerinde durulmuştur

Üçüncü bölümde, ilk iki bölümde incelenen bankacılık ve internetin geleneksel bankacılığı dönüştürerek günümüz modern bankacılık ürünlerini ortaya çıkartması, modern bankacılık ürünleri olarak tanımlanan ürünlerin tanıtımı, internet bankacılığı ve Türkiye uygulaması Türkiye'deki seçilmiş olan bankaların web sitesi ve internet bankacılığında verdikleri hizmetler ile anket çalışması yer almaktadır, genel değerlendirme ve önerilerle son bulunmaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### BANKACILIK VE İNTERNET HAKKINDA GENEL BİLGİLER

#### I. BANKACILIĞIN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Bankacılık sektörü bugün hayatımızda önemli bir yer tutmaktadır. İletişim alanında meydana gelen yeniliklerle birlikte bu sektör artık 7/24 sloganıyla anlatılabilir. Bu bölümde bankacılığın tarihsel gelişimi ve klasik bankacılık anlayışıyla birlikte bu gelişime katkıda bulunan internet hakkında genel bilgiler üzerinde durulmuştur.

Bankalar dünyada ticari hayatın büyümesine paralel olarak fonların etkin ve kesintisiz olarak yön bulmasında finansal piyasalar içerisinde en etkin rolü oynamışlardır. Bankaların üstlendiği bu rol zaman içinde teknolojik gelişmelere paralel olarak dünya ticaretinde sınır kavramını da ortadan kaldırmıştır.

Banka, para ve para yerine geçen öteki menkul değerlerle iş yapan ve finans hizmetleri sunan kurum olarak tanımlanmaktadır.<sup>1</sup> Bu tanıma genişletecek olursak, gerçek ve tüzel kişilerin tasarruflarını toplayarak, bunları gelir sağlayıcı işlere başta kredi ve finansman, vb. yollarla kanalize eden, para transfer ve ödemelerinde aracılık eden, çek-senet tahsili, emanet kabulü gibi çeşitli hizmetler gören işletmelerdir.

Hemen hemen tüm dünya dillerinde ufak tefek bazı değişikliklerle ifade edilen banka sözcüğünün İtalyanca 'banko' kelimesinden geldiği ve daha sonra kelimenin banka olarak kullanıldığı sanılmaktadır. Banko sözcüğünün İtalyanca'daki anlamı masa, sıra yada tezgah demektir.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> ANABRİTANNİCA GENEL KÜLTÜR ANSİKLOPEDİSİ, C-4, Ana Yayıncılık, 1993, s. 264

<sup>2</sup> İlker PARASIZ, *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*, İstanbul, 2000, s. 5

Dünyanın her yerinde ekonomik yaşamın en yaygın vazgeçilmez kuruluşlarından biri olan bankaların tarihsel kökeni çok eskilere dayanmaktadır.<sup>3</sup>

Bankacılık 20. yüzyılda atılım yaşamış ve son 20 yıl içinde teknolojik ve finansal gelişmelere paralel olarak çok hızlı gelişme kaydetmiştir. Ancak bankacılığın kökeni ilk çağlara kadar uzanmaktadır. İlk çağlarda bankacılık hizmetleri dini yapılarda sunulmuştur. Güvenilir kimseler olarak görülen rahiplerin Mezopotamya'daki Kızıl Tapınak'ta bankacılık işlemleri yaptıkları bilinmektedir.<sup>4</sup>

Gerçekten de yapılan kazıların ortaya çıkardığı Mezopotamya'daki Uruk kenti yakınlarındaki 'Kızıl Tapınak (İ.Ö 3400-3200) bilinen en eski banka yapısıdır. Böylelikle biraz fantezi de olsa Uruk papazlarının tarihin ilk bankacıları olarak anılmaları gerektiği sonucuna varılmaktadır. Tapınak, günahlarından kurtulmak ve tanrısal kayrılmaya ulaşmak isteyenlerin bağışlarını işleterek ya da kiralayarak bankacılık faaliyeti yapmaktaydı.<sup>5</sup> O dönemde tapınaklar bir tür bankacılık işlevini yerine getirmişlerdir. M.Ö 2000'li yıllarda çıkarılan meşhur Hammurabi Kanunlarının tapınaklarda yapılacak borç verme işlemleri, borcun tahsil yöntemleri, alınacak faiz oranları ile rehin, ipotek ve kefalet şekillerini düzenlediği bildirilmektedir. Kredi senetleri killere iki nüsha olarak yazılmıştır.

Sümerler döneminde gelişme gösteren bankacılık Eski Yunan'da Trapezites denilen bankerler tarafından yapılmıştır. İlk bankacılık krizi de Atina Sitesi'nde yaşanmıştır. Bazı borçların affedilmesi ve paranın borçlular lehine yeniden değerlendirilmesiyle problem çözülmüştür. Diğer bir ilginç nokta ise ilk devlet bankalarının da Eski Yunan'da kurulmasıdır. Bankerlerin çok yüksek faiz almaları sonucu her site bir devlet bankası kurmaya başlamıştır.<sup>6</sup>

Özellikle paranın ekonomik yaşama girişi ile Elen dünyasında ve Roma çağında da bankacılık giderek gelişmiştir. Romalıların bankacılığa ilişkin en kayda değer katkıları hukuk ve muhasebe alanında geliştirdikleri tenkitler olmuştur.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Turgut SUNGUR, *Banka Tekniği*, Ankara, s. 1

<sup>4</sup> Mehmet GÜNAL, *Türk Bankacılık Sektörünün Sorunları ve Geleceği*, Ankara, 2001, s.5

<sup>5</sup> SUNGUR, s.1

<sup>6</sup> GÜNAL, s.5

<sup>7</sup> SUNGUR, s.1

Roma İmparatorluğu döneminde ticaretin gelişmesine paralel olarak gelişen bankacılık, daha sonraları faizlerin aşırı boyutlara ulaşması nedeniyle Vatikan Kilisesi'nin faizi yasaklaması ile gerileme içine girmiştir. Bir süre tefecilik işleri Yahudilerin elinde kalmıştır. 13. yüzyıldan itibaren Lombardların kontrolüne giren borç verme işlemleri Londra'ya kaymıştır. Lombardlar giderek güçlenmiş, bankacılık da buna paralel olarak gelişme göstermiştir.<sup>8</sup> Para yaratan müesseseler olarak tanımladığımız modern bankaların ecdadı; önceleri sikke şeklindeki tevdiatı saklamak üzere kabul eden XVII' inci yüzyılın başından itibaren de, tevdiat makbuzları sikke gibi tedavül etmek suretiyle ilk banknotları teşkil eyleyen İngiliz sarraflarıdır.<sup>9</sup>

Haçlı seferleri sırasında gelişimini sürdüren bankacılık yeni deniz yollarının bulunması, böylelikle evrensel ticaretin daha da genişleme olanağı bulmasıyla XV yüzyıl sonlarından itibaren yeni ufuklara yönelmiş, özellikle Floransa, Venedik, Cenova gibi İtalyan kentlerinde çok önemli aşamalar kaydetmiştir.

Modern anlamda bankacılık etkinliği gösteren ilk banka 1609 yılında kurulan Amsterdam Bankası olmuş, o günden bu yana bankacılık, gelişen tekniği ve giderek yaygınlaşan işlevi ile dünya ekonomisinin önemli parçalarından biri durumuna gelmiştir.<sup>10</sup>1637'de Venedik Bankası kurulmuş çek ve banknot kullanımı başlamıştır. 1640'da İngiltere'de kralın tüccarların altınlara el koymasının ardından altınlar 'goldsmith' adı verilen tüccarlara sertifika karşılığı verilmeye başlamıştır. 1694'te İngiltere Fransa ile yaptığı savaşın finansmanını karşılamak için ilk merkez bankası olan İngiltere Bankasını kurmuştur. 1907 yılında kurulan Federal Reserve Bank (ABD Merkez Bankası) ile bugünkü modern bankacılık yapısının temelleri atılmıştır.

Dünyada teknoloji devriminin yaşanmasıyla bilgisayar ve internetin günlük hayatta ki yerinin artışına paralel bir şekilde bankacılıkta evrim geçirmekte ve banknotların yerini kaydi para almaktadır. Nakitsiz hayat söylemine her geçen gün yaklaşılmaktadır. Bankaya yatırılan mevduatlar krediye dönüşmekte bu kredilerin banka müşterisinin banka çeki yada havale yoluyla ödenmesiyle başka bir banka

---

<sup>8</sup> GÜNAL, s.6

<sup>9</sup> İrfan H.AYKENT, *Planlı Kalkınma Döneminde Türk Bankacılığı*, Ege Matbaası, Ankara, 1970, s.

10

<sup>10</sup> SUNGUR, s. 2

müşterisinin hesabına alacak kaydı gerçekleşmekte ve kaydi para artmaktadır. Banka müşterileri dilerse bu kaydi parayı alternatif dağıtım kanalları aracılığıyla internette kullanabilmektedirler.

## II. TÜRK BANKACILIK SİSTEMİNİN TARİHÇESİ

### A) CUMHURİYET ÖNCESİ TÜRKİYE'DE BANKACILIK

Batıda ticaretin gelişmesi ve sanayi devrimi sonrası artan ekonomik refah sonucunda bankacılık sektörü gelişme göstermiştir. Ancak Osmanlı İmparatorluğu'nun aynı dönemde ekonomik ve siyasi anlamda bir gerileme döneminde olması bankacılığın gelişmesini engellemiştir. <sup>11</sup>Tanzimat dönemine kadar bankacılık yapıldığına dair bir kaynak mevcut değildir.

Osmanlı imparatorluğu döneminde gelişmemiş ekonomik yapı ve 19 uncu yüzyılda yabancılara verilen imtiyazlar nedeniyle ülkemizdeki tüm parasal hareketler, yabancılara ve azınlıkların elinde bulunuyordu. Özellikle 'Galata Bankerleri' olarak anılan kuyumcular, Osmanlı dönemindeki ilk mali kurumlar olarak adlandırılır. <sup>12</sup>

O devirde halkın büyük çoğunluğu tarım alanında çalışmakta ve vergilerini mal olarak (aşar) vermektedir. Ülkemizin büyük bir kısmı henüz para ekonomisine girememiş, paralı mübadele ekonomisi daha ziyade kasaba ve şehirlerde görülmektedir. Bu durum, kasaba ve şehirlerde yaşayan ve komisyonculuk, nakliyecilik, poliçe ticareti ve para değişim işleri yapan sarraflara, devlet namına vergi toplama olanağı da sağladı. Bu iltizamın doğuşudur. Sarraflığı daha çok, Levantenler, Ermeniler, Rumlar ve Yahudiler yapıyordu. Türk toplumu dinsel inanç ve sosyal yapısı nedeniyle, bu tür faaliyetlerin dışında kalmıştı. Bu da, ülkemizde, dışarı ile ilişkisi bulunan azınlıkların ekonomik gücünü artırmaktaydı. <sup>13</sup>Osmanlı hazinesinin dara düşmesiyle sarraf ve galata bankerleri olarak adlandırılan kişiler bor vermeye başlamış buda kısmen bankacılık benzeri bir sektörün doğmasını sağlamıştır.

<sup>11</sup> GÜNAL, s. 9

<sup>12</sup> EGE SANAYİCİLERİ VE İŞ ADAMLARI DERNEĞİ (ESİAD), *Türk Mali Sisteminde Parasal Hareketler Yönünden Ege Bölgesi*, Esiad Yayınları, İzmir, 1995, s. 4

<sup>13</sup> Tezer ÖCAL, *Türk Banka Sistemi*, Emel Matbaacılık, Ankara, 1973, s. 11

İlk kurulan İstanbul Bankası , 1847 yılında iki galata bankerince sermayesiz olarak faaliyete geçmiştir. İstanbul Bankası hakkında şimdiye kadar yazılan her kitap ve makalede bu bankanın sermayesinin olmadığı yazılması, bunun hukuki anlamda da gerçek olduğunu göstermektedir.

İkinci banka olarak Kırım Savaşının yarattığı dış ödeme sorunlarını çözmek için kurulan Ottoman Bank'ın hukuken yaratılmış bir sermayesi bulunduğu anlaşılıyorsa da, bu bankanın Osmanlı Devletinin bu savaşta müttefikleri olan İngiliz ve Fransızların hurda silahlarını ve araç gereçlerini pazarlayan tüccarların finans desteği ile kurulduğu bir gerçektir.<sup>14</sup>

1863 yılında Niş Valisi Mithat Paşa tarafından bankacılıkta zirai kredilerin verildiği Memleket Sandıklarının kurulması ile T.C Ziraat Bankasının temeli atılmıştır. Ulusal Banka özelliği taşıyan bu önemli kuruluşun bu günde önemini koruyor olması Türk Bankacılık Sistemi içinde büyük bir payının bulunması, halen bir Tarım Ekonomisi özelliklerini taşıyan ülkemizde tarımsal kredi veren tek olması nedeniyle, 1863 yılını Türk Sisteminde dönüm noktası olarak almamız yanlış olmasa gerekir. Memleket Sandıkları 1888 yılında Ziraat Bankası olarak resmileşmiştir.

Pelisyse Dö Rozasın ifadesini umumileştirirsek, Türkiye, yabancı devletlerin masrafsızca bir müstemleke imparatorluğu kurdukları bir yerd. Ve, orada hükümetten ferde kadar her şey, yabancı için çalışırdı. Türk sermayesi, Türk unsuru, Türk emeği yabancı müesseselerden fiilen uzaklaştırılmıştı. Onun için, Türk sermayesi kuruyor, Türk unsuru gittikçe düşüyor, yabancı müesseseler gittikçe açılıyordu.<sup>15</sup>

Klasik Osmanlı düzeninde, para arzının ayarlanması, kredi hacminin düzenlenmesi, altın ve döviz rezervlerinin yönetimi ile iç ve dış ödemelerin gerçekleştirilmesi; hazine, darphane, sarraflar, vakıflar, bedestenler ve loncaların yüklendiği değişik rollerin bir araya gelmesiyle yerine getiriliyordu. Osmanlı paraları İmparatorluk sınırları dahilinde Venedik, Floransa, Macaristan ve Memluk paraları ile birlikte dolaşımdaydı. İlk Osmanlı parası Akçe 1326 yılında ilk altın sikke Sultani

<sup>14</sup> Haydar KAZGAN, *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Türk Bankacılık Tarihi*, Türk Bankalar Birliği, ss. 220-221

<sup>15</sup> Arslan YÜZGÜN, *Cumhuriyet Dönemi Türk Banka Sistemi (1923-1981)*, Der Yayınevi, İstanbul, 1982, s.12.13

ise 1477 yılında bastırıldı. Kaime adındaki ilk banknotlar 1843 yılında bastırıldı. Bu banknotlar hazine bonusu yerine de kullanılabilirdi.<sup>16</sup>

Özetle, Cumhuriyet öncesi dönemde; yabancı sermayeli bankalar yada yabancı sermaye ortaklığıyla kurulmuş bankaların egemen olduğu ve borçlanma bankacılığı olarak adlandırılan ve Osmanlı İmparatorluğunun yıkılışına, Devletin iflasına dek sürdürülen çarpık bir bankacılığın bulunduğu söylenebilecektir.<sup>17</sup>

## B) CUMHURİYET DÖNEMİNDE TÜRKİYE'DE BANKACILIK

Türkiye Cumhuriyeti döneminden önce ki dönemde dünya ölçüsünde gerçek bir bankacılık faaliyetinden bahsetmek mümkün değildir ve bu dönemde, Türk bankacılık sistemine yabancı bankalar egemen olmuştur. Ancak Cumhuriyetin ilanından günümüze kadar geçen süre içinde, bankacılık alanında çok önemli adımlar atılmış ve gerek kamu sermayesiyle gerekse kamu sermayesi iştiraki ile pek çok banka kurulmuştur.<sup>18</sup> Türk bankacılık sistemi her dönemde büyük ölçüde kamu bankalarının ve üç-beş büyük özel bankanın denetiminde kalmıştır.<sup>19</sup>

1920'li yıllarda Türkiye ekonomisindeki gelişmeler, Osmanlı İmparatorluğu'ndan devralınan kurulu kapasitelerin durumu, başta Lozan Anlaşması olmak üzere uluslararası anlaşmalar ile tesis edilmiş uluslararası ilişkiler zinciri tarafından belirlenir Osmanlı İmparatorluğu'ndan devralınan şartlardan daha da önemlisi Türkiye Cumhuriyeti yeni kurulmuş bir ulus devlet idi ve yeni kurulmuş bir ulus devlet olmanın siyasal sorunları bir yana ulusal pazarın oluşumu, ulusal düzeyde mal, hizmet ve para akımlarının sağlanması, sanayi ve ticarete ortak kuralların oluşumu ve ülke genelinde geçerli bir ödeme sisteminin kurulması gibi sorunlarda vardı. Genç Türkiye Cumhuriyeti için ekonomik gelişmenin yönünü belirleyecek olan kalkınma stratejisinin oluşturulması da diğer bir hayati sorun idi. 1920'li yılları bu çerçevede daha ayrıntılı olarak ele almak mümkündür.

Cumhuriyetin devraldığı Türkiye'de tarım ekonomide ağırlıklı sektörü oluşturmaktadır. Gayri Safi Milli Hasıla'nın 1907'de yüzde 51,9'u 1912'de yüzde

<sup>16</sup> TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI, 2001, s.3

<sup>17</sup> YÜZGÜN, s.13

<sup>18</sup> Fikret ÇANKAYA, Mehmet ÖZ, *Türkiye'de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi*, Türkiye Bankalar Birliği Yayın No:221

<sup>19</sup> İbrahim BETİL, *Hafiften Bankacılık*, Ana Yayıncılık, İstanbul, 2002, s.144



47'si ve 1914'te ise yüzde 54,1 tarım kesiminde üretilmektedir. Cumhuriyet'in ilanından bir süre önce toplanan İzmir İktisat Kongresi'nde tarım kesimiyle ilgili olarak başta Aşar Vergisi'nin kaldırılması ve tütün tekeline son verilmesi olmak üzere, güvenlik, makineleşme ve ulaşım konularıyla ilgili ilkeler benimsenir.<sup>20</sup>

Türkiye 1923 yılında cumhuriyetin kurulmasından 1970'lerin sonuna kadar (1950-1953 arası kısa süreli liberalizasyon hariç) büyük ölçüde hükümet müdahalelerine dayanan içe dönük bir iktisat politikası izlemiştir. Cumhuriyet ilk yıllarında, özel sektörün eksikliği nedeniyle, hükümet sanayileştirmeyi hızlandırmak için kamu iktisadi teşebbüsleri kurmak suretiyle ekonomide önemli bir görev üstlenmiştir. Benimsenen Devletçilik ilkesi, Birinci (1933-1937) ve İkinci (1938-1942) Beş Yıllık Sanayi Planları uygulamaya konmuştur.<sup>21</sup>

Türk Bankacılık Sistemi'nin temeli 1923 yılında Cumhuriyetin kurulması ile atılmıştır. Başlangıçta ekonomik kalkınmanın bankacılığın gelişmesi ile sağlanabileceği ve özel sektörün kaynaklarının yeterli olmaması nedeniyle bankaların kurulmasında devletin katkısının bulunması gerektiği fikri benimsenmiştir. 1923-1932 döneminde T.C Merkez Bankası ve şubeli yerel bankalar kurulurken 1933-1945 döneminde ekonomik faaliyetin değişik alanlarına hizmet etmesi amacıyla beş tane kamusal sermayeli banka kurulmuştur.

1945-1960 döneminde önemi ise özel sermayeli bankaların kurularak hızlı bir gelişim göstermesi, şube bankacılığının yaygınlaştırılması ve değişik ihtiyaçlara cevap verebilecek yeni türde kredi kurumlarının oluşturulmasıdır.

Planlı dönem olarak adlandırılan 1960-1980 döneminde ise ihtisas bankacılığına önem verilmiş ancak şube bankacılığı bu dönemde de önemini korumuştur. 80'li yıllara kadar Türkiye'de şube bankacılığına ağırlık verilmesi ve uygulanan negatif faiz politikası nedeniyle bankaların mevduata önem vermesi ve bu amaçla yurt çapında yayılcı politika izlemelerinden kaynaklanmaktadır. Özellikle 70'li yıllardan sonra holding bankacılığının gelişmesiyle birlikte de Türk bankacılığı geniş şube ağına sahip oligopolistik bir yapıya kavuşmuştur.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Haydar KAZGAN, Murat ÖZTÜRK, Murat KORALTÜRK, *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*

<sup>21</sup> Mehmet GÜNAL, *Merkez Bankası'nın Değişen Rolü ve Para Politikası Uygulamaları*, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayını, 2001, s.53

<sup>22</sup> Erhan YASAR, *Present Day Trends And Issues In Turkish Banking*, Sevilla, 1992, s.25

1980-1990 serbest piyasa ekonomisini uygulanması ve faizlerin serbest bırakılmasıyla yabancı bankalar şubeler açmış yerli bankalar da yurtdışında şubeler açmışlardır. Bu dönemde çok sayıda banka faaliyete geçmiştir.

1990-1999 bu dönemde bireysel bankacılık ürünleri hızla gelişmiş, başta tüketici finansmanına yönelik ürünler olmak üzere teknolojik donanımlı ürünler hizmete girmiştir. Bu ürünlerin en çok kullanılanları tüketici finansmanında tüketici kredileri, kredi kartları olmuş, teknolojik ürünler ise ATM ağları, telefon bankacılığı, EFT, SWIFT sistemleri, internet bankacılığı sayılabilir. Bu dönemde kamu finansmanını yönelinmiş reel ekonomi ile kredi ilişkileri azalmıştır.

1999 ve sonrasında yaşanan ekonomik krizler neticesinde sermayesi yeterli olmayan bankalara Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna devredilmiştir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunca bankacılık sektöründe yeniden yapıma sürecine girilmiştir. Ziraat ve Halk Bankası özerkleştirilmiştir.

Cumhuriyet döneminde bankacılık sektörünün gelişimi yedi döneme ayırmak mümkündür.

- 1923-1932 “Ulusal Bankacılık Dönemi”
- 1932-1944 “Özel Amaçlı Devlet Bankalarının Kurulduğu Dönem”
- 1945-1959 “Özel Bankaların Geliştiği Dönem”
- 1960-1980 “Planlı Dönem”
- 1980-1990 “Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi”
- 1990-1999 “Bireysel Bankacılığın Geliştiği Dönem”
- 1999 Sonrası “Yeniden Yapılandırma Dönemi”

### **III. TÜRK MALİ SİSTEMİ VE BANKACILIK SEKTÖRÜNÜN MALİ SİSTEMDEKİ YERİ**

Fon kaynaklarının oluşumu, dağılımı ve kullanımı konularında önemli roller üstlenmiş olan finansal sistemlerin etkinliği konusu, politika belirleyicilerin üzerinde hassasiyetle durduğu bir konudur. Çünkü etkin bir finansal sistem ile daha fazla

tasarrufun daha fazla yatırıma dönüştürülmesi ve kaynak dağılımının optimal bir noktaya çekilmesi mümkün olabilmektedir.<sup>23</sup>

Bir ülkede birikimlerin ekonomik sisteme çekilerek kalkınmaya ve gelişmeye temel teşkil eden fonlara dönüşmesinde mali piyasalar büyük önem taşımaktadır. Piyasa, herhangi bir mal veya hizmeti talep ve arz eden tarafların ve işlemlerin gerçekleşmesini sağlayan araç ve kurumların bütünü olarak tanımlanabilir. Buna göre mali piyasa, fon talep eden ve fon arz edenlerin karşı karşıya geldikleri ve ihtiyaçların karşılandığı ekonomik sistemlerdir. Ancak, mali piyasayı oluşturan unsurlar sadece fon talep ve arz eden taraflar değildir. Kuşkusuz taraflar arasındaki işlemlerin yasal ve düzenli bir şekilde gerçekleşmesi için akımı sağlayan aracı kurumlar, mali araçlar ve bunları düzenleyen yasal idari kurulların varlığı da gerekmektedir. Bunun sonucunda mali piyasa bu unsurların bu bütünü olarak kabul edilmektedir.

Yukarıdaki açıklamalar sonucunda mali piyasanın unsurları şu şekilde sıralanabilir:

- 1- Fon Fazlası Olanlar-Tasarrufçular
- 2- Fon Talep Edenler-Yatırımcılar
- 3- Aracı Kuruluşlar
- 4- Yatırım ve Finansman Araçları
- 5- Yasal ve İdari Düzen

Türk Mali Sistemi; parasal aracı kuruluşlar (Merkez Bankası, çok şubeli perakendeci ya da ticaret bankaları, az şubeli toptancı ya da ihtisas bankaları) parasal olmayan aracı kuruluşlar (vakıflar, sigorta ortaklıkları, para yaratmayan bankalar ve kredi kooperatifleri) ve menkul kıymetler piyasasından oluşmaktadır.<sup>24</sup>

Mali piyasalar ekonomik bütünlüğün vazgeçilmez parçalarıdır. Ülkede atık olarak duran kaynakların hem fon sahiplerine getiri sağlayacak tasarruflara

---

<sup>23</sup> İbrahim AYDINLI, *Türk Bankacılık Sistemi Piyasa Yapısı 1991-1994*, SPK Yayın No-40, 1996, s.1

<sup>24</sup> Tuncay ARTUN, *Türkiye'de Bankacılık*, Tekin Yayınevi, 1980, s.53-54

dönüşmesinde hem de yatırımcılara kaynak sağlanarak ülke kalkınmasının desteklenmesinde mali piyasalar devreye girmektedir.<sup>25</sup>

Türk Bankacılık Sistemi Türk Mali Sistemi içinde önemli bir yere sahiptir. Hatta mali sisteme banka sistemi egemendir denilebilir.<sup>26</sup>

Mali piyasaların sermaye ve para piyasaları olarak iki gruba ayrılmasında yatırım ve finansman araçlarının vadeleri esas alınmaktadır. Kısa vadeli (vadesi en çok 1 yıla kadar olan) yatırım ve finansman araçlarının işlem gördüğü piyasalara Para Piyasaları denilmektedir. Uzun vadeli (vadesi 1 yıldan daha fazla) yatırım araçlarının arz ve talebinin gerçekleştiği piyasalara ise Sermaye Piyasaları denilmektedir.<sup>27</sup>

Türk finans sisteminde yer alan finansal kurumlar arasında kamu ve özel mevduat ve ticaret bankaları ağırlıklı bir yeri vardır. Mevduat ve ticaret bankaları dışında kalan finansal kurumlar arasında ise sadece Sosyal Güvenlik Kuruluşları kayda değer finansal varlıklara sahiptirler. Bununla birlikte bu kuruluşların varlıklarının önemli bir bölümü de mevduat ve ticaret bankaları ile kamu kesimi kalkınma ve yatırım bankaları tahvillerinden oluşmaktadır.<sup>28</sup>

Ülkedeki tasarruf ve yatırım alışkanlığının oluşmasını destekleyen ticari bankalar, fonları toplayarak, bunları kısa dönemli finansman gereksinimi bulunan kişi ve kuruluşlara borç vermek suretiyle, para piyasasının etkin bir şekilde çalışmasını sağlayarak, her zaman para piyasalarının en önemli kurumu olma özelliğini korumuşlardır. İlerleyen süre içerisinde bankaların sermaye piyasaları bünyesinde aracı kurum olarak da yer almaları tasarruf sahiplerinin gözünde sahip oldukları güven unsurunun bu piyasalara da taşınmasına yol açmıştır. Hatta sermaye piyasaları içerisinde alternatif yatırım aracı olarak yer almaları, hisse senedi piyasasına katılmaları, sahip oldukları müşteri kitlesinin de bu piyasalara çekilmesini sağlamıştır.

---

<sup>25</sup> Mehmet SAVAŞ, Şenol BABUŞÇU, Yasemin AYMERGEN, Candan İNANÇ, *Mevduat Sigorta Sistemi ve Türkiye İçin Model Önerisi*, Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No-199, İstanbul, 1996, s.3

<sup>26</sup> Kadir ESER, *Tek Pazar Sürecindeki Avrupa Topluluğu 'nda Finansal Bütünleşme Çabaları, Bankacılık Alanında Yapılan Son Düzenlemeler ve Türk Banka Sisteminin Uyum Sorunları*, HDTM, Ankara, 1993, s.76

<sup>27</sup> SAVAŞ, s.4

<sup>28</sup> Mustafa ÇIKRIKÇI, *Türk Bankacılık Sistemine İlişkin Bir Değerlendirme (1973-1988)*, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları:424, Ankara 1990

Bankalar, mali sistem içerisinde varolan tasarrufların etkin bir şekilde kullanılarak, yatırımların desteklenmesinde önemli rol üstlenmektedir. Gelişen sermaye piyasalarına rağmen bankacılık sektörünün kendi içerisinde yürüttüğü yenilikçi ve rekabetçi politikalar, sunulan hizmet yelpazesinin çok geniş alanlara yayılmasına, bankacılık hizmetlerinin çeşitlenerek, tasarrufların çekici hale gelmesine ve fon sahipleri arasında tasarrufa özendirici etmenlerin artmasına neden olmaktadır.

Ülkede tasarrufların özendirilmesi ve ekonomik sisteme çekilmesi, yatırım destekleyici kaynakların artırılması anlamına gelmektedir. Çünkü bankalar topladıkları fonları ihtiyaç duyulan alanlara plase ederek, ülke ekonomisine kaynak yaratmaktadır. Anlaşılacağı üzere bankalar kredi piyasasında da önemli bir yere sahiptirler. Müteşebbisler, bankalar sayesinde güvenilir ve yasal kurumlar aracılığı ile kendilerine uygun şartlarda fon bulabilmektedirler. Bunun sonucunda artan yatırımlar, ülkedeki istihdam oranını ve dolayısıyla kalkınma hızını desteklemektedirler.

Bankalar, bu fonksiyonlarının yanında kayıtsal para yaratma fonksiyonlarıyla da ekonomiye kaynak sağlamaktadırlar. Bankaya yatırılan tasarrufların kredi olarak verildiği ancak kredi alan grubun bankadan parayı nakit olarak çekmediği çek veya benzeri banka araçları ile kullanıldığı düşünülürse, ekonomik sistemde yeni kullanım imkanları yaratıldığı görülmektedir.

Sonuçta bankalar, sadece para piyasası kurumu olarak değil aynı zamanda tüm mali sistemi destekleyen unsur olarak da her zaman için ülke ekonomisinde önemini koruyacaktır<sup>29</sup>

#### **IV. BANKA İŞLETMELERİNİN TEMEL FONKSİYONLARI**

Günümüz ekonomilerinde para ve kredi politikasının vazgeçilmez araçlarından olan bankalar, her ülkenin ekonomik yapısı ve ihtiyaçlarına paralel olarak yasalarla denetim altına alınmıştır. Üstlendikleri fonksiyonlar bakımından ülke kalkınmasında oynadıkları önemli rol, bankaları, ulusal ve uluslararası düzeyde kendine özgü mali kuruluşlar haline getirmiştir.

---

<sup>29</sup> SAVAŞ, s.4-5

Banka işletmelerinin tanımını, bir çok yazar çeşitli şekillerde yapmaktadır. Bazı Anglo Sakson yazarlar, bankaları çeke tabi mevduat kabul eden bir işletme şeklinde tanımlamaktadırlar. Bazı yazarlara göre ise; banka işletmeleri para kazanmak için para satan kurumlardır . Diğer bir gruba mensup yazarlarda banka işletmelerini, para ve kredi ticareti yapan kuruluşlar olarak tanımlamaktadırlar.

Banka işletmelerine ilişkin diğer tanımlamaları ise şu şekilde özetlemek mümkündür.

-Banka işletmeleri sermaye, para ve kredi üzerine her çeşit işlemleri yapan ve düzenleyen, özel ve tüzel kişilerin, devletin ve işletmelerin bu alanlardaki her türlü ihtiyaçlarını karşılamak üzere çalışan iktisadi kuruluştur.

-Banka işletmeleri para ve parayı temsil eden bütün tediye araçları ile uğraşan kurumlardır.

- Banka işletmeleri halkın belli zaman içinde harcamadığı paraları kabul ederek, bunları nema getirir şekilde ikraz ve plase eden, ödemelere aracılık, para nakli, senet tahsili ve emanet kabulü gibi çeşitli hizmetler gören işletmelerdir.

- Banka işletmeleri kredi işlemlerinde veya mali işlemlerde kullanmak üzere, halktan mevduat ve başka şekillerde para kabul etmeyi mutat meslek edinmiş teşebbüs veya kurumlardır.

Görüldüğü gibi, bu tanımlamalarda daha çok banka işlemlerinin para toplama ve kredi verme fonksiyonlarına vurgu yapılmaktadır. Tanımlarda dikkati çeken diğer bir konusu ise bankaların birer işletme olarak nitelendirilmesidir.

Bankalar belirli bir sermaye ile kurulmuş, belirlenen amaçlara göre örgütlenmiş, bazı hizmetleri yerine getirerek gelir sağlayan, hissedarları, borçluları ve alacaklıları olan birer işletmedir. İşletme, iktisadi mal veya hizmet üretmek ve pazarlamak için faaliyet gösteren bir kuruluş olarak tanımlanırsa, bankalar hizmet üreten işletmelerdir denilebilir. Dolayısıyla işletmeler için geçerli olan temel amaç ve politikalar bankalar içinde geçerli olmaktadır.<sup>30</sup>

Türkiye’de Bankacılık Sisteminin Bazı Temel özelliklerini sıralayacak olursak;

---

<sup>30</sup> SUNGUR, s.2

-Türkiye’de bankacılık sistemi temelde mevduat bankacılığı ağırlıklı bir yapıda gelişme gösterir,

-Türk banka sistemi çok şubeli bir yapıya sahiptir,

-Bankacılık sektöründe piyasa yapısı, Oligopolistik piyasa yapısına uygun bir gelişme göstermiştir,

-Bankacılık sisteminde sanayi sermayesi ile bütünleşme olgusu söz konusudur,

-Bankacılık kesimi işlevsel olarak karma bir yapıda gelişim göstermiştir.<sup>31</sup>

Çeşitli ülkelerin bankacılık sistemlerinde görülen yapısal farklılıklara rağmen tüm bankaların yerine getirildiği ortak fonksiyonlar şöyle sıralanabilir:

-Gerçek ve tüzel kişilerin ihtiyaç fazlası paralarını mevduat olarak toplamak,

-Mevduat olarak toplanan fonları kredi ve plasman olarak kullanmak,

-Mevduat sahiplerine ve diğer ilgililere havale, senet tahsili ve kiralık kasalar gibi çeşitli bankacılık hizmetleri götürmek.

Bankalar kişilerin ya da işletmelerin belirli bir süre için harcayamayacakları paraları vadeli ve ya vadesiz mevduat olarak toplamakta, buna karşılık kişi ya da işletmelere çek, mevduat sertifikası gibi bir takım hizmetler sunmaktadır. Toplanan mevduatların reel ekonomiye kredi olarak kullanılmasıyla atıl vaziyette kalacak olan ülke varlıkları ekonomiye kazandırılmaktadır. Böylece tasarrufların birleştirilerek yatırım alanlarına aktarılmasını sağlayan bankalar, hem bu işlemde kazanç sağlamakta hem de ülke ekonomisine hizmet etmektedirler. Bu yönüyle bankalar, ülke ekonomilerinde önemli bir rol üstlenmektedirler.<sup>32</sup> Böylelikle mevduat sahibi, banka ve girişimcinin çıkarları birbirini tamamlamış olur ya da hiç olmazsa birbirlerine yaklaştırılmaya çalışılır.<sup>33</sup>

Bankaların en önemli temel fonksiyonlarından biride kaydi para yaratmalarıdır. Bankalara nakit olarak gelen para mevduat hesabına alacak kaydedildikten sonra kaydi para olur ve müşteri nakten bu parayı çekmeyip çek,

<sup>31</sup> Semra PEKKAYA, *Türk Mali Sistemi İçinde Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Finansal Yapısının Analizi*, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., 1994, ss.32.35

<sup>32</sup> ÇANKAYA, s.8

<sup>33</sup> SUNGUR, s.2

havale, yöntemiyle kullansa bile kaydi para niteliğini yitirmez. Bankalar bu mevduatın üzerinden belirlenen yasal karşılığını ayırmak zorundadırlar geri kalan kısmını kredi olarak verebilirler ve verilen bu kredi tekrar bankacılık sistemindeki bir mevduat hesabına alacak kaydedilirse para tekrar kaydi para olur.

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse, bankacılık sektörünün ülkenin para politikasını etkilemekten, ekonomideki sektörler arasındaki kaynak dağılımını değiştirebilmeye; toplumdaki gelir ve servet dağılımından, yatırımların verimli alanlara aktarılmasına kadar pek çok hayati fonksiyona sahip olduğunu söylemek mümkündür.<sup>34</sup>

## V. KLASİK BANKACILIKTA MEVDUAT VE KREDİ

### A) MEVDUAT TANIMI VE ÖNEMİ

Banka denilince akla gelen ilk öğelerden biri kuşkusuz mevduattır. Mevduat para teorisinin de temel konularından en başta gelenidir. Para benzeri likidite olarak tanımlanan mevduat üzerinde para otoriteleri ve para teorisyenleri önemle durmakta bu konuda sayısız araştırmalara yönelmektedirler.<sup>35</sup>

Bankalara istenildiği zaman ya da belirli bir vadenin sonunda çekilmek üzere yatırılan Türk Lirası ya da yabancı paralara mevduat ya da tevdiat denilmektedir.<sup>36</sup> Mevduat , ticari nitelikte vadesiz yatırılan parasal değerlerden ya da birikimden olur.

<sup>37</sup>

İç ve dış kaynaklardan özel fonları ikraz eden kalkınma bankaları bir tarafa bırakılacak olursa, bankaların ana kaynağı mevduattır.

Tüm banka sistemlerinde olduğu gibi, TBS'nde de kaynaklar ve öz ve yabancı kaynaklar olmak üzere ikiye ayrılmakta, yabancı kaynakların özkaynaklara göre önemi belirgin bir ağırlık taşımaktadır. Yine gözlenen önemli bir olguda mevduatın tüm yabancı kaynaklar içindeki öneminin oldukça fazla olmasıdır. Bir diğer anlatımla

---

<sup>34</sup> ÇANKAYA, s.8-9

<sup>35</sup> YÜZGÜN, s.73

<sup>36</sup> SUNGUR, s.3

<sup>37</sup> GÖRSEL BÜYÜK KÜLTÜR ANSİKLOPEDİSİ, Görsel Yayınları, C-10, s. 6059



bankalar öz kaynaklardan çok yabancı kaynaklara ve özellikle topladıkları mevduatta dayanarak uğraşta bulunan parasal kuruluşlardır.<sup>38</sup>

Bankalardaki tasarruf mevduatı kamu tüzel kişiliğini haiz "Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu" tarafından sigorta edilir.<sup>39</sup>

Mevduat Türleri; Keynes'in mevduat ayırımı açısından önerdiği bölümleri şu şekilde sıralamak olasıdır.

- a- Aktif Mevduat (kredilerin yarattığı mevduat)
- b- Pasif Mevduat (banka gişelerine müşterilerce yatırılan mevduat)

Mevduatın bölümlendirilmesinde pek çok çeşit getiren kişilerden biri de Edward Reed'dir. Adı geçen mevduatı orijini açısından; a) Başlangıç mevduat, b) Türev (uyarılmış refleks) mevduat. Vade açısından a) Vadesiz mevduat b) Vadeli mevduat. Güvenceli olup olmaması açısından ise a) Özel mevduat b) Kamu mevduatı olarak sınıflandırmıştır.

Günümüzde Türk Bankacılığında yer alan mevduat türleri;

a-Resmi Mevduat: Genel ve Katma bütçeli daire ve kurumlara yerel yönetimlere, kanunla kurulmuş döner sermayeli kuruluşlara, mahkemelere, savcılıklara, icra ve iflas dairelerine, tereke hakimliklerine ve kanunda kurulmuş sosyal sigorta kurumlarına ait mevduat resmi mevduattır.

b-Ticari Mevduat: Gerçek kişilerin ticari işletmelerine, kooperatifler dahil her çeşit ortaklıklara, vakıflar, dernekler, sendikalar, birlikler ve mesleki kuruluşların kurdukları veya katıldıkları ticari işletmelere, kamu iktisadi teşebbüsleri ile bunların işletme ve kuruluşlarına, genel ve katma bütçeli daire ve kuruluşlarla yerel yönetimlerin ticari işletmelerine ait mevduat ticari mevduattır.

c-Bankalar Mevduatı: Bankaların (kamu iktisadi teşebbüsü halindeki bankalar ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası dahil) ve özel kanunlarına göre mevduat kabulüne yetkili kılınan kuruluşların birbirlerine yaptıkları mevduat, bankalar mevduatıdır.

---

<sup>38</sup> YÜZGÜN, s.73

<sup>39</sup> 4389 Sayılı Bankalar Kanunu, Madde 15

d-Tasarruf Mevduatı: Gerçek kişilerce bu nam altında bankalara yatırılan paralar ile vakıflara, dernek ve birliklere, sendikalara kanunla veya Bankalar Kanununun 25'inci maddesinde belirtilen sandıklara ait mevduat tasarruf mevduatıdır.

Vadelerine göre mevduatı ikiye ayırmak gerekir. Bu tür ikili ayırıma salt tasarruf mevduatında yer alacaktır.

a-Vadesiz Mevduat: Mevduat sahibi tarafından istenildiğinde çekilebilen, bu konuda daha önce bankaya bildirmeye gerek duyulmayan mevduattır.

b-Vadeli Mevduat: Mevduat sahibi tarafından, kesinleşmiş tasarrufların belirli bir süre bankada tutacağını varsayımı ile bankalara yatırdıkları mevduattır. Vadeli mevduatta faiz etkeni, vadesize nazaran çok önemlidir.<sup>40</sup>

## B) KREDİNİN TANIMI

Kredi sözlük anlamıyla, Bankaların likit imkanlarını çeşitli alanlarda kullanması veya borç para olarak vermesi olarak tanımlanmaktadır.<sup>41</sup>

Latince'de inanma, güven anlamına gelen kredi 'credere' sözcüğünden gelmekte, saygınlık ve itibarı ifade etmektedir. Kredi genel olarak; "belli bir süre sonra ödeme vaadi ile; mal, hizmet ve para cinsinden satın alma gücünün sağlanması veya, var olan satın alma gücünün belirli bir zaman sonra geri alınmak üzere başka bir kimseye devredilmesi" şeklinde tanımlanabilir.

Krediyi bir başka şekilde; "tarafardan birinin diğer tarafa fonlarını karşılık isteyerek ya da istemeyerek kiralamayı kabul ettiği bir işlem" olarak tanımlamak olanaklıdır.

Bankacılık açısından yapılan bir tanıma göre kredi, hemen kullanılacak bir malın kullanımının, o malın ileride bir tarihte aynen geri vermesi vaadi ile mübadele edilmesidir. Kredinin bankacılık açısından daha kapsamlı tanımı ise; bir bankanın yapacağı istihbarat sonucunda gerçek veya tüzel kişilere yasalar, iç politikaları ve kendi kaynakları da gözönünde bulundurularak teminat karşılığı ve teminatsız olarak para, teminat veya kefalet vermek şeklinde tanınmış olan olanak veya limit şeklindedir.

<sup>40</sup> YÜZGÜN, ss. 74-76

<sup>41</sup> MEYDAN LAROUSSE, Meydan Yayınevi, 1972, C-VII, s. 572

Kredi mübadele temeline dayanmaktadır. Zira herhangi bir kişinin ya da işletmenin kendisine ait olmayan bir hakkı ya da olanağı, karşılığını temin etmek koşuluyla, belirli bir süre için kendisininmiş gibi kullanabilmesini sağlamaktadır. Taraflardan kredi alan sahip olduğu olanak ya da fon için, önceden belirlenmiş bedeli ile birlikte geri ödeme vaadinde bulunurken, diğer tarafı temsil eden finansal kurum ise sözü geçen olanağı ya da fonu kararlaştırılan süre dahilinde kullandırmayı kabul etmektedir. Dolayısıyla kredi, fon arz eden ve talep eden taraflar arasında güvenceye dayanan ekonomik bir alışveriştir.

## VI- BİLGİ TOPLUMUNA GEÇİŞ

Bazı kaynaklara göre iletişim alanında 1800 yıllarından evvel ki yaklaşık 37 bin yıl içinde gerçekleştirilen buluş ve yeniliklerin sayısı 17 iken, 1800 yılından günümüze kadar geçen 200 yıl içindeki buluş sayısı 60'a yakındır.

Bu hızlı değişimle beraber insanoğlunun yaşantısının her aşamasında teknolojik bir alet yer almaktadır. İnsanlar günlerinin büyük bölümünü televizyon başında geçirmekte, internete girerek tüm dünyadaki bilgiye ulaşabilmektedirler. Cep telefonları yaşamın bir parçası olmuştur. Bilginin paylaşılması ve bilgiye ulaşmasındaki mekan, zaman gibi kavramlar artık ortadan kalkmıştır.

Latince'de (informatio) , İngilizce'de ise (information) ya da (knowledge) olarak tanımlanan bilgi, verilerin karar alma süreçlerine destek olacak şekilde, anlamlı bir yapıya getirilmesiyle ortaya çıkan sonucu ifade etmektedir. Bilgi çağında, bilgi toplumu (knowledge society) olarak adlandırılan bir ortamda ve küreselleşen pazarlarda işletmeler, ürünlerini büyük bir rekabet ortamı içinde satabilme çabasındadırlar. Günümüz ekonomisinin dijital ekonomi olarak adlandırıldığı bir ortamda yirmi birinci yüzyılın gereği olarak bütün ülkeler, ulusal bilişim alt yapılarını oluşturmak zorundadırlar. Tüm işletmelerde kendi içinde bir bilişim altyapısı kurulmalıdır<sup>42</sup>. Bilgi bir diğer ifade ile düzenlenmiş, kıyaslanmış, anlam taşıyan veriler olarak da tanımlanabilir.<sup>43</sup>

<sup>42</sup>Göker GÖKER *Bilim, Teknoloji, Sanayi Üçlemesi*, Sarmal Yayınları, İstanbul, 1995, s.150

<sup>43</sup>Gürhan ÇALKIVİK, "Yeni Ekonomide Bilgi Birikimi Yönetimi", (www.insankaynaklari .com-26.04.2003)

Günümüzde tüm dünyada bilgi (information) konusu çeşitli basın ve yayın organlarında vurgulanmakta, özellikle endüstri ötesi toplum olarak nitelendirilen toplum olarak nitelendirilen toplumların bu konuya verdikleri önem çok çeşitli şekillerde ifade edilmektedir. Bilgiye duyulan ihtiyacın temel bir ihtiyaç olduğu ve insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir.<sup>44</sup>

Bilginin toplanması, bu bilginin işlenmesi saklanması ve gerektiğinde herhangi bir yere iletilmesi yada herhangi bir yerden bu bilgiye erişilmesini bugün için elektronik, optik vb. tekniklerle otomatik olarak sağlayan teknolojiler bütünü bilgi teknolojileri diye tanımlayabiliriz.<sup>45</sup>

M.U. Porat daha 1978’de ABD’nin bir ‘bilgi toplumu’ olduğunu belirterek şunları yazıyordu. 1967’de ABD sosyal hasılasının % 25’i bilgi-iletişim mal ve hizmetlerin üretim, işleme ve dağıtımından kaynaklanıyordu. 1970’de çalışanların yaklaşık yarısı “bilgi işçisi” olarak adlandırılabilirdi. Bunlar toplam işgücü gelirin % 53’ünün üzerinde bir pay almaktadırlar.

Bilgi sektörünün ürünü olan mallar arasında bilgisayar, iletişim ve elektronik araçlar, büro ve işyeri araçları, ölçü ve kontrol araçları, basın ve basılmış yayınlar ile hizmet cephesinde elektronik haberleşme, reklam, eğitim, iletişim geliştirme araştırmaları ve hizmetleri, kütüphanecilik, kısmen finansman ve sigortacılık ve araştırma-geliştirme firmaları yer alıyordu. Böylece bilgi sektöründe yer alan işletmeler ile bunlara destek veren işletmeler birlikte düşünüldüğünde 1977 yılında ABD milli gelirin yaklaşık yarısı bu sektörden kaynaklanıyordu. Bu nedenle Fritz MacLup’un “bilgi ekonomisi” Brzezinski’nin “teknotronik çağ;” Rolf Dahrendorff’un “post kapitalizm”, Amitai Etzioni’nin “post modern”; Daniel Bell’in “post-endüstriyel” ve Peter F.Drucker’in “Post Business Society” dediği bir toplum yapısı doğmaktaydı. Bu yeni toplum yapısını Porat, “bilgi toplumu” (information society) olarak adlandırır. Nitekim Japon Masuda da kitabının ilk baskısında Bilgi Toplumu kavramını tercih ediyordu.

---

<sup>44</sup> Ziya AKTAŞ, Orhan EMİRDAĞ, Hasan KINALI, *Türkiye’de Bankacılık Kesiminde Bilgisayar Kullanımının Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları No-142, s.5

<sup>45</sup> Cihat KARTAL, *İnternet Ortamında Pazarlama*, Gazi Kitabevi, Ankara, 2002, s.1

1990'lara gelindiğinde ise Naisbitt ve Aburdene yaşanan çağı, insanlık tarihinde akıllara durgunluk veren bir teknolojik yenilenme, benzeri görülmemiş ekonomik olanaklar ve şaşırtıcı siyasi gelişmeler ile kültürel yeniden doğuşlardan dolayı 2000'li yılları “büyük yönelimler” (Megatrends) çağı olarak ilan ediyordu. Bu yeni yönelimlerin temelinde “bilgi işlem” veya kısaca “bilişim teknolojisi” yatıyordu.

Bu teknolojiye dayalı olarak şekillenmeye başlayan bilgi toplumunun itici gücü, bilgi ve bilgiyi işleyen bilgisayarlar oluyordu. Bilgisayarlarla birlikte; istenen bilgileri, istenildiği kadar depolayabilen, bunları işleyen, bunlardan yeni bilgiler üreten “bilişim teknolojileri” insanlığın hizmetine sunuluyordu. Bilişim teknolojilerinin bu desteğini alan insanoğlu, yenilikçi ve yaratıcılığı ile bir yandan sorunlarına yeni çözümler üretebiliyor ve bir yandan da toplumu yeniden şekillendiriyordu. İnsan beyninin yerine geçmeye aday olan akıllı bilgisayar üretme çabalarından, mikrobiyolojide insan geninin yapısına kadar uzanan yeniliklerle, uzayda, büyük patlama sonucu oluşan güneş sistemi dışındaki evren arayışlarına kadar giden bilimsel gelişmeler hızla sürmektedir. Teknolojik yeniliklere dayalı olarak üretilen yeni maddeler örneğin, yeni plastik türleri, seramik ve metal karışımları; özellikle elektronik, iletişim, uzay araçları, otomobil ve tıp alanında yoğun olarak kullanılmaktadır. Bütün bu gelişmeler, bir “bilgi patlaması” yaratarak, bilgi toplumuna gidişi inanılmaz ölçüde hızlandırmış bulunuyor.

Sanayi toplumuna geçişin “motoru” olma işlevini nasıl buharlı makineler üstlenmiş ise; bilgi toplumuna geçişi de bilişim teknolojisinin temelindeki bilgisayarlar gerçekleştirmiştir.<sup>46</sup> Günümüz dijital ekonomilerinde, ticari faaliyetler bilgisayar ağları üzerinden yürütülmeye başlanmıştı. Ticari anlamda akla gelebilecek pek çok işin bilgisayar ağları üzerinden yapılabilmesi dijital ekonominin bir ön göstergesidir. Bu ekonomik ortamda işletmeler ticari faaliyetlerine web tabanlı olarak yürütmekte, bu da iş dünyasında önemli yapısal değişimlere neden olmakta ve yeni kurumsal yapılar ortaya çıkmaktadır.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Hüsnü ERKAN, *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1998, s.71

<sup>47</sup> KARTAL , s. 2

## VII. İNTERNETİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İnternet sözlük anlamıyla; dünyadaki bilgisayarların birbirine bağlanmasını sağlayan, bilgisayarlar, routerlar ve kablo bağlantılarından oluşan global ağıdır.<sup>48</sup> İnternet (The INTERNational NETwork-Uluslararası Ağ), tüm dünyada her ölçekte kullanılan, özellikleri birbirinden farklı olabilen pek çok bilgisayar ve işletim sisteminden oluşmuştur. Bir başka tanıma göre internet güvenilir, sıralı ve uçtan uca bilgi iletişimini sağlamak için kullanılan TCP/IP (Transmisson Control Protokol) internetin temel iletişim dili veya protokolü. Intranet ve extranet gibi özel ağlarda da iletişim protokolü olarak kullanılır,<sup>49</sup> yani internet protokolü kullanan şebekeler topluluğudur.<sup>50</sup>

İnsanlık tarihi boyunca her büyük keşif dönemin mevcut toplumsal ekonomik ve politik yapılanmalarında önemli dönüşümlere yol açmıştır. Örneğin 18. yüzyılın sonlarında keşfedilen buhar gücü basit teknolojik bir keşif olarak kalmamış bugün sanayi devrimi olarak adlandırdığımız sürece yol açmıştır. Sanayileşmenin başlamasıyla geleneksel üretim biçimleri altüst olmuş, üretim ilişkileri ve mekanları yaşanan köklü dönüşümler toplumsal ve siyasal anlamda farklı talepleri olan yeni bir insan tipolojisi doğmuştur. Toplumsal anlamda geleneksel bağlardan özgürleşen insan, modern bireye, siyasal anlamda ulusal yapılanmalar, parlamenter demokrasiye dönüşmüştür. Elbette ki bu dönüşümler toplumsal ve siyasal olarak oldukça sancılı yüzyıla yayılan uzun bir belirsizlik dönemi içerisinde gerçekleşmiştir.

Günümüzde, çok kısa zamanda ve hızlı bir şekilde yaygınlaşan alışverişten ticarete, bilimsel araştırmalardan, eğlenceye, sivil toplum kuruluşlarının örgütlenmesinden, siyasi partilerin propagandasına kadar hayatın her alanını içine alan internet, insanlık tarihi açısından dönüm noktasıdır. Nitekim internetin “3. Devrim” ya da “Enformasyon Devrimi” olarak isimlendirilmesi sahip olduğu büyük dönüştürücü potansiyeli işaret etmektedir. Soğuk savaşın gergin olduğu 1960’ların ikinci yarısında, askeri güvenlik kaygısıyla geliştirilen internetin, ancak 1990’ların

---

<sup>48</sup> EKONOMİST, “İnternet Terimleri Sözlüğü”, 14 Mayıs 2000, s. 15

<sup>49</sup> EKONOMİST, s. 29

<sup>50</sup> KARTAL, s. 2

başında yaygınlaşmaya başlaması hem teknolojik hem de toplumsal ve siyasal dönüşüm potansiyelini anlamak açısından önemlidir <sup>51</sup>

İnterneti oluşturan temel çalışmaların yapılmasında bir çok insan yer almıştır. Ancak bu kişilerin en ilginç Joseph Carl Robnett Licklider isminde bir psikologdur. Bugün roter olarak adlandırılan yöneticilerin BBN tarafından oluşturulmasında kendisinin önemli katkısı vardır. İnternet, Sovyet Rusya ve Amerika Birleşik Devletleri'nin daha çok askeri anlamda güvenlik sorunu sonucu ortaya çıkmıştır. Rusların Sputnik isimli uydusunu 1958 tarihinde uzaya fırlatmasına karşılık Amerikalı'lar, Sovyet'lerin kendilerinden daha ileride olmasını kaldıramıyor, üzerlerinde ciddi bir tehdit hissediyorlar. Bunun üzerine, teknoloji üzerine yapılacak araştırmalara kaynak ayırıyorlar ve savunma sanayinin bu araştırmaları desteklemesine karar veriliyor. Bununla beraber 1950 lerde, ikinci sıcak savaştan hemen sonra düşmanların gelip üzerlerine atom bombası atmasından pek de haksız olamayarak korkan A.B.D. yönetiminin askeri yöneticilerinin, bir noktada kopması halinde başka bir şehir üzerinden bağlantıyı sağlayabilecek bir ağa ihtiyaç duymalarıyla Amerikalıların DARPA (Defence Advanced Research Projects Agency) isimli projesi ortaya çıkıyor. Söz konusu proje ilerleyen tarihlerde bir bilgisayar programı olarak MIT üniversitesinde yeniden tasarlanıp, Berkeley Üniversitesi ile aralarında kurmuş oldukları telefon hattı iletişimi ile WAN (Wide Area Network) projesi geliştirilmiştir. Avrupa'da da benzer şekilde bilimsel araştırma kurumlarının oluşturduğu EARN adlı bilgisayar ağıda internete katılırken ülkemiz ise Ege Üniversitesinden geçen ağ ile internete girmiş oldu.

1969 yılında ARPANET (Advanced Research Projects Agency Net) projesi uygulamaya konularak dört bilgisayar birbirine bağlanabilmiştir. Zamanla Amerika'daki çeşitli üniversitelerin bilgisayarlarını içine alacak şekilde gelişim gösterdi.1973 yılında Stanford Üniversitesinde internetworking projesi başlatıldı. 1974 yılında TCP/IP geliştirilerek çok daha değişik niteliklere sahip bilgisayarların birbirleri ile iletişimi sağlanabilmiş ve 1983 de tüm ARPANET kullanımdan kaldırılmış. Günümüzde internet servisleri belirlenen protokollere göre gerçekleşir.

---

<sup>51</sup> “Çalıştay Raporu”, (www .bilisimsurasi.org.-10.03.2003)

1980 yıllarında da geliştirilen NSFNET (National Science Foundation), BITNET (Because It's Time Network) ve CSNET (Computer Science Network) ağları ve 1993 yılında Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi CERN'de Yüksek Enerji Fizikçileri tarafından üretilen dokümanlara bilgisayardan daha rahat ulaşmak amacıyla geliştirilen ve internetin en gelişmiş aracı olan WWW (World Wide Web) ile internet kullanımının tüm dünyaya yayılımı gerçekleşmiştir.<sup>52</sup>

## VIII. YENİ EKONOMİ

Teknolojik gelişmeler dünya tarihinde iktisadi hayatın belirleyicisi olmuştur.<sup>53</sup> Eski ekonomi aktiviteleri fiziksel unsurlardan oluşmaktadır.<sup>54</sup> Artık “eski” olarak adlandırabileceğimiz bilek gücüne dayalı ekonomik düzen, 1800’lerin başında sanayi devrimiyle başladı ve 1990’lara kadar gücünü korudu. Eski ekonomi “imalat” üzerine kurulmuştu. Her müşterinin beğeni ve isteklerini aynı olarak kabul eden bir standartlaştırma ile yapılandırılmıştı. Dar bir kitleyi hedef alan, özellikle 1945 sonrasında ulusal pazar odaklı olarak gelişen, maliyetleri sürekli kontrol altında tutmak üzerine yoğunlaşmış bir yapıya sahipti. Eski ekonomi, hiyerarşi basamakları yoğun ve değişime yönelik hazırlıkları olmayan kitle üretimi odaklı firmalarla harekete geçti. Bu firmaların yukarıda sıralanan özellikleri ise eski ekonomide başarının anahtarı olarak kabul edildi.<sup>55</sup>

Tablo 1 : Yeni Ekonomiye Geçiş Süreci

Yeni Ekonomi yıllardır süren bir sürecin sonucudur

1850’ler Sanayi Devrimi	1900’ler Bilgi Ekonomisi
Tekstil	
Gemi Yapımı	
Kimya	Hayat Bilimleri
Bankacılık	Finansal Hizmetler
Üretim	Robotik
	Bilgi Teknolojisi
	Telekomünikasyon

Değişim.tr, İnternetle Gelişimde Türkiye, 2001, s.15.

<sup>52</sup> KARTAL, s. 3-4

<sup>53</sup> Sadık ACAR, D.E.Ü.İ.B.F Dergisi, C.XV, S.1, İzmir, 2000, s.87

<sup>54</sup> Türk Telekom Dergisi, Nisan 2002, S.4, s.11

<sup>55</sup> Arthur Andersen Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlık Ltd.Şti., *Değişim.tr İnternetle Gelişimde Türkiye*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yayın No.565, İstanbul



Bu sistem, uzun yıllar aynı şekilde devam etti. Ancak Amerika'da, 70'lerin ortasında ve 90'ların başında yaşanan ekonomik krizler bu yapıların geçerliliğine önemli darbeler vurdu. Kırsal bölgelerden kentlere göç ve artan işsizlik, üretim hacmini ve ücretlerin artış hızını yavaşlattı. ABD'de 1950-60'larda %3 olan büyüme hızı 90'ların ilk yarısında %1,25'e kadar geriledi ve sanayinin yeniden yapılanmasıyla belirginleşmeye başlayan bölgesel ekonomik durgunluğa bir tepki verilmesi zorunluluk haline geldi. Bu durgunluğun sonucunda eski ekonomi anlayışı bir yenilenme sürecine girmek zorunda kaldı.

Eski ekonomiye bu yeniden yapılanma imkanını ise inanılmaz bir hızla gelişen teknoloji ve onun kolaylaştırdığı bilgi üretimi sağladı. Günümüzde, yaratıcılığın oluşmasında anahtar rol oynayan fikirlerin, teknolojinin ve yenileşmenin öneminin artmasıyla, bilgi ve teknolojinin altyapısını oluşturduğu "yeni ekonomi" kavramı tüm sektörlerde yerleşmeye başladı.

Teknolojik gelişim devrimi bilgisayarların daha güçlü ve kolay kullanılır hale gelmesi, iletişim hızının inanılmaz oranda artması ve internetin günlük hayatımıza yerleşmesi yeni ekonominin temelini oluşturan gelişmelerden bazılarıdır. Yine de yeni ekonomi bundan daha fazlasını ifade ediyor. Sadece teknoloji üreten ve bunun etrafında yapılan organizasyonlar değil; bilgisayar destekli üretim planlama programları kullanarak maliyetlerini düşüren fabrikalar, dünyanın her köşesinde sipariş alabilen üreticiler ve yapmakta oldukları işi teknoloji ile entegre eden tüm kuruluşlar, yeni ekonomiyi oluşturan bütünün parçaları.<sup>56</sup>

Yeni ekonomi Devlet politikalarını da zorlamaktadır. Piyasaların yapısında yarattığı köklü değişimlerin varolan kuralları ve/veya kanunları tamamen değiştirmeyi öngörüyor. Bilgi teknolojisi giderek artan bir hızda toplumun her kesimine TV, cep telefonu, internet şeklinde dokunuyor dolayısıyla yeni ekonomi sadece belli bir sektörü değil tüm piyasa ekonomisinin işleyişini değiştiriyor. Gelişmiş ülkeler artık internet ve teknolojilerinin toplum ve ekonomiden bağımsız olamayacağını bilincinde yeni ekonominin etrafında hem kamu hemde özel sektörlerini yeniden yapılandırıyorlar. Tüm bunların ışığında hükümetlerde devlet

---

<sup>56</sup> ANDERSEN, s.15-17

politikalarını yeniden gözden geçiriyorlar,tüm telekomünikasyon hizmetlerine erişim şartları, vergilendirme, tüketici hakları, iletişim güvenliği, mülkiyet ve kişilik hakları. Yeni kuralları eski düzene uyarlamak yeterli olmuyor, bazı kuralların ve kafa yapılarının tamamen değişmesi gerekiyor<sup>57</sup>

Yeni Ekonomiyi hazırlayan koşulları küreselleşme sürecinin dinamikleriyle ilişkilendirmek mümkündür. Böylesi bir bakış açısı küreselleşme sürecinde yaşanan değişim ve gelişmeleri anlamayı gerektirmektedir. Özellikle son yirmi yılda politik, ekonomik, bilimsel ve teknolojik alanda köklü değişiklikler yaşanmaktadır. Bu değişiklikler birbirinden bağımsız olmadığı gibi aynı zamanda birbirlerinin sebep ve sonuçlarını da oluşturur. SSCB ve Doğu Bloku'nun 1990'lı yılların başında dağılması ve Soğuk Savaşın sona ermesi, politik unsurlar içinde en önemlisini oluşturmakta ve bazı yazarlar Yeni Ekonomik Düzenin tetikleyici miladını bu oluşuma bağlamaktadır. Bazı gözlemciler ise bu yeni sürecin itici gücünü enformasyon iletişim teknolojilerindeki (EKT) köklü değişikliklere dayandırmaktadır<sup>58</sup>

Yeni ekonominin getirisi olan çarpıcı değişikliklerden biri hız, dinamizm, sürdürülebilir yenilenme gibi kavramların normlaşması. 1990'ların başında bir otomobilin tasarım aşamasından üretime geçmesi 6 yılı alırken, şu an bu süre 2 yıla kadar indirgenmiş durumda. Hatta artık dünyanın birçok büyük otomotiv firması internetten otomobil satışı yapıyor.

Girişimci büyüme, beraberinde doğal olarak risk de getiriyor. Yeni kurulan her üç işten biri bir yıl içinde ya yok oluyor ya da değişmek zorunda kalıyor. Dalgalanma etkisi diyebileceğimiz bu etki, teknolojinin gelişmesi ve rekabetin artması ile ivme kazanıyor. Rekabet artışı da küreselleşmenin yan etkisi olarak karşımıza çıkıyor.<sup>59</sup> Zaman içinde yeni ekonomide kullanılan iletişim ağları tamamıyla internet üzerinden olacağı düşünülmektedir.<sup>60</sup>

Gün geçtikçe güncel hayat üzerindeki etkisini artırmasına rağmen, yeni ekonominin toplumun her kesimi tarafından kabul edilen evrensel bir tanımı yok. Sıkça yapılan bir tanımı Fast Company şöyle ifade ediyor:

---

<sup>57</sup> "Yeni Ekonomi", (www.insankaynaklari.com-10.09.2002)

<sup>58</sup> Münevver SOYAK, "Yeni ekonomi ve Yansımalar", (www.mimoza.marmara.edu.-04.05.2003)

<sup>59</sup> Andersen, s.17

<sup>60</sup> Türk Telekom Dergisi, s.11

“Gelişen yeni iş dünyası ve bu dünyada çalışan yeni toplum: yeni çalışma, rekabet, yaşama ve büyüme koşullarına sahip insanlar...”

Bu tanımda, yeni ekonomiyi küreselleşme, teknolojik gelişmeler, şirketlerin yeni değer arayışı ve insan kaynaklarının artan öneminden oluşan dört ana etkenin şekillendirdiği belirtilmektedir. Dolayısıyla yeni ekonomiyi anlayabilmek için öncelikli olarak bu etkenlerin anlaşılması gerekiyor.<sup>61</sup>

Yeni ekonomiye ait ürün ve hizmetler, enformasyon ve iletişim teknolojilerine ait hizmetlerdir. En geniş tanımıyla enformasyonun bilgiye dönüşmesi ve bilginin yönetimi, işlenmesi ve dağıtımı ile ilgili endüstrilerdir. Bilgisayar, yazılımlar, telekomünikasyon, yarı iletkenler, internet gibi yüksek teknoloji ürünleri ve bunların hizmetleridir. Bunun yanı sıra biyoteknik, genetik gibi endüstriler de yeni ekonomiye ait endüstrilerdir. Bu ürün ve hizmetlerin, ekonomiye temel olarak iki şekilde katkıda bulunduğu öne sürülür. Öncelikle enformasyon ve iletişim endüstrileri başlı başına ele alınmalıdır. Bu “imalattaki endüstriler” imalat süreci içinde yarattıkları ileri ve geri doğru bağlantılarla, ekonomide farklı ve güçlü etkiler yaratmaktadır. Diğer yandan bu teknolojileri bir “girdi” olarak kullanan ve uygulayan sektörlerde anlamlı ölçüde verimlilik artışları gözlenmektedir. Örneğin; elektronik veri sistemlerini ve ofis otomasyon sistemlerini kullanan firmalar, gelişmiş bilgisayarlar ve internet aracılığı ile önemli ölçüde tasarruflar sağlamakta ve bu tasarruflar, verimlilik ve etkinliklerini artırmaktadır. Ancak enformasyon teknolojilerinin başarılı olarak kullanılabilmesi, iş sürecinde, organizasyon yapısında, hünerli işgücünde, ürün yeniliklerinde ve hizmetlerin ulaştırılmasında “esaslı” değişiklikler yapılmasını gerektirmektedir. Bu anlayış doğrultusunda, geleneksel yöntemlerle üretim yapan işletmeler, yüksek teknoloji ürünlerini bir “sermaye girdisi” olarak kullanmaya ve gerekli olan organizasyon sürecini yaşama geçirmeye başladıklarında elde edecekleri geniş kazanımlarla birlikte yeni ekonominin kurallarına tabi olacaktır. Bu adaptasyon süreci ise, “eski” ve “yeni” ekonomi ayrımı arasındaki çizgiyi önemli ölçüde belirsiz kılmaktadır. Bu arada altı çizilmesi gereken nokta, yeni ekonominin, ekonominin temel yasalarının değişmesinden çok, mikro ve makro birimlerde bir zihniyet ve anlayış değişikliğini ima etmesidir. Teknolojik alt

---

<sup>61</sup> Andersen, s.17

yapı olanaklarının sağlanması gerekli ama yeterli şart değildir. Dolayısıyla enformasyon ve iletişim endüstrilerden elde edilebilecek getirinin maksimize edilmesi, “oyunun yeni kurallarına” uyum sağlamakla mümkün olabilecektir. Bu, hem firma ve endüstri seviyesinde, hem de ülke ekonomileri ve global ekonomi için böyledir. Aşağıdaki ye alan tablo 2’de, bu anlamda eski ve yeni ekonomi arasındaki temel farklılıklar ortaya konmuştur.

Tablo 2. Eski Ekonomi ve Yeni Ekonomi Arasındaki Farklılıklar

<b>KONULAR</b>	<b>ESKİ EKONOMİ</b>	<b>YENİ EKONOMİ</b>
Ekonomi genelindeki özellikler		
Piyasa	Durağan	Dinamik
Rekabet Alanı	Ulusal	Global
Organizasyon Biçimi	Hiyerarşik, Bürokratik	Network temelli
Büyüme Yönlendiren Temel Unsurlar	Sermaye / Emek	Yenilikler / Bilgi
Teknoloji Yönlendiren Temel Unsurlar	Makineleşme	Dijitalleşme
Rekabet Avantajının Kaynağı	Ölçek Ekonomileri ile Düşen Maliyetler	Yenilikler, Kalite, Piyasanın Önceliği ve Maliyet
Araştırma ve Yeniliklerin Önemi	Az – Orta	Yüksek
Diğer Firmalarla İlişkiler	Bireysel	İşbirliği ve Anlaşmalar
İşgücü:		
Politik Hedefler	Tam İstihdam	Yüksek Reel Ücret ve

		Gelirler
Uzmanlıklar	Belirli Uzmanlık Alanı veya Derece	Yaşam Boyu Öğrenme
Gerekli Eğitim	Bir Uzmanlık Alanı veya Derece	Yaşam Boyu Öğrenme
Çalışan –Yöneten İlişkileri İstihdamın Doğası	Çatışan Durağan	İşbirlikçi Risk ve Fırsatlar Piyasası
Hükümet:		
İş Dünyası – Hükümet İlişkileri	Baskı Gerektiren	Fırsatların Artması İçin Cesaret Veren
Hükümet Düzenlemeleri	Kumanda ve Kontrol	Piyasa Araçları ve Esneklik

Kaynak: Progressive Policy Institute Technology, Innovation, and New Economy Project “New Economy Index” 1998:7

Tabloda 2 de görüldüğü gibi, felsefe, ilke, kurum, yöntem ve kurallar, yeni ekonomi ile birlikte tanımlanmaya başlanmıştır.<sup>62</sup>Yeni ekonomi bir takım unsurları öne çıkarmaktadır Bunlar; müşteri odaklılık yenilik ve yaratıcılık, Ar-Ge, sürat ve esneklik.<sup>63</sup>

Enformasyon toplumuna ilişkin çözümlerlerde bir noktada yanılıya düşmemek gerekir: Sanılmamalıdır ki, enformasyon teknolojisindeki ve buna paralel olarak telekomünikasyon ve ağ teknolojilerindeki muazzam gelişme her tür ‘bilgi’ye erişimi kolaylaştırmaktadır. Kolaylaşan, ‘enformasyon’a ya da en fazla “codified knowledge” yani ‘kodlanmış/açık bilgiye erişimdir. Ama,“tacit knowledge” yani zımni/örtük bilgiye erişim, eskisinden çok daha zor hale gelmiştir. <sup>64</sup>

<sup>62</sup> S.Alev SÖYLEMEZ, *Ekonomik Yaklaşım Gazi Üniversitesi İktisat Bölümü Dergisi*, S.40, 2001, s.3

<sup>63</sup> Attila KARAOSMANOĞLU, *Yeni Ekonomi Sempozyumu*, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Ankara, 2001, s.237

<sup>64</sup> Aykut GÖKER, TTVV Danışmanı, (www. mimoza.marmara.edu-21.04.2003).

## İKİNCİ BÖLÜM

### ELEKTRONİK TİCARET VE FİNANS

#### I. ELEKTRONİK TİCARET VE UYGULAMA ALANLARI

##### A) ELEKTRONİK TİCARETİN TANIMI

Elektronik ticaret çeşitli uluslararası kuruluşlarca farklı şekillerde tanımlanmıştır. Ancak elektronik ticaret ile ilgili en yaygın genel kabul görmüş tanım OECD tarafından yapılan tanımdır. Bu anlamda elektronik ticaret aşağıdaki eylemleri kapsayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır:

- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
- Firmaların elektronik ortamda buluşması,
- Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal ve hizmetin müşteriye teslimi,
- Satış sonrası bakım, destek vb. hizmetlerin temin edilmesi.

Kısaca elektronik ticaret, bilgisayar ağları (internet) aracılığı ile mal ve hizmetlerin tanıtımının, satışının, ödenmesinin ve dağıtımının yapılması olarak tanımlanabilir.<sup>65</sup>

Bu tanımdan farklı olarak kullanılan cihazların teknolojik olmasıyla bağlantılı olarak da tanımlar mevcuttur; Elektronik ticaret yeni bir oluşum gibi görülmesine rağmen ilk olarak ortaya çıkışı, Oliver (1999) ve Urbaczewski ve Jessup (1998)'in belirttiği üzere, uzun yıllar öncesine, telgrafın ilk kullanıldığı zamana dayanmaktadır. Telgraf ve sonra da telefon ile işletmeler, işlemlerin fiziksel olarak yapıldığı

---

<sup>65</sup> Ayla YAZICI, "Elektronik Ticaret'in Ekonomik Boyutu", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.XVIII., S.1-2, 2002, s. 86

dünyadan çıkararak, işlemlerin elektronik aletlerle yapıldığı bir dünyaya adım atmışlardır. Fotokopi makineleri, faks ve bilgisayar iş dünyası tarafından kısa sürede kabul görmüştür. Elektronik ticaret, işletmeler tarafından daha yavaş adapte edilmesine rağmen hızla gelişmekte ve yaygınlaşmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) olmak üzere tüm dünyada işletmeler, günümüzde elektronik ticaretin bir adım ilerisine giderek, tüm işlemlerini internet üzerinden yürüten birer elektronik işletmeye dönüşmektedirler.<sup>66</sup>

E-ticaretin tanımı ve kapsamı hakkında değişik görüşler bulunmaktadır. Genel olarak e-ticaret; açık ağ üzerinden, bilgisayar aracılığı ile gerçekleştirilen ticari uygulamaları ifade etmektedir. Bazı görüşlere göre, e-ticaret, her türlü malın ve servisin bilgisayar teknolojisi, elektronik iletişim kanalları ve ilgili teknolojiler (akıllı kart, elektronik fon transferi, POS terminalleri, faks gibi) kullanarak satılması ve satın alınmasını kapsayan bir kavramdır. Telefon, faks, televizyon, elektronik fon transferi (EFT), elektronik veri iletişimi gibi araçlar, halen ticari uygulamalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Örnek olarak, telefonla sipariş vererek, kredi kartı ile ödemede bulunmak da tanımı gereği bir e-ticaret uygulamasıdır. Bununla birlikte telefon, faks, TV vb. araçlarla yapılan e-ticaret kapsam olarak daha küçüktür.<sup>67</sup> Günümüzde e-ticaret adı altında yapılan işlemler aslında hemen herkesin bildiği, özellikle gazete ilanlarında sıkça örneğine rastladığı uygulamalardır. Telefonla kitap siparişi, otel rezervasyonu veya banka havalesi yapmak kimsenin yabancı olmadığı durumlardır. E-ticaretin saydığımız örnek uygulamalardan farkı, işlemi yaparken kullanılan aracın faks yada telefon değil bilgisayar olmasıdır.<sup>68</sup>

Çalışmamızda ise e-ticareti, ödeme işleminin internet üzerinden yapıldığı alış-satışları içeren bir sistem olarak tanımlanacaktır. İnternetin bir başka özelliği de, yukarıda sayılan diğer e-ticaret araçlarının hemen hepsini bir arada barındırmasıdır. Çalışmada bundan sonraki açıklamalarda, e-ticaret kavramı ile ifade edilmek istenen, açık ağlar (internet) üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret uygulamaları olacaktır.<sup>69</sup>

---

<sup>66</sup> M.Banu DURUKAN, "İnternet Ekonomisi, Elektronik İşletmeler ve Finansal Yönetim", *İşletme ve Finans Mali ve Ekonomik Sorunlara Yönelik Aylık Yayın*, Mayıs 2001, s.73

<sup>67</sup> Muharrem AFŞAR, "E-Ticaret ve Bankaların Rolü", *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.1, Eskişehir, 2001, s. 199

<sup>68</sup> "Elektronik Ticaret", *Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, S-1, 1999, s19

<sup>69</sup> AFŞAR, s. 199

Elektronik ticaret faaliyetlerine göre ikiye ayrılmaktadır: Dolaylı elektronik ticaret ve doğrudan elektronik ticaret. Dolaylı elektronik ticaret, malların elektronik ortamda sipariş edilmesi ile malların geleneksel yollarla (posta hizmeti veya ticari kuryeler) fiziki tesliminin gerçekleşmesi şeklinde olmaktadır. Buna karşılık doğrudan elektronik ticaret, fiziksel olmayan mal ve hizmetlerin siparişlerinin, ödenmesinin ve tesliminin online olarak gerçekleştirilmesidir. Dolaylı elektronik ticaret ulaşım sistemi, posta sistemi, gümrük sistemi gibi bazı dışsal faktörlere bağlı iken, doğrudan elektronik ticaret coğrafi sınırlar ötesinde tamamlanabilen elektronik bir işlemdir.

İnternet üzerinden ticaret, işletmeler arası veya işletmeler ile tüketiciler arasında yapılmaktadır. Fakat bunun yanında internet daha geniş bir alanda potansiyel ticari faaliyetlerin ve bilgi alışverişinin de yapılabildiği bir ortamı sunmaktadır. İnternet firmalara, bireylere ve kamuya mallar ve hizmetlere yönelik sanal mezat pazarları kurulması için elektronik bir ortamı sağlamaktadır. Bu konuda Ebay.com örneğin, tüketicilerin kendi aralarında (C2C-consumer to consumer) ve işletmelerle (C2B-consumer to business) çeşitli mal ve hizmetlerin ticaretini yapabildikleri ilk siteyi kurarak başarılı olmuştur. Benzer şekilde Avustralya, İngiltere ve ABD başta olmak üzere bazı ülkelerde hükümetler kamu ihalelerini internet üzerinden açmaya başlamışlardır (B2G-business to government). Ayrıca kamu bu teknolojiyi tüketiciler ve işletmeler (G2C-government to consumer ve G2B-government to business) arasında çeşitli konularda bilgi alışverişinde bulunmak için de kullanmaktadır. Genelde elektronik ticaret olarak adlandırılan ise işletmeler arası (B2B-business to business) ve işletmeler ile tüketiciler (B2C-business to consumer) arasında gerçekleşen işlemlerdir.<sup>70</sup>

Ulusal, bölgesel ve global boyutlarda etkiye sahip olan elektronik ticaret, piyasaların genişlemesi, yeni işlerin, sektörlerin ve hizmetlerin oluşması için olanaklar sağlamaktadır. Dolayısı ile, elektronik ticaretin yararlarının elde edilebilmesi için uluslararası düzeyde koordine edilecek girişimlere gereksinim vardır . Diğer bir ifade ile, sınırları ortadan kaldıran elektronik ticaret ile ilgili yasal düzenlemelerin, uluslararası düzeyde yapılması gerekmektedir. Bu nedenle, Dünya Bankası, OECD gibi uluslararası kuruluşlar bu konu üzerinde çalışmaktadırlar. Bu

---

<sup>70</sup> YAZICI, s. 6



çalışmaların en yakın örneği, Ekim 1999'da Paris'te düzenlenen OECD Elektronik Ticaret Forumu'dur.

Elektronik ticaretin ve internet ekonomisinin etkileri ve boyutlarının ölçülmesinin güçlüğü internet ekonomisinin kapsamı ile ilgili tam bilgilere ulaşmayı engellemektedir. Ancak, internete erişime sahip kişi sayısı, ticari amaçlı internet site ve sayfalarının sayısı gibi bazı göstergeler bu amaçla kullanılmaktadır. Bu göstergelerin anlam kazanması için elektronik ticaretin kapsamını belirlemek gerekmektedir. Bu nedenle, elektronik ticaretin taraflarına ve fonksiyonuna bakacak olursak. Elektronik ticaret; işletmeler ile ortakları, çalışanları veya müşterileri arasında mal, hizmet, veri gibi değerlerin, elektronik olarak, coğrafi ve zaman kısıtları olmaksızın değişimidir. OECD tarafından da benimsenen Avrupa Birliği'nin tanımında olduğu gibi elektronik ticaret hem ürünleri hem hizmetleri, hem geleneksel hem yeni aktiviteleri içermektedir.

İnternet ve elektronik ticaret her tür iş için yararlanılabilecek bir araçtır. Berberlik, bahçivanlık, güzellik uzmanlığı gibi yerinde alınması gereken hizmetlerin internet üzerinden verilememesine rağmen, bunların tanıtımı ve pazarlaması için elektronik olanaklardan yararlanılabilmektedir.

Bir işletmenin elektronik ticaret yapması için sanal dünyada bir varlığının olması gerekmektedir. Bu da işletmenin web sitesi veya sayfasının bulunması ile mümkündür. Elektronik ticaret üç farklı şekilde ortaya çıkmaktadır.

- a) İnternet,
- b) Intranet,
- c) Extranet

İnternet yoluyla ticaret herkese açık olan ve kişilerin web sitesinden istedikleri hizmeti veya ürünü, gerekli ödemeyi yaptıktan sonra elektronik olarak veya fiziksel olarak almasıdır. Burada ödeme kredi kartı veya çek gibi geleneksel yöntemler ile yapılabileceği gibi elektronik para ile de yapılabilmektedir.

Intranet ise, web sayfasının işletmenin çalışanları ile iletişimde kullanılmasıdır. Çalışanlar, işletme içi kurallar, günlük haberler, işletme içi iş ilanları gibi işletme ile ilgili her tür bilgiye bu yol ile ulaşabilirler. Burada web sitesine giriş

sadece işletme çalışanları ile kısıtlıdır. Extranet ise, Intranet'in şirketin iş ortaklarını da kapsayacak şekilde genişletilmiş halidir. Bir işletmenin bu üç yöntemden birini kullanıyor olması onun elektronik ticaret yaptığıının bir göstergesidir.

Günümüzde, genelde, işletmeler ve tüketiciler arasında gerçekleşen elektronik ticaret üzerinde durulmasına rağmen, elektronik ticaretin büyük bir bölümü işletmeler arasında gerçekleşmektedir. Hickins (1999)'in Forrester Research şirketinin verilerine dayanarak belirttiği üzere, 1998 yılında şirketler arası satışlar 43 milyar USD, şirketlerin son kullanıcı olan tüketicilere yaptığı satışlar ise 8 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. 2003 yılında bu rakamların sırasıyla, 1.300 milyar USD ve 108 milyar USD olması beklenmektedir. NUA şirketinin analizine göre, tüm dünyada Eylül 1999 itibariyle, 201 milyon kişinin, yani toplam dünya nüfusunun %7,78'inin internet erişimi bulunmaktadır. Bu rakamın hızla artması beklenmektedir. Özetle, internet ekonomisi önüne geçilemeyecek bir hızla büyüyerek, 21. yüzyılın önemli bir parçası olacaktır. Dolayısı ile, tüm şirketlerin varlığını sürdürebilmeleri için internet teknolojilerinden yararlanmaları ve internet ekonomisinin bir parçası olmaları gerekliliği göz ardı edilemeyecek bir gerçektir.<sup>71</sup>

## B) ELEKTRONİK TİCARETİN TARİHÇESİ

İletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak 1980'li yılların ikinci yarısında ortaya çıkmış olan “elektronik ticaret” kavramıyla ilk defa, 1994 Amazon.com adlı web sitesinde ilk kitap satılmasıyla karşılaşırız. Bu satışın arkasından iki yıl içerisinde e-mail yoluyla pazarlama ve reklam keşfedildi.

1995 yılında arama motorlarının öncülerinden olan Yahoo! da ilk arama yapıldı. Aramanın yapılabilmesi insanları yaptıkları aramaya göre yönlendirme şansını sağladı. Yine aynı yıl e-Bay adlı alışveriş sitesinde ilk sanal müzayede düzenlendi<sup>72</sup>.

Ülkemizde Ağustos 1997 tarihinde toplanan Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) 2 önemli karar almıştır. Bunlardan biri ulusal enformasyon altyapısının kurulması ve diğeri de elektronik ticaret ağının kurulmasıdır. Bu karar çerçevesinde TÜBİTAK, Temmuz 1997 tarihinde “Türkiye Ulusal Enformasyon

<sup>71</sup> DURUKAN, ss.74-75

<sup>72</sup> Mehmet YAKIN, *İnternet, E-Ticaret ve İnternet Reklamcılığı*, 2001, s. 12

Altyapı Planı” (TUENA) çalışması başlatılmıştır. TUENA Projesi elektronik ticaretin altyapısını oluşturmaktadır. Bir yıl sonra İGEME ve TÜBİTAK-BİLTEN ile birlikte Türkiye Teknolojik Geliştirme Vakfı (TTGV )’ nca yürütülen “Stratejik Odak Konuları Sermaye Desteği” nden yararlanabilmek için “Türkiye için Elektronik Ticarete Geçiş Durum Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi” hazırlanmış ve 16.02.1998 tarihinden itibaren faaliyete geçirilmiştir. Elektronik ticaretin altyapısının oluşturulmasında son derece önemli görülen çalışma TUENA kapsamında da ele alınmış ve örnek olarak gösterilmiştir.

Proje kapsamında, Türkiye’de elektronik ticaret ve ticaret noktaları konusunda Türk kamu ve özel sektöründe bilinç ve harekete geçme isteği yaratılması için bilgilendirme toplantıları düzenlenmesi, dünyadaki uygulamaların ve gelişmelerin incelenmesini amaçlanmıştır. Projenin en önemli bölümü ise, elektronik imza, sertifikasyon ve smartcart uygulamalarını kapsayan bir onay kurumu çalışmasının başlatılması ve kurulması olmuştur.<sup>73</sup>

### C) ELEKTRONİK TİCARETİN ÖNEM VE BOYUTLARI

Elektronik ticaret dünya ticareti içerisindeki ağırlığı gün geçtikçe artmaktadır. Bu gelişmeyi hızlandıran en önemli etkenlerden birisi, nihai tüketicilerin interneti kullanım sayısının hızla artmasıdır. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla artık kullanıcılar istedikleri ürüne istedikleri zaman ulaşarak fiyat karşılaştırması yapabilmektedirler. Elektronik ticaret sayesinde şirketler ürün tanıtımı, pazarlanması ve satışını rekabet ortamında hedef aldığı müşteri kitlesinin özel ihtiyaçlarına göre yönlendirebilmektedir.

Elektronik iletişim teknolojileri ticari yaşamda aslında 80’li yıllardan beri kullanılıyor olsa da, internetin e-ticaret için kullanılması daha yenidir. Zaten internetin asıl gelişimi ticari kullanımına bağlı olarak başlamıştır. Bununla birlikte, internetin yaygınlaşması ile birlikte, web ve e-posta uygulamaları e-ticaretin doğal mekanı haline gelmiştir.

İnternet elektronik ticaret açısından diğer araçlara göre farklı bir konuma sahiptir. Bu nedenle E-ticaretin gelişim sürecinin internetin gelişimine paralel olduğu

---

<sup>73</sup> Fatoş ÖZDEMİR, *Elektronik Ticaret 21. Yüzyıl Ticaretinin Yeni Arenası*, İzmir Ticaret Odası Yayınları, Nisan 2000, ss. 65-66

gözlenmektedir. Çeşitli yayınlarda internet kullanımı hakkında değişik verilere ulaşmak mümkündür. 1996 yılında 60 milyon kişi olarak belirlenen internet kullanıcı sayısının, 2001 yılı sonu itibariyle 300 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir. 1998 yılı baz alınarak yapılan bir başka çalışmada yine benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Buna göre 1998 yılında 142 milyon olan internet abone sayısı 1999 yılında 182,7 milyona ulaşmıştır. Bu rakamın 2001 yılı sonu itibariyle 302,2 milyon aboneye ulaşması beklenmektedir. İnternet kullanıcılarının dünya ölçeğinde oransal dağılımına bakıldığında, dünyanın gelişmiş bölgelerinin bu alanda büyük bir paya sahip olduğu anlaşılmaktadır.<sup>74</sup>

Tablo. 3 İnternet Kullanıcılarının Dağılımı (%)

<b>Kuzey Amerika</b>	<b>Avrupa</b>	<b>Asya</b>	<b>Güney Amerika</b>	<b>Ortadoğu</b>	<b>Afrika</b>
%57	% 21,75	% 17	% 3	% 0,5	% 0,75

Fatih ÖNCÜ, *ePazarlama İnternet Olanaklarıyla Ürün ve Hizmetlerin Hedef Pazara Sunulması ve Satışı*, Leteratür Yayınları, 2002, s.17

Tablo 3 de görüldüğü gibi, dünyada internet abonelerinin %60 oranındaki bir bölümü Amerika kıtasında bulunmaktadır. Bunu sırasıyla %21,75 ile Avrupa, %17 ile de Asya ülkeleri izlemektedir. Ortadoğu ve Afrika ülkelerinin gelişmişlik seviyelerinin düşük oluşu internet kullanım oranlarında da görülmektedir. Bu aşamada, internet aracılığıyla yapılan ticarete ABD başı çekmektedir. Ancak, diğer bölgelerin ileride ABD'yi yakalaması söz konusudur. ITU'nun verilerine göre, dünya genelindeki mevcut web sitelerinin, %70'i ABD'de, %8'i Kanada'da, %14'ü Avrupa'da, %4'ü Asya-Pasifik'te ve %2.3'ü de Latin Amerika ve Afrika'da bulunmaktadır.

1993-1996 yılları arasında web sitelerindeki en büyük artış, Afrika, Asya ve Latin Amerika'da yaşanmıştır. Avrupa ve Asya'daki internet kullanıcılarının sayısı 2000 yılına kadar sırasıyla %25 ve %15 oranlarında artış göstermiştir.

<sup>74</sup> AFŞAR, s.200

İnternet aracılığıyla sağlanan katma değer, 2000 yılında ABD'nin GSMH'nin %1'ine tekabül edecek şekilde yaklaşık 100 milyar Dolara ulaşmıştır. Bu değer, 2010 yılında Japonya'da %2.5 oranında, Avrupa Birliği'nde ise 2008 yılında %3-7 arasında gerçekleşeceği öngörülmektedir.

Elektronik ticaret ve internetteki hızlı büyüme, bilgisayar aksamı ve bilgi programlarına olan talebi arttıracığı gibi, çeşitli sektörlerde de önemli değişikliklere yol açabilecektir.

Örneğin, 2000 yılında kitap satışlarının %8'inin, araba satın alınmasına ilişkin kararların ise %25'inin İnternet aracılığıyla gerçekleştiği tahmin edilmektedir.<sup>75</sup> Gelelim dünyadaki elektrik ticaret ve iş görünümüne bakalım. 1999 yılında dünya genelinde elektronik ticaret iş hacmi 20,40 milyar dolar iken, 2003 yılında 144,380 milyar dolar olması bekleniyor. E-ticaret hacmindeki pay alan ülkelerin başında İzlanda, Avusturalya, Yeni Zellanda, Lüksemburg gibi ülkeler yer alıyor. Türkiye ise Yunanistan ve Polonya'nın ardından sonuncu sırada yer alıyor.<sup>76</sup>

Türkiye açısından internet kullanımında baktığımızda internet abone sayısının gelişmiş ülkelere göre oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır. Ancak ülkenin sahip olduğu genç nüfus yapısı, artan GSMH rakamları, hızlı şehirleşme, iletişim altyapısındaki gelişmelere paralel olarak, internet abone sayısının ilerleyen yıllarda hızla artması beklenmektedir.

Tablo 4'de Türkiye'de internet kullanımının gelişimi verilmektedir. Tabloda görüldüğü gibi, 1996-2000 yılları arasında Türkiye'de internet kullanıcı sayısının yıllık ortalama %20 oranında bir artışla gelişme içinde olduğu görülmektedir. 1996 yılında internet erişimine sahip abone sayısı 15.000 ve toplam nüfus içinde internet kullanım oranı %0,02 olarak belirlenmiştir. 1997 yılında internet kullanıcı sayısı bir önceki yıla göre %220 artarak 48.000'e, kullanım oranı ise %0,08'e yükselmiştir. 2000 yılında 1.174.000'e yükselen abone sayısı, bir önceki yıla göre %234 gibi büyük bir artış göstermiştir. Bu rakamlar doğrultusunda Türkiye'de internet kullanım

<sup>75</sup> Murat Ahmet YÖRÜK, "Elektronik Ticaret", *Türkiye Bilişim Derneği*, s.2, (www.tbd.org.tr-10-09-2003)

<sup>76</sup> Ayhan ERDEM, "E-Ticaret " konulu oturum, *Türkiye'de İnternet Konferansı*, s.2, (www.inet-tr.org-19.12.2002)

oranının da arttığı ve 2000 yılında bu oranın %1,78'e çıktığı yine tablodan izlenmektedir. Türkiye'de internet kullanımındaki artış elektronik ticaretinde artmasını sağlayacaktır.

Tablo. 4 Türkiye'de İnternet Kullanımının Gelişimi (1996-2000)

Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000*
İnt.Kul.Say.(bin)	15	48	120	350	1.174
Artış Oranı (%)	-	220	150	192	235
Nüfus (bin)	61.875	62.865	63.871	64.893	65.866
İnt.Kul.Oranı (%)	0.02	0.08	0.19	0.54	1.78

\* Tahmin

Afşar, s. 202

Her bir ürün veya hizmet, her bir müşteri gurubu için farklı değerler sunar. Bu yüzden her bir segmanın söz konusu ürün veya hizmete ödemek istediği fiyat farklı olabilir. Web sitesine uğrayan müşterinin gelir seviyesi, hangi ürünleri satın aldığı hangi konulara ilgi duyduğu, siteyi dolaşırken hangi ruh hali taşıdığı gibi soruların cevabı bilinebilir. Bu bilgiler kullanılarak da müşteri segmanları oluşturulur. Her segmana farklı fiyat ve promosyon uygulanabilir. Oysa fiziki işletmeye gelen müşterilerin çoğu hakkında bilgi yoktur.<sup>77</sup> Elektronik ticaretin bu önemli yönünü keşfeden işletmeler hedef aldıkları ziyaretçileri sitelerine getirip bunlara ürünlerini satmaya çalışmaktadırlar.

#### D) ELEKTRONİK TİCARETTE SEKTÖREL ÖZELLİKLER

Elektronik ticaret dünya üzerinde hızla yayılırken her sektörü aynı şekilde etkilememektedir. Bazı ürünler doğası gereği elektronik ticaret için daha elverişli bir durumdadırlar. Nitekim dünya elektronik ticaretinin rakamsal olarak değerlendirilmesi bazı sektörlerdeki elektronik ticaret yoğunlaşmasını ortaya

<sup>77</sup> Şahin TULGA, "E-Fiyatlama", *Para Haftalık Ekonomi Dergisi*, Mart 2002, s.61

koyuyor. Bu değerlendirmelerde bilgisayar ürünleri, seyahat hizmetleri, yayıncılık gibi ürünler başta geliyor. Doğası gereği yer ve zamana göre özellik taşıyan bazı ürünlerin ise e-ticaret konusu olmasına hiç imkan yok.

Firmadan müşteriye satışlarda elektronik ticaretin belli ürünlerde uygulanabilir olmasına karşın firmalar arası (business to business) alışverişlerde e-ticareti her iş koluna uygulamak mümkündür. Tedarikçiler, toptancılar ve perakendeciler arasında pek çok elektronik ticaret imkanı vardır ve firmaların bu imkanları kullanması onlara rekabet avantajı sağlayacaktır.<sup>78</sup>

Finans sektörü, otomotiv sektörü gibi sürekli yeniliklere açık sektörlerin e-ticarete büyümesi kolay olurken tarım sektörünün adapte olması zaman alacaktır. Türkiye’de internet bankacılığı uygulamalarının başladığında sadece genç ve belli gelir düzeyine sahip insanların faydalanacağı düşünölmüştü bu gün gelinen noktada çok değişik gelir ve kültür katmanlarından insanların bu hizmetlerden faydalandığı gözlenmektedir. İnternet bankacılığının ekonomik olması, insanların zamanlarını iyi kullanma kaygılarının oluşu bu teknolojiyi tanıyıp kullanmalarına yardımcı olmuştur. Bankaların öncülüğünde ki e-ticaret de bankaların verdiği güven ve altyapı hizmetleriyle adaptasyon sorunu yaşanmadığı gözlenmiştir. Bankacılık sektörü internetten yapılan işlemlerin maliyetinin düşük olmasının yanında stratejik konumları gereği e-ticarete yerlerini alarak büyümektedirler.

#### E) ELEKTRONİK TİCARETTE ÜRÜNSEL ÖZELLİKLER

E-pazarların başarısı bakımından en az endüstrinin yapısı kadar önemli olan bir diğer husus da ürünün özellikleridir. Örneğin, standart malların elektronik ortamda alım ve satımının yapılması çok kolaydır, çünkü alıcıların malın özellikleri ile çok büyük beklentileri bulunmamaktadır. Telefon hatları, elektrik ve kitaplar yüksek oranda standartlaşmış ürünlerdir, dolayısıyla da e-ticarete uygundur.

Ürünlerin raf süresinin kısa olması da önemli bir husustur; ticareti sıkça yapılan mallar hem e-pazarın karlılığı bakımından hem de e-pazarın üyelerine sağladığı katma değer açısından elverişlidir.

---

<sup>78</sup> Turgut HASPOLAT, “Elektronik Ticaret-3”, (www.tbd.com, s.1, 06.05.2003)

Ürün karakteristiği bakımından önem arz eden diğer bir husus da arz-talep yapısıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde arzı kısıtlı talebi de tahmin edilemeyen mallar, e-ticarete elverişlidir.

Bu kriterler göz önüne alındığında bilgisayar, elektronik cihazlar, kimya ve petrokimya ile otomotiv sektörlerinin B2B e-ticarete çok elverişli olduğu görülecektir. Örneğin, 2004 yılında bilgisayar ve elektronik cihazlar sektöründeki ticaretin %40'nın elektronik ortamda yapılması beklenmektedir.

Tüm bu hususlara ek olarak bir e-pazarın başarılı olabilmesi için, yönetici grubunun, sektörde derin tecrübe ve iyi ilişkilere sahip olan yöneticiler ile bilgi teknolojileri ve e-ticaret konusunda bilgili ve deneyimli yöneticilerden oluşması gerekmektedir. Her iki tip yönetici de başarılı bir e-pazarın vazgeçilmez öğeleridir. Sektör tecrübesi olan yöneticiler firmaların e-pazara çekilebilmesinde, BT tecrübesi olan yöneticiler de doğru zamanda doğru teknolojiye yatırım yapılmasında önemli rol oynarlar.

Daha önce de belirttiğimiz gibi geçmiş tecrübelerden ders almak başarılı olmak için kaçınılmaz bir öğedir. Bu itibarla, başarılı olamayan e-pazarların yaptıkları hataları da incelemek gerekmektedir. Yukarıda başarı unsurlarına genel bir bakış açısıyla yaklaşmıştık, şimdi ise hatalara daha spesifik bir şekilde yaklaşacağız.

Başarısız e-pazarların temel hatası işletme modelinden kaynaklandı. Bazı e-pazarlar nasıl hizmet vereceklerini, hizmetlerin maliyetlerini ve gelir yollarını başarılı bir modele oturtamadılar. Böyle olunca da maliyetler çoğu kez gelirlerin çok önüne geçti. Hizmeti yeterli bulmayan üyeler de e-pazardan ayrıldılar ve bazı e-pazarlar iflas etti. Bu sorunu aşmak için firmaların öncelikle işleyebilir bir model kurmaları, daha da önemlisi müşterilerin ihtiyaçlarını iyi anlamaları gerekmektedir. Örneğin, e-pazarlar üyelerinden işlem başına ücret alabilecekleri gibi sabit bir üyelik aidatı da talep edebilirler. Bu seçimin doğru bir şekilde yapılması e-pazarın varlığını sürdürebilmesi için hayati bir öneme haizdir.

E-pazarın içerdiği fonksiyonların yetersiz olması yapılan en büyük hatalardan biridir. Müşteriler, e-pazarın sağladığı katma değere binaen ücret verirler. Dolayısıyla da, kişiselleştirmeye imkan vermeyen, gereksiz bilgi içeren ve verimli bir arama motoruna sahip olmayan e-pazarlar yok olmaya mahkumdur.



Güvenlik konusuna yeterince önem vermeyen e-pazarlar da başarısız olmuşlardır. Elektronik B2B ortamı B2C ortamına göre daha hassas ve hatta ticari sır sayılabilecek bilgileri içermektedir. Bu çerçevede, e-pazarların işleme başladıklarını ilk andan itibaren güvenlik önlemlerini sıkı tutmaları zorunluluk arz etmektedir.<sup>79</sup>

Tablo 5. Dünya Mal ve Ticari Hizmet İhracatı ( 1990-2000)

<b>DÜNYA MAL VE TİCARİ HİZMET İHRACATI 1990-2000</b>				
Mal Ticari Hizmet	Değer (Milyar \$)	Yıllık Ortalama Değişim (%)		
	2000	1990-2000	1999	2000
	6.180	6,0	4,0	12,5
1.415	6,0	1,5	5,0	

Durum, Aralık 2001, s. 13

Türkiye'deki Bankalar internet üzerinden sundukları ürünlerin birçoğundan masraf yada komisyon almamaktadırlar. Sundukları ürünlerin müşteriler tarafından tanınıp kullanılabilir hale gelmesinden kısa bir süre sonra bu ürünleri fiyatlandırma yoluna gitmektedirler, örneğin EFT için 2002 yılına kadar hiçbir bankanın web sitesinde ücret talep edilmez iken bugün Merkez Bankasına komisyon verilmesinden dolayı EFT işlemi bir çok bankanın İnternet Şubesinde ücretli hale getirilmiştir.

## **II. İNTERNET EKONOMİSİ, ELEKTRONİK İŞLEMLER VE FİNANSAL YÖNETİM**

Teknolojik ilerlemelerle önemi gittikçe artan ve yaygın olarak kullanılan internet, uluslararası ticarete karşılaşılan bir çok engeli ortadan kaldırarak, şirketlerin ürünleri zaman ve mekan sınırı gözetmeksizin pazarlamalarını sağlamaktadır. Fiziksel olarak kurulan ve pazarlama faaliyetleri yürütülen işletmeler birçok sabit işletme giderinden kaçınmamaktadırlar. İnternet üzerinden işletme faaliyetlerini yürüten firmalar çok daha düşük maliyetlere katlanmaktadırlar. İnternet ekonomisinin

<sup>79</sup> Kürşad TÜZMEN, "Yeni Ekonomi, Elektronik Ticaret ve Dış Ticarete Etkileri", *Dış Ticarete Durum*, Aralık 2001, ss.11-13

zaman içinde yerleşmesi ile yeni kavramlar ortaya çıkmıştır elektronik ticaret, elektronik pazarlama, internet bankacılığı bunların başlıcalarıdır.

İnternetin sağlamış olduğu imkanlar ucuz ve etkilidir. İnternettten pazarlama yaparken ürünlerin nihai tüketiciye ulaştırılmasında toptancı parekendeci gibi oluşumlar olmadığı gibi kırtasiye masrafları faks, telefon giderleri de yoktur. Şirketlerin pazarlama, reklam, dağıtım, sipariş gibi ticari işlem ve ilişkilerinde belirleyici olan internet zaman içerisinde finansman konusunda da aynı belirleyici noktaya gelecektir.

#### A) İNTERNET VE FİNANSMAN FONKSİYONU

İnternet, işletmelere pazarlama ve dağıtım kanalları açısından avantajlar getirirken, işletmelerin finansman fonksiyonunu da farklı açılardan etkilemektedir. Artık işletmeler internette sadece mal ve hizmet satıp bunlara bilgi ve teknik destek sağlama çabalarının yanında birçok faaliyetleri bulunmaktadır. İşletmeler interneti finansman fonksiyonları ile entegre olarak kullanma olanağına sahiptirler. Bu olanak, finansman işlevlerini takibini ve planlamasını kolaylaştırarak, finans yöneticilerinin gerçek zamanlı olarak finansal verilere ulaşarak, işlevlerini yerine getirmesine olanak sağlamaktadır.

İnternetin en önemli özelliklerinden biride bilginin sınırsız bir biçimde paylaşılmasıdır. İnternet üzerinden tüm işletme faaliyetlerinin yerine getirilmesinde elektronik ticareti ve elektronik işletmelerin doğmasını sağlamaktadır. Toplanan bilginin raporlanması finansal ihtiyaçların belirlenmesi en düşük maliyet ve zamanda mümkün olmaktadır. Bilginin toplanıp gerekli şekilde arşivlenmesi ile hata oranı da en alt seviyelerde kalmaktadır. Hatanın tespiti ve giderilmesi de çok kısa sürede çok düşük maliyetlerle mümkün olmaktadır.

Hatanın en az olduğu ve en hızlı işlem kapasitesinin olduğu iş süreçlerinin geliştirilmesi için internet teknolojileri bir fırsattır. İnternette yapılacak işlemlerin tam zamanlı olması ve gerekli kayıtların gerçekleşmesi istenildiği zaman ulaşılarak gerekli ihtiyaçların belirlenmesinde kolaylık sağlar. Finansman departmanları işletmeler için en kritik olan bilgileri bulundururlar.

Sektörel ve ürünsel nitelikleri elektronik ticarete uygun işletmelerin; pazarlama, dağıtım ve borç alacak ilişkilerinin tam zamanlı olarak izlenmesi finansal yöneticilerin borç alacak dengesini kurmasına yardımcı olmaktadır. İşletmenin ihtiyacı olan likidite önceden ön görülmekte, atıl vaziyette duran likit değerlerde değerlendirilerek faiz geliri ile faaliyet dışı fiktif gelirlerin sağlanması mümkün olmaktadır. Türkiye’de özellikle faizin yüksek seyrettiği dönemlerde büyük holdinglerde dahil olmak üzere birçok işletme ellerindeki likit değerleri faaliyet dışı işlerinde kullanarak asıl faaliyet gelirlerinden fazla gelir sağladıkları görülmüştür.

Kömür, tıp, petrol ve yan ürünlerinde faaliyet gösteren şirketlerin finansal yöneticileri gün içerisinde mal satışlarının ve satıştan sağlanan tahsilatlarının çok sayıda oluşu ve büyük bir coğrafyada bayiliklerinin olmasından dolayı satışların ödemelerinin gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğini bankalara giderek ekstre almak yerine internet bankacılığı aracılığıyla tam zamanlı takip etmekte ve ürün talep eden bayilerin talebini hatasız şekilde karşılamaktadırlar.

İnternet üzerinden işletmelerin üst düzey yöneticileri işletme dışında olsalar bile tüm finansal bilgilere ulaşım gerekli iş planlarını yapmaları mümkündür. Finansal bilgiler güvenli bir biçimde saklanarak, finansal yöneticilerin hizmetine sunulmaktadır. İşletmeler bilgisayar teknolojilerini kullanarak yaptıkları üretim planı, stok takibi ve internetten aldıkları siparişlerle maliyetlerini indirmektedirler. İnternette alınan siparişlere göre yapılan üretim planları gerekli finansman ihtiyacının da önceden ekstra bir raporlama ve çalışmaya gerek kalmadan ortaya çıkarmaktadır.

Menkul kıymet borsalarının varlığı işletmelerin ihtiyaç duydukları fonlar için finans kurumlarından kredi kullanmak yerine buralarda hisselerini satmaya yönlendirmektedir.

## B) ELEKTRONİK FİNANSTA GELİŞME BEKLENTİLERİ

Uzmanlar, orta dönemde e-finansın çehresinin önemli oranda değişeceğini ve bütün iş alanlarına doğru yayılacağını belirtmektedirler. Finansal kuruluşlar ve temel iş modellerinin göreceli olarak daha az değiştiği varsayılırsa, ileriye yönelik

gelişmeleri etkileyecek olası etkenler: 1) müşteri davranışında bir gelişme/değişime (talebin artması), 2) yeni teknolojiler ve 3) piyasaya giriş olarak sıralanmaktadır.

### **1. İş Modellerinin Değişimi**

Müşterilerin online kanallara olan güven ve güvenlikle ilgili endişelerinin azaltılması/giderilmesi orta vadede gelişmeyi sağlayacak en önemli talep faktörü olacaktır. Geçmişte yaşanan tecrübeler tüketicilerin e-finance alanına çekilmesinde karşılaşılan en önemli engelin teknoloji ile birlikte ortaya çıkan bazı risklerin olduğunu göstermektedir. Yeni teknolojilerin kullanılması ve buna bağlı gelişmelerle tüketicilerin kullanacağı gelişmiş entegre programlar daha güvenli medya araçları kullanmalarını olanaklı kılacaktır. Önümüzdeki yıllarda talep faktörüne etki edecek sektörel gelişmeler beklenebilir. İnternet teknolojilerine erken atıfta bulunamayan ve gerekli müşteri ilişkilerini kuramayan işletmelerin müşteri sadakati azalabilir, piyasayı elinde tutan büyüklerin rekabet avantajı yok olabilir ve finansal sektör içinde “uygun” olarak değerlendirilen alanlarda e-finance kullanımı daha da artabilir. Bu gelişmeler finansal kuruluşların bugüne kadar takip ettikleri iş modelleri ve stratejilerini değiştirmeleri gerektiğini göstermektedir.

### **2. Yeni Teknolojiler – Alternatif Elektronik Dağıtım Kanalları**

Teknoloji şirketleri ve e-finance operatörleri aralarında yaptıkları ittifakla elektronik dağıtım kanallarına yönelik yeni stratejiler belirlemektedir. Yeni kanallara ilişkin gelişmeler kablolu ve mobil iletişim alanında olmak üzere iki alanda gerçekleşmektedir.

#### **Kablolu iletişim**

Kablolu internet bağlantıları teknolojik olarak en iyisi olmamakla birlikte bireylerin kullanımına hazır bir alt yapı üzerinden yapılması dolayısıyla e-finance satıcıları arasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle bir çok banka ve telefon şirketi güçlerini birleştirerek interaktif televizyon (İTV) üzerinden dağıtım kanalları geliştirmektedir. İTV'nin bir çok ülkede kendini kanıtlamış bir kanal veya medya aracı olması dolayısıyla e-finance satıcıları açısından tercih edilen bir kanal durumuna gelmiştir. Yapı Kredi Bankası İTV ile bankacılık hizmetlerini sunmaya başlamıştır.

Bir çok analist İTV'nin bir dağıtım kanalı olarak taşıdığı potansiyeli önemsememektedir. Diğer taraftan, İTV daha fazla müşteriye ulaşmak için kullanılabilir bir platform sağlayabilir. Yakın gelecekte ev ve ofislerindeki İTV'nin internet gibi ek bir maliyet oluşturmaması ek dağıtım kanalı olarak tutunup yaygınlaşmasını sağlayacaktır. İTV uygulayıcısı olan firmaların yapacağı pazarlama ve eğitim çalışmaları da bu kanalın yerleşmesine katkıda bulunacaktır.

#### Mobil cihazlar

Mevcut durumda, e-finance alanında elde taşınabilir cihazlar (dijital asistanlar, WAP) sınırlı sayıda kullanılmasına rağmen, piyasa katılımcıları mobil telefonların bu alanda önemli bir gelişme göstereceği görüşündedir. Tedarik tarafında olduğu gibi talep tarafında da aynı beklentiler hakimdir. OECD ülkelerinde bir süre sonra hemen herkesin bir mobil telefona sahip olacağı yönünde yapılan tahminler sağlayıcıların bu alana olan ilgisini artırmaktadır. Bu durum, elektronik dağıtım kanallarına en geniş oranda katılımcıların erişimini olanaklı kılacaktır. Talep tarafında ise, bireylerin mobil cihazlarla internet tabanlı bankacılık ve brokerage işlemlerini daha esnek bir yapıda ve gerçek zamanlı olarak yapmaları mümkün olmaktadır. Skandinav ülkelerinde e-bankacılık işlemlerinin mobil telefonlarla yapılması oldukça yaygındır. Mobil telefonlarının aynı oranda yaygınlaştığı diğer ülkelerde de e-bankacılık işlemlerinin gelişme göstermesi beklenmektedir.

Türkiye'de bankalar ve GSM operatörlerinin aynı grupta yer alması mobil cihazlarla yapılan bankacılık işlemlerin kısa sürede kullanıma açılıp kabul görmesini sağlamıştır. Altyapı ve müşteri hizmetlerinde tam donanımlı olan bu iki sektör müşterilerini mobil bankacılık konusunda bilgilendirip yönlendirmektedir.

Mobil telefonlar üzerinde kullanılan WAP teknolojileri internetten gezinmeyi teknik olarak mümkün kılmakla birlikte mobil telefona dayalı finansal işlemlerin yaygınlaşmaya başlamıştır. Üçüncü nesil cep telefonlarının piyasaya çıkması ile sunulan bankacılık işlemlerine ulaşmak daha kolay olmuştur. WAP bankacılığı yeni bir dağıtım kanalı olarak bankacılıkta yerini almıştır.

Türkiye'de bankalar ve cep telefonu operatörleri arasında yaşanan rekabet sayesinde kimi operatörler kablosuz internet erişimini tanıtmak amacıyla ücretsiz olarak uygulamaya başlamışlardır.

Zaman içerisinde müşterilerin her an yanında taşıdıkları cep telefonları üzerinden tam zamanlı işlemleri gerçekleştirmesi cazip hale gelecektir. Bekleme derdi olmaksızın unutulmuş faturaların cep telefonu üzerinden ödenmesi, İMKB’de hisse senedi işlemlerinin süratli bir şekilde düşük komisyonlarla yapılıyor olması, ücretsiz olarak gerçekleştirilen havale EFT işlemleri bu kanala olan talebi arttıracaktır.

### **3. Piyasaya Yeni Katılımcılar**

E-finans piyasasında gerekli alt yapı ve bilgi birikimine sahip işletmeler yeni müşteriler edinip sınırları aşma potansiyelini görebilerek faaliyetlerini elektronik finansa kaydırmaktadırlar. Günümüzde fiziksel şubesi olmadan sadece internet bankacılığı ile pazarladıkları tüketici finansmanı ürünleri ile milyarlarca dolar kar sağlayan bankaların varlığı diğer bankaları da bu oluşuma zorlamaktadır. Son on yılda küçük bankaların zor günler yaşaması ve birleşmeler neticesinde büyük bankaların sektöre hakim olması piyasaya yeni girecek az sermayesi olan bankaların stratejilerini internet bankacılığı yönünde kullanmalarını sağlamaktadır. Daha az yatırım yaparak coğrafi sınırların kaldırarak daha fazla müşteriye tam zamanlı hizmet verilmesinin beklenen getirilerinin fazla olması bankaları elektronik finansa yönlendirmektedir. Zaman içerisinde piyasaya yeni katılımcıların girmesi rekabeti arttıracak verilen hizmetin kalitesinin arttıracaktır. Güvenlik kaygılarının karşılanması ile sektör büyüyecektir.

Bir çok ülkede sınır ötesi faaliyetlerle ilgili yasal engeller bulunmaktadır. Bazı ülkeler, sadece diğer ülkelere ait pazarlarda iş yapmak üzere gerçekleştirilen bankacılık işlemlerine yasal olarak izin vermektedir. Sınır ötesi işlemlere izin verilen ülkelerin bir çoğunda ise lisans ve yetkilendirme ile ilgili koşulların yerine getirilmesi ve karşı tarafın kurallarına uyulması işlemleri sınırlamaktadır.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Cemal ERDOĞDU, “Elektronik Finans: Ekonomik ve Diğer Faktörler”, Türkiye Bankalar Birliği, *Bankacılar*, S.43, Aralık 2002, s. 88

### III.ELEKTRONİK TİCARETTE BANKALARIN ROLÜ

#### A) BANKALAR VE ELEKTRONİK TİCARET

Bankacılık sektöründe yaşanan rekabet ve krizler neticesinde düşen karlılık, reel sektörle finans sektörünün ilişkilerinin düzenlenememiş olması bankaları yeni ve karlı gördükleri teknolojik bankacılık ürünleri ile elektronik ticarete yönlendirmektedir.

Bankacılık sektöründe teknolojik ürünlerin yoğunlukla kullanılıyor olması yeni olan bilgi teknolojilerinin uyumu arttırmaktadır. Türkiye’de bankalar teknolojik gelişimlere dünyadaki rakipleriyle eş zamanlı olarak uyum sağlamaktadırlar.

Bu gün yaşanan gelişmeler doğrultusunda bir çok işletme pazarlama olanaklarını, müşteri servislerini genişletmek, maliyetleri düşürmek ve üretimi artırmak için bilgisayar üzerinden online sistemi bir araç olarak benimsemektedir. Diğer işletmeler gibi bankalarda faaliyetlerinde bilgi teknolojisini kullanmak konusunda çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak bankacılık sektöründe bir çok değişim yaşandı, dağıtım kanalları genişledi. Bankalar zaman içinde tek kanalları olan şubelerden telefonla, ATM’lere, televizyonlara ve en son olarak ta PC’ler ve internette uzanan bir dağıtım ağına sahip oldular. Son yıllarda internet dağıtım kanalı olarak kullanılmaya başlandı. Bankalar bu yolla geleneksel bankacılık ürünlerini daha etkili bir şekilde müşterilerine iletmeye başladılar. Aynı zamanda, bankalar e-ticarete müşterilerinin katılımını kolaylaştıracak yeni ürünler geliştirme konusunda da önemli atılımlarda bulunmaktadır. Bazı bankalar aynı zamanda e-ticaret için yalnızca bazı üretim şekillerini içeren yaygın servis ağlarını geliştirmeye başlamışlardır. Yapılan tahminlere göre e-ticaretle beraber bankacılığın içinde bulunduğumuz yüzyıldaki platformu internet olacaktır.<sup>81</sup>

E-Ticarette bankaların yerini, ödeme işlemlerinde aracılık, güvenilirlik, değerli evrak takas işlemi ve onay kanunu olarak sıralayabiliriz.<sup>82</sup>

Bankaların işlerini online yürütmelerinin önemli bir nedeni vardır. Eğer internetin sunduğu olanakları değerlendirmeyi başaramazlarsa, ticaret elektronikleştikçe, zamanla bankalar büyük oranda ikincil bir rol üstlenmek zorunda

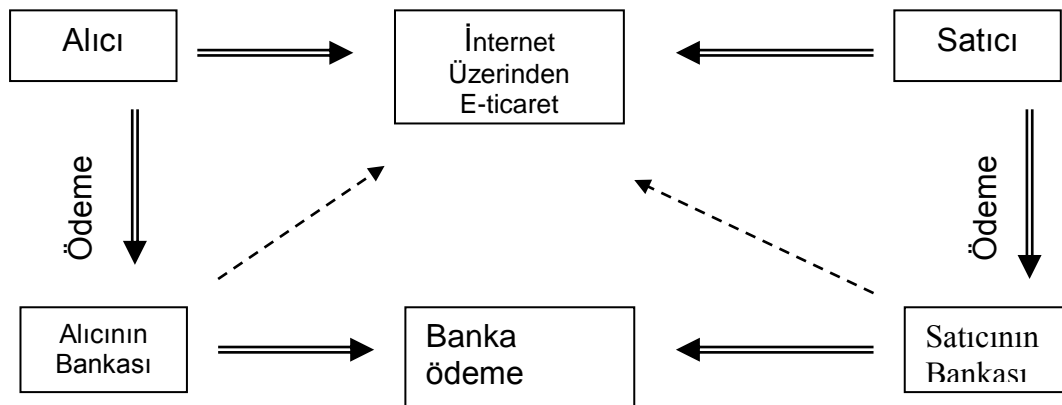
<sup>81</sup> AFŞAR, s. 215

<sup>82</sup> Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, *E-Elektronik Ticaret*, S.2, 1999, s.50

kalabilecektir. Bu durumda, alıcı ve satıcıların e-ticaretteki ödeme işlemlerini yapacaklar (Tablo 6 da, düz çizgiler), fakat alıcılar ya da satıcılarla bağımsızca çalışamayacak ve ürünlerini elektronik pazarda istedikleri gibi sunamayacaklardır. Bunun tersine, eğer bankalar internette bankacılık ürünlerini daha etkili sunabilecek hem de e-ticaret katılımcılarının aradığı yeni ürünleri geliştirip satabilecek bir pozisyonları olabilecektir.<sup>83</sup>

Türkiye’de bankalar elektronik ticarete kendi ürünlerini sunmanın yanında farklı sektörlere ait mal ve hizmetleri satabilecekleri web sitelerini hizmete açmaktadırlar. Sanal POS’ların pazarlanması sırasında işletmelerle ortaklıklar kurup internet ekonomisinde yerlerini almaktadırlar. Bankalar kimi zaman kendi web sitelerinde kendi kurdukları şirketin ürünlerini kendi Sanal POS’larından geçirerek işlem yapmaktadırlar. Banka müşterileri üzerindeki güven ve sadakat bankaların kurduğu elektronik pazarlarda avantaja dönüşmektedir.

Tablo 6. E-Ticarette Bankaların Rolü



AFŞAR, S.216

Bankacılık sektörünün e-ticarete olan tepkisine genel olarak baktığımızda, 5 yıl gibi kısa bir süre öncesine kadar bankaların internetle ilişkisinin çok kısıtlı olduğunu görürüz. Bankalar müşterilerine hizmetleri hakkında bilgi vermek için bir web sitesi kurabiliyordu. Ancak, gerçek bankacılık işlemleri hala şube, posta, telefon ya da bankamatik (ATM) ler aracılığıyla gerçekleştiriliyordu. Ancak, son birkaç yıl içinde pek çok banka interneti, geleneksel ürünlerini tüketicilere ve kurumlara

<sup>83</sup> AFŞAR, s.216



sunmada yardımcı bir araç olarak kullanmaya başladı. Bazı bankalar da mevcut hizmetlerini, sadece e-ticaret için hazırlanmış ürünleri de kapsayacak şekilde nasıl geliştirebileceklerini araştırmaktadır.

#### B) BANKALARIN ELEKTRONİK TİCARET ÜRÜNLERİNİN GELİŞİMİ

Bankalar teknolojik gelişimleri yakından takip ederek müşterileri için bir çok yeni elektronik ticaret ürünü hizmeti sunmaktadırlar. Klasik bankacılık uygulamalarından çok farklı olan bu uygulamalar zamanla bankaların esas faaliyet konuları gibi algılanması beklenmektedir. Aşağıda açıklanan bu uygulamaların başarılı olmasıyla bankalar daha fazla onlien ticareti kolaylaştırıcı ürünler piyasaya süreceklerdir. Bankaların elektronik ticarete katılması ile ulusal ve uluslararası ticaret çok hızlı ve güvenilir biçimde büyüyecektir.

**İnternet Portalları Kurma:** Günümüzde birçok banka, çok sayıda satıcının ürünlerini sergileyeceği ve pek çok alıcının ziyaret edeceği özel internet portallarına (süper siteler) katılmayı planlamaktadır. Bu portalların bazıları, finansal ve finansal olmayan geniş bir ürün yelpazesi sunacak, diğerleri ise sunduklarını sadece mali hizmetlerle sınırlı tutacaktır.

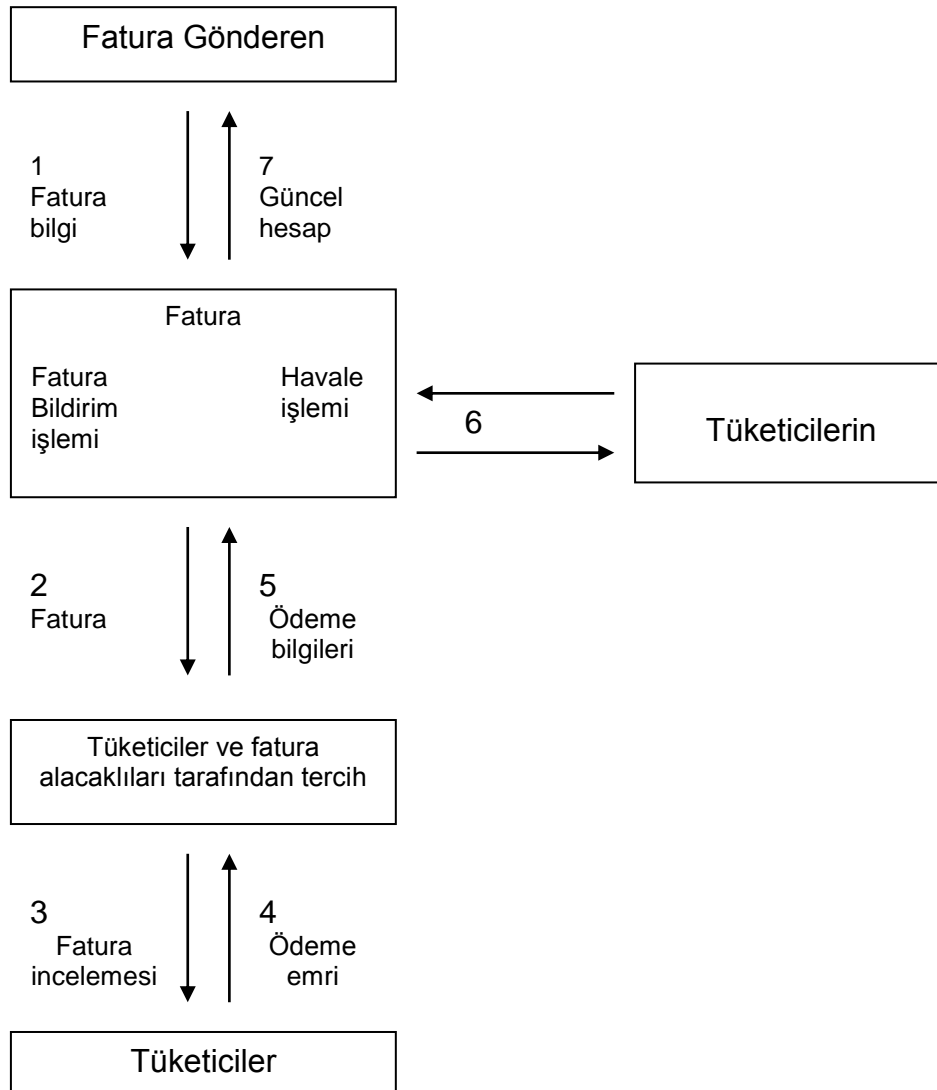
**Kimlik Tasdiki:** Bankalar elektronik ticarete güvenliği sağlanarak kişinin haklı hamil olup olmadığının tespiti için elektronik imzayı da uygulamaktadırlar. Geleneksel ıslak imzanın yerini tutan elektronik imza uygulamasında yollanılan bilgilerin kötü niyetli kişilerce erişiminin engellenmesi gerekmektedir. Elektronik imza günümüzde farklı şekillerde olmaktadır parmak izi, kimi bankaların ATM'sinde göz retinası ve sayısal imza şeklinde olabilmektedir. İnternette sayısal imza kullanılmaktadır veri mesajına eklenen sayısal veriler bankaların şifreleme teknikleri ile kontrol edilmektedir. Bankalar kendi müşterilerine ait imzayı onaylamak için hamilin doğru hamil olup olmadığını bankadaki mevcut açık anahtarca yapmaktadır. Bankalar güvenliği arttırmak için müşteriye ait sayısal imzanın belli aralıklarla değiştirilmesini istemektedirler. Böylece tarafların dolandırılma riski ortadan kalkarak elektronik ticaretin gelişimine katkıda bulunmaktadır.

**Küçük Firmaların E-Ticarete Girmesine Yardım:** Bazı bankalar küçük firmaların e-ticarete girebilmesi için gerekli, etkileşimli (interaktif) web sitesi ve ödeme işlemleri gerçekleştirebilme gibi altyapıyı kurabilmelerine yardım

etmektedirler. Ürün bilgisi ile ilgili araştırmaları yaparak piyasanın gerçeklerine göre vadeli işlemler konusunda da yardımcı olmaktadır. Buna ek olarak, bazı bankalar da küçük girişimlere elektronik mal alımında (temininde) yardımcılık (aracılık) hizmeti sunmaktadır, örneğin satıcılardan toplu mal alımlarında indirim pazarlığı yapmaktadır, yapılacak ödeme ve taksitler konusunda da yardım etmektedirler. Dış ticaret ve gümrük işlemleri hakkında bilgisi olmayan firmalarda bilgilendirilmektedir.

**Elektronik Faturalama:** Elektronik fatura bildirimini ve tahsilatı hizmetleri, hali hazırda büyük miktarda tekrarlayan fatura alacağı olan büyük şirketlere nakit ve havale işlemlerinde bankaların sundukları hizmetleri nakit ve havale işlemlerinde bankaların sundukları hizmetleri daha da geliştirecek şekilde düzenlenmektedir. Bu amaçla, bankalar, İnternetin e-mail yoluyla fatura yollama olanaklarını, bankalar arası ödeme ağlarını kullanarak elektronik ödeme işlemleri yapma olanaklarıyla birleştireceklerdir. Tablo 7 bu nakit işlem hizmetlerinin nasıl gerçekleşeceğini göstermektedir. Önce, faturayı yollayan kişi (kurum) bankasına aylık faturalarını içeren elektronik dosyayı yollar. Sonra, banka faturaları, faturayı yollayanlar ve tüketiciler tarafından seçilen web sitelerine elektronik olarak dağıtır. Tüketiciler web sitesindeki faturaları inceler ve özel ikona (imgeye) tıklayarak ödeme emri verirler. Son olarak, banka fonları elektronik olarak tahsil eder ve fatura yollayanın alınabilir (receivable) hesaplarını günceller. Bütün bu faturalama ve ödeme döngüsü, hiçbir kağıt dokümana gerek kalmaksızın tamamen elektronik ortam üzerinden yürütülür.

**Firmadan Firmaya E-Ticareti Kolaylaştırma:** Büyük ticari bankalardan bazıları, elektronik olarak firmadan firmaya ticaret teknolojisi sunmaya başladılar. Türkiye’de KOBİ’lere teknik hizmet vererek e-ticaretin gelişimine katkıda bulunmaya devam etmektedirler. Temel olarak bu bankalar, firmalar arası mal ve hizmetlerin temini ve dağıtımını ile ilgili bütün bilgi akışını otomatikleştirme görevini üstlenmektedirler. Bankalar açısından bu hizmet, zaten büyük şirketlere sağladıkları otomatik nakit yönetimi hizmetlerinin doğal bir uzantısıdır. Türkiye’deki bankaların bağlı olduğu grupların perakende sektöründe de faaliyet gösteriyor olması işletmeler arasında yapılan elektronik ticaretinde artmasını ve bu konuda bankaların yardım etmesini sağlamaktadır.



Tablo 7 : E-Faturalandırma: Banka Tarafından Yürütülen (İşletilen) Nakit Para Yönetim Modeli

AFŞAR, s.221

Elektronik Para ve Elektronik Çek Arzı Planlama aşamasında olan iki e-ticaret ürünü elektronik para ve elektronik çeklerdir. Gittikçe daha fazla sayıda bilgisayar “smart kart” okuyucularıyla donatıldıkça, bankalar b kartlar üzerinde

depolanabilecek (saklanabilecek) ve internette harcanabilecek elektronik paralar arz etmeyi düşünmeye başladılar. Buna ilaveten, bir banka teknolojisi kuruluşu da A.B.D. Hazine Müsteşarlığı ve diğer bazı bankalarla birlikte kağıt çekin elektronik biçimde düzenlenmiş şeklini denemeye hazırlanmaktadır. Bu çek, elektronik olarak alıcıdan satıcıya yollanacak, sonra satıcı tarafından onaylanıp online olarak alıcının bankasından elektronik olarak tahsil edilmek üzere satıcının bankasına iletilecektir.

Bankamatik ve İnternet Ağlarının Bütünleştirilmesi: Bir kısım teknoloji şirketleri ve banka teknolojisi grupları, internete ve bankaların web sitelerine bankamatiklerden girilebilmesini sağlamaya yönelik çalışmalar yapmaktadır. Eğer bu bilgi işlem ağının bütünleştirilmesi (birleştirilmesi) başarılabilirse, tüketiciler e-ticaret işlemleri yapabilecek ya da bankacılık işlemlerini bankanın web sitesinin esnek ortamında halledebilecekler.

Bankaların e-ticarete yönelik geliştirmeye başladıkları bu ürünlerin sektördeki kabulü, bankacılık aktivitelerinin büyük ölçüde değişmesine neden olacaktır. Bu bağlamda bankalar, uzun bir geçmişe sahip çalışma tarzlarının önemini yitirmesine bağlı olarak, e-ticareti kolaylaştırıcı fonksiyonları daha fazla benimseyeceklerdir. Bunun yanında e-ticaret yeni rekabet türleri yaratacak ve bankaları sundukları hizmetler, şube ağlarının büyüklüğü ve bankalar arası ödeme ağlarını ne ölçüde destekleyecekleri gibi konularda seçim yapmaya zorlayacaktır. Böyle bir değişim ise, muhtemelen bankaların büyüklüklerini ya da şube ağlarının genişliğini azaltıp, bunun yerine bilgisayar ağları ve yazılımlarının bakım ve geliştirilmesine daha fazla kaynak ayrılmasına neden olacaktır. Diğer yandan e-ticarete girmek bankaların teknolojik problemlerini de artıracaktır. Bankaların bu tür problemlerle baş edebilme yetenekleri ise, bu kurumların elektronik piyasadaki etkinliklerinin önemli bir belirleyicisi olacaktır.<sup>84</sup>

---

<sup>84</sup>AFŞAR, ss. 218-226

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MODERN BANKACILIK

#### İNTERNET BANKACILIĞI VE TÜRKİYE UYGULAMASI

### MODERN BANKACILIK

#### I.GELENEKSEL BANKACILIĞIN DÖNÜŞÜMÜ

Bankacılık sektöründe bütün dünyada son 20 yıldan bu yana büyük bir değişim yaşanmaktadır. Geleneksel bankacılıkta bankaların temel işlevi fon talep ve fon arz edenler arasında bir tür mali araçtır. Bunun yanı sıra çek, havale, kiralık kasalar vs. gibi birtakım bankacılık hizmetleri de yaparlar. Aslında bankaların yaptığı şey kısa vadeli fon toplayıp bunları uzun vadeli fonlara çevirip kredi olarak vermektir. Bir başka deyişle vade transformasyonu, yani vadenin biçimini değiştirmektir. Geleneksel bankacılık bir çok faktörün etkisi altında günümüzde önemli bir yapısal değişimi göstermektedir. Artık mevduat toplayıp bunu kredi olarak verme şeklindeki bankacılık anlayışı giderek tarihe karışmaktadır. Bankalar bütün dünyada kredi verme kurumları olmaktan ziyade, normal bir ticari işletme gibi kar maksimizasyonu ve etkinliği hedefleyen finansal hizmet kurumu haline gelmektedir.

85

Bankacılık sektöründe gelişen rekabetin bir sonucu olarak bankalar maliyeti düşürme yollarını aramaktadırlar. Bilişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı değişim bankaların maliyet düşürme stratejilerine yardımcı olmaktadır. Bu amaca yönelik olarak bankaların başvurduğu yöntemlerin başında şubelerin otomasyona geçirilmesi ile ATM'lerin servise konması gelmekte, böylece bankalar şube iletişim ağları ve personel yapılarını daha rasyonel yapıya kavuşturmaya çalışmaktadırlar. Bu

---

<sup>85</sup> Haluk AYTEKİN, “Geleneksel Bankacılığın Dönüşümü”, *Uzman Gözüyle Bankacılık*, Sayı-30, s.1

amaçla bankalar, Bilgi-İşlem birimlerine ve elektronik bankacılık faaliyetlerine büyük yatırımlar yapmaya devam etmektedirler.<sup>86</sup> Bankaların hemen tamamı SWIFT, Elektronik Fon Transferi, internet bankacılığı gibi modern bankacılık ürünlerinin önemini görerek bankacılık faaliyetleri arasına katmıştır.

Türkiye’de bankacılıkta otomasyonun aşamaları kronolojik sırası verilip günlük hayatımızda en yoğun kullanımda olanlar üzerinde inceleme yapılacaktır.

- Toplu Bilgi Giriş ve Muhasebe İşlemleri (1960-1980)
- Onlien Şube Terminallerinin Devreye Girmesi (1980-1987)
- Müşteri Banka İlişkisinin Bilgisayar Ortamına Alınması 1987
- Merkezi Bilgi İşlem Uygulaması (1970-1985 arası)
- Firma Terminalleri İle Banka Ortamında Direkt Bağlantı 1985
- Otomatik Vezne Makinası (ATM) 1985
- Satış Noktaları İle Elektronik Fon Transferi (EFTPOS) 1987
- Reuters Bağlantısı 1980
- SWIFT Bağlantısı 1988
- Ofis Otomasyonu 1990
- Telefon Bankacılığı 1991
- Elektronik Fon Transferi 1992
- Manyetik Çekler 1991
- Minitel Uygulamaları 1993
- Çağrı Merkezleri 1997
- İnternet Bankacılığı 1998
- Elektronik Ticaret Uygulamaları 1998
- GSM Banking Uygulamaları 1999

---

<sup>86</sup> Yener ALTUNBAŞ, Ayhan SARISU, *Türk Bankacılık Sisteminin Avrupa Birliği bankacılık Sistemine Entegrasyonu*, T.C. Hazine Müsteşarlığı, Ankara, 1996, s.85

- Smart Card Uygulamaları 2000<sup>87</sup>

Bankacılığın çehresini değiştiren en önemli faktörün başında teknoloji ve yeni finansal icatlar gelmektedir. İletişim teknolojisi bütün dünya ile işlem yapmayı mümkün hale getirmiştir. SWIFT ve elektronik fon transfer sistemleri ile büyük miktarlardaki paraların bir yerden bir yere nakli çok kolay ve hızlı bir şekilde yapılabilmektedir. Diğer taraftan otomatik vezne makinaları (ATM'ler), kredi kartları, akıllı kartlar gibi kişilere yönelik bankacılık hizmetleri bireysel bankacılık alanında bir devrim yaratmış, bankaların giderek tüketim finansmanına ağırlık vermesine neden olmuşlardır. Zaten banka reklamlarından da izlenebileceği gibi vurgulanan ana tema çoğunlukla tüketici finansmanı konularıdır. ABD bankacılık devi Citicorp sadece tüketici finansmanından özellikle de kredi kartlarından yılda yaklaşık 2 milyar dolar kazanmakta bu da yıllık karının yarısından fazlasını oluşturmaktadır. ABD ve diğer batı ülkelerinde bankaların kredi verme konusunda rakipsiz üstünlüğü de giderek azalmaktadır. Sermaye piyasaları yoluyla tahvil ve hisse senedi ihraç ederek kendilerine fon yaratabilen firmalar bankacılık sisteminden uzaklaşmaktadır. Bu durumda bankaların aracılık işlevi gereksiz hale gelmektedir. Buna karşılık bankalar sundukları hizmet çeşitlerini arttırarak, yeni ürünler geliştirerek ya da finansal piyasalarda spekülatif işlemlere yönelerek kendilerini ayakta tutmaya çalışıyorlar. Artan rekabet koşullarında ölçek ekonomisinden yararlanmak amacıyla banka birleşmeleri son yıllarda olağan üstü artmıştır. En son Deuthe Bank-Bankers Trust ve Citibank-Travelers birleşmelerinde olduğu gibi dünya bankacılık devleri birbiri ardına birleşme yoluna gitmektedir. Türkiye'de de yakın tarihte Oyakbank Sümerbank birleşmesi gerçekleşmiştir.

Türk bankacılık sektörü değişimi yakalamıştır, insan kaynakları ve teknolojik altyapı açısından önemli bir noktaya ulaşılmıştır. Uluslararası finans sistemine entegrasyon sürecinde yetişmiş ve uzmanlaşmış insan gücüne duyulan ihtiyacın bilincinde olan Türk bankaları insan kaynakları politikalarında oldukça seçici bir hale gelmiş ve iyi yetişmiş nitelikli personel sayısında ciddi bir artış yaşanmıştır. Otomasyona dayalı daha dinamik bir kurumsal yapının sağlanması gereğini duyan

---

<sup>87</sup> "Elektronik Bankacılık ve Hukuk", TBB Yayın No-85 , s. 12

Türk bankaları, son 10 yıllık dönemde yabancı ülkelerdeki pek çok banka gibi elektronik bankacılığa yönelerek, müşterilerine daha hızlı ve etkin bankacılık hizmeti sunma yönünde önemli atılımlar yapmışlardır. Hizmet kalitesini ve ürün çeşitliliğini arttırmaya yönelik Türk bankacılık sektörünün uluslararası ödeme sistemleri ve enformasyon teknolojilerini yaygın bir şekilde kullanması, bankalarımızın interaktif bankacılık hizmetleri sunması, yurtiçi bankacılık işlemleri için Elektronik Fon Transferi (EFT), sistemini ve yurtdışı işlemler için ise SWIFT sistemini uzunca süredir kullanıyor olması, uluslararası alanda rekabet içerisinde olan bankalarımız açısından önemli bir avantaj oluşturmaktadır.<sup>88</sup>

Financial Times’de Peter Martin imzası ile yayınlanan bir makalede bankaların geleceğinin olmadığı, bankaların varolabilmek için danışmanlık, spekülatoörlük, fon yöneticiliğı gibi başka roller üstlenmek zorunda kaldığı vurgulanmaktadır. Kısacası geleneksel bankacılığın yerini modern bankacılık ürünleri almaktadır. Günümüzde bankacılık elektrik faturanızı, kiranızı yatıran, paranıza yön vermek için size danışmanlık yapan, arzu ettiğınız tüketim mallarını alabilmek için size finansman sağlayan bir finans hizmet kurumuna dönüşme yolundadır. Ama bu hizmetlerin içinde üretim finansmanının payı hem dünyada hem ülkemizde giderek azalmaktadır.<sup>89</sup> Bankaların alternatif dağıtım kanallarından verdiği hizmetlere olan talep zaman içinde artacaktır fakat bu banka çalışanlarının müşterileri kurdukları yüz yüze birincil ilişkinin son bulması anlamına gelmeyecektir. Banka müşterileri Martin’in de dile getirdiğı gibi danışmanlık, spekülatoörlük, fon yöneticiliğı söz konusu olduğunda banka çalışanlarında bilgi almak isteyeceklerdir.

## II. MODERN BANKACILIK ÜRÜNLERİ

Bu bölümde yoğun teknolojik destekli dağıtım kanallarının üzerinde durulacaktır. Bu kanallar genellikle yeni teknoloji dediğimiz teknolojinin ürünleri olup telokominikasyon ve internet teknolojilerinden faydalanılarak sunulan hizmetleridir. Artık eski tip insanların şubelere gidip saatlerce beklemesine gerek kalmadan teknoloji destekli dağıtım kanalları olarak adlandırılan; POS terminalleri,

<sup>88</sup> Gazi ERÇEL, “Başkan’ın Bankacılık Sektörünü Değerlendirmesi”, (www.tcmb.gov-02.01.2003)

<sup>89</sup> AYTEKİN, s.1



ATM'ler, Çağrı Merkezleri ve internet bankacılığıyla bankacılık hizmetlerinin tümüne ulaşım elde etme imkanı sunulmaktadır. Geleneksel olmayan bu bankacılık ürünlerine olan talep gün geçtikçe artmaktadır.

#### A) BANKACILIKTA AKILLI KART UYGULAMALARI

Akıllı Kart dünyadaki bilgi teknolojisine yapılan en son katkıdır. Bu kart geleneksel kredi kartı büyüklüğündedir ve kart içinde gömülü bir elektronik mikroçip vardır. Mikroçipin içine ileri güvenlik özellikleri ile korunan elektronik bilgi ve programlar depo edilir.<sup>90</sup> Akıllı kart bir kredi kartına veya bir debit karta benzer, fakat bir bilgisayar mikroçipi ihtiva eder. Bu mikroçip hatırı sayılır ölçüde bilgi taşır. Parasal değer karta yüklenerek muhafaza edilebilir ve alış verişi yapıldıkça azar azar alınır. Kart çipine bilgi ekleyen ve ondan bilgi çıkaran makine bir smart kart okuyucusu/yazıcısı olarak bilinmektedir. Bunlar küçük ve ucuzdur ve ATM makinelerine, PC'lere ve telefonlara da kolayca monte edilebilir. Bir smart kartı bir "nakit (cash) kesesi" olarak kullandığınızda, ATM makinesinden nakit çekmenize benzer şekilde banka hesabınızdan karta para aktarırsınız. Kartla yaptığınız her alış verişte, alış verişi için harcanan miktar bir okuyucu/yazıcı marifetiyle kartın değerinden alınır ve satıcının bilgisayarına tevdi edilir.<sup>91</sup>

Halen geniş bir uygulama alanı olan manyetik kartlarda saklanabilecek olan bilgi şeritinin boyu ile sınırlıdır. Bu kısıtlı alana ise ancak, kart sahibinin adı, soyadı, numarası ile temel bilgiler yazılabilmektedir. Manyetik kartlar ile uyumlu olan bir okuyucu/yazıcıya sahip kişilerin kartı kopyalama tehlikesi vardır ve kart üzerine barkodlar eklense dahi kopyalanma sorunu çözülememektedir.<sup>92</sup>

Akıllı kartların üzerinde, bellek, programlanabilir bir mikroişlemci ve kart okuyucu ile iletişim mekanizması bulunmaktadır.<sup>93</sup> Bu mekanizma akıllı kartların alternatiflerine göre daha fazla bilgi depolayabilmeleri ve üzerlerinde barındırdıkları güvenlik sistemleri, bu kartların geniş uygulama alanları bulmasını sağlamıştır. Bu alanlar genel olarak kimlik kartı, elektronik cüzdan, sağlık kartı, GSM, banka kartı, kredi kartı, erişim kontrolü, üye kartı, elektronik bilet, telefon kartı ve abone kartı

<sup>90</sup> Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, *Akıllı Kartlar*, 1999, S.1, s.6

<sup>91</sup> Richard W. RAHN, "Para: Nihai Özelleştirme", *Liberal Düşünce Topluluğu Dergisi*, S.14, Çeviren: Atilla YAYLA, (www.liberal-dt.com-2003)

<sup>92</sup> "Smartkart Nedir" (www.manas.com.tr-25.07.2003)

<sup>93</sup> Bankalar Arası Kart Merkezi, "Akıllı Kart Uygulamaları", *Pano*, S.11, 2003, s.2

şeklinde sıralanabilir. <sup>94</sup> Manyetik şeritli kartlarda online işlem yapma zorunluluğunun getirdiği iletişim maliyetleri ve sistem yükü chipli kartların getirdiği off-line işlem yapma olanağı ile ortadan kalkmıştır. <sup>95</sup>

Akıllı kart teknolojisini kullanarak, daha hızlı ve güvenli çalışmaya başlayan, işletme maliyetlerini düşüren, müşterilerine yeni hizmetler sunabilen bankalar, artık rakiplerinin birkaç adım önünde. Önümüzdeki dönemde ödeme sistemlerinde çip teknolojisi yaygınlaşmaya devam edecek. Hatta çip bankalar için küresel bir öncelik haline gelecektir. Bunların başında da ‘smart’ kartlar olacaktır. Mükemmeliyet Merkezi Çip ve Mobil Ticaret Birimi Başkan yardımcısı Dr. Toni Merschen, ödemelerde smart kartın ağırlığının artacağını belirterek, bu sistem ile aldanmaların azalarak iletişim ve operasyonel fiyatı düşüreceğini, kart sahibi ile ilişkileri güçlendiren ve marka avantajlarını ortaya çıkaran bir sistem olacak diyor. Aynı zamanda smart kartların üye işyerlerinin de yatırım maliyetini düşürecek. Network’lerin çalışmadığı zamanlarda işyerlerinin daha az etkilenmesini sağlayacak. Ayrıca sistemin çok hızlanması nedeniyle hem üye işyeri hem de müşteri memnuniyeti artacak. Smart kartlar kredi riskini offlien olarak kontrol edilmesini de sağlarken, risk kart sahibinin seviyesine göre belirlenecektir. <sup>96</sup>

İki tip Akıllı Kart vardır:

1. Temaslı Akıllı Kart
2. Temassız Akıllı Kart

#### TEMASLI AKILLI KART

Temas eden grubundaki akıllı kartlar bir kart okuyucunun içine yerleştirilmek zorundadırlar. Kredi kartının arka yüzünde bulunan manyetik bandın yerine akıllı kartların ön yüzünde ½ inç çapında küçük bir altın plaka vardır. Kart, kart okuyucunun içine yerleştirildiğinde elektrikli konnektörler ile temas eder ve bu şekilde kart üzerindeki mikroçip ile okuyucu cihaz arasında bilgi alış-verişi yapılır.

#### TEMASSIZ AKILLI KART

---

<sup>94</sup> Ömer KARA, “Bankacılıkta Akıllı Kart Uygulamaları”, TBD Bilişim, *Bilişim Kültürü Dergisi*, S.82 Haziran 2002, s.13

<sup>95</sup> Anadolu Kredi Kartı Turizm ve Ticaret, “Yeni Teknolojiler Smart Kart”, (www.akk.com.tr-15.10-2003)

<sup>96</sup> Belgin Bayır LEVENT, “Debit’in Yükselişi”, *Capital*, S.4/2003, s.247

Temas etmeyen grubundaki akıllı kartlar bir işlem gerçekleştirebilmeleri için bir anten yanından geçirilirler. Tıpkı bir plastik kredi kartı görünümündedirler. Onlardan tek farkı içlerinde bir mikroçip ve bir de anten gömülü olmasıdır. Bu bileşenler fiziksel bir temas gerektirmeden, kartın anten ile bağlantı elemanı arasında iletişim kurmasını sağlar. İşlemlerin çok hızlı yapılmasının gerekli olduğu toplu taşımacılıkta ve jetonla çalışan sistemlerde temassız akıllı kartların kullanımı ideal bir çözümdür.<sup>97</sup>

Akıllı kartlardaki temel güvenlik unsurları donanım, yazılım ve uygulama güvenliğidir.

- Donanım Güvenliği: Çip içindeki bilgileri, onlara zorla veya gelişmiş yöntemlerle ulaşmak isteyenlere karşı çalışma parametrelerini kontrol ederek korur.

- Yazılım Güvenliği: Kart üzerindeki her türlü bilgiye erişim kart işletim sisteminin denetiminde gerçekleşir. Kart üzerindeki bilgilerin değiştirilmesi sadece gerekli yetkiye sahip terminaller tarafından gerçekleştirilebilir. Ayrıca bilgiler çip üzerinde secret key (3DES) ve public key (RSA) gibi yüksek şifreleme algoritmaları ile korunmaktadır.

- Uygulama Güvenliği: Uygulama unsurları ve protokolleri sistemin güvenliğini sağlayacak şekilde tasarlanmıştır<sup>98</sup>.

Akıllı kartların bankacılık alanında kullanımı, internet tabanlı hizmetler, ödeme sistemleri ve banka/kredi kartı uygulamaları ile hızla yaygınlaşmaktadır. Europay, Mastercard ve Visa'nın 2005 yılına kadar tüm kredi kartlarının akıllı kartlara dönüşümünü zorunlu kılan kararı ve müşteri sayısı hızla artan internet hizmetlerinin güvenlik gereksinimleri, bankaları akıllı kartların yaygın kullanımına yönelten temel sebeplerdir. 2004 yılında dünya çapında akıllı kart satışının 4 milyar kart/yıl olacağını tahmin eden Dataquest'e göre bu kartların önemli bir bölümü bankalar tarafından dağıtılacaktır.<sup>99</sup>

Akıllı kartlar bir çok ülkede deneme sürecini tamamlayarak uygulamaya girmiştir. Asya ve Pasifik ülkelerinde de ilgi görerek uygulamalara konu olmaya

---

<sup>97</sup> Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, *Akıllı Kartlar*, S.1, s.6

<sup>98</sup>Pano, s.2

<sup>99</sup>KARA, s. 14

başlamıştır. Bugün, Avustralya; smart kartların geliştirilmesi ve kullanımı için oluşan küresel yarışta başı çeken ülkelerden birisi olmuş ve nakitsiz toplum kavramı için oldukça fazla yol katetmiştir. Avustralya’da maaşlar ve ücretlerin ödenmesinde nakit kullanımı hemen hemen yok denilebilecek kadar azalmıştır ve yaklaşık 25 yıl içerisinde nakit paranın tamamen yürürlükten kalkacağı düşünülmektedir.<sup>100</sup>

Bankacılık uygulamaları bilgi güvenliğinin en yüksek seviyede uygulanması gereken alanlardan biridir. Bu nedenle bankalar, bilginin yaratıldığı, dolaştığı, işlendiği ve saklandığı tüm noktalardaki donanım, yazılım, veri saklama bileşenlerinin temel güvenlik esasları ile korunmasını sağlayacak uçtan-uca çözümleri kullanmaya başlamışlardır. Bilgi güvenliği neleri içermelidir?

1. Veri Bütünlüğü: Veri karşı tarafa kaybolmadan ve bozulmadan ulaştı mı?
2. Kimlik Belirleme: Veri doğru kişiden mi geliyor?
3. İnkâr Edilemezlik: Verinin varlığını ve gönderenin kimliğini teyit edebilir miyim?
4. Verinin Ulaşılabilirliği ve Yetkilendirme: Veriyi, tanımlı kişilerle istediğim takdirde güvenle paylaşabilir miyim?

Kullanıcı ile ilgili detaylı bilgi içeren akıllı kartlar ile ağ, web bağlantısı, ödeme ve diğer uygulamalar özelleştirilebilmekte, dünyanın her yerinden kişiselleştirilmiş bir ağ bağlantısı telefon ya da bilgi kiosk’ları kanalı ile sağlanabilmektedir.

Çok kullanıcı ve büyük ölçekli işlem yapan kurumların yetkililerine verilen akıllı kart ve kişisel kimlik numarası (PIN) ile internetteki bankacılık uygulamalarına güvenli giriş yapılabilmektedir. Web sunucuları, akıllı kartlardan okunan verilere bağlı olarak kullanıcı kimliğini tanıyarak kişiselleştirilmiş bankacılık hizmetleri, web sayfaları, e-posta bağlantıları ve diğer yetkiye dayalı servisler sunabilmektedir.

---

<sup>100</sup> Galip YEŞİLOVA, Hatice DOĞUKANLI, “Elektronik Paranın Finansal Sistemdeki Etkileri 3”, S.5, s.1 (www.girisim.com- 17.04.2003)

Akıllı kartlar, para yüklenebilen elektronik cüzdan uygulamaları ile micro-işlem olarak adlandırılan küçük ölçekli ödenmeler için e-ticaret uygulamalarında hizmet verilebilecektir.<sup>101</sup>

Bankalararası Kart Merkezi A.Ş.'nin verilerine göre Türkiye pazarında 30 Haziran 2003 itibariyle 54.509.543 adet plastik kartın 17.001.962 adetinin kredi kartı olduğu dikkate alındığında önümüzdeki yıllarda bankaların akıllı kart uygulamaların da artış olacağı beklenmelidir. Bankalar bu geçişi öngörerek yeni POS terminalleri ve ATM'lere akıllı kart okuyucuları almaya başlamışlardır. Yeni POS'larla kartın manyetik şeridinin cihazdan geçirilmesi yerine kart POS terminalinin çip okuma haznesine takılarak işlem yapılmaktadır.

Akıllı kart uygulamaları güvenli giriş ve bilgi depolama gerektiren veya bu niteliklerin maliyetleri azaltabileceği her alanda kullanılabilir. Ancak geniş ölçekli bir akıllı kart uygulaması, maliyetlerin büyüklüğü dikkate alındığında, iyi tanımlanmış bir iş planına dayandırılmalıdır. Uygulamaların, müşteri bağlılığı yaratacak, müşteri alışveriş yapma alışkanlığını ödüllendiren ve bu alışkanlıklara göre stratejiler üretilmesine olanak sağlayacak pazarlama etkinliği ile desteklenmesi gerekmektedir.<sup>102</sup>

### **Akıllı Kartların Gelişmesi**

Akıllı kartlar yeni bir teknoloji değildir. 1974'de Fransız gazeteci Roland Moréno'nun akıllı kartı bulduğu kabul edilir. Bununla beraber, Almanya'dan Jargen Dethloff ve Japonya'daki Arimura Technology Institute'den Kunitaka Arimura, sırasıyla Şubat 1969 ve Mart 1970'de ilk patentleri aldılar. Moreno'nun dünya çapındaki patentleri banka tipi bir plastik kart içine bir mikrokontrolör gömme kavramını kapsıyordu. Moreno'nun görüşü şöyleydi: Bir gün hepimiz akıllı kart taşıyacaktık ve bu kart kişisel organizerin elektronik muadili olacaktı ve aynı zamanda da elektronik banka manajeri olarak iş görecekti. Kart endüstrisindeki diğer görüş sahiplerinin O'nun kavramlarını hararetle desteklemeleri sürpriz olmadı. Bu

---

<sup>101</sup> KARA, s.13

<sup>102</sup> KARA, s.13

hararet Fransa’da Hükümet, mali çevreler, toplu taşıma, tıp ve haberleşme sektörleri içinde tartışma başlattı ve böylece teknolojik deneyler başlamış oldu.<sup>103</sup>

### **EMV**

Plastik kartlar ile yapılan alışverişin artması ile birlikte kredi kartı ile yapılan dolandırıcılık da artmıştır. EMV çalışma grubu 1993 yılında üç önemli ödeme sistemleri organizasyonu tarafından kurulmuştur. Bunlar, EUROPAY (EPI), MASTERCARD (MCI) ve VISA’dır. Grubun amacı; akıllı kart tabanlı debit/credit uygulamalarına yaygın olarak kullanılacak spesifikasyonlar (EMV standartları) hazırlamaktır.<sup>104</sup> Visa ve Europay bankalarının tüm kartlarının EMV uyumlu minimum kart yeterliliklerini 2005 yılına kadar sağlamasını zorunlu tutmaktadır. Bu proje ile hedeflenen temel noktalar şunlardır.

- Dolandırıcılığın en aza indirilmesi
- Artan ödeme işlemlerinin yönetimi
- Banka ve kredi kart uygulamalarında uluslararası işlemin garanti altına alınması
- Çoklu uygulamaların desteklenmesi (Müşteri bağlılığı ve kullanım sıklığını arttıracak puan sistemleri, elektronik cüzdan, kredi kartı vb.)<sup>105</sup>

Organizasyonun çalışmaları, EMV standartlarının geliştirilmesi ile sonuçlanmıştır. EMV standartları, bankalar tarafından tüketicilere sunulacak olan Mastercard, Europay ve Visa logolu akıllı kart ürünleri ile ilgili donanım ve yazılımın standartlarını belirlemektedir.<sup>106</sup>

EMV standartları, akıllı kart teknolojisinin sağladığı imkanları kullanarak, kart güvenliği konusunda iki yeni uygulama getirmiştir. Bu uygulamalardan birincisi, kart üzerinde kart sahibine ait bir şifre (Offline-PIN) tutulmasıdır. Bu şifrenin, kartın kullanıldığı terminallerde kullanıcı tarafından doğru olarak girilmesi gerekmektedir. Şifrenin belli sayıda yanlış girilmesi durumunda kart bloke olmakta ve kullanılamaz hale gelmektedir. İkinci uygulama ise kart üzerindeki çeşitli bilgilerin kopyalamaya

<sup>103</sup>Banka ve Para Teknolojileri Dergisi , “Akıllı Kartlar Tarihi Gelişimi” , S.1, 1999, s.7

<sup>104</sup>Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, “EMV Standartları ve Uygulamalar”, Sayı-14

<sup>105</sup> KARA, s.13

<sup>106</sup> İlğaz KAYA, “Bankacılık sektöründe Akıllı Kart Uygulamaları”, *TBB Bilişim*, S.82, Haziran 2002, s.15

karşı asimetrik şifreleme algoritmaları (RSA) kullanılarak korunmasıdır. Şifrelenmiş olan bu bilgiler kartın kullanıldığı terminallerde, terminal tarafından kontrol edilmekte (Statik Veri Doğrulaması, Dinamik Veri Doğrulaması) ve veriye dışarıdan bir müdahale olduğu tespit edildiğinde işlem gerçekleştirilmemektedir.

### **Türkiye’deki Akıllı Kart Uygulamaları**

Akıllı kartlar sağladıkları yüksek veri güvenliği sebebiyle Türkiye’de son yıllarda, özellikle bankacılık uygulamalarında kullanılmaya başlamıştır.

Garanti Bankası gerek EMV’nin getirdiği güvenlik ve gerekse akıllı kartların getirdiği geniş veri tutma alanı avantajı dolayısı ile Türkiye’de kredi kartı sektöründe akıllı kart uygulamasını başlatan ilk bankalardan biri olmuştur. Kullanıcıların hizmetine sunulan Bonus Card, Türkiye’de kredi kartı sektöründeki ilk Mastercard International logolu ve EMV uyumlu akıllı kart uygulamalarından biridir. Kart üzerinde bulunan çipten, kart sahibine ait demografik bilgiler ve kart sahibinin yaptığı alışverişler karşılığında kazandığı ödüller saklanmaktadır. Bu sayede müşterilerin yaptıkları alışverişler takip edilebilmekte ve kazandıkları ödüllerin anında kullanabilmeleri sağlanabilmektedir. Ayrıca Bonus Card, EMV standartlarının getirdiği güvenlik mekanizmaları sayesinde sahtecilik ve çalıntı durumlarında kart sahibini finansal zararlara karşı koruyabilmektedir.

Garanti Bankası, yaklaşık 1.3 milyon kişinin sahip olduğu Bonus Master Card’ın akıllı kart özelliklerinin, önümüzdeki dönemler içerisinde elektronik ticaret (e-commerce) ve mobil ticaret (m-commerce) uygulamalarında da kullanılmasını planlamaktadır.

2005 yılının başından itibaren, Avrupa bölgesinde kredi kartları için çipe geçiş zorunluluğunun olması nedeniyle, önümüzdeki iki yıl içerisinde Türkiye’de bankaların büyük bir kısmının EMV uyumlu akıllı kartlara yöneleceği tahmin edilmektedir. Dünyada çip fiyatlarının düşmesi ve çiplerin depolama kapasitelerinin artması ile beraber, akıllı kart uygulamalarının daha hızlı yaygınlaşacağı düşünülmektedir.<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> KARA, s.15

## B) ATM KARTLARI

ATM kartları banka kartı (Debit Kart) olarak adlandırılmaktadır, doğrudan kart hamilinin mevduat hesabına bağlıdır. Bu hesaba şifre aracılığıyla ulaşılarak, Otomatik Vezne Makineleri (ATM) ve Satış Noktası Terminallerinden (POS) mal hizmet alma para çekme ve sunulan diğer bankacılık hizmetlerini yerine getirmek amacıyla müşterilerine verilen karttır.<sup>108</sup>

Banka kartı borçlandırmak ‘belasten’ anlamındaki debit kavramı, İngilizce’den gelen bir kavram olmakla birlikte Almanca’da da kullanılmaktadır. Günümüzde özellikle POS terminallerinde ve para otomatlarında sıklıkla bu kartlarla işlem yapılması mümkündür.<sup>109</sup>

ATM kartında üye iş yerlerinden mal ve hizmet alan kart hamili kartı POS cihazından geçirerek, PIN-PAD adı verilen özel bir klavye yoluyla PIN’ini terminale kodlamaktadır. PIN doğrulandıktan sonra, alınan malın ya da yapılan hizmetin meblağı girilmekte ve meblağ onaylandıktan sonra bankaca otorizasyon adı verilen onay gerçekleşmekte satıcının bankadaki hesabına alacak, kart hamilinin hesabına da borç kaydedilerek işlem tamamlanmaktadır. Kimi durumlarda otorizasyon cevabı olumlu olmayabilir ve ödeme gerçekleşmez. Kartın şeritinin yada çipinin zarar görmüş POS makinesince okunamayacak durumdaysa, karta bankaca kayıp, çalıntı blokesi girilmiş açılışı yapılmamış yada kart kullanım süresi dolmuş ise, müşteri hesabının ödemeyi gerçekleştirmek için müsait olmaması, PIN’in yanlış girilmesi, kartın özellikleri POS terminaliyle uyuşmuyorsa otorizasyon gerçekleşmez.

ATM kartları, uygulamada bankamatik kartı olarak da adlandırılmaktadır. Bankalararası Kart Merkezi A.Ş.’nin verilerine göre 30 haziran 2003 tarihinde 37.507.581 adet banka kartı mevcuttur. MasterCard’ın üst düzey yöneticilerinden Eric W.Tomlinson, Debit kartların nakit ve çekin yerini alarak, 2010 yılında, sayı ve işlem hacmi olarak kredi kartlarınının 1,7 katına ulaşacağını söylemektedir.<sup>110</sup>

<sup>108</sup>Bankalararası Kart Merkezi, “Tanımlar”, (www. bkm com –01.04.2003)

<sup>109</sup> ŞENER, s.35

<sup>110</sup> LEVENT, s.246



Debit Kartlarının Uluslararası Kullanımı;

### **1. EDC (European Debit Card) Projesi**

Son yıllarda (1992'den beri) Debit kartları alanında en önemli gelişmelerden birisi Avrupa Debit Kartı ve Maestro sistemidir. Bu sistemlerden EDC tüm Avrupa'da ve özellikle Akdeniz ülkelerinde yaygındır. Bu sistem gereğince bir Debit kartı sahibi (daha ziyade bir EC kartı) yabancı para üzerinden işleyen bir hesap açmaksızın ve ek olarak bir EC çeki keşide etmeksizin, kartını Avrupa'da POS sistemlerinde kullanabilir. Bu sistem POS işleminin yurt dışı ödeme ilişkilerine genişletilmesinden başka bir şey değildir.

Sınır aşıcı bu Debit kartı sistemiyle, ulusal Debit kartlarının yurt dışında elektronik kart sistemlerinde kullanımının sağlanması amaçlanmaktadır. Yaygınlaşan POS cihazlarına yeni bir ivme kazandıran bu girişim, halihazırdaki mevcut ulusal POS sistemlerine dayanmaktadır. Böylelikle ulusal yatırımlardan hem bilgisayar sistemleri alanında, hem de yeni kart çıkartılması hususunda yararlanılmakta ve de yeni yatırımlardan kaçınılmaktadır. Lokal Debit kartı sistemlerinin bulunduğu yerlerde, iç sınırlar içerisinde icra edilen işlemler ülkenin POS sistemi hükümlerine, buna karşılık yurt dışı aktarımlarda ise EDC düzenlemelerine tabidir. Üstelik bu husustaki hesap borçlanması, sistemin bağlı olduğu para üzerinden gerçekleştirilir. Örneğin Alman EC-kartı sahibi Türkiye'deki ATM yada POS'dan işlem yapsa bile, yine de borçlanma Euro üzerinden yapılmaktadır.

Alman EC kartı sahipleri, 1993 yılının ortasından bu yana bu kart sistemine katılabilmektedirler. Özellikle 1995 tarihli EC şartlarında yapılan değişikliklerle de, bu işleme ilişkin müşteri şartları ilk kez bu sistem bünyesine alınmış bulunmaktadır. Ancak ulusal POS sistemleri ile hukuki durum mukayese edildiğinde önemli farklılık ortaya çıkmamaktadır. Yine bu sistemde de kartı çıkaran banka kartla ödemenin kabulünü sağlamak için, üye işyerine ödeme taahhüdünde bulunmaktadır. Ayrıca bankalar bu sistemde kart hamillerine günlük limitler tanımaktadırlar.

Öte yandan bu sistemin diğer bir özelliği de bu sisteme dahil olan bazı ülkeler tarafından, özellikle teknik nedenlerden dolayı PIN yerine imza kullanımının söz konusu olmasıdır. Çünkü kolaylıkla bu sistemlerde POS cihazları bir PIN modülüyle

dağıtılamayacaktır. Ancak buna rağmen, bir ödeme taahhüdü PIN'in yerine imzanın kullanıldığı sistemlerde de söz konusudur.

Ayrıca bu sistemde bir İnterbank komisyonu da öngörülmüştür. Bunun miktarı %0.5 olup, üye işyerinin bankası tarafından (Akquirer), kartı çıkaran kuruma (Issuer) verilir. Böylelikle kartı çıkaran kurum, kendi kart sahiplerinin Avrupa çapında faaliyet göstermiş olduğu sürümlerden, kar elde etmek avantajına sahip olmaktadır.<sup>111</sup>

## 2. Maestro ve EDC/Maestro

Bir diğer sistem ise maestro sistemidir. Bu sistem, mastercard'ın dünya çapında planlanan Debit kartının adıdır. Banka kartları, elektronik çağına girmemizle birlikte çek sisteminin evrim geçirmesi anlamına gelmektedir. 1968 yılından beri kullanılan Eurocheque kartlarına manyetik şerit eklenerek Avrupa'daki ATM'lerde uluslararası işlemler yapılabilmesi sağlandı. İlk olarak 1984 yılında; Belçikalı, Alman ve İngiliz kart hamilleri İspanya'daki ATM'lerden para çekebilmeye başladılar.

1991 yılında, Avrupalı kart hamilleri için artık sadece Avrupa'daki ATM'lerde geçerli bir banka kartı yetmiyordu. Bu ihtiyaçtan yola çıkarak Eurocard International Cirrus System Inc. ile bir anlaşma yaptı. Artık Avrupalı kart hamilleri dünyadaki tüm ATM'lerden nakite erişebiliyordu.

Kart hamilleri tüm dünyada banka kartlarını kullanarak ATM'lerden nakit çektikten sonra, ellerindeki nakitle alışveriş yapabiliyorlardı. Bunun alternatifi çek yazmak veya kredi kartını kullanmaktı. Yani hala bankadaki para alışverişlerde kullanılamıyordu. İşte bu ortamda, MasterCard, Eurocard ile birlikte Maestro'nun (Avrupa'da EDC ile birlikte) lansmanını yaptı, böylelikle Maestro banka kartları alışverişlerde kullanabilmeye başlanmıştır. 1997 yılında Europay ve MasterCard yeni Banka Kartı Anlaşması'nı imzaladılar.

- Maestro kart bundan böyle hem ATM hem de POS'larda kullanılabilirdi.
- Sadece Avrupa'da geçerli EDC markası ortadan kayboluyordu.
- Maestro'nun tüm dünyadaki merkezinin Avrupa'da olması kararlaştırıldı.

---

<sup>111</sup>ŞENER, ss.72-74

Aynı yıl, Alman bankaları 60 milyon eurocheque ve markasız banka kartını Maestro'ya çevirecekleri taahhütünü verdi (Bugün Almanya'da 90 milyona yakın Maestro kart bulunmaktadır. Dünyadaki tüm Maestro kartların yarısına yakını Avrupa'dadır.)<sup>112</sup>

### 3.PIN ve Niteliği

PIN Debit kartı işlemlerinde özel bir öneme sahiptir. Böylelikle kartın hamilinin haklı hamil olup olmadığı kontrol edilmektedir. PIN para otomatlarında veya POS'larda plastik kartların kullanıcılarının gerçek hak sahibi olup olmadıklarını tespit eden şahsi bir numara olup", sadece rakamlardan oluşabileceği gibi, harf ve sayıdan da oluşabilir. PIN elektronik ödeme işlemlerinde kullanıldığında, elektronik imzanın değişik bir türü olarak kabul edilmektedir.

Ancak hemen söyleyelim ki PIN'de yapısal bakımdan kişiye bağlı (höchstpersönlich), imza benzeri bir kimlik işareti (Legitimationsmerkmal) söz konusu değildir. Çünkü PIN üçüncü kişiler tarafından öğrenilebilir ve eğer bu kişiler karta da sahip olabilirse, POS sistemine karşı kendilerini kolaylıkla hak sahibi olarak gösterebilirler. Bu durumda bankanın bilgisayarı, kartı kullananın gerçek hak sahibi olup olmadığını ayırabilecek durumda değildir. Yani diğer bir anlatımla, işlemi yapmaya haklılık, bankanın bilgisayar sistemi için, ancak verilen kimlik belirleme verileri esas alınarak çıkarılabilir. Bu nedenle PIN'in niteliği itibariyle kaybedilebilir bir kimlik tespit ölçüsü olduğu söylenmektedir.

PIN denetimi yoluyla hak sahipliğinin tespiti, geleneksel hesap ilişkilerinden elektronik ödeme işlemlerini farklılaştırmaktadır. Gerçekten de kural olarak müşteri bankaya talimatlarını imza ile verir. Örneğin bir çekin keşidesinde, banka çeki keşide edenin hak sahipliğini, çeki atmış olduğu imza ile tespit edebilir. Hatta bankalar bu incelemeyi yapmakla yükümlüdürler. Bu anlamda özellikle müşterinin imzası onun bu talimatı vermek hususunda haklılığının temel kanıtıdır. Oysa banka işlemlerindeki teknik gelişmenin sonucu olarak, kart hamili, PIN vasıtasıyla kendi hesabı üzerinde tasarrufu seçebilmektedir. PIN ile yapılan haklılık denetimi, kredi kartlarında yapılan

---

<sup>112</sup>"Kart Ürünlerimiz", (www.mastercard.com-27.09.2003)

imza denetiminden daha güvenilir bir yoldur. Dolayısıyla bu sistem sayesinde PIN, POS ödemelerinde imzanın yerini almıştır.<sup>113</sup>

### C) KREDİ KARTLARI VE POS

Kredi kartı sistemi kendi içinde kuralları bulunan çağdaş bir ödeme sistemidir. Kartla ödeme sisteminin temelini teşkil eden kredi kartı, kartı çıkaran kuruluş tarafından kart sahibine verilen, sisteme katılan tüm üye işyerlerinde belirli bir limit dahilinde mal ve hizmet alımı yapma olanağı sağlayan ve üzerinde kart çıkaran kuruluşun logosu ve ismi bulunan standart, plastik bir kattır.<sup>114</sup>

Bir diğer tanıma göre ise; bankalar ve çıkarmaya yetkili kuruluşların müşterilerine belirli limitler dahilinde açtıkları kredilerle, nakit kullanmaksızın mal ve hizmet alımı, nakit kredi çekme imkanı sağlamak için verdikleri ödeme aracıdır.<sup>115</sup>

Türkiye’de Eurocard/Mastercard, Visa, American Express ve Diners dolaşımdadır. Kredi kartı piyasasında bazı büyük mağazalar da indirim kartlarının yanısıra bankalar, müşterilerine hitap eden kredi kartı uygulamasını başlatmışlardır (Advantage Card, Çarşı Kart, Kip Kart, Atalar Altın Kart vb.).<sup>116</sup>

Ülkemizde kredi kartı çıkaran bankaların tamamına yakını ATM hizmeti de vermektedirler. 1990’lı yılların başında her bankanın banka ve kredi kartları sadece ilgili bankanın ATM’sinde kullanılabilmekte idi. Daha sonra bazı bankalar kendi aralarında ikili anlaşmalarla ATM’lerini birbirlerine açmışlardır.<sup>117</sup>

<sup>113</sup> ŞENER, ss.37-38

<sup>114</sup> Emine ORHANER, “Kart Hamili ve Üye İşyerlerinin Banka Kredi Kartlarına Karşı Yaklaşımları”, *Uzman Gözüyle Bankacılık*, S.27, Haziran 1999, s.55

<sup>115</sup> Bankalararası Kart Merkezi, “Tanımlar”, (www.bkm.com-07.01.2003)

<sup>116</sup> Türkiye Bankalar Birliği, “Temel Bankacılık”, (www.tbb.org.tr-05.03.2003)

<sup>117</sup> Eyüp YILMAZ, “Plastik Kart Sistemlerinin Bankalar Arasında Ortak Kullanılması”, *Bankacılar Dergisi*, S.30

Tablo 8.Kredi kartı Sayıları (30.06.20003)

Kredi Kartı Tipi	Yurtiçi Kartlar	Uluslar arası Kartlar	Toplam
Visa	90.183	8.318.320	8.408.503
MasterCard	41.571	8.514.338	8.555.909
Diğer	6.535	31.015	37.550
Toplam	138.289	16.863.673	17.001.962

Bankalararası Kart Merkezi Basın Bülteni, (www.bkm.com-17.07.2003)

Tablo 8’de kredi kart sayısının 17 milyonu geçtiği görülmektedir, 2002 yılının aynı döneminde bu rakam 14.814.560’dır. Bir yıllık süre içerisinde meydana gelen bu artış Türkiye’de kredi kartı kullanımının hızlı bir şekilde arttığını göstermektedir, bir kişinin dört İstanbul’da ise yedi kredi kartı olduğu tahmin edilmektedir. Kredi kartı müşterilerine araç çekiciden çilingire, seyahat ve kaza sırasında karşılaşılan sorunların çözümünden eve doktor yada ambulans gönderilmesine, uçak biletinden sanat etkinlikleri için rezervasyon yaparak biletlerin eve teslimine kadar geniş bir yelpazede hizmet vermeye başlamıştır.<sup>118</sup> Maliye Bakanlığının kayıt dışı ekonomiyi kayıt altına almak üzere yaptığı çalışmalarda kredi kartıyla ödemenin özendirilmesi için KDV indirimine giderek kredi kartı kullanımını özendirmek istemektedir, bu çalışma tamamlandığında kredi kartı kullanımının üst seviyelere çıkacağı beklenmektedir. Benzer bir uygulama Güney Kore’de uygulanmıştır, tüm alışverişlerde kredi kartı kullanımına vergi indirimleri getirilerek kayıt dışı ekonomiye karşı mücadele başlatılmıştır. Bu vergi indiriminden sonra ülkedeki kredi kart pazarında büyük bir artış meydana gelmiştir.<sup>119</sup> Piyasanın hareketlenmesi için bir diğer beklenti de milyonlarla ifade edilen geçmişte bankalarla problemlili olan kişilere çıkartılacak sicil affıyla bankaların bu kişilerin kredi kartı talebini karşılamasıyla olacaktır.

<sup>118</sup>Kartsız Alışverişe Çıkmanın, “Radikal Gazetesi”, 27 Kasım 2003

<sup>119</sup> Fadime ÇOBAN, “Türkiye Pazarı Çok Dinamik”, *Capital*, 2002, S.12, s.206

Elektronik ticaret ve internet bankacılığının günlük hayata girmesiyle internet üzerinden alışverişte artmaktadır. Banka hesapları üzerinden ve kredi kartı ile ödeme yapmak istemeyen kullanıcıların varlığı bankaları müşterilerinin daha güvenli alışveriş yapmaları için sanal kredi kartlarını hizmete sunmasını sağlamıştır. Sanal kartlar gerçek hayatta kullanılmamaktadır. Bu kartlar fiziki olarak üretilmemektedirler, limitleri de 1 TL yada 0'dır ve asıl karta bağlı ek kart mantığında olduğu gibidir kart hamili karta limit aktarmadıkça çalışmamaktadır. İnternette alışveriş yapmak istendiği zaman önce sanal kredi kartına bağlı olduğu karttan limit transferi yapılmalıdır. Alışveriş tamamladıktan sonra kalan limiti karta geri aktarılabilir. Böylece sanal kredi kartının limiti kalmadığı için kart yetkisi olmayan kişiler tarafından alışverişte kullanılamaz ve tam güvenlik sağlamış olur.<sup>120</sup>

İnternette kullanılmak üzere tek kullanımlık kredi kartları da hizmete girmiştir. Sistem; internet üzerinden alışverişlerde, tüketicilerin kredi kartı numaralarını verme kaygılarını ortadan kaldırmaktadır. Her işlem için farklı üretilen ve yalnızca alışveriş yapılan işyerlerinde kullanılabilen ödeme numaralarına tüketiciler, zaman ve tutar sınırlaması da belirleyebilmektedir.<sup>121</sup>

Bankalar sanal kartların kullanımını özendirceğini düşünerek sanal kredi kartı kullananlara bazı sitelerde indirim yapılmasını sağlıyor. Bu da bir nebze olsun kullanımı arttırıyor.<sup>122</sup>

## 1. Pos Kavramı

### a) Terim

POS banka ödeme ilişkileri alanındaki en son yenilik olup, İngilizce “point of sale) sözcüklerinin ilk harflerinden oluşmaktadır. Bu ibare, satışın yapıldığı yeri ifade eder.

Türkiye’de ise hemen hemen tüm yazarlar incelemeye çalışacağımız sistemi anlatmak için “Satış Noktasından Elektronik Fon Transfer Sistemi” deyimini kullanmaktadırlar. Bu ifade İngilizce “Electronic Funds Transfer From the Point of Sale” sözcüklerinin Türkçe’ye çevrilmiş halidir. Buna karşılık bankalarımızın

<sup>120</sup>Garanti Bankası, “Sanal Kredi Kartlarında Güvenlik”, (www.garanti.com-09.10.2003)

<sup>121</sup> Ekonomist, “Tek Kullanımlık Kredi Kartı Geliyor”, *Ekonomist*, 17.03.2002, s.75

<sup>122</sup>Uğur ÇAKIR, “Sanallığın ‘Kredi Kart’ Tarafı”, (www.turk.internet.com-27.09.2003)

uygulamasında ise sadece “POS (Point of Sale)” kısaltması kullanılmakta ve hatta bankacılar bu sistemi POS olarak bilmektedirler. Uygulamacılar arasında yaygın olması nedeniyle, çalışmada “POS” kısaltması tercih edilmiştir. Uluslararası bir ifade tarzı olarak bu kısaltmanın kullanılması isabetli olacaktır.<sup>123</sup>

POS cihazından geçirilen kartın ve işlemin onaylandığı otorizasyon ile anlaşılır. Otorizasyon bir işlem talebinin onaylandığı veya geri çevrildiği işlem olarak adlandırılır. Kimi zamanlar bankaların sistemlerinde problem yaşanması otorizasyon verilmemesine neden olmaktadır. Genel olarak, kabul veya ret kararı issuer veya issuer adına hareket eden üçüncü bir tarafça verilir. Çipli işlemlerde ise, söz konusu onay çip tarafından issuer'ın belirlediği sınırlar dahilinde verilebilir.

#### b) Anlam

POS terimi satın alma işleminin kart hamili tarafından başlatıldığı noktadır, satın alma işlemi perakende satış yerleri ve hizmet edimlerinin ifa edildiği yerlerdeki otomatik terminaller üzerinden ödemenin gerçekleştirilmesiyle gerçekleşir. Bununla birlikte, kart sahiplerinin artık işlemlerini alternatif yöntemlerle başlatabildiği düşünülecek olursa (örn, kart hamili veya işyerinin hazır bulunmadığı posta/telefon siparişiyle veya evde yerleşik terminal ve e-ticaret aracılığıyla), 'işlem yeri' terimi (POI) tercih edilecektir. İnternette gerçekleştirilen satışlarda da sanal POS cihazları devreye girmiş olacaktır.

POS ile ödemenin gerçekleşmesi için, ödemenin nakit kullanmaksızın kartla elektronik olarak gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu şekilde hem otorizasyonun ve hem de ödemenin elektronik olarak gerçekleştirildiği bir sistem “EFTPOS (Electronic Funds Transfer System at the Point of Sale)” veya “Banking POS” olarak nitelenir ve POS olarak nitelenen diğer sistemlerden ayrılır. EFTPOS kartın manyetik şeridini okuma ve online otorizasyon işlemi yapabilme imkânına sahip yazar kasaların genel adıdır. Bu tip cihazlar genellikle büyük mağazalar veya süper marketlerde elektronik ödemeler de işlem süresinin kısaltılmasını sağlamak için kullanılırlar.<sup>124</sup>

---

<sup>123</sup> Şener, s.5

<sup>124</sup> “Terimler Sözlüğü”, (www.mastercard.com-22.10.2003)

POS ile ödemeye hukuki bakımdan para borçlusunu, borcunu ifa edebilmek için yeni bir olanak elde etmektedir. Çünkü POS ödemesi nakit ödemenin yerine geçmektedir.

POS sistemi, müşterinin bankada bulunan mevduat veya kredi hesabından mal veya hizmet sağladığı satıcının hesabına bu mal veya hizmetin bedeline karşılık gelen fon tutarının elektronik bir cihaz yolu ile aktarılmasıdır.

POS cihazları mağazalar, marketler, benzin istasyonları ve hatta son gelişmelere paralel trafik polislerinin araçlarında dahi yaygın bir şekilde kullanım alanı bulmaktadır. Elektronik POS sisteminde müşteri almış olduğu hizmetin veya malın bedelini plastik kart ile ödemektedir. Elektronik banka kartlarının kullanılması durumunda, mağaza elemanı satış ile ilgili bilgileri POS makinesine girmekte, eğer sistem işlemi kabul ederse tutar otomatik olarak müşterinin hesabına borç, satıcının hesabına alacak olarak kayıtlanmaktadır. Kredi kartı kullanıldığında ise tutar banka ile üye işyeri arasında varılan anlaşmayla belli bir süre sonra satıcının hesabına aktarılmaktadır. POS makineleri bir ödeme aracı olarak kullanılmakla beraber, satıcı açısından satış kayıtlarının, envanter, fiyatlama ve indirim bilgilerinin elde edilmesi gibi yararları da mevcuttur.<sup>125</sup>

POS işleminin gerçekleşmesi için ATM kartlarında kart hamilinin haklı müşteri olup olmadığının anlaşılabilmesi için PIN adı verilen şifrenin PIN-PAD adı verilen klavye aracılığıyla girilmesi gerekmektedir.

POS sistem itibarıyla, manyetik şerit kartı, kredi kartı chip ya da hibrit kartı veyahut ta diğer müşteri kartların kullanılması suretiyle ödemenin (otorizasyon ve takaslaşma) nakitsiz ve belgesiz olarak gerçekleştirildiği, elektronik bir ödeme sistemidir.<sup>126</sup>

## 2. Türkiye’de POS’un Gelişimi

Türkiye’de ilk POS uygulamaları 1987 yılında başlamıştır. Ülkemizdeki POS terminallerinde genellikle kredi kartları kullanım alanı bulunduğu için, terminal sayısının artması kredi kartı uygulamalarının gelişmesiyle doğru orantılı olmuştur.

---

<sup>125</sup> Tamer SAKA, *Türk Bankacılık Sektöründeki Bilgi Teknolojileri Denetimi*, Türkiye Bankalar Birliği, İstanbul, 2001, s.164

<sup>126</sup> ŞENER, s.11



Nitekim Türkiye genelinde kredi kartı kabul eden işyeri sayısı 1987 yılından sonra, büyük bir gelişim göstermiştir. 1991 yıl sonu itibarıyla kredi kartı kabul eden işyeri sayısının 12.000 – 13.000 civarında olduğu tahmin edilmekteyken, 1992 itibarıyla bu rakam 20.000'e ulaşmıştır. 30 Haziran 2003 itibarıyla POS sayısı 574.925 adet olmuştur. Bankalar arasında yaşanan rekabet, üye işyerlerinin taksitli alışveriş imkanı sunmaları ve kart hamillerini yaptıkları alışverişler karşılığında nakit gibi kullanabildikleri puanlar kazanmaları işyeri sahiplerinin POS kullanımını arttırmaktadır.

Türkiye'de çok kısa sürede yaşanan gelişmeler ve piyasaya giren çok sayıda bankanın kendi POS cihazını satın alması gereksiz maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Birçok satış noktasında birden fazla POS cihazı bulunmaktadır. Bankaların maliyet düşürmesi ve ortak kullanıma açılarak kaynak israfının önlenmesi için POS cihazlarının üzerinde halen kullanılmakta olan değişik bankalara ait çok farklı uygulamaların tek bir POS cihazı üzerine yüklenmesi gerekecektir. Halen kullanılmakta olan POS cihazlarının kapasitesinin buna imkan vermeyeceği ifade edilmektedir. Bu durumda, ortak POS kullanımının temini için mevcut uygulamaların standardize edilmesi ve bankaların kendi network ağı kanalı ile gelen bu standart mesajları host tarafının da anlayacağı şekle getirmek için programlarında çok fazla değişiklik yapmaları gerekecektir. Bu çözüm ise, tüm bankalara önemli bir iş yükü getirecektir.

Ortak bir network kullanılması durumunda ise, mevcut uygulamaların tüm bankaların ihtiyacına cevap verecek şekilde standardize edilmesi gerekmektedir, POS cihazına firma tarafından bu standart yazılım yüklenecek, POS'dan farklı formatta gelecek olan mesajlar aradaki bir switch merkezi kanalıyla bankaların kendi hostları tarafından anlaşılacak şekle getirilecektir. Böylece bankaların host tarafında çok fazla bir değişiklik gerekmeyeceği tahmin edilmektedir.

Ortak networkün oluşturulması halinde, bu network hizmet sağlayıcı firma tarafından işletilecek ve bankaların POS cihazlarının temini, kuruluşu, bakımı ve işletimi için ödedikleri operasyon, bakım, onarım maliyetleri düşeceği, bu maliyetlerin hizmet sağlayıcı firma tarafından belirli bir oranda işyerlerine yansıtılabileceği tahmin edilmektedir. Ortak network kullanılması halinde, üye

işyerlerine daha iyi hizmet götürülebilecektir. Daha geniş bir ağla daha yaygın hizmet verilebilecektir. Ayrıca, sürekli yerel arama olacağı için işyerlerinin telefon maliyetlerinde de bir azalma olacağı tahmin edilmektedir<sup>127</sup>

Kartla ödemenin ve dolayısıyla POS işleminin çok kısa sürede yaygınlaşmış, günlük hayatın vazgeçilmez işlemlerinden biri olmuştur bununla beraber bankaların bu sistemi yeterince verimli kullanamadıkları görülmektedir.

#### D) E-CASH

Değiş tokuş ile başlayan ticarete paranın kullanımı radikal bir dönüm noktası olarak ele alınır. Tarihe baktığımızda ilk kullanılan paraların kültürel ve coğrafik etkilere bağlı olarak deniz kabuklarından, deri parçalarına kadar değişebildiğini görürüz. Daha ileri safhalarda gümüş ve altın gibi maddeler para olarak kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde ise ulusal merkez bankaları tarafından altının karşılığı olarak basılan banknotlar ve madeni paralar standart haline gelmiştir. İnternet ve dolayısıyla elektronik ticarete yaşanan gelişmeler ise yeni ödeme sistemlerinin ve bunun da ötesinde e-para (elektronik para) çözümlerinin gündeme gelmesine yol açmıştır.<sup>128</sup>

Sözlük anlamı olarak e-cash; e-nakit ve elektronik para olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle sanal para olarak adlandırılan E-Cash, sanal alemde yapılan alışverişlerde harcanan paradır. Elektronik para hizmetinden faydalanmak isteyen kişilerin bu hizmeti sunan firmaların yazılımlarını bilgisayarlarına yüklemeleri ve firmanın çalıştığı bankada hesap açmaları gerekmektedir. Kullanıcılar hesaplarından çekilen parayla satın aldıkları elektronik paraları, elektronik paranın geçtiği bir sanal mağazadan alışveriş yaparken kullanabilmekte ya da e-mail aracılığıyla ile üçüncü şahıslara gönderilebilmektedir.<sup>129</sup>

Sistem bir tür kredi temeline göre çalışır. GSM hizmeti veren kuruluşlar, telefon hizmetinden yararlanabilmek için nasıl kontrollü kart telefon servisini devreye soktularsa elektronik para da benzeri şekilde düşünülebilir. E-Cash hizmeti veren bir

<sup>127</sup> Türkiye Bankalar Birliği, "POS Sistemleri Ortak Çalışma Grubu Toplantısı Bilgilendirmesi", 26 Mart 2003

<sup>128</sup>Uğur Serkan TAŞKIN, "Elektronik Para", (www.insankaynaklari.com- 12.06.2003)

<sup>129</sup>Yapı Kredi Bankası, "E-Ticarete Ödeme Yöntemleri", www.ykb.com-23.06.2003)

bankadan ya nakit olarak ya da kredili olarak elektronik para alınır. Bu paranın alınmasıyla birlikte ATM makinelerinde gördüğümüz gibi elektronik ortamda kullanılacak kişisel hesabımızda paramız bulunur. Herhangi bir alışverişimiz sırasında kimliğin ibraz edilmesiyle bu para kullanılabilir duruma gelmekteyiz.

Elektronik para yazılımı, istenilen miktarda paranın bir banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlar. Her elektronik paranın normal hayatta olduğu gibi bir seri numarası vardır. İnternet üzerinden bir harcama yapıldığında belli seri numaralı elektronik paralar alışveriş yapanın bilgisayarından silinerek alışveriş yapılan bilgisayara geçirilir. Bu şekilde para akışı aynen olduğu gibi gerçekleştirilir.

Temel olarak e-para servisi veren bir bankadan kredi kartımızla ya da peşin ödemeye bir miktar e-para alıyoruz. Daha sonra banka bu miktarı bizim bilgisayarımıza transfer ediyor. İnternet üzerinde bir alışveriş yaptığımızda da, eğer burada e-para geçiyorsa, sipariş formunda e-para ile ödeme yapılacağını belirtiyoruz. Miktar otomatik olarak bilgisayarımızdaki miktardan düşülüyor. Bütün bu işlemler e-para servisi veren bankamızdan da kontrol ediliyor. Bazı uygulamalarda e-para ödemesi doğrudan bankadan yapılıyor. Bu durumda, size bir e-posta mesajı ile ilgili siparişi alıp alamayacağımız soruluyor. Böylece alışverişlerde, fiziksel olarak alışageldiğimiz para dolaşımını ortadan kalkıyor.<sup>130</sup>

Online, alışveriş, para akışı şu şekilde gerçekleşiyor;

- 1- Müşteri online satıcıdan alışveriş yapıyor
- 2- Satıcı-alıcı olarak adlandırılan bir ticaret bankası üzerinden parasını alıyor
- 3- Alıcı bankalarla hesaplaşıyor
- 4- Sonunda banka alışveriş miktarını müşterinin hesabını yazıyor.

E-Paranın kişiler dışında, e-para kullanan ve ödemelerde e-para kabul eden kuruluşlara da çeşitli avantajlar sağlar. Kişilerin zamanında ödeme yapmasını kolaylaştırması nedeniyle, alacaklarının kolay tahsil etmeleri bu avantajların başında gelmektedir. Böylece geç ödemeler sonucu doğabilecek, nakit akım sıkıntılarını aza indirmek mümkün olacaktır. Ayrıca, gerekli düzenlemelerin yapılmasını takiben,

---

<sup>130</sup> "E-Cash", (www. bahcesehir.edu-11.12.2002)

kuruluşların vergi, sigorta veya gümrük ödemeleri gibi yasal yükümlülüklerini de yerine getirmede kolaylık sağlayacak ve bu ödemelerin zamanında yapılmasını kolaylaştıracaktır. E-Para kullanımı gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasıyla kamu oyuna da yararlı olacaktır. Vergi ve gümrük girdiler gibi yasal yükümlülüklerin yanı sıra veya benzeri geciktirici etkenler nedeniyle geç tahsili E-para kullanımı sayesinde ortadan kaldırılabilir ve bu şekilde elde edilecek gelir arttırılabilir.

Online müşteriler verilerini mutlaka şifreli olarak göndermelidir. Günümüzde minimum olarak geçerli olan ve güvenli bağlantılarıyla lanse eden sunucuların çoğunun kullandığı şifreleme yöntemi SSL dir. Europay yöneticisi Sasse, “şifreli olmayan bir bağlantı ile hiçbir kredi kartı numarası kullanılmamalıdır.” Diyor. Aksi takdirde korunmasız numaralarınız kolayca kötü niyetli insanların eline geçebilir.<sup>131</sup>

Elektronik para; teknik araçlar üzerinde yer alan Chip Kart (Chip Card), Bilgisayar Hafızası (Computer Memory) gibi kaydedilmiş değer formunda olabileceği gibi, Elektronik para kesesi olarak kullanılan ön ödemeli kartlar, (Prepaid Cards) şeklinde de olabilir. Ön ödemeli kartların uzun dönemde nakit ödemelerin önemli bir parçasını oluşturma potansiyeline sahip olduğu da sıkça ifade olunmaktadır. Son olarak internet üzerinde hızlı şekilde gelişen elektronik ticaret için network para ya da software para olarak adlandırılan ve kişisel bilgisayarlara da transfer imkanı bulunan bir ödeme enstrümanı daha ortaya çıkmış bulunmaktadır.

Elektronik para, nakit paranın dijital şekli olarak ifade edilebilir. Zaten elektronik para da bir çok özellik itibariyle nakit paraya benzemektedir. Öncelikli benzerlik olarak, Banka veya 3. kişi tarafından elektronik para yetkilendirmesi yapılmasının gerekmemesi söylenebilir. Tüketiciler, para değeri için bozuk para veya demir para gibi para araçlarının bire bir elektronik karşılıklarını satın almaktadırlar. Tüketiciler nakit para yerine başka bir ödeme yöntemine geçmekte olup, bu durumda tüketiciler, bankada önceden hesap açtırmak suretiyle aldıkları debit kartlar veya banka ile sözleşme yapmak suretiyle edindikleri kredi kartları yerine aynı işleve sahip ancak nakit anlamı olmayan bir ödeme aracını 3. kişi yetkilendirmesi (onayı) olmaksızın ödeme işlemini gerçekleştirmektedirler.

---

<sup>131</sup>KARTAL, s.54

Uygulamada chip kartlar genellikle küçük değerli nakitler için kullanılmakta olup, söz konusu kartlar ile gazete, benzin gibi pahalı olmayan ürünler satın alınmaktadır. İfade etmek gerekir ki e-para ile normal olarak kağıt para ile dahi ödemesi zor olan çok küçük değerli ödemelerin yapılması çok kolay olmaktadır. Bir örnek ile anlatmak gerekirse, download edilmek istenen bir internet sayfası için rahatlıkla internet üzerinden ödeme yapılabilmektedir.

Diğer bir benzerlikte e-paranın normal para gibi hamilinin olmasıdır. E-para için de hiçbir isim, ya da finansal kuruluşun yetkisi, hesabı aranmamakta ve tüketiciler detay bilgi sunmaksızın ürünleri satın almaktadır. (Bu konuda Avrupa Birliği Kara Para Direktifi Hükümleri saklıdır.)

### **1. Uluslararası Sorunlar**

Elektronik bankacılık ve elektronik para faaliyetleri teknolojiye dayalıdır ve tabiatı itibariyle bankaların ve müşterilerinin coğrafi erişimini uzatmak için tasarlanmıştır. Böyle bir piyasa genişlemesi ulusal sınırlar ötesine uzanabilir, bu da bazı riskleri ortaya çıkarır. Bankaların halen uluslararası bankacılıkta benzer risklerle karşı karşıya olmasına rağmen, bu riskler elektronik bankacılık ve elektronik paranın sınır ötesi kullanılmasında da geçerlidir.

Ulusal sınırlar ötesinde müşterilerle iş yaptıklarında bankalar farklı yasal gerekliliklerle karşı karşıya kalabilirler. İnternet bankacılığı gibi bireysel elektronik bankacılığın yeni formları için ve elektronik para için, bazı ülkelerde yasal şartlar bakımından belirsizlikler bulunabilir. İlaveten, farklı ulusal makamların sorumluluklarına ilişkin olarak da yetki alanı belirsizlikleri bulunabilir. Bu mülahazalar bankaları, tüketici koruma kanunları, kayıt muhafaza ve raporlama gerekleri, özel yaşam kuralları ve para aklama kanunları dahil farklı ulusal kanun ve yönetmeliklere uymamayla ilgili risklere maruz bırakabilir.

Operasyonel risk, başka bir ülkede yerleşik ve bu nedenle izlenmesi daha zor olan bir hizmet sağlayıcıyla iş yapmaktan kaynaklanabilir. Bankalar sınır ötesi elektronik bankacılık ve elektronik para faaliyetleri sağladıklarında başkaca risklere de maruz kalabilirler. Yabancı ülkede konuşlu hizmet sağlayıcılarla iş yapan veya elektronik bankacılık veya elektronik para faaliyetlerinde ortakları olan bankalar, yabancı şahısların ekonomik, sosyal veya politik faktörler nedeniyle

yükümlülüklerini yerine getiremez oldukları ölçüde ülke riskine maruzdurlar. İnternet gibi açık ağlardan hizmet sunan bir banka, diğer ülkelerdeki müşterilerden kredi başvurularında kendi müşteri tabanlarına dayalı prosedürlerle değerlendirme yapmak nedeniyle kredi riskine maruz kalabilir. Elektronik para için ödemeyi yabancı paralarla kabul eden bankalar, döviz kurlarındaki hareketler nedeniyle piyasa riskine maruz kalabilirler.<sup>132</sup>

## **2. 18 Eylül 2000 Tarih ve 2000/46/EC Sayılı Avrupa Birliği Bankacılık Direktifi**

Avrupa Komisyonu 18 Eylül 2000 tarihinde Bankacılık Direktifini yürürlüğe sokmuş olup, söz konusu direktifin amacı elektronik para kurumlarını yönlendirme ve denetleme şeklinde ifade olmuştur. Direktifin, ilk maddesi uyarınca yapılan bazı tanımlar aşağıda yer almaktadır.

- Elektronik Para Kurumu: Kredi Kurumları haricinde ve Direktif 2000/12/EC'nin 1 maddesinin 1. Bendinde yer alan tanım dahilinde, elektronik para formatında ödeme anlamları çıkaran kuruluştur.

- Elektronik Para: Çıkaranın talebini temsil eden parasal değer olup, aşağıdaki unsurları kapsamalıdır.

1. Elektronik araca işlenmiş olması gereklidir.

2. Parasal değerinden az olmamak üzere bir fon karşılığında çıkarılmış olmalıdır.

3. Tüzel kişiler tarafından ödeme olarak kabul edilebilir olması gereklidir.

Yine aynı direktifin 2. maddesi uyarınca, aşağıda belirtilen hususların e-para kurumları ile finansal kuruluşlarda (Banka, kredi kuruluşları vb.) bulunması zorunludur.

- Ön yetkilendirme,

- Belirli miktarda sermayeye sahip olma,

---

<sup>132</sup> Basel Bankacılık Gözetim ve Denetim Komitesi, "Elektronik Bankacılık ve Elektronik Para Faaliyetleri İçin Risk Yönetimi", TBB, 1998, s.9

- Ehil bir yönetim,
- İyi bir şekilde işletim,
- Aynı şekilde sürekli yönetim.

Şunu önemle belirtmek gerekir ki; Kara Para Direktifi ile Konsolide Edilmiş Denetim Direktifi ve bununla ilgili diğer Avrupa Birliği Bankacılık Direktifleri aksi kararlaştırılmadığı sürece e-para kurumları için geçerli olmayacaktır.

Direktifin 4. maddesi hükmü ile e-para kurumlarında (yaptıkları işleri karşılayabilmek amacıyla) belli miktarda bir sermayenin bulunması zorunluluğu getirilmektedir. Bahis konusu sermaye miktarının hiç bir zaman 500.000 ECU'nun altına inmeyeceği ifade edilmiştir.

Direktifin 5. Maddesi uyarınca, nakit akışını sağlamak amacıyla kurumların yapacakları yatırımlara sınırlamalar getirilmektedir. Kurumlar e-para'ya karşılık aldıkları parayı, herhangi bir şekilde yatırımda kullanacaklarsa buna karşılık gelen rizikonun Ödeme kapasitesi oranı direktifi uyarınca yüzde sıfır olması gereklidir.<sup>133</sup>

#### E) ELEKTRONİK FON TRANSFERİ (EFT) ve ELEKTRONİK MENKUL KIYMET TRANSFER SİSTEMİ (EMKT)

EFT Sistemi bir bankadan diğerine Türk Lirası cinsinden ödeme gönderilmesini sağlayan elektronik ödeme sistemidir. EMKT Sistemi ise bir bankadan diğerine devlet tahvili ve hazine bonusu gibi menkul kıymetlerin aktarılmasını sağlayan sistemdir. EMKT sistemi ile bankalar telefon ya da faks gibi hiçbir unsuru kullanmadan tamamıyla bilgisayar yoluyla Merkez Bankası ile ve Takasbank üzerinden borsa ile elektronik olarak transfer ve mutabakat yapma imkanına kavuşmuşlardır.<sup>134</sup> Her iki sistem de gerçek zamanlı olarak çalışır, yani işlemler anında yapılır.

Sistemler sadece TL cinsinden ödemeler ile menkul kıymetlerin aktarılmasını ve hesapların mutabakatını (kesinleştirilmesini) sağlamakla kalmaz; çeşitli raporların alınmasına ve ihale teklifi, genel duyuru gibi haber nitelikli mesajların kullanılmasına

<sup>133</sup> Andersen, ss.226,227

<sup>134</sup> Can OKAY, "Ödeme Sistemleri", *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*, s.7, (www.tcmb.gov-05.09.2003)

da olanak verir.<sup>135</sup> Uygulamada internet bankacılığı kanalıyla yapılacak EFT işlemlerinin gün içerisinde en geç 15:30'a kadar sonuçlandırılması gerekmektedir.

Elektronik Fon (EFT) ve Menkul Kıymet (EMKT) Transfer sistemi, T.C. Merkez Bankası ile katılımcı sistemler arasında "mesaj" adı verilen bilgi yapısının aktarımı ile sağlanır.<sup>136</sup>

Uluslararası literatürde EFT Sistemi TIC-RTGS adıyla, EMKT Sistemi ise TIC-ESTS adıyla bilinmektedir

Ülkemizde Türk Lirası transferlerinde kullanılan EFT sistemi, 1992 yılında T.C. Merkez Bankası'nın yönetiminde ve kontrolünde hizmete girmiştir.<sup>137</sup> Başvurusu TCMB tarafından onaylanan ve Bankalar Kanunu uyarınca Türkiye'de faaliyette bulunan bankalar ile özel finans kurumları EFT ve EMKT Sistemlerine üye olabilir. Ocak 2003 itibarıyla sistemlerin üye sayısı TCMB dahil 59'dur.<sup>138</sup> Sistemin denetimi ve kontrolü Merkez Bankası'nın sorumluluğu altındadır.

EFT, bankalar ve müşteriler tarafından yapılan fon transferlerinde tercih edilen bir yöntemdir. EFT sistemlerini iki ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar büyük miktarlardaki işlemlerin gerçekleştiği "Toptan EFT" ve daha küçük tutarlarla işlemlerin yapıldığı "Perakende EFT"tir. EFT herhangi bir tutarın bir hesaptan başka bir hesaba elektronik terminaller (ATM), telefonik araçlar (Telefon Bankacılığı), bilgisayarlar (Ev ve Ofis Bankacılığı) veya manyetik saklama araçları (Maaş disketlerinin hazırlanıp ödeme için bankaya gönderilmesi) ve verilen talimatlar (Yazılı Talimat) yolu ile aktarılması işlemi olarak da tanımlanabilir. Bankaların bu hizmeti gereği gibi sağlayabilmesi bilgisayar ve iletişim konusunda sahip olduğu teknolojik alt yapının kalitesine yakından bağlıdır.

Bankacılık sektöründe EFT sistemleri BT faaliyetleri içinde çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Ancak EFT sistemleri ile ilgili kontrol amaçları BT kontrollerinden ayrılmış olmalıdır. Özellikle EFT sistemleri vasıtası ile gerçekleştirilen işlemlerin belgelenmesindeki eksiklikler, söz konusu sistemlerin

---

<sup>135</sup> Ödeme Sistemleri, "Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT)", *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*, (www.tcmb.gov-.05-05-2003)

<sup>136</sup> Türkiye Sanayi ve Kalkınma Bankası, "EFT/EMKT", (www.tskb.com-19.09.2003)

<sup>137</sup> SAKA, s.160

<sup>138</sup> Ödeme Sistemleri, "Elektronik Menkul Kıymet Transfer Sistemi (EMKT)", www.tcmb.gov-05.05.2003)



kontrolünü daha da önemli hale getirmektedir. <sup>139</sup>Gelişmiş altyapıya sahip bankalardaki hesaplara yapılan EFT işlemlerinin direkt müşteri hesabına geçmektedir.

EFT Sisteminin işleme geçtiği 1992 yılı boyunca sistemde toplam 534.853 işlem gerçekleşmiştir. Yıllar geçtikçe EFT'nin tüm bankalar arası ödemeleri kapsamına alması ve müşteri bankacılığı alanında yaygın bir kullanıma ulaşması sonucunda, yıllık işlem adedi önemli oranda artmış ve bu rakam 2002 yılı için 35.026.840 işleme ulaşmıştır.

Parasal değerler yönünden bakıldığında ise 1992'de 1,8 Katrilyon TL (1992 yılı ABD Doları karşılığı 267 Milyar) olan bu değer; 2002 yılı sonunda 3.379 Katrilyon TL (2002 yılı ABD Doları karşılığı 2.214 Milyar) değerine ulaşmış bulunmaktadır.<sup>140</sup>

### **Perakende EFT Sistemi**

Günümüzde otomasyon teknolojilerinde görülen hızlı ve köklü değişiklikler sonucunda daha önceleri banka çalışanları tarafından gerçekleştirilen birçok bankacılık işleminin, elektronik ortamda müşterilerin kendisi tarafından yürütülmesi mümkün hale gelmiştir. Müşteriler tarafından yürütülen bu tür sistemlere otomatik vezne makineleri veya nakit noktaları olarak adlandırılan ATM sistemleri, satış noktası (POS) ağları, akıllı kartlar, ev bankacılığı ve internet bankacılığı örnek olarak gösterilebilir.

Perakende EFT işlemlerinde, işlem miktarları genellikle düşük düzeydedir. Bu nedenle bu tür işlemler nedeni ile ortaya çıkması olası parasal kayıpların miktarının önemli miktarda olmayacağı varsayılmaktadır. Böyle varsayım geçerli değildir. Sisteme erişim kesinlikle sınırlandırılmalı ve kontrol altına alınmalıdır. Bu nedenle EFT işlemlerinin denetiminde bankanın b başlık altında vermiş olduğu tüm hizmetler ve ortaya koyduğu ürünler üzerindeki kontroller dikkatli ve ayrıntılı bir şekilde test edilmelidir.

Batı uygulamalarına baktığımız zaman bankaların maliyetlerini düşürmek ve müşteriye daha etkili hizmet verebilmek için ATM ve POS sistemlerini ortak

<sup>139</sup> SAKA, s.161

<sup>140</sup> Ödeme Sistemleri, "Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFT)", (www.tcmb.gov -05.05.2003)

kullanıma yolunu tercih ettiklerini görmekteyiz. Ülkemizde de son yıllarda çeşitli örneklerini görmeye başladığımız bu yöntem kanımızca akılcı bir yöntemdir. Sonuçta bankaların bu hizmetler için farklı sistemleri kullanmalarının kendilerine sağlayacağı hiçbir ek üstünlük bulunmamaktadır. Zira her banka bu sisteme sahip olmak zorundadır. Önemli olan bu hizmetlerin tüketiciye ulaştırılmasında seçilen ürün kanallarının etkinliği ve hizmetin kalitesidir. Söz konusu perakende EFT sistemlerinin ortak kullanımında yaygın olarak uygulanan iki yol mevcuttur.

- Paylaşımlı Sistemler: Bankaların bir araya gelerek söz konusu perakende ATM sistemleri ile ilgili araştırma, tesis etme, pazarlama ve işletim konularında işbirliğine gitmeleridir.

- Karşılıklı Değişim Sistemleri: Bu sistemde ise ayrı ATM programlarına sahip olan farklı bankalar karşılıklı olarak birbirlerinin sistemini kullanmaktadır. (Altın Nokta uygulaması örneği, Garanti bankası, Vakıfbank, Dışbank vbg.).<sup>141</sup>

#### F) OTOMATİK VEZNE MAKİNELERİ (ATM)

Günümüzde otomatik vezne makineleri yada kısaca ATM olarak bilinen bu elektronik bankacılık hizmetlerinin uluslararası düzeyde üzerinde anlaşma sağlanmış bir tanımı bulunmamakla birlikte, bu konuda yazan yazarların çoğu ATM'leri hesap bakiyelerine ilişkin bilgi veren, çek defteri veya banka hesap dökümlerini almanın mümkün olduğu gelişmiş nakit dağıtıcıları olarak tanımlamaktadır.

Kart hamillerinin banka ve kredi kartları aracılığıyla mevduat ve kredi kartı hesaplarına şifre aracılığı ile ulaşmalarını ve sunulan bankacılık hizmetlerini kullanmalarını sağlayan elektronik cihazlardır.<sup>142</sup>

Dünyadaki ilk cash dispenser (para veren offline ATM) 1967 yılında Barclays Bank'ın Enfield'daki bir şubesinde kullanıma açılmıştır. 24 saat hizmet veren ancak bugün kullanılan plastik kartlar yerine bankadan alınan ödeme makbuzları ile belli miktarlarda para çekebilen "offline" olarak çalışan bir makinaydı. 1970'lerden

<sup>141</sup> SAKA, s.162

<sup>142</sup>"Tanımlar", (www. bkm com-07.01.2003)

itibaren “onlien” olarak çalışan ATM’ler cash dispenser’ların yerini almış ve manyetik şeritli ve çipli kartların kullanımına da başlamıştır.<sup>143</sup>

Türkiye’de ilk olarak Türkiye İş Bankası tarafından 1987 yılında kullanılmaya başlanmıştır. İş Bankası’nın bu hizmeti Bankamatik olarak adlandırmasıyla diğer bir çok bankada bu adı kullanmıştır.

ATM temel olarak EFT ağ sisteminin bir terminalidir. ATM’ler üzerindeki işletim bilgisayarı aracılığı ile bankacılık ana sistemi ile iletişim kurarak müşterilerin bankacılık sistemindeki hesaplarına ulaşmalarını ve bu hesapları üzerinde standart bankacılık işlemlerini kendi kendilerine yapmalarını sağlar.

ATM’lerin kullanımı özellikle 1990’lardan sonra hızlı bir yayımlanmıştır. Haziran 2003 itibari ile Türkiye’de kullanılan ATM’lerin sayısı 12.530’dur. ATM makineleri ile birçok bireysel bankacılık hizmetini verebilmek mümkündür. Söz konusu işlemlere para çekme, para yatırma, hesaplar arasında havale, kredi kartı işlemleri, bakiye sorgulaması ve hesap bilgilerinde değişiklik yapmak gibi işlemler örnek olarak gösterilebilir. Normal şartlar altında ATM’ler 24 saat haftada 7 gün yılda 365 gün boyunca hizmet verebilecek kapasiteye sahiptir. ATM’leri kullanabilmek için yapılması gereken ilk şey plastik kartın makineye uygun şekilde yerleştirilmesi sonrası, hesap sahibine sorulacak şifrenin ve/veya kişisel tanımlayıcı numarasının sisteme doğru bir şekilde girilmesidir.

ATM’lerden para çekme işlemleri genellikle günlük bazı limitlerle sınırlandırılmaktadır. Bu uygulama hem ATM’lerden daha fazla müşterinin faydalanmasını hem de para çekme işlemlerinde meydana gelebilecek olumsuzlukların minimize edilmesini amaçlamaktadır. Sisteme para yatırma işlemi manuel olarak gerçekleştirilen işlemlerden çok farklı değildir. Ancak manuel sistemden farklı olarak, yatırılan tutar sadece gün sonunda bankanın elemanları tarafından sayılıp tutarın doğruluğu onaylandıktan sonra müşteri hesabına alacak olarak kaydedilmektedir.

ATM makineleri üzerindeki kontroller dikkatli bir şekilde belirlenmeli ve uygulanmalıdır. Amerikan Adalet Bakanlığı’nın yapmış olduğu bir araştırmaya göre

---

<sup>143</sup> Önder DİKBAŞ, *Bilgi Çağına Girerken Elektronik Ticaret ve Bankacılıkta Bir Uygulama*, 2000, s.66

ATM'lerin yetkisiz kullanımından dolayı bankaların uğradığı zarar yıllık olarak 100 milyon doların üzerindedir.<sup>144</sup>

A.B.D.'de her 1250 kişiye bir ATM cihazı düşerken Türkiye'de bu rakamın 5000 seviyesindedir.<sup>145</sup> Türkiye'de ki ATM'ler yeterince verimli kullanılamamaktadır. Bankalara ait çok sayıda ATM'nin yakın mekanlarda bulunduğu ve bunun bir kaynak israfı olduğu gözlenmektedir.

Banka müşterilerinin en önemli beklentilerinden biri ATM'lere her istedikleri anda ulaşmalarıdır. Bankalar bir araya gelerek daha az yatırımla daha fazla müşteriye ulaşmak için ATM paylaşım grupları oluşturmaktadırlar. Bunlardan ilki "Altın Nokta" ATM paylaşım grubudur. Altın Nokta ATM hizmeti veren 3 banka tarafından 1990'lı yılların başında kurulmuş olup, daha sonra bu birliğe diğer bazı bankaların katılımı ile üye sayısı 6'ya ulaşmıştır. Birliğe üye olan bankaların banka ve kredi kartı sahipleri, söz konusu bankaların tüm ATM'lerinden para çekebilmekte ve bakiye öğrenebilmektedir. Altın Nokta'nın logosu insan eli şeklinde olup, üye bankaların ATM ve kartlarında da bu sembol bulunmaktadır. Altın Nokta grubuna ait ülkemizde 3.500 civarında ATM bulunmaktadır. Gruba katılımın bazı prensipler ve karşılıklı kurallar çerçevesinde mümkün olduğu Altın Nokta yetkililerince ifade edilmektedir.<sup>146</sup>

Türkiye'de bir diğer oluşum ise Ortak Nokta olarak adlandırılan paylaşım grubudur. 1998 Mart ayında 16 bankanın katılımcıları bir araya gelerek, ATM'lerini hem kredi kartları hem de banka kartları için ortak kullanma kararı aldılar. Ortak Nokta tüm bankaların katılımına açık bir sistem olarak kuruldu. Paylaşım açılan ATM sayısı 242 idi. Ortak Nokta'nın kapılarının, şube ya da ATM sayısı gözetmeksizin tüm bankalara açık olması nedeniyle Ortak Nokta grubu kısa sürede büyüdü. Bugün 13 banka, 1500'ün üzerinde ATM'yi tüm müşterilerinin kullanımına sunuyor. Müşteriler, Türkiye'nin neresinde olurlarsa olsunlar, Ortak Nokta ATM'lerinden hesaplarının bakiyelerini öğrenip, para çekebildikleri gibi nakit avans kullanma imkanına da sahipler.<sup>147</sup>

---

<sup>144</sup> SAKA, ss.163-164

<sup>145</sup> "ATM Teknolojisi", S.2, (www.activefinans.com-05.05.2003)

<sup>146</sup> YILMAZ, s.33

<sup>147</sup> "Neden Ortak nokta", (www.ortaknokta.com-09.09.2003)

## G) TELEFONLA YAPILAN BANKACILIK

### 1. Çağrı Merkezi-Call Center

Telefon trafiğinin çok yoğun olduğu ortamlarda, gelen ve giden çağruların teknolojik imkanları verimli bir şekilde kullanarak belli bir düzen çerçevesinde yönetilmesini sağlayan bir sistemdir. Çağrı merkezi bölümünde dışarıyı arayan veya dışarıdan gelen çağrılara cevap veren kişilere "müşteri hizmet yetkilisi" denir. Herhangi bir iş kolunda yürütülen işlerin büyük kısmı telefon görüşmeleri ile yapılıyorsa, bir çağrı merkezine ihtiyaç vardır. Bu değişikliğin sağlayacağı ilk ve en önemli fayda, müşteri memnuniyetinin artması ve harcamaların azalmasıdır. Banka, sigorta şirketi, leasing şirketleri gibi finans sektörü; gazeteler, televizyon kanalları gibi yayın sektörü; hava, kara, deniz taşımacılığı gibi ulaşım sektörü, seyahat acentaları, büyük oteller gibi turizm sektörü; beyaz eşya üreticileri, süper marketler, telefon şebekeleri, doğrudan pazarlama şirketleri gibi bünyelerinde müşteri hizmetleri departmanı, tüketici danışma hatları bulunan, günün her saatinde ve her yere telefon hizmeti veren, bu hizmet sayesinde, müşterilerin sorunlarını çözen, ihtiyaçlarını gideren kuruluşlarda çağrı merkezi kurulmaktadır.<sup>148</sup>

Son birkaç yıldır bankalarla ön plana çıkan Çağrı Merkezi anlayışı günümüzde önemli bir değişim yaşıyor. Şirketler dünya çapındaki ekonomik krizle beraber pek çok hizmette olduğu gibi Çağrı Merkezi hizmetini dışarıdan alırken, bu merkezlerin işlevi müşteri ilişkileri yönetimine (CRM) doğru evriliyor

Sadece Türkiye’de değil, dünyada da yeni iş alanı olan "Call center" (çağrı merkezleri), son yıllarda büyük bir ilgi görüyor. Müşteriye yakınlaşmak konusunda adım atmak isteyen şirketler tarafından benimsenen bu merkezler, başta teknoloji ve finans olmak üzere çok sayıda sektör tarafından kullanılıyor. Bir bölüm şirket kendi bünyesinde çağrı merkezi kurarken, bir bölümü de bu işi uzman şirketlere veriyor, yönetim diliyle "outsourcing" ediyor.<sup>149</sup>

### 2. Telefon Bankacılığı

Telefon bankacılığında bankacılık işlemleri telefonunun kullanılması ile gerçekleştirilmektedir.

<sup>148</sup> Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, *Müşteri Çağrı Merkezleri*, S.2,1999, s.18

<sup>149</sup> "Call Center'da Yeni Yaklaşımlar", *CAPITAL, DİJİTAL*, Yıl-2, S.1, Mayıs 2002, s.22

Telefonun tuşlarını kullanarak yüzlerce bankacılık işlemi yapmak mümkündür. Bu hizmetten yararlanabilmek için bankaya başvurarak ayrı bir şifre ve kullanıcı numarası almak gerekmektedir. Telefon bankacılığı banka müşterilerine ek bir maliyet yüklememektedir.

Telefonun bankacılık işlemlerinde kullanılmasında iki temel yaklaşım mevcuttur. Bunlar sözlü yetkilendirme ve otomatik yetkilendirmedir. Sözlü yetkilendirme müşteri banka ile bağlantıyı sağladıktan sonra işlem emirlerini sözlü olarak ya telefonun diğer ucundaki operatöre bildirmekte, ya da teyp kasetlerine okumaktadır. Otomatik sistemde ise müşteri telefonun tuşlarını kullanarak hesap numaraları veya tutarları sisteme kendisi girmektedir. Bazı durumlarda her iki sistem beraber olarak kullanılmaktadır.<sup>150</sup>

Telefon bankacılığı kanalıyla verilen hizmetlerin bazılarını şöyle sıralayabiliriz.

- Kredi kartı ve hesap bakiyesi bilgi işlemleri
- Havale EFT ve kredi kartı ödeme
- Hesap açma işlemleri ve hesaplar arasında para transferi
- Fatura, fon ve döviz alım satım işlemleri
- Yatırım hesabı ve hisse senedi işlemleri
- Hesap hareketlerini dinlemek yada faksla almak
- Telefon bankacılığı şifre değiştirilmesi
- Kayıp çalıntı kartlara blokaj işlemi
- Kredi talebinde bulunma
- Bilgi hizmetleri

Türkiye’de başta İş Bankası’nın 444 02 02 İnteraktif Telefon, Yapı Kredi 444 04 44 Teletel, Garanti Bankası 444 03 33 Alo Garanti, Pamukbank 444 04 00 Dialog, Akbank 444 25 25, HSBC 444 01 01, Finansbank 444 09 00, Oyakbank 444 06 00,

---

<sup>150</sup> SAKA, ss.165-166

Vakıfbank 444 07 24 numaralı telefonları ücretsiz aranarak istenilen işlemler yapılmaktadır.

### **3. GSM Bankacılığı**

Gelişen teknoloji ve cep telefonlarının hızla yayılması alternatif dağıtım kanallarının arasına cep telefonlarını da (GSM) katmıştır. GSM bankacılığında yararlanmak için bankada bir hesabın bulunması gerekmektedir cep telefonuna ait sim kartın numarası bankanın sistemine tanımlanır, kimi bankaların uygulamalarında bankanın sistemine tanınan telefon numarasının doğruluğunu teyit ederek haklı hamil olup olmadığı doğrulanmak için telefon bankacılığı yada internet bankacılığı aracılığıyla bankaca tanımlanmış olan cep telefonu numarasını müşterinin kendisinin de şifrelerini girerek onaylaması gerekiyor. Gerekli onay işlemi de gerçekleştirildikten sonra cep telefonun açılması ile hizmet kullanıma başlıyor.

GSM bankacılığıyla verilen hizmetler: Bilgi öğrenme, hesaplar arasında para transferi ve havale işlemi, döviz işlemleri, yatırım hesabı işlemleri, kredi kartı işlemleri ve ödemeler sıralanabilir.

Cep telefonları telefon bankacılığının da ötesinde kredi kartı olarak kullanılması için yapılan çalışmalar mevcuttur. Cep telefonlarının kredi kartı olarak kullanılması birçok avantaj sağlayacak. öncelikle kart taşımak zorunluluğu olmayacaktır. Zaten cep telefonu kullanımı çok yüksek bir orana ulaşmış durumda. Bu sistem daha güvenilir olacaktır. Çünkü bugün sadece akıllı kredi kartlarında sağlanan off-line güvenlik denetimi bir tür cip kart olan cep telefonu SİM kartıyla sağlanabiliyor. Yani kendi cep telefonumuz üzerinde kendi şifremizle ödeme yapabileceğiz. Böylece kredi kartının ortalarda dolaşması, kopyalanması, bilgilerinizin alınması gibi çekincelerimiz ortadan kalkacak.

Cep telefonlarının kredi kartı olarak kullanılması için çok gelişmiş bir teknolojiye beklemeye gerek olmadığı belirtilmektedir. Kredi kartı işlemlerinde veri miktarı küçük olduğu için GPRS gibi yüksek veri hızı gerektirmiyor. GSM bunun için yeterli. Avrupa'da m-ticaret uygulamalarının yaygınlaştığını görüyoruz, İspanya da bu konuda çok aktif, İsveç ve İtalya'da bu tip projeler olduğu bilinmektedir.

Cep telefonundan ödeme yapılırken üye işyerinde kredi kartıyla veya banka kartıyla ödeme yapılmıyor. Bunun yerine POS cihazına cep telefonu numarası

giriliyor. Üye işyerindeki POS bunun üzerine GSM operatörünü arıyor. GSM operatörü özel bir hat üzerinden bu talebi bankaya iletiyor. Ardından banka müşterisine bir kısa mesaj gönderiyor. Bu mesajda, "şu ürün için şu kadarlık bir ödeme yapılması isteniyor, onaylıyor musunuz" diyor. Eğer onaylanıyorsa banka şifresi yazılarak ve bankaya gönderiliyor. Banka hemen hesaba bakıyor ve yeterli tutar varsa ödemeyi gerçekleştiriyor. Banka GSM operatörü üzerinden işyerindeki POS'a da "tamam bu işlemi gerçekleştirilmiştir" diye bir bilgi gönderiyor. Bir ödendi belgesi çıkıyor ve bu belgenin imzalanmasıyla işlem gerçekleştirilmiş oluyor. Burada trafik karışık ve uzun gibi gözüküyor, ama saniyelerle bu işlem tamamlanıyor. Yakında bluetooth gibi teknolojilerle de artık elle hiçbir yere bilgi girmek zorunda olmadan, POS'lar ve cep telefonları uzaktan birbiriyle konuşabilecek.

Avrupa'da bazı projelerde cep telefonuna bir barkod basılıyor ve bunu POS'a okutabiliyorsunuz. Yöntemler ufak tefek değişiklikler gösteriyor ama, felsefe aynı. İşyerlerinde cep telefonuyla işlem yapabilecek bir altyapının sağlanmasıdır. Avrupa'da bu projeleri, bankalarla GSM operatörleri ortaklaşa yürütüyor.

Türkiye'de terminal hizmeti veren bütün bankaların bu konuya ilgi gösterdiği bilinmektedir. Genel olarak baktığımızda, zaten operatör ve bankaların aynı gruplar içinde yer aldığını görüyoruz. Turkcell-Yapı Kredi, Aria-İş Bankası gibi. Bu projeler için banka ve operatörün zaten birlikte çalışması gerekiyor.<sup>151</sup> Türkiye'de ilk defa Yapı Kredi ve Turkcell işbirliği ile 5 Eylül 2002 tarihinde 2002 Cebit Bilişim Fuarı'nda pilot uygulama olarak başlatılan ve ödeme sistemlerinde yepyeni bir dönem başlatan "Mobil Ödeme" platformu, cep telefonlarında WAP , GPRS gibi özellikler bulunmasını ya da farklı bir sim kart kullanılmasını gerektirmiyor ve özellikle fiziksel olarak kredi kartının kullanılmadığı yada nakitin bulunmadığı her durumda üye işyerlerinden alışverişi mümkün kılıyor.<sup>152</sup> CepLeÖdeCell olarak adlandırılan bu sistem özellikle bilet satın alımı, fastfood siparişi ve anında öde izle olanağı ile yapılan alışverişlerde, tatil ve uçak rezervasyonları gibi turizm ve sigorta alanlarında yoğun biçimde kullanılacaktır.<sup>153</sup> Mobil ödeme sistemine üye işyerlerinin sayısının artmasıyla servis günlük hayatın bir parçası haline gelecektir.

<sup>151</sup> Sanal Ortamda Gerçek Para , "Milliyet Gazetesi", 1 Mart 2003.

<sup>152</sup> Yapı Kredi Bankası, "Mobil Ödeme ", (www.ykb.com-01.08.2003)

<sup>153</sup> Turcell, "Cebinizdeki Cüzdan: CepLeÖdeCell", (www.turcell.com-12.10.2003)



Aria ve Turkcell hatları üzerinden kredi kartı bilgileri girilerek cep telefonuna kontür yüklenebilmekte, mobil bağış, mobil bilet, mobil sipariş hizmetleri verilmektedir. Aria'da İş Bankasında bulunan hesaplara telefon numarası tanımlatılarak telefon bankacılığıyla onay yapılmakta böylelikle fiyat ve oranlar, hesap bilgileri, kredi kart bilgileri, yatırım hesap işlemleri, ödemeler ve para aktarma işlemleri başlığı altında birçok bankacılık hizmetinden yararlanma imkanı sunulmaktadır.

#### H) KİOSK BANKACILIĞI

Estetik ve ergonomik olarak dizayn edilmiş olan kabinlerin içine yerleştirilmiş bir bilgisayar aracılığı ile reklam, tanıtım veya bilgilendirme amacıyla kullanılan Kiosk'ların gerekli güvenlik şartlarının gerçekleştirilmesi ile birlikte görüntüleme veya bankacılık işlemi yapmak amacıyla kullanılmaktadır<sup>154</sup> Banka şubelerine yerleştirilen bu sistem ile banka kartları ve kredi kartları okuyucu haznesinden geçirilmekte şifrenin de girilmesiyle bilgilere ulaşılmaktadır. Klavye ve mouse kullanılarak giriş işlemi başarıyla gerçekleştirildikten sonra eğer bilgi edinme dışında parasal bir işlem gerçekleştirilecek ise tekrar şifre girilmektedir.

### III. İNTERNET BANKACILIĞI VE TÜRKİYE UYGULAMASI

#### A) İNTERNET BANKACILIĞININ TANIMI

İnternet bankacılığı, fiziksel şubelerin dışında kalan alternatif dağıtım kanallarından biridir. Bankacılık işlemlerinin internet ortamında ve istenildiği zaman yapılmasını sağlayan bir bankacılık uygulamasıdır, ev ve işyerindeki bilgisayara bağlı modem aracılığıyla bankanın web sitesinden bankanın sistemine ulaşılarak tüm bankacılık işlemleri gerçekleştirilmektedir

İnternet kullanımında meydana gelen artışla birlikte internet aracılığıyla yapılan bankacılık işlemleri de gün geçtikçe artmaktadır. İnternet bankacılığı, bankacılık işlemlerinin internet ortamında bankaların web siteleri üzerinden istenildiği zaman dünyanın her yerinden ulaşılarak yapılmasını sağlamaktadır. İnternet bankacılığında, banka personeli ile bire bir ilişki mevcut değildir, müşteri

---

<sup>154</sup> Denizbank, "Kiosk", (www.denizbank.com-25.09.2003)

bankacılık işlemlerini gerçekleştirirken kendi girdiği talimatlar doğrultusunda otomatik olarak gerçekleştirmektedir.

İnternet bankacılığında, internetin yüksek ve ucuz işlem kapasitesi sayesinde para yatırıp çekme dışında tüm bankacılık işlemlerinin en ucuz maliyetle yapılması mümkündür. İnternet bankacılığıyla banka müşterileri para yatırıp çekme dışında kalan; hesap ekstrelerinin alınması, hesaplarındaki para miktarının ve hesap bilgilerinin öğrenilmesi, para transfer işlemleri, kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme işlemleri, döviz işlemleri, her türlü yatırım hesabı kıymet bilgileri alım satım talimatlarının verilmesi, vergi, SSK gibi ödemelerinin gerçekleştirilmesi ve daha bir çok gerçek bankacılık işlemi yer ve zamana bağlı kalmaksızın internet üzerinden gerçekleştirebilmektedirler. İnternet bankacılığıyla hemen hemen fiziksel şubelerden yapılmakta olan tüm işlemler yapılabilmektedir.

#### B) İNTERNET BANKACILIĞI'NIN ADIMLARI

İnternet bankacılığının gerçekleşme aşamalarını da inceleyecek olursak, internette bankacılık beş ana adımda gerçekleşir.<sup>155</sup>

1. Adım; Stratejik sayfalar, bankanın kendini hizmetlerini ve ürünlerinin tanıttığı yani müşteri ilişkilerinin düzenlemede kullandığı ilk adımdır.<sup>156</sup> İlk adımda interaktivite azdır. Bu adımda bilgi sunulmaktadır, bankanın ürünleri hakkında ayrıntılı bilgiler verilerek, banka müşterisinin donanımı arttırılmaktadır.

2. Adım; interaktif bir sayfa hazırlanır, ilgili programlar sayfadan indirilebilir, basit hesap fonksiyonları gerçekleştirilir. Formlar doldurulur, adres değişimleri, hareket sorgulamaları yapılabilir.

3. Adım; Bu adımda gerçek bankacılık işlemlerine ilk giriş yapılır, hesap işlemleri internet üzerinden gerçekleştirilebilir, fatura ödemeleri, havale, EFT yapılabileceği gibi yeni hesap açtırmakta mümkündür.

---

<sup>155</sup>Sibel ÖNDER , İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet kullanımının Bankacılık Sektöründe Uygulanması (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü), s.62

<sup>156</sup> Burak BÜYÜKDEMİR, "İnternette Bankacılığı Düş Olarak Görenler İçin", *Bankacılar Dergisi*, TBB, S.22, 1997, s.32

4. Adım; Bir Önceki adıma ek olarak müşteri kendi portföyünü yönetebilir, gelecekteki yatırımları için tavsiyeler alabilir, kredi başvurusu yapabilir, kredi açtırabilir.

5. Adım; Elektronik para çekiminin yapılması PC veya TV'ler yoluyla elektronik cüzdanınızı doldurduğunuzda zaten fiziksel şubenin yaptığı tüm işlemler yapılmış olacaktır.

### C) İNTERNET BANKACILIĞIN GELİŞİMİ

Geleneksel bankalar internet bankacılığı uygulamalarına başlarken bankalarının da bir internet şubesi bulunsun mantığıyla hareket etmişlerdir. Zaman içerisinde de bu bankacılık kanalının diğer bankacılık kanalları gibi bankaların büyük bir müşteri portföyüne hizmet veren ve rekabet üstünlüğü sağlayan parçaları olduğu görülmüş buna paralel bir şekilde bankaların verdikleri önemde artmıştır.

İnternet bankacılığı, bazı bankalar için rekabet ortamında mevcut perakende ve kurumsal müşterilerin muhafaza edilmesi veya yeni müşterilere erişimi sağlayarak, banka birleşmelerine karşı bir maliyet düşürme alternatifi olarak düşünülmektedir. ABD'de Chase ve Citigroup gibi büyük şirketler internet üzerinden finansal servislere önemli yatırımlar yapmaktadır ve AB'de de son zamanlarda büyük şirketler bu alanda yatırım yapmaktadırlar.<sup>157</sup>

Bankacılık sektörü, elektronik ticaretin öncüsü ve yoğun uygulamalara rastlayabileceğimiz sektör konumundadır. Bankalar, pazarda yaşanan rekabetten dolayı teknolojik gelişime en çabuk uyan kurumlardandır. Söz konusu teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkan ve genel olarak "Şubesiz Bankacılık" uygulamaları olarak adlandırılan internet bankacılığı faaliyetleri arasında, WAP bankacılığı, ev bankacılığı, internet şubeler ve sanal şubeler örnek gösterilebilir.

İnternet şubeleri ile birçok temel bankacılık hizmeti verilebilmektedir. Bu hizmetleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür; Araştırma yapmak, mesaj alma ve gönderme, ürün siparişi vermek, repo işlemleri, yatırım fonu alıp satmak, hazine bonusu, devlet tahvili, döviz alıp satmak, Varlığa Dayalı Menkul Kıymet (VDMK),

---

<sup>157</sup> Bankacılar Yayın No-39, s,29

havale ve EFT yapmak, hisse senedi alımı, senet ödeme, bakiye ve adres görüntüleme, krediler ile ilgili detay inceleme en çok kullanılanlarıdır.

Amerika Birleşik Devletlerinde 1997 yılı sonu itibari ile yapılan bir araştırmada, gerçek zamanlı (online) bankacılık hizmetlerinden yararlanan ev olarak birim sayının 4.5 milyon olduğu tespit edilmiş ve 2001 yılında bu sayının 9 milyon birimi bulması beklenmektedir. Ayrıca başka bir çalışmaya göre yine ABD’de toplam banka şube sayısının 2025 yılına kadar şu anki sayının 2/3 oranında azaltılması planlanmaktadır.

İnternet bankacılığının geleceği için yapılan tahminlerden önce şu anki durumu şöyle özetleyebiliriz: Sanal bankacılığın en çok Kuzey Amerika, Yeni Zelanda ve Norveç, Finlandiya gibi Kuzey Avrupa ülkelerinde yaygınlaştığını görüyoruz. Dünya genelinde 36 milyona ulaşan online banka hesaplarının dağılımına baktığımızda %45 oranına denk gelen 16 milyon hesabın Kuzey Amerika’da olduğu, bunu 13 milyon hesap ile Avrupa’nın takip ettiği, geri kalan 7 milyon hesabın Japonya, Asya Pasifik, Avustralya başka olmak üzere geri kalan ülkeler arasında dağıldığı görülüyor. 2002 yılı sonu itibariyle bu rakamların 250 milyona ulaşacağı tahmin ediliyor.

2000 yılında Amerika’da faaliyet gösteren sanal bankaların yaklaşık olarak %30’unun herhangi bir geleneksel bankayla ilişkisi bulunmuyor. Tamamen kendi çabalarıyla kurulan bu şirketlerin gösterecekleri performans, bankacılık servislerini sunmadaki başarılarına bağlı. Geri kalan sanal bankalar, faaliyet gösteren geleneksel bankaların, ayrı bir markayla kurduğu bankalar. Bu şekilde kurulan sanal bankaların avantajı, mensubu oldukları grup bankasının yarattığı imajı ayrı bir marka altında kullanmak. Sanal bankalar internet üzerinden işlem yapıyor olmanın avantajını kullanarak, mevcut ürünlerine ek olarak yatırım veya sigorta ürünlerini de müşterisine, müşterinin ihtiyacına uygun ve kişiselleştirilmiş bir biçimde sunuyor.

Sadece internet bankacılığı yapan e-bankalara örnek olarak; İngiltere’den egg.com, Almanya’dan netbank.de ve ABD’den Security First Network Bank (sfnb.com) ve Wingspanbank.com verilebilir. Bunların yanısıra moneycentral.com ve quicken.com gibi finansal portallar ve lendingtree.com, mortgage.com gibi online kredi sağlayan finansal kuruluşlar da e-finans dünyasında yer almaktalar. Türkiye’de

de büyük bankaların internet bankacılığı yapmalarının yanısıra değişik finansal hizmetleri de vermeye yönelecekleri, hatta internette yeni markalar, yeni iş modelleri ile karşılaşacağımızı söylemek mümkün.<sup>158</sup>

İnternet bankacılığı hizmeti ticari ve günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İnternet bankacılığında 7/24 hizmet verilmektedir.<sup>159</sup> İnternet bankacılığında kesintisiz hizmet verilmesi talebin artmasını sağlamaktadır. İnternet teknolojilerinde meydana gelen yenilikler ve geleneksel iş modellerin son bulması da talep artışını desteklemektedir.

İnternet bankacılığının gelişimini engelleyecek olan en büyük tehdit güvenlik endişelerinin giderilememiş olmasıdır. Bankalar ve bankaların internet şubelerine yazılım sağlayan firmalar güvenlik problemini aşmak için katmanlı güvenlik ve her işlemin her noktasında güvenlik sağlayamaya çalışmaktadırlar. Her erişimin bir saldırı noktası olmasından yola çıkarak güvenliği maksimize etmek için kullanıcıların entegre güvenlik çözümleriyle katmanlı bir biçimde korunmaları önerilmektedir. İnternet bankacılığı kullanıcıları basın yoluyla internet bankacılığı dolandırıcılıkları konusunda bilgilendirip hackerların kişisel bilgilerine kolayca ulaşacakları kanısına kapılmaktadırlar. İnternet bankacılığı kullanıcıları kişisel bilgilerine çok daha kolay ulaşılması mümkün olan ve dolandırıcılığa karşı savunmasız oldukları telefon bankacılığında aynı kaygıları taşımadıkları gözlenmektedir.

Tablo 9. E-Bankacılıkta Gelişmeler (1999-2002)<sup>160</sup>

Bulgaristan	Bazı bankalar ev ve ofis bankacılığı ve telefon bankacılığı hizmetleri sunmaktadır.
Çek Cumhuriyeti	Bazı bankalar müşteri ödeme talimatlarını gerçekleştirmek için uzaktan bankacılık sistemine dönmüştür. Sabit telefon, cep telefonu ve internet bankacılığı ürünleri kullanılmaktadır.

<sup>158</sup> Andersen, s.47

<sup>159</sup> "Çalıştığımız Banka'nın Altyapısı Kime Emanet", s.1 (www.internet.com - 07.03.2003)

<sup>160</sup> Clara CENTENO, "Adoptios Of İnternet Services In The Enlarged European Union, Eoropen Commission", 2003, s.10

Estonya	2001 yılında bireysel kredi transferi talimatlarının %66'sı internet yoluyla yapılmıştır. 2000'de önemli bankalar internet tabanlı WAP bankacılığını uygulamalarına rağmen, henüz yeterince yaygın olarak kullanıldığı söylenemez.
Macaristan	Birçok bankacılık hizmeti internet yoluyla sağlanmaktadır. Bunlar farklı servislerde farklı özellikler içermektedir.
Letonya	Geçen birkaç yılda birçok banka onlien hizmetleri sunmaya başlamışlardır. Bankalar ev ve ofis bankacılığı, internet tabanlı ve telefon tabanlı bankacılığı müşterilerine önermektedirler. 2000'de WAP bankacılık uygulaması sektöre yeni bir hareket getirmiştir ve bazı bankalarca da uygulamaya konulmuştur.
Litvanya	Bankaların çoğunluğu müşterilerine kendi hesaplarını yönetme ve ödeme talimatlarını yollayabilme imkanını internet ve online PC bankacılık uygulamaları yoluyla sağlamaktadır. Telefon bankacılığı ve cep telefonu bankacılığı ödeme ve hizmet pazarında ilerlemektedir. Cep telefonları sadece bakiye sorma ve işlem bilgilerini almak için kullanılmaktadır.
Malta	İnternet bankacılığıyla uzaktan hesap bakiyelerine ulaşip öğrenmek için gerekli olan alt yapı kredi kurumları tarafından sağlanmaktadır. Ödeme talimatları yollayarak hesaplar arası transfer ve bilgi almak mümkündür.
Romanya	Son yıllarda e-bankacılık hizmetleri büyük ölçüde gelişmiştir. 17 banka e-bankacılık, PC bankacılığı, cep telefonu bankacılığı ve internet bankacılığı hizmetlerini uygulamaktadır.
Slovakya	Ev ve ofis bankacılığı, internet bankacılığı ve cep telefonu bankacılığı büyük bankalar tarafından kullanılmaktadır
Slovenya	Hemen hemen bütün bankalar internet bankacılığını yeni geliştirmeye başlamışlardır.

Türkiye ile benzerlik gösteren AB'ye aday ülkeler de Türkiye'deki bankalarla eş zamanlı olarak internet bankacılığı teknolojisini kullanmaya başlamışlardır.

#### D) İNTERNET BANKACILIĞINDAN TARAFLARIN BEKLENTİLERİ

Müşteri ve bankanın karlılığına dayanan internet bankacılığı müşteriler açısından mobil olması, 7 gün 24 saat hizmet vermesi, maliyetin düşük olması gibi nedenlerden dolayı tercih edilmektedir. Bankaların da katlanmakta oldukları kırtasiye, işçilik ve birçok operasyonel maliyet ortadan kalkarak daha fazla müşteriye ulaşılmasını sağlamaktadır.

Avrupa'da bazı bankalar, interneti öncelikle müşteri tabanı için diğer bir kanal olarak değerlendirirken, bazıları internet bankacılığını fiziksel şube yatırımı yapmaksızın tüm AB'de pazar payını oluşturmak bakımından bir araç olarak görmektedir. Bu yöndeki strateji, Lloyds TSB tarafından benimsenmiştir.

Bazı bankalar, interneti perakende şube ağına alternatif olarak, bazıları her ikisini tamamlayıcı olarak düşünmektedirler.

İnternet bankacılığı imkanları bankalar tarafından ortaklık şeklinde de geliştirilmiştir (Merrill Lynch/HSBC). Ortaklık banka ve yazılım şirketleri veya diğer uzmanlar arasında da gerçekleştirilmektedir (Deutsche Bank/America Online Europe, ABN AMRO/Trade com ve BNP Paribas/France Telecom).

Bazı bankalar internet üzerinden sadece kendi ürünlerini sunarken diğerleri (Unofirst/BBVA ve First-e) finansal ürün piyasası olarak işlem yapmayı planlamaktadırlar.

Avrupa bankalarının bir kısmı internet bankacılığında perakende müşteri hizmetlerine yoğunlaşırken, diğerleri kurumsal müşteriler de dahil olmak üzere tüm servislere yoğunlaşmayı hedeflemektedirler (Barclays ve Freeserve küçük işletmeler için web portalı geliştirmek üzere bir şirket kurmuştur).<sup>161</sup>

İnternetin sağladığı geniş araştırma olanakları sayesinde tüketicilerin diğer birçok sektörde olduğu gibi bankacılıkta da bankalar arasında karşılaştırma yapma olanaklarının artmasıyla avantajın tüketiciye geçtiği görülüyor. Bu nedenle de müşterinin elde tutulması için geleneksel bankacılık hizmetleri yetersiz kalmaya

---

<sup>161</sup> TBB, S.39, s.30

başlıyor. Kişisel ilişkilerdeki başarı ile sağlanan ve korunan müşterinin memnuniyeti artık dijitalleşmedeki başarı ve elektronik pazarlardaki fırsatları değerlendirmeye bağlı. Avrupa'daki özellikle küçük bankaların Pazar paylarını büyütme çok yerel pazarlarını korumak için yaptıkları agresif elektronik yatırımlar bu artışın en önemli nedenlerinden biri.

Bankacılık sektöründe; fiyat rekabeti, müşterinin bankacılık işlemleri ile harcayabileceği vaktin gittikçe daralması, alternatiflerin artması, müşterilerin daha sofistike ürünlere ihtiyaç duymaları ve bu rekabetçi piyasa koşullarının içinde çok zor tatmin olan müşteriler gibi faktörlerin sonucunda büyük değişimler yaşanıyor. Bu piyasa koşullarında internet bankacılığı, bütün bankaların kullanmak zorunda olduğu bir kanal durumuna geldi. İnternet bankacılığı diğer kanalların hepsinden daha kişiselleştirilebilir, hızlı, müşterinin kendi işini istediğinde kendi başına yapmasına imkan kılan ve müşterinin tarzını ve ihtiyaçlarını detaylı bir şekilde takip etme olanağı veren ve böylelikle uzun süreli ilişki kurulmasını sağlayan en uygun bankacılık kanalıdır. İnternet bankacılığında strateji müşteriye elde etmek, elde tutmak ve müşteri tabanını genişletmekten geçiyor. Bunlar da müşteriye daha iyi analiz etmek, anlamak, memnun etmek ve onunla ilişkileri kuvvetlendirmekten geçmekte.

Bankacılık açısından; söyle pantementel bir noktayı getiriyor müşterinin karşısına. Burada görüyorsunuz. İnternet müşterileri var. Bu müşteriler internete adapte olmak istiyorlar fakat bunun ötesinde şu anda bankacılık hizmetlerinin ötesinde bu Müşterinin düşük tarzlı beklentileri çok derinden değişiyor. Eskiden olduğu gibi sizin sunduğumuz fiyattan, sizin sunduğunuz kanaldan almak yerine kendi istediği tarzda içeriği olan ürünleri, fiyatını kendi belirleyen, kendi istediği kanaldan ulaşmak isteme talebinde bulunan müşteri sınıfları ortaya çıkıyor.<sup>162</sup>

İnternet kullanımının gelişimi beraberinde müşteri eğilimlerinde de bir değişiklik getirdi. Müşterilerin artık birçok kanaldan işlem yapmaya meyilli oldukları görülüyor. Bankalar da müşterilerini en çok ekonomik avantaj sağlayacak kanala yönlendirmekte. İnternet ise bu kanalların başında geliyor. Bunun nedeni müşteri

---

<sup>162</sup> Hande TOKEL, Andersen CONSULTİNG, "İnternette Yeni İş Modelleri ve Bankacılık", *Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, S.12



tarafından yapılan bir online işleminin bankaya çok daha ucuza mal olması. Müşteriler de kişisel ve kalitesi daha yüksek servis bekliyorlar.

Bankacılar genel olarak elektronik ödemelere endişeyle bakarlar, çünkü kâğıda dayalı gelirler risk altındadırlar. Ancak elektronik ödemelerin de hemen ortaya çıkmayacak olan bazı gelir fırsatları sunması olasıdır. TCF'den Cooper şuna dikkati çekiyor; ATM'ler ilk defa ortaya çıktıklarında masraf artırıcı olarak görüldüler, ancak yavaş yavaş erişim ve değişim ücretlerinden gelen gelirleri artırmaya başladılar. Aynı şekilde, finansal kurumlar müşterilerine online finansal yönetim hizmetleri ve ödeme çeşitlilikleri veya tüccarlara hilekârlıktan koruma hizmetleri sunarak yarar sağlayabilirler.<sup>163</sup> İnternet bankacılığındaki artış bireysel bankacılık uygulamaları ve yeni ürünlere olan talebi de arttırmaktadır. İnternet kullanıcıları internet üzerinden yaptıkları alışverişler ve reklamlarla internet bankacılığı ürünlerini yakından tanıyıp taleplerini arttırmaktadırlar.

Bankaların sadece internet bankacılığı yatırımları yapmalarının yeterli olmayacağı muhakkaktır. Hizmetlerin içeriğindeki farklılık yarattıkları ve kendilerine en yüksek değeri katacak müşterilere ve onların ihtiyaçlarına odaklandıkları ölçüde internet bankacılığında başarılı olabilmeleri söz konusudur. Müşteriye özel üretilecek olan ürün ve hizmetlerle müşteri sadakatiyle karlılık arttırılacaktır. Çünkü finansal kuruluşların yeni müşteri elde etmesi var olan müşterilerle çalışmasına oranla on kat daha maliyetlidir. Sürekli müşteriler daha fazla ürün ve hizmet almakta, fiyatlara karşı daha az hassasiyet göstermekte ve yeni müşterileri de beraberinde getirmektedirler.<sup>164</sup>

## E) MALİYET UNSURU

Geleneksel bankacılıkta, daha az iş potansiyeli olan müşterilere reklam yapmak ve hizmet vermek çok pahalıya mal olurken, internet bu az karlı müşterilere verilecek hizmetin maliyetini çok azalttı, dolayısıyla eski sistemin az karlı müşterileri yeni düzenin büyük kar potansiyeli olan yeni bir Pazar segmenti haline geldi<sup>165</sup>

İnternet bankacılığı bankalara ve müşterilerine önemli avantajlar sunmaktadır. Müşteriler için ucuz maliyetli kolay ve rahat bir araçtır. Bankalar içinse,

<sup>163</sup> John R. ENGEN, "E- Ödemelere Detaylı Bir Bakış", *Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, S.8

<sup>164</sup>Figen Benlikol ÜNSAL, "Herkes İhanet Edebilir", *Hürriyet Gazetesi*, 24 Kasım 1999, s.9

<sup>165</sup> Andersen, s.46

gerek fiziksel şubeler gibi bizzat gerekse de telefon yoluyla olsun, müşteriler bir banka görevlisiyle görüşmelerine gerek kalmadan kendi başlarına işlemlerini tamamlamaktadırlar bu da operasyonel maliyetleri düşürdüğünden internet bankacılığını oldukça cazip kılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde işlem başına maliyet Tablo 10'da olduğu gibidir. Maliyetlerin internet bankacılığı ve şube arasında 50 kata kadar çıktığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu maliyet banka müşterilerine yansıtılmakta banka müşterilerinden aşırı miktarlarda masraf ve komisyon talep edilmesi de müşteri şikayetlerine yol açmaktadır. Banka şubelerinde talep edilen masraf ve komisyonlardan kaçınmak isteyenler, bankaya maliyeti daha düşük olan internet bankacılığını tercih etmektedirler.

Tablo 10. Gelişmekte Olan Ülkelerde İşlem Başına Maliyet

	İşlem Başına Maliyet (\$)
Şube	1,06
Telefon	0,55
ATM	0,32
PC tabanlı dial-up	0.14
İnternet	0,02

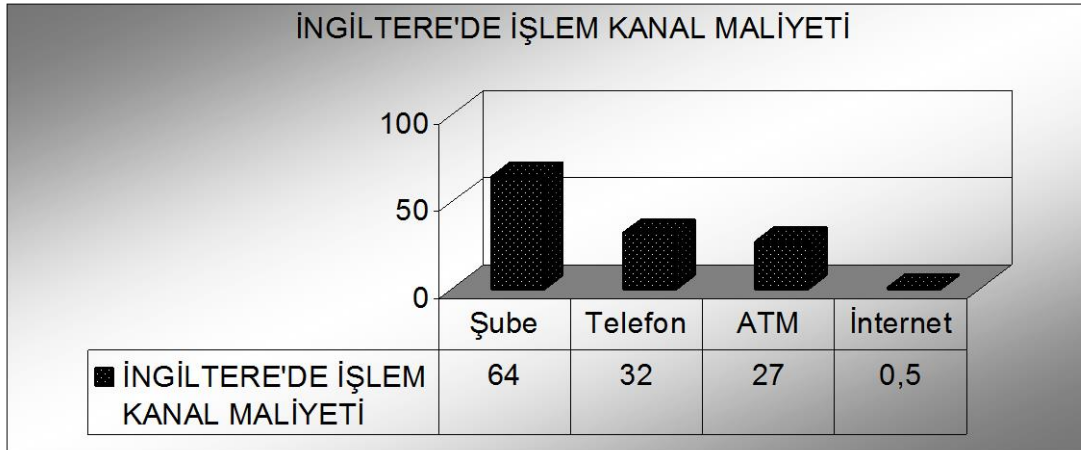
Goldman Sachs & Boston Consulting Group tahminleri

Ergun ÖZEN, Türk Bankacılık Sektöründe Maliyet Etkinliğinin Geliştirilmesine Yönelik Önlemler, 23.07.2003

Gelişmiş ülkelerde de internet bankacılığı geleneksel bankacılık ve diğer kanallarla kıyaslandığında, şube ve işlem giderlerini minimuma düşürmesi açısından en önemli avantajı sağladığı görülüyor. Tablo 11'de de görüldüğü gibi İngiltere'de bankacılık sektöründe internetten yapılan bir işlem 0,5 pence iken şubeden yapılan aynı işlem 64 pence yapılmakta. Bunun yanısıra dünyanın her yerinden müşteri tarafından ulaşılabilirlik, müşteri alışkanlıklarına göre kişiselleştirilebilirlik ve

bankaların yeni ürünleri ilgilenenlere daha kolay bir şekilde sunabilme şansı da diğer önemli avantajlar arasında. Bütün bunlar internet bankacılığını vazgeçilmez bir kanal haline getirmekte, müşteri sadakat ve alışkanlığına da yön vermektedir.

Tablo 11. İngiltere’de İşlem Kanal Maliyeti (Değerler Pence)



Andersen, s,46

Yeni teknolojiler maliyeti düşürücü etkileriyle bankaların gelirlerini artırarak, yeni yatırımlar yapmalarını ve yeni pazarlara ilk olarak girmelerini sağlayarak Pazar paylarını artırmalarını sağlıyor. Maliyetin düşürülmesiyle sağlanan ek gelir, müşteri hizmeti ve memnuniyetine aktarılarak, pazarda ilk olmanın getirdiği avantajla yaratılan büyük pazar payı, sadık müşteri kitlesi haline dönüşmekte.

Sanal bankacılık ise bazen sadece internet üzerinden hizmet veren banka olarak, bazen de şubesi bulunmayan bankalar olarak tanımlanıyor. Sanal bankaları, geleneksel bankaların internet bankacılığından ayıran en büyük özellik şubesizliğin getirdiği maliyet avantajı. Tipik bir sanal bankanın müşterilerine sağladığı değer uygun faiz oranları, düşük komisyon ücretlerinin yanı sıra kişiselleştirilmiş, kaliteli ve hızlı müşteri hizmetleri, sadece bankacılık işlemleri değil, ihtiyacı olan diğer finansal hizmetleri de aynı ekrandan kısa zamanda alabilme imkanı ve müşterilerin banka işlemlerini rahat bir ortamda, sıra beklemeden halledebilmesidir.<sup>166</sup> Bankalar ürünlerini internet şubesi üzerinden pazarlayıp fiziksel maliyetlerini minimuma indirebilmektedirler. Sadece birkaç kişi ile yönetilebilen yazılım ve bilgi işlem

<sup>166</sup> Andersen, ss.46.47

üniteleri, kredi değerliliğini inceleyecek birim, pazarlama-reklam kampanyalarının yönetimi ve fonların kullanımı gibi sorulara cevap veren profesyonel bir ekibin varlığı coğrafi sınırlar gözetmeksizin internet şubesinin aktif bir şekilde çalışması için yeterli olacaktır.

#### F) İNTERNET ŞUBESİ

İnternet Şubesi, şubesiz bankacılık olarak adlandırılan internet bankacılığı, bankacılık sektöründe faaliyet gösteren ve web adresi bulunan bankaların internet sitelerine ulaşıldıktan sonra bankaların reklam ve uygulamalarının tanıtımının yapıldığı sayfa açılmaktadır, genelde sayfanın ayrı bir kısmında bulunan internet şubesi bölümü çağrılarak ekrana kişisel bilgilerin ve şifrenin sorulduğu ekran gelmektedir. Şifre girişi belli sayıda olmak üzere genellikle üç defa hatalı girildiğinde şifre bloke olmakta ve bankanın uygulamasına göre yeni şifre alınması gerekmektedir. İnternet şifresi talep ve yenilenmesi bankalar arasında farklılık göstermektedir kimi bankalar kendi bilgi işlem biriminin ürettiği şifreyi müşterilerine vermekte ve bu işlem için bazen bir aya ulaşan sürelerde müşteriler bekletilerek müşteri şikayetine neden olmaktadır. Müşterilerin talebi veya bankanın kendi oto kontrol sistemi gereği kimi işlemlere kısıtlama ( EFT, Havale vs) yada belli miktarlarda kadar izin verme imkanı tanınmaktadır eğer limitler aşıyorsa müşteri temsilcisi tarafından kayıtlı telefonları aranarak kişiyle teyit ifade eden görüşme yapılmaktadır.

İnternet şubelerinde her bankanın kendine ait güvenlik duvarları mevcuttur. İnternet şubesi üzerinden yapılan gerçek bankacılık işlemlerinin tümü bu güvenlik duvarlarınca korunmaktadır.

#### IV. İNTERNET BANKACILIĞI VE TÜRKİYE UYGULAMASI

İş Bankası, Akbank, Yapı ve Kredi ve Garanti Bankası gibi büyük bankalarla birlikte yurt çapında az sayıda şubesi olan bankalar da internet yatırımları yapmaktadır. Bu bankalar her yerde şube açmak yerine, tek şubeye harcayacaklarından daha düşük bir maliyetle herkese internet üzerinden ulaşmayı

planlamaktadırlar. Bankaların yanı sıra menkul kıymetler şirketleri müşterilerine web üzerinden hizmet vermektedir.<sup>167</sup>

Türk bankacılık sistemi süratle internet bankacılığına uyum sağlamıştır. Banka müşterileri de bu değişime ayak uydurmakta gecikmemişlerdir. Banka müşterileri artık banka şubesine gitmeden bankacılık işlemlerini yapmaktadırlar. Kimi banka müşterileri şubesine beklide aylarca uğramamakta işlerini ATM'ler ve internet gibi alternatif dağıtım kanallarından gerçekleştirmektedir.

Tablo 12. Orta Büyüklükteki Bir Şubenin Günlük Müşteri Sayısı ve İşlem Adedi

Bir şubeye kaç müşteri geliyor ? (orta büyüklükteki bir şubenin günlük müşteri sayısı ve işlem adedi)		
Banka adı	Müşteri sayısı	İşlem adedi
Denizbank	400	2.000
Garanti Bankası	500	750- 800
T.İş Bankası	450	3.900
Yapı ve Kredi Bankası	700	2.500

Capital 9/2002, s.181

Havale, EFT, repo, döviz işlemleri, kredi kartı ve diğerleri, para çekmek dışında bütün banka işlemlerinin, banka şubesine uğramadan yapılabilmesi, sektörde büyük bir dönüşümün yaşanmasını beraberinde getiriyor. Bu şubelerde de kendisini gösteriyor. Şubelerde birçoğunda artık kuyruklara rastlamıyor, daha sakin tablolarla karşılaşıyoruz.

<sup>167</sup> Milliyet Gazetesi, 'Sanal Ortamda Gerçek Para', (1 MART 1998), s.19

Sektör yetkililerinin verdiği bilgilere göre şubeleri ziyaret eden müşteri sayısında önemli oranlarda düşüş yaşandı. Bazı bankacılar, şubeye gelen müşteri sayısında ki düşüşün % 30'ları bulunduğunu söylüyor. Buna bağlı olarak şubeler aracılığıyla yapılan işlemlerde de düşüş olduğu gözleniyor. Bankalardan alınan rakamlar da şube aracılığıyla yapılan işlemlerdeki düşüşü net olarak ortaya koyuyor.

Şube işlemleri gün geçtikçe azalmaktadır; Yapı ve Kredi Bankası'nda 1999 yılında şubeler aracılığıyla 111 milyon adet işlem gerçekleştirilirken, 2000 yılında işlem adedi 127 milyon 500 bin adede yükseldi. Yani yüzde 14.86'lık bir artış gerçekleşti. 2001 yılında ise şubeler aracılığıyla yapılan işlemler yüzde 0.47 oranında gerileyerek 126.9 milyon adede geriledi. YKB'de 2002 yılının ilk 6 ayında ise 64 milyon adet işlem yapıldı.

İş Bankasında bu durum pek farklı değil. İşlem sayısında sürekli olarak düşüş yaşanıyor. İş Bankası Şube Dışı Bankacılık Müdürü Bülent Naci İnan'ın verdiği bilgiye göre 1999 yılında tüm şubeler aracılığıyla yapılan işlem adedi 619 milyon 920 bin 761 iken bu rakam 2000 yılında yüzde 28.41 artışla 796 milyon 96 bin 427 adede yükselmiştir. 2001 yılında ise alternatif dağıtım kanalları kullanımının artması nedeniyle işlem sayısında sadece yüzde 11.39 artış oldu ve yapılan toplam işlem adedi 886 milyon 840 bin 140 düzeyine ulaştı bankada 2002 yılının ilk 6 ayında şubelerden yapılan işlem ise 415 milyon 711 bin 745 adet olarak gerçekleşti.

Garanti Bankası Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Pazarlama müdürü Cemal Kışmır, 2002 yılının ilk 6 ayında tüm şubelerini 15 milyon müşterinin ziyaret ettiğini söylüyor. Kışmır'ın verdiği bilgiye göre bu müşterilerin gerçekleştirdiği işlem adedi ise 23 milyon.

Şubedeki masraf ve komisyon tarifelerinin etkisi banka müşterilerinin şubelere gitmekten vazgeçmesinin en önemli nedenlerinden biri, maliyet. Çünkü bankacılık sektöründeki yeniden yapılanmakla birlikte operasyonel maliyetler müşterilere daha çok yansıtılmaya başlıyor. Kriz dönemlerinde kredi vermektan kaçınan bankalar önceliklerini komisyon gelirlerine vermekteler. Buda şube aracılığıyla alınan tüm hizmetlerin ücret karşılığı yapılmasını beraberinde getirmektedir. Örneğin şubede gerçekleştirilen bir Yurtdışı havalesi için 1000 milyon lira civarında ücret talep edilebiliyor. Buna karşı alternatif dağıtım kanalları

aracılığıyla yapılan işlemlerden sadece muhabir bankaya yapılması gereken ödeme ve vergiler alınmakta.

Tablo13. Şube Dışı Kanalların Müşteri Artışı

Banka adı	1999	2000	2001	2002/6
Garanti Bankası	140.000	350.000	680.000	1.000.000
İş Bankası	-	-	588.267	732.664
Yapı ve Kredi Bankası	154.600	253.765	388.485	410.698
Akbank	-	-	-	220.000
Denizbank	12.000	23.000	65.000	100.000
Dışbank	-	-	-	100.000

Capital 9/2002, s.181

Yapı ve Kredi Bankası Dağıtım Kanalları Geliştirme Yönetmeni Hüseyin Özdemir'de şubelerdeki işlem adetlerinin düşmesinde ücretlendirmenin etkili olduğunu söylüyor ve "Alternatif dağıtım kanallarını ücretsiz olduğu için kullanan büyük bir kesim var" diyor. Özdemir şöyle devam ediyor: "Müşteriler işlemlerini telefon yada internet üzerinden yaptığında şubeye göre çok ciddi tasarruf elde ediyor. Bu nedenle bu kanallara doğru bir yönelme var. Yaptığımız araştırmalarda da şubelerdeki yüksek ücretli işlerin daha hızlı bir şekilde alternatif dağıtım kanallarına yöneldiğini görüyoruz. EFT ve havale gibi para transferi de bu işlemlerin başında geliyor.

"Şubemden asla vazgeçmem" tabi klasik bankacılıktan vazgeçmeyen şubelerini hayatın ayrılmaz bir parçası olarak gören az değil bankacılara göre "şube

tutkunu” müşterilerin ortak özelliği orta yaşın üzerinde olmaları. Bunun yanı sıra vakti bol olup ulaşım sorunu yaşamayanlar ve teknolojiyi kullanamayanlar alternatif dağıtım kanallarından uzak duruyor. Ayrıca belli bir tutarın üstündeki para ile yabancı para ve çek- senet işlemleri içinde yine şubeler tercih ediliyor.

Beş bankanın şube dışı performansı<sup>168</sup>

Tablo 14. Alternatif Kanalların Toplam İşlemdaki Payı(,%)

Banka adı	1 999	2 000	2 001	20 02/6
Garanti Bankası	-	-	-	70, 0
İş Bankası	4 7,8	4 9,5	5 2,8	56, 1
Dışbank	-	-	-	37, 0
Denizbank	4 ,0	1 0,0	1 9,0	28, 0
Yapı Kredi Bankası	2 ,2	4 ,1	1 2,3	23, 0

Capital 9/2002, s.182

#### Alternatif Dağıtım Kanallarının Kullanılması

**Türkiye Garanti Bankası:** Alternatif Dağıtım Kanalları Garanti Bankası'nın teknoloji merkezli alternatif bankacılık stratejisi, 1997 yılında telefon bankacılığı ile

<sup>168</sup> LEVENT Belgin Bayır, “Şubenin Yolunu Unutanlar İçin”, *CAPİTAL*, 9/2002, s.181-182



başladı ve internet, ATM, WAP, PALM, e-ticaret, sanal kart gibi ürünlerle büyük bir ivme kazandı. Nisan 2001 itibariyle toplam işlem hacminin %66'sı alternatif dağıtım kanallarından yapılı hale geldi.

1997 yılında "garanti.com.tr" adıyla kurulan internet bankasının aynı yıl 95.000 olan işlem adedi, büyük bir hızla artarak 2001 yılı itibariyle 6,3 milyon işleme ulaştı. 300.000 müşteri, 600.000 işlem/ay ve 35.000 günlük ziyaretçi ile Türkiye'nin en popüler internet bankacılığı sitelerinden biri haline geldi.

1998 yılında Garanti Çağrı Merkezi'nin kurulması ile telefon bankacılığına başlandı. 2001 yılı itibariyle 320.000 müşteri, 1,5 milyon çağrı ve 600 operatöre ulaşıldı. Bu ölçekte Garanti Çağrı Merkezi Türkiye'nin en büyük finansal hizmetler çağrı merkezi. 1998 yılında 117.000 olan işlem hacmi 2001 yılı itibariyle 3,1 milyona ulaştı.

Garanti e-ticaret, Garanti Finans portalı, Garanti-WAP, Garanti-PALM ve SMS altyapısının oluşturulması ile alternatif dağıtım stratejisine devam edildi. Garanti Finans portalı, müşterilerin yatırım ve finansal işlem yaparken gereksinim duyacakları bilgileri zamanında ve eksiksiz sağlamak üzere yaratıldı. Devamlı yenilenen ve zenginleştirilen içeriği ile popüler bir finans portalı olma yolunda hızla ilerliyor. Garanti Finansın içeriğine aynı zamanda Garanti Palm ile tüm PDA'lardan (Personel Digital Assistant) ve Garanti WAP ile cep telefonlarından erişilebiliyor. Bunlara ek olarak güçlü bir SMS altyapısı da kuruldu. Tüm dünyada büyük hızla yayılan mobil finansal hizmetler alanında, Garanti WAP ve güçlü SMS altyapısı sağlam bir temel oluşturuyor.

Alternatif dağıtım kanalları stratejisi sadece bireysel müşterilerle sınırlı kalmadı. Garanti e-ticaret altyapısı kurularak Türkiye'nin en yaygın kullanılan elektronik ticaret ödeme altyapısı yaratıldı. 410 üye işyeri ile birlikte Türkiye elektronik ticaret hacminin büyük bölümü Garanti e-ödeme altyapısını kullanıyor. Garanti Bankası'nın sunduğu bu sanal ödeme sisteminde; kredi kartı ile üye işyeri arasındaki ödeme bilgisi akışı SSL (Secure Socket Layer), üye işyeri ile banka arasındaki akış da SET (Secure Electronic Transaction) adları verilen güvenlik teknolojileri kullanılarak gerçekleştiriliyor.

E-ticaret konusunda diğer önemli bir ürün ise Garanti Sanal kart olmuştur. 2001 yılı itibariyle bu pazardaki toplam kart sayısının %20'si, işlem adedi ve tutarının ise %70'i bu ürün ile gerçekleşmiştir. Garanti Bankası son çıkardığı "Web Kredi" ürünü sayesinde internet üzerinden alışveriş yapmak isteyenlere bireysel kredi olanağı da vermektedir. Bundan sonraki hedefler mevcut hedef alternatif dağıtım kanallarında daha derin penetrasyon ve aynı zamanda mobil-bankacılık başta olmak üzere yeni teknolojilerin en hızlı ve etkin biçimde mevcut kanallara entegre edilmesi olacaktır.<sup>169</sup>

Garanti Bankası web sitesinin dizaynı görsel objelerde kullanılarak ilgi çekici bir hale getirilmiştir. Web sitesinde internet bankacılığı ürünleri belli aralıklarla değiştirilerek tanıtılmaktadır. İnternet şubesi sitenin sağ üst köşesinde yer almaktadır bu bölümde giriş, demo ve başvuru bölümü bulunmaktadır. Web sayfasının da iç ve dış piyasaların ve İMKB, döviz kurları, faiz oranları yer almaktadır daha fazla bilgi almak için paragaranti.com linkine ulaşma imkanı sağlanmıştır. Site haritası ya da indeks yer almamakla birlikte tüm verilen hizmetler ve gerekli bilgiler sayfanın üst bölümünde bant şeklinde yer almıştır. Haklı müşteri hattı adı altında müşteri talepleri de internet üzerinden karşılanmaktadır. Web sitesinde kredi kartları, yatırım, sigorta, leasing, emeklilik, e-ticaret bölümleri yer almaktadır.

İnternet şubesinde, bireysel şube ve şirketler için şube ayrılmıştır. İnternet bankacılık işlemlerinden yararlanmak için şubeye gitmeniz, internette başvuru yapmanız yada Alo Garantiyi aramanız gerekmektedir. Eğer Garanti Bankası kredi kartı mevcut ise form doldurmaksızın internet şubesi şifre ve parolası hemen alınabilmektedir. Garanti Bankası kredi kartı mevcut değil ise internet şubesi başvuru formu doldurulması gerekmektedir, form doldurulduktan kısa bir süre sonra kurye ile sözleşme gönderilmekte sözleşmenin ve kimlik fotokopisi teslimiyle Alo Garanti aranarak şifre alınması gerekmektedir.

### **Türkiye Garanti Bankası'nın internet şubesinde verilen hizmetler;**

**Hesap Açılışları**, vadeli ve vadesiz TL/Döviz hesabı, birikimli mevduat hesabı, yatırım hesabı ,

---

<sup>169</sup> Andersen, s. 48

**Yatırım İşlemleri**, hisse senedi işlemleri, repo, A ve B tipi yatırım fonu, hazine bonosu,

**Para transferleri**, isme veya hesaba havale, EFT, düzenli ödeme emri, kayıtlı ve ileri tarihli havale ve EFT emri, döviz transferi (Swift),

**Ödemeler**, kontör yükleme (Hazır Kart), otomatik düzenli ödemeler, anlaşmalı mağaza kartı ödemeleri, üniversite harç ödemeleri, trafik cezası, SSK pirim ödemesi ve bağış işlemleri,

**Fatura İşlemleri**, fatura görüntüleme, tesisat no ile borç ödeme, otomatik sözleşmeli fatura girişi, sözleşmeli fatura ödemesi,

**Kart İşlemleri**, kredi kartı bilgileri, ekstresi ve dönem içi harcamaları görüntüleme, Garanti24 hesaba bağlama/çıkarma, kart iptal yeni kart talep işlemleri, Garanti kredi kartı borç ödemeleri, sanal kart işlemleri, diğer banka kredi karları borcu ödemeleri, Advantage Card, Akıllı Kart ve Cankart borç ödemeleri, Bonus, Shop&Miles, Sanal Kart, Bonus Hediye Kart başvuruları,

**Vergi İşlemleri**, gümrük vergisi, motorlu taşıt vergisi, kurumlar vergisi, yıllık gelir vergisi, KDV gerçek, BSMV, Gelir Stopaj Vergisi,

**Döviz İşlemleri**, özel şubesiz bankacılık kuru ile döviz alım/satım,

**Başvuru İşlemleri**, bireysel kredi başvurusu, tek hesap başvurusu,

**Bilgi Hizmetleri**, bakiye ve hesap hareketleri, kredi kartı borcu ve ekstre bilgileri, fon ve fon emir sorgulama, repo sorgulama, çek/senet bilgileri, tüketici kredisi bilgileri, fatura ve otomatik ödeme görüntüleme,

**Genel Bilgiler**, repo ve faiz oranları, döviz fiyatları, yatırım fonu fiyatları, işlem komisyonları / limitleri / saatleri,

**Şirketlerin İnternet Şubesine Özel Ürünler**, onay yapısına sahip para transferleri, dosya transferi ile toplu EFT/Havale, doğrudan borçlandırma sistemi, internet şubesi içinde yetki işlemleri, POS cirosu görüntüleme,<sup>170</sup>

---

<sup>170</sup> Garanti Bankası, (www.garanti.com.tr. 07.07.2003)

**Koçbank:** Koçbank e-koçbank adını verdiği internet bankacılığı hizmetini bireysel müşterilerine 2000 yılının Mart ayında sunmaya başladı. Müşteri ihtiyaçlarından hareketle tasarlanan bütün ürün ve hizmetlerde olduğu gibi, e-koçbank hizmetiyle de müşterilerin hayatlarını kolaylaştırmak ana amaçtı. Yaklaşık 1 yıllık süre zarfında e-koçbank 40.000 kadar bireysel kullanıcıya ve 2,8 milyar \$'lık bir işlem hacmine ulaştı. Bireysel müşterilerin banka genelinde gerçekleştirdiği yatırım işlemlerinin (Repo/Bono/Fon/Hisse senedi alım-satımı) adet olarak yaklaşık %22'si ve EFT işlemlerinin adet olarak yaklaşık %32'si e-koçbank Bireysel üzerinden gerçekleşiyor. E-koçbank, müşterilerin talepleri ve eleştirileri ışığında, yeni teknolojiler takip edilerek ve uygulanarak sürekli geliştiriliyor.

2001 yılı Haziran ayı başında ise "e-koçbank kurumsal" adı verilen Kurumsal/Ticari Firmalara yönelik internet bankacılığı hizmeti hayata geçirildi. Özellikle firmaların güvenlik ihtiyaçlarına cevap verilen ve Türkiye'de bir ilk olan Smart Banking çözümüyle, müşteriler smart card ve dijital sertifika kullanımıyla yüksek güvenlik koşullarında işlem yapabiliyorlar.

Koçbank yine 2001 Haziran ayı başında hayata geçen Kobiline (www.kobiline.com) projesinin bir ortağı olarak Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların çeşitli ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışıyor. Koçbank Kobiline iş platformunda Andersen, Koç.Net, Microsoft, Dünya Gazetesi, Koç Bryce ve Logo Business Solutions gibi sektörlerinin prestijli isimleri ile işbirliğine gidiyor. Kobiline, işle ilgili her tür faaliyetin gerçekleştirilebileceği dinamik bir platform. Temel referans noktası ve bilgi merkezi olarak işlev görmesi hedeflenen bu dikey portal, işletmeleri internet dünyasına taşıyacak, ürün ve hizmetlerini uluslararası pazarlarda satabilmelerini sağlayacak bir köprüdür. Kobiline ile firmalar işlerine değer katacak tüm konulara tek bir noktadan erişme imkanı bulabilecekler.

Koçbank, önümüzdeki dönemde artarak gerçekleşmesi beklenen B2B (firmalar arası) e-ticaret ile ilgili yeni roller üstlenmeyi planlıyor ve bu doğrultuda gerekli yatırımları yapıyor. Kobiline bu yönde bir ön adım olarak değerlendirilebilir.

Koçbank e-ticaret için hayati önem taşıyan "ödeme sistemleri" altyapısını firmalara başarı ile sunuyor ve Türkiye'de gerçekleşen toplam B2C e-ticaretin yaklaşık yarısı Koçbank'ın sunduğu V-POS'lar (sanal POS) üzerinden geçiyor.

Koçbank önümüzdeki dönemde B2C/B2B e-ticaret alanlarında etkinliğini arttırmayı, elektronik pazaryerleri oluşumlarında aktif rol oynamayı, mevcut WAP ve Palm Bankacılığı hizmetlerine ek olarak yeni jenerasyon (3G) kablosuz iletişim cihazlarıyla erişilebilen ürün ve hizmetler sunmayı ve CRM uygulamaları ile “müşteri odaklı” hizmet anlayışını daha da ileriye götürmeyi hedefliyor. Ayrıca Koçbank, web sitesini/intranet’ini daha etkin bir şekilde kullanarak gerek müşterileri gerekse çalışanları ile daha iyi bir iletişim içine girebilmeyi hedefliyor. Koçbank müşterilerine sunduğu ürün/hizmet’lerin iş akışlarını da web tabanlı uygulamalar kullanmak suretiyle hem hızlandırmayı hem de operasyonel verimliliği yakalamayı amaçlıyor.<sup>171</sup>

Koçbank’ın web sitesine İngilizce ulaşmakta mümkündür, görsel objeler bulunmakla beraber müşteri hedefi olan kurumsal müşterilerin gereği olan bir ciddilik ve ağırlık söz konusudur, web sitesinin tasarımından gençlere ve tüketici finansmanına hitap etmekten çok kurumsal bir kitleye hitap ettiği anlaşılmaktadır. Web sitesin de finansal veriler başlığı altında, İMKB, döviz, ve faiz bilgilerine ulaşma imkanı mevcuttur. Gündem başlığı altında yeni ürünler tanıtılmaktadır. Sıkça sorulan sorular ve site haritası mevcuttur. Reuters haberlerine de ulaşmak mümkündür. Kurumsal kullanıcılara geniş bir menü sunulmuştur

E-sigorta başlığı altında internet sigortacılık hizmeti de sunmaktadır. Web sitesinden kocbank.com.tr/eticaret/ adresine ulaşarak Koçbank VPOS, sanal kart ve e-ticaret uygulamaları hakkında bilgi vererek, başvuru ve kullanma hizmetini sunmaktadır. Kurumsal bankacılık kapsamında oldukça ileri bilgi ve teknoloji kullanıldığı gözlenmektedir.

Hesabınız olmasa bile internet bankacılığı formunu internetten doldurma imkanı vardır.

İnternet şubesine girdiğinizde e-koçbank’a hoş geldiniz diye karşılayarak, gerçek bankacılık işlemlerinin yapıldığını vurguluyor.

### **Koçbank’ın internet şubesinde verilen hizmetler,**

---

<sup>171</sup> Andersen, s. 49

**Hesaplar**, vadesiz mevduat hesapları, hesaplarınıza ait hareketler, çalışan hesap başvuru, yeni hesap açma, varlık ekstresi, dekont listesi, ECE puan görüntüleme, muhasebeleşmeyi bekleyen işlemler, günlük işlem listesi,

**Para Transferleri**, EFT, otomatik düzenli EFT gönderimi, virman, isme havale, moneygram,

**Yatırım İşlemleri**, yatırım fonları, bono repo işlemleri, hazine ihaleleri teklif girişi ve sorgulama, vadeli mevduat işlemleri, döviz işlemleri, çapraz döviz işlemleri,

**Hisse Senetleri**, Reuters bilgileri, sermaye artırım ve temettü bilgileri, Koç Yatırım Menkul Değerler A.Ş. destek operasyon duyuruları, Koç yatırım analiz, koç analist, hisse senedi işlemleri,

**Kredi Kartları**, ekstre bilgileri, ekstre hareket görüntüleme, ekstre sonrası hareketler, armağan katalogu, borç ödeme, diğer kart ödeme,

**Ödemeler**, fatura tahsilatları, mevcut talimatlar, fatura sorgusu, düzenli para transferi, taşıt vergi/ceza ödeme,

**Otomatik Ödemeler**, otomatik ödeme başvurusu, mevcut talimatlar, fatura sorgu, otomatik ödeme talimatı iptali,

**Kredileriniz**, mevcut kredileriniz, tüketici kredisi hesaplama, teminat mektuplarınız, kredi faiz oranlarımız,

**Çek Senet Sorgulama**, çekleriniz, senetleriniz,

**Başvuru Formları**, tüketici kredisi başvurusu, kredi kartı başvurusu, otomatik ödeme başvurusu, çek karnesi talebi,

**Bilgi Güncelleme**, kişisel bilgiler, eğitim ve meslek bilgileri, vergi ve nüfus bilgileri, ev adresi bilgileri, iş adresi bilgileri, yatırım bilgileri,

**Şifre Değişikliği**, fonobank şifre değişikliği, e-koçbank şifre değişikliği.<sup>172</sup>

**Ziraat Bankası**, Güçlü teknolojik yapısı ve yaygın şube ağı olan banka, internet teknolojilerinin kullanımında geride kalmıştır, değişime ayak uydurmakta

---

<sup>172</sup> Koçbank, (www.kocbank.com-09.07.2003)

geç kalındığından banka misyonundan uzaklaşmış hazine ödemelerini yapan bir kurum haline gelmiştir. Yeniden yapılanma sürecinde olan banka 2003'ün ikinci yarısından sonra şubeleri ile İMKB arasında bağlantıyı kurarak değişim sürecini hızlandırmıştır, kısa dönemde internet bankacılığı ile ilgili yatırımlara hız verilmesi beklenmektedir.

Web sitesinde, bireysel bankacılık, kurumsal bankacılık, tarımsal bankacılık başlıkları hakkında bilgiler verilmektedir. Site haritası mevcut olup, faiz ve ücretler yer almaktadır.<sup>173</sup> Çalışmamızda Ziraat Bankasının internet bankacılığını kullanmamasından dolayı Başak Sigortayı inceleyeceğiz.

Başak Sigorta, TC Ziraat Bankası önderliğinde 1959 yılında kurulan Başak Sigorta, “kârlılık içinde sağlıklı büyümek” ana fikrinin hedef olarak belirlenmesi ile bu hedefe yönelik bir yapısal değişiklik gerçekleştirdi. Hedeflenen bu yapısal değişiklik, birbirini takip eden ve birbirine aynı zamanda paralel beş temel aşamayı içermektedir. Bu aşamalar;

1. Aşama: Teknik altyapının kurulması ve kullanıcılar tarafından kolayca uygulanabilir olması,

2. Aşama: Teknik altyapıdaki bu gelişmeye paralel olarak, süreç çalışmaları ile şirket içinde kullanılan sigortacılık tekniklerinin (üretim, hasar, tahsilat, reasürans vb.) birbirleriyle bağlantılı olarak geliştirilerek üretim operasyon maliyetlerinin minimuma indirilmesi,

3. Aşama: Geliştirilen yazılım ve süreç yapısına uygun olarak, kâr merkezi temel ilkesi doğrultusunda çalışan bir bölge yapısının oluşturulması ve bu yapıya uygun bir acente organizasyonunun kurulması,

4. Aşama: Tüm organizasyon yapısının teknolojiyi takip eden, dağıtılmış kar merkezleri ilkesine uyumlu olarak yeniden düzenlenmesi, personelin ve acente yapısının bu organizasyon tanımı içinde yeniden gözden geçirilmesi ve istenilen yapılanma için gerekli eğitim çalışmalarının yapılması,

---

<sup>173</sup> Ziraat Bankası, (www. ziraat.com-13.09.2003)

5. Aşama: Oluşturulan yapının, üretimde artış, hasarda denetim, tahsilatta etkinlik, giderlerde tasarruf, hizmette müşteri memnuniyeti olarak teknik kara dönüştürülmesidir.

Bütün bu aşamalardan sonra bir yeniden yapılanma yaşanmıştır. Bütün bu uygulamalar ile şirket kaynaklarının verimli kullanılabilmesi için, dinamik, parametrik, şirket birimleri arasındaki işlemleri entegre eden, sistemci bir yaklaşımla çözecek bir yapılanmaya gidilmiş, aşağıda detayları sunulan başlıklarda önemli uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Böylece Başak Sigorta,

- Bugün Avrupa'da bile sigorta şirketlerinin sadece %9'unun gerçekleştirebildiği, tüm boyutlarıyla (üretim, hasar, tahsilat, reasürans ve muhasebe) kısa sürede parametrik ürün geliştirebilme gücüne,

- Türkiye'nin her yerinden ucuz ve kolay ulaşılabilir (internet üzerinden) ve de iç güvenliği sağlanmış bir pazarlama (acente) ağına,

- Bu dağıtılmış pazarlama ağının uygulamaları üzerinde kesin ve anında denetim ve gerekirse yaptırım gücüne,

- Merkezileştirilmiş operasyon yapısının, olası bir felaket (örneğin bir yangın ya da deprem) halinde birebir ve anında Ankara'da çalışmasını sağlayacak yedek bir sisteme sahip oldu.

Bu projeler için 1993 yılından itibaren 3,6 milyon \$ donanım yatırımı yapıldı. Ocak 1999tarihi itibariyle uygulamaya konulan Başak 2000 projesi sayesinde tüm yazılım programları yeniden ele alınarak tekrarlar ortadan kaldırıldı. Özellikle poliçe bazında takip sistemine uygun olarak poliçelerin düzenlenmesi, primlerin takibi, tahsili, iptali ve muhasebe kayıtlarının oluşması gibi işlemlerin en hızlı ve sağlıklı bir şekilde yapılmasına olanak sağlanıp, sistem birbiriyle entegre hale getirildi. Pazarın ani ürün taleplerine ve sektörün dinamik ihtiyaçlarına çok çabuk cevap verilmesine yönelik tek bir sistemde ve tek bir poliçeyle her türlü teminatın verilmesi sağlandı.

Başak Sigorta 1996 yılından itibaren, iç yazışmalarını da elektronik ortamda gerçekleştiriliyor. Şirket içi bilgilendirme ve iş yapma prosedürlerinin hepsi elektronik olarak dağıtılıyor ve arşivleniyor. Şirket içinde yaşayışı ilgilendiren işlerle ilgili tüm program gereksinimlerini karşılamak üzere sadece Başak intranet'i



üzerinde web sayfası bulunuyor. Burada web uyumlu pek çok programla, şirkete yıllardır değişik konularda hizmet aktarılmakta. Acenteler de online bağlandıklarında bu dahili web sayfasını görebiliyorlar ve böylece geniş bir Başak extranet'i oluşuyor. ICQ benzeri bir groupware server üzerinden ise acentelerin, bölge müdürlüklerinin ve genel müdürlük departmanlarının hızlı ve etkili iletişimleri sağlanıyor. Bunlar; telefon, faks ve posta ücretlerinden ciddi tasarruf yapılmasına da imkan veriyor. 1997 yılından bu yana fax server uygulaması kullanılıyor ve acenteler de bu hizmetten faydalanıyor. Telefon görüşmelerinde de voice over IP kullanılarak ciddi bir tasarruf sağlanıyor.

Başak Sigorta internet üzerinde elektronik iş yapabilir duruma gelmeyi hedefleyerek, bunun için tüm alt yapı hazırlıklarını tamamladı ve internet üzerinden poliçe kesebilir hale geldi ve elektronik iş için koşulların sektör yapısına uygun hale gelmesi bekleniyor.<sup>174</sup>

Web sitesin de “internet sigortacılığı servisinden yararlanmak” başlığı altında sözleşme metni alınarak posta yoluyla yolladıktan sonra müşteri no, poliçe no ve şifre ile giriş yapılarak poliçe hakkında bilgi alınabilmektedir.<sup>175</sup>

**Yapı ve Kredi Bankası, Posnet:** E-ticarette Güvenli Ödeme Altyapısı Müşterilerinin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak üzere çalışmalarını sürdüren Yapı Kredi Bankası, sayıları hızla artan ve internet üzerinden satış yapan mağazalara sanal POS ürünü olan POSNET'i sundu.

POSNET, sanal mağazalara internet üzerinden kredi kartı ile ödeme yapılması için sunulan güvenli altyapı hizmetinin adı. Firmaların internet üzerinden yapacakları satışların provizyon hizmetinin Yapı Kredi Bankası tarafından sağlanacak sanal POS'lardan faydalanarak verilmesini kapsıyor.

POSNET, internette kredi kartı ile güvenli alışveriş yapılabilmesi için geliştirilmiş yüksek güvenlik standartlarından SET (Secure Electronic Transaction) ve SSL (Secure Sockets Layer)'i kullanıyor. Türkiye'nin önde gelen ve sektörlerinin lider kuruluşları olan Turkcell (e-ödeme), Superonline (Shopping, Dukkan) ve

---

<sup>174</sup> Andersen, ss. 50-51

<sup>175</sup>Başak Emeklilik A.Ş., “İnternet Sigortacılığı Üyelik Sistemi”, (www. basakhayat. Com-05.08.2003)

Arena'nın (pencer-e.com) e-iş girişimlerinde ödeme altyapı olarak kullandığı POSNET ülkemizdeki en yüksek ciroya sahip sanal POS olma özelliğine sahip.

- Dukkan (www.supercadde.com): Dukkan ve Shopping, kendi sitesi ya da yeterli mali gücü olmayan küçük ve orta boy işletmeler için Superonline tarafından sunulan ve POSNET güvenli ödeme altyapısını kullanan komple bir e-ticaret platformudur. Bu platform sayesinde firmalar ürünlerini, internet, web tasarımı, e-ticaret uygulamaları, e-ticaret yöneticiliği gibi teknik bilgi birikimleri olmadan, internet üzerinde birkaç adımda yaratacakları sanal mağazada satışa çıkarabiliyorlar.

- Pencere (www.pencer-e.com): Arena Bilgisayar, elektronik iş stratejisinin ilk ürünü olan pencer-e.com sitesini bayilerinin kullanımına açmıştır. Arena bayileri, pencer-e.com'a, kendilerine tahsis edilmiş olan şifre ile girerek, şirketin tüm bilgi altyapısı ve otomatik sürelerine gerçek zamanda erişebilmekte, sipariş verebilmekte ve siparişlerinin durumunu online takip edip, ödemelerini Posnet kullanarak yapabiliyor. Pencer-e.com sayesinde Arena, bayilerinin çalışmasını daha verimli hale getirerek memnuniyetlerini arttırmanın yanı sıra, satış giderlerini düşürmeyi ve kişi başına düşen satış gelirini arttırmayı hedefliyor.

- Turkcell (www.turcell.com.tr): Turkcell'in, fatura ödemelerinin internetten yapılmasını sağlayan servisi e-ödeme Yapı Kredi'nin sunduğu POSNET güvenli ödeme altyapısı ile hizmete sunulmuştur. E-ödeme ile Turkcell aboneleri, geçmiş on aylık dönemdeki ödenmemiş faturalarını, herhangi bir bankanın Visa veya MasterCard kredi kartıyla, internet üzerinden ödeyebiliyorlar.<sup>176</sup> Turkcell sim kartları kredi kartı olarak da kullanılmaya başlamıştır. Birçok bankadaki hesaplara Turkcell hatlı telefonlarla ulaşarak bankacılık işlemlerini gerçekleştirmek mümkündür.

Yapı Kredi Bankası web sitesinde İngilizce kullanıma imkan verilmekte, döviz kurları, İMKB endeksi, günlük Yapı Kredi verileri, araştırma ve analizler yer almaktadır. Kültür ve sanat etkinlikleri de buradan takip edilebilmektedir. Kredi kartları, e-ticaret, üniversite ödemeleri, kişisel bankacılık ayrı bir bölümde yer alırken, kredi başvurusu için ayrı bir başlık hazırlanmıştır. Bireysel, kurumsal ve yatırım bankacılığı hakkında bu bölümde bilgi almak mümkündür. Site haritası mevcuttur, sitede bankanın mali tablolarına ulaşabilirsiniz. Kredi kartı olan worldcard

---

<sup>176</sup> Andersen, s.52

kullanıcılarına özel worldonline internet sitesinin linki de yer almaktadır. Yapı kredinin internet bankacılığı teleweb olarak adlandırılmaktadır ve ykb.com adresinden de ulaşılabildiği gibi direkt teleweb.com.tr adresinden de ulaşılabilmektedir.

Yapı Kredi Bankasının, web sitesi sade olmakla beraber, internet bankacılığı için teleweb'in web sitesine ulaştığımızda görsel öğelerin daha yoğunlukta olduğu gözleniyor. Kültür sanat etkinliklerine ait haberler oldukça büyük bir alanda yer almaktadır. Telewebclub üyelerine sunulan özel ürünler ve internet üzerinden yollanan mesajlar bankaya olan müşteri sadakatini arttırmaktadır.

### **Yapı ve Kredi Bankası'nın internet şubesinde verilen hizmetler**

**Hesaplar**, hesap incelemesi, yeni hesap açılışı ve hesap kapatma,

**Para Transferleri**, kendi hesaplarınız arasında virman, Yapı Kredi alıcısına (havale), başka banka alıcısına (EFT),

**Kredi Kartı İşlemleri**, kredi kartı inceleme, kredi kartı ödeme,

**Yatırım İşlemleri**, yatırım fonları, repo, devlet tahvili/hazine bonosu,

**Döviz Alış/Satış**, döviz alış, döviz satış,

**Ödemeler**, kredi kartı ödemeleri, fatura ödemeleri, düzenli ödemeler, bireysel kredi ödemesi,

**Teleweb Hareketleri**,

**Teleweb Tanımları**, hesap kısa ad tanımlarınız, alıcı tanımlarınız.

**Kullanıcı İşlemler**, iletişim bilgileri güncelleme, teleweb şifre değişikliği, teletel şifre değişikliği, bizimyer.com üyeliği bildirimini,

**Başvurularınız**, telewebcart, başvurusu, genç webcart başvurusu, genç işlempuan hediye talebi,

**Hisse Senedi Halka Arz İşlemleri**,

yer almaktadır.

**Türkiye İş Bankası**, Türkiye'nin en fazla internet bankacılığı müşterisini barındıran bankalardan biri olan İş Bankası Haziran 2003 tarihi itibarıyla tüm kredi kartlarında uygulayacağı, Maxinet adını taşıyan "3-D Güvenlik Protokolü" ile internette güvenli alışveriş imkanı sağlamaktadır. Türkiye İş Bankası, internet üzerinden yapılan alışveriş sırasında yaşanabilecek güvenlik sorunlarını Maxinet ile kesin çözüme kavuşturuyor. Türkiye'de ilk olan bu uygulama ile kredi kartlarında, uluslararası alanda geçerliliği olan elektronik ticaret güvenlik protokolünü uygulamaya başlandı. İş Bankası tarafından Maxinet olarak adlandırılan bu yeni uygulama ile İş Bankası kart sahipleri, internet ortamında güvenlik protokolüne dahil olan işyerlerinin web sitelerine girdiklerinde en güvenli biçimde işlem yapabileceklerdir, kendi kart numaralarını bilgileri dışında kullanarak internet üzerinden alışveriş yapan kötü niyetli kişilere karşı korunmuş olacaklardır.<sup>177</sup>

Türkiye İş Bankası, bilgi yönetiminin teknoloji kullanımı yoluyla etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirebilmesine büyük önem vermektedir. Banka 1996 yılından bu yana yazışma, haberleşme ve iş süreçlerini elektronik ortama taşıyarak kurum içi bilgi üretimini, aktarımını ve paylaşımını hızlı ve verimli olarak gerçekleştirecek uygulamalar konusunda yoğun çalışmalar yürütmektedir. Bu çalışmaların sonucunda oluşturulan Media 2000 sistemi, 15 Şubat 2000 tarihinde stratejik bir ürün olarak kullanılmaya başlandı. Media 2000 kısaca "Elektronik Doküman ve İş Akış Yönetim Sistemi"dir.<sup>178</sup>

İş Bankası web sitesinin dizaynı oldukça sadedir, İngilizce kullanım imkanı vardır. Birer iştiraki olan, İş Yatırım, İş Leasing, İş Net, Anadolu Sigorta, Anadolu Hayat Emeklilik ve Aria'ya [isbank.com.tr](http://isbank.com.tr)'yi kullanarak ulaşmak mümkündür.

Web sitesinde İş Bankası hakkında genel bilgiler alabilir bankayı tanımak için tarihi, iştirakleri ve faaliyet raporları incelenebilir. Bireysel ve ticari bankacılık ürünleri hakkında genel bilgiler almak mümkündür. Yurtdışı ve yurtiçindeki şube bilgilerine web sitesinden ulaşmak ve yeni bir uygulama ile direkt şubelerle iletişime geçmek mümkündür. Fiyat ve oranlar başlığıyla uygulanmakta olan faiz oranlarına ulaşılabilir. Sanal ticaret bölümünde interaktif müşterilere alışveriş imkanı sunulmaktadır. Kültür sanat ve insan kaynakları bölümleri de kullanıcıların hizmetine

---

<sup>177</sup> İş Dergisi, "İnternet Üzerinden Alışverişte Tam Güvenlik", S-388, 2003, s.6

<sup>178</sup> Andersen, s. 55

sunulmuştur. İş Bankasından haberler başlığıyla yeni ürün ve hizmetler kullanıcılara tanıtılmaktadır.

İş Bankası web sitesi üzerinden internet bankacılığı başvurusunda bulunmak mümkündür, başvuru yapıldıktan sonra çalışılmak istenen şubeye gidilerek gerekli formların doldurulması gerekmektedir. İnternet bankacılığında faydalanmak için çifte güvenlik sistemi vardır. Hesap açıldıktan sonra bankamatik kartı ile ATM'den bir şifre alınması gerekmektedir, bu şifre alındıktan sonra İş Bankası İnteraktif telefon hizmeti aranarak ikinci bir şifre alınmaktadır alınan şifrelerden ikincisi internet girişinde kullanılacaktır.

İş Bankası web sitesinde, internet aracılığıyla bankacılık işlemlerinin yapılabilmesi için, 9 haneli müşteri numarası, 6 haneli interaktif bilgisayar şifresi, ve Müşteri numarası ve şifre girişi yapıldıktan sonra başvuru esnasında belirtilen ev, iş yeri telefonu, hesap numarası, baba adı, doğum tarihi gibi bilgiler sorgulanarak giriş yapılmaktadır. Bu bilgiler Bankanın internet işlemleri için özel olarak hazırladığı güvenlik algoritmasından geçirilerek şifrelenmekte ve daha sonra da şifrelenmiş bilgi internet üzerinde 128-bit SSL ile bir kez daha şifrelenerek merkezi sisteme ulaşmaktadır. Bu nedenle ilk güvenlik tedbirinde bu bilgilere üçüncü şahısların erişmesi engellenmiş olmaktadır. Parasal işlemler onaylanma aşamasında bir kez daha şifre sorulmakta ve ancak şifrenin girilmesi ile işlem tamamlanabilmektedir.

Gerekli güvenlik aşamalarından geçip şifre onaylandıktan sonra, internet şubesi ana sayfa açılır bu bölümde en yakın ödemeler bildirilmekte ve mevduat hesap bilgileri görüntülenmektedir. Alternatif dağıtım kanallarından yapılan son işlemler kanal bazında görüntülenmektedir.

Talebe göre, üçüncü şahıslara yapılacak para aktarma işlemlerini belirli hesaplarla kısıtlanabilmektedir. EFT veya havale yapılacak hesaplar hesap sahibinin kendisi belirlemekte, böylece olabilecek en kötü koşullarda bile (şifresinin ve kişisel bilgilerinin bir başkası tarafından bilinmesi) hesabından tanımadığı bir başkasının hesabına para çıkışını engelleyebilmektedir. Daha önceden yapılmamış bir EFT gönderilecekse, banka, şube, hesap numarası, alıcının ismi ve göndericinin irtibat telefonu girilmekte ve yaklaşık 4 dakika sonra Banka göndericiyi arayarak onay almaktadır.

### **Türkiye İş Bankası'nın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Bilgi**, mevduat hesapları, yatırım hesapları, yatırım değerlendirme raporu, hesap özetleri, bireysel krediler, fiat ve oranlar, Anadolu Hayat, faturalar, talimatlar, son işlemler,

**Havale/EFT**, EFT işlemleri, TL havale işlemleri, döviz havale işlemleri, hesaplar arasında virman işlemi, yeni havale hesabı ilave etme, havale hesabı gösterme/iptal,

**Yatırım**, yatırım hesabı açma, yatırım hesap özeti, danışmanım, bankada geçerli fiyat ve oranlar, fiyat değişimleri, borsa, bono tahvil, repo, mevduat, yatırım fonu, altın, kıymet değiştirme, kumbara fonu işlemleri,

**Kredi Kartı**, talepler, parasal işlemler, bilgi sorma, değişiklik, kayıp/çalıntı bildirimini,

**Ödemeler**, fatura ödemeleri, vergiler, SSK primleri, SSK pirim ödeme iptali, tüketici kredileri, kredi kartları, üniversite ücretleri, Anadolu Hayat poliçeleri, trafik cezası ödeme, trafik cezası ödeme iptali,

**Döviz**, döviz kurları, döviz tevdiat faiz oranları, döviz alış ve satış, euro'ya dönüştürme, hesaba döviz havalesi, talimatsız döviz havalesi, isme döviz havalesi, döviz hesapları arasında virman, döviz hesabı açma, döviz hesabı kapatma,

**Krediler**, tüketici kredisi hesaplama ve talepte bulunma, tüketici kredisi borcunu öğrenme ve ödeme, ek hesap açma talebi, ek hesap limit artırımı,

**Diğer**, eski dekontlar, işnet işlemleri, adres bilgilerinin güncellenmesi, telefon bilgilerinin güncellenmesi, talimatlarının güncellenmesi, e-mail adresi, not defteri, zorunlu deprem sigorta poliçesi, kullanılmayan işlemler, vergi kimlik numarası giriş/talep.

**Oyakbank**, araştırmacının Oyakbank müşteri temas noktalarından aldığı bilgilere göre; internet bankacılığı hizmeti 15.04.2002 tarihinden itibaren verilmektedir. İşlem hacim ve adetleri sürekli artmaktadır. E-ticaret faaliyeti bulunmamaktadır. Toplam bankacılık işlemlerini % 15'lik bölümünü internet

bankacılığı kanalıyla yapılan işlemler tutmaktadır. İnternette yapılan işlemlerin ağırlıklı olarak EFT, havale ve fon alım satım işlemleridir. Çağrı merkezi ve internette yapılan tüm işlemlerden ücret alınmamaktadır.

Web sitesinde site haritası mevcut olup, İngilizce kullanım imkanı vardır. Oyak Yatırım'ın linki mevcuttur. Hafta içi mesai saatlerinde canlı yayın mevcut olup müşteriler istek ve şikayetlerini yazılı olarak iletip hemen cevap alabilmektedirler. Web sitesinde sık sorulan sorular bölümü mevcuttur. Döviz kurlarının yer aldığı bir tablo mevcut olup İMKB tablosu mevcut değildir. İnternette form doldurarak internet bankacılığına başvurmak mümkündür.

### **Oyakbank'nın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Hesaplar,** tüm hesap bilgileri, hesap bakiyesi, vade sonu hesap bakiyeleri, hesap açılışı, vadeli hesap işlemleri, hesap ekstresi, varlıklar listesi, en son yaptığımız işlemler,

**Kullanıcı,** limit bilgileri, internet işlemleri listesi, şifre değişikliği, onay şifresi değişikliği, parola değişikliği,

**Havale-EFT,** havale, EFT; düzenli EFT/Havale,

**Kredi Kartları,** müşteri kart bakiyesi, hesap bildirim cetveli, dönem içi hareketler, kart borcu ödeme,

**Ödemeler,** ödemeler, ödeme talimatı, görüntüleme iptal,

**Yatırım,** bono/tahvil işlemleri, fon işlemleri, döviz, fiyat ve oranlar,

**Çek-Senet,** çek işlemleri, senet işlemleri,

**Bireysel Krediler,** kredi, kredili mevduat, fiyat ve oranlar, hesaplama araçları.

**Pamukbank;** Araştırmacının Pamukbank yetkililerinden yaptığı görüşmede, internet Bankacılığının Ekim-1998'den itibaren hizmete açılmış olduğu, kuruluştan bu güne kullanımının hızla devam etmekte olduğu. E-ticaret hizmetinin verilmekte olduğu bilgilerine ulaşılmıştır.

Pamukbank web sitesi de görsel öğelerin hakim olduğu bir sitedir, site haritasının bulunduğu web sitesinde sıkça sorulan sorular bölümü yer almaktadır. İngilizce kullanım imkanı mevcut olup, Pamuk Yatırım'a ulaşma imkanı tanınmıştır.

İnternet şubesinde ve çağrı merkezinde gerçekleştirilen işlemlerden ücret talep edilmemektedir. Güvenlik sistemi 128 bit şifreleme teknolojisi ile bilgiler bilgi transferi sırasında şifrelenerek korunmaktadır. İnternet şubesine giriş yapmadan önce kişisel güvenlik sertifikasının bilgisayara indirilmesi gerekmektedir. Pamukbank'ın geniş bir dağıtım kanalı mevcuttur, dialog, internet bankacılığı, TV bankacılığı, web kiosk bankacılığı, wap bankacılığı, sms bankacılığı ve ATM'ler tüm bu kanallar hakkındaki bilgilere web sitesinden ulaşmak mümkündür.

**Pamukbank'nın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Hesap Bilgileri,** hesap bilgileri, vadeli işlemler, çek bilgileri, bireysel krediler, döviz hesabı açılışı, Bank24 kartları, geçmiş işlemler,

**Kredi Kartı,** kredi kartları, sanal kart, pamukpara, platinpara,

**Transferler,** ileri tarihli EFT, anında havale, döviz transferi, döviz, kolay işlemler,

**Ödemeler,** fatura ödeme, senet ödeme, abone24 işlemleri,

**Yatırım,** portföy görüntüleme, fon işlemleri, hisse senedi işlemleri, repo işlemleri, hazine bonosunu-devlet tahvili işlemleri, halka arz işlemleri, döviz işlemleri, hesap açma.

**HSBC Bank;** araştırmacının HSBC yetkilileriyle yaptığı görüşmede, internet bankacılığı hizmetinden en çok tercih edilen işlemlerin EFT, havale ve fon işlemleri olduğu belirtilmiş Bireysel internet bankacılığı uygulaması 09/08/1999'da hayata geçirilmiştir. Bu tarihten itibaren değişen piyasa koşulları ve müşteri istekleri doğrultusunda birçok yeni işlem geliştirilmiştir. Banka olarak henüz e-ticaret yapılmamaktadır. Web sitesi üzerinden bağlanılan HSBC Bank internet bankacılığı ile swift dahil para transferleri, yatırım ve hisse senedi işlemleri, döviz alım/satım, fatura ödemeleri, kredi kartı işlemleri yapılabilmektedir. İşlemler ve akışları ile ilgili detaylı incelemeyi web sitesi üzerinden



demoya girerek yapılabilmektedir. Bireysel internet bankacılığında yapılan işlemlerden ücret alınmamaktadır.

HSBC Bank'ın web sitesinde görsel öğeler ağırlıktadır, dünyanın yerel bankası sloganına da web sitesinde yer verilmiştir. Site haritası mevcuttur, son dakika bölümünde yeni kampanya ve yenilikler hakkında kullanıcılar bilgilendirilmektedir. Web sitesinde reklam filmini seyredip, insan kaynakları bölümünden açık pozisyonlar için iş başvurusunda bulunup başvuruyu takip edebilme imkanı vardır.

### **HSBC Bank'ın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Para Transferi**, başka bankaya transfer (EFT), havale, döviz Transferi (SWIFT), alıcı tanımlama, bağış,

**Kartlar**, kredi kartı işlemleri, HSBC sanal kart işlemleri,

**Hesaplar**, hesaplar, hesap açılışı, otomatik fon hesabı limit güncelleme, kanal işlemlerinizi,

**Ödemeler**, online fatura Ödemeleri, fatura ödeme talimatları, düzenli ödemeler, üniversite harç ödemeleri, otomatik ödemeler ekstre görüntüleme, vergi ve ceza ödemeleri,

**Döviz İşlemleri**, döviz alış, döviz satış, döviz kurları,

**Yatırım**, fon İşlemleri, hazine ihalesi işlemleri, hazine bonusu işlemleri, halka arz,

**Hisse Senedi**, hisse senedi işlemleri, online fiyat izleme, sermaye artırımını, mesaj panosu,

**Başvurular**, sanal kart, e-ekstre, otomatik fon hesabı başvurusu,

**Diğer**, şifre işlemleri, kişisel işlemler, işlem limit bilgileri.

**Türkiye Vakıflar Bankası**, Vakıflar Bankasının web sitesinde görsel öğelerin yoğunluğu göze çarpmaktadır sayfa oldukça iç içe geçmiş ve karmaşıktır. Bu karmaşık görünüm içinde bankanın hemen tüm hizmetleri hakkında bilgi sahibi

olunabilir, başta internet bankacılığı olmak üzere üye işyeri, kredi kartı, internet kredi kartı, tüketici finansmanına yönelik kredi başvurularını banka müşterisi olunmasa da yapılabilmektedir. Ayrı bir bölümde günlük döviz kurlarına yer verilmiştir. Sık sorulan sorular bölümünde internet bankacılığında karşılaşılan problemler ve yapılması gerekenler hakkında bilgi verilmektedir.

Vakıflar Bankası şube dışı bankacılık hizmet kanallarını 7/24 sloganıyla bütünleştirmiştir. 7/24 ürünleri olan Wap-724, internet 724, tahsilat 724, e-ticaret 724, avuçiçi 724 ve 4440724 Vakıfbank 724 ile ilgili web sitesinin ana sayfasında bilgi verilmektedir.

Vakıf Emeklilik, Vakıf Faktoring, Vakıf Leasing, Güneş Sigorta, Obaköy Gıda, Vakıf Gayrimenkul Ekspertiz ve Değerlendirme A.Ş., Vakıf Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. ana sayfada ayrı bir bölümde yer almakta isteyen kullanıcılar bu sayfa üzerinden ilgili web sitesine ulaşabilmektedir. Kamuda yaptığı maaş anlaşmaları ve sendikalarla kurduğu ilişkiler neticesinde müşteri portföyünü genişleten banka internet sitesi üzerinden bu kitlelere sürekli uygun kampanyalarının tanıtımını yapmaktadır. Örneğin öğretmenler yada sağlık sektörü çalışanları için kullandığı taksitli ihtiyaç kredisini uygun faiz oranlarıyla verdiği reklamını yaparak internet sitesinin ziyaretçisini arttırmaktadır.

İnternet bankacılığı için internette başvuru formu doldurulmakta ve işlemler için gerekli kısıtlamalar yapılmaktadır. Kullanıcı internetten başvuru formunu doldururken sadece kendi hesapları arasında transfer yapmak yada farklı hesaplara EFT ve havale yapma seçenekleri seçebilmektedir. Demo bölümü bulunmamaktadır, banka müşterisi olup internet şifresi almadıysanız internet bankacılık uygulama ekranlarını bire bir görme imkanı yoktur.

**Türkiye Vakıflar Bankası'nın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Para transferi,** hesaplar arası, ve başka hesaplara para transferi , EFT,

**Yatırım,** VakıfBank Yatırım Fonlarını alım satımı, hazine bonusu, devlet tahvili, altın alış/satış, repo ve hisse senedi işlemleri, yatırım ve bankomat hesapları arasında virman,

**Kredi kartı**, kredi kartı borç ödemesi, gerçek zamanlı adres değişikliği, kredi kartı son hesap durumunun sorgulanması,

**Fatura ödemeleri**, Türk Telekom, Turkcell, Telsim, Kablolu TV, TEDAŞ/BEDAŞ, isteğe bağlı sigorta primi gibi aboneliklere ait fatura ödemeleri.

**Finans Bank**, Finansbank internet sitesinde mavi rengin hakimiyeti vardır. Bireysel bankacılık, işletme bankacılığı ve kurumsal bankacılık uygulamaları hakkında bilgi almak mümkündür. Banka tanıtımı, insan kaynakları uygulamaları ve bankacılık hizmetlerine ait bilgilere ulaşılmaktadır. İngilizce kullanım imkanı verilmiş olup kredi kartı başvurusunda bulunulabilmekte site haritası ve sıkça sorulan sorular bölümüyle müşteriler yönlendirilmektedir.

Finansbank internet bankacılık hizmetinden faydalananlar güvenliğinin pekiştirilmesi için belli periyotlarda şifre değiştirmektedirler, işlem limitleri belli alt ve üst sınırları mevcuttur. Chat bölümüne tıklayarak müşteri danışmanı ile yazışarak tüm sorunlar hakkında bilgi ve yardım almak mümkündür.

#### **Finans Bank'ın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Hesaplar**, hesap bilgileri, hesap hareketleri, hesap açma (vadesiz, vadeli, yatırım),

**Ödemeler**, AÇEV, Türk Hava Kurumu bağışı, faturalar, TEB kart ödemesi, düzenli ödeme talimatı, değişken ödeme talimatı, Motorlu Taşıtlar Vergi ödemesi, vergi, trafik cezası ödemesi,

**Kart İşlemleri**, sanal kart işlemleri, kredi kartı işlemleri, mağaza kartı işlemleri, CardFinans24 işlemleri,

**Yatırım İşlemleri**, portföy görüntüleme, döviz alış, döviz satış, çapraz döviz işlemleri, repo, repo kırma, repo değişikliği, repo iptali, otomatik repo talimatı gözlem, otomatik repo talimatı verme, otomatik repo talimatı değiştirme, , otomatik repo talimatı iptali, fon alış, fon satış, halka arz, halka arz görüntüleme, hazine bonusu alış, hazine bonusu satış, hazine bonusu değişikliği, hazine bonusu iptali,

**İletişim Bilgileri**, kişisel bilgi güncelleme, yazışma adresleri güncelleme, adres bilgileri güncelleme,

**Transferler**, hesaplararası transfer, hesaba havale, isme havale, hesaba/karta EFT, isme EFT, ileri tarihli EFT talimatı, yurt dışına para transferi,

**Başvurular**, kart başvurusu, ek kart başvurusu işlemleri sunulmaktadır.

**Akbank**, Akbank'ın web sitesinde de görsel öğelerin ağırlığı vardır, bankanın bilançosuna ulaşım insan kaynakları uygulamaları hakkında bilgi almak mümkündür. Bireysel ve kurumsal internet şubeleri mevcuttur ve web sitesinde bu ürünler tanıtılmaktadır. Finans günlüğü başlığı altında döviz kurları verilmektedir. Bizden haberler bölümünde bankadan haberler verilir ürünler tanıtılmaktadır. Faiz oranları da ayrı bir bölümde sürekli olarak ekrana yansımaktadır.

**Akbank'ın internet şubesinde verilen hizmetler,**

**Hesap Bakiyesi**, mevduat hesapları, kredi hesapları, yatırım portföyü, talimatlı ödemeler,

**Para Transferi Ödemeler**, hesaplar arası transfer, EFT, yurt dışına döviz havale, mevduat hesaplarından yatırım hesabına transfer, yatırım hesabından mevduat hesabına transfer, senet ödeme, SSK prim ödeme, vergi ödeme, motorlu taşıtlar vergi ve trafik cezası ödeme, fatura ödeme,

**Kredi Kartı İşlemleri**, kredi kartı ekstre bilgileri, kredi kartı borç ödeme, kredi kartından nakit avans çekme, e-cart işlemleri, başkasına ait Akbank kredi kartı ödeme,

**Döviz Alım-Satım**, döviz kurları, döviz alım, döviz satım,

**Yatırım İşlemleri**, repo, TL hazine bonosu devlet tahvili işlemleri, yatırım fonu alım, yatırım fonu satım, yabancı yatırım fonu işlemleri, fon alım/satış işlemleri takibi,

**Hisse Senedi İşlemleri**, hisse senedi fiyatları, hisse senedi alım, hisse senedi satım, lot altı alım, lot altı satım, alım /satım emri takibi, halka arz talep toplama, emir bölme/iyileştirme,

**Mevduat Hesap İşlemleri**, vadesiz döviz hesabı açma, vadeli hesap açma, vadeli hesap kapatma, vadeli hesaptan para transferi,

**İleri Vadeli Para Transferleri**, ileri vadeli EFT, ileri vadeli havale emri, ileri vadeli işlemler iptal/güncelleme,

**Talimat Verme İşlemleri**, fatura talimatı, SMS-e-mail-posta talimatı,

Akbank'ın internet şubesinde verilen menü diğer bankalardan farklı olarak alt bölümlere ayrılmamıştır. Yukarıda izlendiği gibi Türkiye'de ki internet şubelerinde genel anlamda benzer nitelikte hizmetler verilmektedir, SWIFT, EFT ve servislerin hızı, güvenlik uygulamalarında bir ayrışma söz konusudur. Bankaların piyasada ki büyüklük ve güçleriyle doğru orantılı olarak verilen hizmetin çeşitliliği de artmaktadır.

### ANKET UYGULAMASI,

Saha çalışması için hazırlanan soru formu Devlet İstatistik Enstitüsüne incelenmek üzere sunularak 2003-906/70 sayılı yazı ile teknik açıdan uygunluğu alınmıştır. Ankete katılan kişilerin İnternet Bankacılık kanallarını kullanacak ehliyet ve bilgiye sahip olmasına dikkat edilmiştir.

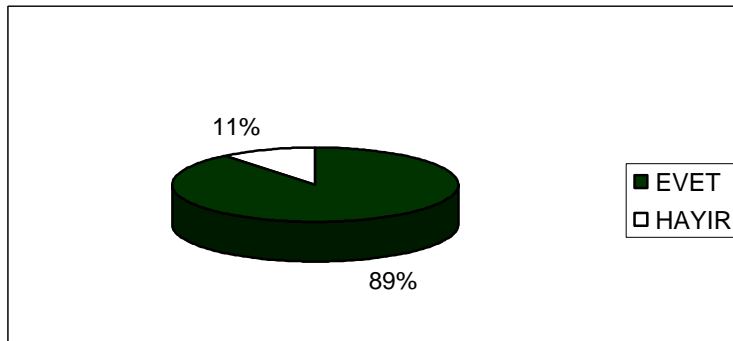
İkiyüz on kişiyle yapılan anket sonuçları aşağıdaki gibidir,

Soru 1) Bilgisayar, sabit telefon, cep telefonu gibi teknolojik araçları kullanarak internet bankacılığı hizmetlerinden faydalandınız mı?

a.Evet

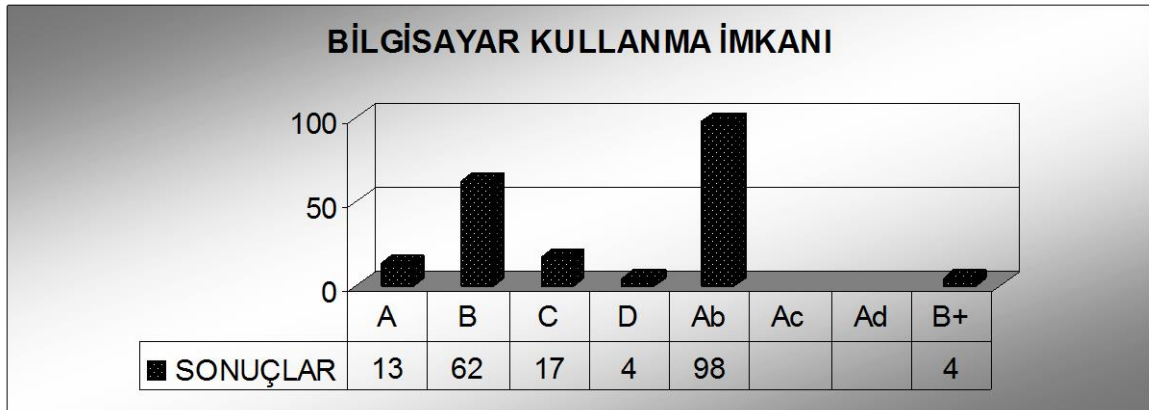
b.Hayır

Yukarıda yer alan soruya deneklerden 187 tanesi evet 23 tanesi de hayır cevabı vermiştir. Anket soru formunu dolduranların ağırlıklı bir bölümünün teknolojik bankacılığı kullandıklarını görüyoruz



Soru 2) Bilgisayar kullanma imkanına nasıl ulaşıyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

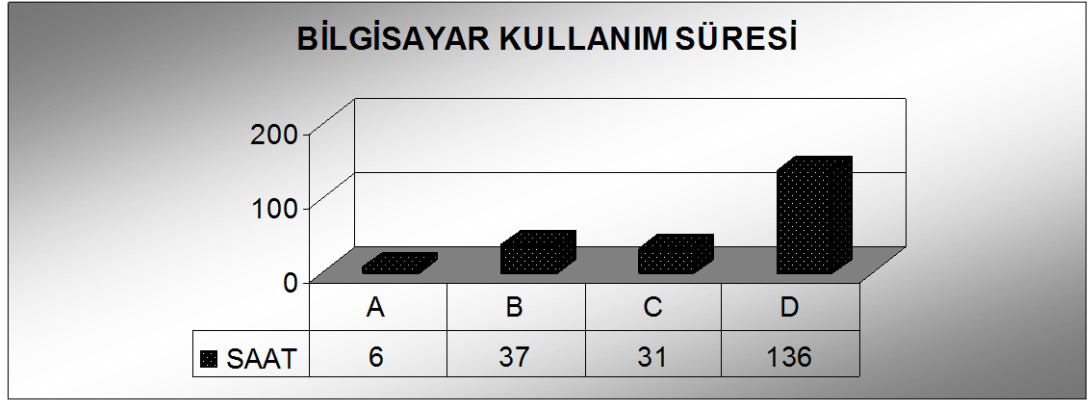
- a. Evde      b. İşyerinde      c. İnternet Kafede      d. Diğer



Sonuçta görüldüğü üzere bilgisayar kullanan deneklerin büyük bir bölümü iş yerindeki bilgisayarlarını kullanmaktalar. Bu cevaplardan diyebiliriz ki deneklerin yarısından fazlasının evinde bilgisayarı mevcuttur. İnternet kafe ve diğer şıklarının az sayıda işaretlendiği görülmektedir.

3- Haftada kaç saat bilgisayar kullanıyorsunuz?

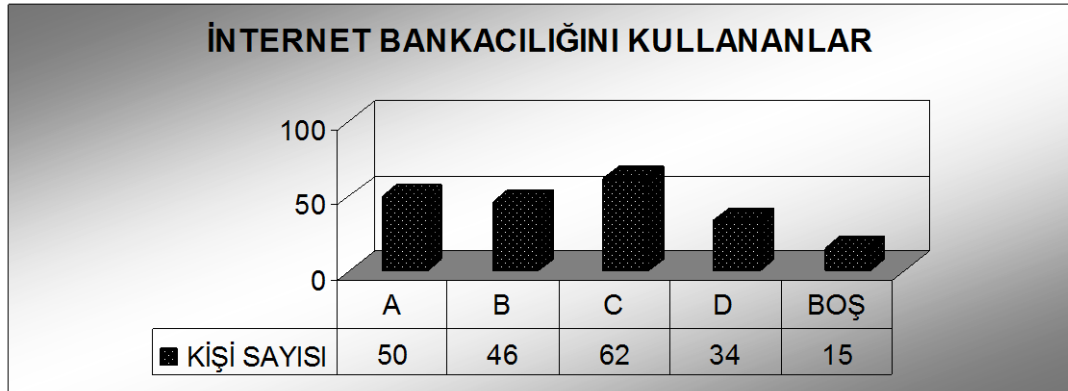
- a. 5 saatten az      b. 5-10 saat      c. 10-20 saat      d. 20 saatten çok



Bu cevapta bilgisayar kullanım süresinin oldukça yüksek olduğunu görmekteyiz.

4- İnternet Bankacılığını kullanıyorsanız hangi sıklıkta kullandığınızı belirtiniz.

- a- Hergün yada bir haftadan kısa bir sürede                      c-Ayda  
 b- Haftada    d-Üç ay ve daha uzun sürede



Deneklerin büyük bir kısmının günlük yada haftalık olarak internet bankacılığı hizmetlerinden yararlandıkları görülüyor. Geriye kalan kısım ise daha nadir internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanmaktadır.



5- Bankaların İnternet Şubelerinde verdikleri hizmetler hangileridir aşağıdan seçiniz.

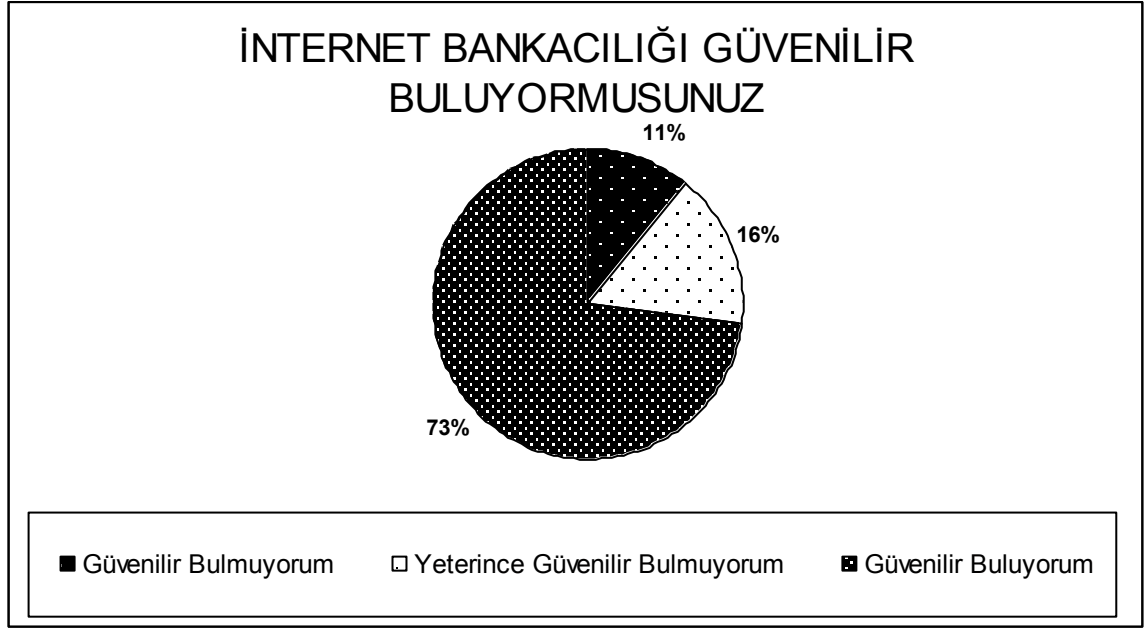
	Veriliyor	Verilmiyor	Bilmiyorum
a. Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Yatırım hesabı bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Döviz kurları ve faiz oranları bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Fatura ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vergi ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Öğrenci harcı ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. SSK ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Vadeli hesap açma ve bilgi öğrenme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Hesaba ve isme havale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Yatırım fonu alış satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Altın alış ve satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Hisse senedi alış ve satış talimatı verme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Repo işlemleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Elektronik fon transferi ( EFT )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p. Halka arz talep bildirimini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q. Döviz alış ve satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r. Kredi talebinde bulunma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
s. Şifre değiştirme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
t. Motorlu taşıtlar vergisi yatırma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
u. Trafik cezası ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v. Kredi kartı ekstresi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
<u>Veriliyor</u>	178	151	142	105	148	92	85	83	147	173	143	82	125	133	145	102	125	115	134	102	140	170
<u>Verilmiyor</u>	0	7	5	18	2	13	27	35	3	2	5	32	23	5	5	50	3	38	5	43	21	3
<u>Bilmiyorum</u>	8	18	33	54	23	63	68	59	23	3	20	60	20	29	20	25	50	20	28	38	10	6

Deneklerin yapılan işlemler hakkında yeterince bilgi sahibi olduklarını görülmektedir.

6- İnternet Şubesi üzerinden yapılan Bankacılık işlemlerini ne kadar güvenilir buluyorsunuz?

- a. Güvenilir bulmuyorum.
- b. Yeterince güvenilir bulmuyorum.
- c. Güvenilir buluyorum



Soruyu cevaplayanların önemli bir çoğunluğunun güvenlik endişeleri olmalarını dile getirmelerine rağmen parasal işlemler yerine sıklıkla bilgi almaya dayalı işlemler yaptıkları görülmüştür.

7-İnternet Şubesi üzerinden aşağıdaki bankacılık hizmetlerinden hangilerini kullandınız ve kullanıyorsunuz.

	Kullandım	Kullanıyorum
a. Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Yatırım hesabı bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Döviz kurları ve faiz oranları bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Fatura Ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vergi ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Öğrenci harcı ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. SSK ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Vadeli hesap açma ve bilgi öğrenme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Hesaba ve isme havale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Yatırım fonu alış satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Altın alış ve satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

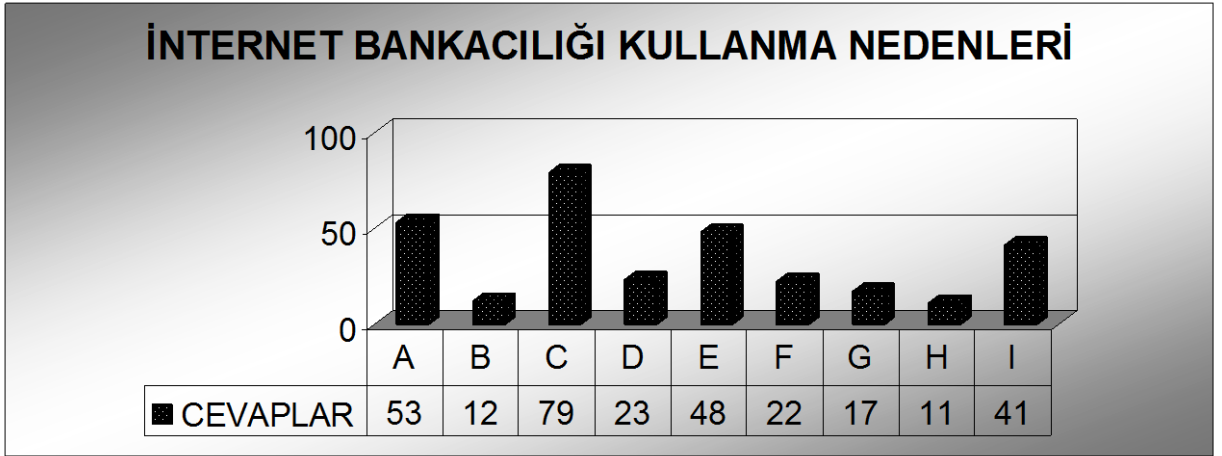
- |  |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|
| m. Hisse senedi alış ve satış talimatı verme | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| n. Repo işlemleri                            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| o. Elektronik fon transferi ( EFT )          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| p. Halka arz talep bildirimi                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| q. Döviz alış ve satış                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| r. Kredi talebinde bulunma                   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| s. Şifre değiştirme                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| t. Motorlu taşıtlar vergisi yatırma          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| u. Trafik cezası ödeme                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| v. Kredi kartı ekstresi                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
<b>Kullandım</b>	160	143	124	15	105	5	2	1	38	69	91	0	98	5	40	9	21	19	120	27	5	118
<b>Kullanmadım</b>	30	35	48	163	73	172	176	178	141	107	87	178	79	173	138	169	157	58	151	173	64	73

En çok kullanılan ilk üç işlem sırasıyla Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma, Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme, Yatırım hesabı bilgi sorma işlemleridir.

8- Aşağıda belirtilen nedenleri hangisini yada hangilerini İnternet Bankacılığını kullanma nedenleriniz arasında sayılabilir?

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| a. İşlem maliyetinin düşük olması                                   | <input type="checkbox"/> |
| b. İnternet Bankacılığında sadece bilgi edinmek için faydalaniyorum | <input type="checkbox"/> |
| c. Hız ve Zaman   | <input type="checkbox"/> |
| d. Güvenlik   | <input type="checkbox"/> |
| e. Her an 7/24 kullanma imkanı                                      | <input type="checkbox"/> |
| f. Hesap hareketlerinin kendi kontrolünüz altında olması            | <input type="checkbox"/> |
| g. Mobil işlem imkanı   | <input type="checkbox"/> |
| h. Ürün ve hizmetlerden anında haberdar olabilme isteği             | <input type="checkbox"/> |
| i. Banka Şubelerindeki yoğunluk ve bürokratik işlemler              | <input type="checkbox"/> |



Bu soruya verilen cevaplarda ilgi çekici bir nokta ortaya çıkmıştır. Kullanıcıların çoğu düşük maliyet yerine hız ve zaman unsurunun internet bankacılığını kullanma nedenlerinin başında geldiğini ifade etmişlerdir.

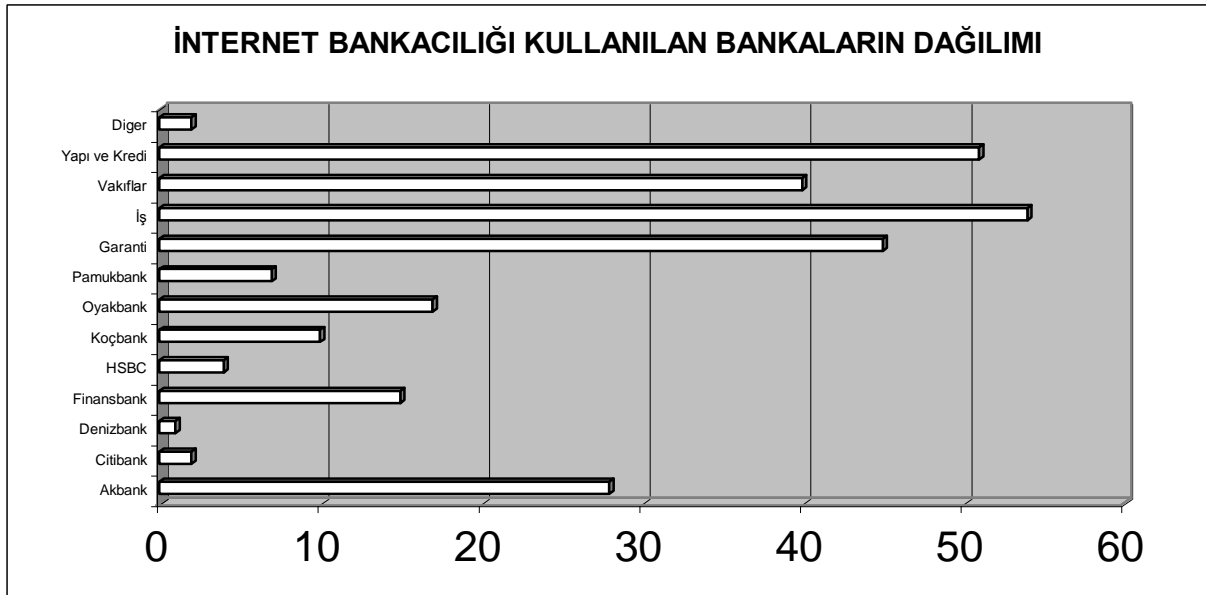
9-İnternet Şubesi üzerinden aşağıdaki bankacılık hizmetlerinden en çok hangilerini kullanıyorsunuz sıklık derecesine göre sayılar vererek işaretleyiniz.

- a.. Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma
- b. Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme
- c. Yatırım hesabı bilgi sorma
- d. Döviz kurları ve faiz oranları bilgi sorma
- e. Fatura ödeme
- f. Vergi ödeme
- g. Öğrenci harcı ödeme
- h. SSK ödeme
- i. Vadeli hesap açma ve bilgi öğrenme
- j. Hesaba ve isme havale
- k. Yatırım fonu alış satışı
- l. Altın alış ve satışı
- m. Hisse senedi alış ve satışı talimatı verme
- n. Repo işlemleri
- o. Elektronik fon transferi ( EFT )

- p. Halka arz talep bildirimini
- q. Döviz alış ve satış
- r. Kredi talebinde bulunma
- s. Şifre değiştirme
- t. Motorlu taşıtlar vergisi yatırma
- u. Trafik cezası ödeme
- v. Kredi kartı ekstresi

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
<b>Kullandım</b>	155	142	103	25	53	28	0	55	75	0	45	12	42	3	26	42	15	11	2	42	3	140

10- Aşağıda adı geçen hangi Banka yada Bankaların İnternet Bankacılığı hizmetinden yararlanıyorsunuz.

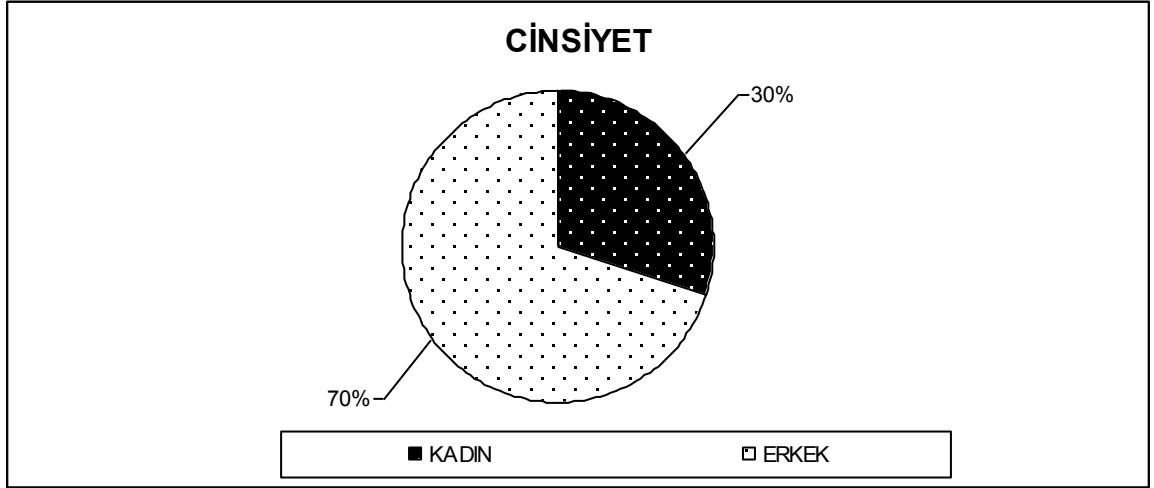


Ankete katılanlar internet bankacılığında en çok Türkiye İş Bankasını tercih ettikleri daha sonra sırasıyla Yapı ve Kredi, Garanti, Vakıflar ve Akbank gelmektedir. Büyük bankaların müşteri portföylerine paralel şekilde kullanıcı sayısı da artmaktadır.

11- Cinsiyetinizi belirtiniz.

a-Kadın

b- Erkek



12- Yaşınızı belirtiniz.

a- 20 den az

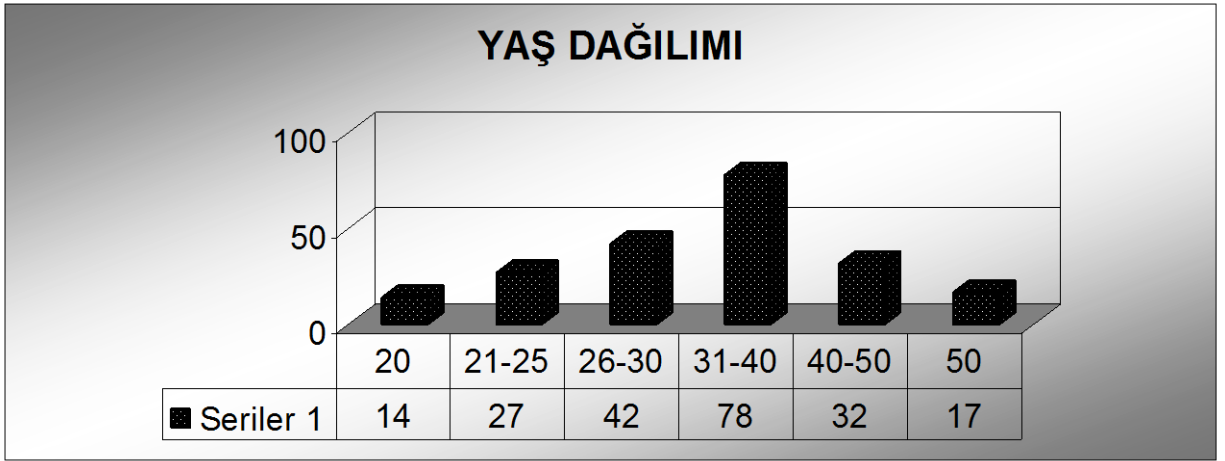
b- 21-25 arası

c- 26-30 arası

d- 31-40 arası

e- 40-50 arası

f-50'den çok



13- Mesleğinizi belirtiniz.

a- İlmi ve Teknik Elemanlar (Mühendis,Akademisyen vs.)

b- İdareci ve Yöneticiler

c- İdari Personel ve Benzeri Çalışanlar

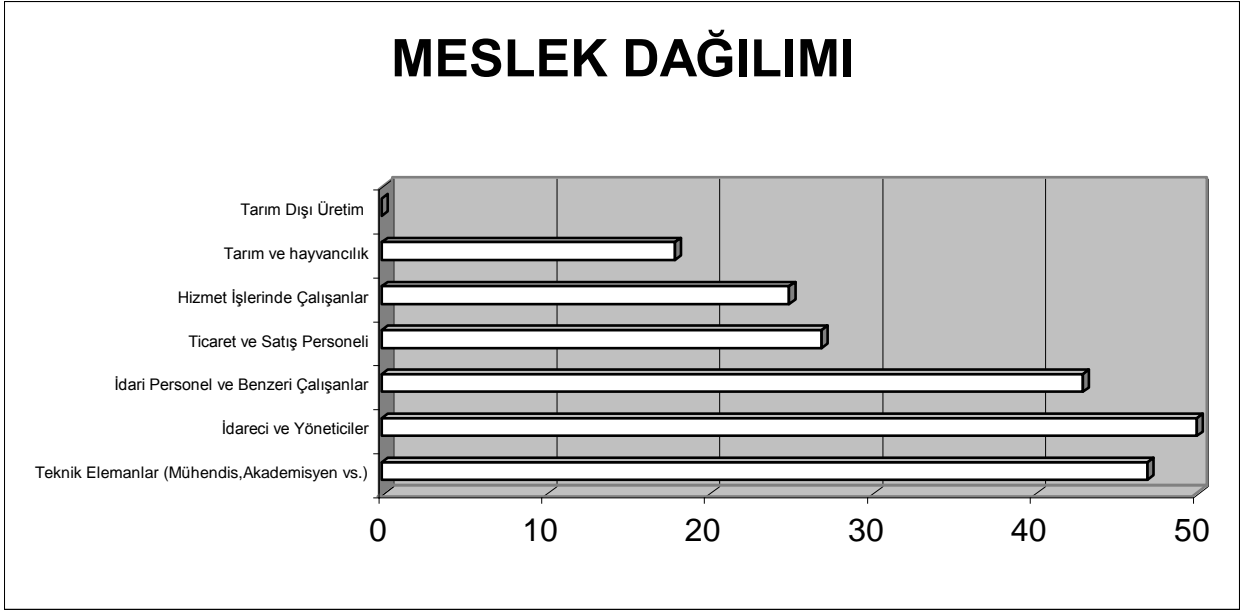
d- Ticaret ve Satış Personeli

e- Hizmet İşlerinde Çalışanlar

f- Tarımcı, Hayvancı, Ormancı, Balıkçı ve Avcılar

g- Tarım Dışı Üretim Faaliyetlerinde Çalışanlar

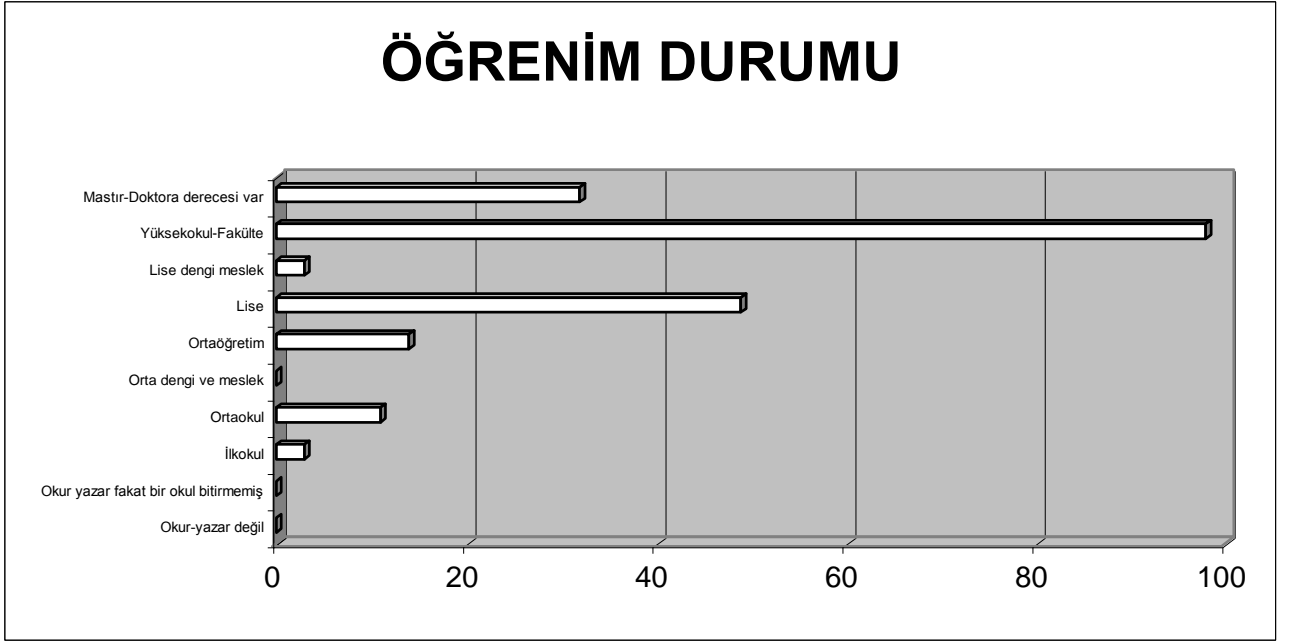
ve Ulaştırma Makinaları Kullananlar



14- Öğrenim Durumunuzu Belirtiniz.

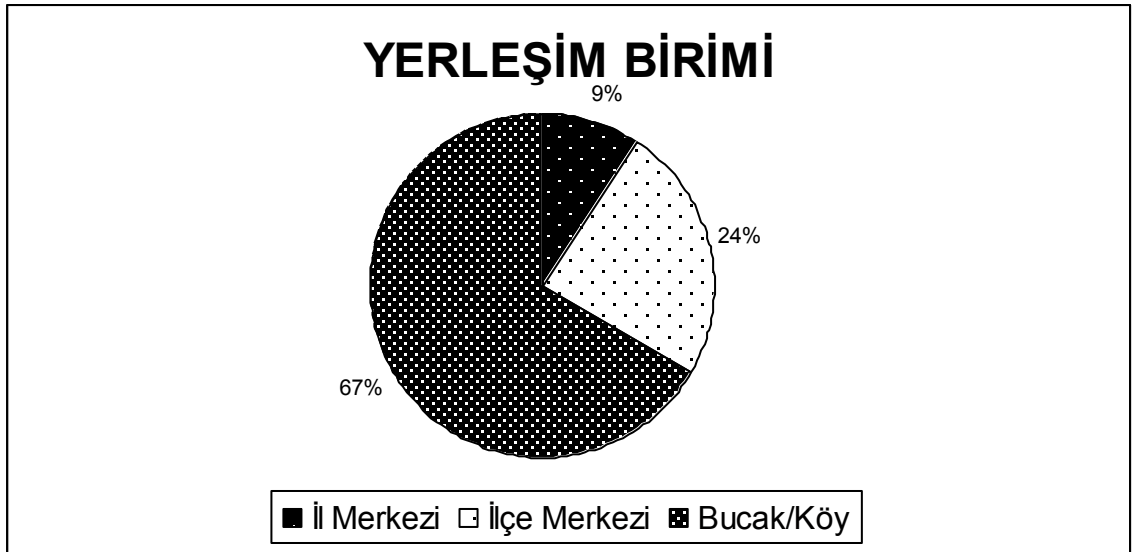
- a- Okur-yazar değil
- b- Okur yazar fakat bir okul bitirmemiş
- c- İlkokul
- d- Ortaokul
- e- Orta dengi ve meslek
- f- Ortaöğretim
- g- Lise
- h- Lise dengi meslek
- ı- Yüksekokul-Fakülte
- i- Mastır-Doktora derecesi var





15- Şu anda ikamet ettiğiniz yerleşim yeri aşağıdakilerden hangisidir?

- a- İl Merkezi
- b- İlçe Merkezi
- c- Bucak/Köy



16- Ailenizin aylık net geliri aşağıdaki grupların hangisine girmektedir?

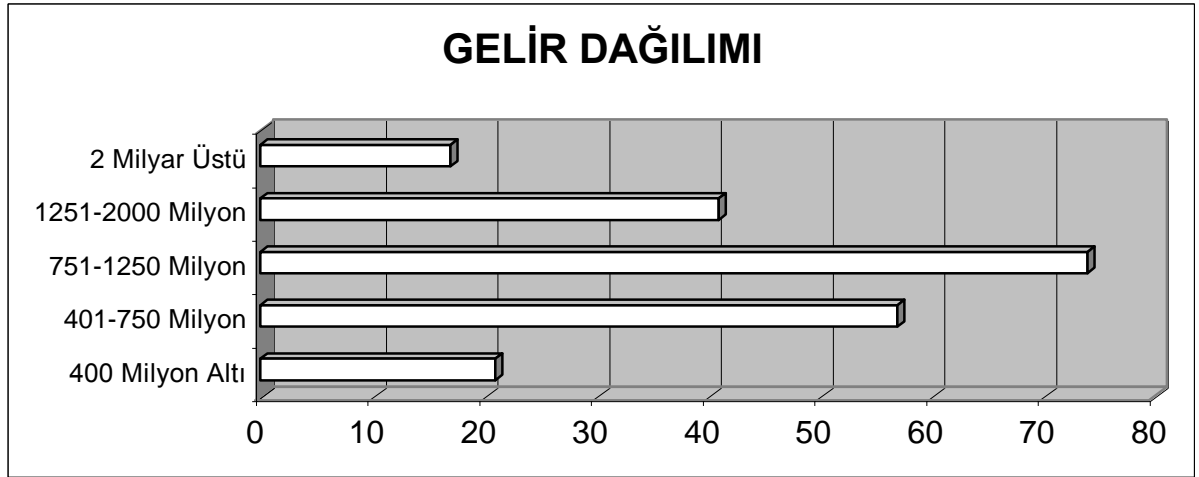
a- 400 Milyon altı

b- 401-750 Milyon

c-751-1250 Milyon

d-1251-2000 Milyon

e- 2 Milyar üstü



Genel olarak anket sonuçları değerlendirildiğinde ankete katılanların büyük bir kısmının bilgisayar teknolojileriyle içiçe ve internet bankacılığı hakkında yeterince bilgiye sahip olduğu görülmüştür. Bu bilgiye gerek banka reklamları gerekse diğer internet bankacılığı kullanıcılarının bilgilendirmesi sonucuyla ulaştıkları gözlenmiştir.

Anketler sırasında özel sohbetlerde araştırmanın edindiği izlenime göre ücretli çalışanların büyük bir kısmının internet bankacılığı için maaş aldıkları bankayı kullandıkları görülmüştür. Sunulan hizmetten memnun olmasalar ve problemler yaşasalar bile tercihlerini değiştiremiyorlar. Serbest meslek ile uğraşan katılımcılar ise daha seçici davranarak çalıştıkları bankanın hizmetinden memnun olmadıkları takdirde tercihlerini başka bir bankadan yana kullanabilmektedirler. Seçimlerinde bankaların uyguladığı ücret ve komisyonlar tarifeleri belirleyici olmaktadır.

İnternet bankacılığı olanaklarının toplumun büyük bir kısmı tarafından kullanıldığı gözlenmektedir. Kullanıcılar maliyeti düşük olan, bürokrasinin, banka kuyruğunun olmadığı stresten uzak bir bankacılık hizmetinden faydalanmayı tercih ediyorlar. Bu hizmeti kullanan kişilerin genellikle daha yüksek eğitim ve gelir

düzeyine sahip oldukları da gerçektir. Tüm bu bilgiler ışığında teknolojiye yatırım yapmayan, rekabete girmeyen, müşteri isteklerine yeterince cevap vermeyen bankaların önümüzdeki yıllarda müşteri profilinde değişiklikler olacağı beklenmektedir.

Bireysel müşterilerine bir çok faydalı hizmet sunan internet bankacılığı, kurumsal müşteriler adına bu faydasını katlamaktadır. Çok daha yüksek oranda mali işleri ile gün içerisinde çok fazla sayıda bankacılık işlemleri kullanan kurumlar günümüzde tercihlerini internet bankacılığından yana kullanmaktadırlar. Kurumlar adına maliyet, hız, güvenlik gibi konular çok daha fazla önem taşıdığı ankete katılan kurumsal müşterilerin temsilcilerinin verdiği cevaplarda da gözlenmiştir. Yüksek miktartlı işlemler ve senet, çek gibi klasik bankacılık materyallerini kullanırken internet bankacılığı yerine işlemlerini banka şubelerinden gerçekleştirmektedirler.

Kullanıcılar 21.yy gereği olarak hesaplarına mobil ve tam zamanlı olarak kontrol edip değerlendirme imkanına sahip olduğundan yeni bankacılık dönemi manuel işlemler yerine yardım talebinde bulunan müşterilere cevap verecektir. Bu da bankalara yeni bir ödev yükleyip bunun için gerekli teknolojik hizmetler ile birlikte danışmanlık, spekülâtorlük ve bilginin paylaşılmasıyla kendini gösterecektir.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER;**

Microsoft'un başkanı Bill Gates, internetin her şeyi değiştireceğini söylerken, aslında iletişim, üretim ve ticarete önemli dönüşümlere yol açacak yeni bir endüstriyel devrimin işaretlerini veriyordu. Bill Gates'e göre şirketler ve diğer organizasyonlar interneti stratejik planlarının merkezine yerleştirmelidirler. Küresel devrimin itici gücü ve en büyük teknoloji ögesi olarak adlandırılan internet işletmecilik anlayışını ve biçimini de kökten değiştirmektedir.

Bankacılık sektöründe değişimi zorlayan en önemli güçlerden biri ve en önemlisi bilgi işlem ve telekomünikasyon teknolojilerindeki değişimlerdir. Bu değişimle beraber bir çok yeni ürün sunulabilmekte hem de ürün dağıtım kanallarında büyük bir çeşitlilik sağlanmaktadır. Teknolojik yeniliklere adapte olmak için banka

işletmelerinin geleneksel iş modellerini terk etmeleri gerekmektedir. İnternetle gelen bu değişim, diğer mallardan farklı olarak elektronik ortamda transfer edilebilen ve dağıtımı yapılabilen bankacılık ürünleri için daha fazla geçerlilik kazanmakta ve geleneksel bankacılık ürünleri tarihe karışmaktadır, bireysel bankacılık ürünlerine olan talep de artmaktadır. Fon kaynakları ve kullanım alanlarında da değişimlerin yaşanıyor olması da geleneksel bankacılığı zorlamaktadır.

Türkiye’de teknolojik değişimi en etkin biçimde bankalar takip etmektedirler. Değişimi sürekli kılabilmek için yüksek bilgi ve tecrübeye sahip çalışanlara ihtiyaç duyulmaktadır. İnternet bankacılığındaki değişimi yakalayan bankalar rekabette üstünlüğü elde etmektedirler. Şubeler aracılığıyla yapılan işlemlerin maliyetinin yüksek olması da bankaları internet bankacılığına yöneltmektedirler. Türkiye’de bankalar en iyi hizmeti en uygun fiyata internet bankacılığı yoluyla sunma gayreti içindedirler.

İnternet bankacılığının bankalar açısından çekici olmasının nedenlerinden biri de; web sayfasını düzenleyip kurmanın maliyeti 25.000 ABD Doları iken, geleneksel bir şube açmanın maliyetinin 1-2 milyon ABD Doları olmasıdır. Bunun yanında bu şubelerin bakım ve yıllık giderleri arasında da uçurum vardır. İnternet bankacılığı için katlanılan maliyet fazla bile olsa yatırımların geri dönüş oranı yüksektir, kurulan internet şubesi coğrafi olarak belli bir müşteri kitlesine hitap etmeyip, yasal koşullar oluştuğu sürece dünyada geniş bir müşteri kitlesine ulaşmaktadırlar.

İnternet bankacılığı sayesinde, hesap sahipleri internet bağlantısı bulunan herhangi bir bilgisayardan, istenilen saatte, istenilen yerde bankalarındaki hesapları ile ilgili her tür bilgiye ulaşarak, bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler. Banka müşterileri kendilerine en kaliteli ve hızlı hizmeti veren, bilgilerine en hızlı şekilde ulaşım en düşük ücret ve komisyonu alan en çok ürün çeşitliliği sunan bankalar arasında kıyaslama yaparak banka tercihlerini yapmaktadırlar.

Müşteri beklentileri ve tüm bu gelişmeler dünyada olduğu gibi Türkiye’de de rekabeti arttıracaktır. Geçirilen krizlerle bankacılık sektörünün karlılığı düşürmüştü, müşteri portföyleri daralmıştır. Faiz gelirlerindeki düşüş, ekonomideki daralmayla komisyon gelirlerindeki düşüşle sürmektedir. Gelir kalemlerinde ki bu düşüşler ve rekabetin varlığı bankaları daha kaliteli hizmet ve ürünler sunmaya bunları da en

düşük maliyetle üretmeye zorlamaktadır. En kaliteliyi en ucuza veren ve bu ürünlerini pazarlayan bankaların sektörde kalacağı düşünülmektedir. Bankalar teknolojiyi maliyetleri azaltmak yönünde kullanmalıdırlar. Değişimi tamamlayarak uluslararası bankacılığa entegre olup, büyümesini Avrupa ve Orta Asya Cumhuriyetlerinde şubeler açarak tamamlamalıdır.

Diğer taraftan Türk bankalarının ATM, POS, kredi kartı basım dağıtımını ayrı ayrı yapıyor olmaları maliyetleri yükseltmektedir. Bir çok alışveriş merkezinde onlarca ATM, işyerlerinin bir çoğunda kullanılmayan POS cihazları maliyetleri sürekli yukarı çekmektedir. Ortak oluşumlar içine girilerek bunların tek bir elden yürütülmesi rasyonel olacaktır.

Geçmişte yapılan çalışmalarda insanların internet ve internet teknolojilerine yeterince güvenmeyip elektronik ticarete sıcak bakmadıkları bilinmekteydi. Yapılan anket çalışmasının sonuçları insanların internet bankacılığı sayesinde bu korkularından kurtuldukları gözlenmiştir. İnternet bankacılığının gelişmesine engel olan güvenlik korkusunun gelecekte giderileceği beklenmelidir. Şehir toplumunda yaşayan banka müşterilerine internet bankacılığının kazandırdığı zaman diğer öğelerin önüne geçmektedir, bu da kullanıcıların uzun vadede sadakatlerinin sağlanmasının fiyat stratejisinde önemli yer tutacağını göstermektedir.

Gelecekte şubelerin ve bankacıların fonksiyonlarının kalkacağı söylenmektedir, ATM şubelerin yerini alamamıştır ama şubelerin yükünü de azaltmıştır. İnternet bankacılığı da şubelerin yükünü azaltmakta fakat şubeleri ortadan kaldırmamaktadır. Geleneksel bankacılık ürünlerinin yerine her gün teknolojik donanımlı yeni alternatifler sunulmaktadır. Ürün çeşitliliği gün geçtikçe artmaktadır. Bunların müşteriye sunumu ve pazarlanması gerekmektedir, bu yeni ürünler şubelerin azalan iş yükünü doldurmaktadır. Bankaların daha etkin daha teknolojik bir alt yapıya sahip olmalarını kaçınılmaz kılmaktadır.

## **EKLER**

**EK 1 Anket**

İyi günler; Afyon Kocatepe Üniversitesinde hazırlamakta olduğum “İnternet Bankacılığı ve Türkiye Uygulaması” konulu tez çalışmamla ilgili olarak, internet bankacılığı hakkında tüketicilerin bilgi ve kullanım alışkanlık ve seviyelerini ölçmek için bir takım sorularım olacak. Vereceğiniz tüm bilgiler istatistiki amaçlı kullanılacaktır. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

1-Bilgisayar,sabit telefon,cep telefonu gibi teknolojik araçları kullanarak internet bankacılığı hizmetlerinden faydalandınız mı?

a.Evet

b.Hayır

2-Bilgisayar kullanma imkanına nasıl ulaşıyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz)

a. Evde      b. İşyerinde      c.İnternet Kafede      d. Diğer

3- Haftada kaç saat bilgisayar kullanıyorsunuz?

a. 5 saatten az      b. 5-10 saat      c.10-20 saat      d. 20 saatten çok

4- İnternet Bankacılığını kullanıyorsanız hangi sıklıkta kullandığınızı belirtiniz.

a- Hergün yada bir haftadan kısa bir sürede      c-Ayda

b- Haftada      d-Üç ay ve daha uzun sürede

5- Bankaların İnternet Şubelerinde verdikleri hizmetler hangileridir aşağıdan seçiniz.

	Veriliyor	Verilmiyor	Bilmiyorum
a. Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Yatırım hesabı bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Döviz kurları ve faiz oranları bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Fatura ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vergi ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Öğrenci harcı ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. SSK ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Vadeli hesap açma ve bilgi öğrenme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Hesaba ve isme havale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Yatırım fonu alış satış	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Altın alış ve satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Hisse senedi alış ve satış talimatı verme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Repo işlemleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Elektronik fon transferi ( EFT )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p. Halka arz talep bildirimini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q. Döviz alış ve satış	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r. Kredi talebinde bulunma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
s. Şifre değiştirme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
t. Motorlu taşıtlar vergisi yatırma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
u. Trafik cezası ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



- v. Kredi kartı ekstresi

6- İnternet Şubesi üzerinden yapılan Bankacılık işlemlerini ne kadar güvenilir buluyorsunuz?

- a. Güvenilir bulmuyorum.  
b.Yeterince güvenilir bulmuyorum.  
c.Güvenilir buluyorum

7-İnternet Şubesi üzerinden aşağıdaki bankacılık hizmetlerinden hangilerini kullandınız ve kullanıyorsunuz.

	Kullandım	Kullanıyorum
a. Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. Yatırım hesabı bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Döviz kurları ve faiz oranları bilgi sorma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Fatura Ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f. Vergi ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g. Öğrenci harcı ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h. SSK ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i. Vadeli hesap açma ve bilgi öğrenme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j. Hesaba ve isme havale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k. Yatırım fonu alış satış	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l. Altın alış ve satışı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m. Hisse senedi alış ve satış talimatı verme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n. Repo işlemleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o. Elektronik fon transferi ( EFT )	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p. Halka arz talep bildirim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q. Döviz alış ve satış	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q. Kredi talebinde bulunma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r. Şifre değiştirme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
s. Kredi talebinde bulunma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
t. Motorlu taşıtlar vergisi yatırma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
u. Trafik cezası ödeme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v. Kredi kartı ekstresi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8- Aşağıda belirtilen nedenleri hangisini yada hangilerini İnternet Bankacılığını kullanma nedenleriniz arasında sayılabilir?

- a. İşlem maliyetinin düşük olması
- b. İnternet Bankacılığından sadece bilgi edinmek için faydalanıyorum
- c. Hız ve Zaman
- d. Güvenlik
- e. Her an 7/24 kullanma imkanı
- f. Hesap hareketlerinin kendi kontrolünüz altında olması
- g. Mobil işlem imkanı
- h. Ürün ve hizmetlerden anında haberdar olabilme isteği
- i. Banka Şubelerindeki yoğunluk ve bürokratik işlemler

9-İnternet Şubesi üzerinden aşağıdaki bankacılık hizmetlerinden en çok hangilerini kullanıyorsunuz sıklık derecesine göre sayılar vererek işaretleyiniz.

- a.. Vadesiz TL hesabı bilgi sorma ve ekstre alma
- b. Kredi kartı bilgi sorma ve borç ödeme
- c. Yatırım hesabı bilgi sorma
- b. Döviz kurları ve faiz oranları bilgi sorma
- c. Fatura Ödeme
- d. Vergi ödeme
- e. Öğrenci harcı ödeme
- f. SSK ödeme
- g. Vadeli hesap açma ve bilgi öğrenme
- h. Hesaba ve isme havale
- i. Yatırım fonu alış satış
- j. Altın alış ve satışı
- k. Hisse senedi alış ve satış talimatı verme
- l. Repo işlemleri
- m. Elektronik fon transferi ( EFT )
- n. Halka arz talep bildirim
- o. Döviz alış ve satış
- p. Kredi talebinde bulunma
- q. Şifre değiştirme
- r. Motorlu taşıtlar vergisi yatırma
- s. Trafik cezası ödeme

t. Kredi kartı ekstresi



10- Aşağı da adı geçen hangi Banka yada Bankaların İnternet Bankacılığı hizmetinden yararlanıyorsunuz.

- a- Akbank
- b- Citibank
- c- Denizbank
- d- Finansbank
- e- HSBC Bank
- f- Koçbank
- g-Oyakbank
- h- Pamukbank
- ı-Türkiye Garanti Bankası
- i-Türkiye İş Bankası
- j-Türkiye Vakıflar Bankası
- k-Yapı ve Kredi Bankası
- l- Diğer

11- Cinsiyetinizi belirtiniz.

- a-Kadın
- b- Erkek

12- Yaşınızı belirtiniz.

- a- 20 den az
- b- 21-25 arası
- c- 26-30 arası
- d- 31-40 arası
- e- 40-50 arası
- f- 50'den çok

13- Mesleğinizi belirtiniz.

- a- Teknik Elemanlar
- b- İdareciler
- c- İdari Personel ve Benzeri Çalışanlar
- d- Ticaret ve Satış Personeli

- e- Hizmet İşlerinde Çalışanlar
- f- Tarımcı, Hayvancı, Ormancı, Balıkçı
- g- Tarım Dışı Üretim Faaliyetlerinde Çalışanlar ve Ulaştırma Makinaları Kullananlar

14- Öğrenim Durumunuzu Belirtiniz.

- a- Okur-yazar değil
- b- Okur yazar fakat bir okul bitirmemiş
- c- İlkokul
- d- Ortaokul
- e- Orta dengi ve meslek
- f- Ortaöğretim
- g- Lise
- h- Lise dengi meslek
- ı- Yüksekokul-Fakülte
- i- Mastır-Doktora derecesi var

15- Şu anda ikamet ettiğiniz yerleşim yeri aşağıdakilerden hangisidir?

- a- İl Merkezi
- b- İlçe Merkezi
- c- Bucak/Köy

16- Ailenizin aylık net geliri aşağıdaki grupların hangisine girmektedir?

- a- 400 Milyon altı
- b- 401-750 Milyon
- c- 751-1250 Milyon
- d- 1251-2000 Milyon
- e- 2 Milyar üstü

## **EK 2 Türkiye'deki Bankaların İnternet Adresleri**

### TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN İNTERNET ADRESLERİ<sup>145</sup>

Adabank A.Ş.. <http://www.adabank.com.tr>

Akbank T.A.Ş.. <http://www.akbank.com.tr>

Alternatif Bank A.Ş.. <http://www.abank.com.tr>

Anadolubank A.Ş.. <http://www.anadolubank.com.tr>

---

<sup>145</sup> Banka Bilgileri, Web adresleri (www tbb.com-05.03.2003)

Arap Türk Bankası A.Ş.. <http://www.arabturkbank.com>

Bayındırbank A.Ş.. <http://www.bayindirbank.com.tr>

Bnp-Ak Dresdner Bank A.Ş.. <http://www.bnp-ak-dresdner.com.tr>

C Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş.. <http://www.cbank.com.tr>

Citibank N.A.. <http://www.citibank.com.tr>

Credit Lyonnais Turkey. <http://www.creditlyonnais.com.tr>

Credit Suisse First Boston. <http://www.csfb.com>

Çalık Yatırım Bankası A.Ş.. <http://www.calikbank.com.tr>

Denizbank A.Ş.. <http://www.denizbank.com.tr>

Deutsche Bank A.Ş.. <http://www.db.com>

Diler Yatırım Bankası A.Ş.. <http://www.dilerbank.com.tr>

Finans Bank A.Ş.. <http://www.finansbank.com.tr>

GSD Yatırım Bankası A.Ş.. <http://www.gsdbank.com.tr>

HSBC Bank A.Ş.. <http://www.hsbc.com.tr>

İller Bankası. <http://www.ilbank.gov.tr>

İMKB Takas ve Saklama Bankası A.Ş..  
<http://www.takasbank.com.tr>

JPMorgan Chase Bank. <http://www.jpmorganchase.com>

Koçbank A.Ş.. <http://www.kocbank.com.tr>

MNG Bank A.Ş.. <http://www.mngbank.com.tr>

Nurol Yatırım Bankası A.Ş.. <http://www.nurolbank.com.tr>

Oyak Bank A.Ş.. <http://www.oyakbank.com.tr>

Pamukbank T.A.Ş.. <http://www.pamukbank.com.tr>

Şekerbank T.A.Ş.. <http://www.sekerbank.com.tr>

Tekfenbank A.Ş.. <http://www.tekfenbank.com>

Tekstil Bankası A.Ş.. <http://www.tekstilbank.com.tr>

Turkish Bank A.Ş.. <http://www.turkishbank.com>

Türk Dış Ticaret Bankası A.Ş.. <http://www.disbank.com.tr>

Türk Ekonomi Bankası A.Ş.. <http://www.teb.com.tr>

Türk Eximbank. <http://www.eximbank.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. <http://www.ziraat.com.tr>

Türkiye Garanti Bankası A.Ş.. <http://www.garanti.com.tr>

Türkiye Halk Bankası A.Ş.. <http://www.halkbank.com.tr>

Türkiye İmar Bankası T.A.Ş.. <http://www.imarbankasi.com.tr>

Türkiye İş Bankası A.Ş.. <http://www.isbank.com.tr>

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.. <http://www.tkb.com.tr>

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.. <http://www.tskb.com.tr>

Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.. <http://www.vakifbank.com.tr>

WestLB AG. <http://www.westlb.com>

Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.. <http://www.ykb.com.tr>

**EK 3 Bankaların İç Denetim ve Risk Yönetimi Hakkında Yönetmeliğin  
Uygulanmasına İlişkin 1 Sayılı Tebliğ**

**BANKACILIK DÜZENLEME VE DENETLEME KURUMU**

**Bankaların İç Denetim ve Risk Yönetimi Sistemleri Hakkında  
Yönetmeliğin Uygulanmasına İlişkin**

**1 Sayılı Tebliğ**

## **Elektronik bankacılık ve internet bankacılığı faaliyetlerine yönelik kontrol ve incelemeler**

Madde 13- Elektronik bankacılık ve internet bankacılığı faaliyetlerinde aşağıda belirtilen durum ve hadiselerin vuku bulması neticesinde ortaya çıkabilecek risklerin tanımlanması ve kontrol altına alınması hususunda banka bünyesinde gerekli kontrol süreçleri tesis edilir ve sözkonusu faaliyetler sürekli gözden geçirilir.

### a) Operasyonel riskin ortaya çıkabileceği durumlar

1) Bilgi işlem sistemine ve elektronik bankacılık platformuna izinsiz girişler: Bilgi işlem sistemine ve elektronik bankacılık platformuna yasal olmayan yollarla ve kötü niyetle girmek isteyen kişilerin banka bünyesindeki sistemlere giriş yolunu bulması, elektronik sistemlere virüs programları sokulması veya yüklenmesi, bankanın sözkonusu sistemlerinin ve verilerinin kasıtlı eylemlerle bozulması.

2) Personelin suç sayılan eylemleri yapması: Bankada çalışan personelin banka bünyesindeki hesaplardan para çekmek amacıyla ilgili bilgi ve verileri değiştirmesi, mevcut kayıtlardan bilgileri alması, akıllı kartları çalması ve diğer suç sayılan eylemleri yapması.

3) Sahte elektronik para yaratılması: Elektronik para olarak kabul edilen bankacılık ürün veya enstrümanların taklitlerinin yapılmasına ilişkin suç niteliğine sahip eylemler.

4) Banka dışından hizmet sağlanması sürecinde ortaya çıkan aksaklıklar: Harici hizmet sağlayıcının veya tedarikçinin, bankanın beklediği hizmeti iletememesi durumu, bankaca kullanılan elektronik sistemlerde ve/veya bilgi ve verilerde bütünlük, doğruluk ve güvenilirlik ilkeleri bakımından yetersizliklerin doğabilme durumu.

5) Kullanılan sistemlerin eski ve yıpranmış durumda bulunması: Gerçekleştirilen işlemlerde gecikmelerin, aksamaların ve hataların meydana gelebilmesi, bankaca kullanılan elektronik sistemlerde ve/veya bilgi ve verilerde bütünlük, doğruluk ve güvenilirlik ilkeleri bakımından eksikliklerin doğabilmesi.

6) Yönetim ve personelin bankada yeniliklere uyum sağlayamaması: Hızlı teknolojik gelişmelerin vuku bulduğu ortamlarda yönetim ve personelin bankadaki

teknolojiyi veya hizmet sağlayıcılar tarafından yapılan düzenlemeleri ve güncelleştirmeleri anlamakta güçlük çekebilmeleri.

7) Müşteri güvenlik uygulamalarında mevcut olan yetersizlikler: Kredi kartı numarası, banka hesap numarası gibi müşterilere ait kişisel bilgilerin güvenli olmayan şekilde elektronik aktarımı, gizli olması gereken bilgilere erişilerek ve müşteri hesaplarına girilmesi suretiyle suç niteliğindeki eylemlere girişilmesi.

8) Banka tarafından gerçekleştirilen işlemlere müşteri tarafından itiraz edilmesi: Müşterinin bir işlemi gerçekleştirdikten bir süre sonra, yaptığı işlemi inkar etmesi ya da reddetmesi ve parasının iadesini istemesi.

b) İtibar riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

1) Geniş bir faaliyet alanını kapsayan belirli sistem aksaklıkları: Müşterilerin hesaplarına ya da bankada kayıt altına alınmış fonlarına giriş bilgilerinin tahrip olması, bozulması ve benzeri aksaklıklar.

2) Güvenliğin önemli bir şekilde ihlal edilmesi: Elektronik sistemlere, sistemin ve verinin doğruluğu ve bütünlüğünde sorunlara yol açacak şekilde virüs programları sokulması veya yüklenmesi, kötü niyetli ve izni olmayan kişilerin banka bünyesindeki sistemlere girebilmeleri.

3) Diğer bir kuruluşun aynı veya benzer elektronik bankacılık ürünlerinde ya da elektronik sistemlerinde meydana gelen sorunlar: Müşterilerin, diğer kurum ve kuruluşların elektronik bankacılık ürünlerinde ve elektronik sistemlerinde ortaya çıkabilen sorun ve aksaklıklara bakarak, bankaya da bu alanlarda ve hizmetlerde şüphe ile yaklaşmaları.

c) Düzenlemelere uyulmama ve mevzuata ilişkin yetersiz bilgi riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

1) İlgili yasaların ve mevzuatın uygulanmasında belirsizlikler ve/veya karmaşık durumların mevcut olması: Bankanın yöneticilerinin ve personelinin, kasıt olmadan, içeriğinin tam ve açık olarak anlaşılabilmesi ya da hatalı yorumlanması nedenleriyle kanunlara ve diğer mevzuat hükümlerine uygun hareket etmemesi, müşterilerin uymaları gereken kuralların, kara para aklamanın engellenmesine ilişkin



kuralların, imza usullerine ilişkin kuralların belirsizlik taşıması, açık ve anlaşılır olmaması nedenleriyle hasıl olan aksamalar ve mevzuata aykırılıklar.

2) Kara para aklama faaliyetlerine teşebbüs: Bir banka ile yapılan elektronik bankacılık işlemlerinin bazı müşterilerce, kara para aklama da dahil, kötü amaçlarla kullanılabilmesi.

3) Müşterilere yetersiz düzeylerde bilgi verilmesi: Müşterilerin hak ve yükümlülüklerini tam olarak anlayamamaları, bu nedenle de ürün veya hizmeti kullanırken tedbirsiz davranabilmeleri.

4) Müşteri gizliliğinin korunamaması: Bankanın, müşterisinin finansal işlemlerine ilişkin çeşitli bilgi ve verileri, sözkonusu müşterinin bilgisi dışında ve yasalarla yetkili kılınanlar haricindeki başka kişilere verebilmesi.

5) Belirli linkleri ihtiva eden bir internet sitesinde meydana gelen aksamalar ve problemler: Bankanın, kendi internet sitesini, tamamlayıcı ya da ilave ürünler sunan kuruluşların internet sitelerine linklerle bağladığı durumlarda, sözkonusu linklere sahip olan internet sitesinin ve bağlı durumdaki diğer internet sitelerinin banka müşterisinin beklentisini sarsabilmesi, müşterinin hayal kırıklığına uğrayabilmesi veya müşterinin aldatılma hissine maruz kalabilmesi.

6) Sertifika otorizasyonuna ilişkin tehlikelere maruz kalınması: Bankanın adına çıkarılan, taklit edilmiş sertifikaların müşterileri aldatabilmesi, sertifikaların kimlik belgesi ya da yeterli kimlik bilgileri bulunmayan müşteriler için çıkarılması.

7) Yabancı ülkelerde yargılanma zorunluluğuna ya da zorlamasına maruz kalma veya bu yönde bir ihtiyacın ortaya çıkması: İnternet üzerinden çeşitli hizmetler sunan bir bankanın, diğer ülkelerden müşteri elde etmesi durumunda, farklı yasal düzenlemelerle karşı karşıya kalabilmesi, yabancı devletlerin yargı organlarının yargılama yükümlülükleri hakkındaki belirsizliklerin sorun yaratabilmesi, bankaca çıkarılan veya dağıtılan elektronik para niteliğindeki ürün veya enstrümanların bankanın faaliyette bulunduğu ülke dışında da kullanılabilmesi.

d) Kredi riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

1) Uzaktan erişimli bankacılık uygulamaları yoluyla kredi temin eden müşterilerin borcunu geri ödeyememesi: Bankanın, kredilerini, haklarında yeterli

bilgi ve verinin bulunmadığı veya haklarındaki bilgi ve verileri elde etmenin maliyetli olduğu bilinen, normal piyasanın dışındaki müşterilere doğru yönlendirebilmesi.

2) Elektronik para ihraç edenin ya da elektronik para dağıtıcısının borcunu ödeyememesi: Bankanın, müşterilerine geri satmak veya ödeme yapmak için elektronik parayı bulundurması sırasında, elektronik parayı ihraç edenin solvabilitesini kaybederek borcunu ödeyemez duruma gelebilmesi.

e) Likidite riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

Elektronik para ihraç edenin ya da elektronik para dağıtıcısının likiditesini kaybetmesi: Elektronik paranın geri ödenmesi veya itfasına ilişkin taleplerde ani bir yükselmenin ortaya çıkması, bu durumun, elektronik para hizmetleri ve programları üzerinde uzmanlaşmış bankalarda sorunlar yaratabilmesi.

f) Faiz oranı riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

Elektronik para ihraç edenin ya da elektronik para dağıtıcısının yatırım yaptığı enstrümanlarda görülen beklenmedik faiz oranı değişimleri: Faiz oranlarındaki beklenmedik hareketlerin, aktiflerin değerini elektronik para cinsinden pasiflere göre düşürebilmesi. Bu durumun, özellikle elektronik para ihracında uzmanlaşmış bankalarda problem yaratabilmesi.

g) Piyasa riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

Elektronik para ödemelerinde yabancı paraların kabul edilebilme imkanı nedeniyle maruz kalınan potansiyel kur farkı zararı: Döviz kurlarındaki hareketlerin kur riskine yol açabilmesi ve bankanın zarar etmesine sebep olabilmesi.

h) Ülke riskinin ortaya çıkabileceği durumlar

Yabancı servis sağlayıcıları ile elektronik para veya elektronik bankacılık hizmetlerine ve programlarına yabancı katılımcıların iştirakinden kaynaklanan döviz transfer aksaklıkları: Yabancı servis sağlayıcılar ile elektronik para veya elektronik bankacılık hizmetlerine ve programlarına iştirak eden yabancı katılımcıların, ekonomik, sosyal veya politik nedenlerden dolayı yükümlülüklerini yerine getiremez duruma düşebilmeleri ve transfer riskine maruz kalınması.

### KAYNAKÇA

“Çalıştay Raporu”, [www.bilisimsurasi.org.tr](http://www.bilisimsurasi.org.tr).(10.03.2003)

“Çalıştığınız Bankanın Altyapısı Kime Emanet”, [www.turkinternet.com](http://www.turkinternet.com).(07.03.2003)

“Kart Ürünlerimiz”, [www.mastercard.com](http://www.mastercard.com).(27.09.2003)

“Kartsız Alışverişe Çıkmayın”, *Radikal Gazetesi*, 27 Kasım 2003

“Smartkart Nedir”, [www.manas.com.tr](http://www.manas.com.tr).(25.07.2003)

4389 Sayılı Bankalar Kanunu, Madde 15

ACAR Sadık, “Bilgi Çağı Ekonomisine Teorik Bir Yaklaşım”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.XV, S.1, s.87

- AFŞAR Mustafa, “E-Ticaret ve Bankaların Rolü”, *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, s-1, s.189-226
- Akbank T.A.Ş.. [www.akbank.com.tr](http://www.akbank.com.tr)
- AKTAŞ Ziya, EMİRDAĞ Orhan, KINALI Hasan, *Türkiye’de Bankacılık Kesiminde Bilgisayar Kullanımının Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları No-142
- ALTUNBAŞ Yener, SARISU Ayhan, *Türk Bankacılık Sisteminin Avrupa Birliği bankacılık Sistemine Entegrasyonu*, T.C. Hazine Müsteşarlığı, Ankara, 1996
- Anabritannica Genel Kültür Ansiklopedisi, C-4, Ana Yayıncılık, 1993
- Anadolu Kredi Kartı Turizm ve Ticaret, “Yeni Teknolojiler Smart Kart”, [www.akk.com.tr](http://www.akk.com.tr).(15.10-2003)
- ARTUN Tuncay, *Türkiye’de Bankacılık*, Tekin Yayınevi, 1980
- Artur Andersen Yönetim ve İnsan Kaynakları Danışmanlığı Ltd.Şti, *Değişim tr, İnternetle Gelişimde Türkiye*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yayın No.565, İstanbul
- Avrupa Birliği AB Danışmanlık ve Yatırım Hizmetleri A.Ş, “Avrupa Birliğinde Mali Bütünleşme ve Türk Bankacılık Sektörü”, *Bankacılar*, s-39, s.29-30
- AYDINLI İbrahim, *Türk Bankacılık Sistemi Piyasa Yapısı 1991-1994*, SPK Yayın No-40, Ankara, 1996
- AYKENT İrfan H., *Planlı Kalkınma Döneminde Türk Bankacılığı*, Ege Matbaası, Ankara, 1970
- AYTEKİN Haluk, “Geleneksel Bankacılığın Dönüşümü”, *Uzman Gözüyle Bankacılık*, Sayı-30, s.1
- Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, *Elektronik Ticaret*, “Akıllı Kartlar”, s.1, s.6-7
- Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, *Elektronik Ticaret*, “Akıllı Kartlar”, s.2, s.27-28
- Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, s.12
- Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, s.14
- Bankalar Arası Kart Merkezi, “Tanımlar”, [www.bkm.gov](http://www.bkm.gov).(01.04.2003)

- Bankalar Arası Kart Merkezi,“Akıllı Kart Uygulamaları”, *Pano*, S.11, 2003, s.2
- Bankalararası Kart Merkezi Basın Bülteni, www.bkm.com.(17.07.2003)
- BETİL İbrahim, *Hafiften Bankacılık*, Ana Yayıncılık, İstanbul, 2002
- BÜYÜKDEMİR Burak, “İnternette Bankacılığı Düş Olarak Görenler İçin”,  
*Bankacılar Dergisi*, s.22, s.32
- CENTENO, “Adoptios Of İnternet Services In Ehe Enlarged European Union”,  
Eoropen Commission, 2003, s.10
- ÇAKIR Uğur, “Sanallığın ‘Kredi Kart’ Tarafı”, www.turk.internet.com.(27.09.2003)
- ÇALKIVİK Gürhan, “Yeni Ekonomide Bilgi Birikimi Yönetimi”,  
www.insankaynaklari .com.tr.(26.04.2003)
- ÇANKAYA Fikret, ÖZ Mehmet, *Türkiye’de Kamu Bankalarının Özelleştirilmesi*,  
TBB Yayın No-221
- ÇIKRIKÇI Mustafa, *Türk Bankacılık Sistemine İlişkin Bir değerlendirme (1973-1988)*, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara, 1990
- ÇOBAN Fadime, “Türkiye Pazarı Çok Dinamik”, *Capital*, 2002, S.12, s.206
- Denizbank, “Kiosk”, www.denizbank.com.(25.09.2003)
- DİKBAŞ Önder, “Bilgi Çağına Girerken Elektronik Ticaret ve Bankacılıkta Bir Uygulama”, 2000, s.66
- DURUKAN Banu, “İnternet Ekonomisi, Elektronik İşletmeler ve Finansal Yönetim”,  
İktisat İşletme ve Finans Mali ve Ekonomik Sorunlara Yönelik Aylık Yayın,  
s.73-75
- Ekonomist*, “İnternet Terimleri Sözlüğü” , 14 Mayıs 2000
- Ekonomist*, “Tek Kullanımlık Kredi Kartı Geliyor”, 17.03.2002, s.75
- ENGEN John R, “E Ödemelere Detaylı Bir Bakış”, *Banka ve Para Teknolojileri Dergisi*, s.8
- ERÇEL Gazi, “Başkan’ın Bankacılık Sektörünü Değerlendirmesi”  
www.tcmb.gov.tr.(02.01.2003)

- ERDEM Ayhan, “E-Ticaret”, s.2, *Türkiyede İnternet Konferansı*, www.inet-tr.org.  
(19.12.2002)
- ERDOĞDU Cemal, “Elektronik Finans: Ekonomik ve Diğer Faktörler”, *Bankacılar*,  
s-43, s.88-92
- ERKAN Hüsnü, *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*, Türkiye İş Bankası Kültür  
Yayınları, Ankara, 1998
- ESER Kadir, *Tek Pazar Sürecindeki Avrupa Topluluğu'nda Finansal Bütünleşme  
Çabaları, Bankacılık Alanında Yapılan Son Düzenlemeler ve Türk Banka  
Sisteminin Uyum Sorunları*, T.C Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret  
Müsteşarlığı, 1993
- ESİAD, *Türk Mali Sisteminde Parasal Hareketler Yönünden Ege Bölgesi.*, ESİAD,  
Yayın No-95, İzmir, 1995
- Finans Bank A.Ş. www.finansbank.com.tr
- Galip YEŞİLOVA, Hatice DOĞUKANLI, “Elektronik Paranın Finansal Sistemdeki  
Etkileri 3”, s.5, s.1 www.girisim.com.(17.04.2003)
- Garanti Bankası, “Sanal Kredi Kartlarında Güvenlik”, www.garanti.com.(09.10.2003)
- GÖKER Aykut, “TTGV Danışmanı”, www.mimoza.marmara.edu.tr.(21.04.2003)
- GÖKER Göker , *Bilim, Teknoloji, Sanayi Üçlemesi*, Sarmal Yayınları, İstanbul,  
1995
- Görsel Büyük Genel Kültür Ansiklopedisi, Görsel Yayınları, c-10
- GÜNAL Mehmet, *Merkez Bankasının Değişen Rolü ve Para Politikası  
Uygulamaları*, Ankara, 2001
- GÜNAL Mehmet, *Türk Bankacılık Sektörünün Sorunları ve Geleceği*, Ankara, 2001
- HASPOLAT Turgut , “Elektronik Ticaret-3” (www.tbd.com, (06.05.2003)
- HSBC Bank A.Ş.. www.hsbc.com.tr
- İş Dergisi*, “İnternet Üzerinden Alışverişte Tam Güvenlik”, s.388, 2003, s.6
- KARA Ömer, “Bankacılık Akıllı Kart Uygulamaları”, *Bilişim Kültürü Dergisi*, S-82,  
s.13

- KARAOSMANOĞLU Atilla, “Yeni Ekonomi Sempozyumu”, Yeni Ekonomi Sempozyumu Bildirisi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Ankara, 2001
- KARTAL Cihat, *İnternet Ortamında Pazarlama*, Gazi Kitabevi, Ankara, 2002
- KAYA Ilgaz, “Bankacılık Sektöründe Akıllı Kart Uygulamaları”, *Bilişim Kültürü Dergisi*, S-82, s.14-15
- KAZGAN Haydar, *Osmanlıdan Cumhuriyet’e Türk Bankacılık Tarihi*, TBB, 1997
- KAZGAN Haydar, *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*, Ankara, 2000
- Koçbank A.Ş.. [www.kocbank.com.tr](http://www.kocbank.com.tr)
- LEVENT Belgin Bayır, “Debit’in Yükselişi”, *Capital*, 2003, s.246
- LEVENT Belgin Bayır, “Şubenin Yolunu Unutanlar Var”, *Capital*, 2002, s.181-182
- Meydan Larousse, Meydan Yayınevi, C-7, 1972
- Milliyet Gazetesi*, “Sanal Ortamda Gerçek Para”, 1 Mart 1998
- Neden Ortak nokta, [www.ortaknokta.com](http://www.ortaknokta.com).(09.09.2003)
- OKAY Can, “Ödeme Sistemleri”, *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası*, s.7, ([www.tcmb.gov](http://www.tcmb.gov)-05.09.2003)
- ORHANER Emine, “Kart Hamili ve Üye İşyerlerinin Banka Kredi Kartlarına Karşı Yaklaşımları”, *Uzman Gözüyle Bankacılık*, s.27, s.
- Oyak Bank A.Ş.. [www.oyakbank.com.tr](http://www.oyakbank.com.tr)
- ÖCAL, Tezer, *Türk Banka Sistemi*, Emel Matbaacılık, Ankara, 1973
- ÖNCÜ Fatih, *ePazarlama İnternet Olanaklarıyla Ürün ve Hizmetlerin Hedef Pazara Sunulması ve Satışı*, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 2002
- ÖNER Sibel, “İşletmelerde İnternet Kullanımı ve İnternet Kullanımında Bankacılık Sektöründeki Uygulamalar”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü) , 1999
- ÖZDEMİR Fatoş, *Elektronik Ticaret 21. Yüzyıl Ticaretinin Yeni Arenası*, İzmir Ticaret Odası Yayınları, 2000

ÖZEN Ergun, “Türk Bankacılık Sektöründe Maliyet Etkinliğinin Geliştirilmesine Yönelik Önlemler”, 23.07.2003, BDDK Sunumu

Pamukbank T.A.Ş.. www.pamukbank.com.tr

PARASIZ İlker, *Modern Bankacılık Teori ve Uygulama*, İstanbul, 2000

PEKKAYA Semra, *Türk Mali Sistemi İçinde Bankacılık Sektörünün Gelişimi ve Finansal Yapının Analizi*, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Araştırma ve Planlama Müdürlüğü, 1994

SAKA Tamer, *Türk Bankacılık Sektöründe Bilgi Teknolojileri Denetimi*, TBB Yayınları No-224, İstanbul, 2001

SAVAŞ Mehmet, BABUŞÇU Şenol, AYMENGEN Yasemin, İNANÇ Candan, *Mevduat Sigorta Sistemi ve Türkiye İçin Model Önerisi*, TBB Yayın No-199 Sayı 2, “ATM Teknolojisinde Süreklilik ve Değişim”, ATM, www.activefinans.com.(05.05.2003)

SOYAK Münevver, “Yeni Ekonomi ve Yansımalar”, www.mimoza.marmara.edu.(04.05.2003)

SÖYLEMEZ S.Alev, “Yeni Ekonomi Rekabet ve Rekabet Politikaları”, *Ekonomik Yaklaşım Gazi Üniversitesi İktisat Bölümü*, S-40, s.3-7

SUNGUR Turgut, *Bankacılar İçin Banka Tekniği*, Türkiye İş Bankası Vakfı, Ankara

ŞENER Oruç Hami, *Satış Noktasından Elektronik Fon Transfer Sistemi (EFTPOS) ve Hukuki Niteliği*, TBB yayın No-219, İstanbul, 2000

TAŞKIN Uğur Serkan, “Elektronik Para”, www.insankaynaklari.com- (12.06.2003)

TEZCAN Barış, “Doğrudan Tahsilat Sistemi” , *Bankacılar*, S.41, s.67

TULGA Şahin, “E-Fiyatlama”, *Yeni Ekonomi*, Para, 2003, s.61

Turcell, “Cebinizdeki Cüzdan: CepLeÖdeCell”, www.turcell.com.tr.(12.10.2003)

Türk Telekom Dergisi, No-12, 2002, s.11

Türkiye Bankalar Birliği, *Elektronik Bankacılık ve Hukuk*, Yayın No-85

Türkiye Bankalar Birliği, “Bankalarımız”, www.tbb.gov.tr.(03.05.2002)



- Türkiye Bankalar Birliği, “Temel Bankacılık”, www.tbb.org.tr.(05.03.2003)
- Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. www.ziraat.com.tr
- Türkiye Garanti Bankası A.Ş.. www.garanti.com.tr
- Türkiye İş Bankası A.Ş.. www.isbank.com.tr
- Türkiye Sanayi ve Kalkınma Bankası, “EFT/EMKT”, www.tskb.com.(19.09.2003)
- Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.. www.vakifbank.com.tr
- TÜZMEN Kürşat, “Yeni Ekonomi, Elektronik Ticaret ve Dış Ticarete Etkileri”, *Dış Ticarete Durum*, 2001, s.12-16
- ÜNSAL Figen Benlikol, “Herkes İhanet Edebilir”, *Hürriyet Gazetesi*, 24 Kasım 1999, s.9
- W. RAHN Richard , “Para: Nihai Özelleştirme”, *Liberal Düşünce Topluluğu Dergisi*, S.14, Çeviren: Atilla Yayla, (www.liberal-dt.com-2003)
- www.bahcesehir.edu.tr
- YAKIN Mehmet, “İnternet, E-Ticaret ve İnternet Reklamcılığı”, www.ege.edu.tr. (07.08.2003)
- Yapı Kredi Bankası, “E-Ticarete Ödeme Yöntemleri”, www.ykb.com-23.06.2003)
- Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.. www.ykb.com.tr
- YAŞAR Erhan, *Present Day Trends And Issues In Turkish Banking*, Sevilla, 1992
- YAZICI Ayla, “Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu”, *Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c.XVIII, s.1-2, s.86-87
- YILMAZ Eyüp, “Plastik Kart Sistemlerinin Bankalar Arasında Ortak Kullanılması”, *Bankacılar Dergisi*, S.30
- YÖRÜK Murat Ahmet, “Elektronik Ticaret”, www.tbd.org.tr (10-09-2003)
- YÜZGÜN Arslan, *Cumhuriyet Dönemi Türk Banka Sistemi (1923-1981)*, Der Yayınevi, İstanbul, 1982
- YÜZSÜREN Saner, “Call Center’da Yeni Yaklaşımlar”, *Dijital Teknoloji Yönetim*, 2002 ,Yıl-2, S.1, s.22

