

Türk Bankacılık Sektöründe Penetrasyon; İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Ürünlerindeki Penetrasyonun Analizi ¹

Asuman ERBEN YAVUZ

Ankara, Türkiye

asumanerbenyavuz@gmail.com

Şenol BABUŞCU

Başkent Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi, Ankara, Türkiye

babuscu@baskent.edu.tr

Kabul Edilme Tarihi:
15.03.2018

Özet

Tasarruf sahipleri ile kaynak gereksinimi olanlar arasında transfer işlemlerini sağlayan finansal sistemler içerisinde bankacılık sektörü ilk sırada yer almaktadır. Bilgi çağı ile birlikte bankacılık sektörü de diğer tüm alanlarda yaşanan büyük değişimin etkisi altında kalmış, yeni teknolojiler geleneksel bankacılık yöntemlerini yapısal anlamda etkilemiştir. Bilgisayar teknolojilerinin kullanımı ile başlayan süreç, internet teknolojilerinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak bankaları, internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarına yöneltmiştir. Artık dünyada şubesiz bankacılık uygulamaları başlamıştır. Bu bağlamda, Türkiye'deki bankacılık sektörünün internet bankacılığı ve mobil bankacılık ürünlerini ne düzeyde kullandıkları ve müşterilerin bu ürünlere olan ilgisi önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu çalışmanın temel amacı, internet bankacılığı ve mobil bankacılık ürünlerindeki penetrasyonun güncel durumunu belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda 2011-2016 yılları arası bankaların internet bankacılığı ve mobil bankacılık ürünlerinin kullanım adet ve hacimleri derlenmiş, elde edilen veriler doğrultusunda gelişmeler yorumlanmıştır. Belirlenen yıllar arası internet bankacılığı ve mobil bankacılık için ayrı ayrı para transferleri, ödemeler, kredi kartı işlemleri ve diğer finansal işlemlere yönelik verilerin incelenmesi sonucunda, internet ve mobil bankacılık uygulamalarını kullananların oranının her geçen yıl büyük oranlarda artış gösterdiği tespit edilmiştir. Bu artışın önemli nedenlerin başında bankalar açısından ciddi oranda maliyet giderlerin düşmesi, müşteriler açısından ise öncelikli zaman tasarrufu olmak üzere internetin olduğu her yerden ve her zaman gerekli bankacılık işlemlerini daha ucuz ve hızlı yoldan yapabileme gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Bankacılık penetrasyonu, Kayıt dışı ekonomi, İnternet bankacılığı, Mobil bankacılık, Dijital bankacılık.

A Banking Survey to Determine the Most Effective Recovery Strategies to Prevent Customer Losses

Abstract

Today's banking sector has undergone tremendous and serious transformations since its first appearance on history pages. The most important function of the banking sector in the economy is to bring together business owners with financial resources, in other words capital and entrepreneurs. This provides great benefits to the economies of the countries in which they are located. Another function that is important in the macroeconomic dimension is the transfer of funds to the financial system to the sectors and sectors that will most support economic development. Another area benefiting from the activities of the banking sector is the struggle with the informal economy. The existence and size of the



¹ Bu çalışma Başkent Üniversitesi SBE Bankacılık ve Finans Yüksek Lisans Programında yapılan tez çalışmasından üretilmiştir.

informal economy is closely related to the state's taxation system, which is the source of income. For this reason, the existence of informal economic activities has a great influence on the development of the country.

Over time, the banking sector has undergone major changes in order to be able to serve its customers better and to be more easily accessible. Today's world banking is now active in virtual branches and 24-hour call centers. It is understood from the sudden rise of the data in the tables in the last part of the study that the Turkish banking sector can keep up with these innovations that have spread rapidly in the global world. Banks that have an effective role in all aspects of the economy have developed their systems so rapidly in our country that it is promising for the development and sustainability of the economy.

Keywords: Banking, Banking penetration, Informal economy, Internet banking, Mobile banking.

Finansal sistemler, kaynak gereksinimi olanlar ile tasarruf sahipleri arasında kaynak transferini sağlayan sistemlerdir.

Bankacılık sektörü, en genel anlamda, fon ödünç veren kişi veya kuruluşlar ile ödünç alan kişi veya kuruluşlar arasındaki bağlantıyı sağlayan, finansal alanda fonları biriktirenlerden alarak yatırım veya tüketim için ihtiyaç duyanlara aktaran en kapsamlı mali aracı sektördür.

Bankacılık sektörü kayıt dışı ekonomi ile mücadele açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle bilhassa son yirmi beş, otuz yıldır iktisatçıların ve hükümetlerin ilgi odağı haline gelmiştir.

Diğer taraftan ülke ekonomilerinde en önemli aktörlerin başlarında yer alan bankalar, bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerden en fazla etkilenen kurumlar arasında yer almaktadır. İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte alternatif dağıtım kanalları ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu bağlamda finansal ürünler de çağa ayak uydurabilmek için dijitalleşmeye başlamıştır. Elektronik para (*bit coin*), elektronik cüzdan (*digital wallet, e-cüzdan*) gibi uygulamalar devreye girmeye başlamıştır.

Bu çalışmada Türk bankacılık sektöründe internet bankacılığı ve mobil bankacılık ürünleri ele alınmakta, son yıllarda bu ürünlerin bankacılık sistemine ne düzeyde dahil olduğu incelenmektedir.

1. Hizmet Telafisi ve Telafi Stratejileri

Hizmet hatalarının engellenemez olması, bu hataların olumsuz sonuçlarını asgari düzeye indirebilmek için hizmet telafisi kavramını ortaya çıkarmıştır. Hizmet telafisi 1970' lerin öncesinden, 1980' lerin başına kadar bilgisayar ve iletişim kesintilerinin üstesinden gelme ya da doğal felaketler kaynaklı hataları onarma amacını taşımaktayken (Andreasen ve Best, 1977), 1970' lerin sonu ve bu dönemi takip eden on yılda ise müşteri sadakati ve olumlu kulaktan kulağa pazarlama davranışı yaratma gibi uzun dönemli telafi yararlarını da amaçlayan bir kavrama dönüşmüştür (Brown, Cowles ve Tuten, 1996, s. 34). Literatür incelendiğinde hizmet telafisine ilişkin ilk tanımının Bell ve Zemke (1987)

tarafından “müşteri ihtiyaç ve beklentilerini tanımlamak ve karşılamak yoluyla yapılan yönlendirmenin bir bölümüdür” şeklinde yapıldığı görülmektedir. Hart, Heslett ve Sasser (1990) çalışmalarında hizmet telafisini “ hizmet sağlayıcının hizmet hatası gibi başarısız hizmet kalitesine karşı bir yanıtı” olarak değerlendirmesinin ardından, hizmet telafisi kavramı mevcut sistemi değiştirme ve geliştirme amaçlı bir strateji olarak benimsenmiş ve bugünkü bakış açısına kavuşmuştur. Buradan yola çıkarak hizmet telafisi; müşteri kayıplarını engellemek adına yaşanan hatadan ötürü tatminsiz olan müşteriye kaliteli bir deneyim yaşatmak ve yeniden tatmin duruma ulaştırmak için, işletme tarafından müşteri beklentileri dikkate alınarak, sarf edilen çabalar olarak tanımlanabilir.

Literatürde hizmet telafi stratejileri, araştırmacılar tarafından farklı yaklaşımlarla incelenmiş olmakla birlikte bu çalışma kapsamında telafi stratejileri iki bölümde incelenecektir. Birinci bölüm literatürde en sık kullanılan ve pek çok araştırmada ortak yapı halinde kullanılan stratejilerden, ikinci bölüm ise literatürde daha az incelemeye konu olmuş stratejilerden oluşmaktadır.

1.1. Çekirdek telafi stratejileri

Yurttadur ve Süzen (2016) tarafından yapılan “Türkiye’de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama” adlı çalışmada internetin yaygın olarak kullanılmasının bankacılık sektörünü önemli ölçüde etkilediği belirtilerek Türkiye’de internet bankacılığının kullanımına yönelik bir takım analizler yapılmıştır. Yazarlara göre internet bankacılığının bankalar açısından müşteri odaklılığını artırmak, maliyetleri düşürmek, ürün yenilik ve çeşitliliklerini artırmak, daha kolay ve hızlı pazarlama olanaklarından yararlanmak, banka-müşteri iletişimi artırmak, coğrafi bölge ve zaman sınırlaması olmaksızın hizmet sunmak, şube-personel-kira gibi masrafları düşürmek gibi önemli avantajları vardır. Bu avantajlardan dolayı bankalar, müşterilerini internet ve mobil bankacılık uygulamalarına daha fazla yönlendirmekte, bunun sonucu da her geçen gün dijital bankacılık uygulamaları günlük yaşama daha fazla girmektedir.

İnan, Nakıboğlu ve Südaş (2016) tarafından yapılan “İnternet Bankacılığına İlişkin Tüketici Tutumlarını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Bir Pilot Uygulama” adlı çalışmada teknolojik gelişmelerin bütün işletmelere var olan hizmetlerini self-servis araçlar ile sunma olanağı sağladığı belirtilmiş, bankacılık açısından da birçok bankacılık hizmetinin müşteriler tarafından self-servis yöntemiyle karşılanabileceği internet bankacılığı uygulamalarının yaygınlaştığı vurgulanmıştır. Çalışmada müşterilerin internet bankacılığı kullanma niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırmanın sonuçlarına göre internet bankacılığının algılanan faydası bu hizmete yönelik tutumu, tutum ise gelecekte hizmeti kullanma niyetini olumlu yönde etkilemektedir. İnternet bankacılığını kullanmaya başlama önünde olumsuz bir faktör olarak da insanların etkileşim

ihtiyacının artması gösterilmiştir. Buna karşılık zaman ve şubeye gitmeden bankacılık işlemlerini yapabileceği gibi faktörler, insanları şubesiz bankacılık hizmetlerini daha fazla kullanmaya yönlendiren etkenler olarak bulgulanmıştır.

Malaquias ve Hwang (2016) tarafından yapılan “An Empirical Study on Trust in Mobile Banking: A Developing Country Perspective” adlı çalışmada mobil bankacılığın benimsenmesinde ve kullanılmasında güven faktörünün önemli olduğu ileri sürülmektedir. Mobil bankacılık teknolojisinin insanların yaşam kalitesini iyileştirdiği, bankalara verimlilik kazandırdığı, bu nedenle daha yaygın kullanıma kavuşabilmesi için güvenin artırılabilmesi için güveni belirleyen faktörlerin ortaya çıkartılabilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda mobil bankacılık hizmetlerine yönelik güvenin oluşturulması ve mobil bankacılığın benimsenmesini teşvik için bilgi asimetrisinin azaltılması gerekliliği vurgulanmaktadır.

Kara ve Hacıhasanoğlu (2015) tarafından yapılan “Bankacılıkta Mobil Pazarlama ve Tüketici Satın Alma Kararı Üzerine Etkisi: Yozgat Örneği” adlı çalışmada bankaların mobil iletişim teknolojilerindeki hızlı değişime ayak uydurarak pazarlama stratejilerini bu alana doğru çevirdikleri belirtilmektedir. Çalışmada mobil kanallara bankaların gittikçe daha fazla önem vermeye başladıklarını vurgulanmakta, buna karşılık yaptıkları araştırma sonucunda insanların bankaların mobil reklamlarına olumsuz şekilde baktıkları sonucuna ulaştıkları ortaya çıkmaktadır. Tüketiciler bankaların mobil reklamlarından etkilenmedikleri gibi bu reklamlarda rahatsızlık duyduklarını da belirtmektedirler. Bu bağlamda mobil bankacılık ürünlerinin tanıtımı ile ilgili önemli sorunlar yaşandığı söylenebilir.

Shaikh ve Karjaluo (2015) tarafından yapılan “Mobile Banking Adoption: A Literature Review” adlı çalışmada e-ticaretin küresel ticaret ortamında önemli bir aktör olmasından dolayı mobil bilgi işlem ve mobil ticaret uygulamalarında yoğunlaşmanın başladığı belirtilmekte, m-bankacılık olarak tanımlanan mobil bankacılığın bu noktada önemli bir dağıtım kanalı olarak ortaya çıktığı tespiti yapılmaktadır. Mobil bankacılığın kabul edilirliliği ile ilgili literatürde muhtelif farklılıkların vurgulandığı, genel olarak ise m-bankacılığa tüketicinin adaptasyonunun teknolojiyi kabulüne dayandırıldığı görülmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki m-bankacılık hizmetlerini kullanan tüketiciler üzerinde yapılan araştırmalar, adaptasyonun tüketicilerin yaşam tarzları ve eğilimleri doğrultusunda algıladıkları fayda ile doğru orantılı arttığını göstermektedir.

Boor, Oliveira ve Veloso (2014) tarafından yapılan “Users as Innovators In Developing Countries: The Global Sources of Innovation and Diffusion in Mobile Banking Services” adlı çalışmada mobil bankacılık ürünlerinde yapılan yeniliklerin %85’inin gelişmekte olan ülkeler tarafından uygulamaya konulduğu tespiti yapılmaktadır. Araştırmacıların GSM Birliğinden elde ettikleri mobil finansal hizmetler listesi üzerinden yaptıkları çalışma sonrasında mobil finansal hizmetlerin

%50'sinden fazlasının kullanıcıların önceliği doğrultusunda geliştirildiği, başka bir ifade ile bunlara kullanıcıların öncülük ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu yeniliklerin gelişmekte olan ülkelerde meydana gelmesine yönelik başlıca faktörler olarak bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimin artması, esnek platformların ortaya çıkması gösterilmiştir. Ayrıca OECD dışı ülkelerde uygulamaya konulan mobil finansal uygulamaların dörtte üçünün OECD ülkelerinde yaygın olarak kullanıldığı tespit edilmiş, buradan hareketle yeniliklerin küresel anlamda anlamlı olduğu bulgulanmıştır.

Aytar, Yeğen ve Erdemir (2012) tarafından hazırlanan "Elektronik Şube ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri" adlı bildiri bankacılık sektöründe bilgi teknolojilerinin kullanımı ile birlikte bankacılık uygulamalarında önemli bir açılım yaşandığı, özellikle genç nüfusun bilişim teknolojilerine yatkınlığının sektördeki gelişmelere hız kazandırdığı vurgulanmaktadır. Bankacılık sektöründe bilgi teknolojilerinin kullanımı kullanıcılara hız, güvenlik, etkinlik ve maliyet gibi avantajlar yaratmakta, müşteri memnuniyeti de önemli düzeyde artış göstermektedir. 2012 yılında Türkiye Bankalar Birliğinin verilerine göre 25 banka elektronik bankacılık hizmeti sunmaktadır. Yazarlar, şubeler aracılığı ile yapılan işlemlerin internet bankacılığına aktarılması ile sektörün önemli bir komisyon gelirine kavuştuğunu da belirtmekte, teknoloji kullanımının artması ile birlikte şube iş yüklerinin de azaldığını vurgulamaktadırlar.

Eroğlu ve Yücel (2012) tarafından yapılan "Türkiye'deki Kurumsal Banka müşterilerinin İnternet Bankacılığı Kullanım Eğilimlerini Belirleyen Başlıca Faktörler Üzerine Ampirik bir Çalışma" adlı makalede Türkiye'deki bankacılık işlemlerinin şubede gerçekleşmesi durumunda 2.1 USD olan maliyetin İnternet Bankacılığı ile yapılması durumunda 0.1 USD'ye, Mobil Bankacılık uygulamalarında ise 0.02 USD'ye kadar indirilebildiği belirtilmektedir. Ayrıca İnternet ve mobil bankacılık hizmetleri ile çeşitlilik yaratılabildiği, işlemlerin daha hızlı gerçekleştirilebildiği vurgulanmaktadır. Kurumsal firmaların da özellikle işlem hızlılığı açısından internet ve mobil bankacılık uygulamalarını tercih ediyor olmaları, bu alandaki ürünlerin her geçen gün daha fazla kullanılmasına yol açmaktadır.

Akın ve Karaboğa (2011) tarafından yapılan "Bireysel Müşterilerin Şubesiz Bankacılık Hizmetlerini Kullanma Kararına Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Bilecik Örneği" adlı çalışmada bireysel banka müşterilerinin şubesiz bankacılık hizmetlerini kullanma kararlarını etkileyen faktörleri belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırma sonucunda bireysel müşterilerin özellikle şubesiz bankacılığı çok fazla güvenilir bulmadıklarından dolayı kullanmaya geçmedikleri tespiti yapılmıştır. Bu çalışma, güvenlik konusunun banka müşterileri açısından birincil öncelikli konu olarak görüldüğünü ortaya koyması açısından önemlidir. Şubesiz bankacılık olarak da tanımlanan internet bankacılığı ve mobil bankacılık gibi

hizmetlerin daha fazla yaygınlaşabilmesi, sistemin güvenilirliği konusunda bankaların ikna edicilikleri ile doğru orantılı görülmektedir.

Pala ve Kartal (2010) tarafından yapılan “Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma” adlı çalışmada internet bankacılığı müşterilerinin beklenenden daha az olduğu öne sürülmekte bunun nedenleri araştırılmaktadır. Araştırmada internet bankacılığı kullanan insanların öncelikli olarak zaman kazanma, kolaylık ve güvenlik gibi konulara önem verdiği tespit edilmiştir. Ayrıca internet bankacılığına yönelik kullanıcı tercihlerinin işlem çeşitliliği, kullanım ve öğrenme kolaylığı, bankanın internet sayfasının yeterliliği, güvenlik, ödeme ve finansal işlemler boyutlarına göre şekillendiği ortaya konulmuştur.

2. Türkiye’de Bankacılık Sektörü Ve Ekonomiye Etkileri

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

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

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

Bankacılık Türü	Banka Sayıları
Mevduat Bankaları	33
Kalkınma ve Yatırım Bankaları	13
Katılım Bankası	5
Toplam	51

Bankacılık Türü	Şube Sayıları	Personel Sayıları
Kamu	3833	63
Yerli Özel	4122	74
Yabancı	3750	71
Toplam	11705	21

Kaynak: BDDK, 2017

Mevduat bankacılığı tasarrufların toplanarak borç verme, yatırım yapma ve para transferi gibi cari hesapların tutulması işlemlerinin yapıldığı bankacılık türüdür. Kalkınma ve yatırım bankacılığı ise gelişmekte olan ülkelerdeki sermaye yetersizliğini gidermek ve piyasanın ihtiyaç duyduğu finansmanı sağlayan bankacılık türüdür (Gündoğdu ve Aksu, 2011:245).

Bankacılık sektörü tarafından yürütülen finansal faaliyetler, ülke üretimin artmasına, ekonomik gelişime ve refah düzeyinin yükselmesine destek olmaktadır. Mali aracılık işlevi yapan bankalar, finansal alanda fon arz ve talepleri oluşturmakta, ekonomik piyasa hacmini genişleterek milli gelir düzeyini ve istihdam oranlarını olumlu yönde etkilemektedir. Makroekonomik boyutta bakıldığında, finansal sisteme kazandırılan fonların, ülke ekonomisinde kalkınma sağlayacak alan ve sektörlerle aktarımını sağlamaları, ekonomi üzerinde oldukça önemli bir etki oluşturmaktadır. Ayrıca hükümetler tarafından uygulamaya konulan ekonomi politikaların etkili olma düzeyinde, uluslararası ekonomik bağlantılar kurulması ve geliştirilmesinde bankacılık sektörü önemli roller üstlenmektedir (Savram ve Karakoç, 2012: 328).

Bankacılık sektörü, kayıt dışı ekonomiyi kayıt altına alabilme konusunda da görev yapmaktadır. Kayıt dışı ekonomi, devletin bilgisi ve kontrolü dışında gerçekleşen, bir kısmı legal olmak üzere özellikle illegal ekonomik faaliyetleri içermektedir (Erkuş ve Karagöz, 2009: 127). Faturalandırılmayan alışverişler, adil olmayan muafiyetler, sübvansiyon veya indirimler, vergi kaçakçılığı, sigortasız işçi çalıştırılması, kayıt dışı ikinci bir işte çalışmak, uyuşturucu vb. yasadışı mal satışı, belgelendirilmeyen yardımlaşma gelirleri gibi birçok faaliyet, kayıt dışı ekonomiyi oluşturmaktadır (Selman, 2007: 4). Kayıt dışı ekonomi, kamu otoritelerinin kontrolü dışında gerçekleştirilen ekonomik işlemler ve faaliyetler olarak da tanımlanabilir (Karaarslan, 2010: 6).

Kayıt dışı ekonomiyi oluşturan başlıca faktörler yasadışı yeraltı ekonomisi, yarı kayıtlı ekonomi, yasal yükümlülüklerden kaçınılması ve gelirlerin kanunlara aykırı şekilde kayıt altına alınmamasıdır. Bu faktörlerin ortak özelliği, gelir sağlayıcıların bu gelirin tamamını veya bir kısmını kayıt altına almaması, gerçek gelir üzerinden vergi mükellefiyetinin yerine getirilmiyor olmasıdır.

Sarılı (2002: 38) Türkiye'deki kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin yaygınlaşmasında spekülasyon gelirlerinin yoğun olmasının, gelir dağılımındaki adaletsizliğin ve bir takım ekonomik faaliyetlerin denetlenemez olmasının önemli olduğunu belirtmektedir. Tarımsal alanda olduğu gibi bazı ekonomik faaliyetlerin nitelik yönünden kayıt altına alınabilmesi de kolay olmamaktadır. Bunun sonucunda bu tarz alanların ürettikleri hammaddeyi kullanarak ekonomik faaliyet gösteren sektörlerde de eksik belgelendirme nedeniyle kayıt dışı ekonomi oranı yükselmektedir. Türkiye'de özellikle tekstil sektöründe kayıt dışılığın oldukça büyük boyutta olduğu söylenebilmektedir (Sarılı, 2002: 38).

Kayıt dışı ekonomik faaliyetlere yönelik mücadelede bankalar, ön planda yer alan kurumlardır. Kazanılma sürecinde kayıt altına alınamayan finansal unsurlar, harcanma sürecinde bankacılık hizmetlerinden yararlanan kişi ve kuruluşlar tarafından kolaylıkla kayıt altına alınabilmektedir. Her bir finansal hareketliliğe yönelik verilerin detaylı bir biçimde işlendiği bankacılık sektörü, kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin boyutunu ve yönelimini saptamak adına önemli bir bilgi kaynağıdır. Bankalar aracılığıyla elde edilen veriler doğrultusunda

gerçekleştirilecek denetimlerden oldukça verimli sonuçlar alınabilmektedir.

Finansal etkinliklerin kayıt altına alınmasının yanı sıra, gelişmiş bir bankacılık sektörü, girişimcilere düşük oranlarla uzun vadeli krediler sağlayarak ihtiyaç duydukları sermayenin büyük bir kısmını karşılayabilmekte, dolayısıyla girişimcilerin kayıt dışı ekonomiye yönelme oranlarını düşürebilmektedir. Ayrıca teşviklerden yararlanan girişimcilerin, kredi aldıkları bankayla iş yaşamları boyunca çalışmalarını sağlanabilmekte, bu yolla işletme tarafından yapılan her türlü ticari faaliyet kayıt altında tutulabilmektedir. Bu teşvikler ülke ekonomisini canlandırırken girişimciye güven sağlamakta, dolayısıyla yeni girişimlerin ve gelişmiş sektörlerin kapısını açmaktadır.

3. Dünyada Ve Türkiye’de Dijital Bankacılık Uygulamaları

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

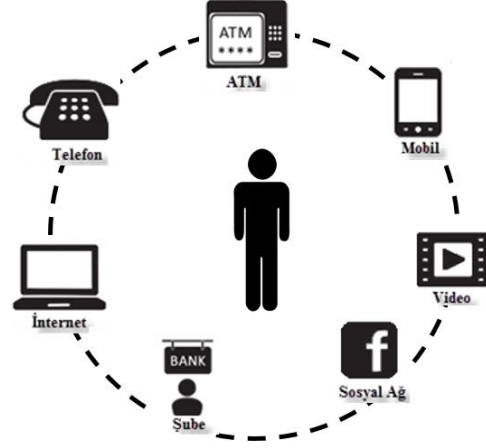
Pickens vd. (2009) tarafından 2020 yılında şubesiz bankacılık senaryolarının oluşturulduğu çalışmada, şubesiz bankacılık hizmetlerinin gerçek durumuna yönelik aşağıdaki tespitler yapılmaktadır:

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

Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve internet kullanımının yaygınlaşması, birçok alanda olduğu gibi bankacılık sektöründe de yaşamsal değişikliklere yol açmıştır. Geleneksel satış kanalı olarak şubeler üzerinden müşterilere ulaşan bankalar, bilgi teknolojilerini kullanarak alternatif dağıtım kanallarına doğru yönelmişlerdir. Kredi kartlarının kullanılmaya, ATM’ler aracılığı ile personelsiz bankacılık hizmetlerinin verilmeye başlanması, pos cihazları aracılığıyla ödeme noktalarında doğrudan tahsilat yapılması, telefon

bankacılığı ve internet bankacılığı uygulamalarına geçilmesi gibi birçok yeni dağıtım kanalı hizmete girmiştir (Şekil 1). Akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte dijital bankacılık uygulamaları her geçen gün kullanıcı sayısını artırmaktadır.

Şekil 1. Bankacılıkta Alternatif Hizmet Dağıtım Kanalları



Kaynak: Javelin, 2013

Alternatif hizmet dağıtım kanalları, bankaların müşterilerine sundukları mal ve hizmetlerin çeşidini artırmakta, işlem maliyetlerini düşürmekte ve banka kârlılığını artırmaktadır. Bunların dışında müşteriye doğrudan ulaşım sağlayarak bireysel ürün satış ve pazarlama olanaklarını artırmakta, daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilmelerini sağlamakta, müşteri geribildirimlerinin anında alınabilmesine ve hizmet kalitesinin artırılabilmesine olanak sağlamaktadır. İnternet ve mobil bankacılık hizmetleri, şubelerin yoğunluğunu da düşürmekte, şubeler asli faaliyetleri için daha fazla ve etkin zaman kullanabilmektedir (Coşkun, 2012:33-34).

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

2017 yılının Ocak ayı itibarı dünya nüfusunun %50,5'inin internet kullanıcısı olduğunu (3 milyar 773 milyon), %37,3'ünün sosyal medyayı aktif olarak kullandığını (2 milyar 789 milyon) göstermektedir. Mobil telefon kullananların oranı %65,8'dir ve bu kişilerin yarısından fazlası telefonları üzerinden aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır (Wearesocial, 2017). Bu oranlar dünyanın dijital dünyaya dönüştüğünü, bankacılık sektörünün de bunun dışında kalamayacağını göstermesi adına önemlidir. Bankalar, şubesiz bankacılık aracılığı ile interneti aktif kullanan insanları müşterileri

arasına katabilmek üzere teknoloji yatırımlarına büyük önem vermektedir.

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

- *Verinin Paraya Dönüştürülmesi:* Bankaların sahip oldukları verileri nakde dönüştürmesi uygulamasıdır.
- *Sosyal Değer Zinciri Oluşturulması:* İnternet ve sosyal medya kullanıcılarının dünya genelinde artması, bankaların müşterilerine daha kolay ulaşabilmesini de sağlamaktadır.
- *Robot Servis Elemanları:* Gelişen teknoloji ile birlikte, rutin hizmetlerde robotlar kullanılmaya başlanmıştır.
- *Nesnelerin Bankacılığı:* Haberleşme ve iletişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak farklı bankacılık uygulamaları geliştiren bankalar, müşteri bilgilendirme sistemlerini daha çarpıcı hale getirebilmektedirler. US Bank, banka hesaplarında oluşan bir değişiklikte evin ışıklarının kapatılıp açılması ile uyarma hizmetini başlatmıştır.
- *Her Şeyi Kapsayan Hizmetler Sunulması:* Müşteri memnuniyetini artırarak bağlılığı yükseltme hedefinde olan bankalar, teknolojinin olanaklarını müşteri ile ilgili bilgileri analiz ederek kullanmaya başlamışlardır.
- *Değişik Ödeme Yöntemleri:* Teknolojik gelişmelere bağlı olarak bankacılık sistemi de farklı ödeme yöntemleri geliştirmektedir. Sanal para kullanımı bunun en iyi örneğidir. Ayrıca temassız bilezikler, biyometrik takip sistemleri, teknolojik giysiler farklı ödeme yöntemlerine örnek olarak sayılabilir.
- *Etkileşimli İşlemler:* Geliştirilen mobil uygulamalar ile müşterinin cep telefonu aracılığı ile anında bilgilendirilebilmesi sağlanabilmektedir.
- *KOBİ Destekleri:* Riskli yapılarından dolayı bankaların dikkatli yaklaştıkları KOBİ'lere dijital uygulamalar aracılığı ile daha güvenli yaklaşımlar oluşturulabilmektedir.
- *Her Zaman Erişilebilir Olunması:* Çağdaş bankacılıkta müşterinin her an bankacılık hizmeti alabilmesinin sağlanması gerekmektedir.
- *Kişiyeye Özel Olması:* Programlama arayüzlerindeki gelişmeler, kullanıcıların uygulamaların arayüzlerini kendi istedikleri şekilde değiştirebilmelerine olanak sağlamaktadır. Bankacılık sistemlerinde kullanılan uygulamalar da, kullanıcı tarafından değiştirilebilir arayüzlere sahip olmaya başlamıştır.

3.1. İnternet Bankacılığı

Alternatif hizmet dağıtım kanallarının en aktif kullanılanlarından birisi olan internet bankacılığının ilk olarak Amerika’da 1995 yılında kullanıldığı bilinmektedir. 1998 yılında İsveç’te internet bankacılığı müşteri sayısının 549 bin olarak hesaplanmış olması, internet bankacılığının gelişim hızı ile ilgili bilgi vermektedir. İnternet bankacılığında kullanıcının ortalama internet kullanma becerisine sahip olması yeterli görülmektedir (Centeno, 2004:296).

Bankacılık işlemlerinin internet aracılığıyla yapılması olarak tanımlanan internet bankacılığı, bankacılık faaliyeti yürütmek için dağıtım kanalı olarak interneti kullanmaktadır. İnternet bankacılığı ile müşteriler para transferlerini, vergi ve fatura ödemelerini, hesap takiplerini, finansal araçlar üzerindeki satın alma ve satma gibi işlemlerini bankanın internet sayfaları üzerinden kolaylıkla yapabilmektedir. Coğrafi sınırların ortadan kalkması, bankalar açısından operasyonel işlemlerin ve maliyetlerin azalması, müşteriler açısından şubeye gitmeye gerek kalmadan neredeyse banka şubesinde yapabileceği her türlü işlemi çevrimiçi olarak gerçekleştirebilmesi internet bankacılığının gelişmesini ve kullanımının artmasını beraberinde getirmiştir (Armağan ve Temel, 2016). Bankacılık hizmetleri vermek ve yeni ürünleri tanıtmak açısından internet bankacılığı, maliyetleri önemli oranda düşürmektedir. Ayrıca müşterilerin bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere şubeye gitmek zorunda kalmamaları, şubelerin yoğunluğunu düşürmekte, şube ve çalışan sayılarının düşürülmesi de bankaya maliyetler açısından tasarruf sağlamaktadır (Karjaluooto vd., 2004:1).

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

- Bankacılık işlemlerini hızlı ve kesintisiz şekilde, şubeye gitmeden ve sıra beklemeden yapabilmek,
- Birçok bankacılık işlemi görerek ve seçerek yapabilmek,
- Detaylı rapor ve bilgi alabilmek,
- Bankacılık işlemlerini çok daha ucuza yapabilmek,
- İşlemlerin banka personeli tarafından dahi görülememesi nedeniyle, gizli ve güvenli bankacılık hizmeti alabilmek.

Uzun ve Berberoğlu (2017: 51) 2007-2016 yılları arası 26 bankanın internet bankacılığı faaliyetlerini inceledikleri çalışmada, internet bankacılığı aktif kullanıcı sayısı ve işlem hacminin, bankaların toplam gelirlerinde olumlu bir etki oluşturduğunu tespit etmişlerdir.

3.2. Mobil Bankacılık

Bankacılık ve finans sektörü Türkiye’de teknolojik yatırım alanında en öncü sektörlerin başında gelmektedir. Bankaların yapmış olduğu bu teknolojik yatırımların sonucunda müşterilere inovatif hizmet sunma

imkânı doğmuş olmaktadır. Önce internet bankacılığıyla dijital ortama aktarılan şubesiz bankacılık anlayışı, mobil cihazların kullanımının yaygınlaşmasıyla da, dijital kullanım artmasına yol açmaktadır.

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

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

İnternet bankacılığında gerekli olan bir bilgisayar ve internet bağlantısı iken, mobil bankacılığının ihtiyaç duyduğu tek şey, internet bağlantılı olan cep telefonu cihazıdır. İster kablosuz interneti olan alanlardan ister telefona takılı GSM hattının kendi internetinden, ihtiyaç duyulan tüm bankacılık işlemleri o an yapılabilmektedir. Kısacası, internet bankacılığı ve bankaların cep şubesi uygulamaları, günlük hayatı oldukça kolaylaştıran parasal işlemleri gerçekleştirmede çok iyi birer yardımcıdır. Teknoloji ve iletişim çağının hızı düşünüldüğünde, gelecek yıllarda çok başka özellikler ile de bankacılık sektöründe yenilikler görülebileceği açıktır.

4. İnternet Bankacılığı Ve Mobil Bankacılık Penetrasyonu Üzerine İnceleme

Bu çalışma, son yıllarda sayısı önemli oranda artan internet ve akıllı telefon kullanıcılarının internet bankacılığı ve mobil bankacılık penetrasyonunu incelemeyi ve analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye Bankalar Birliği başta olmak üzere resmi kurum ve bankalardan gerekli veriler toplanarak analiz edilmiştir. Bu bölümde elde edilen bulgulara yer verilmektedir.

4.1. Türkiye’de 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanan Müşteri Analizi

Çalışmada Türkiye Bankalar Birliği (TBB) tarafından yayınlanan internet bankacılığı istatistikleri raporlarından yararlanılmıştır. TBB’ye üye 26 bankanın 2008-2016 yılları arasındaki yılsonu verileri (Tablo 2) kullanılmıştır.

Tablo 2. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanan Müşteri Sayısı

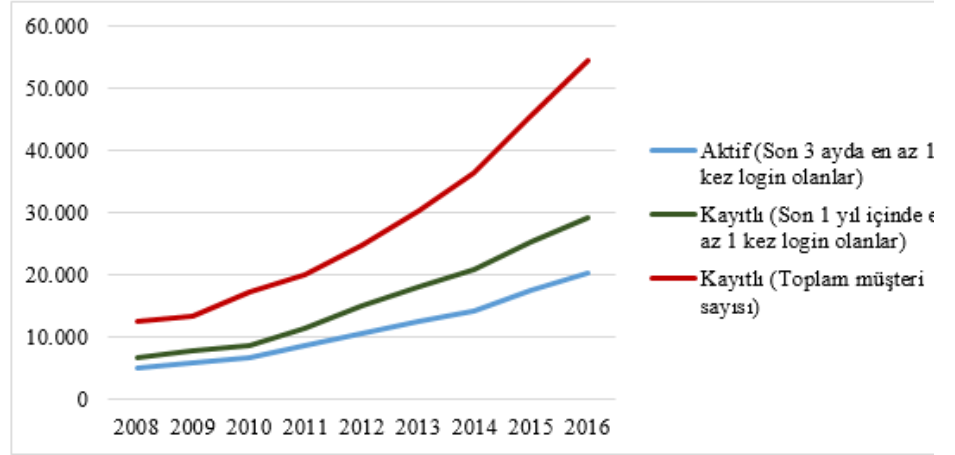
36

	Aralık 2008	Aralık 2009	Aralık 2010	Aralık 2011	Aralık 2012	Aralık 2013	Aralık 2014	Aralık 2015
Bireysel Müşteri Sayısı (x1000)								
Aktif (A)	4.613	5.343	6.038	7.802	9.629	11.422	13.181	16.169
Kayıtlı (B)	11.222	11.959	15.608	18.105	22.610	28.190	34.047	42.916
Kayıtlı (C)	5.946	7.012	7.914	10.389	13.883	16.824	19.614	23.899
(A)/(B) oranı (%)	41	45	39	43	43	41	39	38
Kurumsal Müşteri Sayısı (x1000)								
Aktif (A)	555	605	655	803	922	1.013	1.133	1.250
Kayıtlı (B)	1.358	1.402	1.614	1.892	2.192	2.234	2.323	2.765
Kayıtlı (C)	687	684	813	968	1.131	1.217	1.399	1.547
(A)/(B) oranı (%)	41	43	41	42	42	45	49	45
Toplam Müşteri Sayısı (x1000)								
Aktif (A)	5.169	5.948	6.693	8.606	10.551	12.435	14.315	17.420
Kayıtlı (B)	12.580	13.361	17.222	19.998	24.803	30.424	36.371	45.682
Kayıtlı (C)	6.634	7.697	8.788	11.357	15.015	18.041	21.014	25.447
(A)/(B) oranı (%)	41	45	39	43	43	41	39	38

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (TBB) 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir.

Tablo 2’de Aktif (A), internet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıt olan ve son üç ay içinde en az bir işlem yapmış olan (login olması yeterli) müşterileri göstermektedir. Kayıtlı (B), internet bankacılığı kullanmak üzere toplam kayıtlı müşteri sayısını gösterirken Kayıtlı (C) ise sisteme bir yıl içinde en az bir kez girmiş olan müşteri sayısını göstermektedir. Toplam müşteri sayıları üzerinden yıllara sari artış durumu Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2. 2008-2016 Yılları Arası İnternet Bankacılığı Kullanan Müşteri Artışı



Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (TBB) 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir.

2008 yılında 5.169.000 internet bankacılığını aktif kullanan müşteri sayısı 2016 yılında %394,6 artışla 20.398.000'e çıkmıştır. Kayıtlı toplam müşteri sayısı açısından bakıldığında 2008 yılında 12.580.000 müşteri sayısı, 2016 yılında %432,3 artmış ve 54.383.000'a ulaşmıştır. Bu sonuçlar, bankaların internet bankacılığı kullanan müşteri sayılarının son yıllarda önemli oranda arttığını göstermektedir.

31.12.2016 tarihi itibarıyla Türkiye'de ikamet eden nüfus sayısı 79.814.871 kişidir. Toplam nüfusun 54.237.586 kişisi 15-64 yaş arasındadır (TÜİK, 2017). İnternet bankacılığı kullanan kişi sayısı bu yaş aralığındaki kişi sayısına oranlandığında %37'ye varan internet bankacılığı penetrasyonu olduğunu göstermektedir. Önümüzdeki dönemlerde bu oranın artması tahmin edilmektedir.

4.2. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Yatırım İşlemleri

Bankaların müşterilerine internet bankacılığı yolu ile sağladığı ve en fazla kullanım oranına sahip ürünlerinden yatırım işlemleri, yıllar itibarı ile Tablo 3'de incelenmiştir.

Tablo 3. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Yatırım İşlemleri

		Yatırım Fonları	Döviz İşlemleri	Vadeli Hesaplar	Hisse Senedi	Repo İşlemleri	Tahvil ve Bono	Altın
Aralık 2008	Adet (Bin)	3.811	2.159	364	2.093	176	233	63
	Hacim (Milyon)	17.594	14.754	5.506	5.847	5.596	2.378	132
Aralık 2009	Adet (Bin)	3.859	2.046	407	4.637	127	125	85
	Hacim (Milyon)	20.447	15.954	6.647	18.436	4.409	1.259	291
Aralık 2010	Adet (Bin)	2.670	2.225	527	3.846	134*	81	68
	Hacim (Milyon)	18.492	14.701	11.859	22.463	4.832*	995	161
Aralık	Adet (Bin)	2.483	2.382	591	4.957	116	95	478

2011	Hacim (Milyon)	21.002	24.169	14.908	17.686	4.234	1.235	2.769	3.920
Aralık 2011	Adet (Bin)	2.527	2.222	723	3.376	83	55	500	729
2012	Hacim (Milyon)	23.565	17.403	22.225	13.671	3.148	675	1.595	7.030
Aralık 2012	Adet (Bin)	2.125	2.148	757	3.605	91	57	573	914
2013	Hacim (Milyon)	22.641	22.102	26.146	18.719	3.648	813	2.423	5.237
Aralık 2013	Adet (Bin)	2.092	2.519	850	3.938	115	52	442	749
2014	Hacim (Milyon)	25.993	28.380	32.525	25.590	5.488	657	2.577	6.591
Aralık 2014	Adet (Bin)	1.941	3.271	934	4.146	100	58	230	132
2015	Hacim (Milyon)	29.051	43.760	42.377	26.323	4.964	775	1.257	6.770
Aralık 2015	Adet (Bin)	1.731	3.247	1.045	4.289	110	38	438	213
2016	Hacim (Milyon)	29.549	54.122	52.024	28.365	5.938	518	3.778	11.487

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (TBB) 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir.

*Aralık 2010 döneminde, tahvil ve bono işlemlerinde bir banka verisi eksiktir.

Tablo 3'da görüldüğü üzere 2008 yılından 2016 yılına kadar internet bankacılığını kullanarak yapılan yatırım fonları işlem adetlerinde giderek azalan bir trend bulunmaktadır. Buna karşın işlem hacminde bir miktar artma görülmektedir. Döviz işlemlerinde yıllar itibariyle adetsel olarak fazla bir değişiklik olmadığı ancak işlem hacmi olarak artış olduğu görülmekte olup bunun sebebinin artan kur etkisi olduğu düşünülmektedir. İnternet bankacılığını kullanarak vadeli hesap açma işlemlerinde ise yıllar itibariyle hem işlem adedi hem de işlem hacmi olarak artış dikkat çekmektedir. Bunda bankaların son yıllarda internet üzerinden vadeli hesap açma kampanyalarının etkili olduğu bilinmektedir. Hisse senedi işlemlerinde her ne kadar bankaların kendi internet bankacılığı sitelerinde al-sat işlemleri yapılması için önemli yatırımlar yapsalar da aracı kuruluşların bu anlamda daha etkin çalıştıkları bilinmektedir. Bu işlem türünde işlem adet ve hacimlerinde yine yıllar itibari ile artış olduğu görülmektedir. Repo işlemlerine gelince; 2016 yılı işlem adedi ve hacmi 2008 yılına göre azalış görülmektedir. Bu gelişmenin nedeninin bankaların mevduat ürününde kısa vadeli alternatifleri uygulamalarıdır. Böylece gecelik ve kısa vadeli mevduat, kısa vadeli yatırım ürünü olan müşteri ile yapılan repo işlemlerinin azalmasına neden olmuştur. Tahvil bono işlemlerinin yıllar itibariyle hacim ve işlem adetinin azaldığı görülmektedir. Son yılların en fazla getiri sağlayan yatırım araçlarından altın işlemlerinin ise, vadeli hesap ve döviz işlem hacimlerinden sonra internet bankacılığında en fazla hacme sahip işlem türü olduğu görülmektedir. VIÖB işlemleri 2011 yılından itibaren internet bankacılığı kanalı ile yapılabilir hale gelmiş, adet ve hacim olarak hızlı bir artış göstermiştir.

İşlem adedi olarak hisse senedi işlemleri en internet bankacılığı kanalı ile en fazla yapılan işlem türü olmuştur. 2012 yılına kadar yatırım fonları işlemleri en fazla adete sahip 2. işlem türü iken, bu yıldan sonra düşüşe geçmiş ve yerini döviz işlemlerine bırakmıştır. İşlem hacmi olarak bakıldığında internet bankacılığı kullanılarak yapılan vadeli hesaplar ve döviz işlemleri, en fazla hacim yaratan işlem türü olarak görülmektedir. Hisse senetleri ise hacim olarak bu işlemlerin gerisinde kalmıştır.

4.3. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Finansal İşlemler

2008-2016 yılları arasında internet bankacılığı kullanılarak yapılan finansal işlemler Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Finansal İşlemleri

		Para Transferleri	Ödemeler	Kredi Kartı İşlemleri	Diğer Finansal İşlemler	Toplam
Aralık 2008	Adet	29.718	20.578	6.050	1.596	57.942
	Hacim	115.218	4.626	4.165	12.671	136.680
Aralık 2009	Adet	37.309	24.581	7.048	1.968	70.906
	Hacim	145.184	5.901	4.859	15.050	170.994
Aralık 2010	Adet	39.868	26.186	8.203	1.745	76.002
	Hacim	181.110	8.535	6.199	19.401	215.245
Aralık 2011	Adet	46.424	33.258	9.057	1.709	90.448
	Hacim	277.861	14.203	7.978	21.908	321.949
Aralık 2012	Adet	54.914	36.708	10.374	2.291	104.287
	Hacim	332.320	19.970	10.095	30.886	393.271
Aralık 2013	Adet	61.025	41.695	11.405	2.610	127.005
	Hacim	410.797	25.531	12.797	28.714	579.770
Aralık 2014	Adet	63.281	48.748	11.711	2.890	137.389
	Hacim	488.705	30.390	16.393	27.374	690.662
Aralık 2015	Adet	68.534	45.612	12.176	4.124	141.258
	Hacim	600.081	37.421	17.634	35.961	846.376
Aralık 2016	Adet	77.091	44.445	12.598	3.761	149.155
	Hacim	773.651	42.900	19.462	56.081	1.078.094

Kaynak: TBB 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

2008 yılından 2016 yılına kadar olan dönemde, internet bankacılığı yoluyla yapılan finansal işlemler arasında en fazla hacim para transferleridir. Daha sonraki bölümde para transferleri detaylı olarak işlem çeşitliliğine bakılacaktır. 2008 yılında 29,7 milyon adet işlem ve 20,6 milyar işlem hacimden, 2016 yılına kadar artarak yükselen bir trendle 77 milyon işlem adetine ve 773,7 milyar hacme ulaştığı görülmektedir. Banka şubelerinin para transferleri işlemlerinde masraf talep etmesi buna karşın internet bankacılığında bu hizmeti masrafsız vermesi bu artışın en büyük etkenidir. Ödemeler de ise 2016 yılındaki işlem adeti sayısı 2008 yılındaki işlem adetinin 2 katıdır. Diğer işlem adetlerine göre ödemeler işlemlerindeki adet artışın fazla olmamasının sebebinin kişilerin ödemelerini (fatura, kredi kartı, kira vb.) çalıştıkları bankalara otomatik ödeme yoluyla yaptırmalarından kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Kredi kartı işlemleri hanesine bakıldığında yine artan bir trendle kart ödemelerinin internet bankacılığı yoluyla yapıldığı görülmektedir. 2016 yılsonu rakamlarına göre 19,5 milyar TL kredi kartı ödemesi internet bankacılığı kullanılarak yapılmıştır. Bunların dışında 56,1 milyar tutarında finansal işlem yapılmış olup 2016 yılsonunda toplam 1.078 milyar TL tutarında işlem gerçekleşmiştir.

İşlem adedi olarak en fazla kullanılan işlem türü para transferleridir. Bunu, ödemeler işlem türü ve arkasından kredi kartı işlemleri izlemektedir. İşlem hacimi olarak en fazla hacim para transferlerindedir. Arkasından yatırım işlemleri gelmektedir. Ödemeler işlem türü adet olarak yüksek görünse de yarattığı hacim daha küçüktür.

4.3.1. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Para Transferleri

Finansal işlem türlerinden en fazla hacmine ve işlem adedine sahip olan para transferleri, işlem türlerine göre ayrılarak Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Para Transferleri

		EFT	Kendi Hesapları Arası Havale	3.Şahıslara yapılan havale	Döviz Transferleri	Toplam
Aralık 2008	Adet	15.767	8.325	5.591	35	29.718
	Hacim	50.257	47.024	17.302	635	115.218
Aralık 2009	Adet	19.212	10.375	7.681	41	37.309
	Hacim	60.343	62.987	21.082	752	145.164
Aralık 2010	Adet	21.248	10.607	7.937	76	39.868
	Hacim	80.692	73.177	26.372	870	181.111
Aralık 2011	Adet	24.768	4.636	16.931	89	46.424
	Hacim	136.716	50.327	84.551	6.267	277.861
Aralık 2012	Adet	30.114	5.990	18.697	113	54.914
	Hacim	168.799	72.137	87.144	4.240	332.320
Aralık 2013	Adet	34.139	6.054	20.701	132	61.026
	Hacim	206.808	90.526	107.873	5.590	410.797
Aralık 2014	Adet	35.990	6.272	20.861	159	63.282
	Hacim	258.780	99.897	123.387	6.640	488.704
Aralık 2015	Adet	38.447	6.515	23.337	235	68.534
	Hacim	315.097	122.818	151.821	10.344	600.080
Aralık 2016	Adet	40.148	6.444	30.163	335	77.090
	Hacim	386.400	162.465	203.701	21.084	773.650

Kaynak: TBB 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

Para transferleri işlemlerine detaylı bakıldığında en fazla işlem adedi ve işlem hacminin EFT işlem türünde olduğu görülmektedir. 2016 yılsonu verilerine göre, yıl içerisinde 77 milyon adet EFT yapılmış olup 773 milyar TL hacme ulaşmıştır. EFT işlemlerinden sonra en fazla kullanılan işlem çeşidinin 3. şahıslara yapılan havaleler olduğu görülmektedir. Daha önceden de belirtildiği gibi para transferi işlemlerinin banka şubelerinde masraf ödenen işlemler olması nedeniyle müşterilerin bu tür işlemlerde interneti tercih ettikleri görülmektedir. Döviz transferi işlemleri TL transferi işlemlerinin epey gerisinde kalmıştır. 21 milyar TL işlem hacmini ancak 2016 yılında yakalayabilmiştir. İnternet bankacılığı yoluyla yapılan döviz transferi işlemlerinde, yapılan işlemin valörlü olarak yerine ulaşması, müşterilerin bu işlemi yapmak için banka şubelerine yönelmesine neden olduğunu göstermektedir.

Tablo 5'deki verilere bakıldığında para transferleri işlemleri içerisinde en fazla adede sahip işlem türü EFT'dir. Ardından gelen işlem türü ise 3. şahıslara yapılan havalelerdir. İnternet bankacılığı yolu ile döviz transferi işlemlerinin adetsel olarak en düşük olanıdır. Hacimsel büyüklük yönünden veriler incelendiğinde EFT işlem türünün en büyük hacme sahip olduğu görülmektedir.

4.3.2. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Ödemeler

Fatura, Vergi, SSK ve Bağ-Kur, Kredi ve diğer ödemeler olarak gruplandırılan ödemelerin 2008-2016 yılları arasında internet bankacılığı üzerinden yapılanlara yönelik veriler Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Ödemeler

		Fatura Ödemeleri	Vergi Ödemeleri	SSK ve BAĞ-KUR Ödemeleri	Kredi Ödemeleri	Diğer Ödemeler	Tot
Aralık 2008	Adet	14.423	2.283	861	290	2.721	20.578
	Hacim	1.025	2.680	572	220	129	4.626
Aralık 2009	Adet	16.867	2.581	972	465	3.696	24.581
	Hacim	1.307	3.386	633	372	203	5.901
Aralık 2010	Adet	15.838	2.957	1.088	606	5.697	25.186
	Hacim	1.744	4.978	852	530	431	8.535
Aralık 2011	Adet	20.406	3.821	1.272	976	6.783	32.258
	Hacim	2.570	8.560	1.212	877	983	13.102
Aralık 2012	Adet	21.982	4.258	1.691	1.331	7.445	36.707
	Hacim	3.877	10.211	1.894	2.417	1.572	19.971
Aralık 2013	Adet	25.571	4.918	1.944	1.979	7.284	41.736
	Hacim	5.610	12.528	2.540	2.776	2.077	23.531
Aralık 2014	Adet	32.245	5.500	2.095	2.166	6.743	48.755
	Hacim	6.407	15.416	3.254	3.153	2.160	24.390
Aralık 2015	Adet	27.748	6.032	2.536	2.603	6.693	45.612
	Hacim	7.731	19.216	4.649	3.991	2.195	27.782
Aralık 2016	Adet	26.359	6.532	2.158	2.939	6.457	44.445
	Hacim	9.942	21.481	4.723	4.278	2.475	32.899

Kaynak: TBB 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

Tablo 6'da görüldüğü üzere en fazla işlem adedi ve işlem hacmi fatura ödemelerine aittir. 2008 yılında 1 milyar TL olan işlem hacmi 2016 yılında 10 milyar TL'ye ulaşmıştır. Bu işlem grubunda en yüksek hacmi 21,5 milyar TL ile vergi ödemelerine aittir. SSK, BAĞ-KUR prim ödemeleri ve kredi ödeme işlemleri vergi ödemelerinden sonra gelmektedir. Diğer

ödeme işlemlerinde ise, kira ödemeleri, aidat ödemeleri gibi düzenli olarak yapılan ödemeler bulunmakta olup bu işlemler 2,5 milyar TL hacim yarattığı görülmektedir.

İşlem adetleri açısından bakıldığında en fazla kullanılan işlemin fatura ödemeleri olduğu, işlem hacimleri açısından bakıldığında ise en yüksek hacme vergi ödemelerinde ulaşıldığı görülmektedir. Yıllara sari vergi ödemelerine bakıldığında toplam hacmin her sene önemli oranda attığı söylenebilir. Vergi ödemeleri, ödemeler arasında işlem adedi olarak ikinci ağırlığa sahip işlem türüdür. Ancak işlem hacmi açısından ödemeler arasında en fazla ağırlığa sahip vergi ödemeleridir. 2016 yılında 42,9 milyar TL olan toplam hacmin %50'si vergi ödemelerinden oluşmaktadır. İşlem hacmi yönünden fatura ödemeleri ikinci sırada yer almaktadır.

4.3.3. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Kredi Kartı İşlemleri

Kredi kartı işlemleri açısından internet bankacılığına bakıldığında, nakit avans ve borç ödeme işlem türlerinden oluştuğu görülmektedir. Tablo 7'de internet bankacılığı kanalıyla yapılabilen kredi kartı işlemlerinin penetrasyonu incelenmiştir.

Tablo 7. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Kredi Kartı İşlemleri

		Nakit Avans	Borç Ödeme	Toplam
Aralık 2008*	Adet	524	5.526	6.050
	Hacim	229	3.936	4.165
Aralık 2009	Adet	448	6.599	7.047
	Hacim	211	4.647	4.858
Aralık 2010	Adet	451	7.751	8.203
	Hacim	200	5.999	6.199
Aralık 2011	Adet	506	8.551	9.057
	Hacim	331	7.647	7.978
Aralık 2012	Adet	518	9.856	10.374
	Hacim	429	7.318	7.747
Aralık 2013	Adet	641	10.765	11.406
	Hacim	629	12.168	12.797
Aralık 2014	Adet	701	11.010	11.711
	Hacim	840	15.553	16.393
Aralık 2015	Adet	820	11.356	12.176
	Hacim	1.091	16.543	17.634
Aralık 2016	Adet	899	11.699	12.598
	Hacim	1.375	18.087	19.462

Kaynak: TBB 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

*Aralık 2008 döneminde bir bankanın verileri göndermemesi nedeniyle 25 bankanın verilerinden oluşmaktadır.

Tablo 7'de görüldüğü üzere internet bankacılığı kullanılarak yapılan kredi kartı nakit avans işlem adedi ve işlem hacmi yıllar itibariyle artmış ve 2016 yılsonu verilerine göre 1,3 milyon kişi kredi kartından nakit avans kullanma işlemini internet bankacılığını kullanarak yapmıştır. Kredi kartı borcu ödeme işlemleri ise kredi kartı işlemlerinden en fazla

işlem yapılan türü olarak gözükmektedir. 2008 yılında 4,1 milyar TL olan kredi kartı borcu ödeme hacmi, yaklaşık 5 kat artarak 2016 yılında 19,4 milyar TL'ye ulaşmıştır.

İşlem adedi ve hacmi olarak en fazla borç ödeme işlemleri için internet bankacılığında kredi kartı kullanılmıştır. Nakit avans çekme işlemlerinin hacmi de her geçen yıl yükselme trendi göstermektedir.

4.3.4. İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Diğer Finansal İşlemler

Diğer finansal işlemlere yatırım hesabı ile vadeli/vadesiz hesap arasındaki havaleler, vadeli mevduat kısmı ödeme, sanal POS işlemleri, sanal kart işlemleri, toplu transfer işlemleri, menkul kıymet karşılığı kredi kullanma işlemleri gibi işlemler dahil edilmiştir. Bu işlemlerin adetsel ve hacimsel gelişmeleri Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. 2008-2016 Yılları Arasında İnternet Bankacılığı Kullanılarak Yapılan Diğer Finansal İşlemler

	İşlem Adedi	İşlem Hacmi(milyon)
Aralık 2008*	1.596	12.671
Aralık 2009	1.968	15.050
Aralık 2010	1.745	19.401
Aralık 2011	1.709	21.908
Aralık 2012	2.291	30.886
Aralık 2013	2.610	28.714
Aralık 2014	2.890	27.374
Aralık 2015	4.124	35.961
Aralık 2016	3.761	56.081

Kaynak: TBB 2008-2016 dönemleri arası internet bankacılığı istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

*Aralık 2008 dönemi bir bankanın verileri göndermemesi nedeniyle 25 bankanın verilerinden oluşmaktadır.

İnternet bankacılığı kullanılarak yapılan diğer finansal işlemler işlem hacmi 2008 yılında 12,6 milyar TL'den 2016 yılı sonuna kadar 56 milyar TL'ye kadar ulaşmıştır. Artış oranı %44,2 olarak gerçekleşmiştir.

4.4. Mobil Bankacılık Müşteri Gelişimi ve Yapılan Finansal İşlemler

Çalışmada 2011 ve 2016 yılları arasında mobil bankacılık sistemine dahil olmuş ve aktif şekilde kullanan müşteri sayısı incelenmiştir. Bu yıllara ait mobil bankacılık müşteri verileri Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanan Müşteri Sayısı

Dönem	Sistemde kayıtlı, en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı	Al
Aralık 2011	1.204.296	642.649	
Aralık 2012	2.513.666	1.815.022	
Aralık 2013	5.371.567	4.321.194	
Aralık 2014	10.752.733	8.743.309	
Aralık 2015	19.012.020	15.531.349	

Aralık 2016	30.750.567	24.494.136	19.217.598
-------------	------------	------------	------------

Kaynak: TBB 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir.

Tablo 9’da görüldüğü üzere 2011 yılında 1.204.296 kişi mobil telefonlarından banka hesaplarına ulaşabilmek için bankaya özel uygulamaları cep telefonlarına indirmiş görünürken, 2016 yılında bu sayı 30.750.567’ye ulaşmıştır. 5 yıl içerisinde yaklaşık 30 kat artış sağlamış olması dikkati çekmektedir. Sisteme kayıt olmuş ve son 1 yıl içerisinde en az bir kez login olmuş müşteri sayısı ise 2011 yılında 642.649 kişiden 2016 yılında 24.294.136 kişiye ulaşmış, başka bir ifade ile 38 katın üzerinde bir artış gerçekleşmiştir. Son olarak 2016 yılının son verilerine göre toplam 19.217.598 kişi mobil bankacılığı aktif olarak kullanmaktadır. Buradaki artış ise 43 katın üzerinde gerçekleşmiştir.

2012 yılında aktif müşteri sayısı bir önceki yıla göre %315 oranında artmıştır. Diğer yıllarda, bir önceki yıla göre artış oranları 2013 yılı için %230, 2014 yılı için %208, 2015 yılı için %181 ve 2016 yılı için %158 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlar, mobil bankacılığın geleceğin bankacılığı olacağına da bir göstergesi sayılabilir.

4.4.1. Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Yatırım İşlemleri

Bankaların müşterilerine mobil bankacılık yolu ile sunduğu ürünlerinden yatırım işlemleri, 2011-2016 yılları için Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Yatırım İşlemleri

		Yatırım Fonları	Döviz İşlemleri	Vadeli Hesaplar	Repo	Hisse Senedi	Tahvil ve Bono	Altın	VIOB İşlemleri
Aralık 2011	Adet	85	50	7	0	227	2	1	5
	Hacim	268	210	89	13	794	10	110	0
Aralık 2012	Adet	179	153	23	0	395	2	10	32
	Hacim	658	460	483	13	1.513	9	35	329
Aralık 2013	Adet	277	340	82	1	567	4	29	245
	Hacim	1.303	1.564	2.170	38	3.260	30	11	959
Aralık 2014	Adet	573	751	221	3	894	8	119	118
	Hacim	3.384	4.415	6.051	109	6.019	75	555	1.353
Aralık 2015	Adet	893	1.858	413	6	1.780	15	127	30
	Hacim	5.972	16.069	13.295	298	10.077	123	537	2.483
Aralık 2016	Adet	1.174	2.955	796	10	2.924	17	566	41
	Hacim	9.612	30.987	29.306	403	14.911	145	3.927	3.253

Kaynak: TBB 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

Tablo 10’daki veriler işlem adedi yönünden incelendiğinde 2011-2014 yılları arasında Hisse Senedi işlemlerinin ilk sırada yer aldığı, 2015 ve 2016 yıllarında ise Döviz işlemlerinin işlem adedi olarak ilk sıraya yerleştiği görülmektedir. Bu sonuçlar, 2015 ve 2016 yıllarında döviz kurlarında yaşanan gelişmelere bağlantılı olarak mobil bankacılık kullanan müşterilerin döviz işlemlerine daha fazla yöneldikleri şeklinde yorumlanabilir. 2011 ve 2012 yıllarında Yatırım Fonları işlem adedi

olarak ikinci sırada yer alırken 2013 ve 2014 yıllarında Döviz işlemleri, 2015 ve 2016 yıllarında ise Hisse Senedi işlemleri ikinci sıraya yerleşmiştir.

İşlem hacimleri açısından Tablo 10'daki veriler incelendiğinde 2011-2013 yıllarında Hisse Senedi işlemlerinin en yüksek işlem hacmine sahip olduğu, 2014 yılında Vadeli Hesapların ilk sıraya yerleştiği ve 2015-2016 yıllarında Döviz işlemlerinin en büyük işlem hacmine sahip olduğu görülmektedir. İşlem hacimleri açısından ikinci sırada yer alan işlemlere bakıldığında 2011-2012 yıllarında Yatırım Fonları, 2013, 2015 ve 2016 yıllarında Vadeli Hesaplar, 2014 yılında ise Hisse Senedi işlemleri hacimsel olarak ikinci sırada yer almaktadır.

4.4.2. Para Transferleri

Mobil bankacılık kullanılarak yapılan para transferleri kendi arasında işlem türlerine ayrılmakta olup Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Para Transferleri

		EFT	Ken di Hesapları arası nda Havale	Üçü ncü Şahı slara Yap ılan Havale	Döv iz Tra nsfe rler i	Top lam
Ar alı k	Ad et	608	91	660	0	1.359
2011	Haci m	1.092	146	994	0	2.232
Ar alı k	Ad et	1.542	377	1.584	0	3.503
2012	Haci m	3.128	714	2.622	0	6.464
Ar alı k	Ad et	3.598	1.013	3.230	0	7.842
2013	Haci m	8.115	1.888	5.982	0	15.985
Ar alı k	Ad et	8.199	2.288	7.040	1	17.528
2014	Haci m	23.161	4.425	15.249	16	42.851
Ar alı k	Ad et	17.414	4.337	15.407	4	37.162
2015	Haci m	58.638	10.474	34.768	152	104.032
Ar alı k	Ad et	30.086	7.541	30.551	15	68.194
2016	Haci m	110.282	20.345	66.137	447	197.212

Kaynak: TBB 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

Tablo 11'deki veriler işlem adedi yönünden incelendiğinde 2011 ve 2012 yıllarında Üçüncü Şahıslara Yapılan Havale işlemleri ilk sırada yer

alırken 2013-2016 yılları arasında ilk sıraya EFT işlemleri yerleşmiştir. İşlem hacimleri açısından bakıldığında 2011 yılında EFT işlemleri ilk sıradaki yerini 2012 yılında Üçüncü Şahıslara Yapılan Havale işlemlerine bırakmış, 2013'den 2016 yılına kadar tekrar işlem adedinin ilk sırasına EFT işlemleri yerleşmiştir.

Veriler, işlem adetlerinin ve işlem hacimlerinin yıllara sari olmak üzere önemli oranda artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Artış oranlarına bakıldığında 2012 yılında işlem adedi %158, işlem hacmi ise %189; 2013 yılında işlem adedi %123, işlem hacmi %147; 2014 yılında işlem adedi %123, işlem hacmi %168; 2015 yılında işlem adedi %112, işlem hacmi %143 artmıştır. Son olarak 2016 yılında işlem adedi %83, işlem hacmi ise %89 oranında artış göstermiştir.

4.4.3. Ödemeler

Mobil bankacılık kullanılarak yapılan ödemeler fatura, vergi, SSK ve Bağ-Kur, Kredi ve diğer ödemeler olmak üzere beş grupta incelenmiştir. Elde edilen veriler Tablo 12'de görülmektedir.

Tablo 12. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Ödemeler

		Fatura Ödemeleri	Vergi Ödemeleri	SSK ve BAĞ-KUR Ödemeleri	Kredi Ödemeleri	Diğer Ödemeler	T
Aralık 2011	Adet	168	0	0	0	358	
	Hacim	11	0	0	0	15	
Aralık 2012	Adet	1.089	0	0	36	1.658	
	Hacim	72	0	0	30	115	
Aralık 2013	Adet	3.409	38	0	320	2.325	
	Hacim	250	6	0	226	123	
Aralık 2014	Adet	8.611	97	38	1.155	5.459	
	Hacim	690	92	29	794	328	
Aralık 2015	Adet	17.683	236	142	2.358	9.839	
	Hacim	1.512	209	117	1.682	614	
Aralık 2016	Adet	32.123	408	326	4.517	15.275	
	Hacim	3.137	429	310	3.400	987	

Kaynak: TBB, 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

Tablo 12 incelendiğinde bütün ödeme türlerinde mobil bankacılık penetrasyonunun önemli oranda arttığı görülmektedir. Faturalar için 2011 yılında 168 bin fatura mobil bankacılık üzerinden ödenirken bu sayı 2016 yılında 32 milyonun üzerine çıkmıştır. Vergi ödemelerinde mobil bankacılık uygulamaları 2013 yılında devreye girmiş, aynı yıl 38 bin işlemde 6 milyon TL ödeme yapılmıştır. Vergi ödemelerine 2016 yılı için bakıldığında ise işlem adedinin 408 binlere, işlem hacminin ise 429 milyon TL'ye ulaştığı görülmektedir. SSK ve Bağ-Kur ödemelerinin mobil bankacılık üzerinden tahsilatına da 2014 yılında başlanmış, aynı yıl içinde 38 bin işlem yapılırken 29 milyon TL tutarında işlem hacmi gerçekleşmiştir. 2016 yılında işlem hacmi 326 binlere çıkarken işlem hacmi de 310 milyon TL'ye ulaşmıştır. Kredi ödemelerinde de benzeri artışların yaşandığı görülmektedir. 2012 yılında 36 bin işlem sonucunda 30 milyonluk kredi ödemesi işlem hacmi gerçekleşmiş iken 2016 yılında

işlem hacmi 4 milyon 517 bine, işlem hacmi ise 3 milyar 400 milyona ulaşmıştır. Diğer ödemeler grubu içerisinde kontör alımı, harç ödemesi, trafik cezası, sigorta poliçeleri, leasing işlemleri, OGS, KGS, bağışlar, şans oyunlarına ödenen paralar, çek ödemeleri gibi işlemler yer almaktadır. Bu ödemelerle ilgili olarak 2011 yılında mobil bankacılık üzerinden 526 bin işlem sonucunda 26 milyonluk ödeme yapılmış iken 2016 yılında işlem adedinin 52 milyon 649 bine ulaştığı, işlem hacminin de 8 milyar 263 milyon TL olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Toplama bakıldığında ise 2016 yılsonu rakamlarına göre mobil bankacılıktan yapılan ödemeler 52,6 milyon işlem adedi ile 8,2 milyar TL işlem hacmi yaratmıştır. İncelenen yıllar arasında artış çok dikkat çekmekte olup gelecek yıllarda mobil bankacılıktan yapılan ödemelerin çok daha fazla artması kaçınılmaz gözükmemektedir.

4.4.4. Kredi Kartı İşlemleri

Mobil bankacılık kanalıyla yapılabilen kredi kartı işlemleri nakit avans, kendisinin veya başkasının kartına borç ödeme işlemleridir. Başkasının kredi kartına EFT ile yapılan ödemeler, başkasının kartına borç ödeme sütununa eklenmemiştir. Tablo 13'de bu işlemlerin penetrasyonu incelenmiştir.

Tablo 13. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Kredi Kartı İşlemleri

		Nakit Avans	Kendi Kartına Borç Ödeme	Başkasının Kartına Borç Ödeme	Toplam
Aralık 2011	Adet	15	278	2	
	Hacim	5	168	2	
Aralık 2012	Adet	39	1.066	21	1
	Hacim	15	729	19	
Aralık 2013	Adet	91	2.656	74	2
	Hacim	41	1.945	71	2
Aralık 2014	Adet	307	5.918	339	6
	Hacim	193	4.603	390	5
Aralık 2015	Adet	654	11.080	621	12
	Hacim	486	9.164	701	10
Aralık 2016	Adet	1.072	18.434	856	20
	Hacim	788	15.969	1.138	17

Kaynak: TBB, 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

Tablo 13'deki veriler incelendiğinde 2011 yılından 2016 yılına doğru işlem adet ve hacimlerinin önemli oranda yükseldiği görülmektedir. Bu yükselmeye mobil telefon kullanımının yaygınlaşmasının ve GSM firmalarının uyguladığı internet kotalı hat satışlarındaki politikaların önemli rol oynadığı söylenebilir.

2011 yılında nakit avans çekiminde mobil bankacılık hizmetleri 15 bin adet kullanıma sahiptir ve toplam 5 milyon TL nakit avans çekilmiştir. Nakit avans çekme işlem adedi 2016 yılında 1072'ye çıkmış, işlem hacmi ise 788 milyon TL'ye ulaşmıştır. Mobil bankacılıkta kredi kartı işlemlerinden en çok tercih edilen uygulama ise kendi kredi kartına borç

ödeme işlemidir. 2011 yılında 278 bin işlem ve 168 milyon TL işlem hacmi, 2016 yılında 18 milyon 434 bin işleme ve 15 milyar 969 milyon TL tutarlık hacme çıkmıştır. EFT ile yapılanlar hariç olmak üzere mobil bankacılık üzerinden başkasının kredi kartına yapılan ödeme işlem adedi 2011 yılında 2 binlerde iken 2016'da 856 binlik bir işlem adedine ulaşmıştır. 2011 yılındaki 2 milyonluk işlem hacmi de 2016 yılında 1 milyar 138 milyon TL'yi bulmuştur.

4.4.5. Diğer Finansal İşlemler

Yatırım hesabından vadeli/vadesiz hesaba ya da vadeli/vadeli vadesiz hesaptan yatırım hesabına yapılan havaleler, vadeli mevduat kısmi ödeme, sanal POS işlemleri, sanal kart işlemleri, toplu transfer işlemleri, menkul kıymet karşılığı kredi kullanma işlemleri vb. işlemler finansal işlemler olmaktadır. Bu işlemlerin adetsel ve hacimsel gelişmeleri Tablo 14'de verilmiştir.

Tablo 14. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Diğer Finansal İşlemler

	İşlem Adedi	İşlem Hacmi
Aralık 2011	55	150
Aralık 2012	112	670
Aralık 2013	465	1.230
Aralık 2014	1.335	2.671
Aralık 2015	2.564	6.422
Aralık 2016	7.845	14.478

Kaynak: TBB, 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin, İşlem Hacmi x Milyon TL)

2011 yılında 55 bin işlem adedi oluşmuş yarattığı hacim ise 150 milyon TL'dir. 2012 yılında 112 bin adet işlem adedi ve 670 milyon TL işlem hacim yaratılmıştır. 2013 yılında 465 bin adet işlem adedi oluşmuş bu da 1,2 milyar TL işlem hacmi oluşturmuştur. 2014 yılında oluşan 1,3 milyon adet işlem adedinin tutarı ise 2,6 milyar TL'dir. 2015 yılında 2,5 milyon adet işlem adedi ve 6,4 milyar TL işlem hacmi bulunmaktadır. Son olarak 2016 yılında 7,8 milyon adet işlem oluşmuş ve bunun yarattığı hacim ise 14,4 milyar TL olmuştur.

4.4.6. Finansal Olmayan İşlemler

Finansal olmayan işlemler hesaplarda bakiye değişikliği yaratmayan yani nakit giriş çıkışı yaratmayan işlemlerdir. Bu işlemlere vadeli veya vadesiz hesap açılışları, bilgi sorgulama ve değiştirme, hesap makinesi kullanma, mesaj panosu kullanımı örnek olarak verilebilir. Mobil bankacılık kanalıyla yapılan finansal işlemler Tablo 15'de detaylı olarak incelenmiştir.

Tablo 15. 2011-2016 Yılları Arasında Mobil Bankacılık Kullanılarak Yapılan Finansal Olmayan İşlemler (İşlem Adedi)

	Kredi Kartı ve Ek Kart Başvurusu	Kredi Başvurusu	Düzenli Ödeme Talimatı	Fatura Ödeme Talimatı	Finansal Olmayan Diğer İşlemler	T
Aralık 2011	1	71	49	0	13.880	
Aralık 2012	10	76	73	0	45.544	

Aralık 2013	54	182	172	1	174.018	174.427
Aralık 2014	58	497	723	78	466.620	467.976
Aralık 2015	263	1.804	1.464	437	1.106.356	1.110.324
Aralık 2016	634	2.941	2.259	854	1.817.078	1.823.766

Kaynak: TBB, 2011-2016 dönemleri arası mobil bankacılık istatistiksel raporları verilerinden tarafımızca üretilmiştir. (İşlem Adedi x Bin)

Tablo 15'deki veriler incelendiğinde diğer mobil bankacılık işlemlerinde olduğu gibi finansal olmayan işlemlerin de her yıl önemli oranda artış gösterdiği görülmektedir. 2011 yılında bin adet kredi kartı ve ek kart başvurusu mobil bankacılık üzerinden yapılmış iken bu rakam 2016 yılında 634 bin başvuruya ulaşmıştır. Kredi başvurusu işlemlerinde 2011 yılında 71 binlik başvuru sayısı 2016 yılında 2 milyon 941 bine ulaşmıştır. Aidatlar, özel okul taksitleri, kira, kooperatif, halka arz taksitleri gibi ödemeler için 2011 yılında 49 bin kişi düzenli ödeme talimatı vermiş iken 2016 yılında 2 milyon 259 bin kişi düzenli ödeme talimatı vermiştir. 2013 yılında bin kişi fatura ödeme talimatına mobil bankacılıktan başvurmuş, bu sayı 2016 yılında 854 bin kişiye ulaşmıştır. Finansal olmayan işlemler için mobil bankacılığın kullanımı da 2011 yılında 13 milyon 880 binden 2016 yılında 1 milyar 817 milyonu bulmuştur.

5. Sonuç ve Öneriler

Finansal sistem ve onu oluşturan en önemli alt sektör olarak bankacılık sektörünün ekonomideki temel işlevi fon arz edenler ile fon talep edenler arasında aracılık yapmasıdır. Bankacılık sektörü bu işlevi dolaylı olarak yerine getirmektedir. Finansal sistemin büyük bir kısmını bankacılık sektörü oluştururken geri kalan kısmı sigorta şirketleri, emeklilik fonlar, hisse senedi ve tahvil piyasası gibi diğer kurumlar tarafından paylaşılmaktadır. Ekonomide reel kesimin gereksinim duyduğu finansmanın en düşük maliyetle elde edilmesi yatırımların beklenen karlılığını artıracaktır. Bankacılık sektörünün hangi piyasa koşullarında çalıştığı sektörün verimliliğini ve etkinliğini belirleyen temel unsurdur. Bankacılık sektöründeki yüksek verimlilik ekonominin diğer sektörlerine de yansımaktır. Ekonomik istikrar ancak düzenli ve verimli işleyen finansal sektörle gerçekleştirilebilir. Türkiye'de bankacılık sektörü Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte kamu ve özel kesim sermayeli ikili yapıda hızla gelişmiştir.

Bankacılık sektöründe penetrasyonun olumlu katkılarına kayıt dışılığın ve vergi kaybının azaltılması, para politikalarında etkinliğin artırılması, işlem zamanlarının düşürülmesi, ekonominin itici sektörlerinin gelişmesine daha fazla destek verilmesi ve uluslararası rekabet güçlerinin artırılması örnek olarak sayılabilir.

Günümüzde internet bankacılığı ve mobil bankacılık sistemi ile faturadan, mobil kredi ödemesine; vergi borcundan motorlu taşıtlar vergisine kadar birçok ödeme rahatlıkla yapabilmektedir. Mobil bankacılık sayesinde bankada kuyruk sırası beklemeden evden, iş yerinden kısacası internetin olduğu her yerden işlemler gerçekleştirilebilmektedir. Bu kadar kolaylık sağlaması mobil bankacılık

sisteminin gelişmesine katkı sağlamıştır. Bankalar, mobil kullanım oranlarını dikkate alarak mobil uygulamalarını daha da geliştirerek müşterilerinin hizmetine sunmaktadır. Önümüzdeki dönemlerde çoğu işlemi bankaya gitmeye gerek kalmadan halledilebilir olması kaçınılmaz görünmektedir.

Araştırma sonucunda ulaşılan sonuçlardan birisi, internet bankacılığının tercih edilmesinde banka ve müşterinin karşılıklı fayda ilişkisi içerisinde olduğudur. Bankalar, internet bankacılığını kullanarak önemli oranda maliyetlerini düşürmekte ve bankacılık ürünlerinin daha geniş kitlelere daha uygun maliyetlerle ulaşabilmesini sağlamaktadırlar. Müşteriler de bankacılık işlemleri için şubeye gitme ve sıra bekleme gibi zaman kaybına yol açan işlemlerden internet bankacılığı sayesinde kurtulmakta, benzer şekilde zaman kaybından doğan maliyetlerini de düşürmektedir. Ayrıca bankalar, internet bankacılığını özendirmek üzere bankacılık faaliyetleri için tahsil edilen komisyon oranlarını internet banka şubelerinde düşük tuttukları için kullanıcılar, daha az komisyon ödeyerek fayda sağlamaktadırlar. Bu karşılıklı kazanma ilişkisi, internet bankacılığının müşteri sayısının son yıllarda önemli oranda artış göstermesinin nedenleri arasında önemli bir yer tutmaktadır.

Ulaşılan bir başka sonuç olarak mobil bankacılık kullanımının ve mobil bankacılık üzerinden yapılan işlem adet ve hacimlerinin çok ciddi oranlarda yükseldiğidir. Mobil bankacılık hizmetlerinden faydalanan kişilerin sayısı, bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de büyük bir hızla artmaktadır. Bu artışın nedenleri arasında akıllı telefon fiyatlarının herkesin alabileceği düzeylere düşmesi, uygun fiyatlı telefonların akıllı telefon kullanıcı sayısını artırması, GSM firmalarının uygun fiyatlı ve yüksek kapasiteli internet hattı kampanyaları düzenlemesi bulunmaktadır. Ayrıca mobil bankacılık hizmetleriyle ilgili uygulamaların kullanım kolaylığı da, yüksek yaş grubundaki insanların mobil bankacılığa geçmelerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Elde edilen verilerin incelenmesi sonucunda, internet bankacılığı ve mobil bankacılık kullanımında yıllara sari penetrasyonun arttığı tespit edilmiştir. Bunun nedenleri arasında internet bankacılığının müşteriler açısından önemli bir zaman tasarrufu sağlaması, bankacılık işlemlerini beklemeden ve şubeye gitmeden hızlı şekilde yapabilmesi, internet bağlantısının olduğu her yerden ve her zaman bankacılık işlemlerine ulaşabilmesi, internet bankacılığı işlem ücretlerinin daha düşük olması ve internet güvenlik sistemlerinin önemli oranda geliştirilmiş olması gösterilebilir.

Bankalar, internet ve mobil banka şubeleri üzerinden e-Devlet uygulamalarına ücretsiz erişim olanakları tanımaya başlamışlardır. e-Devlet uygulamalarının yaygınlaşmasının, mobil ve internet bankacılık müşteri sayısını da olumlu yönde etkileyeceği söylenebilir.

Sonuç olarak bankacılık sektörü zaman içerisinde müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek ve daha kolay ulaşılabilir olmak adına büyük değişimler geçirmiştir. Günümüz bankacılığı artık internet şubeleri ve mobil bankacılık ile çok daha aktif konuma gelmiştir. Türkiye bankacılık sektörünün, küresel dünyada hızla gelişerek yayılan bu yeniliklere ayak uydurabildiği, çalışmanın son bölümünde yer alan tablolardaki verilerin

ani yükselişlerinden anlaşılmaktadır. Ekonominin her alanında etkin bir role sahip olan bankaların ülkemizde bu kadar hızlı bir biçimde sistemlerini geliştirmiş olmaları, ekonominin gelişmesi ve sürdürülebilirliği adına umut verici niteliktedir.

1- Bankalara Öneriler

Elde edilen verilerle, ilerleyen yıllarda internet bankacılığı kullanımının artacağı gerçeğiyle beraber bankaların bu konudaki hizmet kalitelerini artırmak yönünde faaliyetlerini hızlandırması, bilişim teknolojilerine yaptıkları yatırımları artırmaları ve web sitelerini güvenlik, görsellik ve kolaylık açısından geliştirmeleri gerekmektedir.

Bankalar, internet bankacılığı konusunda müşterilerini daha fazla bilgilendirmeli, farkındalığın artmasına katkı sağlamalı ve özendirici tedbirler olarak çalışmalarını yoğunlaştırmaları gerekmektedir.

Dijital bankacılık alanında gerek uluslararası uygulamaların, gerek güvenlik sistemlerinin gerekse yasal düzenlemelerin bütün bankalar tarafından tartışılabileceği sistematik toplantılar düzenlenmesi, bankalar arası bilgi alışverişi ve inovasyon açısından önemli görülmektedir.

Gelişen teknolojileri doğrudan uygulamaya koyabilmek adına bankaların, bilgi işlem personellerinin bilgi düzeylerini artırabilecekleri ortamları sağlamaları, yeni teknolojiler geliştirmek üzere AR-GE çalışmalarına daha fazla yatırım yapmaları da önerilebilir.

2- Ekonomik Sistem Otoritelerine Öneriler

Mobil ve internet bankacılığı uygulamalarının daha geniş kitleler tarafından rahat kullanımının sağlanması için gerekli teknoloji altyapısının, ülkenin bütün coğrafi bölgelerine en hızlı şekilde ulaştırılması gerekmektedir. Bankaların mobil ve internet bankacılığı üzerine yapacakları gelişmelerin geniş halk kitleleri tarafından kullanılabilir duruma gelmesi için altyapının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi önemlidir.

Devletin olanakları kullanılarak, özellikle belirli yaş gruplarına Bilgisayar Okuryazarlığı eğitimlerinin düzenlenmesi, bu eğitimler içerisinde internet ve mobil uygulamalar konusunda insanların eğitilmesi, mobil bankacılık uygulamalarının yaygınlaşmasına da katkı sağlayacaktır.

Vatandaşların e-Devlet uygulamalarını daha fazla kullanmalarını sağlayacak yönde kamu spotları ve tanıtım kampanyaları düzenlenmesi, vatandaşa e-Devlet uygulamalarının bir gereksinim olduğunun kabul ettirilebilmesi önemli görülmektedir. Bankaların şifresiz ve güvenli e-Devlet bağlantısı yapma olanağını müşterilerine sunuyor olması, müşteri sayısının da artmasına yol açabilecektir.

Kaynakça

Akın, F. ve Karaboğa, K. (2011). Bireysel müşterilerin şubesiz bankacılık hizmetlerini kullanma kararına etki eden faktörlerin belirlenmesi üzerine bir araştırma: Bilecik Örneği. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, XXX(I), 301-320.

- Armağan, E. ve Temel, E. (2016). Türkiye’de internet bankacılığı kullanımında demografik faktörlerin tüketici algısına etkisi üzerine ampirik bir çalışma. *CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 411-436.
- Aytar, O., Yeğen, İ. ve Erdemir, N. K. (2012). Elektronik Şube ve Elektronik Bankacılık Hizmetleri. Uşak Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı, 1-3.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, (BDDK), (2017). Türk Bankacılık Sektörü Temel Göstergeleri. 28 Eylül 2017 tarihinde http://www.bddk.org.tr/WebSitesi/turkce/Raporlar/TBSSGG/16208tbs_temel_gostergeler_raporu_haziran_2017.pdf, adresinden erişildi.
- Centeno, C. (2004). Adoption of Internet services in the Acceding and Candidate Countries, lessons from the Internet banking case. *Telematics and Informatics*, 21(4), 293-315.
- Coşkun, Ö. (2012). *Bankacılık sektöründe alternatif dağıtım kanallarının müşteriler üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ufuk Üniversitesi, Ankara.
- Daniel, E. (1999). Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland. *International Journal of Bank Marketing*, 17(2), 72-83.
- Digitaltalks, (2016). Bankacılıkta İnovasyona İlişkin 10 Trend. 15 Eylül 2017 tarihinde <http://www.digitaltalks.org/2016/03/09/bankacilikta-inovasyona-iliskin-trendler/>, adresinden erişildi.
- Erkuş, H. ve Karagöz, K. (2009). Türkiye’de kayıt dışı ekonomi ve vergi kaybının tahmini. *Maliye Dergisi*, (156), 126-140.
- Eroğlu, N. ve Yücel, İ. S. (2012). Türkiye’deki kurumsal banka müşterilerinin internet bankacılığı kullanım eğilimlerini belirleyen başlıca faktörler üzerine ampirik bir çalışma. *Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü E-Dergisi*, 2(2), 1-25.
- Gündoğdu, F. ve Aksu, H. (2011). Mevduat bankacılığında karlılık ve makroekonomik değişkenler ilişkisi: Türkiye üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı, (25), 243-270.
- İnan, H., Nakıboğlu, B. ve Südaş, H. D. (2016). İnternet bankacılığına ilişkin tüketici tutumlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi: bir pilot uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 165-182.
- İşler, A. U. (2015). *Bankacılık sektöründe internet bankacılığı ve mobil bankacılık uygulamalarının e-hizmet kalitesinin kullanıcıları tarafından değerlendirilmesi: Kuveyt Türk örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.

- Javelin, (2013). Aralık 2016 20 Eylül 2017 tarihinde <https://www.javelinstrategy.com/blog/omnichannel-next-challenge-fis> adresinden erişildi.
- Kara, M. ve Hacıhasanoğlu, P. (2015). Bankacılıkta mobil pazarlama ve tüketici satın alma kararı üzerine etkisi: Yozgat örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (10), 181-205.
- Karaarslan, E. (2010). Kayıt dışı istihdam ve neden olduğu mali kayıpların bütçe üzerindeki etkileri: Türkiye örneği. *Mali Hizmetler Dergisi*, (7), 1-268.
- Karjaluooto, H., Pikkarainen, T., Pikkarainen, K. ve Pahnla, S. (2004). Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model. 12 Eylül 2017 tarihinde <http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContestServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/1720140303.html>, adresinden erişildi.
- Malaquias, R. F. and Hwang, Y. (2016). An empirical study on trust in mobile banking: A developing country perspective. *Computers in Human Behavior*, 54, 453-461.
- Özer, Ö. (2016). Dijital Bankacılık Nedir?. 14 Eylül 2017 tarihinde <http://ozgurfinans.com/dijital-bankacilik-nedir/>, adresinden erişildi.
- Pala, E. ve Kartal, B. (2010). Banka müşterilerinin internet bankacılığı ile ilgili tutumlarına yönelik bir pilot araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(2), 43-61.
- Pickens, M., Porteous, D. and Rothman, S. (2009). *Scenarios for Branchless Banking in 2020?*. CGAP&DFID, No: 57.
- Rakıcı, C. ve Aydoğdu, C. (2017). 2000 Yılı sonrası Türkiye’de vergi performansının değerlendirilmesi. *Sosyoekonomi*, 25(33), 221-239.
- Raza, S. S. (2010). *Need for alternative delivery channels in promoting access to finance*. Branchless Banking Conference 2010, Karachi.
- Sarı, M. A. (2002). Türkiye’de kayıt dışı ekonominin boyutları, nedenleri, etkileri ve alınması gereken tedbirler. *Bankacılar Dergisi*, (41), 32-50.
- Savram, M. ve Karakoç, A. (2012). *Bankacılık sektöründe itibar riskinin önemi*. In International Conference On Euroasian Economies, Almaata, Kazakistan, Bildiriler Kitabı (328-332).
- Selman, F. (2007). *Kayıt dışı ekonomi ve Türkiye’deki boyutu*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Seyrek, İ. H. ve Akşahin, A. (2016). Mobil bankacılık uygulamaları kalite faktörlerinin analitik hiyerarşi prosesi ile karşılaştırılması. *International Review of Economics and Management*, 4(3), 47-61.

- Shaikh, A. A. and Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129-142.
- Shy, O. ve Tarkka, J. (2002). The market for electronic cash cards. *Journal of Money, Credit and Banking*, 34(2), 299-314.
- Şengür, M. ve Taban, S. (2016). Gelir dağılımı-tasarruf ilişkisi: Türkiye’de hanehalkı gelir türünün tasarruflar üzerindeki etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 49-72.
- Türkiye Bankalar Birliği (TBB), (2016). TBB/İstatistik Raporlar, Çağrı Merkezi İstatistikleri, Aralık 2011-2016.
- Türkiye Bankalar Birliği (TBB). (2016). 6.10.2016 Tarihi İtibariyle Gruplar Bazında, Banka ve Bankaların Şube Sayıları. 15 Eylül 2017 tarihinde https://www.tbb.org.tr/modules/banka-bilgileri/banka_sube_bilgileri.asp, adresinden erişildi.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), (2017). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları*, 2016, TÜİK Haber Bülteni, Sayı: 24638.
- Uzun, U. ve Berberoğlu, M. (2017). İnternet bankacılığı hizmetlerinin banka performansı üzerine etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 51-62.
- Van der Boor, P. Oliveira, P. and Veloso, F. (2014). Users as innovators in developing countries: The global sources of innovation and diffusion in mobile banking services. *Research Policy*, 43(9), 1594-1607.
- We Are Social, (2017). Digital in 2017 Global Overview, 15 Eylül 2017 tarihinde <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, adresinden erişildi.
- Yurdakul, F. (2014). Türkiye’de kayıtdışı ekonomi: bir model denemesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(4), 205-221.
- Yurttadur, M. ve Süzen, E. (2016). Türkiye’de banka müşterilerinin internet bankacılığına yaklaşımlarının incelenmesi üzerine bir uygulama. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 93-120.

Penetration In Turkish Banking Sector; Penetration Analysis In Internet Banking And Mobile Banking Products

Introduction

Financial systems provide the resource transfer between those who need resources and the account owners. Their functions are to mediate the optimal and regular resource transfer between the groups that have surplus funding and those who need funding, to make the austerity and investment decisions compatible in terms of interests, maturity and amount, to assemble the separate funds and to lead them to high-profit investments.

Being one of the primary actors in a national economy, banks are among the institutions that are influenced the most by the developments in the field of information technologies. With the developments in the field of information technologies, alternative channels of distribution have begun to emerge. The financial products have begun to digitalize in order to keep up with the modern world. New applications such as digital currency (bitcoin), digital wallet (e-cüzdan) have been put into practice.

Methodology

The extent to which Turkish banking sector utilize online and mobile banking, and the interest that their customers show on these products have become an important subject of study. The aim of this study is to determine the current penetration status of online banking and mobile banking products. In accordance with this aim, I collected the Turkish banks' online and mobile banking usage numbers and volumes between 2011-2016, and I interpreted the developments in accordance with the collected data. As a result of examining the data from money transfers, payments, credit card transactions and other financial transactions for online banking and mobile banking respectively between said years, I observed that the number of people who utilize online and mobile banking have increased substantially each year. Two of the primary reasons behind this increase are a significant reduction in cost expenses for the banks, and the low costs accompanied by the speed with which the customers can handle their banking transactions at any time and from any place that has an internet connection.

Analysis and Findings

This study aims to examine and analyze the penetration of the rapidly increasing internet and smartphone users to online and mobile banking. In accordance with this aim, necessary data have been compiled from official institutions and banks, particularly from The Banks Association of Turkey. Our findings are analyzed under two groups, online and mobile banking.

- **Findings with respect to online banking:**

The research on online banking customers in Turkey between 2008-2016 reveals that the number of active users went from 5.169.000 in 2008 to 20.398.000 in 2016 with a 396.6% increase. The number of customers using online banking have increased substantially over the past decade. As of 31.12.2016 the population of Turkey is 79.814.871 people. 54.237.586 people of the total population is aged between 15-64 (TUIK, 2017). According to this

age group, we see a 37% of online banking penetration. This number is projected to increase in the following years.

In 2008 the 26.7 million transactions and 20.6 billion volume have increased to 77 million and 773.7 billion respectively. According to 2016 year-end data, 77 million EFTs have been carried out using online banking which accounts for a volume of 773 billion TRY. It is uncovered that the second highest used transaction type is the transfers made to a third person. Since the money transfers are charged with extra fees in branches, it is observed that people prefer to carry out this type of transactions online.

The highest number of transactions and volume in online banking usage belongs to invoices. It went from 1 billion TRY in 2008 to 10 billion TRY in 2016. Credit card cash advance transactions via online banking has gone up in amount and in volume throughout these years and according to 2016 year-end data 1.3 billion people has used online banking to operate their cash advance transactions. The volume of credit card payments went from 4.1 billion TRY in 2008 to 19.4 billion TRY in 2016 with about a fivefold increase. The volume of other financial transactions carried through online banking went from 12.6 billion TRY in 2008 up to 56 billion TRY in 2016 with the increase rate of 44.2%.

- **Findings with respect to mobile banking**

In 2011, 1.204.296 people downloaded the banking applications to access their bank accounts via their mobile phones, while this number has gone up to 30.750.567 in 2016 with about a fivefold increase. The number of people who signed in to the system and logged in at least once in the last year went from 642.649 in 2011 to 24.294.136 in 2016. According to the 2016 year-end data 19.217.598 people actively use mobile banking. These results can be considered as the precursor of the mobile banking's future.

Between 2011-2014, the Stock Exchange transactions had been the most used function of the mobile banking transactions, whereas in 2015 and 2016 the foreign exchange transactions have taken the lead in terms of the amount of transactions. One interpretation of these results would be that the mobile banking users has leaned more towards the foreign exchange transactions in conjunction with the changes in exchange rates in 2015 and 2016.

It is observed that the amount and volume of money transactions carried out via mobile banking has significantly increased over the course of years. When we look at the invoice, tax, SSK and BAG-KUR, and other payments, we see that in 2011, 26 million worth of payments have been carried out as a result of 526 thousand transactions, while in 2016 the amount of transactions reach to 52 million 649 and the volume up to 8 billion 263 million TRY. In terms of the credit card transactions carried out via mobile banking, in 2011, 175 million TRY worth of volume had been accumulated as a result of 295 thousand transactions, whereas in 2016, these numbers went to 17 billion 895 million TRY and over 20 million respectively. Other financial transactions done via mobile banking has accounted for 14.4 billion TRY in volume for the year 2016.

Conclusion and Discussion

A number of payments ranging from invoices to loan payments, from tax debts to motor vehicles tax can be made with ease via the online and mobile banking systems. The fact that transactions can be made from anywhere with an internet connection has contributed to the development of mobile banking system.

The bank's and the customer's interests are aligned when they prefer the online banking system. The banks reduce their costs substantially and are able to offer their product to a wider range of people with relatively affordable costs. In turn, the customers can do away with the trouble of going to the bank, hence reducing the costs related to loss of time. The low commission rates for the online banking operations is another benefit in favor of the customers. This relationship of mutual time gain results in significant increases on the number of users.

Mobile banking transactions and volume, along with the number of users, have increased each year. This increase can be attributed to the fall of the smartphone prices, the increasing amount of smartphone users, and the affordable and functional internet data plans that the GSM firms offer. Moreover, the ease with which the mobile banking applications can be used plays a significant role in the adaptation of the seniors to the mobile banking system.

In light of the research, it is observed that the penetration in the online and mobile banking usage have risen expanding to years. Banking sector have undergone major changes in order to become more accessible and to better serve the customers. Contemporary banking is now much more active with online and mobile banking.

- **Suggestions to banks**

Based on the data gathered and the increasing usage of online banking in the upcoming years, banks need to accelerate their quality-improvement processes, increase their investments in the field of information technologies and enhance their websites in terms of security, visuality and user-friendliness.

The meetings in which the international applications of digital banking, security systems and the regulations can be discussed by every bank are critical in terms of information exchange and innovation.

Suggestions to economy authorities

The technological infrastructure enabling the mobile and online banking applications to be adapted by the masses needs to be spread throughout all the geographical regions of the country.

Using the state facilities, organizing computer literacy trainings to specific age groups, as well as informing people about online and mobile banking applications in these trainings will contribute to the widespread adoption of mobile banking applications.

Televising public spot advertisements and publicity campaigns that would encourage the usage of e-state applications is critical in establishing the e-state applications as a necessity in the eyes of general public. The fact that banks offer unencrypted and safe e-state connection to their customers may attract new customers as well.