

## İNTERNET BANKACILIĞI ve MÜŞTERİ DAVRANIŞLARI: CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ AKADEMİK ve İDARİ PERSONELİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Mustafa GÜLMEZ\* ve Olgun KİTAPÇI\*\*

### Özet

Günümüz teknolojisi hızlı gelişmekte ve günlük hayatımıza yeni boyutlar getirmektedir. İnternet bankacılığı bize bankacılık hizmetlerine geçişi sağlamıştır. İnternet bankacılığı hizmetine sahip olan bankalar İnternet üzerinden müşteriler ile uzun dönemli ilişki kurmak istemektedir. Bu makalenin amacı, İnternet bankacılığı kullanıcıların beklentilerini belirlemektir. Sonuçlar Cumhuriyet Üniversitesinde akademik ve idari personel olarak çalışan 176 cevaplayıcının bilgilerinin analizine dayanmaktadır. Anketler cevaplayıcılara e-posta yoluyla gönderilmiştir.

**Anahtar Kelimeler** : İnternet Bankacılığı, Müşteri Davranışları, Hizmet Pazarlaması, Teknoloji

### Internet Banking and Consumer Behaviors : An Application on the Academic and Managerial Personnel of Cumhuriyet University

### Abstract

Current technology is evolving fast and is bringing new dimensions to our daily life. Internet banking provides us with access to banking service. Banks which have Internet banking service want to establish long-term relation with customer via the Internet. Aim of this paper is determined the expectations of Internet banking users. Results based on the analysis of data relating to 176 respondents who still work in Cumhuriyet University as academic and managerial staff. Surveys were sent to respondents via e-mails.

**Keywords** : Internet Banking, Consumer Behavior, Service Marketing, Technology

---

\* Yrd. Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Sivas

\*\* Arş. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Sivas

### **I. Giriş**

Günümüzde teknolojinin hızlı değişimi elektronik ticareti de hızla geliştirmektedir. Özellikle rekabetçi bir pazarda, yeni müşterilerin dikkatini çekmek, eski müşterilerle ilişkileri geliştirmek ve sürdürmek için teknoloji kullanımı önemli hale gelmiştir (Lang, Colgate, 2003:29). Teknolojinin sağladığı imkanlar pazarlama stratejilerinde kullanılarak, müşteri odaklılık ön plana çıkmıştır. Pazarlama ve teknolojiye gelişen yenilikler rekabetçi bir piyasa olan bankacılık sektöründe harmanlanmış ve müşteriye en iyi hizmeti sunma yarışı başlamıştır. Günümüz bankalarının etkili müşteri memnuniyeti için İnternet bankacılığı ön plana çıkmıştır.

Bankacılık işlemlerinin İnternet aracılığıyla yapılması şeklinde tanımlanan İnternet Bankacılığı tüm dünyada her geçen gün yaygınlaşmakta, bankacılık işlemlerini İnternet aracılığıyla yapanların sayısı da giderek artmaktadır. Mesela, 1996 yılında Hong Kong’da internet kullanıcılarının sayısı 280 bin iken bu rakam, 6 ay içinde 220 bin kişi artarak 500 bine ulaşmıştır (Liao, Shao, Wang, Chen, 1999: 63). Ülkemizde de hem İnternet kullanıcılarının hem de İnternet bankacılığında faydalananların sayısı artmaya başlamıştır. Önceleri binlerle ifade edilen rakamlar bugün milyonlara ulaşmıştır. Ancak, rakamlar nüfusa oranlandığında yetersiz kalmaktadır.

Bu araştırmadan bir çok fayda umulmaktadır. Birincisi, İnternet bankacılığının üniversite personeli arasında kullanım oranını belirlemek, kişilerin İnternet bankacılığında beklentilerini ve sıkıntılarını saptamaktır. İkincisi, İnternet bankacılığında sık kullanılan işlemlerin neler olduğu, finansal işlemlerin İnternet aracılığıyla yapma ve yapmama nedenlerini araştırmaktır. Ayrıca, İnternet bankacılığında önemli olan faktörleri belirlemek de araştırmanın önemini ve yararını ortaya koymaktadır.

### **II. Literatür Taraması**

Teknolojik gelişmeler özellikle bilgi teknolojisi ve haberleşme alanındaki büyük yenilikler bankacılık sektöründe bir devrim yaratmıştır (Sohail, Shanmugham, 2002). 1990’lı yıllarda özel bankacılığın Türkiye’de gelişmesi ile birlikte bankacılık sektöründe rekabet artmaya başlamıştır. Bu dönemden sonra ticari bankalar rekabet avantajında teknoloji faktörünün önemini farkına çabuk varmışlardır. Bankalar teknolojiye gelişmelere uyum sağlamak ve teknolojik alt yapıyı geliştirme konusunda önemli atılımlar gerçekleştirmiştir. Son on yılda ATM (Automatic Teller Machine–Otomatik Para çekme Makinası) sayısı artmasıyla şubesiz bankacılık başlamıştır. ATM bankacılığını telefon bankacılığı takip etmiştir. Daha sonra İnternet bankacılığın hızlı yükselişi görülmüştür. (Liao, Shao, Wang, Chen, 1999:63). Wireless Application Protocol (WAP) ve Wireless Internet Gateway (WIG) iki alternatif teknolojiye yakında bankacılık sektöründe yerini alacak ve cep telefonu bankacılığında hizmete girecektir (Brown, Cajee, Davies, Stroebel 2003:382).

Çevirim içi (online) bağlantıya sahip banka sayısı bugün Türkiye’de 18’e yükselmiştir (Bkz. Tablo 1: -Türkiye’deki özel bankaların İnternet bankacılık hizmetleri-). Bu bankalar Elektronik Fon Transferi (EFT) ve Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT) sistemlerinin kullanımı, interaktif bankacılık hizmetleri gibi çevirim içi bankacılık hizmetleri sunmaktadır. (Erdoğan, 2001:640). Elektronik ticaret ve bankacılıkta sık kullanılan telekomünikasyon sistemi ile ödeme son yıllarda çok yaygın hale gelmiştir (Aladwani, 2001). 2004 yılı sonu itibari ile dünyada elektronik ticaretin ulaşacağı miktarın tahmini 7 Trilyon dolar olması beklenmektedir (Sanders, Temkin, 2000).

**Tablo 1. Bankaların İnternet Bankacılığındaki Hizmetler**

BANKALAR	HİZMET İSİMLERİ	İNTERNET BANKACILIĞINDA YAPILAN İŞLEMLER
Akbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım, Başvurular
Denizbank	@çık Deniz	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım
Koçbank	e-koçbank	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Yatırım, Başvurular
Finansbank	İnternet Bankacılığı	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme, Yatırım, Başvurular
Oyakbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Yatırım
Citibank	Citibank Online	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme
HSBC	İnternet Bankacılığı	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım
MNGbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme
Alternatifbank	İnternet Bankacılığı	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme
YapıKrediBank	Telweb	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım, Başvurular
Garantibank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Yatırım
Şekerbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Yatırım
Tekstilbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım
İşbankası	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım
Pamukbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Yatırım
Dışbank	İnternet Şubesi	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Yatırım
Vakıfbank	İnternet 724	Hesap,Kart,Para Transferi,Fatura&Ödeme,Döviz,Yatırım

Günümüzde bir çok banka İnternet üzerinden müşterilerine kendi hizmetlerini sunmaktadır. Telekomünikasyon sistemi ve teknoloji kullanımı bankalara, sadece müşterinin banka hakkında bilgilere ulaşabileceği bir ortam yaratmamaktadır. Müşterilerle etkileşim içerisinde bulunabileceği, müşterinin bir bankaya gittiğinde yapabileceği her prosedürü sanal ortamda yapabileceği bir banka şubesi sunmaktadır

(Aladwani, 2001). Tablo 1’de İnternet bankacılık hizmeti sunan bankaların hizmet isimleri ve İnternet Bankacılığında yapılan işlemler gösterilmektedir. Türkiye’deki bir çok bankanın kendi web sayfasından verdiği hizmetler şunlardır; günlük hesap hareketi, hesap açma talepleri, hazine bonusu işlemleri, kredi işlemleri, bilgi sorma işlemleri, yatırım fonu işlemleri, kredi kartı talepleri, Elektronik Fon Transferi (EFT), döviz alım/satım ve düzenli ödemeler (telefon faturası, kredi kartı borcu, faturalar).

Bankacılık sektöründeki teknolojik gelişmelerin bankalara sağladığı faydalar; hızlı bilgi transferi, müşteri iletişimini kolaylaştırma, hizmet kalitesini yükseltme (Dolanbay, 2000:33), müşterilere kolay bankacılık hizmeti sağlama ve bu sayede rekabetin yüksek olduğu bankacılık sektöründe sadık müşteriler yaratmaktır. Ayrıca bankalar, İnternet bankacılığı sayesinde dağıtım kanallarının maliyetini azaltmakta, rekabet avantajı sağlamakta, gelirlerini yükseltmektedir (Simpson, 2002:316). Amerikan National Semiconductor şirketi sipariş işlemlerini kâğıt kullanarak yaptığında birim işlem mâliyeti 75-250 dolar arasındayken, İnternet ortamında yapılan işlemin maliyeti 3 dolar düzeyine düşmektedir (Kırçova, 2001:28). Bir başka örnek ise, İnternet bankacılığının bir bankaya maliyeti 0.1 Cent ise şube bankacılığının bir bankaya maliyeti 2.1 \$’dır (Capital Dergisi, 2000/4). Bankalar, müşterilerini İnternet bankacılığı kullanma konusunda teşvik etmekte bunun için bazı bankalar çevrim içi (online) sistemlerinin kullanılması için ödüller vermektedir. Örnek vermek gerekirse, Yapı Kredi Bankası’nın sınırsız bankacılık hizmetlerinin müşteriler tarafından kullanılması, onlara ek puanlar kazandırmaktadır. ([http://www.worldcard.com.tr/worldpuan/wp\\_kazanin.shtml](http://www.worldcard.com.tr/worldpuan/wp_kazanin.shtml), 21.01.2004). Günümüzde bazı firmalar elektronik ticarete ortak olarak bankalarla çalışmaktadır (Simpson, 2002:316). Mesela, Bascuda.com e-alışveriş firması Finansbank ile çalışarak, bu bankanın kart sahiplerine önemli kolaylıklar sağlamaktadır (<http://www.bascuda.com>, 21.01.2004). Yukarıda verilen örnekler ışığında bankalar, müşteri sadakati sağlamaya çalışmakta, müşteriye kolay hizmetler sunmakta ve ayrıca İnternet bankacılığının kullanımını arttırmaktadırlar. Müşteri açısından İnternet bankacılığının önemi, çabuk ve rahat olmasından dolayı zaman tasarrufu sağlamakta (Deniz, 2001:XV), işlemleri uygun ve rahat bir ortamda yapma imkanı sunmaktadır. Bu sayede bankanın hedeflediği uzun dönemli müşteri ilişkileri sağlanmış olmaktadır (Bauer, Grether, Leach, 2002:155).

İnternet bankacılığının en önemli sorunu, insanların tam olarak bu sisteme güvenmemeleridir. İnternet ortamında, Güvenli Katman Yuvaları -Secure Sockets Layer- (SSL), Güvenilir Taşıma Katmanı-Transport Layer Security- (TLS) ve Kablosuz Güvenilir Taşıma Katmanı -Wireless Transport Layer Security- (WTLS) gibi üç önemli güvenlik protokolü bulunmaktadır. Bu protokollerin amacı, müşteri ve banka arasındaki elektronik ortamda etkileşim sırasındaki güvenliği sağlamaktır (Claessens, Dem, Cock, Preneel ve Vandewalle, 2002: 257). Bu protokollerin güvenilir

olmasına rağmen müşteriler sanal ortamda yapılan alışverişlerde kullanılan kredi kart numaralarının başka insanların eline geçmesinden veya şifrelerin “bilgisayar korsanı – hacker-” tarafından çalınmasından korkuluyor. Yine sanal ortamda yapılan bankacılık işlemlerinin ne kadar güvenilir olduğu tartışılıyor. Bu tartışmaların hâlâ gündemde olduğu bu dönemde özellikle şube bankacılığının daha güvenilir olduğunu düşünen insanları sanal ortama çekmek gerçekten zor görünüyor. Singapur’da yapılan bir çalışmaya göre (Liao, Cheung, 2002: 293), insanların İnternet bankacılığı yapmama nedeni olarak “güvenilir olmama” ifadesi ilk sırada yer almaktadır.

İnternet bankacılığının diğer bir sorunu da, insanların sanal ortamda yanlış bir işlemi yapmaktan korkmalarıdır. Müşteri tarafından yanlışlıkla konulan bir sıfır, müşteriyi zor duruma düşürebileceği düşünülür. Böylesi bir endişe ve korkular da müşterileri ister istemez İnternet bankacılığından soğutmaktadır.

### **III. Araştırmanın Önemi, Amacı ve Kısıtları**

Bu araştırmanın amacı, İnternet bankacılığını kullanan banka müşterilerinin davranışlarını tespit etmeye yöneliktir. Bu bağlamda, İnternet bankacılığı yapan müşterilerin; nelere dikkat ettiklerini, İnternet bankacılığında nelerin önemli olduğunu, hangi bankacılık hizmetlerini İnternet’ten yaptıklarını belirlemeye çalışmaktadır. Ayrıca İnternet bankacılığını, şube bankacılığına neden tercih ettiklerini saptamak ve İnternet bankacılığını kullanmayan kişilerin bu sistemi kullanmama nedenlerini öğrenmek ve çözümler getirmektir.

İnternet bankacılığı ve müşteri davranışına yönelik bu çalışmaya sadece Cumhuriyet Üniversitesi akademik ve idari personel dahil edilmiştir. Anketler Cumhuriyet Üniversitesi web-maillinde e-posta adresi bulunan personele yollanmıştır. E-posta adresi bulunmayan personel araştırmaya alınmamış olması araştırmanın en önemli kısıdını oluşturmaktadır.

### **IV. Araştırmanın Yöntemi**

2003 Kasım ve Aralık ayları arasında Cumhuriyet Üniversitesi’ne bağlı Fakülteler, Enstitüler, Meslek Yüksek Okulları, idari birimlerde çalışan akademik ve idari personele yönelik uygulanan bu araştırma için gerekli verilerin toplanmasında anket yöntemi uygulanmıştır. Anketler, akademik ve idari personellerin elektronik posta adreslerine yollanmıştır. Yani e-posta ile anket yapılmıştır. Anket, son şeklini alıncaya kadar çeşitli pilot testlerle geliştirilmiştir. Kolayda örnekleme yoluyla araştırma örneğini temsil edecek şekilde 25 kişiye ön anket yapılmıştır. Bu test sonucunda ankete son şekil verilmiştir. Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü’nden alınan verilere göre, üniversitede çalışan ve bir e-posta sahibi (örnek: ali@cumhuriyet.edu.tr) olan akademik ve idari sayısı 1042’i olarak belirlenmiştir. Daha sonra 1042 akademik ve idari personele e-posta yolu ile anketleri gönderilmiş,

gönderilen anketlerin 205'inden cevap alınmıştır. Geri dönüş oranı %19,6'dır. Yapılan ön incelemeler neticesinde 29 anket değerlendirme sırasında geçersiz sayılmıştır. 176 geçerli sayılarak değerlendirmeye alınmıştır. Ayrıca, gönderilen anketlerin 181 tanesi cevaplayıcının sayfasına ulaşmadan geri dönmüştür. Bunun nedenleri; birinci neden, cevaplayıcının üniversiteden ayrılmış olup e-posta hesabının kapanmış olabileceği, ikinci neden ise, Cumhuriyet Üniversitesi'nin vermiş olduğu e-posta hesabının cevaplayıcılar tarafından hiç kullanılmamış olmasıdır.

Anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. Anket formunda çoktan seçmeli ve iki cevaplı sorulara yer verilmiştir. Birinci grup sorular, deneklerin demografik özelliklerine ilişkindir. İkinci grupta yer alan sorular, deneklerin internet bankacılığı kullanırken nelere dikkat ettiklerine ilişkin düşüncelerini 5'li Likert Ölçeği ile ölçmeye yöneliktir. Üçüncü grup sorular ise, deneklerin İnternet bankacılığında hangi işlemleri sık kullanması ve İnternet bankacılığının kullanma nedenlerini öğrenme ile ilgili sorulardır.

#### **V. Verilerin Analizi**

Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde parametrik olmayan (kategorik olmayan) testlerden yararlanılmıştır. Analizlerin yapılmasında SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Bu program yardımıyla frekans dağılımı ve yüzdeler yapılmıştır. Ayrıca, Ki-Kare ve faktör analizleri de yapılmıştır.

#### **VI. Araştırmanın Hipotezleri**

H1: İnternet'in güvenli olması ile İnternet Bankacılığında yararlanma arasında ilişki vardır.

H2: İnternet bankacılığı hakkında bilgi sahibi olma ile İnternet Bankacılığında yararlanma arasında ilişki vardır.

#### **VII. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirilmesi**

Tablo 2'de araştırmanın demografik bulguları yer almaktadır. Bu tabloda, araştırmaya katılan akademik ve idari personelin demografik özelliklerine ilişkin bulgular; yaş, cinsiyet, unvan, pozisyon ve akademik personelin çalıştığı fakülte ve Yüksek Okullara ilişkin dağılımı göstermektedir.

**Tablo 2. Demografik Özellikler**

<b>YAŞ</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>POZİSYON</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
18-24	15	8,5	Akademik Personel	155	88
25-34	67	38,1	İdari Personel	21	12
35-44	67	38,1	<b>Toplam</b>	<b>176</b>	<b>100</b>
45-54	19	10,8	<b>FAKÜLTE ve YO</b>		
55+	8	4,5	<b>Akademik Pers. Dağılımı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Toplam</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	Mühendislik	29	18,8
<b>CİNSİYET</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	Fen-Edebiyat	27	17,4
Bay	134	76,1	Tıp	25	16,2
Bayan	42	23,9	İktisadi ve İdari Bil.	25	16,2
<b>Toplam</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	Sivas Meslek YO	9	5,8
<b>AK. ÜNVANLARI</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	Dış Hekimliği	8	5,2
Okutman	3	1,9	İlahiyat	7	4,5
Uzman	5	3,2	Eğitim	5	3,2
Öğr. Görevlisi	21	13,5	Güzel Sanatlar	4	2,6
Arş. Görevlisi	48	31,0	Hemşirelik YO	4	2,6
Yrd. Doç. Dr.	46	29,7	Beden Eğitimi	3	1,9
Doç. Dr.	17	11,0	Sağlık YO	3	1,9
Prof. Dr.	15	9,7	Kangal MYO	2	1,3
<b>Toplam</b>	<b>155</b>	<b>100</b>	Sağlık Hiz.MYO	1	0,6
			Rektörlük Yabancı Dil.	1	0,6
			Cumhuriyet MYO	1	0,6
			Kangal Köpeği Arş. Merk	1	0,6
			<b>TOPLAM</b>	<b>155</b>	<b>100</b>

Tablo 2'ye bakıldığında cevaplayıcıların % 8,5'inin 18-24 yaş gurubunda, %38,1'inin 25-34, %10,8'inin 35-44 yaş gruplarında ve %4,5'inin 45-54 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Cevaplayıcıların cinsiyet durumlarına bakıldığında; %76,1'inin bay, %23,9'unun ise bayan olduğu görülmektedir. Ankete katılan akademik personelin unvanlarına baktığımızda; %1,9'unun Okutman, %3,2'sinin Uzman, % 13,5'inin Öğretim Görevlisi, %31'inin Araştırma Görevlisi, %29,7'sinin Yardımcı Doçent, %11'inin Doçent ve % 9,7'sinin Profesör olduğu görülmektedir. Ankete katılan deneklerin %88'i akademik personel, %12'si idari personel olduğu görülmektedir. Akademik personelin Fakülte ve Yüksek Okullara göre dağılımına bakıldığında ise; %18,8'lik oranla Mühendislik Fakültesi akademik personeli ilk sırayı almaktadır. Mühendislik Fakültesini sırasıyla takip eden fakülteler, %17,4 ile Fen-Edebiyat Fakültesi, %16,2 ile Tıp Fakültesi ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'dir.

**Tablo 3. İnternet Bankacılığı Kullanım Dağılımı**

<b>Personel</b>	<b>İnternet Bankacılığı</b>	
	<b>Evet (%)</b>	<b>Hayır (%)</b>
Akademik Personel	77,6	22,4
İdari Personel	62,5	37,5
<b>Toplam (%)</b>	<b>75,6</b>	<b>24,4</b>

Tablo 3, üniversite personelinin İnternet bankacılığı kullanımını göstermektedir. Hürriyet gazetesine göre bugün Türkiye’de İnternet abone sayısı 2 milyon, İnternet kullanıcısı ise 4 milyondur. (<http://arsiv.hurriyetim.com.tr/> - 2004). Türkiye’de OECD 2002 verilerine göre Türkiye’nin nüfusu 69 milyondur. Bu verilerin ışığında Türkiye’de İnternet kullanıcı sayısı %5,7’dir. Türkiye’de tahmini İnternet Bankacılığı kullanımı 1 Milyon civarındadır (Capital 2003/4). Bu rakam Türkiye’de İnternet kullanıcılarının %28 kadardır. Cumhuriyet Üniversitesi’nde ise İnternet bankacılığı kullanımı %75,6’dır. Bu rakamın Türkiye standartlarından yüksek çıkması başka faktörlere dayanmaktadır. Bu faktörlerden bazıları Cumhuriyet Üniversitesinde kesintisiz ve hızlı İnternet imkanının olması, personelin mesai saatlerinde bankaya gitmek istememeleri ve üniversitede çalışan personelin %92’sinin iş yerinde bilgisayarı olmasıdır. Cumhuriyet Üniversitesi ikili anlaşma gereği Vakıfbank’la çalışmaktadır. Vakıfbank, İnternet bankacılığının kullanılması için Cumhuriyet Üniversitesi personelinin teşvik etmektedir. Tablo 4, Cumhuriyet Üniversitesi İnternet bankacılığını kullanan personelin hangi bankayı tercih ettiği göstermektedir.

**Tablo 4. CÜ’de İnternet Bankacılığı Kullanımının Bankalara Göre Dağılımı**

<b>Banka</b>	<b>%</b>
Vakıfbank	67,4
İş Bankası	9,1
Yapı Kredi Bankası	7,5
Garanti Bankası	5,9
Akbank	4,8
Family Finans	2,7
Pamukbank	1,6
HSBC	0,5
Finansbank	0,5
<b>Toplam</b>	<b>100</b>



Tablo 4'te cevaplayıcılara yöneltilen soruya birden fazla İnternet Bankacılığı kullandıkları için toplam İnternet bankacılığı kullanımı, ankete katılanlardan fazla çıkmıştır. Tablo 4'e göre Vakıfbank %67,4'lük oranla en fazla İnternet Bankacılığı kullanılan banka olduğu görülmektedir. Bunun sebebi, Cumhuriyet Üniversitesi'nde akademik ve idari personel maaşlarını Vakıfbank'tan alıyor olmasıdır. Cumhuriyet Üniversitesi'nin bulunduğu Sivas ilinde Garanti Bankası, HSBC ve Finansbank bulunmamaktadır. Buna rağmen Garanti Bankası %5,9 ile akademik ve idari personel arasında en fazla İnternet bankacılığının kullanıldığı dördüncü bankadır.

**Tablo 5 Evlerinde Bilgisayar Sahibi Olup Olmadığıyla İlgili Dağılım**

Personel	Bilgisayar	
	Evet (%)	Hayır (%)
Akademik Personel	65,8	34,2
İdari Personel	37,5	62,5

Tablo 5, akademik ve idari personelin evlerinde bilgisayar olup olmadığıyla ilgili dağılımı göstermektedir. Akademik personelin %65,8'inin evinde bilgisayar bulunurken, idari personelin %37,5'inin evinde bilgisayar bulunmaktadır.

**Tablo 6 İş Yerinde Bilgisayar Sahibi Olup Olmadığıyla İlgili Dağılım**

Personel	Bilgisayar	
	Evet (%)	Hayır (%)
Akademik Personel	90,8	9,2
İdari Personel	100	-

Tablo 6, akademik ve idari personelin iş yerlerinde bilgisayar olup olmadığıyla ilgili dağılımı göstermektedir. Akademik personelin %90,8'inin iş yerinde bilgisayar bulunmaktadır. İdari personelin tamamının iş yerlerinde bilgisayar bulunmaktadır. İdari personelinin iş yerlerindeki bilgisayar oranının bu kadar yüksek çıkmasının sebebi, Cumhuriyet Üniversitesi'nin idari personele bilgisayar vermesinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 7. İnternet Bankacılığı İle İlgili Faktör Analizi Sonuçları					
	Ort	SS	Faktör Yükleri	Öz Değer %	Kümülatif Varyans %
<b>Faktör 1: Görünüm ve Hız</b>				<b>19,750</b>	<b>19,750</b>
Web sayfanın görünüm/tasarım	4,00	0,77	0,771		
İstenilen işlemlerin hızlı yapılması	4,79	0,44	0,720		
Web sayfanın okunabilir olması	4,61	0,59	0,689		
Web sayfasının kişiselleştirilmesi	3,63	0,94	0,594		
Web sayfasının hızlı yüklenmesi	4,71	0,56	0,398		
<b>Faktör 2: Hizmet</b>				<b>16,213</b>	<b>35,964</b>
İnternet Bankacılığı sırasında ödül kazanma	3,78	0,99	0,723		
Bankacılık hizmet bilgilerini e-postaya gönderme	4,22	0,78	0,691		
Bankacılık hizmet bilgilerini SMS ile yollama	3,46	1,04	0,691		
Anlık piyasa bilgilerini web sayfasından görebilme	4,06	0,82	0,482		
<b>Faktör 3: Sorunların Çözümü</b>				<b>13,530</b>	<b>49,493</b>
İnternet Bankacılığında çıkan sorunu hızlı çözmek	4,70	0,60	0,865		
İnternet Bankacılığında çıkan sorunu çözmek için bankaya kolay ulaşabilmek	4,69	0,54	0,736		
<b>Faktör 4: Güvenlik</b>				<b>9,640</b>	<b>59,134</b>
Sistemin güvenilir olması	4,95	0,31	0,417		

KMO: 0,703 Barlett Test : 321,838

Öz Değer:1'den fazla

Anlamlılık (Significiance) : 0.0000

Cronbach Alpha : 0,7273

Üniversite personelinin İnternet Bankacılığı kullanırken dikkat ettikleri özellikleri belirlemek amacıyla 12 ifade geliştirilmiştir. Bu 12 ifadeye yeni boyut kazandırmak ve değişken sayısını azaltmak amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Ayrıca, bu analizle ilgili değişkenleri gruplandırmak için Varimax Rotation'dan yararlanılmıştır. Analizde öz değeri (eigenvalue) 1'den büyük değerler alınmıştır.

Faktör analizi sonucunda benzer özellikler taşıyan değişkenler belirli gruplarda (faktörlerde) toplanmıştır. Faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0,703 olarak elde edilmiştir (Tablo 7). KMO'nun 0,60'ın üzerinde çıkması örneklemin yeterli olduğunu göstermektedir. Barlett Test'te de anlamlılığın 0,000 çıkması araştırma verilerinden anlamlı faktörlere ulaşıldığının göstergesidir.

Faktör analizi sonuçları incelendiğinde öz değeri 1'den büyük faktörler (4 Faktör) toplam varyansın %59,134'ünü açıklamaktadır. Faktör analizinde benzer özellikler gösteren değişkenler bir başlık altında toplanmıştır. Bu faktörler sırasıyla Görünüm ve Hız (Faktör 1), Hizmet (Faktör 2), Sorunların Çözümü (Faktör 3) ve Güvenlik (Faktör 4).

İlk faktör “görünüm ve hız” olarak adlandırılmış ve bu faktör beş değişkenden oluşmaktadır. Bunlar, web sayfaların görünüm ve tasarımı, web sayfasında yapılan işlemlerin hızı, web sayfasının okunabilir olması, web sayfası görünümünü kişiselleştirilebilmesi ve web sayfasının hızlı yüklenmesidir. Bu faktör, toplam varyansın %19,75’ini açıklamaktadır.

İkinci faktör “hizmet” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör ise dört değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenler; İnternet bankacılığı yapan müşterilerin bankadan ödülleri kazanması, bankacılık hizmetleri, kredi kartı ve piyasa bilgilerinin müşterinin e-posta adresine gönderilmesi, yeni bankacılık hizmetleri, kredi kartı ve piyasa bilgilerinin kısa mesaj (SMS) ile cep telefonuna gönderilmesi ve anlık piyasa bilgilerinin bankanın web sayfasında yayınlanmasıdır. Bu faktör, toplam varyansın %16,21’ini açıklamaktadır.

Üçüncü faktör “ sorunların çözümü” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör iki değişkenden oluşmaktadır. Bu değişkenler; İnternet bankacılığı sırasında ortaya çıkabilecek her hangi bir sıkıntının hızlı bir şekilde çözülmesi ve bankaya kolay ulaşılabilmesidir. Bu faktör toplam varyansın %13,53’ünü açıklamaktadır.

Dördüncü ve son faktör “güvenlik” olarak adlandırılmıştır. Bu faktör tek değişkenden oluşmaktadır. Bu değişken; İnternet bankacılığı sisteminin güvenli olmasıdır. Bu faktör, toplam varyansın %9,64’ünü açıklamaktadır.

**Tablo 8. İnternet Bankacılığında Yapılan İşlemlerin Sıralanması**

	Sıralama	2003 Ocak	Evvel %	Hayır %
EFT İşlemleri	(1)	(3)	87,3	12,7
Günlük Hesap Hareketlerini Kontrol Etmek	(2)	(1)	79,1	20,9
Düzenli Ödemeler (Faturalar) otomatik öde.	(3)	(2)	75,4	24,6
Kredi Kartı İşlemleri	(4)	(4)	75,2	24,8
Bilgi Sorma (faiz, repo oranları, döviz kurları gibi)	(5)	(5)	65,7	34,3
Yatırım Fonu İşlemleri	(6)	(6)	38,8	61,2
Başka Bir Kişiye Ait Kredi Kartı Borcu Ödeme	(7)		30,6	69,4
Hesap Açma Talimatı	(8)		27,6	72,4
Döviz Alım/Satım	(9)		27,6	72,4
TL Hazine Bonosu/Devlet Tahvili Geri Satım İşlemleri	(10)		21,6	78,4
Kredi Kartı Talebi	(11)		17,2	82,8
Hazine Bonosu İşlemleri	(12)		16,4	83,6
Menkul Kıymetler Alım/Satım	(13)		16,4	83,6
Tüketici Kredisi İşlemleri	(14)		12,7	87,3
Otomatik Repo Talimatı Verme	(15)		9,7	90,3

Tablo 8’de İnternet bankacılığı yapan üniversite personelinin hangi işlemleri kullandıkları görülmektedir. Amerika Birleşik Devletleri’nde yapılan bir araştırmada EFT işlemleri ve günlük hesap hareketlerinin kontrolü %88,8 ile en fazla kullanılan

hizmet olduğu belirtilmiştir. Düzenli ödemeler (telefon faturası, elektrik faturası vs.) %78,2'lik kullanımla ikinci sırada bulunmaktadır (Aktive, 2002). Tablo 6'daki sonuçlarına baktığımızda, "EFT işlemleri" ifadesi %87,3 ve "Günlük hesap hareketlerini kontrol etme" ifadesinin ise %79,1'le müşteriler tarafından en fazla yapılan işlemler olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu ifadeleri %75,4'le "Düzenli ödemeler" takip etmektedir.

2003 yılı Ocak ayında yine öğretim üyelerine yönelik yaptığımız araştırmada İnternet bankacılığında yapılan işlemlerin önem sırasına baktığımızda, birinci sırayı "günlük hesap hareketlerini kontrol etme", ikinci sırayı, düzenli ödemeler", üçüncü sırayı "EFT işlemleri" ve dördüncü sırada "kredi kartı işlemleri" ifadesi kullanılmıştır. İki çalışmayı karşılaştırdığımızda sonuçlar bir birine çok yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Bankacılık İşlemlerinin İnternet'ten Yapılma Nedenleri

	Önem Seviyesi				Ağırlıklı		Önem Sırası
	1	2	3	4	Toplam Puan*	Dağılım Yüzdesi(%)	
<b>Bankada İşlemlerin Uzun Sürmesi</b>	54	15	20	11	312	23,35	(1)
İşlemleri Uygun Zamanda Yapabilme	30	44	14	22	302	22,52	(2)
Çağdaş Bir Uygulama Olması	6	14	26	12	130	9,72	(6)
Banka Personelinden Hoşnutsuzluk	5	9	4	9	64	4,87	(7)
Mesaiye Uyma Zorunluluğunun Olmaması	9	16	27	21	159	11,85	(4)
Rahat ve Çabuk Olması	15	26	26	29	219	16,42	(3)
İnternet Erişiminin Kolay Olması	15	10	18	30	156	11,27	(5)
<b>TOPLAMLAR</b>	<b>134</b>	<b>134</b>	<b>135</b>	<b>134</b>	<b>1342</b>	<b>100</b>	

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

Cumhuriyet Üniversitesi akademik ve idari personelinden önem seviyesine göre bankacılık işlemlerini İnternet'ten yapma nedenlerini sıralamaları istendiğinde ise Tablo 9'da yer alan sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre; "bankada işlemlerin uzun sürmesi" ifadesi önem sırasında ilk sıradadır. Bu ifadeyi, "işlemleri uygun zamanda yapabilme" ve "rahat ve çabuk olma" ifadeleri takip etmektedir. Bu üç ifade de zaman ön plana çıkmaktadır. İnsanlar banka işlemlerini daha hızlı yapmak ve bankada zaman kaybetmemek için İnternet bankacılığını seçmektedirler.

**Tablo 10. Bankacılık İşlemlerinin İnternet İle Yapılmama Nedenleri**

	Önem Seviyesi				Ağırlıklı		Önem Sırası
	1	2	3	4	Toplam Puan*	Dağılım Yüzdesi(%)	
İnsan ilişkilerinden Vazgeçememe	7	5	4	4	55	12,22	(5)
Hatalı Bir İşlem Yapma Düşüncesi	8	4	15	7	81	17,85	(3)
Yeterli Bilgiye Sahip Olmama	6	13	6	12	87	19,27	(2)
Bilgisayar Alışkanlığının Olmaması	5	7	6	15	68	15,10	(4)
Bilg/İnternet Kullanımının Zor Olması	2	6	3	9	41	9,24	(6)
<b>Güvenli Olmaması</b>	19	8	7	5	119	26,32	<b>(1)</b>
<b>TOPLAMLAR</b>	<b>47</b>	<b>43</b>	<b>41</b>	<b>52</b>	<b>454</b>	<b>100</b>	

\*Ağırlıklı Toplam Puan; (1. Önem seviyesi x4+ 2. Önem seviyesi x3+ 3. Önem seviyesi x2+ 4. Önem Seviyesi x1) şeklinde hesaplanmıştır.

Cumhuriyet Üniversitesi akademik ve idari personelinden önem seviyesine göre bankacılık işlemlerini İnternet'ten yapmama nedenlerinin sıralamaları istendiğinde ise Tablo 10'da yer alan sonuçlar elde edilmiştir. Tablo 10'a göre, %26,32 oran ile İnternet bankacılığının "güvenli olmadığı" ifadesi yer almıştır. Bu oran çok fazladır. Hâlâ özellikle akademik çevrede İnternet bankacılığının güvenilirliği sorgulanmaktadır. "Yeterli bilgiye sahip olmama" ifadesi %19,27 ile ikinci sıradadır. Diğer önemli ifade ise "hatalı bir işlem yapma düşüncesi", %17,85 ile üçüncü sıradadır. Singapur'da yapılan bir çalışmadaki sonuçlara göre, İnternet bankacılığı kullanmayan kişilerin kullanmama sebepleri de bu araştırma ile benzerlik bulunmaktadır. Liao ve Cheung'un çalışmasında "güvenilirlik" ifadesi en önemli ifadedir. Yine "güvenilirlik" ifadesini sırasıyla "yanlış yapmamaya özen gösterme", "işlem hızı" ifadeleri takip etmektedir (Liao, Cheung 2002: 293).

Tablo 11'de İnternet bankacılığının güvenilir olup olmaması ile İnternet bankacılık hizmetlerinden yararlanma arasındaki ilişki Ki-Kare ile test edilmiştir. Testin sonuçları Tablo 11'de görülmektedir. İki Tabloyu da incelediğimizde (Tablo 10-11) sonuçların birbiriyle örtüşmekte olduğunu görebiliriz.

H1: İnternet'in güvenli olması ile İnternet bankacılık hizmetlerinden yararlanma arasında ilişki vardır.

**Tablo 11. Güvenlik/İnternet Bankacılığında Yararlanma Durumu**

İnternet Bankacılığı Güvenilir mi?	İnternet Bankacılık Hizmetlerinden Yararlandınız mı?		
	Evet F (%)	Hayır F (%)	Toplam F (%)
Evet	28 (51)	18 (18)	46 (30)
Hayır	26 (49)	83 (82)	109 (70)
<b>Toplam (%)</b>	<b>54 (100)</b>	<b>101 (100)</b>	<b>155 (100)</b>
P<0,01	$\chi^2=21,546$	sd=1	Anlamlılık seviyesi: 0,0001

Yukarıdaki tabloda (Tablo 11) Fisher'in Kesin Ki Kare testi uygulanmış ve tabloda da görüldüğü üzere sonuç anlamlı çıkmıştır. Tabloya göre İnternet bankacılık hizmetlerinden yararlanma ile İnternet bankacılığının güvenilir olması arasında ilişki vardır. Bu sonuç doğal ve kaçınılmaz bir sonuçtur. İnsanlar hangi işleri yaparlarsa yapsınlar ortamın güvenilir olmasını isterler. Özellikle bu durum parasal ya da mali durumu içeriyorsa. İnternet'in ve buna dayalı hizmetlerin büyümesi ve artması, mali ve finansal konularda gelişmesi her şeyden önce sistemin güvenilir olmasına bağlıdır. Eğer İnternet ortamı ne kadar güvenilir olursa, İnternet ve ona bağlı hizmetler de o derece artacaktır. Nitekim, bazı bankalar kendi web sitelerinde dünyanın en güvenilir sistemine sahip olduklarını söylemesine rağmen halen şüphe ve endişe ile yaklaşan, özellikle de finansal hizmetlerini İnternet yerine hâlâ klâsik yollardan yapan insanlar mevcuttur. O nedenle, ne zaman İnternet'te tam güvenlik sağlanırsa, o zaman İnternet bankacılığını kullanan insanların sayısı da artacaktır.

Bankacılık işlemlerinin İnternet ile yapılmama nedenlerine baktığımızda (Tablo 10) 'güvenlik' unsurunu 'yeterli bilgiye sahip olmama' takip etmektedir. Bu ikinci unsuru da Ki Kare ile test ettiğimizde anlamlı sonuç çıkmıştır. Aşağıdaki tablo (Tablo 12), testin sonuçlarını göstermektedir.

H2: İnternet bankacılığı hakkında bilgi sahibi olma ile İnternet Bankacılığından yararlanma arasında ilişki vardır.

**Tablo 12. Bilgi/İnternet Bankacılığından Yararlanma Durumu**

<b>İnternet Bankacılık Hizmetlerinden Yararlandınız mı?</b>			
<b>İnternet Bankacılığı Hakkında Bilgiye Sahip misiniz?</b>	<b>Evet F (%)</b>	<b>Hayır F (%)</b>	<b>Toplam F (%)</b>
Evet	48 (94)	42 (40)	90 (58)
Hayır	4 (6)	61 (60)	65 (42)
<b>Toplam (%)</b>	<b>52 (100)</b>	<b>103 (100)</b>	<b>155 (100)</b>
P<0,01	$\chi^2=51,764$	sd=1	Anlamlılık seviyesi: 0,0001

Tablo 12’de de görüldüğü üzere yaptığımız Ki Kare testinde sonuç anlamlı çıkmıştır. Yani buna göre İnternet bankacılığı hakkında bilgi sahibi olmayla İnternet bankacılık hizmetlerinden yararlanma arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla, İnternet bankacılığının yaygınlaşması veya insanların İnternet bankacılık hizmetlerinden yararlanabilmesi için insanları İnternet bankacılığı hakkında daha fazla bilgilendirmek ve bu konuya ağırlık vermek gerekmektedir. Çünkü, İnternet ve İnternet bankacılığı teknoloji ve bilgiye dayalıdır. Böylesi bir bilgi ya da eğitim İnternet bankacılığı hizmetini sunan bankaların web sitelerinden vermek suretiyle İnternet bankacılığı yaygınlaştırılabilir.

### **Sonuç**

Teknolojide yaşanan gelişmeler hiç şüphesiz bir çok kolaylığı da beraberinde getirmiştir. Bunlardan birisi de finans sektöründe yaşanan kolaylıklardır. Sanal bankacılık ya da şubesiz bankacılık olarak da adlandırılan İnternet bankacılığı finansal hizmetlerin telefon, bilgisayar gibi elektronik araçlarla özellikle de İnternet aracılığıyla gerçekleştirilmesi işlemidir.

Son yıllardaki teknolojik gelişmeler neticesinde daha önceleri şube açırken yapılabilen pek çok bankacılık işlemleri günümüzde zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın gerçekleştirilebilmektedir. Mesela, fatura ödemeleri, elektronik para transferi (EFT), virman, döviz alım satımı, hisse senedi alım satımı vb. pek çok işlem İnternet kanalıyla istenilen zamanda yapılabilmektedir. Fakat, İnternet bankacılığının gelişmesi güvenlik gibi bazı önemli nedenlerden dolayı beklenildiği kadar hızlı bir gelişim gösterememiştir.

Bu araştırmanın amacını, İnternet bankacılığının üniversite personeli arasında kullanım oranını belirleme, akademik ve idari personelin İnternet bankacılığında beklentilerini tespit etme, İnternet bankacılığında sık kullanılan işlem ve hizmetlerin neler olduğunu saptamaya yöneliktir. Ayrıca, üniversite personelinin İnternet bankacılık hizmetlerinden neden yararlandıklarını ya da yararlanmadıklarını tespit etmek de araştırma konusu olarak incelenmiştir.

Çalışmada uygulanan yöntem şu şekildedir. Araştırmanın evrenini (ana kütle) Cumhuriyet Üniversitesi akademik ve idari personeli oluşturmaktadır.

1042 üniversite personeline e posta aracılığıyla anketler gönderilmiş olup, ancak bunun yaklaşık %20'si geri dönmüştür. Elbette cevaplayıcıların anket sorularına doğru ve samimi cevaplar verdikleri varsayılmıştır. Veriler anket (e-posta) yoluyla elde edilmiş olup, SPSS paket programı sayesinde Ki-Kare ve Faktör analizi yapılmıştır.

Araştırmaya katılan akademik ve idari personelin %75'i İnternet bankacılığını kullanmakta, %25'i ise kullanmamaktadır. Buna göre üniversitedeki her 4 personelden üçü öyle ya da böyle İnternet'i bankacılık hizmetlerinden faydalanmak amacıyla kullanmaktadır. Personel açısından İnternet bankacılığının kullanımına bakıldığında Akademik personelin %78'i idari personelin de %62'si İnternet bankacılığını kullanmaktadır.

İnternet bankacılığında yararlanılan bankalara bakıldığında genellikle üniversitelerin anlaşma yaptıkları bankalar tercih edilebilmektedir. Bunun dışında tercih edilen bankalar İş Bankası, Yapı Kredi, ve Garanti Bankası gibi özel bankalardır.

İnternet bankacılığı ile ilgili yapılan faktör analizi sonucunda birinci faktörü; 'web sitesinin görünümü ve hızı' önem kazanmaktadır. Bu faktörü sırasıyla; 'hizmet', 'sorunların anında çözümü' ve 'güvenlik' faktörleri izlemektedir.

İnternet üzerinden en fazla yapılan bankacılık hizmetlerinin başında havale özellikle de %87,3 gibi yüksek bir oranla EFT gelmektedir. Bu hizmeti sırasıyla; günlük hesap hareketlerini izleme (%79,1) ve düzenli ödemeler (elektrik, telefon gibi otomatik ödemeler) gelmektedir (%75,4). 2003 tarihinde yaptığımız benzer bir çalışmada sıralama değişse de yukarıda sayılan üç unsur değişmemiştir.

Bir takım finansal işlemlerin İnternet aracılığıyla yapılma nedenleri sırasıyla; bankacılık işlemlerinin uzun sürmesi, işlemleri uygun zamanda yapabilmek, rahat ve hızlı olmasıdır. Bankacılık işlemlerinin İnternet'ten yapılmama nedenleri de, güvenli olmaması, yeterli bilgiye sahip olmama ve hatalı ya da yanlış bir işlem yapabilmek endişesi ve korkusudur. Bunların dışında bilgisayar kullanma alışkanlığının olmaması, insani ilişkilerden vazgeçememe yani geleneksel bankacılığa alışkanlık gibi konular İnternet bankacılığını engelleyen unsurlardır.

Yaptığımız ki kare analizinde yeterli bilgiye sahip olmayan insanlar İnternet üzerinden bankacılık hizmetlerini gerçekleştirmek istememektedirler. Dolayısıyla, yaptığımız analizde yeterli bilgiye sahip olup olmama ile İnternet bankacılığında



yararlanma arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç itibariyle de hipotezimiz doğrulanmıştır. Benzer şekilde internet ortamının güvenli olup olmaması da İnternet bankacılığını etkileyen başka bir unsurdur. İnternet bankacılığını güvenilir bulmayan ve bundan dolayı da İnternet bankacılığında faydalanmayanların oranı %82 çıkmıştır. Bu oran yüksek bir orandır. Bu oranı aşağı çekmek için İnternet ortamında güvenliği sağlamak ve insanları da bu konuda ayrıntılı bir şekilde bilgilendirmek gerekmektedir.

Eğitim ve kültür seviyesinin yüksek olduğu üniversitelerde bile İnternet bankacılığının pek yaygın olmamasında yatan nedenlerin başında güven gelmektedir. Ne kadar hızlı İnternet'te tam güvenilirlik sağlanırsa, İnternet bankacılığını kullananların sayısı da o kadar hızlı artar. Güvenliğin yanı sıra bilgiye de önem vermek, kullanıcıları ayrıntılı ve hızlı bir şekilde bilgilendirmek gerekmektedir.

#### **Kaynakça**

Aladwani, Adel M.(2001) "Online Banking: A Field Study Of Drivers, Development Challenges And Expectations", *International Journal Of Information Management*, 21, pp.213-225.

Bauer, Hans H., Mark Grether, Mark Leach (2002) "Building Customer Relations Over The Internet", *Industrial Marketing Management*, 31, pp.155-163

Brown, Irwin, Zaheeda Cajee, Douglas Davies, Shaun Stroebel, (2002) "Cell Phone Banking: Predictors Of Adoption İn South Africa – An Exploratory Study", *International Journal Of Information Management*, v.23, pp.381-394

Claessens, Joris, Valentin Dem, Dammy De Cock, Bart Preneel ve Joos Vandewalle (2002) "On The Security Of Today's Online Elektronik Banking Systwms", *Computer&Security*, v.21/3, pp.257-269

Çakır, Abdullah (2002), "İnternet Bankacılığı: Uygulamalar, Ve Bankacılığın Geleceğindeki Muhtemel Etkileri", *Aktive Bankacılık Ve Finans Dergisi*, yıl:5, Sayı:27, ss.8

Deniz, Recep Baki (2001), *İşletmeden Tüketicie İnternet'te Pazarlama Ve Türkiye'deki Boyutları*, Beta Yayıncılık, 1.Baskı, İstanbul.

Dolanbay, Coşkun (2000), *Yeni Ekonomide Başarının Anaktarı E-Ticaret: Strateji Ve Yöntemler*, Meteksan Sistem Yayınları, İstanbul, Ağustos

Erdoğan, Niyazi (2001), "Türkiye'de Ekonomik Kriz Ve Bankacılık Sistemi", *Yeni Türkiye Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, Sayı:41, ss.640.

- Kırçova, İbrahim (2001), *İşletmelerde Elektronik Ticaret*, İstanbul Ticaret Odası, 32, İstanbul, Eylül.
- Lang, Bodo, Mark Colgate (2003), “Relationship Quality, Online Banking And The Information Technology Gap” *International Journal Of Marketing*, 21/1, pp.29-37
- Liao, Shaoyi, Yuan Pu Shao, Huaiqing Wang, Ada Chen (1999), “The Adoption Of Virtual Banking: An Empirical Study”, *International Journal Of Informaiton Management*, v.19, pp.63-74
- Liao, Ziqi, Michael Tow Cheung (2002), “Internet-Based E-Banking And Consumer Attitudes: An Empirical Study”, *Information Management*, pp.283-295
- Mavi, Özlem (2000), “İ-Banka Rüzgari” *Capital Dergisi*, Sayı:4, s.222,.
- Sanders, Matthew R., Bruce D. Temkin (2000), “Global E-Commerce Approaches Hypergrowth”,  
([Http://Www.Forrester.Com/Er/Research/Brief/Excerpt/0,1317,9229,Ff.Html](http://Www.Forrester.Com/Er/Research/Brief/Excerpt/0,1317,9229,Ff.Html)).
- Simpson, John (2002), “The Impact Of The Internet İn Banking; Observations And Evidence From Developed And Emerging Markets”, *Telematics And Informatic*, 19, pp.315-330.
- Sohail, M. Sadiq, Balachandran Shanmughan (2003), “E-Banking And Customer Preferences İn Malaysia: An Empirical Investigation”, *Information Sciences*, 150, pp.207-217.
- <http://arsiv.hurriyetim.com.tr/dosya/internethaftasi/netdogumgunu.htm>, 2004.
- [http://www.worldcard.com.tr/worldpuan/wp\\_kazanin.shtml](http://www.worldcard.com.tr/worldpuan/wp_kazanin.shtml), 2004.
- <http://www.bascuda.com>, 2004.