

**AKADEMİSYENLERİN İNTERNET BANKACILIĞI
HAKKINDAKİ TUTUM, DÜŞÜNCE ve DAVRANIŞLARI:
ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

Orhan ÇINAR*

Selahattin YAVUZ**

İmran ASLAN***

ÖZET

Bilişim teknolojisindeki gelişmeler ve kişisel bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte günlük yaşamın bir parçası haline gelen internet bankacılığı hizmetlerinin kalitesi bankaların imajını etkilemekte dolayısıyla bu konu bankaların rekabet edebilirliklerinde stratejik bir önem kazanmaktadır. Toplumun çeşitli kesimlerin internet bankacılığı ile ilgili düşünce, tutum ve davranışlarının tespit ve analiz edilmesi, banka sektörü açısından oldukça önemlidir. Çünkü günümüzde müşteri memnuniyetini sürdürülebilir kılmak ve ayrıca rekabet edebilmek ancak hizmetlerden yararlanan kesimlerin algı ve düşüncelerinin tespit ve analiz edilmesinden geçmektedir. Bu bağlamda internet bankacılığı hizmetini sunan bankalar açısından müşterilerinin bu konudaki düşüncelerinin analiz edilmesi stratejik öneme sahiptir.

Çalışma akademisyenlerin internet bankacılığı ile ilgili düşünce, tutum ve davranışlarını tespit ve analiz etme amacına odaklanmıştır. Algı ve tutumları ölçmeye yönelik yapılan çalışmalarda en çok kullanılan öznel ölçüt türü anket çalışmalarıdır. Dolayısıyla çalışmada katılımcıların internet bankacılığı konusundaki algı ve tutumları tespit ve analiz edilmeye çalışıldığı için anket yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda Mayıs 2011 tarihinde Erzincan Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenlerin internet bankacılığı konusundaki algı ve düşüncelerini analiz edebilmek amacıyla bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni Erzincan Üniversitesi'nin çeşitli birimlerinde çalışan 387 akademisyen olarak belirlenmiştir. Tesadüfi örneklem yöntemi ile belirlenen 140 akademisyen ise araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma

* Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi

** Yrd. Doç. Dr., Erzincan Üniversitesi

*** Arş. Gör., Boğaziçi Üniversitesi

kapsamında dağıtılan anket formlarından geri dönen ve tutarlı cevaplara sahip anketlerdeki veriler SPSS 17.00 programına yüklenmiş ve analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, Bilişim Teknolojisi, İnternet Bankacılığı, Akademisyen, Erzincan Üniversitesi

JEL Kodları: M10, M15, M20

**THE ATTITUDES, BEHAVIOURS AND VIEWSO F ACADEMICIANS ABOUT
INTERNET BANKING:THE CASE OF ERZINCAN UNIVERSITY, TURKEY
ABSTRACT**

Technology has been making a deep impact in service sector and it determines the way to deliver services. The rapid development of the technology infrastructure has resulted in increase of the number of personal computers, quality of internet connections and facilitated more widespread use of the internet. With the increasing role of technology, the cost of services in banking has been decreased and the uncertainty is eliminated, which require less staff and fewer physical branches.

It is almost accepted by everyone that internet brings many advantages to people and companies. Internet banking was introduced in the 1980s and people have been using online banking more than 20 years. Phone banking, electronic payment, electronic purse cards or Points of Sale (POS), Automated Teller Machines (ATM), PC banking, Internet banking, mobile banking, Personal Digital Assistant banking and interactive Digital TV banking are examples of the multitude of channels and technologies used.

Internet banking is a key element of current bank strategies and still has huge development potential. Thus, banks are not just searching for new internet banking users but also do not want to lose their existing customers as the users increased. In particular, banks provide internet banking mainly to increase cost-effectiveness, increase customer reach, and retain market share. With standardize services;customers can easily do many banking operations via internet banking. The question raises that to what extent different banking customers may actually prefer remote banking channels rather than face to face service interaction.

According to many research related to internet banking, the most determinant factor that affect the customers to use (or don't use) internet banking is trust (security) issue. The factors that affect the use of internet banking are below:

- Trust (security)
- Easiness of using the system
- Individual behaviors and beliefs
- Quality of service
- Saving of time, 24 hour service
- Cheaper cost
- The ability to use information technologies

The quality of internet banking services which has become an integral part of daily life with advances in information technologies and widespread of personal computers affect the image of banks and this issue gains strategic importance to the competitiveness of banks.

Identifying the attitudes, views and behaviors of different human groups about internet banking was considered to be beneficial and for this purpose academicians working at Erzincan University units located in the center of the province of Erzincan were surveyed in May 2011. Using descriptive survey design the sample of the study was

140 respondents of 387 academicians working at the Erzincan University. The study held in eight departments of Erzincan University located in the city center.

The main purpose of this study was to find out academician's views, attitudes and the level of using internet banking. Secondly we aimed to make comparisons according to their demographic characteristics and the use of internet banking.

The questionnaire used to collect the data was generated by researchers utilizing other studies held in Turkey related to internet banking. The questionnaire specifically designed and divided into five sections. The first section collected information about demographic characteristics and the use of internet banking of participants. The second section contained eight items about the types and frequency of internet banking transactions carried out by participants. The third section included eight items asking why they prefer using internet banking. The fourth section was about their thoughts on internet banking and there were ten items. Finally, the last section including eight items was directed to non-user of internet banking investigating the factors that stop them using internet banking.

250 questionnaires were randomly distributed to academicians and 140 fully answered of 147 collected questionnaires were evaluated. Descriptive statistics such as percentage and frequency table mean and for classification t-test and one-way Anova were applied to analyze the collected data. Only observed statistically significant differences were tabulated.

According to the findings, the most frequent internet banking transactions are checking account information, credit card transactions, money transfers and bill payments. Respondents evaluate the internet banking that provides many advantages to users such as saving time, making transactions easily and quickly, instant accessibility and receiving the document of processing readily. 22.9 % of the study sample does not use internet banking. To them, trust (security) issue is the most important reason not to prefer using internet banking.

Keywords: Internet, Information Technology, Internet Banking, Academician, Erzincan University

JEL Codes:M10, M15, M20

1.GİRİŞ

Bilim ve teknolojideki gelişmeler, toplumsal yaşam üzerinde köklü değişiklikler meydana getirmekte, elektronik araçların yaygınlaşmasıyla birlikte sadece iş yaşamı değil gündelik yaşam da inanılmaz biçimde değişikliğe uğramaktadır. Bilgisayar ve iletişim alanındaki yenilikler yeryüzünde mesafeleri anlamsız hale getirmekte ve dünya bir köy haline gelmektedir (Ustasüleyman ve Eyüboğlu, 2010: 12; Sarıhan, 1995: 11).

1960'lı yıllardan sonra bilişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler bireysel ve toplumsal yaşamdaki diğer tüm alanlar gibi bankacılık sektörünü de derinden etkilemiş; otomasyon sistemi yaygınlaşmış,

tezgâhtar bankacılığı güncelliğini kaybederek çoğu bankacılık işlemleri uzaktan yapılabilir hale gelmiştir (Tekeli, 1994: 212).

İnternet bankacılığı fikri ilk defa 1980'lerde telefon bankacılığı ile ortaya çıkmış ve internetin evlerde kullanımı ile artış göstermiştir (Pala ve Kartal, 2010). Günümüzde internet bankacılığının dünya üzerinde milyonlarca aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Artık, bankalar mevcut müşterilerini kaybetmemek ve daha kaliteli hizmet vererek müşterisayısını artırabilmek için teknolojiden oldukça yararlanmak ve kullandıkları bilişim teknolojilerini geliştirmek zorundadırlar. Bu noktada çeşitli toplumsal kesimlerin internet bankacılığı hakkındaki algı ve düşüncelerinin tespit edilmesi internet bankacılığı uygulamalarının daha geniş bir yelpazede kullanılmasını sağlayabileceği gibi mevcut sorunların da çözümü noktasında yarar sağlayacağı kuşkusuzdur.

Bu çalışmada akademisyenlerin internet bankacılığı kullanma düzeyleri ve internet bankacılığı hakkındaki görüşleri incelenmektedir. Elde edilen bulguların internet bankacılığı hizmetlerinin geliştirilmesine katkı sağlayacağı beklenilmektedir. Çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda internet bankacılığı ile ilgili kuramsal çerçeve, ikinci kısımda ise Mayıs 2011'de ayında Erzincan Üniversitesi'nde çalışan akademisyenlerle yapılan bir alan araştırmasının sonuçlarına yer verilmiştir.

2. İNTERNET BANKACILIĞI (İB)

2.1. Bilişim Teknolojileri ve İnternet

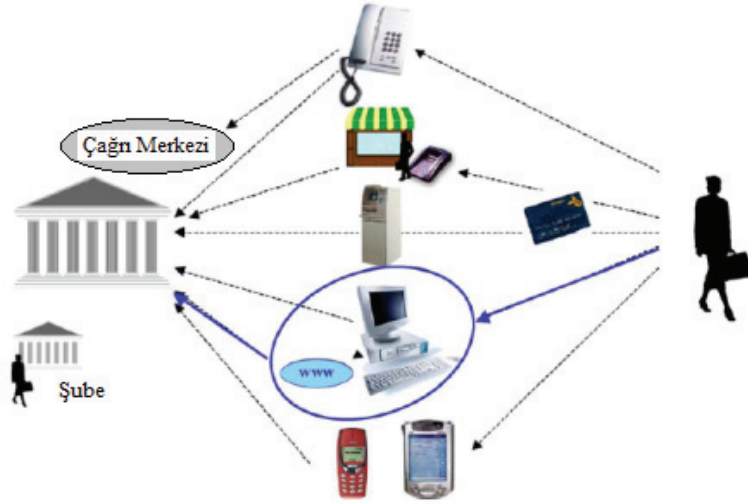
Bilgisayarların iletişim alanında da kullanılması ve bu alandaki gelişmeler sayesinde veri iletişimde mesafeler önemini yitirmiş oldu (Özmen, 2003) ve böylece tarım, sanayi ve hizmet sektörü dışında dördüncü bir sektör olan bilgi sektörü ortaya çıktı (Dura, 1990; Erkan, 1994).

Bilişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte dünya, iletişim kuramcısı McLuhan'ın deyimiyle neredeyse bir köy (Sarıhan, 1995: 11) haline geldi. Bilişim teknolojilerinin sunduğu imkânlar ve ulaşımın kolaylaşması ile mesafeler önemini yitirerek dünya gittikçe küreselleşti. Buna paralel olarak işletmeler arası rekabet de iyice arttı. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte önceleri zor olan birçok

işlemin kolayca yapılabilir olması nedeniyle, işletmeler teknolojinin getirdiği yeniliklerden fayda sağlayabilmek, çok hızlı değişen ve dönüşen bu yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürmek için kendilerini elektronik işletmelere dönüştürme çabasına girmek zorunda kaldılar (Öğüt, vd. 2005; Özmen, 2003).

2.2. Bankacılık Sektöründe Teknoloji Kullanımı ve İnternet Bankacılığı

Elektronik bankacılık, batılı ülkelerde 1960'lı yıllardan sonra ortaya çıkmıştır. 1984'te ev bankacılığı fikri bankaları oldukça ümitlendirmiş ama başlangıçta umduklarını bulamamışlardır. Ancak kişisel bilgisayarların yaygınlaşması ve ağ sistemlerinin gelişmesinden sonra gerek işletmelerin gerek bireylerin bankacılık işlemlerini elektronik ortam aracılığıyla gerçekleştirmeleri mümkün olmuştur (Tekeli, 1994: 212). Bu süreçte çok çeşitli teknoloji uygulamaları hayata geçirilmiştir. Bu uygulamalardan bazıları Şekil-1'de görülmektedir. Bunlar: Telefon bankacılığı, elektronik ödeme, elektronik cüzdan ya da POS (Points of Sale), ATM (Automated Teller Machine), PC bankacılığı, internet bankacılığı, mobil bankacılık, bireysel dijital yardımcı ve interaktif dijital TV bankacılığıdır.



Şekil 1. Bankacılıkta Çeşitli Teknoloji Uygulamaları (Centeno, 2004: 296)

Teknolojik ilerlemelerin bankacılık alanındaki uygulamaları sonucu ortaya çıkan diğer bir uygulama ise internet bankacılığıdır. İnternet bankacılığı, bankamüşterilerinin interneti kullanarak bankacılık işlemlerini gerçekleştirmeleri olarak ifade edilebilmektedir. İnternet bankacılığı, bankanın bir web sayfası oluşturarak ürünleri ve hizmetleri hakkında bilgi vermesi, hesaplara giriş, fon transferi, finansal ürünler ve hizmetler satın almak gibi fonksiyonları kapsamaktadır (Ustasüleyman ve Eyüboğlu, 2010). İnternet bankacılığı, elektronik bankacılığın gelişiminin bir uzantısı olan ve platform olarak açık ağ sistemlerinin kullanıldığı, bireysel ve ticari tüm bankacılık işlemlerinin yapılabildiği, bankaların sanal ortamda kurmuş oldukları şube dışı hizmetlerin sunulduğu alternatif bir dağıtım kanalı olarak tanımlanabilmektedir (Pala ve Kartal, 2010).

İnternet bankacılığı fikri ilk defa 1980'lerde telefon bankacılığı ile ortaya çıkmış, ev bankacılığı kavramı üzerinde araştırma ve programlar yapılmış, başlangıçta bilgisayar ve internet kullanımı çok fazla gelişmiş olmadığından bu amaçla faks ve telefonlar kullanılmıştır. ABD'deki "NetBank" ilk internet bankacılığı uygulamasıdır. Citibank ve WellsFargo gibiköklü bankalar 2001'de müşterilerine bu hizmeti sunmaya başlamışlardır (Pala ve Kartal, 2010).

1990'lı yıllarda özel bankacılığın Türkiye'de gelişmesi ile birlikte bankacılık sektöründe rekabet artmış, bu dönemden sonra ticari bankalar rekabet avantajında teknoloji faktörünün önemini farkına varmışlardır (Gülmez ve Kitapçı, 2006).

Türkiye'nin ilk özel bankası olan Türkiye İş Bankası 1987 yılında müşterilerine ATM hizmeti sunarak elektronik bankacılığın temelini atmıştır. Yine aynı banka 1997 yılında Türkiye'de ilk olarak internet bankacılığını hizmete sokmuş, aynı yıl kendisini Garanti Bankası izlemiştir. Bugün İş Bankası, Garanti Bankası, Akbank, Vakıfbank, Denizbank, Koçbank, HSBC ve diğer bankalar Türk finansal pazarlarında geniş çapta internet bankacılığı hizmetleri sunmaktadırlar (Pala ve Kartal, 2010). Türkiye'de internet bankacılığını kullanan aktif müşteri sayısı her geçen gün artmaktadır. Son 5 yılda artış oranı %100 olmuştur. Türkiye Bankalar Birliği'nin verilerine göre 2011 yılında aktif müşteri sayısı 8,6 milyon kişidir (Finans Gündem, 05.04.2012).

Kişisel bilgisayarların çoğalması, internet bağlantılarının daha kaliteli hale gelmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması sonucu bankacılık

hizmetlerinin maliyetleri düşmekte, belirsizlik azaltmakta ve daha az personel ve fiziki şubeye ihtiyaç duyulmaktadır. Müşteriler birçok işlemi internet bankacılığı yoluyla kolayca ve 24 saat boyunca gerçekleştirebilmektedirler(Hernando ve Nieto, 2007: 1084; Durkin vd. 2008: 348; Johnson, 2008:2095). Centeno (2004: 297), internet bankacılığı hizmetlerini, sunulan hizmete göre aşağıdaki gibi sınıflandırmaktadır:

- Günlük Hizmetler: Mobil bankacılık, mobil ödeme, SMS uyarıları, güvenli elektronik posta.
- Üçüncü Şahız Hizmetleri: Alışveriş ödemeleri, on-line vergi ödeme, hesap yönetimi, e-fatura.
- Diğer Finansal Hizmetler: Hayat sigortası, trafik sigortası.
- Yatırım Hizmetleri: Mevduat hesabı açma ve yönetme, yerli-yabancı sermaye, fonlar, bonolar, sigorta yatırımı.
- Kredi Hizmetleri: Kredi başvurusu, kredi kartı başvurusu.
- Temel Bankacılık Hizmetleri: Hesap açma/kapama/yönetme, para transferi, emirler, otomatik ödeme, banka kartı.

2.3. İnternet Bankacılığını Kullanmaya Etki Eden Faktörler

İnternet bankacılığı ile ilgili olarak son 20 yılda birçok araştırma yapılmıştır (Doll vd., 1995; Sathye, 1999; Stewart, 1999; Jayawardhena ve Foley, 2000; Kolodinsky vd., 2000; Polatoğlu ve Ekin, 2001; Broderick ve Vachirapornpuk, 2002; Liao ve Chung, 2002; Suh ve Han, 2002; Rotchanakitumnuave Speece, 2003; Akıncı vd., 2004; Li ve Worthington, 2004; Kim vd., 2005; Usta, 2005; Chiemeke vd., 2006; Gülmez ve Kitapçı, 2006; Lichtenstein ve Williamson, 2006; Padachi vd., 2007; Pala ve Kartal, 2010; Ustasüleyman ve Eyüboğlu, 2010). Yapılan bu araştırmalar sonucunda elde edilen bulgulara göre internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Güven
- Kullanım kolaylığı,
- Bireysel alışkanlıklar ve inançlar
- Hizmet kalitesi
- Zaman tasarrufu, 7/24 erişim imkânı
- Düşük maliyet

- Bilişim teknolojilerini kullanabilme yeteneği.

Alan yazınında internet bankacılığının, sunduğu kolaylıklardan dolayı son yıllarda e-ticaretteki en kazançlı uygulamalardan biri olduğu ifade edilmektedir. E-ödemenin gerçekleştirildiği on-line işlem platformu yoluyla on-line alışveriş, on-line müzayede, hisse senedi alım satımı ve benzeri birçok işlem kolaylıkla yapılabilmektedir. Bu kolaylıklara rağmen birçok kişinin internet bankacılığı kullanımına sıcak bakmadığı ve bu tutumun ortaya çıkmasına algılanan risklerin yol açtığı ileri sürülmektedir (Lee, 2009:130; Bauer ve Hein, 2006:1715). İnternet bankacılığını kullanmayı tercih etmede riskten kaçma davranışı belirleyici olmaktadır. Yapılan araştırmalarda, internet bankacılığı kullanımında özellikle yaşlı müşterilerin tereddüt içinde oldukları ancak gençlerin daha yüksek risk aldıkları; benzer teknolojileri kullanan müşterilerin, deneyimsizlere göre daha az riskten kaçma davranışı gösterdikleri tespit edilmiştir (Yiu vd., 2007:337; Bauer ve Hein, 2006:1724).Bizim yaptığımız araştırmada da internet bankacılığı kullanmayan akademisyenlerin internet bankacılığını tercih etmemelerinin en önde gelen sebebi bu tür bankacılık uygulamalarını yeterince güvenilir bulmamalarıdır.

Yeni bir sistemin benimsenmesinde fayda ve kullanım kolaylığı oldukça önemlidir. Çünkü birçok kullanıcı yeni teknolojileri kullanmaya yatkın değildir. Buna ek olarak müşteriler, kendi özel bilgilerinin veya paralarının hackerlar tarafından ele geçirilip kendilerine zarar verecek şekilde kullanılabileceği endişesi taşımaktadırlar (Luarn ve Lin, 2005:874). Bu bağlamda güven konusu, internet bankacılığı potansiyelinin değerlendirilmesinin önündeki en büyük engel olarak nitelendirilmektedir. Buradaki anahtar kavram, on-line işlemlerin güvenle yapılabilmesidir. Güvenle ilgili olarak: “*Bir tarafın verdiği sözü yerine getireceğine dair inanç*” (Rotter, 1967)”, “*karşı tarafın inanılır ve tutarlı olması*” (Morgan ve Hunt, 1994), “*belirsizlik ortamında beklenen bir işin gerçekleştirilmesiyle ilgili olarak yapılan öznel değerlendirme*” (Ba ve Pavlou, 2002) gibi çeşitli tanımlar yapılmıştır.

Güveni etkileyen en temel öğeler; algılanan güvenlik ve algılanan gizliliklerdir. Bu öğeler, kişide algılanan risk düzeyini ve ardından internet bankacılığını kullanma niyetini belirler. Risk arttığında insanlar on-line işlem yapmaktan kaçınacaklardır. Örneğin, bir ülkede bankaların bilgileri

çalınıyorsa, o ülkedeki algılanan risk faktörünün yüksek olacağı ve dolayısıyla internet bankacılığı kullanma niyetinin azalacağı beklenebilir. Yüz yüze olmayan işlemlerde risk olması kaçınılmazdır. İnternet bankacılığında haksız fiyatlandırma, hatalı bilgilendirme, kişinin izni olmaksızın kişisel bilgilerin üçüncü şahıslarla paylaşılması veya kişinin isteği dışında satın alma işlemi gibi durumlar ortaya çıkabilir. Bilgisayar ortamında güvenli olmayan bir sayfayı tıklama, trojan adı verilen yazılımlar, elektronik posta, sohbet programları gibi çeşitli şekillerde kişilerin özel bilgileri başkaları tarafından ele geçirilebilir. Hatta bu tür olaylar kişi bilinçli olsa bile gerçekleşebilir. Bu noktada bankalar, müşterilerini koruyacak önlemler almalı ve onları, endişelerini giderecek şekilde ikna etmelidirler(Yousafzai vd., 2003:849).

3. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZ VE BULGULARI

3.1.Çalışmanın Amacı ve Yöntemi

Bu çalışmanın temel amacı; akademisyenlerin internet bankacılığı ile ilgili görüş, tutum ve davranışlarını tespit ve analiz etmektir. Ayrıca akademisyenlerin demografik özelliklerine göre bu görüş, tutum ve davranışların farklılaşma durumu irdelenmektedir.

Araştırma, tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Günümüzde birçok kuruluş tarafından anket çalışmaları yapılmaktadır. Anket yöntemi uygulanarak yapılan çalışmalarda en çok kullanılan öznel ölçüt türü, algılamaya ve deneyime dayalı göstergelerdir.Çalışmada katılımcıların internet bankacılığı konusundaki algı ve düşünceleri, katılımcıların deneyimleri üzerinden tespit edilmeye çalışıldığı için anket yönteminin kullanılması tercih edilmiştir. Araştırmanın evrenini, Erzincan Üniversitesi'ne bağlı Eğitim Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, Sağlık Yüksekokulu, Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu ve Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu'nda çalışmakta olan 387 akademisyen oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise 140 katılımcı oluşturmuştur. Araştırmaya katılanların anket sorularını titizlikle cevapladıkları varsayılmıştır. Bu araştırmanın sonuçları araştırmanın yapıldığı Erzincan Üniversitesinin Erzincan il merkezindeki birimleri ile sınırlıdır.

Veri toplamak amacıyla kullanılan anket, konuyla ilgili olarak Türkiye’de daha önce yapılan çalışmalardan da (Usta, 2005; Gülmez ve Kitapçı, 2006; Demirdöğenvd., 2010; Ustasüleyman ve Eyüboğlu, 2010) faydalanılarak, araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Anket soruları, araştırmanın amacında belirtildiği üzere akademisyenlerin internet bankacılığı ile ilgili görüş, tutum ve davranışlarını tespit etmeye yönelik olarak oluşturulmuştur. Anket formu beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların kişisel bilgileri, internet ve internet bankacılığı kullanma durumlarıyla ilgili sorular yer almaktadır. İkinci bölüm internet bankacılığı işlemlerini kullanma sıklıkları, üçüncü bölüm internet bankacılığını tercih etme sebepleri, dördüncü bölüm internet bankacılığı hakkındaki görüşleri ve beşinci bölüm ise internet bankacılığını kullanmayanların internet bankacılığını kullanmama sebepleri ile ilgili sorular içermektedir.

Anket formu Erzincan Üniversitesinin Erzincan il merkezinde bulunan birimlerinde çalışan akademisyenlere 01 Mayıs – 15 Mayıs 2011 tarihleri arasında uygulanmıştır. Hazırlanan 250 adet anket formu araştırmacılar tarafından birimlere tesadüfi olarak dağıtılmış, geri toplanan 147 anketten eksiksiz doldurulan 140 adedi değerlendirmeye alınmıştır. Örneklemin evreni temsil etme oranı %36’dır.

Anket sorularından 5’li Likert ölçeğine göre yapılandırılmış olanlara verilen cevapların değerlendirilmesi için Tablo-1’deki aralıklar kullanılmıştır. Aralıkların eşit olduğu varsayımından hareket edilerek, aritmetik ortalamalar için puan aralığı; 0.80 olarak bulunmuştur. Puan Aralığı = (En Yüksek Değer-En Düşük Değer)/4 = (5-1)/4 = 4/5= 0.80. Böylece Tablo-1’de verilen aritmetik ortalamaların değerlendirme aralığı elde edilmiştir.

Tablo 1. Aritmetik Ortalamaların Değerlendirme Aralığı

Aralık	Seçenek	
1.00-1.80	Hiç etkili değil	Hiç katılmıyorum
1.81-2.60	Etkili değil	Katılmıyorum
2.61-3.40	Orta derecede etkili	Orta derecede katılıyorum
3.41-4.20	Etkili	Katılıyorum
4.21-5.00	Çok etkili	Tamamen katılıyorum

Veriler, SPSS 17.00 programı ile bilgisayara aktarılmış ve her soru tek tek ele alınarak değerlendirilmiştir. İstatistiksel analizlerde frekans ve

yüzde dağılımlarına yer verilmiş, aritmetik ortalama, t testi ve tek yönlü varyans (anova) analizi kullanılmıştır. Grupların karşılaştırılmasında, sadece fark görülen durumlara yer verilmiştir.

3.2. Bulguların Analizi

3.2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri, İnternet ve İB Kullanma Durumları

Araştırmaya katılan akademisyenlerin demografik özellikleri Tablo-2’de, internet ve internet bankacılığı kullanma durumları ise Tablo-3’te yer almaktadır. Akademisyenlerin %76,4’ünün evinde internet bağlantısı vardır. İnternet bankacılığını kullananların oranı %77,1, kullanmayanların oranı ise %22,9’dur. Akademisyenlerin %56,5’i 3 yıldan daha fazla süreden beri internet bankacılığı kullanmaktadır. İnternet bankacılığını kullananlardan %38’i her gün veya haftada birkaç kez internet bankacılığını kullanmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	40	28,6
Erkek	100	71,4
Alan		
Fen Bilimleri	25	17,9
Sosyal Bilimler	99	70,7
Sağlık Bilimleri	16	11,4
Unvan		
Prof. Dr.	5	3,6
Doç. Dr.	10	7,1
Yrd. Doç. Dr.	47	33,6
Arş. Gör.	48	34,3
Öğr. Gör.	30	21,4
Gelir		
3000 TL’den az	57	40,7
3000-3999 TL	36	25,7
4000-4999 TL	26	18,6
5000 TL’den fazla	21	15,0
Yaş		
30’dan küçük	49	35,0
30-40	46	32,9
40’tan büyük	45	32,1
Toplam	140	100,0

Tablo 3. Katılımcıların İnternet ve İB Kullanma Durumları

Evinde internet bağlantısı var mı?		
Evet	107	76,4
Hayır	33	23,6
İnternet bankacılığı kullanıyor mu?		
Evet	108	77,1
Hayır	32	22,9
Ne zaman beri internet bankacılığı kullanıyor?		
Son 1 yıldır	23	21,3
1-3 yıldır	24	22,2
3 yıldan daha fazla	61	56,5
İnternet bankacılığını kullanma sıklığı		
Her gün	3	2,8
Haftada birkaç kez	38	35,2
Ayda birkaç kez	57	52,8
Ayda bir kez	10	9,3
Toplam	140	100,0

3.2.2.İnternet Bankacılığı Kullanırken Yaşanan Sorunlar

Katılımcıların internet bankacılığı kullanırken yaşadıkları sorunları tespit edebilmek için katılımcılara şu şekilde bir soru yöneltilmiştir. “*İnternet bankacılığı kullanırken aşağıdaki durumlarla karşılaştınız mı?*” Bu soruya verilen cevaplar Tablo-4’te düzenlenmiştir.Elde edilen bulgulara göre “müşterinin hesabındaki paranın başkaları tarafından kullanılması” 2 kez, “para transferinin yerine ulaşmaması” 2 kez, “müşterinin hesap bilgilerinin çalınması” 1 kez ve “sahte internet şubesine bağlanma” 1 kez gerçekleşmiştir. Bu bulgular, kullanıcıların bilgisayar okur-yazarlığı ve bilişim teknolojileri konusunda eğitilmiş olmalarına ve bankaların güvenlik önlemlerini almalarına rağmen internet bankacılığında bazı sorunların yaşanabileceğini göstermektedir.

Tablo 4. İB Kullanırken Yaşanan Sorunlar

Yaşanan sorun	Frekans
Hesabımdaki para kullanıldı	2
Havale/EFT yerine ulaşmadı	2
Hesap bilgilerim çalındı	1
Sahte internet şubesine bağlandım	1

3.2.3.İnternet Bankacılığı İşlemlerinin Yapılma Sıklığı

İnternet bankacılığı kullanan akademisyenlerin internet bankacılığı aracılığıyla yaptıkları işlemlerin sıklıklarını tespit edebilmek için katılımcılara şu şekilde bir soru yöneltilmiştir. “*İnternet bankacılığı*

kullanırken aşağıdaki işlemleri ne sıklıkta yaparsınız?” Bu soruya verilen cevaplar Tablo-5’te düzenlenmiştir. Tabloya göre en sık yapılan işlem hesap bilgilerinin kontrolüdür. Bunu kredi kartı işlemleri, para transferi ve fatura ödemeleri izlemektedir.

İnternet bankacılığını kullanan akademisyenlerden %87’si hiç para transferi yapmadıklarını belirtmişlerdir. Trafik cezası, motorlu taşıt vergisi gibi ödemeleri hiç yapmayanların oranı %85,2’dir. Döviz alım satım yapmayanların oranı %63, finansal işlem yapmayanların oranı ise %73,1’dir. Elektrik, telefon gibi fatura ödemesi yapmayanların oranı ise %15,7’dir.

Tablo 5. İnternet Bankacılığı İşlemlerinin Yapılma Sıklığı

	Hiçbir zaman		Bazen		Sık sık		Çoğu zaman		Her zaman		Ortalama
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Hesap bilgilerinin kontrol	0	0	31	28,7	19	17,6	41	38,0	17	15,7	3,41
Kredi kartı işlemleri	5	4,6	34	31,5	27	25,0	25	23,1	17	15,7	3,28
Para transferi (havale, EFT vb.)	94	87,0	9	8,3	3	2,8	1	0,9	1	0,9	3,14
Fatura ödemeleri (elektrik, telefon, doğalgaz vb.)	17	15,7	15	13,9	18	16,7	37	34,3	21	19,4	3,02
Trafik cezası, motorlu taşıt vergisi gibi ödemeler	92	85,2	11	10,2	2	1,9	1	0,9	2	1,9	1,79
Kredi işlemleri	28	25,9	13	12,0	20	18,5	23	21,3	24	22,2	1,60
Döviz alım satım işlemleri	68	63,0	15	13,9	13	12,0	4	3,7	8	7,4	1,24
Finansal işlemler (tahvil, bono, hisse senedi alım satım)	79	73,1	11	10,2	5	4,6	8	7,4	5	4,6	1,20

3.2.4.İnternet Bankacılığını Kullanmaya Etki Eden Sebepler

İnternet bankacılığını kullanan akademisyenlerin internet bankacılığını tercih etmelerine yol açan sebeplerin etki derecelerini tespit edebilmek için katılımcılara şu şekilde bir soru yöneltilmiştir. “İnternet bankacılığını kullanmanızda aşağıdaki ifadeler ne derecede etkilidir?” Bu soruya verilen cevaplar Tablo-6’da düzenlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre internet bankacılığının zamandan tasarruf sağlaması akademisyenlerin

internet bankacılığı kullanmalarında *en etkili* sebep olarak değerlendirilmiştir. İnternet bankacılığı aracılığıyla sıra beklemeden hızlı işlem yapılabilmesi, kullanımının kolay olması, her an erişilebilirliği ve işlem dökümünün görülebilmesi de akademisyenlerin internet bankacılığını kullanmalarında *çok etkili* sebepler olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 6. İnternet Bankacılığı Kullanmanın Sebepleri

	ORTALAMA	DEĞERLENDİRME
Zamandan tasarruf	4,72	Çok etkili
Banka veya ATM önünde sıra beklememek	4,69	Çok etkili
Hızlı işlem yapabilme	4,58	Çok etkili
Kullanım kolaylığı	4,55	Çok etkili
Günün her saatinde kullanabilme, 7/24 erişim	4,39	Çok etkili
İşlem dökümünü görebilme	4,28	Çok etkili
İşlem maliyetinin daha az olması	3,30	Orta derecede etkili
Banka personelinden duyulan hoşnutsuzluk	2,90	Orta derecede etkili

3.2.5.İnternet Bankacılığı Hakkındaki Görüşler

İnternet bankacılığı kullanan akademisyenlerin internet bankacılığı hakkındaki görüşlerini tespit edebilmek için katılımcılara şu şekilde bir soru yöneltilmiştir. “İnternet bankacılığı ile ilgili olarak aşağıdaki ifadelere ne derecede katılıyorsunuz?” Bu soruya verilen cevaplar Tablo-7’de düzenlenmiştir.

Akademisyenlerin en çok katıldığı görüş, oluşan sahtekârlıklarda bankaların müşterinin zararını karşılaması gerektiğidir. Buna ek olarak, akademisyenler internet bankacılığı aracılığıyla her türlü işlemin kolaylıkla yapılabildiği ve detaylı rapor ve bilgi alınabildiği görüşlerine de tamamen katılmaktadırlar.

Akademisyenler, internet bankacılığının hızlı, kesintisiz, ucuz ve bankaya ulaşmada sorunları olan insanlar (engelli, hasta, yaşlı) için uygun olduğu, çok çeşitli bankacılık hizmetlerini sunduğu ve bankaların imajını olumlu yönde etkilediği görüşlerine katılmaktadırlar.

Akademisyenler, internet bankacılığı işlemlerinde gizlilik ve güvenliğin sağlandığı görüşüne orta derecede katılmaktadırlar. Bu bulgu, güvenlikle ilgili olarak akademisyenlerin internet bankacılığı kullanmalarına rağmen hâlâ endişelerinin olduğunu göstermektedir.

Son olarak akademisyenler internet bankacılığı işlemlerinin karmaşık olduğu görüşüne katılmamaktadırlar.

Tablo 7. İnternet Bankacılığı Hakkındaki Görüşler

	ORTALAMA	DEĞERLENDİRME
Oluşan sahtekârlıklarda bankalar müşterilerin zararlarını karşılamalıdır.	4,45	Tamamen katılıyorum
Her türlü işlemi tek başıma kolaylıkla yapabiliyorum.	4,27	Tamamen katılıyorum
Detaylı rapor ve bilgi alabiliyorum.	4,24	Tamamen katılıyorum
Hızlı ve kesintisiz bankacılık olarak görüyorum.	4,19	Katılıyorum
İnternet bankacılığı banka imajını olumlu yönde etkiler.	4,00	Katılıyorum
Bankacılık işlemlerini çok daha ucuza yapabiliyorum.	3,85	Katılıyorum
İnternet bankacılığı engelli/hasta/yaşlılar için uygun bir bankacılık yöntemidir.	3,79	Katılıyorum
Çok çeşitli bankacılık hizmetlerini görüp yararlanabiliyorum.	3,75	Katılıyorum
İnternet bankacılığı işlemlerini gizli ve güvenli görüyorum.	3,36	Orta derecede katılıyorum
İnternet bankacılığı işlemleri oldukça karmaşıktır.	2,27	Katılmıyorum

3.2.6. İnternet Bankacılığı Kullanmamanın Nedenleri

Araştırmaya katılan 140 akademisyenden 32'si (%22,9) internet bankacılığı kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu akademisyenlerin internet bankacılığını kullanmamalarına etki eden sebepleri tespit edebilmek için katılımcılara şu şekilde bir soru yöneltilmiştir. "İnternet bankacılığı kullanmamanızda aşağıdaki ifadeler ne derecede etkilidir?" Bu soruya verilen cevaplar Tablo-8'de düzenlenmiştir.

Tabloya göre akademisyenleri internet bankacılığı kullanmaktan alıkoyan en etkili sebep güven konusudur. Akademisyenler, internet bankacılığını güvenli bulmadıklarını belirtmişlerdir. İkinci sırada böyle bir hizmete ihtiyaç duyulmaması gelmekte olup bunun etki derecesi *ortadır*. Hatalı işlem yapmaktan korkma ve bu tür bankacılığın karmaşık olması ise internet bankacılığı kullanmamaya az miktarda etki etmektedir.

Akademisyenlerin internet bankacılığını tercih etmemelerinde; bilgisayar ve internet kullanımının zorluğu, bankada işlem yapmanın

kolay veya zevkli oluşu ve böyle bir hizmetten haberdar olmama gibi sebeplerin hiç etkili olmadığı ifade edilmiştir.

Tablo 8. İnternet Bankacılığı Kullanmamanın Sebepleri

	Ortalama	Değerlendirme
İnternet bankacılığını güvenli bulmuyorum.	3,41	Etkili
İnternet bankacılığına ihtiyacım yok.	2,88	Orta
Hatalı bir işlem yapmaktan korkuyorum.	2,53	Az etkili
İnternet bankacılığı bana karmaşık geliyor.	2,44	Az etkili
Bilgisayar ve internet kullanımı zordur.	1,78	Hiç etkili değil
Banka şubesinde işlem yapmak daha kolaydır.	1,75	Hiç etkili değil
Bankada işlem yapmak daha zevklidir.	1,63	Hiç etkili değil
Bankaların internet üzerinden hizmet verdiğini bilmiyorum.	1,47	Hiç etkili değil

3.2.7. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre İnternet Bankacılığı Algıları

Anket sorularına verilen cevaplar, katılımcıların demografik özelliklerine, internet ve internet bankacılığı kullanma durumlarına göre karşılaştırılmış, iki grup olması durumunda t testi, daha fazla grup olması durumunda ise tek yönlü varyans (anova) analizi yapılmıştır. Analizler sonucunda sadece fark görülen durumlartablolaştırılmıştır($p<0,05$).

Katılımcıların cinsiyetlerine göre anket sorularına verdikleri cevaplar karşılaştırılmış ve yapılan t testi sonucunda internet bankacılığı kullanmama sebeplerinden “*Hatalı işlem yapmaktan korkuyorum*” maddesinde fark tespit edilmiştir. Bu analizle ilgili bilgiler Tablo-9’dadüzenlenmiştir. Buna göre internet bankacılığı kullanmayan erkek akademisyenlerin hatalı işlem yapmaktan daha fazla endişe ettikleri görülmektedir.

Tablo 9. Akademisyenlerin Cinsiyetlerine Göre Görüşlerinin Karşılaştırılması

“ <i>Hatalı işlem yapmaktan korkuyorum</i> ” N=32, $p<0,05$	Ortalama	t	p
Kadın	1,67	2,23	0,034
Erkek	2,87		

Katılımcıların internet bankacılığını kullanma sıklıklarına göre anket sorularına verdikleri cevaplar karşılaştırılmış ve yapılan tek yönlü varyans (anova) analizi sonucunda elde edilen bulgular Tablo-10’da

düzenlenmiştir. Tablo-10'a göre internet bankacılığını daha sık olarak kullanan akademisyenler, internet bankacılığı aracılığıyla daha fazla türde işlemleri yapmaktadırlar. Yani internet bankacılığını kullanma sıklığı arttıkça yapılan işlem çeşidi de artmaktadır.

Tablo 10. İB Kullanma Sıklığına Göre İB İşlemlerini Yapma Sıklığının Karşılaştırılması

N=108, p<0,05	Ortalama				F	p
	Her gün	Haftada birkaç kez	Ayda birkaç kez	Ayda bir kez		
Hesap bilgilerini kontrol	4,67	3,66	3,28	2,80	3,69	0,014
Kredi kartı işlemleri	4,33	3,63	2,93	2,10	7,86	0,000
Para transferi (havale, EFT vb.)	2,33	1,24	1,16	1,00	4,11	0,008
Fatura ödemeleri (elektrik, telefon, doğalgaz vb.)	4,67	3,87	3,04	2,00	8,56	0,000
Trafik cezası, motorlu taşıt vergisi gibi ödemeler	2,33	1,37	1,14	1,00	3,84	0,012
Kredi işlemleri	4,00	3,50	2,81	2,10	3,55	0,017

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bilişim teknolojisindeki gelişmeler ve kişisel bilgisayarların yaygınlaşmasıyla birlikte bankacılık işlemlerinin internet aracılığıyla uzaktan yapılması günlük yaşamda yerini almıştır. İnternet bankacılığı hizmetlerinin kalitesi bankaların imajını etkilemekte, bu konu bankaların rekabet edebilirliklerinde stratejik bir önem kazanmaktadır.

Çeşitli kesimlerin internet bankacılığı ile ilgili düşünce, tutum ve davranışlarının tespit edilmesinin fayda sağlayacağı düşünülmüş ve bu bağlamda Erzincan Üniversitesinin Erzincan il merkezindeki birimlerinde çalışan akademisyenler ile bir çalışma yapılmıştır.

Araştırma sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- İnternet bankacılığı kullanan akademisyenler, internet bankacılığı aracılığıyla sıklıkla şu işlemleri yapmaktadırlar: Hesap bilgilerini kontrol, kredi kartı işlemleri, para transferi ve fatura ödemeleri.
- İnternet bankacılığı kullanan akademisyenlerin internet bankacılığını tercih etmelerine yol açan sebepler etki derecelerine göre şunlardır: Zamandan tasarruf sağlaması, sıra beklemeden hızlı

işlem yapılabilme, kullanımının kolay olması, her an erişilebilirliği ve işlem dökümünün görülebilmesi.

- İnternet bankacılığı kullanan akademisyenler, oluşan sahtekârlıklarda bankaların müşterinin zararını karşılaması gerektiği, internet bankacılığı aracılığıyla her türlü işlemin kolaylıkla yapılabildiği ve detaylı rapor ve bilgi alınabildiği görüşlerine tamamen katılmaktadırlar.
- İnternet bankacılığı kullanan akademisyenler, internet bankacılığının hızlı, kesintisiz, ucuz ve bankaya ulaşmada sorunları olan insanlar (engelli, hasta, yaşlı) için uygun olduğu, çok çeşitli bankacılık hizmetlerini sunduğu ve bankaların imajını olumlu yönde etkilediği görüşlerine katılmaktadırlar.
- İnternet bankacılığı kullanan akademisyenler, internet bankacılığı işlemlerinde gizlilik ve güvenliğin sağlandığı görüşüne orta derecede katılmaktadırlar. Bu bulgu, güvenlikle ilgili olarak akademisyenlerin internet bankacılığı kullanmalarına rağmen hâlâ endişelerinin olduğunu göstermektedir.
- İnternet bankacılığı kullanan akademisyenler, internet bankacılığı işlemlerinin karmaşık olduğu görüşüne katılmamaktadırlar.
- Araştırmaya katılan akademisyenlerden internet bankacılığını kullanmayanların oranı %22,9'dur. Bu akademisyenlere göre internet bankacılığını kullanmamalarında en etkili sebep güven konusudur. Diğer sebepler ise ihtiyaç duymama, hatalı işlem yapmaktan korkma ve bu tür bankacılığın karmaşık olmasıdır.
- Diğer bir bulgu ise internet bankacılığını daha sık olarak kullanan akademisyenlerin daha fazla türde internet bankacılığı işlemi yapmalarıdır. Yani internet bankacılığını kullanma sıklığı arttıkça yapılan işlem çeşidi de artmaktadır.

İnternet bankacılığının yaygınlaşması hem müşteriler hem de bankalar için önemli avantajlar sağlamaktadır. Ancak özellikle bu tür bankacılığı tercih etmeyen kullanıcıların ikna edilmesi yeterince bilgilendirilmeleriyle sağlanabilir. Diğer taraftan her sistemde zayıf noktaların bulunabilmesi sebebiyle bankalar daha güvenilir, hızlı, kullanımı kolay ve 7/24 saat erişilebilir web sayfaları hizmete sunma noktasında gerekli tedbirleri almalıdırlar. Bu da bilişim teknolojisine yatırım yapılması anlamına gelmektedir.

5.KAYNAKLAR

Akıncı, A., Aksoy, S. ve Atılğan, E., (2004), “Adoption of Internet Banking among Sophisticated Consumer Segments in An Advanced Developing Country”, **International Journal of Bank Marketing**, 22(3): 212-232.

Ba, S. and Pavlou, P.A. (2002) “Evidence of TheEffect of TrustBuilding Technology in ElectronicMarkets: PricePremiumSandBuyerBehavior”, **MIS Quarterly**, 26(3): 243–268.

Bauer, K. ve Hein, S. E. (2006). “The Effect of Heterogeneous Risk on The Early Adoption of Internet Banking Technologies”, **Journal of Banking & Finance**, 30: 1713-1725.

Broderick, A. J. ve Vachirapornpuk, S. (2002). “Service Quality in Internet Banking: The Importance of Customer Role”, **Marketing Intelligence and Planning**, 20(6):327-335.

Centeno, C. (2004). “Adoption of Internet Services in The Acceding and Candidate Countries, Lessons from The Internet Banking Case”, **Telematics and Informatics**,21:293–315.

Chiemeke, S. C.,Evwiekpaefe, A. E. ve Chete, F. O. (2006).“The Adoption of Internet Banking in Nigeria: Empirical Investigation”, **Journal of Internet Banking and Commerce**, 11(3). (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/> Erişim Tarihi:20.12.2011)

Demirdöğren, O.,Yapraklı, Ş., Yılmaz, M. K. ve Husain, J. (2010). “Customer Risk Perceptions of Internet Banking – A Study In Turkey”, **The Journal of Applied Business Research**, 26 (6):57-68.

Doll, W.,Raghunathan, T., Lim, J. ve Gupta, Y. (1995), “A Confirmatory Analysis of The User Information Satisfaction Instrument”, **Information Systems Research**, 6(2): 177-188.

Dura, C. (1990). **BilgiToplumu**, KültürBakanlığıYayınları, Ankara.

Durkin, M.,Jennings, D., Mulholland, G. ve Worthington, S. (2008). “Key Influencer Sand Inhibitors on Adoption of The Internet For Banking”. **Journalof Retailing and Consumer Services**, 15:348–357.

Erkan, H. (1994). **BilgiToplumuveEkonomikGelişme**, TürkiyeİşBankasıKültürYayınları, No: 326, 2.Baskı.

FinansGündem (2012). <http://www.finansgundem.com/kategori/Internet-Bankaciligi/46> (05.04.2012)

Gülmez, M. ve Kitapçı, O, (2006). “İnternet Bankacılığı ve Müşteri Davranışları Cumhuriyet Üniversitesi Akademik ve İdari Personeline Yönelik Bir Uygulama”, **Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi**, 7(2):83-100.

Hernando, I. ve Nieto, M. J. (2007). “Is The Internet Delivery Channel Changing Banks’ Performance? The Case of Spanish Banks”, **Journal of Banking& Finance**, 31:1083-1099.

Jayawardhena, C. ve Foley, P. (2000). “Changes in The Internet Banking Sector-The Case Of Internet Banking in UK”, **Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy**, 10(1):19-30.

Johnson, G. M. (2008). “Cognitive Processing Differences Between Frequent and Infrequent Internet Users”, **Computers in Human Behavior**, 24(5):2094-2106.

Kim, B. M.,Widdows, R. ve Yilmazer, T. (2005). “The Determinants of Consumers’ Adoption of Internet Banking”, **Federal Reserve Bank of Boston**, Conference Series, October 27-28.

Kolodinsky, J.,Hogart, J. M. ve Shue, J. F. (2000). “Bricks or Clicks? Consumer Adoption of Electronic Banking Technologies”, **Consumer Interest Annual**, 46: 180-184.

Lee, M-C. (2009). “Factors Influencing The Adoption of Internet Banking: An Integration af Tam And Tpbwith Perceived Risk and Perceived Benefit”, **Electronic Commerce Research and Applications**, 8:130–141.

Li, S. ve Worthington, A. C. (2004). “The Relationship between The Adoption of Internet Banking and Electronic Connectivity: - An International Comparison”, **Discussion Paper**, School of Economics and Finance, Queensland University of Technology, Brisbane QLD, Australia.

Liao, Z. ve Cheung, M. T. (2002). "Internet-Based E-Banking and Consumer Attitudes: An Empirical Study", **Information Management**, 39:283-295.

Lichtenstein, S. ve Williamson, K. (2006). "Understanding Consumer Adoption of Internet Banking: An Interpretive Study in The Australian Banking Context", **Journal of Electronic Commerce Research**, 7(2):50-66.

Luarn, P. ve Lin, H. H. (2005). "Toward An Understanding of The Behavioral Intention to Use Mobile Banking", **Computers in Human Behavior**, 21(6):873-891.

Morgan, R.M. and Hunt, S. (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", **Journal of Marketing**, 58(1): 20-38.

Öğüt, A., Güleş, H. K. ve Akgemci, T. (2005). "Post-Endüstriyel İş Dünyasında İleri Bilişim Teknolojileri Kullanımının Örgütsel, Sektörel ve Stratejik Sinerji Üretimine Etkileri", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 13: 305-314.

Özmen, Ş. (2003). **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret**, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Padachi, K., Rojid, S. ve Seetana, B. (2007). "Analyzing The Factor That Influence The Adoption of Internet Banking In Mauritius", **Proceeding of 2007 Computer Science and IT Education Conference**.

Pala, E. ve Kartal, B. (2010). "Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma", **Yönetim ve Ekonomi**, Celal Bayar Üniversitesi İİBF, 17(2): 43-61.

Polatoğlu, V. N. ve Ekin, S. (2001). "An Empirical Investigation of The Turkish Consumers' Acceptance of Internet Banking Services", **International Journal of Bank Marketing**, 19(4):156-165.

Rochanakitumnuai, S. ve Speece, M. (2003). "Barriers to Internet Banking Adoption: A Qualitative Study among Corporate Customers in Thailand", **International Journal of Bank Marketing**, 21(6/7):312-323.

Rotter, J.B. (1967). "A New Scale for The Measurement of Interpersonal Trust", **Journal of Personality and Social Psychology**, 35(4): 651-665.

Sarıhan, T. D. (1995). **İnternet**, SistemYayıncılık, İstanbul.

Sathye, M. (1999). “Adoption of Internet Banking By Australian Consumers: An Empirical Investigation”, **International Journal of Bank Marketing**, 17(7):324-334.

Stewart, K. (1999). “Transference as A Means of Building Trust in Worldwide Web Sites”, **Proceedings of the 20th ICIS**, Charlotte, North Carolina.

Suh, B. ve Han, I. (2002). “Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking”, **Electronic Commerce Research and Applications**, 1: 247-263.

Tekeli, H. (1994). **Bilgi Çağı**, Simavi Yayınları: İstanbul.

Usta, R. (2005). “Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 6(2):279-290.

Ustasüleyman, T. ve Eyüboğlu, K. (2010). “Bireylerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli İle Belirlenmesi”, **BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar**, 4(2):11-38.

Yiu, C. S., Grant, K. ve Edgar, D. (2007). “Factors Affecting The Adoption of Internet Banking in Hong Kong - Implications for The Banking Sector”, **International Journal of Information Management**, 27(5):336-351.

Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G. ve Foxall, G. R. (2003). “A Proposed Model of E-Trust for Electronic Banking”, **Technovation**, 23:847-860.