

İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörler: Atatürk Üniversitesi Personeli Üzerine Bir Uygulama*

Tuba ÖZKAN (**)

Osman Berna İPEKTEN (***)

Öz: Bankacılık sektörü, bilgi ve iletişim teknolojilerini yoğun bir biçimde kullanan sektörlerden biridir. Son yıllarda ülkemizde, internet bankacılığı hizmetlerinin yaygınlaşması ile birlikte bankacılık sektöründe büyük değişimler yaşanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, internet bankacılığının kullanımında etkili olan faktörleri ve benimsenmesinin nedenlerini araştırmaktır. Çalışma sonucunda internet bankacılığının kullanılması ve benimsenmesini etkileyen en önemli faktörlerin kullanım kolaylığı, uygunluk ve etkinlik olduğu ortaya çıkmıştır. İnternet bankacılığını kullananlar, zaman tasarrufu sağlaması, 24 saat ulaşılabilir olması, rahat ve hızlı olması sebebiyle internet bankacılığını benimsemektedir. İnternet bankacılığını kullanmayanların gerekçeleri ise, güvenli bulmadıkları ve yerinde bankacılıkta işlem yapmanın daha kolay olduğunu düşünmeleridir. Bu anlamda çalışmanın, bankalara internet bankacılığı uygulamaları hakkında üzerinde durmaları gereken konularda ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Bankacılık, Elektronik Dağıtım Kanalları, İnternet Bankacılığı.

The Factors Influencing the Decision of Using Internet Banking Services: An Application on Atatürk University Staff

Abstract: Banking sector is the major and intense area that information and communication technologies are used. In the recent years, large scale changes are occurring in the banking sector with the growing up of the internet banking services. The aim of this study is to evaluate the factors influencing the use and adoption of internet banking. As the result of the research, the most important factors influencing the use and adoption of internet banking have been aroused to be the ease of use, convenience and effectiveness. The users of internet banking have appeared to adopt internet banking services since it is time saving, reachable for 24 hours, practical and rapid. The reason people why they do not prefer internet banking is that they have no confidence or they believe, it is easier to do banking application at the bank branch. Within this context, it is considered that the findings of this research will be able to provide applicable information for banks about the issues that are important to be considered in case of internet banking applications.

Keywords: Electronical Banking, Electronical Distribution Channels, Internet Banking

*) Çalışma Tuba ÖZKAN'ın, yüksek lisans tezinden türetilerek hazırlanmıştır.

**) Yrd.Doç.Dr, Atatürk Üniversitesi Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü (e-posta: tuba.ozkan@atauni.edu.tr)

***) Yrd.Doç.Dr, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü (e-posta: bipekten@atauni.edu.tr)

Makale Geliş Tarihi: 23.11.2016
Makale Kabul Tarihi: 18.04.2017

I. Giriş

Bankacılık, hizmet sektöründe teknoloji kullanımının yoğun olduğu alanlardan birisidir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte bankacılık hizmetleri, büyük bir aşama kaydetmiştir. Bankacılık hizmetleri, insanoğlunun elindeki malı takas etmesiyle başlamış ve artık günümüzde dünyanın her köşesinde gerçekleştirilebilmektedir.

Müşteriler, elektronik bankacılık sayesinde şubelere gitmeksizin çeşitli alternatif dağıtım kanallarını kullanarak bankacılık işlemlerini kendi kendilerine rahatlıkla yapabilmektedirler. İnternet bankacılığı, bankaların müşterilerine sağladığı alternatif bir bankacılık hizmeti olup bankacılık işlemlerinin internet üzerinden yapılmasına imkan sağlamaktadır. İnternet bankacılığı yardımıyla işlemler, daha rahat ve kolay bir şekilde yapılmaktadır. Çağımız bilgi çağı olduğundan zaman çok önemlidir. Bu nedenle bankacılık işlemlerini insanlar bankaya gitmeden bilgisayar ve telefon kullanarak yapmak istemektedirler. Örneğin fatura ödemeleri için faturalarını takip etmek ve şubede sıra beklemek yerine, hesaplarının bulunduğu bankaya düzenli ödeme talimatı vererek faturalarını hesaplarından otomatik olarak tahsil ettirmeyi tercih etmektedirler.

İnternet bankacılığı birçok kolaylık sağlamakta ve kullanımı gittikçe yaygınlaşmaktadır. Günümüzde hemen hemen tüm bankalar, internet bankacılığı üzerinden birçok bankacılık hizmetini verir duruma gelmişlerdir. Finansal piyasalarda yaşanan gelişmeler, teknolojik ilerlemeler ve en önemlisi müşteri tercihlerinde meydana gelen değişiklikler, içinde bulunduğumuz dönemde kurumlar arası rekabetin bankacılık sektöründe de artmasına yol açmıştır. Rekabet ortamında bankaların varlıklarını sürdürebilmeleri, müşteri sadakatinin sağlanması yönünde yeni stratejiler geliştirmelerine bağlıdır. Bu nedenle bankaların alternatif dağıtım kanallarını kullanmaya başlamaları da, bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır. En önemli alternatif dağıtım kanalları arasında internet bankacılığının yer alması bankalara ve müşterilere sağladığı avantajlar açısından olduğu söylenebilir. Hem geleceğin hem de günümüzün, en önemli dağıtım kanalı olarak internet bankacılığı görülmektedir.

İnternet bankacılığı sayesinde müşteriler, buldukları yerden faturalarını ödeyebilmekte ve bunun gibi birçok işlemi banka çalışanlarına ihtiyaç duymadan kendi kendilerine halledebilmektedirler. Para çekme ve yatırma haricinde banka hesaplarını kontrol etme, havale, EFT, yatırım işlemleri, günlük döviz kurlarını ve faiz oranlarını öğrenme gibi işlemleri, bilgisayarlar aracılığıyla rahatlıkla yapabilmektedirler.

İnternet bankacılığının yaygın bir biçimde kullanılabilmesiyle, ancak internet bankacılığından beklenen faydaların sağlanabilmesi mümkün olur. Bu bağlamda internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerin bilinmesi önem taşır. Bu nedenle çalışmanın amacı, elektronik bankacılığın en önemli dağıtım kanallarından biri olan internet bankacılığının kullanılması ve benimsenmesinin altındaki nedenleri araştırarak, internet bankacılığının yaygınlaştırılması konusunda yapılacak çalışmalara katkı sağlamaktır.

II. İnternet Bankacılığı Kavramı ve Temel Başlıkları

İnternet bankacılığı, müşterilerin bankacılık hizmetlerinden, herhangi bir zamanda, herhangi bir yerden, nakit para çekebilme ve yatırabilme hariç, faydalanabilmesidir. Yeni tarz bankacılık anlayışı olan internet bankacılığını banka müşterilerinin benimsemeleri, fiziki mekanlara olan bağımlılıklarını azaltarak bankaların daha verimli çalışabilmelerine zemin hazırlayacaktır. İnternet bankacılığı, uzaktan dağıtım kanalı olarak internet üzerinden bankacılık hizmetlerinin sunulmasıdır (Akkılıç, 2005).

İnternet bankacılığı bir bilgisayar ile zaman ve yer sınırı olmaksızın internet üzerinden bankacılık hizmetlerinin sunulması için hazırlanan alternatif dağıtım kanalıdır. Dünyanın her yerinde 24 saat internet erişimine sahip herhangi bir bilgisayar aracılığıyla kullanılabilen bir hizmettir.

İnternet bankacılığının yapısını, müşterinin bilgisayarında çalışan bir internet gezgini programı ile bankanın ana bilgisayarı ile bağlantıyı sağlayan bir banka internet sunucu bilgisayarı oluşturmaktadır (Bakkal ve Aksüt, 2011).

İnternet Bankacılığı, kolaylığı, ürün çeşitliliği, işlem maliyetinin düşüklüğü, hızlı bilgi değişimi gibi avantajlarıyla hem tüketiciler hem de bankalar için en cazip dağıtım kanalı olarak dikkat çekmekte ve bütün dünyada hızla yayılmaktadır (Usta, 2005).

Şubesiz bankacılık olarak da adlandırılan internet bankacılığının, şubelerde veya diğer dağıtım kanallarında yapılan işlemlerden bir farkı bulunmamaktadır. Yapılan işlemler bankanın ana işletim sisteminde güncellenmekte ve banka açısından muhasebe kaydı yaratmakta, müşteri açısından ise finansal işlem gerçekleşmektedir. Günümüzde nakit çekme dışında her türlü bankacılık hizmeti internette yer alan ve sanal şube olarak isimlendirilen ortamda gerçekleştirilebilmektedir. Fiziksel şubelerden yapılan her türlü işlem bu sanal şubelerden ücretsiz olarak sağlanabildiği için günümüz bankaları bu iletişim ortamına yatırım yapmaktan çekinmemektedirler (Harvest, 2001).

Orta ve uzun vadede, internet bankacılığındaki karlılığın, klasik şube bankacılığındaki karlılıktan daha yüksek olması, elde edilen sonuçların belki de en önemlisidir. Dolayısıyla internet bankacılığı stratejisi, bankaların karlarını maksimize etmelerine yardımcı olacak bir stratejidir denebilir (Toraman, 2002).

İnternet bankacılığı hizmeti veren bankaların web sayfaları aracılığıyla sundukları hizmetleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür. Bunlar:

- Hesap Açılışları (vadeli, vadesiz, yatırım, vb.)
- Para Transferleri (havale, EFT, otomatik havale talimatları)
- Yatırım İşlemleri (repo, yatırım fonu, hisse senedi, döviz, hazine bonusu gibi menkul kıymetlerin alımı ve satımı)
- Ödeme İşlemleri (fatura, vergi, trafik, üniversite harç, vb. ödemeler)
- Kredi Kartı İşlemleri (her türlü kredi kartı borç ödemeleri)
- Başvuru İşlemleri (hesap açma, kredi kartı istemi, otomatik ödeme talimatı verme, vb.)
- Bilgi Hizmetleri (hesaplarınızla ilgili anlık ve geriye yönelik tüm bilgiler) olarak sıralanabilmektedir.

Görüldüğü gibi temelde bankanın herhangi bir şubesinde yapılmakta olan bankacılık faaliyetlerinin tamamı fiziki para çekme ve yatırma dışında internet şubesinden

gerçekleştirilebilmektedir.

Bankalar rekabet ortamına ayak uydurabilmek ve sektörde varlıklarını sürdürebilmek için, internet bankacılığı konusunda dünyadaki gelişmeleri izleyerek, kendi hizmetlerini sürekli yeni şartlara göre düzenlemelidir (MEB, 2011).

III. İnternet Bankacılığının Dünya’da ve Türkiye’de Gelişimi

İnternet teknolojisinde meydana gelen gelişmelerin interneti online bankacılık için yeterince güvenli hale getirmesinden sonra, Wells Fargo adındaki Amerikan bankası Mayıs 1995’te dünyadaki ilk internet üzerinden bankacılık hizmetini sunan banka haline gelmiştir. Ancak bu ilk sistem müşterilere işlem yapma imkanı vermemekte, yalnızca hesap hareketleri ve bakiyeleri görüntüleme imkanı vermektedir. Wells Fargo’yu takiben Ekim 1995’de bütün bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilebildiği ilk banka olan Security First Network Bank, internet üzerinden işlemlere başlamıştır. Yine ABD’deki Net.Bank, 1999 yılında ilk kara geçen internet bankası olmuştur (Çelik, 2002).

ABD internet bankacılığının doğduğu yer olarak kabul edilmekle birlikte Avrupa ülkelerinin internet bankacılığında daha da ileri konumda olduğu görülmektedir. 1998 yılında, Finlandiya Merita Nord Bankası’nın 550.000 internet bankacılığı müşterisi bulunmaktadır. Bu tarihte İsveç’te ise internet bankacılığı müşterisi toplam olarak 549.000’dir. Yine aynı yıl İngiltere’de Egg bankası müşterilerine sadece internet üzerinden hizmet vermektedir. Egg bankası kuruluşundan sonraki ilk 18 ay içinde 1 milyon müşteriye hizmet verme başarısını elde etmiştir. 1999 yılında İngiltere’de açılan hesapların %22’sinin Egg bankasına aittir. Alman Deutsch Bank; 2001 yılında internet bankacılığı için 1 milyar USD yatırım yapmıştır. Fransız BNP Paribas’ın yatırımı ise yaklaşık 690 milyon USD civarındadır (Korkmaz ve Gövdeli, 2004).

First Direct, İngiliz sanal bankacılık kuruluşu olup; tek bir gerçek şubesi bulunmamakta ve bütün işlemler telefonla yapılabileceği gibi PC (Kişisel Bilgisayar) Bankacılığı da yapılabilmektedir. Masaüstünüzde yer alan ikonu tıkladığınızda, ATM menüsüne benzer bir menü gelmekte ve isterseniz hiçbir ücret ödmeden yeni işlem yapıp, isterseniz de hesaplarınızı inceleyebilmektesiniz. İngiltere’de First Direct firmasının verdiği bu hizmeti kullananların sayısı 925.000 kişiye ulaşmıştır ve ayda ortalama 11.000 yeni müşteri bu hizmetten yararlanmak için başvurmaktadır (<http://www.belgeler.com/blg/5cs/bireysel-bankacilik>, 11.06.2012).

Türkiye’de genellikle bankalar teknolojik anlamda gelişmelerin ana kaynağıdır. İlk network kurulumu, ilk etkin bilgisayar kullanımı, ilk parasal bilgi transferi doğru ve yaygın olarak bankalar tarafından yapılmıştır.

Bankalarımızın interneti kullanma nedenlerinden bazıları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Gelişen teknolojiyi yakından takip etme isteği,
- İnternet şubesi aracılığıyla rutin işlerin gerçekleşmesinin, şubelerin yükünü azaltacağı beklentisi,
- Bankaların, yönetme, şube kurma, geliştirme ve personel giderlerini karşılama maliyetlerinden kaçınma isteği,
- İnternete giren ve bankalarından yenilik bekleyen müşteri profili.

• İnternet bankacılığının, diğer alternatif kanallar içerisinde daha ucuza gelmesi (Örneğin; şu anda bankaların kullandığı telefonla müşterilere cevap verme sistemi internet bankacılığından çok daha pahalı bir sistemdir) (MEB, 2011).

Türkiye’de internet bankacılığının ilk uygulamasına, 1997 yılında İş bankası başlamıştır. Bu uygulamayı aynı yıl Garanti Bankası takip etmiştir. Daha sonra sırasıyla Osmanlı Bankası, Pamukbank, Esbank, Akbank ve Yapı Kredi Bankası internet bankacılığı hizmetini müşterilerine sunmuşlardır (Kartal ve Pala, 2010).

Günümüzde ise internet bankacılığı hizmeti sunan bankaların sayısı hızla artmıştır. Hemen hemen bütün bankaların internet şubesi bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye’deki finans kuruluşlarının gerek teknoloji ve gerekse finansal ürün/hizmet anlamında oldukça iyi bir seviyede olduğu gözlemlenmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki bankaların internet sitelerinde kullanılan teknolojinin aynısını Türk finans kuruluşları ve özellikle bankaları da kullanmaktadır (128 bit SSL (Secure Sockets Layer) şifreleme, yazılım teknolojisi vs.). Ülkemizdeki bankalar online hizmet ve işlem çeşitliliğinde de gelişmiş ülkedeki örnekleri seviyesinde bulunmaktadır.

IV. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın konusunu, elektronik bankacılık kanallarından biri olan internet bankacılığının benimsenmesi ve kullanımı oluşturmaktadır. Araştırmanın amacı ise, Atatürk Üniversitesi’nde görev yapan akademik ve idari personelin internet bankacılığı kullanım seviyelerini tespit etmek ve internet bankacılığını kullanmalarında etkili olan faktörleri belirlemektir. İnternet bankacılığının neden tercih edildiği ve edilmediği, internet üzerinden hangi bankacılık işlemlerinin yapıldığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda internet bankacılığını kullanan kişilerin internet bankacılığının hangi yönlerini daha etkin buldukları, kullanmayanların ise çekindikleri şeylerin neler olduğu ortaya çıkarılarak, çözüm üretmek amaçlanmıştır.

V. Literatür Özeti

Sathye (1999), Avustralya’da 265 tüketici ve 324 işletmeye anket uygulaması gerçekleştirmiş ve çalışmasında, internet bankacılığının yaygınlaşmasındaki en önemli etkenlerin güvenlik kaygısı ve haberdar olmamak olduğu sonucu elde etmiştir.

Kolodinsky, Hogarth ve Shue (2000), elektronik bankacılık hizmetlerinin tümünü ele aldıklarında; müşterilerin bireysel alışkanlıklarının ve inanışlarının, uygulamalar üzerinde demografik değişkenlerdendaha çok etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Polatoğlu ve Ekin (2001), Garanti Bankası müşterilerine yönelik yaptıkları araştırmada; müşterilerin genel olarak bankanın internet bankacılığı hizmetinden memnun olduğu, müşterilerin internet bankacılığını tercih etme nedenlerinin başında zaman ve maliyet unsurlarının geldiği tespit edilmiştir. Müşterilerin şube bankacılığı ile karşılaştırdıklarında internet bankacılığının fiyat ve rahatlık açısından daha avantajlı olduğunu ifade ettikleri görülmüştür.

Suh ve Han (2002), Kore’de beş bankanın sitelerine koyulan anket aracılığıyla tüketicilerin internet bankacılığının kullanım kolaylığı ve sağladığı fayda ve beklentilerinin karşılandığı, ancak güven kaygısının internet bankacılığı kullanımına karşı tutumun en önemli belirleyicilerinden biri olduğu sonucuna varılmıştır.

Rotchanakitumnuai ve Speece (2003), tarafından Tayland'da internet bankacılığı kullanan yedi işletme ve kullanmayan sekiz tane işletmenin yöneticileri ile yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda, internet bankacılığı kullanımının yaygınlaşmasının önündeki en büyük engelin güvenlik kaygısı olduğu sonucuna varılmıştır.

Akinci, Aksoy ve Atılğan (2004), tarafından e-mail aracılığıyla öğretim elemanlarına uygulanan anket sonucunda, internet bankacılığı kullanmayanların işlem yaparken karşılaşılabilecekleri her türlü problem için yeterli yardım alamayacaklarına inandıkları, geleneksel bankacılık yolu ile yapılan işlemlerde daha az problemle karşılaşacaklarına inandıkları görülmüştür.

Altan ve Karasioğlu (2004), internet bankacılığı hizmetlerinin toplum katmanları tarafından nasıl ve ne ölçüde kullanıldığını anket uygulaması ile tespit etmeye çalışmışlardır. Toplam 298 denek kullanılan anket uygulaması sonucunda toplumun %32,9'unun internet bankacılığında faydalandığı tespit edilmiştir. Ayrıca erkeklerin kadınlardan, geliri ve eğitim düzeyi yüksek olanların düşük olanlardan, gençlerin orta yaş ve üzerindekiilerden daha fazla internet bankacılığını kullandığı sonucunu elde etmişlerdir.

Kim, Widdows ve Yılmaz (2005), 2001 Tüketici Finansmanı Araştırması'ndan faydalanarak, internet bankacılığı uygulamasını benimsemeye etkili olan unsurlarını tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmada internet bankacılığını benimsemeye yönelik bir model oluşturulmuştur. Sonuç olarak, tüketicilerin yeteneği, tutum ve zaman maliyeti fırsatçılığı gibi nedenlerin internet bankacılığını kullanım kararını önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Diğer müşterilere göre genç ve eğitilmiş tüketicilerin internet bankacılığı kullanımını benimsemeye daha iyi oldukları da görülmüştür.

Lichtenstein ve Williamson (2006), Avustralya'da banka müşterilerinin internet bankacılığı kullanımını etkileyen başlıca faktörlerin neler olduğunu ve bunların nasıl bir etkileşim içerisinde olduğunu incelemişlerdir. Sonuçlara göre müşteriler, internet hizmetlerinin kullanımında risk altında olduklarını ve bu şekilde yapılan hizmet uygulamaları için derinlemesine destek sağlanması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Padachi, Rojid ve Seetana (2007), Mauritius Adası'nda internet bankacılığına uyum sürecini etkileyen faktörlerin incelenmesi üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. 200 denegin katıldığı anket çalışması sonucunda, kullanıcıların internet bankacılığını havale, hesaplar arası transfer, kredi kartı hesabı ödeme şeklinde kullanımlarının fazla olduğu gözlemlenmiştir. İnternet bankacılığı kullanan ve kullanmayanlar arasında önemli bir demografik farklılığın olmadığı (yaş, eğitim ve aylık ortalama gelire göre) görülmüştür. Kullanım kolaylığının, Mauritius'da internet bankacılığına uyum sürecini etkileyen en önemli unsurun tespitine yönelik yapılan faktör analizi sonucunda en önde geldiği ortaya konulmuştur.

Gao ve Owolabi (2008), Nijerya'da müşterilerin internet bankacılığını benimsemelerinde etkili olan faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak internet bankacılığı farkındalığı, gizlilik, bilgisayar ve internete erişilebilirlik, uygunluk, maliyetler ve internet bankacılığı hakkındaki bilgi ve destek hizmetlerinin sağlanması unsurlarının etkili olduğu görülmüştür. Çalışmanın sonuçlarına göre Nijerya'da müşteriler tarafından internet bankacılığının daha kullanılabilir hale gelebilmesi amacıyla internet bankacılığının faydalarının ve detaylarının müşterilere aktarılması gerektiği

önerisi getirilmiştir.

Pala ve Kartal (2010), banka müşterilerinin internet bankacılığına yönelik tutumları ve bununla ilişkili olarak internet bankacılığı kullanma sıklıkları ile internet bankacılığı hesabı açtırmalarında ve hesap açacakları bankanın seçiminde etkili olan faktörler araştırılmışlardır. Kolaylık ve güvenlik gibi unsurların etkili olduğu tespit edilmiştir.

VI. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın evrenini Atatürk Üniversitesi'nde görev yapan akademisyenler ve idari personel oluşturmaktadır. Çalışanlarının tamamına yakınının İnternet kullanıcısı olduğu ve yeniliklere açık olduğu düşünülen bir ortamdaki kullanıcılardan internet bankacılığı konusunda yeterli veri alınabileceği düşüncesiyle araştırma üniversite çalışanları üzerinde gerçekleştirilmiştir. Atatürk Üniversitesi Personel Dairesi Başkanlığı'ndan alınan verilere göre anketin yapıldığı tarihte, üniversitede akademik ve idari olmak üzere toplam 4559 personel bulunmaktadır.

Araştırmada örneklem sayısının doğru seçilmesi araştırmanın geçerliliği açısından önemli olduğundan, örneklem sayısı aşağıdaki formül uygulanarak bulunmuştur.

$$(1) \quad n = \frac{NPQZ^2}{(N-1)d^2 + PQZ^2}$$

Mümkün olduğunca büyük örnekle çalışmak için internet bankacılığı kullanma ve kullanmama oranları 0,5 olarak alınmış, %5 önem düzeyinde %5 hata payı ile ana kütleyi temsil edecek örnek büyüklüğü,

$$(2) \quad n = \frac{4559(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(4559-1)0,05^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2} \cong 385$$

olarak hesaplanmıştır.

n= Örnek kütle büyüklüğü

N=Ana kütle hacmi (Atatürk Üniversitesi'nde çalışan personel sayısı)

P= İnternet bankacılığını kullanma oranı

Q= İnternet bankacılığını kullanmama oranı

Z= % (1- α) Düzeyinde Z test değeri

α =Önem düzeyi

d =Hata (tolerans) payıdır (Oktay, Naralan ve Özçomak, 2007).

Hazırlanan formlar görev yaptıkları birimler ve unvanlar göz önüne alınarak üniversitede görev yapan 500 personele gönderilmiştir.

Araştırmada verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yönteminde geleneksel anket türlerinden olan cevaplayıcının yönettiği elden bırakıp alma tercih edilmiştir. Anket önce 10 kişiden oluşan bir gruba pilot olarak uygulanmış ve gerekli düzeltmeler gerçekleştirilmiştir. Anketler 500 kişiye dağıtılmış, bunlardan 87 tanesi geri dönmemiştir. Anketlerin geri dönüş oranı % 83'tür. Geriye kalan 413 anketten 7 tanesi eksik veri içermesi nedeniyle elenmiş ve 406 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Anket formu sekiz bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özelliklere yönelik sorular bulunmaktadır.

İkinci bölümde internet bankacılığını kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur.

Üçüncü bölümde internet bankacılığını kullanan personelin kullanım süreleri araştırılmıştır.

Dördüncü bölümde internet bankacılığında hangi tür işlemlerin ne kadar sıklıkla yapıldığı sorulmuştur.

Beşinci bölümde internet bankacılığını kullananların internet bankacılığını kullanmalarında etkili olan faktörleri ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır.

Altıncı bölümde katılımcılara internet bankacılığı kullanımında olumsuz bir durumla karşılaşmış olup karşılaşmadığı, ne tür sorunlarla karşılaştığıyla ilgili sorular sorulmuştur.

Yedinci bölümde katılımcılara internet bankacılığı hakkındaki çeşitli ifadelerle katılma durumları sorulmuştur.

Son bölümde ise internet bankacılığını kullanmayan katılımcıların, internet bankacılığı kullanmamalarında etkili olabilecek ifadelerle katılma dereceleri ölçülmüştür.

VII. Verilerin Analizi

A. Demografik Özellikler ve İnternet Bankacılığı Tercihleri

Tablo 1'de örneği oluşturan cevaplayıcıların demografik özellikleri ve internet bankacılığı tercihleri gösterilmiştir.

Cinsiyet	Frekans	Yüze	Medeni Durumu	Frekans	Yüze
Erkek	292	71,9	Evlü	271	66,7
Kadın	114	28,1	Bekar	135	33,3
Toplam	406	100,0	Toplam	406	100,0
Yaş Grupları	Frekans	Yüze	Görevi	Frekans	Yüze
18-24	16	3,9	Akademik	253	62,3
25-30	87	21,4	İdari	153	37,7
31-36	105	25,9	Toplam	406	100,0
37-43	100	24,6	Kullanım Durumu	Frekans	Yüze
44-50	75	18,5	Evet	319	78,6
51 ve üstü	23	5,7	Hayır	87	21,4
Toplam	406	100,0	Toplam	406	100,0
Gelir Durumu	Frekans	Yüze	Kullanım Yılı	Frekans	Yüze
1001-2000	121	29,8	1 yıldan az	17	5,3
2001-3000	131	32,3	2-4	60	18,8
3001-4000	113	27,8	4-7	94	29,5
4001-5000	32	7,9	7 ve üstü	148	46,4
5001 ve üstü	9	2,2	Toplam	319	100
Toplam	406	100,0	Olumsuzluk Durumu	Frekans	Yüze
Eğitim Durumu	Frekans	Yüze	Evet	8	2,5
İlkokul	2	0,5	Hayır	311	97,5
Ortaokul	3	0,7	Toplam	319	100
Lise	32	7,9	Olumsuzluk Türü	Frekans	Yüze
Üniversite	120	29,6	Havale / EFT yerine ulaşmadı	6	7,5
Lisansüstü	249	61,3	Hesabındaki para kullanıldı	2	2,5
Toplam	406	100,0	Toplam	8	100

Araştırma hipotezleri internet bankacılığının kullanımı ile demografik faktörler arasındaki ilişkiyi ölçmeye yöneliktir. Araştırma hipotezlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

H1= İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile cinsiyet arasında ilişki vardır.

H2= İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile yaş arasında ilişki vardır.

H3= İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile medeni durum arasında ilişki vardır.

H4= İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile eğitim durumu arasında ilişki vardır.

H5= İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile görev arasında ilişki vardır.

H6= İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile gelir arasında ilişki vardır.

A.Araştırma Hipotezlerinin Testi

İnternet bankacılığının kullanımı ile demografik faktörler arasında ilişki olup olmadığını belirlemeye yönelik olarak 6 adet hipotez geliştirilmiştir. Söz konusu hipotezler ki kare analizi kullanılarak test edilmiştir. Aşağıda araştırmanın hipotezleri ve analiz sonuçları sırasıyla açıklanmaktadır.

H1= İnternet bankacılığını kullanım ile cinsiyet arasında ilişki vardır.

Tablo 2. Cinsiyet/İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu.

İnternet Bankacılığı Kullanımı				
		Evet	Hayır	Toplam
Erkek	Sayı	234	58	292
	Cinsiyet İçindeki %'si	80,1	19,9	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	73,4	66,7	71,9
	Toplam İçindeki %'si	57,6	14,3	71,9
Bayan	Sayı	85	29	114
	Cinsiyet İçindeki %'si	74,6	25,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	26,6	33,3	28,1
	Toplam İçindeki %'si	20,9	7,1	28,1
Toplam	Sayı	319	87	406
	Cinsiyet İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	100,0	100,0	100,0
	Toplam İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0

İnternet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlenmesine yönelik olarak yapılan ki kare testinde %5 anlamlılık seviyesi için p değeri, 0.250 olarak çıkmıştır. Bu sonuç istatistiksel açıdan iki grup arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir (0.250>0.05). Dolayısıyla H1 hipotezi red edilmiştir.

H2 = İnternet bankacılığını kullanım ile yaş arasında ilişki vardır.

Tablo 3. Yaş/İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu.

İnternet Bankacılığı Kullanımı				
		Evet	Hayır	Toplam
18-24	Sayı	8	8	16
	Yaş İçindeki %'si	50,0	50,0	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	2,5	9,2	3,9
	Toplam İçindeki %'si	2,0	2,0	3,9
25-30	Sayı	77	10	87
	Yaş İçindeki %'si	88,5	11,5	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	24,1	11,5	21,4
	Toplam İçindeki %'si	19,0	2,5	21,4
31-36	Sayı	91	14	105
	Yaş İçindeki %'si	86,7	13,3	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	28,5	16,1	25,9
	Toplam İçindeki %'si	22,4	3,4	25,9
37-43	Sayı	87	13	100
	Yaş İçindeki %'si	87,0	13,0	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	27,3	14,9	24,6
	Toplam İçindeki %'si	21,4	3,2	24,6
44-50	Sayı	49	26	75
	Cinsiyet İçindeki %'si	65,3	34,7	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	15,4	29,9	18,5
	Toplam İçindeki %'si	12,1	6,4	18,5
51 ve üstü	Sayı	7	16	23
	Yaş İçindeki %'si	30,4	69,6	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	2,2	18,4	5,7
	Toplam İçindeki %'si	1,7	3,9	5,7
Toplam	Sayı	319	87	406
	Yaş İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	100,0	100,0	100,0
	Toplam İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0

Ankete katılanlar arasında yaş ile internet bankacılığından yararlanma ilişkisini belirlemek için yapılan ki kare testi anlamlı sonuç vermiştir. Bu bağlamda %5 anlamlılık seviyesinde yaş grupları arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir fark vardır ($0.000 < 0.05$). İnternet bankacılığını kullananların 31-36 ve 37-43 yaş grupları arasında çoğunlukta olduğu görülmektedir.

H3 = İnternet bankacılığını kullanım ile medeni durum arasında ilişki vardır.

Tablo 4. Medeni Durum/İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu.

İnternet Bankacılığı Kullanımı				
		Evet	Hayır	Toplam
Evli	Sayı	208	63	271
	Medeni Durum İçindeki %'si	76,8	23,2	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	65,2	72,4	66,7
	Toplam İçindeki %'si	51,2	15,5	66,7
Bekar	Sayı	111	24	135
	Medeni Durum İçindeki %'si	82,2	17,8	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	34,8	27,6	33,3
	Toplam İçindeki %'si	27,3	5,9	33,3
Toplam	Sayı	319	87	406
	Medeni Durum İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	100,0	100,0	100,0
	Toplam İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0

Yapılan ki kare testi sonucunda %5 anlamlılık seviyesinde iki grup (evliler ve bekarlar) arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır (0.179>0.05). Böylece H3 hipotezi red edilmektedir.

H4= İnternet bankacılığını kullanım ile eğitim durumu arasında ilişki vardır.

Tablo 5. Eğitim/İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu

İnternet Bankacılığı Kullanımı				
		Evet	Hayır	Toplam
İlkokul	Sayı	0	2	2
	Eğitim Durumu İçindeki %'si	0,0	100,0	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	0,0	2,3	0,5
	Toplam İçindeki %'si	0,0	0,5	0,5
Ortaokul	Sayı	1	2	3
	Eğitim Durumu İçindeki %'si	33,3	66,7	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	0,3	2,3	0,7
	Toplam İçindeki %'si	0,2	0,5	0,7
Lise	Sayı	6	26	32
	Eğitim Durumu İçindeki %'si	18,8	81,3	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	1,9	29,9	7,9
	Toplam İçindeki %'si	1,5	6,4	7,9
Üniversite	Sayı	78	42	120
	Eğitim Durumu İçindeki %'si	65,0	35,0	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	24,5	48,3	29,6
	Toplam İçindeki %'si	19,2	10,3	29,6
Lisansüstü	Sayı	234	15	249
	Eğitim Durumu İçindeki %'si	94,0	6,0	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	73,4	17,2	61,3
	Toplam İçindeki %'si	57,6	3,7	61,3
Toplam	Sayı	319	87	406
	Eğitim Durumu İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	100,0	100,0	100,0
	Toplam İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0

Yapığımız ki kare testi sonucunda eğitim durumu ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (0.000<0.05). Böylece H4 hipotezi kabul edilmektedir. İnterneti ve dolayısıyla internet bankacılığını kullanmak belirli bir eğitim almış olmayı gerektirmektedir. Tablo 5’de de görüldüğü gibi ilköğretim seviyesinde eğitim almış olanlar internet bankacılığını kullanmamaktadır. İnternet bankacılığını en fazla kullananlar ise lisansüstü eğitim almış kişilerdir.

H5 = İnternet bankacılığını kullanım ile görev arasında ilişki vardır.

Tablo 6. Görev/İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu.

İnternet Bankacılığı Kullanımı				
		Evet	Hayır	Toplam
Akademik	Sayı	237	16	253
	Görev İçindeki %'si	93,7	6,3	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	74,3	18,4	62,3
	Toplam İçindeki %'si	58,4	3,9	62,3
İdari	Sayı	82	71	153
	Görev İçindeki %'si	53,6	46,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	25,7	81,6	37,7
	Toplam İçindeki %'si	20,2	17,5	37,7
Toplam	Sayı	319	87	406
	Görev İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	100,0	100,0	100,0
	Toplam İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0

Meslek grupları ile internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma arasında anlamlı bir ilişkinin varlığının tespitine yönelik yapılan ki kare testi, istatistiki açıdan anlamlı sonuç vermiştir. Yapılan testin sonucunda %5 anlamlılık seviyesinde H4 hipotezi kabul edilmiştir (0.000<0.05). Bu bağlamda, meslek grupları arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir fark bulunmaktadır. Tablodan da görüldüğü gibi akademik personelin idari personele göre internet bankacılığını daha fazla kullanmakta olduğu görülmektedir.

H6 = İnternet bankacılığını kullanım ile gelir arasında ilişki vardır.

Tablo 7. Gelir/İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu.

İnternet Bankacılığı Kullanımı				
		Evet	Hayır	Toplam
1001-2000	Sayı	68	53	121
	Gelir İçindeki %'si	56,2	43,8	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	21,3	60,9	29,8
	Toplam İçindeki %'si	16,7	13,1	29,8
2001-3000	Sayı	102	29	131
	Gelir İçindeki %'si	77,9	22,1	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	32,0	33,3	32,3
	Toplam İçindeki %'si	25,1	7,1	32,3
3001-4000	Sayı	110	3	113
	Gelir İçindeki %'si	97,3	2,7	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	34,5	3,4	27,8
	Toplam İçindeki %'si	27,1	0,7	27,8
4001-5000	Sayı	31	1	32
	Gelir İçindeki %'si	96,9	3,1	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	9,7	1,1	7,9
	Toplam İçindeki %'si	7,6	0,2	7,9
5001 ve üstü	Sayı	8	1	9
	Gelir İçindeki %'si	88,9	11,1	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	2,5	1,1	2,2
	Toplam İçindeki %'si	2,0	0,2	2,2
Toplam	Sayı	319	87	406
	Gelir İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0
	İnternet Bankacılığı Kullanımı İçindeki %'si	100,0	100,0	100,0
	Toplam İçindeki %'si	78,6	21,4	100,0

H5 hipotezi yapılan ki kare analizi sonucu kabul edilmiştir. %5 anlamlılık seviyesinde ortalama aylık gelir grupları arasında internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma bakımından anlamlı bir fark vardır (0.000<0.05). Tabloda internet bankacılığı hizmetlerinden en az yararlanan grubun 1001-2000 TL, en fazla yararlanan grubun ise % 96,9 oranla 4001-5000 TL arası olduğu görülmektedir. Bu bağlamda gelir artıça internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma oranlarının arttığını söylemek mümkündür.

VIII. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlanması

A. İnternet Bankacılığı Hizmetlerinin İstatistiksel Verileri

Bu bölümde on iki değişkende ankete katılanların internet bankacılığı kullanmasında etkili olan faktörler incelenmiştir.

Tablo 8. Kullanıcıların İnternet Bankacılığını Kullanmalarında Etkili Olan Faktörler.

İnternet şubenizde aşağıdaki işlemleri hangi sıklıkla yapıyorsunuz?	Hiç		Nadiren		Ara Sıra		Sık Sık		Sürekli	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Hesap Bilgileri Kontrol	3	0,9	10	3,1	39	12,2	106	33,2	161	50,5
Para Transferi (havale/EFT vb.)	3	0,9	47	14,7	137	42,9	63	19,7	69	21,6
İnternet Şubesinde Kredi Kartı İşlemleri	9	2,8	4	1,3	30	9,4	113	35,4	163	51,1
Tahvil/Bono/Hisse Senedi Alım Satım	230	72,1	11	3,4	18	5,6	33	10,3	27	8,5
Döviz Alım Satım	234	73,4	18	5,6	27	8,5	20	6,3	20	6,3
Altın Alım Satım	154	48,3	14	4,4	23	7,2	58	18,2	70	21,9
Yatırım Fonu Alım Satım	247	77,4	18	5,6	16	5,0	18	5,6	20	6,3
Yatırım Hesabı Bilgileri Kontrol	145	45,5	15	4,7	16	5,0	69	21,6	74	23,2
Düzenli Ödeme	178	55,8	21	6,6	22	6,9	50	15,7	48	15,0
Fatura Ödeme	14	4,4	5	1,6	27	8,5	83	26,0	190	59,6
Trafik Cezası / MTV Ödeme	101	31,7	104	32,6	73	22,9	15	4,7	26	8,2
Diğer Ödeme	177	55,5	34	10,7	45	14,1	24	7,5	39	12,2

B. İnternet Bankacılığı Hakkındaki Tutum ve Düşünceler

Bu bölümde yedi değişkende ankete katılanların internet bankacılığı hakkındaki tutum ve düşünceleri incelenmiştir.

Tablo 9. Kullanıcılarının İnternet Bankacılığı Hakkındaki Tutum ve Düşünceleri.

Aşağıdaki nedenlerden hangileri internet bankacılığı kullanmanızda ne ölçüde etkilidir?	Hiç Etkili Değil		Etkili Değil		Biraz Etkili		Oldukça Etkili		Çok Etkili	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Kullanım Kolaylığı	-	-	2	0,6	13	4,1	86	27,0	218	68,3
Günün Her Saatinde Kullanılabilmesi	-	-	3	0,9	6	1,9	96	30,1	214	67,1
Sıra Beklenmemesi	-	-	-	-	7	2,2	79	24,8	233	73,0
Zaman Tasarrufu Sağlaması	-	-	2	0,6	6	1,9	56	17,6	255	79,9
İşlem Yapmanın Rahat ve Hızlı Olması	-	-	1	0,3	7	2,2	60	18,8	251	78,7
Şubeden Bankacılıkta Personelden Hoşnutsuzluk Duyulması	100	31,3	93	29,2	62	19,4	26	8,2	38	11,9
İşlem Maliyetinin Düşük Olması	12	3,8	50	15,7	68	21,3	73	22,9	116	36,4

C. İnternet Bankacılığının Kullanılmama Nedenleri

Bu bölümde dokuz değişkende ankete katılanların internet bankacılığını kullanmamasında etkili olan faktörler incelenmiştir.

Tablo 10. Kullanıcıların İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri.

İnternet bankacılığını kullanmamakta aşağıdaki nedenler ne derece etkilidir?	Hiç Etkili Değil		Etkili Değil		Biraz Etkili		Oldukça Etkili		Çok Etkili	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
İnternet Bankacılığımın Güvenilir Bulunmaması	12	9,6	15	12,0	14	11,2	36	28,8	48	38,4
İnternet Bankacılığımı Yeterli Görmeme	47	37,9	20	16,1	19	15,3	21	16,9	17	13,7
Bilgisayar ve İnternet Kullanımının Zor ve Karmaşık Olması	66	53,7	20	16,3	17	13,8	9	7,3	11	8,9
Bankalarla İşim/İhtiyacım Olmuyor	65	52,4	17	13,7	23	18,5	11	8,9	8	6,5
Bankaların İnternet Üzerinden Hizmet Verdiğini Bilmiyorum	83	68,0	17	13,9	13	10,7	6	4,9	3	2,5
Hatalı Bir İşlem Yapmaktan Korkuyorum	61	50,0	9	7,4	21	17,2	14	11,5	17	13,9
İnsan İlişkilerinden Vazgeçemiyorum	52	42,3	26	21,1	13	10,6	16	13,0	16	13,0
İnternet Bankacılığına Karşıyım	81	65,9	18	14,6	11	8,9	9	7,3	4	3,3
Yerinde Bankacılığa İşlem Yapmak Daha Kolay	46	37,4	10	8,1	8	6,5	27	22,0	32	26,0

A.Kullanıcılarının İnternet Bankacılığı Hakkındaki Düşünceleri

İnternet bankacılığını kullanan katılımcıların internet bankacılığını benimsemelerinde öne çıkan faktörleri belirlemeye yönelik 21 ifade geliştirilmiştir.

Tablo 11. Kullanıcılarının İnternet Bankacılığı Hakkındaki Düşünceleri.

İfadeler	Katılma Dereceleri		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Kathilyorum		Kesinlikle Kathilyorum	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
İnternet bankacılığımı hızlı ve kesintisiz bankacılık olarak görüyorum	-	-	1	0,3	14	4,4	102	32	202	63,3		
İnternet bankacılığı ile gerekerek/seyerek bankacılık işlemleri yapmaktakümkündür	-	-	3	0,9	10	3,1	126	39,5	180	56,4		
İnternet bankacılığı sayesinde detaylı rapor ve bilgi alabiliyorum	-	-	2	0,6	14	4,4	125	39,2	178	55,8		
İnternet bankacılığı ile çok çeşitli bankacılık hizmetlerini görüp yararlanabiliyorum	1	0,3	6	1,9	20	6,3	125	39,2	167	52,4		
İnternet bankacılığı ile bankacılık işlemlerini çok daha ucuzla yapabiliyorum	3	0,9	9	2,8	29	9,1	104	32,6	174	54,5		
İnternet bankacılığında her türlü işlemi tek başıma rahatlıkla yapabiliyorum	1	0,3	8	2,5	14	4,4	93	29,2	203	63,6		
İnternet bankacılığı diğer bankacılık işlemlerine göre daha hızlı	2	0,6	3	0,9	11	3,4	96	30,1	207	64,9		
İşlemlerimi yaptıkça karımda görevli olmasını istemiyorum	15	4,7	66	20,7	36	11,3	106	33,2	96	30,1		
İnternet Bankacılığımı gelir ve tasarruf düzeyi yüksek bireyler kullanır	140	43,9	102	32	30	9,4	34	10,7	13	4,1		
İnternet bankacılığımı eğitim düzeyi yüksek insanlar tercih eder	132	41,4	92	28,8	25	7,8	51	16	19	6		
İnternet bankacılığında işlemler şube bankacılığına göre çok daha kısa sürer	1	0,3	3	0,9	19	6	102	32	194	60,8		
İnternet bankacılığı emekli-hasta-yaşlılar için en uygun bankacılık yöntemidir	3	0,9	13	4,1	37	11,6	118	37	148	46,4		
İnternet bankacılığımı kullanmak paramı yönetmek için çok uygundur	3	0,9	8	2,5	26	8,2	98	30,7	184	57,7		
İnternet bankacılığı iş hayatıma çok uygun	-	-	4	1,3	16	5	90	28,2	209	65,5		
İnternet bankacılığı zihinsel çaba harcamasını gerektirir	109	34,2	81	25,4	38	11,9	62	19,4	29	9,1		
İnternet bankacılığı banka imajını olumlu yönde etkiler	3	0,9	7	2,2	22	6,9	121	37,9	166	52		
İnternet bankacılığımı işlemlerim, banka personeli tarafından dahi görülmemesi nedeniyle, gizli ve güvenli bankacılık olarak görüyorum	5	1,6	12	3,8	57	17,9	71	22,3	174	54,5		
İnternet Bankacılığı sayesinde şubeye gitmem gerek kalmıyor	1	0,3	3	0,9	10	3,1	76	23,8	229	71,8		
İnternet şubesine bağlanmada güvenlik amaçlı kontroller yeterli değildir	132	41,4	96	30,1	45	14,1	30	9,4	16	5		
İşlemlerim sonucunda İnternetten aldığım dekonta güvenirim	3	0,9	7	2,2	32	10	109	34,2	168	52,7		
İşlem sırasında girdiğim kişisel bilgilerimin korunduğunu düşünüyorum	-	-	4	1,3	42	13,2	113	35,4	160	50,2		

Araştırmaya katılanların %95,9'u internet bankacılığı ile görerek ve seçerek bankacılık işlemlerinin yapıldığı ifadesine katıldığını, %95,6' sını internet bankacılığı sayesinde şubeye gitmelerine gerek kalmadığı ifadesine katıldığını, %95,3'ü internet bankacılığını hızlı ve kesintisiz bankacılık olarak gördüğünü, %93,7'si internet bankacılığının iş hayatlarına çok uygun olduğunu, %92,8'i internet bankacılığında her türlü işlemi tek başına rahatlıkla yapabildikleri gibi düşüncelere katıldıklarını belirtmişlerdir.

IX. Sonuç

Günümüzün artan rekabet ortamında işletmelerin temel amaçları olan sürekliliklerini sağlayacak temel stratejilerden biri, müşterilere sunulan faydayı koruyarak, mümkünse bu faydayı artırarak, maliyetlerin azaltılmasıdır. Bankalar açısından internet bankacılığı bu stratejinin başarıyla uygulanmasında kullanılacak bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnternetin ortaya çıkışı, elektronik dağıtım kanallarının kullanımının yaygınlaşmasında önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bankacılık hizmetlerinin sunulmasında internetin kullanılmasıyla ortaya çıkan ve hemen hemen tüm dünyada hızlı bir gelişim gösteren internet bankacılığının, gerek bankalara gerekse müşterilere sunduğu avantajlar sebebiyle elektronik dağıtım kanalları arasından sıyrıldığını söylemek mümkündür. İnternet sayesinde bankacılık, kendisini zaman ve mekan sınırlamalarından kurtarma imkanına sahip olmuştur. İnternet bankacılığı ile dünyanın herhangi bir bölgesinde yaşayan bir banka müşterisi; haftanın yedi günü, günün yirmi dört saati kolaylıkla hesaplarına erişebilme ve işlemlerini gerçekleştirebilme olanağına sahip olmaktadır. Bu açıdan internet bankacılığı kullanımının yaygınlaşması, bankalara müşterilere sundukları faydayı azaltmadan maliyetlerinde tasarruf etme olanağı vermektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, bir anket uygulamasıyla internet bankacılığının üniversite personeli arasında kullanım oranını belirleme, akademik ve idari personelin internet bankacılığında beklentilerini tespit etme, internet bankacılığında sık kullanılan işlem ve hizmetlerin neler olduğunu saptama ve üniversite personelinin internet bankacılık hizmetlerinden neden yararlandıklarını ya da yararlanmadıklarını tespit etmektir.

Anket çalışması 8 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda internet bankacılığı kullanımında etkili olan demografik ve sosyal faktörler araştırılmıştır. Ki-kare analizi sonucu yaş, eğitim durumu, gelir ve görev değişkeni ile internet bankacılığı kullanımı arasında anlamlı ilişki varken; cinsiyet ve medeni durum ile internet bankacılığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür.

Genel olarak orta yaşta personel (31-36 yaş) az farkla da olsa, genç ve yaşlı personelden daha fazla internet bankacılığını tercih etmektedir. Eğitim seviyesi arttıkça internet bankacılığı kullanımı da artmaktadır. Gelir seviyesi arttıkça internet bankacılığı hizmetlerinden yararlanma oranlarının arttığını söylemek mümkündür. Akademik

personel, idari personele göre internet bankacılığını daha fazla kullanmaktadır.

İkinci kısımda internet bankacılığını kullanma durumu araştırılmıştır. Araştırmaya katılan akademik ve idari personelin %78,6'sı internet bankacılığını kullanırken %21,4'ü internet bankacılığını kullanmamaktadır. Personel açısından internet bankacılığının kullanımına bakıldığında, akademik personelin %62,3'ü idari personelin de %37,7'si internet bankacılığını kullandığı görülmektedir.

Üçüncü kısımda internet bankacılığını kullanan personelin kullanım süreleri araştırılmıştır. Kullanıcıların çoğunun 7 yıl ve daha uzun süredir internet bankacılığını kullandıkları belirlenmiştir.

Dördüncü kısımda internet bankacılığı kullanıcılarının hangi işlemleri hangi sıklıkla yaptıkları araştırılmıştır. Kullanıcılar, kredi kartı işlemlerinde, fatura ödemelerinde, hesap bilgilerini kontrol etmede internet bankacılığını ya sürekli ya da sıklıkla kullandıklarını belirtirken, tahvil, bono, hisse senedi, döviz ve yatırım fonu alım satımı için ya hiç kullanmadıklarını ya da nadiren kullandıklarını belirtmişlerdir.

Beşinci kısımda araştırmaya katılanların internet bankacılığıyla ilgili tutum ve düşünceleri araştırılmıştır. Personelin, internet bankacılığını sıra beklememe, zaman tasarrufu, rahat ve hızlı işlem yapılabilmesi, günün her saatinde kullanılabilmesi ve kullanım kolaylığı gibi nedenlerle tercih ettiği anlaşılmaktadır.

Altıncı kısımda internet bankacılığını kullanırken herhangi bir olumsuzluk yaşanıp yaşanmadığı, yaşandıysa nasıl bir olumsuzlukla karşılaştığı araştırılmıştır. İnternet bankacılığını kullanırken olumsuzluk yaşadığını belirten kullanıcıların oranı %2,5 gibi düşük bir oran olarak tespit edilmiştir. Kullanıcılar, Havale/EFT işlemlerinin yerine ulaşmaması ve hesaplarındaki paranın kullanılması gibi durumlarla karşılaştıklarını ifade etmişlerdir.

Yedinci kısımda internet bankacılığını kullanan personelin internet bankacılığı hakkındaki düşünceleri özetlenmiştir. İnternet bankacılığını kullanan personel, tercih etme önceliği olarak internet bankacılığını; görerek ve seçerek bankacılık işlemlerini yapabilmesi, hızlı ve kesintisiz olması, şubeye gitmeye gerek kalmaması, iş hayatına çok uygun olması ve detaylı rapor ve bilgi alınabilmesi gibi düşüncelerle tercih etmektedirler. Ancak, internet bankacılığını gelir ve eğitim düzeyleri yüksek olan insanların tercih ettiği, internet şubesine bağlantıda güvenlik amaçlı kontrollerin yeterli olmadığı ve zihinsel çaba harcanması gerektiği gibi düşüncelere ise katılmamaktadırlar.

Sekizinci kısımda internet bankacılığını kullanmayan personelin kullanmama nedenleri araştırılmıştır. Güvenilir olmadığı düşüncesi en önemli faktör olarak görülmektedir. İkincisi ise yerinde bankacılıkta işlem yapmanın daha kolay olduğu düşüncesidir. “Bilgisayar ve internet kullanımı zor ve karmaşık”, “Bankaların internet üzerinden hizmet verdiğini bilmiyorum”, “İnternet bankacılığına karşıyım” ifadeleri ise internet bankacılığını kullanmamada en etkisiz faktörlerdir.

İnternet bankacılığının bu faydalarına rağmen, şube bankacılığının daha güvenilir olduğunu düşünen insanları sanal ortama çekmek gerçekten zor görünmektedir.

İnsanların sanal ortamda yanlış bir işlem yapmaktan duydukları endişe ve korkular, onları ister istemez internet bankacılığına mesafeli yaklaşımlarına neden olmaktadır.

İnternet bankacılığı hakkında oluşan güvensizliği ve güvenlik konusunda kullanıcılardaki önyargıları yok etmek bankalara düşmektedir. Bu durumun üstesinden gelmek eğitim ve bilinçlendirme ile mümkün olacaktır. Bankaların birbirleriyle ve devletle işbirliği yaparak eksikliklerin düzeltilmesini sağlayarak özellikle güvenlik unsurlarına daha fazla önem vererek ve internet sitesinin tasarımında kullanım kolaylığı sağlayarak; banka müşterilerini bu dağıtım kanalının kullanımı konusunda teşvik etmelerinin internet bankacılığı kullanımının yaygınlaşmasını sağlayacağını söylemek mümkündür.

Bu çalışmanın ortaya çıkardığı sonuçların, internet bankacılığının benimsenmesinin ve kullanımının yaygınlaştırılması ve bankaların yapmakta olduğu teknolojik yatırımların önemine vurgu yaptığı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Akkılıç, M. E. (2005). “Teknolojik Gelişmelerin Bankaların Dağıtım Kanallarının Yapısı Üzerine Etkileri”, *DAUM Dergisi*, 3(2),110-114.
- Akıncı, A., Aksoy, S. ve Atılgan, E. (2004). “Adoption of Internet Banking Among Sophisticated Consumer Segments in An Advanced Devaloping Country” [İleri Düzeyde Gelişmekte Olan Bir Ülkede Sofistike Müşteri Grupları Arasında İnternet Bankacılığının Benimsenmesi]. *International Journal of Bank Marketing*, 22(3), 212-232.
- Altan, M. ve Karasioğlu, F. (2004). “İnternet Bankacılığının Toplum Katmanlarının Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”. *Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, (ss 25-26). Eskişehir.
- Bireysel Bankacılık*. (t.y.). Erişim Tarihi: 11.06.2012, <http://www.belgeler.com/blg/5cs/bireysel-bankacilik>
- Bakkal, M. ve Aksüt, U. (2011). *Türk Bankacılık Sisteminde Elektronik Bankacılık Uygulamaları*. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Çelik, A. (2002). “İnternet Bankacılığı: Uygulamalar ve Bankacılığın Geleceğindeki Muhtemel Etkileri”, *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, 3(13), 1-19.
- Gao, P. ve Owolabi, O. (2008). “Consumer Adoption of Internet Banking in Nigeria” [Nijerya’da Müşterilerin İnternet Bankacılığını Benimsemesi]. *International Journal of Electronic Finance*, 2(3), 284-299.
- Harvest, J. (2001). *Transforming Consumer Sanking Through Internet Technology*.
- Kim, B. M., Widdows, R. ve Yilmazer, T. (2005), *The Determinants of Consumers’ Adoption of Internet Banking*. Erişim Tarihi: 20.06.2012, Federal Reserve Bank of Boston: <http://www.bos.frb.org/economic/cprc/conferences/2005/payment-choice/papers/yilmazer.pdf>.
- Kolodinsky, J., Hogart, J. M. ve Shue, J. F. (2000). “Bricks or Clicks? Consumer

Adoption of Electronic Banking Technologies” [Tuğlalar ya da Tık’lar? Elektronik Bankacılık Teknolojilerinin Müşteriler Tarafından Benimsenmesi]. *Consumer Interest Annual*, 46, 180-184.

- Korkmaz, S. ve Gövdeli, Y. E. (2004). “Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi”, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 1-12.
- MEB.(2011). *Pazarlama ve Perakende E-Bankacılık Hizmetleri*, Ankara.
- Lichtenstein, S. ve Williamson, K. (2006). “Understanding Consumer Adoption of Internet Banking: An Interpretive Study in the Australian Banking Context” [Müşterilerin İnternet Bankacılığını Benimsemelerini Anlamak: Avustralya Bankacılık Koşulları Üzerinde Yorumsal Bir Çalışma]. *Journal of Electronic Commerce Research*, 7(2), 50-66.
- Oktay, E., Naralan, A. ve Özçomak, M.S. (2007). *Erzurum’daki Konutlarda Tercih Edilen Doğal Gaz Sistemi Araştırması* İstanbul: Aktif Yayınevi.
- Padachi, K., Rojid, S. ve Seetanah, B. (2007), “Analyzing the Factor That Influence the Adoption of Internte Banking in Mauritius”, *Proceeding of the 2007 Computer Science an IT Education Conference*, 559-574. Mauritius.
- Pala, E. ve Kartal, B. (2010).“Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma”, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(2), 43-61.
- Polatoğlu, V. N. ve Ekin, S. (2001). “An Empirical Investigation of the Turkish Consumers’ Acceptance of Internet Banking Services” [Türk Müşteriler Üzerinde Ampirik Bir İnceleme: İnternet Bankacılığı Hizmetlerinin Kabulü]. *International Journal of Bank Marketing*, 19(4), 156-165.
- Rochanakitumnuat, S. ve Speece, M. (2003). “Barriers to Internet Banking Adoption: Aqualitative Study Among Corporate Customers in Thailand” [İnternet Bankacılığının Benimsenmesinin Önündeki Engeller: Tayland’daki Tüzel Müşetiler Üzerinde Gerçekleştirilen Bir Niteliksel Çalışma]. *International Journal of Bank Marketing*, 21 (6/7), 312-323.
- Sathye, M. (1999). “Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Emprical Investigation” [Avustralyalı Müşetilerin İnternet Bankacılığını Benimsemesi: Ampirik bir İnceleme]. *International Journal of Bank Marketing*, 17 (7), 324-334.
- Suh, B. and Han, I. (2002).“Effect of Trust on Costumer Acceptance of Internet Banking” [Müşterilerin İnternet Bankacılığını Kabulünde Güven Etkisi]. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(1), 247-263.
- Toraman, C. (2002). “Bankacılık Sektöründe İnternetin Yeri ve Türk Bankacılık Sistemi Uygulaması”, *KAMU-İŞ İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 6(3), 1-13.
- Usta, R. (2005). “Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), 279-290.