

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN
YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tuğba Reyhan ARSLAN

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Programı

NİSAN 2015

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN
YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tuğba Reyhan ARSLAN

120813071

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Programı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ferudun KAYA

Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 120813071 numaralı Yüksek Lisans öğrencisi, Tuğba Reyhan ARSLAN, ilgili yönetmeliklerin belirlediği gerekli tüm şartları yerine getirdikten sonra hazırladığı KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA başlıklı tezini, aşağıda imzaları olan jüri önünde başarı ile sunmuştur.

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Ferudun KAYA
Abant İzzet Baysal Üniversitesi



Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Ferudun KAYA
Abant İzzet Baysal Üniversitesi



: Yrd. Doç. Dr. Oya ERU
Abant İzzet Baysal Üniversitesi



: Yrd. Doç. Dr. Asım YÜZBAŞIOĞLU
Türk Hava Kurumu Üniversitesi



Tez Savunma Tarihi: 09 Nisan 2015

**TÜRK HAVA KURUMU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, “KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” adlı çalışmamın, tarafımdan akademik etik ve kurallara aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

30.03.2015

Tuğba Reyhan ARSLAN



ÖNSÖZ

Araştırmam esnasında bana zaman ayıran, yönlendiren, samimiyetiyle desteğini esirgemeyen danışmanım, değerli hocam Doç. Dr. Ferudun Kaya'ya,

Eğitim hayatım boyunca maddi, manevi desteğini esirgemeyen ve bana her zaman inanan aileme,

Desteğini ve yardımlarını esirgemeyen Yrd. Doç. Dr. Oya Eru'ya, teşekkürlerimi sunarım.

Bu süreçte hep yanımda olan, olumlu düşünceleri ve sözleriyle desteklerini esirgemeyen herkese sevgilerimle.

Nisan 2015

Tuğba Reyhan ARSLAN

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|------|
| ÖNSÖZ | iv |
| İÇİNDEKİLER | v |
| TABLO LİSTESİ | viii |
| ŞEKİL LİSTESİ | xi |
| KISALTMALAR | xii |
| ÖZET | xiii |
| ABSTRACT | xv |
| GİRİŞ | 1 |
| BİRİNCİ BÖLÜM | 3 |
| 1. BANKACILIK VE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ | 3 |
| 1.1 Bankacılığın Tanımı ve İşlevleri | 3 |
| 1.2 Bankacılığın Tarihçesi | 5 |
| 1.3 Türk Bankacılık Sektörünün Gelişimi | 7 |
| 1.4 Bankacılıkta Hizmet Bankacılığı | 15 |
| 1.4.1 Saklama Hizmetleri | 15 |
| 1.4.2 Ödeme ve Tahsilat Hizmetleri | 16 |
| 1.4.3 Döviz Alım Satımı ve Arbitraj Hizmetleri | 16 |
| 1.4.4 Sigorta Hizmetleri | 16 |
| 1.4.5 Yatırım İşlemleri | 17 |
| 1.4.6 Elektronik Bankacılık Hizmetleri | 17 |
| 1.4.6.1 Elektronik bankacılığın temel bileşenleri | 18 |
| 1.4.6.1.1 Teknoloji | 18 |
| 1.4.6.1.2 İşgücü | 19 |
| 1.4.6.1.3 Banka çevresi | 19 |
| 1.4.6.2 Elektronik bankacılığın kanalları | 20 |
| 1.4.6.2.1 ATM (Automated teller machine – otomatik vezne makinesi) | 20 |
| 1.4.6.2.2 Telefon bankacılığı | 23 |
| 1.4.6.2.3 İnternet bankacılığı | 23 |
| 1.4.6.2.4 Mobil bankacılık | 23 |
| İKİNCİ BÖLÜM | 25 |
| 2. İNTERNET VE İNTERNET BANKACILIĞI | 25 |
| 2.1 İnternet | 25 |
| 2.1.1 İnternet Kavramı ve İnternet Teknolojisi | 25 |
| 2.1.2 Dünya’da ve Türkiye’de İnternet Kullanımı | 26 |
| 2.1.3 Dünya’da ve Türkiye’de E-Ticaret | 31 |
| 2.2 İnternet Bankacılığı | 35 |
| 2.2.1 İnternet Bankacılığı Kavramı | 35 |
| 2.2.2 İnternet Bankacılığının Gelişimi | 37 |
| 2.2.3 İnternet Bankacılığı ile Yapılabilecek İşlemler | 41 |

| | | |
|---------|--|-----------|
| 2.2.4 | İnternet Bankacılığının Banka ve Müşteriler Açısından Avantajları | 42 |
| 2.2.4.1 | İnternet bankacılığının banka açısından avantajları..... | 42 |
| 2.2.4.2 | İnternet bankacılığının müşteriler açısından avantajları | 45 |
| 2.2.5 | İnternet Bankacılığının Dezavantajları | 46 |
| 2.2.5.1 | Bankalar açısından dezavantajlar..... | 46 |
| 2.2.5.2 | Müşteriler açısından dezavantajları | 46 |
| 2.2.6 | İnternet Bankacılığını Kullanma Açısından Müşterilerin Tercihlerini Etkileyen Unsurlar | 48 |
| 2.2.6.1 | 7 Gün 24 saat erişilebilirlik ve kolay işlem yapabilme..... | 48 |
| 2.2.6.2 | Ürün profili | 49 |
| 2.2.6.3 | Teknolojik gelişmeler | 49 |
| 2.2.6.4 | Değişen yaşam koşulları | 50 |
| 2.2.6.5 | Ekonomik nedenler | 50 |
| 2.2.6.6 | Bankanın internet sitesi tasarımı | 51 |
| 2.2.6.7 | Güvenlik..... | 51 |
| 2.2.6.8 | İlişkilerin değişmesi | 52 |
| 2.2.6.9 | Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi..... | 52 |
| 2.2.7 | İnternet Bankacılığında Güvenlik..... | 53 |
| 2.2.8 | Kişisel Verilerin Ele Geçirilmesi..... | 53 |
| 2.2.8.1 | Olta (phishing) yöntemi | 54 |
| 2.2.8.2 | Klavye hareketleri (Key Logger) yöntemi | 55 |
| 2.2.8.3 | Ekran kayıtları (Screen Logger) yöntemi | 55 |
| 2.2.8.4 | Man in the Middle (Ortadaki Adam) yöntemi | 56 |
| 2.2.9 | İnternet Bankacılığında Bankaların Alabileceği Önlemler..... | 57 |
| 2.2.9.1 | Kimlik belirlemede ek önlemler | 57 |
| 2.2.9.2 | Güvenlik duvarları (Network Firewall) oluşturmak | 58 |
| 2.2.10 | İnternet Bankacılığı Kullanıcılarının Alabileceği Önlemler..... | 58 |
| | ÜÇÜNCÜ BÖLÜM | 61 |
| | 3. KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA..... | 61 |
| 3.1 | Araştırmanın Amacı | 61 |
| 3.2 | Araştırmanın Yöntemi | 62 |
| 3.3 | Araştırma Modeli..... | 64 |
| 3.4 | Araştırmanın Hipotezleri | 65 |
| 3.5 | Araştırmanın Evreni ve Örnekleme | 66 |
| 3.6 | Veri Toplama İşlemi..... | 68 |
| 3.7 | Veri Analizi | 68 |
| 3.8 | Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular | 69 |
| 3.8.1 | Betimsel Analiz | 69 |
| 3.8.1.1 | Kamu çalışanları ile ilgili betimsel analiz..... | 69 |
| 3.8.2 | Faktör Analizi | 74 |
| 3.8.2.1 | Faktör analizi bulguları | 78 |
| 3.8.3 | Kamu Çalışanlarının İnternet Bankacılığı Tercihine Yönelik Tutumlarının Ortalama ve Standart Sapmaları | 81 |
| 3.8.3.1 | İnternet bankacılığı kullanma nedenlerinin kamu çalışanları tarafından algılanma düzeyleri | 84 |
| 3.8.4 | Korelasyon Analizi | 86 |

| | | |
|-----------------------------------|---|-----|
| 3.8.4.1 | İnternet bankacılığının kullanımını etkileyen bağımlı değişkenler arasındaki ilişki..... | 87 |
| 3.8.4.2 | Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığını kullanımını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler..... | 88 |
| 3.8.5 | T-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Tukey, Tamhane's T2 (Post Hoc) Testi..... | 91 |
| 3.8.5.1 | Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı tercih etmeleri arasındaki ilişki..... | 93 |
| 3.8.5.2 | Kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanım alışkanlıkları ile internet bankacılığı tercih etmeleri arasındaki ilişki..... | 108 |
| 3.8.6 | Kümeleme Analizi..... | 122 |
| DÖRDÜNCÜ BÖLÜM | | 125 |
| 4. SONUÇ VE ÖNERİLER | | 125 |
| 4.1 | Sonuç..... | 125 |
| 4.2 | Öneriler..... | 137 |
| KAYNAKÇA | | 140 |
| EKLER | | 149 |
| Ek-A: Anket Formu..... | | 150 |
| ÖZGEÇMİŞ | | 152 |

TABLO LİSTESİ

| | | |
|-------------------|--|----|
| Tablo 1.1 | : Tarihsel süreçte banka sayıları | 14 |
| Tablo 1.2 | : Türkiye’de 2009-2014 yılları arası ATM sayısı | 21 |
| Tablo 1.3 | : Türkiye’de mobil bankacılık müşteri sayıları..... | 25 |
| Tablo 2.1 | : Dünya internet kullanımı ve nüfusu istatistikleri | 27 |
| Tablo 2.2 | : Türkiye’de internet kullanan bireylerin interneti kişisel kullanma amaçları 2014 | 31 |
| Tablo 2.3 | : Türkiye’de elektronik ve mobil imza sayıları..... | 35 |
| Tablo 2.4 | : Türkiye’de yıllara göre internet bankacılığı kullanan toplam aktif müşteri sayısı ve toplam işlem hacmi | 41 |
| Tablo 2.5 | : Türkiye’de internet bankacılığı kullanan müşteri sayısı (dönemsel)..... | 42 |
| Tablo 3.1 | : Araştırmanın hipotezleri | 67 |
| Tablo 3.2 | : Örneklem büyüklüğünü seçme tablosu..... | 68 |
| Tablo 3.3 | : Kamu personelinin yıllara göre dağılımı | 69 |
| Tablo 3.4 | : Bolu ili itibariyle kamu personelinin yıllara göre sayısal dağılımı | 69 |
| Tablo 3.5 | : Verilerin analiz aşamaları..... | 71 |
| Tablo 3.6 | : Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri 1..... | 71 |
| Tablo 3.7 | : Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri 2..... | 72 |
| Tablo 3.8 | : İnternet bankacılığının genel görüşü ile ilgili bilgiler | 73 |
| Tablo 3.9 | : İnternet bankacılığının kullanılma sebepleri | 75 |
| Tablo 3.10 | : İnternet bankacılığının tercih nedenleri..... | 76 |
| Tablo 3.11 | : Faktör analizi dışında tutulan yargılar | 78 |
| Tablo 3.12 | : Kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin sorular..... | 79 |
| Tablo 3.13 | : İnternet bankacılığı kullanırken kamu çalışanlarının yargılara verilen önem düzeyine ilişkin bulgular | 83 |
| Tablo 3.14 | : Ankete katılan müşterilerin internet bankacılığı kullanımına yönelik tutumlarının ortalama ve standart sapmaları | 86 |
| Tablo 3.15 | : İnternet bankacılığı kullanma nedenlerinin kamu çalışanları tarafından algılanma düzeyleri | 87 |
| Tablo 3.16 | : İnternet bankacılığı kullanımında önemli derecede etkili bulunan yargılar | 88 |
| Tablo 3.17 | : İnternet bankacılığı kullanımında önemli derecede etkili bulunmayan yargılar..... | 88 |
| Tablo 3.18 | : Kamu çalışanlarının internet bankacılığı ile ilgili düşüncelerinin boyutları arasındaki ilişki | 89 |

| | | |
|-------------------|--|-----|
| Tablo 3.19 | : Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler | 91 |
| Tablo 3.20 | : Demografik ve sosyo-ekonomik özellikler ile internet bankacılığı kullanımını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler | 92 |
| Tablo 3.21 | : Demografik ve sosyo-ekonomik özellikler ile internet bankacılığını etkileyen faktörler arasındaki ilişkilerin özeti | 94 |
| Tablo 3.22 | : Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde cinsiyetleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 96 |
| Tablo 3.23 | : Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde medeni durumları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 97 |
| Tablo 3.24 | : Kamu çalışanlarının eşlerinin çalışıp çalışmaması ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 98 |
| Tablo 3.25 | : Yaşa göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları | 99 |
| Tablo 3.26 | : Kamu çalışanlarının yaşları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 99 |
| Tablo 3.27 | : Eğitim düzeylerine göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları | 101 |
| Tablo 3.28 | : Kamu çalışanlarının eğitim düzeyleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 102 |
| Tablo 3.29 | : Katılımcıların ortalama aylık gelirlerine göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları | 104 |
| Tablo 3.30 | : Kamu çalışanlarının ortalama aylık gelir düzeyleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 105 |
| Tablo 3.31 | : Katılımcıların çalışma alanlarına göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları | 107 |
| Tablo 3.32 | : Katılımcıların çalışma alanları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 108 |
| Tablo 3.33 | : Kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanmaktan memnuniyet durumları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 111 |
| Tablo 3.34 | : Katılımcıların internet bankacılığına giriş sıklıklarına göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları | 113 |
| Tablo 3.35 | : Katılımcıların internet bankacılığına giriş sıklıkları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki | 114 |
| Tablo 3.36 | : İnternet bankacılığı kullanma yılı ile araştırma boyutları arasındaki ilişkinin homojenlik sonuçları | 116 |
| Tablo 3.37 | : İnternet bankacılığını kullanma yılı ile araştırma boyutlarının arasındaki ilişki | 116 |
| Tablo 3.38 | : İnternet bankacılığında kullanılan banka sayısı ile araştırma boyutları arasındaki ilişkinin varyans homojenliği | 118 |
| Tablo 3.39 | : İnternet bankacılığında kullanılan banka sayısı ile araştırma boyutları arasındaki ilişki | 116 |
| Tablo 3.40 | : İnternet bankacılığını kullanma riski ile araştırma boyutları arasındaki ilişkinin varyans homojenliği | 120 |
| Tablo 3.41 | : İnternet bankacılığını kullanma riski ile araştırma boyutları arasındaki ilişki | 120 |
| Tablo 3.42 | : Erişim noktaları ile araştırma boyutları arasındaki ilişki | 121 |

| | |
|--|-----|
| Tablo 3.43 : İnternet bankacılığını tercih sebepleri ile araştırma boyutlarının varyans homojenliği | 120 |
| Tablo 3.44 : Tercih faktörleri ile araştırma boyutları arasındaki ilişki | 121 |
| Tablo 3.45 : Genel değerlendirme tablosuna göre hipotezlerin kabul durumu | 122 |
| Tablo 3.46 : İnternet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerin önem düzeylerine göre değerlendirilmesi | 123 |



ŞEKİL LİSTESİ

| | | |
|------------------|--|----|
| Şekil 2.1 | : Dünya İnternet Kullanıcılarının Bölgeler Arası Dağılımı | 27 |
| Şekil 2.2 | : Coğrafi Bölgelere Göre İnternet kullanıcılarının Nüfusa Oranları | 29 |
| Şekil 2.3 | : İnternet Kullanıcı Sayıları İtibariyle Avrupa'da İlk On Ülke | 29 |
| Şekil 2.4 | : Dikkat Edilmesi Gereken Web Adresi Örneği..... | 54 |
| Şekil 2.5 | : Sahte Web Sitesi ve Gerçek Web Sitesi Dizayn Farklılıkları | 59 |
| Şekil 3.1 | : Araştırma Yargılarının Ölçeği | 63 |
| Şekil 3.2 | : Araştırma Modeli | 64 |



KISALTMALAR

| | |
|----------------|---|
| AST | : Application Security Technology, Uygulama Güvenlik Teknolojisi |
| ATM | : Automated Teller Machine, Otomatik Vezne Makinesi; Bankamatik |
| BDDK | : Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu |
| EDI | : Electronic Data Interchange, Elektronik Veri Aktarım Sistemi |
| EFT | : Elektronik Fon Transferi |
| GSM | : Global System For Mobile, İletişim İçin Dünya Çapında Sistem |
| http | : Hypertext Transfer Protocol, Hiper Metin Aktarım Protokolü |
| KGS | : Kartlı Geçiş Sistemi |
| MÖ | : Milattan Önce |
| ODTÜ | : Orta Doğu Teknik Üniversitesi |
| OGS | : Otomatik Geçiş Sistemi |
| PC | : Personel Computer, Bilgisayar |
| POS | : Point Of Sale, Satış Noktası Terminali |
| REPO | : Repurchase Agreements, Geri Alım Vaadiyle Satım |
| SIM | : Subscriber Identity Module, Abone Kimlik Modülü; Aboneye Ait Bilgilerin Bulunduğu Modül |
| SMS | : Short Message Service, Kısa Mesaj Hizmeti |
| SPSS | : Statistical Packages For The Social Sciences, Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi |
| SSK | : Sosyal Sigortalar Kurumu |
| SSL | : Secure Socket Layer, Soket Güvenlik Düzeyi |
| SWIFT | : Society For Worldwide Interbank Finacial Telecommunication, Dünya Bankalar Arası Finansal Telekomünikasyon Kuruluşu |
| TBB | : Türkiye Bankalar Birliği |
| TC | : Türkiye Cumhuriyeti |
| TCMB | : Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası |
| TCP/IP | : İletim Denetim Protokolü/ İnternet Protokolü |
| TKŞ | : Tek Kullanımlık Şifre |
| TL | : Türk Lirası |
| TMSF | : Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu |
| TÜBİTAK | : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu |
| v.b | : ve benzeri |
| v.d | : ve diğerleri |
| WAP | : Wireless Application Protocol, Kablosuz Uygulama Protokolü |
| www | : World Wide Web, Dünyayı Saran Ağ |

ÖZET

KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ARSLAN, Tuğba Reyhan

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ferudun KAYA

Nisan, 2015, 152 sayfa

İnternet bankacılığı, bankacılık sektörünün günümüzde hızla gelişen önemli bir faaliyetidir. Bu araştırma ile kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerine etki eden faktörlerin araştırılması amaçlanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde dünyada bankacılığın geçmişten günümüze tarihsel gelişimi, Türkiye’de bankacılığın günümüze nasıl geldiği incelenmiştir. Bankaların sunduğu hizmetler ve elektronik bankacılık hakkında bilgi verilmiştir. İkinci bölümünde internetin ve internet bankacılığının tarihsel gelişimi, internet bankacılığının işlevleri, olumlu ve olumsuz yönleri ele alınmıştır. Ayrıca internet bankacılığında güvenlik konusuyla ilgili bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırma bulgularına yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan veriler Bolu ilinden anket yöntemi ile elde edilmiştir. İstatistiksel bulguların sayısal yöntemle özetlenmesi için betimleyici analiz, hazırlanan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini ölçmek için faktör analizi, ölçülen değişkenlerin orta değerden farkını ölçebilmek için t-testi, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkilerin derecesini ölçebilmek için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Daha sonra internet bankacılığı kullanım tercihlerini etkileyen faktörlerin demografik ve sosyo-ekonomik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için varyans analizleri yapılmıştır. Varyans analizleri sonucunda farklılık bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki değişkenden

kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc testinden ve internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerin önem düzeyine göre değerlendirilmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır.

Bulgular ışığında değerlendirme yaparken kamu çalışanlarının internet bankacılığından yararlanma düzeylerinde 6 faktörün etkisi gözlenmiştir. Bu doğrultuda uygulayıcılara ve araştırmacılara çeşitli önerilerde bulunmaktadır. Müşteri memnuniyeti oluşturmak için internet bankacılığı kullanıcılarının demografik ve sosyo-ekonomik bilgilerine dayalı, müşteri odaklı pazarlama anlayışı ile beklentinin üzerinde hizmet sunulmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık, Elektronik Bankacılık, İnternet, İnternet Bankacılığı

ABSTRACT

A STUDY ON THE FACTORS WHICH AFFECTING THE LEVEL OF BENEFIT FROM INTERNET BANKING OF THE PUBLIC EMPLOYEES

ARSLAN, Tuğba Reyhan

Master, Department of Management

Thesis Supervisor: Doç. Dr. Ferudun KAYA

April 2015, 152 pages

Internet banking is an important activity of the banking sector is rapidly developing today. This research aimed to investigate the factors affecting the benefit level of public employees from internet banking.

Research in the first section, the historical development of banking in the world and in Turkey were examined. Services offered by banks and was given information about the electronic banking. Research in the second section, the historical development of the internet and internet banking, positive-negative aspects of internet banking and internet banking functions were examined. Also it gives information about the security of internet banking. There are the research findings in the third. Research data were obtained by survey method in Bolu. Descriptive analysis to show the statistical datum in numerical tables, to prove the reliability factor analysis tables, t-test to find out the variant in average merit, and the Pearson correlation analysis to measure the degrees of relations between dependent and independent variants have been used. Afterwards, Anova and Posthoc were used in order to test hypotheses. According to the level of importance of factors affecting the use of internet banking has benefited from the cluster analysis to determine.

In the light of these findings, it has been observed the level of benefit from internet banking of the public employees effected by six factors when making their preference. Some suggestions are made to those who apply and search. Internet

banking users to build customer satisfaction based on the demographic and socioeconomic information, customer-oriented services should be offered on the expectations of the marketing concept.

Key Words: Banking, Electronic Banking, Internet, Internet Banking



GİRİŞ

Sümer ve Babil medeniyetlerinden başlayarak 21. yüzyıla gelen ve dünyanın en köklü sektörleri arasında başı çeken bankacılık sektörü günümüz çağdaş bankacılığına kadar, uzun ve zorlu bir yol izlemiştir. Her zaman önceliği insan olup ve kazancını bu yoldan sağlayan bir sektör durumunda olan bankacılık sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye’de de, kuruluşundan günümüze kadar teknolojik gelişmelerle birlikte ciddi gelişimler göstermiştir.

Teknolojik değişimler her sektörü farklı düzeylerde etkilemektedir. Bu değişimlerden en çok etkilenen sektörlerden birisi de bankacılık sektörüdür. Teknolojinin gerekli kıldığı değişim hali hazırdaki durumu değiştirmemekte, beraberinde daha fazla kavramın değişmesine zemin hazırlamaktadır. Uygulanan gelişme politikalarında, zamanın öneminin artmasıyla pazarın büyümesi buna paralel olarak da rekabet ortamı artmıştır. Rekabetin artması gelişime ve değişime hız kazandırmıştır. Yaşanan gelişmeler bankaların yapılarında ve hizmet biçimlerinde revizyonu zorunlu kılmıştır. Yenileme faaliyetleri klasik bankacılık faaliyetlerinin birçoğunun ortadan kalkmasına ya da öneminin azalmasına sebebiyet vermiştir. Bu durum geleneksel bankacılık yöntemlerinin yerine modern bankacılık yöntemlerinin önem kazanmasına, bankalarında modern bankacılık faaliyetlerine katılmasını zorunlu kılmıştır. Modern bankacılığın kanallarının müşteriye sağladığı; maliyet, hız ve mobil bankacılık gibi bileşenler müşteriye internet bankacılığına teşvik etmiştir.

Teknolojinin gelişimine ayak uyduran Türk bankaları da müşterilerine sunduğu hizmet kalitesini arttırmaktadır. Globalleşen dünya ile sınırların kalkması teknolojik gelişmelerin yayılmasına olanak sağlamaktadır. Bu gelişmelerden yararlanan Türk bankacılık sektörü gelişimini hızla sürdürmektedir. Bankalar internet bankacılığı sektöründe yerlerini almaktadır. Süreç içinde müşteriye sunulan hizmet kalitesinin artırılması ve çeşitlendirilmesi internet bankacılığının gelişimine katkı sağlamaktadır. Gelişen dünya koşulları ile birlikte, eski klasik bankacılığın para çekme yatırma gibi işlemleri, yerini müşteri sayısı daha fazla olan ATM, kredi kartı, ofis ve WAP

bankacılığına bırakmıştır. Múřterilerin gelişen teknolojiyi yakından takip etmesiyle, eski yöntem bankacılık, yerini zamandan ve maliyetten tasarruf sağlayan internet bankacılığına bırakmaya başlamıştır.

İnternet bankacılığı, bankacılık sektörünü büyüten ve bankacılık sektöründe yaşanan farklılaşmanın bir sonucu olarak karşımıza çıkan önemli bir uygulamadır. Dolayısıyla konuya ilişkin araştırmalar, internet bankacılığı kullanım düzeyleri ve bunları etkileyen faktörlerin tespiti hem bankacılık sektörü hem de kullanıcılar için önem taşımaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde dünyada bankacılığın geçmişten günümüze tarihsel gelişimi, Türkiye’de bankacılığın nasıl gelişerek günümüze geldiği incelenmiştir. Bankaların sunduğu hizmetler ve elektronik bankacılık tanımlanarak işlevleri temel yapı taşları ve günlük yaşantıda insanlara sunduğu imkânlar hakkında bilgi verilmiştir. İkinci bölümünde internetin ve internet bankacılığının tarihsel gelişimi, internet bankacılığının işlevleri, olumlu ve olumsuz yönleri ele alınmıştır. Ayrıca internet bankacılığında güvenlik konusuyla ilgili bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümünde araştırmanın modeli ve geliştirilen hipotezler ve bu hipotezler doğrultusunda araştırma verilerinin analizi ve araştırmanın sonucu yer almaktadır.

Çalışmanın internet bankacılığı kullanımına katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyoekonomik değişkenleri ile internet bankacılığından yararlanma düzeyleri arasındaki ilişki araştırmanın örnekleme çerçevesinde irdelenerek elde edilen veriler ışığında internet bankacılığı kullanımı hakkında daha fazla rasyonel bilgi ve sonuç ile mevcut yazına katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BANKACILIK VE BANKACILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1 Bankacılığın Tanımı ve İşlevleri

20. yüzyılda sanayi devriminin etkisiyle ticaret ve sanayileşmenin getirdiği ekonomik, parasal ilişkilere bağlı olarak hızlı bir gelişim gösteren bankacılık hizmetleri, küresel bütünleşmenin etkisiyle uluslararası nitelik kazanarak, bütün dünya geneline yayılmıştır (Okay, 2014: 24). 21. yüzyıl dünyasında birçok noktada bankalar insan hayatının bir parçası olmuş durumdadır ve yürüttükleri ekonomik faaliyetlerin yanı sıra toplumun sosyal hayatına da etki etmektedirler. Kültür yayımları, sergiler, spor organizasyonları, sponsorluk gibi sosyal katkılar bankaların topluma sunmuş olduğu hizmetler arasındadır (Taykurt, 2006: 4-5). Günümüzde insanoğlu bankalarla artık öylesine bir ilişki içindedir ki, banka üzerine ve bankanın işlevlerinin yanında genel bir tanım yapmak zorlaşmaktadır. Beraberinde günümüzde en mükemmel şeklini almaya başlamış olan banka kavramı birçok yazar tarafından değişik şekillerde tanımlanmıştır. Yalın bir tanımla banka: *“mevduat kabul eden ve bu mevduatı en verimli şekilde çeşitli kredi işlemlerinde kullanan veya faaliyetlerinin esas konusu düzenli bir şekilde kredi almak veya kredi vermek olan ekonomik kuruluşlardır”* şeklinde tanımlanabilir (Doğan, 2014: 3).

Bankalar toplumdaki fon ihtiyacı olan yani kredi arayanlar ile ödünç vermeye hazır fon fazlası olan ekonomik birimleri güven unsuruyla bir araya getirir. Fonları toplayarak işletmelerin, bireylerin ve devletin kredi ihtiyaçlarına cevap veren bankalar, bunu kendilerine yatırılan fonların vadelerinden daha uzun vadede sağlayabilirler. Krediye ihtiyacı olan ekonomik birimlerin, gerek firmaların gerekse bireylerin bu gereksinimlerine aracı olarak para piyasasının akışkanlığını sağlayan bankalar, halka tasarruflarını saklama imkânı sunarlar. Çeşitli ödeme ve kredilendirme yöntemleri, finansal kiralama, factoring, forfaiting gibi finansman

teknikleri, akreditif, teminat mektupları, belgeler karşılığında ödeme yöntemleri sunmak, ulusal ve uluslararası ticaretin gelişimine katkı sağlamak ve para politikasının etkinliğini artırmak gibi tüm bu işlevler ekonomik açıdan bankaların önemini göstermektedir (Aydın, 2006: 15-16).

Günümüzde değişen gerek ekonomik ve toplumsal yapı gerek hukuki düzenlemeler ve bunun yanında devasa boyutlara ulaşan teknolojik gelişmeler bankacılık sektörünü de etkilemiştir. Farklı konulara göre bankalar sınıflandırılabilirle beraber Türkiye'deki ticari bankalar (kamu ve özel mevduat bankaları), katılım bankaları, kalkınma ve yatırım bankaları ve yabancı ülkelerde bu amaçla kurulan bankaların Türkiye'deki faaliyetleri Türk bankacılık sistemini oluşturmaktadır (Doğan, 2014: 5). Ticari bankacılıkta banka yönetimleri mevduat kabul eder ve topladıkları mevduatı kredi olarak kullanarak finansman ihtiyacını karşılar. Ticaret bankaları kısa vadeli işlemlerle mevduat toplayıp, ticaret ve üretimi finanse etmenin yanı sıra kaydi para yaratmak gibi bir öneme sahiptir. Yatırım bankaları ise ticari bankalara göre mevduat toplama yetkisi olmayan ticari faaliyetleri sınırlı olarak yerine getirebilen bankalardır. Kamu idaresi ve özel şirketler uzun vadeli finansman ihtiyacını hisse senedi ve tahvil ihraç etmek suretiyle karşılarlar. Kalkınma bankaları, gelişmekte olan ülkelere özgü kuruluşlar olup hükümet tarafından yapılan kalkınma planı çerçevesinde kalkınmada öncelikli yöre ve sektörlerle finansman sağlamak görevini üstlenirken katılım bankaları ise faiz yerine kar ve zarara katılma prensibine dayalı fon oluşturup nakit yerine ticaret ve ortaklık esasına göre fon kullandıran bankacılık türüdür. Bu bankaların yanında bir de Merkez bankaları vardır ki ülkesinde bankacılık sisteminin ve para arzı dolayısıyla parasal yapının düzenleyicisidir. Fiyat istikrarını sağlamak, ülkedeki kredi hacmini ve dağılımı ayarlamak, ülkenin altın ve döviz rezervlerini yönetmek gibi başlıca görevlere sahiptir. Bunun yanında dış ödemeleri düzenler, merkez bankaları devletin veznedarlığını ya da mali ajanlığını yerine getirir (Doğan, 2014: 80-85).

Teknolojik imkânlar, insanların gelir düzeyleri ve bilişim açısından yetersiz kalınan yıllarda, bankacılıkta bunlara paralel olarak sınırlı ilerleyiş içinde bulunmuştur. Bankaların hizmet verdiği kişi sayısı, nakit para kullanımı, gelir düzeylerinin düşüklüğü, insanların bankalara olan psikolojik uzaklığından kaynaklı kısıtlı sayıda kalmıştır. Mali işler için sadece metal paranın kullanıldığı yıllar ile 21. yüzyıl teknoloji çağının bankacılık faaliyetleri arasında ise uçurum denecek farklar

göze çarpmaktadır. Özellikle değişen ekonomik yapı ve teknolojik gelişmeler, bankacılığa eski günlerine göre çok daha karmaşık ve hızlı bir değişim süreci yaşatmaktadır. İnternet kullanımının yaygınlaşması, cep telefonlarına kadar inmesi ve internet kullanımının daha güvenilir bir hale gelmesiyle birlikte, bankalar müşteri çekmek için kampanyalar düzenlemekte ve birbirleriyle yarışmaktadır. Günümüzde gelinen teknolojik gelişmeler kıtalar arası ticareti, para akışını dakikalara hatta saniyelere indirmekte ve bu da ticari ilişkileri çok daha basit hale getirmektedir. Tüm bu gelişmeler de bankalar için rekabet ortamı doğurmakta bunun sonucu olarak ta birbiriyle benzer yapılanmalar, çalışma biçimleri ve ekonomilerini geliştirmek için etkileşim içinde olmalarını gerektirmektedir (Uzkesici: 1994).

1.2 Bankacılığın Tarihçesi

Banka sözcüğünün kökenine bakıldığında, İtalyanca'da masa, sıra veya tezgah anlamına gelen "banco" kelimesinden geldiği görülmektedir. İlk bankerlerden olan Lombardiya'lı Yahudiler bankacılık işlemlerini bancolar üzerinde yapmıştır. Bu bankerlerden bazıları taahhüt ettiği işleri ve işlemleri yerine getiremeyerek iflas ettiği zaman, halk söz konusu bankerlerin bancosunu kırardı. İflas eden kişiler için kullanılan "bankrupt" kelimesi de banco'dan gelmektedir (Pınar ve Erdal, 2008: 172). Eskiçağ'da para, ödeme aracı olarak ticari hayatı geliştirmiş, ticari akışı hızlandırmıştır. İnsanların mal ve hizmet alışverişinde mübadelesini kolaylaştıran paranın belli ticaret merkezlerinde ticareti yapılmıştır. Eskiçağ'da paranın ticaretini yapan bu kişiler bankerler olarak bilinmektedir (Güçlüay, 2001: 297).

Dünyadaki ilk bankacılık hizmetlerinin eski Sümer ve Babil Medeniyetlerine kadar uzandığı düşünülmektedir. M.Ö 3500 yılında Sümerlerde kurulan "maket" olarak bilinen banka ilk bankadır. Öçal ve Çolak (1988,12) tarafından ise ilk banka "mabed" olarak ifade edilmektedir. Bu ilkel bankacılık sisteminde tapınakların banka, ilk bankacıların da rahipler olduğunu araştırmalar ortaya çıkarmaktadır. Maketin rahiplerinin ilk zamanlar, harman zamanı ve aynen ödenmek üzere çiftçilere ham madde, tohum ve teçhizat verip daha sonra ise parasal kredi açtıkları bilinmektedir. Maketlerin başlıca uğraş alanlarının mevduat kabulü ve ödünç verme olduğu görülmektedir. Maketlerde yapılan bu mübadele işlemlerinin de sistemli bir şekilde yürüdüğü anlaşılırken, yapılan kazılar sonucunda, bir hesaptan diğer hesaba

transferlerin, tediye ve teslim emirlerinin, mal belgeleri talimatlarının varlığı da meydana çıkmıştır (Parasız, 2000: 5-6).

Babil kralı Hammurabi'nin adıyla anılan ve eski kanunlardan olan ünlü Hammurabi Kanunlarında ilk banka olarak bilinen maketlerin işleyişi hakkında bilgiler vardır. İnsanlar güvenerek maketlere para ve değerli eşyaları ödünç vermiştir. Maketlerin ödünç işlerini nasıl yöneteceği, borcun ödeme zamanı geldiğinde nasıl tahsil olacağı, borçlunun hangi mallarını ne yolla borcunun tasfiyesinde kullanacağı Hammurabi Kanunlarında yazılmıştır. İnsanların en güvendikleri yer olan tapınaklara getirdikleri para ve değerli eşyalarını rahiplerin işletmesi için güvenilir gördükleri kişilere ödünç vermesi ve bu ödünç işlemleri sırasında (faizi) ile getirilmesine de izin verilmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere günümüz bankacılığının temelleri bu şekilde atılmıştır. Ayrıca Sümerler uzak ülkelerle mal değişimi yaparken banknot, çek ya da itibar mektubuna benzeyen belgeler kullanmışlardır. İlk başlarda bankacılık maketlerde yapılırken, daha sonra zengin tüccarların da bankacılık hizmetlerine giriştikleri görülmüştür. Eski Mısır, Eski Yunan ve Roma'da bankacılık işlemleriyle uğraşan kurumların varlığı mevcutken, Eski Mısır'da tefecilik ve bileşik faizi yasaklayan yasaların olduğu bilinmektedir. Eski Yunan'da faize ilişkin bir sınırlama getirilmemiştir (Parasız, 1997: 91-92).

1453 yılında bir çağı kapatıp yeni bir çağı başlatan İstanbul'un fethi İtalya'ya bir göç hareketine neden olmuştur. Avrupa da Rönesans hareketinin etkileri ile sanattan, düşünceye, ticaretten, dinsel alana birçok yenilik ortaya çıkarken kilise yasaları yerini Roma Hukuku'na bırakmıştır. Roma Hukuku'nun geçerlilik kazanmasıyla birlikte, insanların faize bakış açısı değişmiş faiz meşrulaşmış ve artık bankacılığın önü açılmıştır. Yasak olan faizin yasallaşması, ticaretin gelişimine katkı vermekle birlikte bankerlerin artmasına yol açmış ve birçok alanda değişim ve gelişimi getirmiştir. Ayrıca Rönesans Avrupa finans piyasasını ve mali kuruluşlarını etkileyerek yapısal olarak değiştirmiştir (Öçal ve Çolak, 1988: 13).

Bu dönemde İspanyollar'ın Güney Amerika'dan getirdikleri altınlar ile çeşitli ve farklı sikkeler bastırılmış, bunların ayar farklılıklarından kaynaklı olarak paraların birbirilerine göre durumlarını değerlendirmek oldukça güç bir duruma sebebiyet vermiştir. Dönemin ticaret merkezleri durumunda olan Hamburg ve Amsterdam kentlerinde bu durumun çözümü için arayış içindedirler. Nitekim 1609 yılında Amsterdam Bankası'nın kurulması zorunlu hale gelmiştir (Parasız, 1997: 92).

Modern anlamda bankacılık etkinliğini yansıtan ilk banka olan Amsterdam bankasından sonra 1637 de Venedik Bankası kurulmuştur (Yardımcıoğlu ve Büyükşalvarcı, 2007: 143). Yine aynı dönemde İngiltere ile Fransa arasındaki savaştan dolayı devlet odaklı bir bankaya ihtiyaç duyulmuş para akışının sağlanması gerekliliği ile ilk merkez bankası olan İngiltere Bankası kurulmuştur (Parasız, 1997: 92). 1694 yılında kurulan İngiltere Bankası ve 1907 yılında Amerika’da kurulan Federal Rezerve Bank ile modern bankacılığın temelleri atılmıştır (Yardımcıoğlu ve Büyükşalvarcı, 2007: 143).

1.3 Türk Bankacılık Sektörünün Gelişimi

Türkiye’de bankacılığın tarihsel gelişimi yedi dönemde incelenmektedir. Bahsedilen bu dönemler; Osmanlı İmparatorluğu Dönemi (1847 – 1923), Ulusal Bankalar Dönemi (1923 – 1933), Kamu Bankaları Dönemi (1933 – 1945), Özel Bankalar Dönemi (1945 – 1960), Planlı Dönem (1960 – 1980), Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980 – 2002), Yeniden Yapılandırma Dönemi (2002 – 2014) (Keskin v.d., 2008: 1). Türkiye’nin bankacılık sektöründeki dönemsel gelişimi incelemek gerekirse;

Osmanlı Dönemi (1847-1923): Osmanlı İmparatorluğunda ilk banka İstanbul Bankası (Banque de Constantinople) adıyla Galata tüccarları tarafından 1847 yılında İstanbul’da kurulmuştur. Uzun süre yaşamını sürdürememekle birlikte, faaliyet gösterdiği yıllarda kaimelerin dış değerlerini koruması için önemli katkıları bulunmaktadır. Kaimeler, Osmanlı devletinin 1840 yılında bütçe açıklarını kapatmak için çıkardığı ilk kağıt parasıdır. 1852 yılında kapılarını kapatan banka, Osmanlı İmparatorluğu’nun ilk bankası olarak kayıtlara düşmektedir (Keskin v.d., 2008: 1).

Osmanlı bankacılığı açısından faiz oranlarını sınırlayıp tefeciliğin önüne geçmek amacıyla 1852’de çıkarılan Murabaha Nizamnamesi Osmanlı bankacılık düzeni adına ilk önemli hukuki metindir. Türk Ticaret Kanunu’nun 1957 yılında yürürlüğe girmesiyle birçok kez değişime uğrayan nizamname ortadan kalkmıştır. Değişerek 1957 yılına kadar varlığını devam ettiren bu hukuki metin, Osmanlı bankacılığında önemli yer edinmiştir. Kısa bir süre hayatını sürdüren İstanbul Bankası’nın varlığına rağmen Osmanlı’da ilk bankacılık olarak sayılan banka; 1856 yılında İngiliz sermayesi ile kurulup 1863 yılında Fransız sermayesi, 1875 yılında da Avusturya sermayesinin ortak alındığı Osmanlı Bankası olarak ele alınmaktadır

(Keskin v.d., 2008: 1). 1863 yılında padişah tarafından verilen imtiyazla banka, bedelini altın ile ödemek kaydıyla kâğıt para çıkartma hakkını elde etmiş, buna ek olarak dış borç alınmasında yabancı sermaye ile Osmanlı hükümeti arasında da aracılık rolü üstlenmiştir. Üretilen kâğıt banknotların halk tarafından kabullenilmemesi ve kullanılmaması üzerine banka ekonominin değişim ve gelişiminde kredi hacminin düzenlenmesinde etkili olamamıştır. 1863 yılında yapılan anlaşma ile Osmanlı Bankası hükümete teminat karşılığında kısa süreli avans vermeye yükümlü tutulurken karşılık olarak; hükümet gelirlerini bu bankaya yatırıp, iç ve dış borçlanma tahvillerini bu banka üzerinden gerçekleştirip, her yıl bütçenin örneğini bankaya vermek ile yükümlü duruma getirilmiştir. Osmanlı bankası olağanüstü durumlar dışında bütçede olan harcamalar dışındaki harcamalara izin vermeme gibi hakları kazanmıştır. Ayrıca hükümet tarafından bankaya sağlanan imtiyaz ile banka devletin bütçesini denetleme hakkına sahiptir (Akgüç, 1989: 115). Osmanlı Bankasının yanı sıra İmparatorluğun yıkılmasına kadar kurulan diğer yabancı sermayeli bankalar da Osmanlı devleti için iç ve dış borçlarda teminat olarak gösterilmekteydi. Tüm bu bilgiler ışığında Osmanlı dönemindeki bu bankacılık “borçlanma bankacılığı” şeklinde nitelendirilmiştir.

Türkler genellikle askerlik ve yöneticilik gibi işlerle meşgul olup yanı sıra sarraflık, bankacılık, ticaret gibi işleri Türk ve müslüman olmayan halka bırakmaları ve Osmanlı ekonomisinin Batı Avrupa’da ortaya çıkan sanayi devrimine ayak uyduramaması Osmanlı döneminde bankacılığın gelişmemesinin sebeplerindendir (Parasız, 1997: 92-93).

Ulusal Bankalar Dönemi (1923-1933): Cumhuriyetin ilanı ve Türkiye’nin kurulmasıyla birlikte 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi toplanıp, bankacılık üzerine önemli kararlar almıştır. Toplanan bu kongrede özel kesimin olanaklarıyla güçlü bir banka kurmanın olanaklı olmadığı, bankaların kurulmasında devletin katkısı olması gerektiği ifade edilmiş, ulusal bir banka kurulmasının gerekliliği karara bağlanmıştır. Bugün hala varlığını sürdüren ve Cumhuriyet döneminin ilk özel sektör bankası olarak Türkiye İş Bankası 26 Ağustos 1924 yılında kurulmuştur. Türkiye İş Bankasını takiben 1925 yılında yine kongreye katılan sanayicilerin önerisi ile Türkiye’de kurulan ilk kalkınma bankası olan Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası (1932’de Türkiye Sanayi Kredi Bankası adını almış, 1933’de de Sümerbank’a devredilmiştir.) kurulmuştur. Kongreye katılan tarım kesimi temsilcilerinin, tarım

sektörüne kredi verilmesi ve bu sektörün güçlendirilmesini istemeleri nedeniyle 1924 yılında Ziraat Bankasının sermayesi güçlendirilmiştir ve banka tarımsal kredi vermenin yanı sıra her türlü bankacılık faaliyetinde bulunabilme yetkisi kazanmıştır ve statüsü anonim şirket olarak değiştirilmiştir. Konut kredisi vermek amacıyla 1927 yılında Emlak ve Eytam Bankası kurulmuş adı 1946 yılında Türkiye Emlak ve Kredi Bankası olarak değiştirilmiştir. Cumhuriyet döneminde bankacılık alanındaki en önemli gelişme 1930 yılında Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın kurulmasıdır. Ekonomi için milli bir yapı karakteri oturtmak, nitelik kazandırmak, para ve kredi piyasasını düzenlemek amacıyla bir merkez bankası kurulması hazırlıkları 1929'da başlamıştır (Keskin v.d., 2008: 3).

Kuruluş Kanunu'na göre Merkez Bankasının birincil amacı ülkenin ekonomik kalkınmasını desteklemektir. Banka, temel politika aracı olan reeskont oranlarını belirlemeye, para piyasasını ve para dolaşımını düzenlemeye, hazine işlemlerini yerine getirmeye ve Türk parasının istikrarına yönelik önlemleri almakta yetkili kılınmıştır. Kâğıt para (banknot) basma tekelini elinde bulunduran Banka, devletin haznedarlığını da üstlenmiştir. Bu dönemde uygulanan sabit döviz kuru rejimi altında döviz kurlarını belirleme yetkisi hükümettedir. Hükümetin bankanın yetki alanına ve kararlarına müdahale edemediği 1930'lu yıllar Merkez Bankasının bağımsızlığının ön planda olduğu yıllardır (www.tcmb.gov.tr, Erişim Tarihi: 30.11.14).

Özel Amaçlı Devlet Bankalarının Kurulduğu Dönem (1933-1945): 1929 yılında yaşanan dünya ekonomik krizinin etkisiyle dünya genelinde hakim olmaya başlayan Keynesyen yani devletin ekonomik hayata müdahalesine dayanan politika anlayışı Türkiye'de de etkisini göstermiştir. Sanayileşme için yeni arayışlar ve stratejiler sonucu birinci beş yıllık sanayi planı bu dönemde hazırlanmış, bu planla kalkınmanın özel sektör önderliğinde geliştirilmesi yaklaşımı terk edilerek devletçilik politikası ağırlık kazanmıştır. Bu politika sonucu devlet önderliğinde büyük sermayeli devlet bankaları kurulmuştur (Uçarkaya, 2006: 61). "İktisadi devletçilik" olarak nitelendirilen bu strateji sonrası Türkiye'de banka sayısı giderek artmakla birlikte, işlevi sanayi kalkınmayı desteklemek olan Sümerbank (1933), işlevi alt yapı hizmetlerini gerçekleştirmek, imar planları hazırlamak için belediyelere kredi ve teknik yardım sağlamak olan Belediyeler Bankası (İller Bankası 1933), maden yataklarını ve enerji kaynaklarını işletmek için ve gerekli işletmeleri kurmak için Etibank (1935), deniz yolları işletmelerini oluşturmak ve finansman ihtiyaçlarını

sağlamak işlevli Denizbank (1937) ve küçük esnaf ve zanaatkarlara kredi sağlamak amaçlı Halk Bankası ve Halk Sandıkları (1938) devlet tarafından özel amaçlı bankalar olarak açılmıştır (Keskin v.d., 2008: 4-5).

Özel Bankaların Geliştiği Dönemi (1945-1960): Bu dönemde sanayileşme stratejisi olarak iktisadi devletçiliğin yerine özel sektörün desteklenmesi yoluyla ekonomik kalkınmanın hızlandırılması politikası uygulanmaya başlanmıştır. Savaş yıllarında yükselen enflasyon, spekülasyon, tarım ve ticarete büyüyen ve güçlenen özel bir topluluğun oluşmasıyla ve 1950 yılında iktidara gelip iktisadi liberalizmi benimseyen o dönemin hükümeti ile bu politika değişikliği kaçınılmaz bir hal almıştır. Özel kesimin giderek ekonomiye yön vermesi, sanayi politikasındaki gelişim, tamamen iç içe geçtiği bankacılık sistemini de değiştirmiş ve bu dönem özel bankacılığın giderek güç kazandığı yıllar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sadece Merkez Bankası tarafından yapılan döviz işlemleri, bankacılık işlemlerindeki komisyon ve faiz oranlarının devlet tarafından belirlenmesi, bankalar arasındaki mevduat toplama yarışı ile şube bankacılığını yaygınlaştırmış olması dolayısıyla, bölgesel nitelikli yerel bankalar güç kaybetmişler ve tasfiye süreci hızlanmıştır (Keskin v.d., 2008: 5-7). II. Dünya savaşının ardından özel bankalar dönemi olarak nitelendirilen bu dönemde iktisadi devletçilik yerine özel sektörün gelişmesinden kaynaklı olarak özel sektör desteklenmeye başlanmıştır. Yapı ve Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), Pamukbank (1955) ile birlikte özel sermayeye ait 31 yeni banka bu dönemde kurulmuştur. Bu dönemin en önemli gelişmelerinden biri de bankacılığın bu büyük değişim ve gelişimi karşısında yetersiz kalan ve o tarihe kadar varlığını sürdüren 2999 sayılı Bankalar Kanunu yerini 23 Haziran 1958 tarihli 7129 sayılı yeni Bankalar Kanununa bırakmış ve yeni yasayla Türkiye’de “bankacılık mesleğinin gelişmesi, bankalar arasında dayanışmanın sağlanması ve haksız rekabetin önlenmesi” amacıyla Türkiye Bankalar Birliği’nin kurulmasıdır (Karluk, 2005).

Planlı Dönem (1960-1980): Dünyada gelişen bankacılık sistemi olarak holding bankacılığı bu dönemin en başlıca özelliğidir. Bir sermaye grubunun bir banka sermayesinin büyük bölümünü elinde tutarak, bunu kendi bünyesine alması bu sisteminde ticaret ve sanayileşmenin hızlanmasında önemli rol oynaması ile birlikte yatırımların hızlanması düşüncesiyle devlet tarafından teşvik edilmiştir. Türk Finans Sistemi bu dönemlerde kendi gelişimini kalkınmada öncelikli olarak

sağlayamadığından, kaynak sağlama ve bu kaynakları kalkınma işlemlerini kamu bankaları üstlenmektedir. Henüz ülke tabanı ekonomik açıdan güçlenmediği için bu dönemde kamu bankaları kaynak toplamakta ve bu kaynakları kalkınma için kullanmakta oldukça güçlük çekmektedir ki bu yüzden Merkez Bankası kredileri bu dönemde kamu bankalarınınca oldukça sık kullanılmıştır. Alınan kredilerin büyük çoğunluğu emisyon ile sağlanırken, Merkez Bankasının verdiği krediler kamu bankalarınınca ekonomide ve hizmet arzına yol açmayan sübvansiyon biçiminde kullanılması ve geri iade edilmemesi para konusunda sıkıntılı bir dönem yaratmış bu da enflasyonu (parasal genişleme) meydana getirmiştir (Artun, 1983: 68-69).

Planlı dönemde yerel bankaların birçoğu tavsiye edilirken 5 tanesi kalkınma 2 tanesi de ticaret bankası olmak üzere 7 banka kurulmuştur. Bu dönemde kurulan kalkınma bankaları: T.C. Turizm Bankası (1962), Sınai Yatırım ve Kredi Bankası (1963), Devlet Yatırım Bankası (1964), Türkiye Maden Bankası (1968) ve Devlet Sanayi ve İşçi Yatırım Bankası (1976). Kurulan ticaret bankaları: Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası (1964) ve Arap-Türk Bankası (1977)'dir (Keskin v.d., 2008: 12).

Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1980-2002): 1980'lere doğru gelinirken ödemeler dengesi sorunlarının sebep verdiği ekonomik durgunluk, sanayinin döviz gereksinimini de karşılayabilecek yeni bir sanayileşme stratejisi izlemeyi zorunlu hale getirmiştir. 1980 öncesinde dışa kapalı, ithal ikamesine dayalı bir sanayileşme stratejisi mevcut iken, 24 Ocak 1980 kararları ile finansal liberalizasyon ve ihracata yönelik bir sanayileşme stratejisi izlenmeye başlanmıştır (Ural, 2003: 16-17). Dışa açılımla birlikte daha önce yapılmamış yenilikler getirilmiştir; esnek döviz kuru ve pozitif reel faiz politikası bu dönemin başlıca yenilikleri arasında yer almaktadır. Yeni düzenlemeler arasında mali piyasanın serbestleşmesi ve derinleşmesi de bulunurken tüm bu değişimler yeni bir bankalar kanunu da birlikte getirmiştir. Bu bağlamda 1985 yılında 3182 sayılı Bankalar Kanunu yürürlüğe girmiştir (Keskin v.d., 2008: 14). 1980'li yılların bir başka önemli gelişmesi ise, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası bünyesinde "interbank" piyasasının oluşturulmasıdır (Parasız, 2000: 112).

Serbestleşme ve dışa yönelme döneminde görülen gelişmelerden bazıları; 1987'de Merkez Bankası açık piyasa işlemlerine başlamıştır, 1988'de döviz piyasası kurulmuştur. 1989'da döviz işlemleri ve sermaye hareketleri serbest bırakılmıştır. 1990'da Türk Lirasının diğer döviz cinslerine çevrilebileceği ilan edilmiştir,

yurtdışında yaşayan kişilere Türkiye’de menkul kıymet yatırımı yapma ve TL ve döviz mevduatı açma izni verilmiştir, 1992’de ise EFT sistemine işlerlik kazandırılmıştır. Serbest piyasa mekanizmasının işlerliği ve mali piyasaların serbestleşmesine yönelik düzenlemeler, dönemin yenilikleri ile birlikte, yerli ve yabancı bankaların sayılarının giderek artması, kredi oranlarının serbest bırakılması ile birlikte bankalar arasında kıyasıya bir rekabet dönemi başlamıştır. Artan rekabet ile klasik bankacılık tarihe gömülmüş, hemen her alanda çağdaş yenilikçi sistemler gelmiştir. Banka fonları genellikle sermaye piyasası işlemleri, hazine bonoları alımı, döviz işlemlerinde kullanılmıştır. Bankalar müşterilerinin memnuniyeti için kendini sürekli yenilemekle birlikte tüketici kredileri, kredi kartları, ATM, forward, future, factoring, takas sistemi gibi birçok yenilikle tüketici huzuruna çıkmıştır. Bu yeniliklerin yanı sıra personelin eğitim ve kalifiyeliğine ve teknolojik gelişimleri sistemlerine eklemiştirler. Yapılan tüm bu çalışmalar ile sektör hızla büyümekte ve verimlilik artmaktadır (Keskin v.d., 2008: 15).

Döviz işlemleri ve sermaye hareketlerinin serbestleşme dönemi ile birlikte, yurtdışından borç ile alınan fonlar, bankalar için ciddi bir sermaye ve işlemek için kaynak haline gelmiştir. Bu yıllarda küçük ve orta sermayeli bankalar sayılarını ve paylarını arttırırken büyük ölçekli bankalarda gerileme görülmektedir. Geçmiş dönemlerde olduğu gibi kamu bankalarının finansal açıklarının giderek artmasından kaynaklı 1989 yılına gelindiğinde “yüksek faiz, yüksek enflasyon” ve beraberinde “yerli paranın yabancı paralarla ikamesi” olgusu dönemin bankacılık sektörüne müdahil olmuştur. Ortaya çıkan finansal açığı kapatmak için Merkez Bankası finansal destek verse de, büyük payı iç borçlanma ile karşılanmış, bunun tabii sonucu olarak milli kaynaklara kamu talebi artmıştır. Makro dengesizlik çözülmeye çalışılsa da başarı sağlanamamış, belirsizlik artmış ve kaybolan disiplin ile birlikte, finansal sektörün faaliyet ve denetlenmesi de zorluklar yaşamıştır. Yaşanan 1994 ekonomik kriziyle faiz oranları aşırı seviyelere yükselmiş, TL yabancı paralar karşısında değer kaybetmiş, finansal sistem küçülmüştür (Keskin v.d., 2008: 15-16). 1994 bankacılık ve finans krizi TCMB’nin duruma zamanında ve gerektiği kadar müdahale edecek kadar rezervi olmaması dolayısıyla iyice yaygınlaşmış ve bankacılık sektörünü ve ekonomiyi tehdit eder hale gelmiştir (Erdoğan, 2002: 129).

Krize çözüm bulmak için alınan 5 Nisan 1994 Kararlarından sonra üç ticari banka iflas ederek faaliyetlerine son verilmiştir. Bankacılıkta genel bir krizi önlemek

amacıyla bankalardaki mevduat ve faize %100 devlet garantisinin verilmesine karar verilmiş fakat 2000 yılında alınan bir kararla bu devlet garantisi derece derece azaltılmıştır (Takan, 2001: 9-10).

Bir bankanın faaliyete başlaması ve faaliyetinin sona erdirilmesi ile ilgili kararlar, faaliyetlerinin izlenmesi, denetlenmesi ve denetim sonuçlarının karara bağlanması amacıyla Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK) faaliyete geçmiştir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) Haziran 1999 da çıkan 4389 sayılı Bankalar kanunu ile tam olarak 2000 yılında kuruluşlarını tamamlamıştır. BDDK ve TMSF özel bankalar ile kamu bankaları arasında ki fırsat eşitliğini bozan düzenlemeleri kaldırmıştır. Avrupa Birliği standardına yakın kredi tanımı yapılmış, ilk defa büyük kredi kavramı tanımlanmış, kredi öz kaynak ilişkisi daraltılmış ve dolaylı kredi ilişkisi yeniden düzenlenmiştir. Pekiştirilmiş bazda bilanço ve risk yönetimi hazırlanması zorunlu hale getirilmiştir (Keskin v.d., 2008: 19).

Yeniden Yapılanma ve Günümüz Bankacılığı (2002-2014): 2001 yılının Nisan ayında “güçlü ekonomiye geçiş programı” uygulanmaya başlanıp, enflasyonu düşürmek, ekonominin dış olaylara direncini arttırmak, mali disiplini sağlamak, kamu borçlarını azaltmak ve bankacılık sistemine güç katmak amaçlarını taşımaktadır. 2002-2004 yıllarını kapsayacak şekilde program revize edilmiştir. 2001 yılında yaşanan krizden sonra özel bankalar kaybettikleri sermayelerini güçlendirmiş bunu yapamayan bankalar birleşmiş veya TMSF’ye alınmıştır. 2002 yılından sonra bankacılık sistemi yeniden yapılandırma süreci yaşamıştır (Keskin v.d., 2008: 20).

Bu yıllarda Türkiye ekonomisine ve bankacılık sektörüne damgasını vuran krizden sonraki bir diğer olgu ise internet bankacılığının (e-ticaret, e-ekonomi) gelişmesi ve yaygınlaşmasıdır (Parasız, 2000, 113). İnternet bankacılığı, bu dönemde önceki tüm iletişim devrimlerinden daha hızlı bir gelişme göstererek ticari bankaların yüzünü değiştirmiştir.

Türkiye’de 2002 yılından sonra yaşanan istikrarlı ve yüksek hızdaki büyüme sürecinin ardından 2008 yılına gelindiğinde ekonomik faaliyetlerde hızlı bir yavaşlama görülmüştür. 2001 yılının son çeyreğinden itibaren sürekli büyüyen reel gayri safi yurt içi hasıla, 2008 yılı son çeyreğinde daralmıştır ve enflasyon ve faiz oranlarının dalgalı bir seyir izlemesi, kamu ve özel sektörde tasarruf açığının yüksek seviyelerde olması, bütçe açıkları, net sermaye girişlerinin azalması, TL’nin değer

kaybetmesi, kötüye giden beklentiler ve artan riskler bu dönemde görülen etkilerdendir (TBB, Bankalarımız Kitabı 2008: 1).

2009 yılına gelindiğinde dünya ekonomisi sancılı bir dönemdedir. Küresel kriz diğer sektörleri de olumsuz etkilemiştir. Hükümetler, uluslararası kuruluşlarında katılımıyla krizi atlatabilmek, dünya ekonomisinin küçülmesini durdurmak amaçlı birlikte hareket etmeye başlamışlardır. Türkiye'nin de içinde yer aldığı G-20 ülkeleri 2008 yılının son çeyreğinden itibaren uluslararası alanda uygulanacak önlemlere ilişkin öneriler getirmişlerdir. Kamu kesimleri para ve maliye politikasıyla ekonomiye müdahale etmiş bu bağlamda merkez bankaları faiz oranlarını hızla düşürerek piyasalara ve finansal kurumlara likidite desteği hükümetler de finansal kurumlara sermaye desteği sağlamıştır. Bu tedbirler reel ekonomi üzerinde sınırlı etki yaparken finansal piyasalarda daha güçlü etki bırakmıştır (TBB, Bankalarımız Kitabı 2009: 1).

Tablo 1.1: Tarihsel süreçte banka sayıları (1960-2014) (www.tbb.org.tr/tr).

| Yıllar | Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları | Özel Sermayeli Mevduat Bankaları | Yabancı Sermayeli Mevduat Bankaları | Mahalli Bankalar | TMSF'ye Devr. Bankalar | Kalkınma ve Yatırım Bankaları | Katılım Bankaları | Toplam |
|--------|-------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------|--------|
| 1960 | 14 | 20 | 5 | 12 | - | 0 | - | 51 |
| 1965 | 12 | 23 | 5 | 6 | - | 2 | - | 48 |
| 1970 | 12 | 22 | 5 | 5 | - | 2 | - | 46 |
| 1975 | 12 | 23 | 5 | - | - | 2 | - | 42 |
| 1980 | 12 | 24 | 4 | - | - | 3 | - | 43 |
| 1985 | 12 | 20 | 15 | - | - | 3 | - | 50 |
| 1990 | 8 | 25 | 23 | - | - | 10 | - | 66 |
| 1995 | 5 | 32 | 18 | - | - | 13 | - | 68 |
| 2000 | 4 | 28 | 18 | - | 11 | 18 | - | 79 |
| 2005 | 3 | 17 | 13 | - | 1 | 13 | 4 | 51 |
| 2010 | 3 | 11 | 17 | - | 1 | 13 | 4 | 49 |
| 2013 | 3 | 11 | 17 | - | 1 | 13 | 4 | 49 |
| 2014 | 3 | 11 | 19 | - | 1 | 13 | 4 | 51 |

Tablo 1.1 incelendiğinde 1980 sonrası dönemde toplam banka sayısı hızla artmış, 2000 yılında 79 olmuştur. Daha sonra tekrar azalma gözlenerek 2013 yılında 49'a düşmüştür.

2013 yılında dünya ekonomisi beklenenden daha yavaş büyümüştür bunun nedeni olarak gelişmekte olan ülkelerin büyüme hızının ivme kaybetmesidir. Gelişmekte olan ülkelerin önemli bölümü büyüme hızının yavaşlığına rağmen küresel risklerden minimum düzeyde etkilenmek için yeniden dengeleyici politikalar uygulamışlardır. Bankacılık sektörünün mali sistemlerinin güçlendirecek ve işlevlerini arttıracak önlemler, bankacılıkta yapılanma gündemdeki yerini hala korumaktadır. Türkiye'de ise 2013 yılına ait temel göstergeler bankacılık yapısının risklere dayanabilecek ve büyümeyi destekleyebilecek güçte bir bilanço yapısını ortaya koymaktadır. Bankacılık sektörü büyümeye olan katkısını sürdürmüştür ve aynı yılda büyüme %4 ile hedef düzeyde kalmıştır (TBB, Bankalarımız Kitabı 2013: 1-9).

1.4 Bankacılıkta Hizmet Bankacılığı

Mevduat toplama ve kredi verme, bir diğer ifadeyle fon arz ve fon talebini buluşturmaktır bankaların temel işlevlerindedir. 1980'li yılların ardından teknolojiye hızlı değişim ve hızlı ilerleme, globalleşme, artan rekabet ve bu unsurların mali sisteme ve bankacılık sektörüne etkileri bu sektörü alternatif hizmet alanları yaratmak, bu hizmet alanlarına yönelmek zorunda bırakmıştır. Bu sebeple bankalar en temel işlevlerinin yanı sıra hem müşteriye hem de bankaya kazanç sağlayacak hizmetler sunmaya başlamışlardır.

Hizmete dayalı bankacılık; saklama hizmetleri, ödeme ve tahsilat hizmetleri, döviz alım satımı ve arbitraj hizmetleri, sigorta hizmetleri, yatırım işlemleri ve elektronik bankacılık hizmetlerini kapsamaktadır (Okay, 2014: 33).

1.4.1 Saklama Hizmetleri

Kiralık kasa sözleşmesinin esas olduğu, sözleşmede belirtilen tarihe kadar ve sözleşmede belirtilen ücret karşılığı sunulan bir hizmet süreci olan saklama hizmeti, bankanın bünyesinde bulunan kiralık kasalar bölümünde müşterilerinin kıymetli varlıklarını muhafaza etme hizmeti olarak tanımlanabilir. Bankaların müşterilerine

sunduğu kiralık kasa hizmetinde müşteri ve bankanın anahtarları beraber kullanması esastır. Günümüzde bazı bankalar 24 saat süresince bu hizmeti vermektedirler (Okay, 2014: 34). Bankaların kiralık kasalarına kasayı bozmayacak ve diğer müşterilere zarar vermeyecek her türlü değer konulabilmektedir. Genellikle, para, ziynet eşyası, tahvil, kıymetli evrak gibi maddi değer olan şeyler ya da önemli belgeler, özel ve kişisel değer verilen şeyler bu kasalarda saklanır ve muhafaza edilir.

1.4.2 Ödeme ve Tahsilat Hizmetleri

Çek ve kredi kartlarıyla ilgili işlemler, havale, virman, elektronik fon transferi (EFT) işlemleri, senet işlemleri, fatura tahsilatı, vergilerin tahsilatı, okul, dernek gibi bazı kuruluşlara ödenmesi gereken aidatların tahsilatı, maaş ödemeleri, sosyal güvenlik kurumuna ait sigorta primi ödemeleri, trafik cezaları, idari para cezaları gibi ödemeler bankalarca sunulan ödeme ve tahsilat hizmetlerindedir (Okay, 2014: 34-36).

1.4.3 Döviz Alım Satımı ve Arbitraj Hizmetleri

Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karar'ın 2. maddesi h bendine göre döviz (kambiyo), efektif dahil yabancı parayla ödemeyi sağlayan her nev'i hesap, belge ve vasıta şeklinde tanımlanmıştır. Bankalar yabancı parayı, TL'ye, TL'yi yabancı paraya, yabancı bir parayı başka bir yabancı paraya çevirerek döviz alım-satım ve 9.01.2012 tarih ve 28178 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 89 Seri No'lu Gider Vergileri Genel Tebliği'nde belirtildiği şekilde herhangi bir menkul kıymetin, dövizin veya malın eş zamanlı olarak bir piyasadan alınıp diğer bir piyasada satılarak, aynı kıymetlerin birbiri ile değiştirilmesi sonucu risksiz bir şekilde gelir elde edilmesi işlemi olan arbitraj işlemlerini gerçekleştirmektedirler.

1.4.4 Sigorta Hizmetleri

Bankalar doğrudan sigorta hizmeti vermemekle beraber finansal bir aracı sıfatıyla acentesi oldukları sigorta şirketlerinin sigortacılık hizmet ve ürünlerini müşteriye sunarak sigortacılık pazarından pay edinmektedirler (Okay, 2014: 36).

1.4.5 Yatırım İşlemleri

Bir menkul kıymetin geri alınması veya satılması işlemi olan repo işlemleri, halktan para toplayarak yaratılan kaynakları sermaye piyasası araçları ile ulusal ve uluslar arası borsalarda işlem gören altın ve diğer kıymetli madenlerden meydana getirdikleri portföylere yönlendiren fonlar olan, yatırım şirketleri tarafından idare edilen ve elde edilen getiriler pay sahiplerinin ellerindeki katılma belgelerine göre dağıtılan yatırım fonları işlemleri, hazine bonosu ve devlet tahvillerinin müşterinin talimatıyla alım satım işlemleri, getiri sağlayan uluslararası tahvillerin alınıp satılabilmesi işlemleri, hisse senedi işlemleri, talep edenler için geleceğin belirsizliklerine karşılık yatırımcılara finansal piyasalarda maruz kalabilecekleri riskten korunma imkanı veren forward, future, opsiyon gibi türev ürünlerin tedariği ve kıymetli maden (altın) alım satım işlemleri, bankaların sunmuş olduğu yatırım hizmetleridir. Bankalar bu hizmetler ile müşterilerine mevduat getirisi dışında gelir elde etme imkanı sunmaktadırlar (Okay, 2014: 38-41).

1.4.6 Elektronik Bankacılık Hizmetleri

Elektronik bankacılık; maliyetlerin düşürülmesi, bilgi toplumunun taleplerinin karşılanması, teknolojik rekabet üstünlüğü kazanılması ve stratejik ve taktik seviyede etkin karar verilebilmesi gibi maddi amaçlar göz önünde bulundurularak, günümüzün teknolojik imkânlarının bankacılık faaliyetleri için uygulanması, geliştirilmesi ve bu çalışmalar sonucunda elde edilen ürün ve hizmetlerin tümüdür (Akpınar, 1993: 1-2).

Bankacılık sektörü 21. yüzyıl itibariyle gelişimin en üst düzeyine ulaşmıştır. Bilgi ve teknolojinin gelişmesiyle günümüzde neredeyse tüm işlemlerin internet ortamına dökülmesiyle bankacılık sektörünün mihenk taşı elektronik bankacılık olmuştur. Eğitim seviyesi artan, istediği bilgiye her an ulaşma imkânıyla, mukayese etme seçeneği olan müşterileri çekmek ve elinde tutmak için bankalar kendilerini her alanda yenilemek, güncel tutmak ve kalitesini arttırmak zorundadır. Bankalar arasındaki amansız rekabette, kendini yenileyen, teknolojik altyapıya önem veren ve gerekli yatırımları yapan bankalar sektörde başı çekerken, gereken yenilik ve yatırımları yapamayan bankalar tarihe gömülmek zorunda kalmışlardır. Bir bankanın başarılı olabilmesi için; müşteri memnuniyetine önem verme, teknolojiyi yaygın şekilde kullanma, girişimci yönetim sergileme ve yenilikçi ürün ve hizmet sunması

gerekmektedir. Ayrıca şube sayısı, hizmet veren personel niteliği ve değişim takibi de son derece önemlidir. Farklı çeşitleri olan elektronik bankacılık gelişimini, kapsamını arttırarak sürdürmektedir. Buna göre; ATM, telefon bankacılığı, cep bankacılığı, internet bankacılığı, gibi elektronik bankacılık tiplerinden söz etmek mümkündür.

Elektronik bankacılık klasik bankacılıkla mukayese edildiğinde müşteriler ATM, cep telefonu veya internet gibi teknolojilerin kullanılmasıyla 7 gün 24 saat bankacılık işlemleri gerçekleştirebilmekte ve zaman kısıtları yok sayılmaktadır. Yine aynı şekilde elektronik bankacılık ürünleri kullanılarak yer, mekan kısıtları yok sayılmakta ve maliyet avantajı elde edilmektedir. Bankalar bu kanallar ile müşteriye hizmet kalitesinde artış sunarak verimliliği sağlamanın yanında müşterilerde memnuniyet olgusunu sabitleştirmektedirler.

1.4.6.1 Elektronik bankacılığın temel bileşenleri

1.4.6.1.1 Teknoloji

Elektronik bankacılığın yapı taşı olarak görülen teknoloji, bilgisayar ve çevre bilimi, elektronik haberleşme ortamı ve yazılım olarak kendi içinde 3 gruba ayrılmaktadır. Müşteriye en iyi hizmeti sunabilmek için bankalar, mümkün olan her kanalı profesyonelce kullanarak, bankacılık sistemi için en önemli esas olan müşteri memnuniyetini sağlamak zorundadırlar. Tüm iş alanlarında olduğu gibi, bankacılıkta da en tepeden en alt tabana kadar tüm çalışan, canlı ya da cansız araç gereçleri aktif ve koordineli şekilde kullanmak mecburiyetindedirler. Organizasyon eksikliği bankalar için ciddi sorun yaratmakla birlikte, işin en önemli kısmını teknolojik altyapı oluşturmaktadır. Klasik bankacılığın tamamen unutulduğu günümüz bankacılığında, en büyük işlemden en küçük işleme kadar her şey, teknolojinin sayesinde yürümektedir. Bankalar için elektrik kesintisini önleyecek jeneratörden ana bilgisayara, yazılımlara kadar her şey elektronik bankacılığın temel bileşenidir (Akpınar, 1993: 9).

1.4.6.1.2 İşgücü

Günümüzde her geçen gün başka bir iş makineleşmeye başlarken, bilgi ve bilgi aktarımının en önemli sermaye olması, teknolojiyi sözü en çok geçen unsur haline dönüştürmektedir. Teknolojinin bu denli büyük yol kat etmesi iş gücünü azaltsa bile teknolojinin bağlı olduğu kavram insandır. Teknolojiye hükmedenin insan olmasından kaynaklı olarak, bankacılık sektöründe birinci derecede insan gücü önemini korumaktadır. Gelişen bunca teknoloji ile artık hizmet veren insanların eğitim, bilgi, kültür seviyesi de oldukça önem kazanmaktadır. Elektronik bankacılık adı elektronik olsa bile, insandan ve insan hizmetinden ayrı tutulamayacağı için işgücü önem arz etmektedir. Bütün insani sektörlerde olduğu gibi bankacılıkta da teknolojinin anlam kazanabilmesi için, teknolojiyi kullanabilen, faydalarını ortaya çıkarabilen iş gücüne ihtiyaç her zaman var olacaktır (Akpınar, 1993: 9).

1.4.6.1.3 Banka çevresi

Elektronik bankacılığın temel bileşenlerinden birisi de çevre koşullarıdır. Elektronik bankacılığın tek başına gelişmesinden ziyade, bankanın bütün olarak gelişmiş olması daha önem kazanmaktadır. Sadece bankalar değil hizmet verilen kuruluşların da elektronik bankacılığa adaptasyonu, ülke, eğitim, altyapı, kültür seviyesi, toplum da buna paralellik göstermelidir.

Teknolojinin ülke yaşam standartlarında kabul edilmesi, teknolojik gelişmenin ülkedeki ilerlemesini belirlemektedir. Para işlerini çek üzerinden yürüten bir topluma, nakit para taşımayı kabullendirmek oldukça zor olmakla beraber, nakit para taşımayı seven bir topluma da çek defteri taşıtmak bir o kadar zordur. Çek defteri ile para işlerini yürüten bir topluma bu yönde gelişimler sunulurken, nakit para taşıyan toplumlarda ATM'ler gibi, nakit paranın döndüğü yenilikçi cihazlar getirilmektedir. Ayrıca toplumların eğitim düzeyleri de teknolojik gelişmelerin kabulü için oldukça önemli bir unsurdur. Getirilen yeni bir ürün hakkında toplumun bilgi edinmesi ve bunun toplum şartlarında ne kadar kullanılabilir olduğu ürünün geleceğini doğrudan belirlemektedir (Akpınar, 1993: 17).

1.4.6.2 Elektronik bankacılığın kanalları

1.4.6.2.1 ATM (Automated teller machine – otomatik vezne makinesi)

ATM'ler bankaların müşterilerine verdiği elektronik bir kart ile veya kartsız olarak müşteri gereksinimlerini karşılayan elektronik veznelerdir. Elektronik kartlara yerleştirilen bir çip ile, müşteri bilgileri yüklenmekte ve şifre ile müşteri bu kart sayesinde ATM'de istediği işlemi yapabilmektedir. Kartlı işleme göre daha az seçenek barındıran kartsız seçenekte de, müşteri dilediği işlemi yapabilmektedir. ATM'ler mümkün olduğu kadar geniş alanlarda, banka çalışanı olmadan kesintisiz hizmet sunmaktadırlar. Para yatırma ve çekme, fatura ödeme, havale yapma, döviz işlemleri ve bir şubede yapılabilecek nerdeyse tüm işlemler ATM'lerde yapılabilmektedir.

ATM sayılabilecek ilkel ilk para çekme makinesi 1905 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nda doğup, I. Dünya Savaşı sonucu göç edip, 1939 yılında Amerika'da City Bank of New York bankasına bir otomatik para çekme makinesi icat eden, Luther George Simijian'dır. Yaptığı bu otomatik para çekme makinesi, müşteriler tarafından ilgi görmeyince kurulduktan 6 ay sonra kaldırılmıştır. Daha önce ilkel bazı örnekleri görülmekle birlikte 1967 yılında John Shephard-Barron tarafından tasarlanan ilk nakit para dağıtan makine İngiltere'de Barclays Bank için kullanılmıştır (Buğdaycı, 2007: 31).

Türkiye'de 1980'li yıllarda hizmete sokulan ATM'ler müşterinin hesap bilgilerini içinde saklayan manyetik şeritli kartlarla kullanılmaktadır. Çevrimiçi çalışan bu sistem ile sadece para çekmek değil bankacılık işlemlerinin çoğu yapılabilmektedir. Manyetik kartların ATM tarafından okunmasının ardından bir şifre kümesinin girilmesiyle işlemler gerçekleştirilebilmektedir.

ATM'ler banka şubelerinin işini azaltmakla birlikte müşterilerinde gündelik hayatında bankacılık işlemleri için vazgeçilmez bir unsur halindedir. 2004 yılında yapılan bir araştırmaya göre ATM kullanıcılarının %60'ı para çekmek, %30'u para yatırmak, %10'da hesap kontrolü ya da para transferi yapmak için ATM'leri kullanmaktadır (Wonglimpiyarat, 2004: 11).

İlkel ATM'lerde tek kullanımlık kartlar cihazı alıkoyarken, günümüz modern ATM'lerde çip içine yüklenen kişisel bilgiler sayesinde, ATM'lerde en az 4 haneli şifre girilerek her türlü işlem yapılmaktadır. Bu şifrelere PIN adı verilirken, hüviyet

doğrulaması olarak kabul edilmektedir. Modern ATM'ler işlem sonrası yapılan işlemin ne olduğunu, kişisel bilgileri, komisyon ücretini bilgi fişi ile müşteriye vererek yasal kanıt sağlamaktadır. Genellikle 3 deneme sonucu yanlış girilen kart bloke olarak ATM tarafından el konulmakta bu uygulama da müşteri güvenliği açısından memnuniyet yaratmaktadır. Teknolojinin inanılmaz boyutlara ulaşmasıyla, ATM'lere konulan sistem sayesinde, müşteri daha önce verdiği parmak izi, retina örneği gibi biyometrik özellikler ile müşteri güvenliği arttırılmaktadır. Günümüzde para yatırmak, para çekmek, bakiye sorgulamak gibi basit işlemler için tek mekanizmalı olarak hizmet veren "Tek Fonksiyonlu Cihazlar" ve çok sayıda işlemin yapılabildiği mekanizmalara sahip, daha gelişmiş "Çok Fonksiyonlu Cihazlar" olmak üzere iki çeşit ATM bulunmaktadır.

Teknolojik gelişmelerle giderek yol alan ATM teknolojisi, inanılmaz boyutlara gelmiştir. Yıllar geçtikçe gelişen ATM teknolojisi, kendi içinde devrim yaratmaktadır. İlk zamanlarda, paranın zarf içine konulup akşam banka görevlisinin çıkartmasıyla sisteme geçen para yatırma işlemi, şimdilerde birkaç saniye içinde tamamlanmaktadır.

Dünya üzerinde teknolojik boyutların çok ileri düzeye ulaşmasının ardından, insanların müşterisi olmadığı bankalar da dahil işlem yapma ihtiyacı doğmuştur. Bankaların bir araya gelerek ATM'ler arasında bir network ağı kurularak işlem yapma olanağı sağlanmıştır (Buğdaycı, 2007: 32-33).

Tablo 1.2: Türkiye'de 2009-2014 yılları arası ATM sayısı. (www.bkm.com.tr).

| YIL | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ATM | 23.800 | 27.649 | 32.462 | 36.334 | 42.011 | 45.576 |

Tablo 1.2 incelendiğinde, 2009 yılından 2014 yılı sonuna gelindiğinde ATM sayısı 45.576 sayısına ulaşarak ivme kazanmıştır. Türkiye'nin 76 milyon nüfusu düşünüldüğünde yaklaşık olarak bir milyon kişiye düşen ATM sayısı 580 civarındadır. Günümüzde teknoloji ATM'leri ileri düzeylere taşımaktadır. ATM'lerin verimli kullanımı ve memnuniyet getirisi sağlaması önemlidir bu bağlamda düşünüldüğünde ATM yoğunluğu Türkiye'de giderek artacaktır.

ATM'ler sayesinde banka şubelerinde işlem yükü azalmakla birlikte, bankalar mesai saatleri dışında da hizmet vermeye başlamıştır. İşlem maliyetleri konusunda da

şubeye göre çok daha ucuz olmasından dolayı, ATM bankacılığında ya hiç ücret alınmamakta ya da çok cüzi miktarlar alınmaktadır. ATM'ler sayesinde, müşteri olsun olmasın herkes artık fatura yatırma, kontör yükleme gibi işlemler yapmaktadır.

Her elektronik cihaz gibi ATM'lerinde arızalanma riski bulunmakta ve hırsızlık durumları yaşanmaktadır. Türkiye'de sıkça rastlanan bu hırsızlık olayları, genel olarak kart kopyalaması üzerinden gelişmektedir. Makine arızalarında ise müşteriye fazla para vermek, kart yutmak gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte çipli kartlar üretilmiş, Türkiye'de 31 Mart 2006 tarihinde "CHIP & PIN" sistemine geçilerek, kart kopyalansa bile şifresiz kullanılamaması sağlanmış, sahtecilik, dolandırıcılık, hırsızlık gibi güvenlik zaaflarının önüne geçilmiştir. Çünkü çipli kartların kopyalanması manyetik şeritlerin kopyalanmasına göre çok daha zor ve maliyeti çok daha fazladır. Ayrıca çipli kartlar kullanılarak yapılan alışverişlerde kullanılan 4 rakamlı pin ise kartın çalınması veya kaybolması durumunda başkalarının tarafından kullanılmasını engeller. CHIP & PIN de şifre kullanıcının imzası değerini taşımaktadır (Kaya, 2014: 43).

Teknolojideki hızlı gelişme ile birlikte zaman, maliyet, verimlilik gibi unsurların önem kazandığı günümüzde, "self servis" kavramı giderek yaygınlaşmakta ve avantaj kazandırmaktadır. Günümüzde bankacılık hizmetlerinin yüzde 70'e yakını alternatif dağıtım kanallarından self servis olarak alınabilmektedir. Bu alternatif dağıtım kanallarından ATM, internet bankacılığı gibi kanallar self servis hizmetlerinde başı çekmektedir (Bekar, 2014: 28).

ATM'ler bankacılık işlemleri için hayatı kolaylaştıran, verimlilik sağlayan, memnuniyeti üzerinde taşıyan makinelerdir. Başta sadece para çekme makinası olarak kullanılan ATM'ler bir çok bankacılık işlemlerini bir arada yapabilmeye imkanını sunmuş ve son derece gelişmiştir. Para çekmenin yanı sıra para yatırılabilen ATM'ler günümüzde BTM olarak ta adlandırılmaktadır.

ATM'lerin geleceğinde pek çok yenilikler görülmektedir. NCR şirketi Türkiye'ye yeni bir ATM modeli sunmaktadır. Duvara veya lobi tipi olarak monte edilebilen bu ATM, Türkiye'de iki banka ile pilot olarak test edilmiştir. Ekranı dokunmatik olarak geliştirilen, tasarımı ve teknolojisi ile ATM teknolojisini maximize edeceği düşünülen ve "interaktif banka" olarak adlandırılan bu bankaların geleceğin dünyasında önemli bir yer tutacağı öngörülmektedir. Şubeye gitmeden kredi başvurusu, müşteri ıslak imzalı formun doldurulması ve bu formun banka

tarafından onaylandıktan sonra tutarın hesaba geçmesi, çek bozdurabilmek, kredi, kredi kartı, çek yada başka bir konuda işlem, çağrı merkezi ile görüntülü konuşabilmek, ipad ile senkronizasyon gibi işlemler yeni nesil bu ATM'ler ile yapılabilmektedir (Bekar, 2014: 30).

1.4.6.2.2 Telefon bankacılığı

Telefon bankacılığında, müşteriler bankaların 444 ile başlayan iletişim numaralarını arayarak, yapacağı işlemleri telefon kayıtları üzerinden gerçekleştirebilir. Ses tanımlaması gibi kimlik doğrulama işlemleri ile yani istenilen güvenlik adımlarından sonra, müşteri banka yetkilisiyle görüşerek veya sadece menüler üzerinden bilgisayar kaydıyla işlemlerini yürütmektedir.

Telefon bankacılığının gelişmesiyle birlikte sadece sesli komut yetersiz kalınca, çağrı merkezi sistemine geçiş yapılmıştır. Çağrı merkezi sistemin de kişiye özel menüler geliştirilmiş, banka ilkelerine göre çağrı merkezi personelleriyle 7/24 hizmet vermeye başlanmıştır. Türkiye'de gelişen 444'lü telefon bankacılığı sistemi ile birlikte, tüm bankalar bu hizmetleri müşterilerine sunarak, müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Akılda kalıcı numaralar ile hizmet vererek, para çekme ve yatırma dışında şube bankacılığında yapılabilecek tüm işlemler telefon bankacılığı ile yapılabilmektedir. Müşteriler çağrı merkezlerinde müşteri temsilcileri ile birebir muhatap oldukları için, anında bilgi alma şansına sahip olduklarından hata yapma payı da oldukça azalmaktadır.

İnternet bankacılığına göre daha pahalı, ama şube bankacılığına göre daha ucuz olan telefon bankacılığında oluşan maliyetin %60-70'ini çalışanlara ödenen ücret vb. giderler oluşturmaktadır (Buğdaycı, 2007: 38).

1.4.6.2.3 İnternet bankacılığı

Elektronik bankacılığın kanallarından biri olan internet bankacılığı konusu "İnternet ve İnternet Bankacılığı" başlıklı ikinci bölümde incelenmiştir.

1.4.6.2.4 Mobil bankacılık

İşletim sistemlerinin değişmesiyle birlikte, günümüzde akıllı telefon olarak adlandırılan yeni nesil cep telefonlarının varlığıyla, bankacılık faaliyetlerinin bu

akıllı telefonlara indirgenme ihtiyacı duyulmuştur. Mobil bankacılık SMS, WAP ve palmtop (avuç içi) denilen bilgisayarlarla yapılmaktadır. SMS yolunda müşterilere bilgilendirme, hesaptan para çıkışı ya da girişi, kur bildiri gibi hizmetler 160 karakteri geçmeyen şekilde müşteriye kısa mesaj olarak gönderilmektedir. WAP teknolojisinin gelmesiyle birlikte SMS bankacılığı önemini kaybetmiştir.

WAP sistemi cep telefonlarından internete bağlanarak geliştirilen bankacılık sistemidir. WAP protokolü kullanarak “cep telefonları” ile WAP bankacılığı ise 2000’li yılların başından itibaren hayata geçmiştir. Bu sistemde, internet bankacılığıyla yapılabilen pek çok bankacılık hizmetlerine “WAP destekleyen cep telefonlarından” menüler yardımıyla erişmek mümkündür (Pazarlama ve Perakende Elektronik Bankacılık, 2007: 12).

Tablo 1.3: Türkiye’de mobil bankacılık müşteri sayıları. (www.tbb.org.tr/tr).

| Dönem | Sistemde kayıtlı, en az 1 kez çevrim içi olmuş müşteri sayısı | Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az 1 kez çevrim içi olmuş müşteri sayısı | Aktif müşteri sayısı |
|--------------|---|---|----------------------|
| Aralık 2013 | 5.371.567 | 4.321.194 | 3.227.096 |
| Mart 2014 | 6.339.842 | 5.168.719 | 4.006.363 |
| Haziran 2014 | 7.513.963 | 6.093.607 | 4.851.233 |
| Eylül 2014 | 8.852.586 | 7.115.281 | 5.643.390 |
| Aralık 2014 | 10.752.733 | 8.743.309 | 6.711.360 |

Tablo 1.3’de Türkiye Bankalar Birliği verilerine göre aktif müşteri sayısının Eylül 2014 döneminde 5.6 milyonu gösteren rakamlar Aralık 2014 döneminde 6.7 milyona ulaşmıştır. Önceki yılın aynı dönemine göre 2 katından fazla olan bu artış içinde bulunduğumuz yıllarda bankacılık işlemlerinin yarısının mobil bankacılıkla yapılacağı öngörülerini onaylar niteliktedir. Android, IOS, Windows gibi işletim sistemlerine sahip akıllı telefonların varlığıyla birlikte bu sayı daha da artacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

İNTERNET VE İNTERNET BANKACILIĞI

2.1 İnternet

2.1.1 İnternet Kavramı ve İnternet Teknolojisi

İnternet birden fazla haberleşme ağının (network) bir araya gelerek oluşturduğu bir iletişim ortamıdır. Bilgisayarlarla örülü bu iletişim ortamı dünya üzerinde ve çok geniş amaç ve içerikte bilgi alışverişi ve iletişim kurmayı sağlar (Sırabaşı, 2003: 522). Türkçeye “şebeke” veya “ağ” olarak çevrilen net kelimesi ile meydana gelen internet kelimesinin terimsel anlamı “ağların ağı” (Networks of Networks) olarak literatüre geçmiştir (Topbaş, 2001: 6).

Bilgi çağı, bilginin gerçek veya sanal ortamda sınırsız paylaşılması, teknolojinin insan hayatına kattıkları ile birlikte, yaşamın aldığı yeni düzenle çağa adını vermiştir. Bilgiye istenilen yerde, istenilen zamanda, istenilen araçla ulaşılmasıyla sınırların çizilmesinin imkânsızlaştığı bir döneme girilmiştir. İnternet ve onun getirdiği diğer iletişim araçlarıyla dünya üzerinde iş potansiyeli giderek artmış, sınırlar kalkmış, coğrafi ve fiziksel engeller yok olmuştur (Dolanbay, 2000: 3).

Günümüzde hemen her evde, cep telefonlarında hatta halka açık her alanda rahatça bulunmakta olan internet, Türkiye’de 1989 yılına ulaşıldığında kullanılmaya başlanırken, yaygınlaşması 1993-1995 arasına denk gelmektedir. Önceki yıllarda, sadece işyerindeki personel ve maddi olarak üst tabaka insanların evde masaüstü bilgisayarla girebildiği internet, zaman içinde modem satış sayısının artması, yeni internet sağlayıcı kuruluşların hizmet vermesi ile birlikte her yere ulaşmaya başlamıştır. Günümüzde internet sayesinde televizyon seyredilmekte, radyo dinlenilmekte, telefon görüşmesi yapılmakta, mesaj atılabilmekte ve bunun gibi

birçok kolaylık hayatımızda boy göstermektedir. İnternet erişimi olan telefonlar, internette hizmet veren bankalar, kütüphaneler, resmi kurumlar, sanal mağazalar bireylerin hayatını kolaylaştırmaktadır.

İnternetin hayatımıza getirdikleri arasında değinilmesi gereken bir diğer kavramda elektronik paradır. Bireylerin binyıllar öncesinde değış-tokuş ile başladığı ticaret hayatı daha sonraları yerini deniz kabukları, deri parçaları, akçeler, altın ve gümüş sikkeler, paralar ve en son olarak elektronik paraya bırakmıştır. Son zamanlarda elektronik ticaretin hızla artması yeni satın alma sistemleri ile birlikte e-para kavramı ve çözümlenmesinin gündeme sıkça taşımıştır (Taşkın, 2004: 1).

Elektronik para; işlem yapılırken banka hesaplamalarına ihtiyaç olmaksızın paranın değerinin teknik bir aygıt üzerine elektronik olarak depolanması, bir firmadan diğerine ödeme yapılırken hamiline yazılı bir senet gibi kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır (RBI, 2002: 3).

2.1.2 Dünya’da ve Türkiye’de İnternet Kullanımı

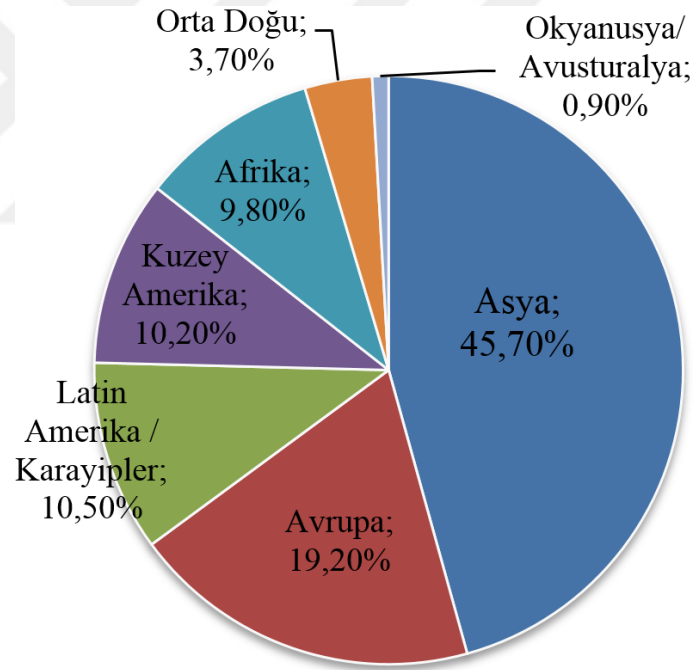
Dünyada her kesimin kullanımına hazır bir alt yapıyı oluşturmuş olan internet teknolojisi, kültürel, politik ve ekonomik alanlarda uluslara etki eden bir konuma gelmiştir. Dünyanın her yerinden internet üzerinden alışveriş yapılabilmekte, ticaret her geçen gün internetle birlikte anılmaktadır. İnternet teknolojisini iyi kullanan ülkelerin globalleşen dünyada rekabet avantajı kazandığı gözlemlenmektedir (Aksoy, 2007: 4).

Tablo 2.1: Dünya internet kullanımı ve nüfusu istatistikleri (www.internetworldstats.com).

| BÖLGELER | 2014 Nüfusu (tahmini) | İnternet Kullanıcısı (31.12.2000) | İnternet Kullanıcısı (30.06.2014) | 2000-2014 Arası Değışim % |
|------------------------------|--------------------------|---|---|---------------------------------|
| Afrika | 1.125.721.038 | 4.514.400 | 297.885 | 6,498.6% |
| Asya | 3.996.408.007 | 114.304.000 | 1.386.188.112 | 1,112.7% |
| Avrupa | 825.824.883 | 105.096.093 | 582.441.059 | 454.2% |
| Orta Doğı | 231.588.580 | 3.284.800 | 111.809.510 | 3,303.8% |
| Kuzey Amerika | 353.860.227 | 108.096.800 | 310.322.257 | 187.1% |
| Latin Amerika/ Karayipler | 612.279.181 | 18.068.919 | 320.312.562 | 1,672.7% |
| Okyanusya/ Avustralya | 36.724.649 | 7.620.480 | 26.789.942 | 251.6% |
| TOPLAM | 7.182.406.565 | 360.985.492 | 3.035.749.340 | 741.0% |

Internet World Stats (Dünya İnternet İstatistikleri)'in 30 Haziran 2014 tarihli verilerine göre Tablo 2.3 oluşturulmuştur. 31.12.2000' den 30.06.2014 tarihine kadar geçen süre içerisinde dünya genelinde internet kullanıcı sayısında %741.0 oranında bir artış olmuştur. Bu artışla birlikte dünya genelinde yaklaşık 3 milyar kişi, dünya nüfusunun %42.3'ü internet kullanıcısıdır.

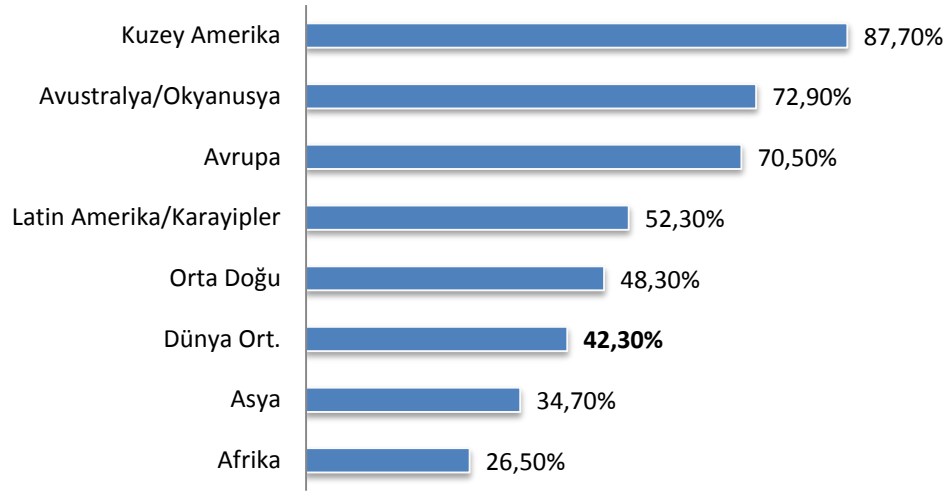
31.12.2000'den 30.06.2014 tarihine kadar geçen süre içerisinde internet kullanıcı sayısındaki artış %6,498.6 en fazla Afrika' da, en az ise %187.1 ile Kuzey Amerika'da gerçekleşmiştir. Artış oranlarındaki dünya ortalaması ise %741'dir. Mevcut veriler çerçevesinde; internetin doğduğu Kuzey Amerika'nın, 2000 yılından önce, internet teknolojisine geçiş sürecini büyük oranda tamamladığı, Afrika'nın internet kullanıcısı sayısındaki artış hızının son 14 yıllık süre içerisinde yüksek düzeyde gerçekleştiği, en çok internet kullanıcısının Asya' da bulunduğu, bunun da yüksek nüfus yoğunluğundan kaynaklandığı söylenebilir.



Şekil 2.1: Dünya internet kullanıcılarının bölgeler arası dağılımı (www.internetworldstats.com).

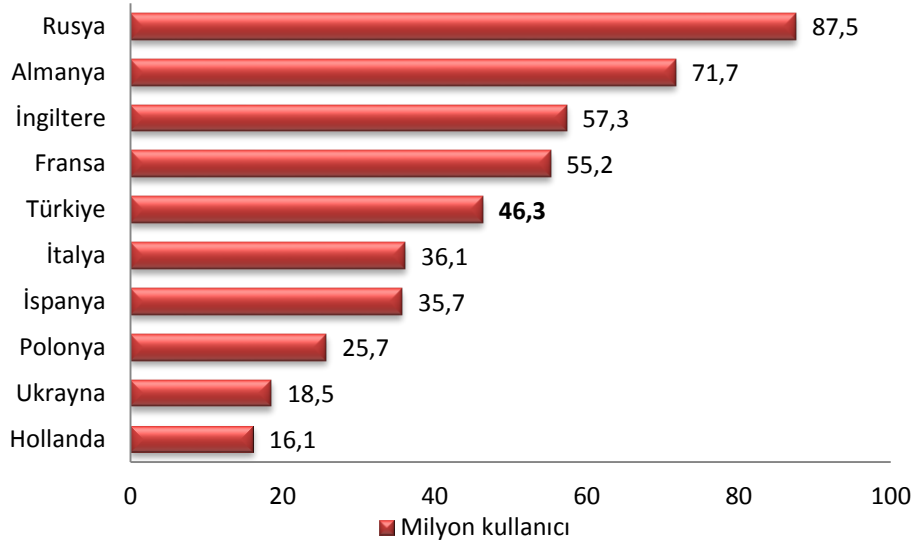
Şekil 2.1 Dünya'da internet kullanıcılarının bölgeler arası dağılımını göstermektedir. İnternet teknolojisinin ortaya çıkışıyla birlikte, özellikle 1990 sonrasında kullanıcı sayısı çok hızlı artan bir grafik çizmiştir. Dünya üzerinde milyarları bulan kullanıcı sayısı kıtalara ve ekonomik düzeye ve nüfusa göre değişiklik göstermektedir. İnternet World Stats (Dünya İnternet İstatistikleri) 30

Haziran 2014 verilerine göre, en fazla internet kullanıcısı 1.386.188.112 kişi ve tüm kullanıcılara oranı %45 ile en fazla Asya kıtasında iken, Avustralya kıtası %1 ile son sırada yer almaktadır. Diğer araştırmalarda dünya üzerinde yaklaşık olarak 3 milyar 35 milyon kişi, aktif olarak internet kullanıcısı durumundadır. İnternet kullanıcısı sayısındaki artışın tabii sonucu olarak; kullanım arttıkça bu sektörde hizmet veren kuruluşlar artmakta ve büyük bir pazar payı oluşturmaktadır. İnternetin ilk ortaya çıktığı yer olan ABD bu konuda en hızlı gelişimi gösteren ülke olarak başı çekmektedir.



Şekil 2.2: Coğrafi bölgelere göre internet kullanıcılarının nüfusa oranları (www.internetworldstats.com).

Şekil 2.2 incelendiğinde nüfusa göre en fazla kullanıcı oranı %87.7 ile Kuzey Amerika (dünya ortalamasının yaklaşık 2 katı), en az ise %26.5 ile Afrika'dır.



Şekil 2.3: İnternet kullanıcı sayıları itibariyle Avrupa'da ilk on ülke (Internet World Stats www.internetworldstats.com).

Şekil 2.3 incelendiğinde, kullanıcı sayısı itibariyle Avrupa'nın ilk on ülkesi arasında Rusya 87.5 milyon kullanıcıyla başı çekmektedir. Türkiye ise 46.3 milyon kullanıcıyla 5. sırada yer almaktadır.

Dünya genelini saran bu teknoloji harikası Türkiye'de de kısa sürede büyük önem kazanmış ve 1998 sonrası yaygın bir hale gelerek günlük ve iş yaşamının vazgeçilmez parçası olmuştur. Türkiye'ye internet teknolojisi ilk olarak 1987 yılında Ege Üniversitesinin öncülüğünde kurulan, Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile gelmiştir. Türkiye'de ilk olarak 12 Nisan 1993 tarihinde ODTÜ'den Ankara-Washington arasında kiralık hat kurularak yurt dışıyla bağlantı sağlanmıştır (Akbulut, 2007: 3-4).

1995 yılında Türk Telekom internet kullanımını yaygınlaştırmak ve geliştirmek amacıyla TUR NET'i kurdu. 1999 sonrası Türk Telekom interneti hanelere de indirerek kullanımı oldukça yaygın hal getirmeyi başarmıştır (Güdücü, 2006: 67).

Tablo 2.2: Türkiye’de internet kullanan bireylerin interneti kişisel kullanma amaçları 2014 (Türkiye İstatistik Kurumu, 2014 yılı hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması).

| | Toplam(%) | Erkek(%) | Kadın(%) |
|---|-----------|----------|----------|
| Sosyal gruplara katılma (Facebook Twitter vb.) | 78.8 | 81.1 | 75.3 |
| Online haber, gazete, dergi okuma | 74.2 | 77.9 | 68.7 |
| Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama | 67.2 | 68.8 | 64.8 |
| Oyun, müzik, film, görüntü indirme/oyunatma | 58.7 | 61.3 | 54.8 |
| E mail gönderme/alma | 53.9 | 57.3 | 48.8 |
| Kendi oluşturduğumuz metin, görüntü, fotoğraf, video vb. içerikleri paylaşmak üzere herhangi bir web sitesine yükleme | 47.8 | 48.9 | 46.2 |
| İnternet üzerinden web radyo dinleme veya web tv izleme | 46.8 | 47.5 | 45.8 |
| İnternet üzerinden telefonla görüşme/web cam görüşme | 37.1 | 37.7 | 36.1 |
| Web sitesi üzerinden bir hekimden randevu alma (Sağlık kuruluşu, hastane vb.) | 31.6 | 30.3 | 33.6 |
| <u>İnternet Bankacılığı</u> | 28,2 | 33.1 | 20.9 |
| Seyahat ve seyahat konaklaması için online hizmetler kullanma | 23.4 | 25.1 | 20.8 |
| Başkaları ile internet üzerinden oyun oynama | 22.5 | 28.2 | 13.9 |
| Mal veya hizmet satışı | 16.5 | 18.3 | 14.0 |
| Web sitesi veya blog oluşturma | 4.7 | 5.5 | 3.4 |

Hane halkı bilişim teknolojileri kullanımı 2014 araştırmalarında Türkiye halkının %53.8 internet erişimine sahipken, bu oran 2013 yılında %48,9 da kalmıştır. Yaş bazında değerlendirildiğinde %70.3 ile bilgisayar kullanımında, %73 ile internet kullanımında 16-24 yaş grubu bilgisayar ve internet kullanım oranlarının en yüksek olduğu yaş grubudur. Tablo 2.2 incelendiğinde aynı araştırmada internet kullanım amacına göre yaş grubu 16-74 arasında değişen kullanıcıların %78,8’i sosyal paylaşım siteleri için interneti kullanmakta, %74,2’si online haber, gazete, dergi okumak, %67,2’si mal ve hizmetler hakkında bilgi aramak, %53,9’u e-postalarını kontrol etmek için internet kullanmaktadır. Diğer bir sonuç ise kullanıcıların %28,2’si ise internet bankacılığı için internet kullanmaktadır. İnternet üzerinden kişisel alışveriş yapma oranı da giderek artan bir çizgi içindedir. Bir önceki yıl sanal

alışveriş yapma oranı %24,1 iken 2014 yılında %30,8'dir. Araştırmaya göre bireylerin kişisel amaçla kamu kurum/kuruluşları ile iletişimde internet kullanma oranı 2013 yılı nisan ayı ile 2014 yılı mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde %53,3 iken bu oran önceki yılın 2012 Nisan-2013 Mart döneminde %41,3'tür. Kullanım amaçları arasında kamu kuruluşlarına ait web sitelerinden bilgi edinme %51,2 oranındadır ve internet kullanan bireylerin yarıdan fazlası e devlet hizmetlerinden yararlanmaktadır (www.tuik.gov.tr, Erişim Tarihi: 21.11.14).

2.1.3 Dünya'da ve Türkiye'de E-Ticaret

Son yarım yüzyıldır ticaretin elektronik ortama taşınması yani e ticaretin gelişimiyle birlikte finans piyasasındaki en büyük değişimden bankacılık sektörü etkilenmiştir. Özellikle küreselleşmeyle birlikte bankalar, seyrini yoğun rekabet ortamında devam ettirmiş, müşterilerinin ihtiyaç ve talepleri doğrultusunda daha nitelikli hizmetler sunabilme yarışı içine girmişlerdir (Korkmaz ve Gövdeli, 2004: 1-2).

Elektronik ticaretin farklı şekillerde tanımları bulunmaktadır. Ekonomi bakanlığına göre elektronik ticaret; “mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır.” Ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç safhadan oluşan E-Ticaret, internetin hızla yaygınlaşması ile ticari işlemlerin yürütülmesinde yeni ve çok etkin bir araç haline gelmiştir. Elektronik ticaret, tüm dünyada ticaretin serbestleştirilmesi eğilimi ile birlikte, son on yılda yaşanan ve bilgi iletişimini kolaylaştıran teknolojik gelişmelerin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Birbirleriyle ticaret yapanların ticari işlemlerini kolaylaştıran her türlü teknolojik ürün (telefon, faks, televizyon, bilgisayar, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişimi sistemleri (Electronic Data Interchange (EDI) ve internet) elektronik ticaretin araçlarıdır (www.ekonomi.gov.tr, Erişim Tarihi: 22.09.14).

Elektronik ticaret dünyada hızla gelişirken, Türkiye'de de zamanla insanların hayatında önemli bir yer edinmiştir. Özellikle sanal ortamın ucuzluğundan dolayı, fiziki ticarete göre daha ucuz olması ve zaman içinde güvenlik konusunda alınan önlemlerle birlikte e-ticaret çok hızlı yol almıştır. Elektronik ticaretin temel unsurları olarak kabul edilen radyo, televizyon, faks, ATM, POS cihazları, kredi kartı gibi

unsurlar iken sonraları bunun arasına GSM, SMS, WAP gibi yeni oluşumlar katılmıştır. Geçmişten günümüze internet gelişimi ile paralellik gösteren e-ticaret güvenli ve genelde kapalı ağlar üzerinden yürütülmektedir. Öncelerde güvenli bulunmadığından pek kullanılmayan e-ticaret, 1999 yılına gelindiğinde işletmeler arası ticaretin %90'ını oluşturmaktadır. Dünyada ve Türkiye'de e-ticaret kuruluşların kar marjını arttırmakla birlikte, müşterilerine sağladığı avantaj ve kolaylık sayesinde çok kullanılan bir sistem haline gelmiştir. E-ticaretin kuruluşlar açısından satış kanallarını arttırmak, maliyet düşürmek, daha iyi müşteri servisi sunmak, kıtalar aşım yeni ticaret alanları sağlamak, müşteri güvenini arttırmak, bünyesinde ve hizmet sağladığı müşterilerle daha iyi iletişim kurmak gibi avantajları sağlamaktadır. Dünya ve Türkiye'de devletin kuruluşlar ya da müşteriler ile yaptığı ticaret ise e-devlet projeleri olarak geliştirilmektedir. Özellikle Türkiye'de e-ticaret, fiziki ticarete nazaran düşük olsa da internet kullanımının amansız artışı ile e-ticaret hacminin de büyüyeceği öngörülmektedir. Elektronik ticarete Türkiye'de satıcı ile müşteri arasında yapılan ödeme şekilleri, firmaların banka hesapları üzerinden havale veya EFT ile, kredi kartı ile gerçekleştirilmektedir. Dünyada ise Türkiye'deki yöntemlerin yanı sıra elektronik para, akıllı kartlar, elektronik çek, nakit kart gibi yöntemlerde kullanılmaktadır. Türkiye'de bu uygulamalara yakın sayılabilecek uygulama bankaların kredi kartı kullanıcılarına belli harcamalarda belli oranlarda verdikleri ve adlarına "chip para", "bonus", "maksimum puan" dedikleri elektronik para hizmeti sunulmaktadır. Müşteriler biriktirilen bu elektronik paraları anlaşmalı kuruluşlarda alışveriş yaparak kullanabilmektedirler.

E-ticaret ortamında en çok kullanılan ödeme şekli kredi kartı olmakla birlikte, Türkiye'de sanal POS kullanımı da çok hızlı şekilde artmıştır. Kredi kartı kullanımının e-ticarete bu kadar yaygın olması bankaların müşterilerine kredi kartı satışı konusunda kıyasıya rekabet ortamı sağlamıştır (Buğdaycı, 2007: 34).

Elektronik ticaret, internet bankacılığı ve internet bankacılığında güvenlik açısından değinilmesi gereken bir diğer konuda E-imza konusudur. Elektronik ticaretin dünya üzerinde çok yaygın bir şekilde kullanılmasıyla birlikte, ticaret hukukunun devletler tarafından güncellenmesi ihtiyacı doğmuş ve elektronik sözleşmeler yapılmaya başlanmıştır. Geliştirilen bu yeni sözleşme şekli ile birlikte, tarafların irade sağlığının kanıtlanması amacıyla, elektronik imza ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Elektronik imza; internet ortamında tarafların kişisel bilgilerini,

orijinalliğini bozmadan karşı tarafa beyan ettikleri harf ve rakamlardan oluşan bir settir. Dijital (sayısal) ve biyometrik imza olmak üzere iki gruba ayrılan elektronik imza retina, imza, ses gibi kişisel öğeler barındırdığından dolayı oldukça güvenlidir (Topaloğlu, 2005: 120).

Elektronik ticaretin gelişebilmesi ve benimsenebilmesi için internet sistemine olan güvenin sağlanması gerekmektedir. Taraflar arasındaki ticarete söz konusu olan her türlü bilginin gizliliği, bütünlüğü, tarafların kimliklerinin doğruluğu teknik ve yasal altyapı ile garanti edilebilmelidir. Söz konusu şartlar elektronik imza ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle elektronik ticaretle ilgili çalışmalarda ileri bir çok ülkenin yasal düzenlemelerinde öncelik elektronik imza mevzuatı çalışmalarıdır. Elektronik imza yasaları halen Almanya, Singapur, ABD gibi ülkeler ile 2004 den itibaren Türkiye’de uygulanmaktadır (Avşar ve Öngören, 2010: 181).

Elektronik imza başta Avrupa Birliği olmak üzere dünya genelinde direktifler ile kabul edilerek e-ticaret bünyesine dahil edilmiştir. Türkiye’de Avrupa Birliğinin esaslarına göre kabul ederek 15 Ocak 2004 tarihli ve 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu ile kabul ederek Türkiye halkının hizmetine sunmuştur. Kabul edilen kanun ile “kimlik doğrulama” amacıyla kullanılan elektronik veri olarak nitelendirilmiştir. Kanun aşağıdaki bazı tanımlamaları getirmiştir.

Elektronik veri: Elektronik, optik veya benzeri yollarla üretilen, taşınan veya saklanan kayıtları.

Elektronik imza: Başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veri.

İmza sahibi: Elektronik imza oluşturmak amacıyla bir imza oluşturma aracını kullanan gerçek kişi.

İmza oluşturma verisi: İmza sahibine ait olan, imza sahibi tarafından elektronik imza oluşturma amacıyla kullanılan ve bir eşi daha olmayan şifreler, kriptografik gizli anahtarlar gibi veriler.

İmza oluşturma aracı: Elektronik imza oluşturmak üzere, imza oluşturma verisini kullanan yazılım veya donanım aracı.

İmza doğrulama verisi: Elektronik imzayı doğrulamak için kullanılan şifreler, kriptografik açık anahtarlar gibi veriler.

İmza doğrulama aracı: Elektronik imzayı doğrulamak amacıyla imza doğrulama verisini kullanan yazılım veya donanım aracı.

Zaman damgası: Bir elektronik verinin, üretildiği, değiştirildiği, gönderildiği, alındığı ve / veya kaydedildiği zamanın tespit edilmesi amacıyla, elektronik sertifika hizmet sağlayıcısı tarafından elektronik imzayla doğrulanan kayıt.

Elektronik sertifika: İmza sahibinin imza doğrulama verisini ve kimlik bilgilerini birbirine bağlayan elektronik kayıt. (Elektronik İmza Kanunu, Kanun No:5070, Kabul Tarihi: 15.01.2004. , Resmi Gazete, 23.01. 2004/ 25355).

E-imza gönderilen elektronik belgeyi şifreleyerek çalınması ya da değiştirilmesini önleyerek birden fazla kişinin öğrenmesini engelleyerek haberleşmeye yarayan bir sistemdir. Teknik açıdan anahtar adı verilen bir çift şifreden oluşan e-imza da, şifrelerden biri göndericide, diğeri ise alıcıda bulunmaktadır. Göndericinin anahtarında dijital imza oluşturularak alıcıya verilen açık imza da bunun doğrulanması sağlanarak güvenli bir şekilde kullanılmaktadır (Topaloğlu, 2005: 121). Elektronik imza için sadece bu aşamalarla kalınmayıp birde onay makamı adı verilen kimlik doğrulaması yapılmaktadır. Elektronik imza kanununa göre; yapılan bu işlemlerin bir nüshasının güvenli bir yerde saklanarak, ilerleyen zamanlarda açılacak dava ya da çıkacak sorunlar için, hukuki delil sayılması açısından muhafazası gerekmektedir. Elektronik Noter de denilen bu onay makamları işlemler öncesinde müşterilerin kimlik bilgilerinin teyit edip resmi olarak güvence altına almaktadır. Islak imza ile aynı nitelikleri taşıdığından dolayı, elektronik imza her türlü bankacılık veya ticaret ortamında kullanılmakta, kağıt anlaşmalarına göre daha düşük maliyetli ve daha hızlı olduğundan kullanımı yaygınlaşmaktadır. Türkiye’de ise e-imza diğer dünya ülkelerine göre kullanım olarak daha düşüktür. (Topaloğlu, 2005: 121).

Tablo 2.3: Türkiye’de elektronik ve mobil imza sayıları (www.tk.gov.tr).

| | 2013-1 | 2013-2 | 2013-3 | 2013-4 | 2014-1 | 2014-2 | Çeyrek Dönemlik Artış % |
|-----------------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|-------------------------|
| Elektronik İmza | 587.318 | 657.036 | 700.131 | 770.570 | 837.794 | 1.088.082 | 29,9 |
| Mobil İmza | 258.187 | 266.187 | 292.084 | 297.996 | 302.545 | 312.631 | 3,3 |
| TOPLAM | 845.505 | 923.223 | 992.215 | 1.068.566 | 1.140.339 | 1.400.713 | 22,8 |

Elektronik imza ve 5070 sayılı elektronik imza kanununda tarif edilen ve elektronik imzanın GSM ve SİM kartları kullanılarak atılmasını sağlayan mobil imza sayıları, Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörünün yayınladığı üç aylık pazar verileri raporuna göre Tablo 2.3’de görülmektedir. 2005 yılında üç, 2006 yılında bir tane hali hazırda toplam 4 adet elektronik sertifika hizmet sağlayıcısı yetkilendirilmiş olup bu elektronik sertifika hizmet sağlayıcıları 2014 Haziran sonunda 1.088.082 elektronik imza, 312.631 mobil imza sertifikası oluşturmuşlardır. 2014 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki döneme göre elektronik imza sayısında %29,9 mobil imza sayısında ise %3,3 oranında artış gerçekleşmiş olup toplamda ise Ocak-Mart dönemine göre %22,8 artış olmuştur.

2.2 İnternet Bankacılığı

2.2.1 İnternet Bankacılığı Kavramı

Günümüzde elektronik bankacılık denilince akla ilk olarak internet bankacılığı gelmesinin yanı sıra, çoğu kez bu iki kavram birbirinin yerine de kullanılmaktadır. Teknolojinin sürekli ilerleyişiyle birlikte internet, hayatımızın vazgeçilmez bir unsuru olmuştur. İnternetin bu denli yaygınlığı ve insanların internetten beklentilerinin artması dolayısıyla, bankaların bu teknolojiyi alternatif bir dağıtım kanalı olarak görmesi hususu kaçınılmaz olmuştur. İnsanlar şubede gerçekleştirebileceği hemen hemen her türlü bankacılık işlemlerini internet üzerinden gerçekleştirebilirler. Günümüzde fiziksel şubelere sahip olan bankaların internet şubelerinin bulunmasının yanı sıra sadece internette faaliyet gösteren bankalar da mevcuttur. Amerika Birleşik Devletlerinde faaliyet gösteren “Claritybank.com”, “Bankatlantic.com” ve “Everbank.com” bu bankalara örnek olarak gösterilebilir (Ersoy, 2014: 537).

İnternet bankacılığı; bir bilgisayar veya günümüzde bu özellikleri taşıyan tablet veya akıllı telefonlar aracılığıyla, bankacılık hizmetlerinin internet üzerinden sunulduğu, zamana ve yere bağlı olmaksızın bankacılık faaliyetlerinin internet üzerinden yapılabilmesi için hazırlanan bir alternatif dağıtım kanalı şeklinde tanımlanabilir. İnternet erişimine sahip olduğu takdirde dünyanın her yerinden bankacılık işlemlerinin yapılmasına olanak tanır ve banka müşterileri, evlerinden çıkmadan istediği internete bağlı cihaz ile yaptıkları bu işlemlerle, zaman konusunda

oldukça tasarruf etmektedirler (Biçer, 2006: 52). Para yatırıp, para çekmek dışında hemen hemen her türlü bankacılık işlemleri internet bankacılığıyla gerçekleştirilebilmektedir.

İnternet bankacılığı kısaca bankacılık işlemlerinin internet üzerinden yapılması şeklinde tanımlanır. İnternet kullanımı kendini önce ticarete göstermiş, elektronik ticareti finanse edebilmek amacıyla bankalar yeni ödeme sistemi geliştirmek zorunda kalmıştır. Bu şekilde İnternet bankacılığının temeli ortaya atılmıştır (Doğan, 2014: 86).

1990'lı yıllarda özel bankacılığın Türkiye'de gelişmesi ile birlikte bankacılık sektöründe rekabet iyice artmış, bu dönemden sonra ticari bankalar rekabet avantajında teknoloji faktörünün kaçınılmaz şekilde önemli olduğunun farkına varmışlardır (Gülmez ve Kitapçı, 2006: 83). Türk Bankacılığı da yaşanan gelişmelerden nasiplenerek klasik bankacılık anlayışının yanı sıra teknolojik altyapı donanımlı personel ile birlikte yeni bankacılık ürünlerini Türkiye insanının hizmetine sunmaya başlamıştır. Güçlü bir iş kolu olarak faaliyet gösteren bankacılık sektörü, son 15-20 yılda büyük aşama kaydetmiş bunun temelinde yatan en önemli unsur olarak teknolojik ve elektronik alandaki gelişimler olarak göze çarpmaktadır. Öngörülü davranan bankaların teknolojik ve elektronik alanda yaptıkları altyapı ile rekabet konusunda bir adım öne çıkmaktadırlar (Kazaz, 2002: 22). Varlığını uzun süredir koruyan kuruluşlar, yeni sistemlerin getirdiği risklere karşı, varlığını devam ettirebilmek ve mevcut konumlarını koruyabilmek için ürün çeşitliliğini arttırmakla birlikte, yapısal olarak ciddi gelişmeler göstermektedirler. Sözü geçen bu kuruluşlar kendi geleneksel yapılanmalarına esneklik ve güç katarak rakipleriyle başa çıkabilecek düzeye ulaşmaktadırlar. Köklü ve geleneği olan kuruluşların, rakiplerine karşı sağladığı en büyük üstünlük ve sığındıkları en büyük liman, yılların verdiği güven ve tecrübe olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi çağı ile birlikte, bankacılık sektörünün aile bireyi haline gelen teknoloji, bankacılık sektöründe; ATM, telefon bankacılığı, kredi kartı, gibi birçok yeniliği kullanıcıların hayatına enjekte etmiştir.

İnternet bankacılığının varlığıyla birlikte ticari bankalar kabuk değiştirerek, internet dönemi öncesine göre oldukça hızlı bir değişim ve gelişim içine girmiştir. Elektronik ticaretin işlem hacmi büyüdükçe, internet bankacılığının yanı sıra, telefon bankacılığı ve akıllı telefonlar sonrası mobil bankacılıkta oldukça hızlı yol almıştır. Günümüzde gerek özel gerek kamu bankaları teknolojik gelişmeleri bünyesinde en

aktif şekilde kullanarak bir çok hizmeti internet ya da telefon üzerinden sağlamaktadır (Yıldırım, 2005: 8). Finansal kurumların içinde bulunduğu rekabet ortamı ile birlikte, bankalar hizmetlerinin tabanını internet üzerine inşa etmeye başlamaktadırlar. Hizmetlerin internet ile entegre edilerek müşteriye sunan bankalar eski sistemlerin karmaşa ve hantallığından uzak yeni çağdaş bir çizgi yakalamışlardır. 1998 yılından bu yana hizmete sunulan internet bankacılığıyla birlikte giderek artan kullanıcı sayısı göze çarpmaktadır bununla birlikte maliyeti düşük kanallar dikkatle incelenerek müşterilere oldukça yeni ve güzel hizmetler sunulmaktadır (Ortuñ, 2003: 12).

2.2.2 İnternet Bankacılığının Gelişimi

1980 ve 1990 yılları arasında demografik değişiklikler, bankalardaki yapısal değişimler, düzenleyici reformlar, sürekli gelişen teknolojinin bankacılık sektörünü kavraması, değişen müşteri istekleri gibi nedenlerden dolayı elektronik bankacılık seri bir gelişim ve değişim süreci içine girmiştir (Dial, 1995: 20).

1980 ortalarına doğru TCP/IP (İletim Denetim Protokolü/İnternet Protokolü) ile internet temelleri atılarak, bugün her yaş grubundan insanların kullandığı günümüz modern sistem olan “World Wide Web (www) html dili” diğer bir deyişle, standart kodlama sistemi 1989 yılında bulunarak bugün dünyanın gözü kulağı olan internet, insanoğlunun hayatına girmiştir. Bugün dünyada en çok tercih edilen iletişim araçlarının başında gelen internet kimsenin öngöremeyeceği kadar hızlı büyümüştür. İlk bulunduğu yıllarda 1 milyonu zor bulan bilgisayar sayısının (host), günümüzde 1 milyarı geçtiği tahmin edilmektedir.

Gelişen PC (Personel Computer) teknolojisi, insanların giderek yaygınlaşan bilgisayar kullanımı, gelişen hızlı modem teknolojisiyle internete ulaşım gibi etkenlere paralel olarak 1995 yılında açık sistem sayılan internet üzerinden yapılan elektronik bankacılık hizmetleri bankalar tarafından sunulmaya başlamıştır (Dolanbay, 2000: 182).

Finlandiya’da faaliyet gösteren Merita Nord Bankası’nın 1998 yılında 550.000 İnternet bankacılığı müşterisi olduğu saptanmıştır. Yine 1998 sonu itibarıyla bakıldığında İsveç’te toplam 549.000 internet bankacılığı müşterisi olduğu belirlenmiştir. Aynı yılda İngiltere’de müşterilerine sadece internet üzerinden hizmet veren Egg adlı banka kurulmuştur. Egg bankası kuruluşundan sonraki 18 ay içinde 1

milyon müşteriye hizmet vermeye başlamıştır ve bu konuda 1999 yılında yapılan detaylı bir araştırmada son bir yıl içerisinde İngiltere’de açılan hesapların %22’sinin Egg bankasında olduğu saptanmıştır. Almanya’da ise internet bankacılığı üzerinde en fazla duran Deutsch Bank; 2001 yılında internet bankacılığına 1 milyar dolar yatırırken, Fransa’da BNP Paribas aynı iş için yaklaşık 690 milyon dolar ayırdığını belirtmesi üzerine bu dönemlerde internet bankalarının önemli görüldüğü anlaşılmıştır (Nelson, 2000: 290-291). İnternet bankacılığının ABD’de doğduğu kabul edilmesine rağmen bazı Avrupa ülkelerinin internet bankacılığı hususunda daha ileri düzeyde olduğu görülmektedir.

İnternet bankacılığı ise internetin varoluşuna göre çok daha yeni olmakla birlikte, tıpkı internet gibi büyük bir hızla kişi ve kurumlar tarafından kullanılmaya başlanmaktadır. İnternet bankacılığı; geleneksel bankacılık anlayışı ile paralellik göstermekle birlikte daha modern bir anlayışı kullanıcılarına sunmaktadır. İnternetin gelişimi ile birlikte yol alan başka bir boyutta e-ticarettir (İnce, 1999: 30).

İnternet bankacılığı için milat olarak kabul edilebilecek zaman 1996 olduğunu söylemek mümkündür. Bu tarihten öncede e-ticaret kullanılıyor olsa bile gelişmişlik düzeyi çok az ve insanlar tarafından pek bilinmeyen bir ticaret şeklidir. Önceki dönemlerde adı geçen bu uygulama “intranet” adı verilen şirket içi ağlar şeklinde veya “ekstranet” denilen şirketlerin belirli müşterileri veya kendi aralarında kullandıkları uygulamalardır. Bu uygulamalar müşteriler ile bilgi paylaşımı kurmakla birlikte ticari ilişki kurup üçüncü şahıslara kapalı olan uygulamalardır (Öztürk, 2001: 18). Bahsi geçen bu uygulamada Elektronik Veri Aktarım Sistemi (EDI – electronic data interchange) adında bir sistem kullanılmıştır. EDI, firmalar arası elektronik ticaretin en eski şekillerinden birisinin adıdır. 1970’lerin başında kullanılmış olmakla beraber, elektronik ticaretin ve internetin gelişimi ile farklılaştırılmıştır. Bu sistem herkese açık olmamakla birlikte zor ve maliyeti yüksek bir sistemdir. Dolayısıyla internetin hayatımıza girmesi ile gerek bireyler gerek kurumlar olarak, ticareti internet üzerinden kolaylıkla yapmak günümüzde popüler bir durumdur.

Türk bankacılık sektörü incelendiğinde özellikle 1995 yılıyla birlikte müşteri bölümlendirmesini ön plana çıkararak müşteriye yönelik olarak yapılanmaya giden bir görüntü vardır (Bener, 2002: 103). Satış ekiplerinin ve banka şubelerinin üzerinde bulunan yükü azaltmayı, işlem maliyetlerini düşürmeyi hedefleyen bankalar, başta internet olmak üzere, ATM, telefon gibi alternatif dağıtım kanallarını aktif bir şekilde

kullanmaya başlamışlardır. Çoklu kanal stratejisi şeklinde ortaya çıkan bu yöntemlerle, satış ve servisin şube üzerinden ağırlıklı olduğu bankacılık sektörü yerini hizmet standartları belirlenmiş, tek bir veri tabanı üzerinden merkezi olarak işleyen bir kanal yönetimi stratejisi oluşumuna bırakmıştır.

İlerleyen dönemlerde WAP protokolü ile artık cep telefonlarından da bankacılık işlemleri yapılmaya başlanmıştır. 2000'li yıllarda gelişen bu sistem ile telefonlardan menü yardımıyla her yerde ve zaman sınırlaması olmaksızın bankacılık işlemleri yürütülmeye başlanmıştır.

WAP bankacılığının, teknolojik gelişimin çok hızlı olmasından kaynaklı olarak kısa sürmesinin ardından, yerini daha modern bir hizmet şekli olan interaktif bankacılığa bırakmıştır. Artık bankalar işlem hacimlerinin büyük kısmını internet üzerinden yapma isteğiyle, peşi sıra internet şubelerini açmıştır. Başlangıçta sınırlı sayıda hizmet alınan internet bankacılığında, güvenlik olgusunun artırılmasıyla birlikte çok sayıda hizmet sunulmaya başlamıştır. İnternet bankacılığının yaygınlaşması, bankaların şube sayısı ve çalışan sayısını direkt olarak etkilediği için, bankalar bu konudaki gelişmelere hız verip, özendirme çabalarını arttırmışlardır. Türkiye İş Bankası, Garanti Bankası gibi büyük ölçekli ve sermayeli bankalar, internet şubelerini 1998 yılında açarak bu konuda diğer bankalara öncülük etmişlerdir. Bankalar açısından oldukça kazançlı bir sistem olan internet bankacılığı konusunda bankalar kendilerine hedef koymuşlardır. Örneğin Garanti Bankası işlemlerinin %70 gibi büyük kısmını internet üzerinden sağlama isteğiyle çalışmıştır (Çavuşoğlu, 2001: 55).

Türkiye'de ilk internet şubelerini açan Türkiye İş Bankası, bu konuda ilk olma özelliğiyle, adını bankacılık tarihine yazmıştır. Daha sonraki yıllarda diğer bankalar takipçiliğini yapmıştır. İnternet bankacılığı kullanımının giderek artmasıyla birlikte, sanal alışveriş yapan mağazalar üremiş, ısmarlanan ürünün kredi kartı ya da normal hesap ile alınma imkanı müşterilere sunulmuştur. Türkiye'de üç iş günü içerisinde teslim edilen ürünler ile ticaret yeniden şekillenmeye başlamıştır. Artık internet üzerinden ticaret yapan kurumların yanında, diğer tüm firmalarda internet satışı yapmaya başlamıştır (Parasız, 2000: 16).

Özellikle son yıllarda Türk bankalarının ileri teknoloji kullanımları artmakla kalmayıp, gelişmiş ülke bankacılık uygulamaları düzeyine erişmiştir. ATM, satış noktası terminalleri (POS) ve kredi kartları olmak üzere plastik kartlar halk

tarafından da genel kabul görmüştür. İnternet hizmetleri ve internet üzerinden yapılan ticari faaliyetlerin yoğunluk göstermesi ile internet bankacılığı uygulamaları hız ve etkinlik kazanmıştır. Bunlar göz önüne alındığında ulusal bankacılığımızın teknoloji kullanımı açısından uluslararası standartları yakaladığını söylemek doğru bir yaklaşım olacaktır (Tunay ve Uzuner, 2001: 301).

Tablo 2.4: Türkiye’de yıllara göre internet bankacılığı kullanan toplam aktif müşteri sayısı ve toplam işlem hacmi. (www.tbb.org.tr/tr).

| YIL | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Aktif Müşteri Sayısı (Milyon) | 6.0 | 6.7 | 8.6 | 10.6 | 12.4 | 14.3 |
| İşlem Hacmi (Milyar TL) | 884 | 1.030 | 1.551 | 1.770 | 2.153 | 2.449 |

Aktif müşteri sayısının son 3 ayda 1 kez çevrim içi olmuş müşteri sayısını belirttiği, Türkiye Bankalar Birliği verilerine göre, Tablo 2.4 incelendiğinde 2009 yılında 6 milyonu gösteren rakamlar 2014’de 14.3 milyon kişi sayısı ile artış göstermiştir.

Tablo 2.5: Türkiye’de internet bankacılığı kullanan müşteri sayısı (dönemsel) (www.tbb.org.tr/tr).

| Dönem | Bireysel | | | Kurumsal | | | Toplam | | |
|--------------|---|--|------------|---|--|-----------|---|--|------------|
| | Sistemde kayıtlı, en az bir kez çevrimiçi olmuş | Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez çevrimiçi olmuş | Aktif | Sistemde kayıtlı, en az bir kez çevrimiçi olmuş | Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez çevrimiçi olmuş | Aktif | Sistemde kayıtlı, en az bir kez çevrimiçi olmuş | Sistemde kayıtlı, son 1 yıl içinde en az bir kez çevrimiçi olmuş | Aktif |
| Aralık 2013 | 28.190.102 | 16.824.193 | 11.422.331 | 2.234.533 | 1.217.169 | 1.013.621 | 30.424.635 | 18.041.362 | 12.435.952 |
| Mart 2014 | 28.590.448 | 17.462.027 | 12.038.621 | 2.086.280 | 1.272.463 | 1.066.062 | 30.676.728 | 18.734.490 | 13.104.683 |
| Haziran 2014 | 29.669.291 | 17.806.595 | 12.134.311 | 2.152.471 | 1.310.916 | 1.089.624 | 31.821.762 | 19.117.511 | 13.223.935 |
| Eylül 2014 | 32.303.465 | 18.579.576 | 12.588.096 | 2.225.345 | 1.340.987 | 1.094.948 | 34.528.810 | 19.920.563 | 13.683.044 |
| Aralık 2014 | 34.047.501 | 19.614.641 | 13.181.279 | 2.323.690 | 1.399.384 | 1.133.777 | 36.371.191 | 21.014.025 | 14.315.056 |

Türkiye Bankalar Birliğinin mevduat bankaları, kalkınma ve yatırım bankalarını kapsayan Aralık 2014 internet bankacılığı kullanım rapor ve istatistiklerini yayımlaması üzerine, Tablo 2.5 incelendiğinde internet bankacılığı

yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı, Aralık 2014 itibariyle 34 milyon 47 bin kişi olmuştur. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam bireysel müşteri sayısı ise yaklaşık 19 milyon 614 bin kişidir.

İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış kurumsal müşteri sayısı Aralık 2014 itibariyle, 2 milyon 324 bin kişidir. Bunların 1 milyon 134 bini (yüzde 49'u) Ekim-Aralık 2014 dönemi içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmıştır. Son bir yıl içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmış kurumsal müşteri sayısı ise 1 milyon 399 bin kişidir.

İnternet bankacılığı için kayıt yaptıran ve en az bir kez giriş işlemi yapmış toplam (bireysel ve kurumsal) müşterilerin % 39'u Ekim-Aralık 2014 döneminde en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapmıştır. Ekim-Aralık 2014 döneminde, toplam aktif müşteri sayısında bir önceki yılın aynı dönemine göre 1 milyon 879 bin kişi, bir önceki üç aylık döneme göre ise 632 bin kişi artış olmuştur.

2.2.3 İnternet Bankacılığı ile Yapılabilecek İşlemler

İnternet bankacılığının gelişim hızının muntazam boyutlara ulaşması sunduğu içerik ve yapılabilecek işlemler bakımından da oldukça gelişmiştir. Çok çeşitli hizmetlerle öğrenciden iş adamına kadar birçok meslek ve yaş grubu tarafından kullanılan internet bankacılığı genel olarak;

1. Hesap bakiyesi ve hesap özeti kontrolü,
2. Hesap açma ve kapama,
3. Havale ve EFT şeklinde fon aktarımı,
4. Yatırım fonu, hisse senedi, bono-tahvil gibi menkul kıymet hizmetleri,
5. Döviz alım satımı,
6. Kredi kartı işlemleri,
7. Bireysel kredi işlemleri,
8. Fatura ödemeleri,
9. Vergi ödemeleri,
10. SSK ve Bağ - Kur prim ödemeleri,
11. Trafik cezası ödemeleri,
12. Üniversite Harçlarının yatırılması,
13. Cep telefonlarına Kontör yükleme,

14. KGS (Kartlı Geçiş Sistemi) ve OGS (Otomatik Geçiş Sistemi) ödemeleri,
15. Sigorta primlerinin ödenmesi,
16. Bireysel emeklilik giriş ve primlerinin ödenmesi gibi işlemler ile birçok konuda müşterilerin hayatını kolaylaştırmaktadır (Ersoy, 2014: 538).

2.2.4 İnternet Bankacılığının Banka ve Müşteriler Açısından Avantajları

2.2.4.1 İnternet bankacılığının banka açısından avantajları

İnternet bankacılığı müşterilere olduğu gibi bankalara da önemli avantajlar sağlamaktadır; bu avantajların başında bankacılık işlemlerinin internet aracılığıyla düşük maliyetle ve oldukça hızlı bir şekilde sağlanabilir oluşu gelmektedir. Ayrıca müşteriye zaman kaybı olmadan istenilen yerden ulaşılabilmesi ve işlemlerin müşteriler tarafından kolayca yapılabilmesi bankanın müşterisinin sadakatini sağlamada önemli bir unsurdur. Bunun yanında müşterilerin internet bankacılığını çevrim içi yaptıkları alışveriş ödemelerinde kullanması sayesinde bankalar müşterilerinin alışveriş profilini çıkarabilmekte ve ona göre bir sınıflandırmaya gidebilmektedirler.

İnternet bankacılığının müşteri ve banka açısından birçok faydası olduğu bir gerçektir. Bankalara sağladığı faydalar:

Yüksek gelir: İnternet bankacılığı bankaların web siteleri üzerinden gerçekleştirilmektedir. Bu web siteleri önceleri daha çok tanıtım ve iletişim amaçlı kullanılır, web sayfalarında bankaların merkez ve şube iletişim bilgileri ve şubelerde verilen bankacılık hizmetlerinin tanıtımı yapılmaktaydı. Daha sonra bankalar web sayfalarında oluşturdukları platformlarla müşterilerinin hesap bakiyelerinin ve hareketlerinin kontrolünden, otomatik fatura emri verebilmeye kadar pek çok bankacılık işlemlerini yapabilmeyi mümkün hale getirmişlerdir (Ersoy, 2014: 538).

Bankalar kendi web siteleri üzerinden sundukları bu hizmet ile görsellik açısından müşteriye cazip edip, yatırım yapmalarını sağlamaktadırlar. Bankaların yeni gelirler yaratarak üretkenliğini arttırıp, operasyonel ve işlemsel maliyetlerini arttırarak, yeni müşteriler çekerek yüksek gelirli kuruluşlar haline gelmektedirler. İnternet bankacılığı kredi kartı satışı gibi banka gelirlerini direk olarak etkileyen ürün satışlarında etkin rol oynamaktadır (Erdoğan, 2002: 73).

Sunulan internet bankacılığı hizmetiyle yapılan yüksek sayıdaki işlemlerden, işlem çeşidine göre alınan ücretler, banka gelirine oldukça yansımaktadır. Alınan işlem ücretleri, müşteri açısından düşük miktarda olsa bile, bankaların işlem hacmi göz önüne alındığında oldukça yüksek rakamlara ulaşmaktadır. Elde edilen bu gelirler bankaların iştahını kabarttığından, geliştirilen yeni hizmetlerle bu gelirlerin arttırılması planlanmaktadır (Erdinç, 2002: 73).

Üretkenlik artışı: Bilginin daha hızlı şekilde aktarılmasıyla birlikte, problem çözümleri daha iyi şekilde işlemekte, arta kalan zaman ise yeni problem çözümlerini arttırmaktadır. İnternet bankacılığının gelişmesi şube çalışanlarının üzerindeki işlem kalabalığını alarak, daha hızlı ve üretken çalışmalarına yardımcı olmaktadır. Şubeye gelen kişi sayısının azalmasıyla birlikte, şube maliyetlerinin azalmasına yardımcı olmakta ve üretkenliğin artmasını sağlamaktadır (Levent, 2002: 6).

Pazarlama ve rekabet aracı: İnternet bankacılığı sayesinde sürekli yer değiştiren müşterilere ulaşma, şube açmanın ekonomik olmadığı yerde bile, müşterilerine hizmet sunma imkanı sağlamaktadır. İnternet bankacılığı ile müşteri potansiyelini arttırmayı planlayan bankalar, teknolojiyi kullanarak daha kısa sürede daha fazla sayıda müşteri adayına ulaşabilmekte, yapılan görsel reklamlarla bunu çekici kılmaya çalışmaktadırlar. Yapılan çalışmalarla banka kendi müşteri sayısını korumanın yanında, yüksek kar getirecek müşterileri de çekmeye çalışmaktadırlar. Büyük bankaların birçoğu yeni müşteri çekebilmek için, internet üzerine büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Yapılan araştırmalarda internet kullanıcılarının %50 si yüksek gelirli insanlar veya yükseköğrenim görmüş kişilerden oluşmaktadır. Genel kanı bu tarz insanların zaman kaybetmek istemediklerini ve bu yüzden internet bankacılığını aktif olarak kullanan kişiler olduğunu göstermektedir (Umur, 2006: 56).

Bankaların teknolojiyi çok iyi kullanmasıyla, şu andaki ve ileride müşterisi olma potansiyeli taşıyan kişilerin gezindikleri internet sitelerini, ne kadar kaldıklarını yeni yazılımlarla takip edebilmektedirler. Kullanılan bu yazılımlarla, bankalar müşterilerden ne kadar gelir edebileceğini hesaplayıp, müşteriyi kendi bünyesinde tutmak, ya da bünyesine katmak için pazarlama stratejisi geliştirmektedirler.

İşlem maliyetleri: Bankacılığın bilinen esasları ile iş potansiyeli düşük müşteriler için çekilen reklam ve hizmet bankalar açısından pahalıya mal olurken, internet bankacılığının gelişile bu maliyet oldukça aşağı çekilmiştir. Alınan işlem

ücretleri ile birlikte, klasik bankacılık anlayışındaki az karlı olan müşteri profili, artık çok kar getiren büyük bir işlem hacmine sahip yeni pazar haline dönüşmüştür. Herhangi bir fiziksel iletişime gerek kalmadan, müşterilerin oturdukları yerde işlemlerinin kendi başlarına halletmesiyle, şube bankacılıklarında maliyet düşmekte, bankalarda bu durum üzerinden oldukça yüksek gelirler elde etmektedirler. Klasik bankacılık anlayışında; yüksek maliyetin müşteriye yansıtılması oldukça fazla tepki çekmekte iken, internet bankacılığının yaygınlaşması ile bu masraflar azalmış ve müşteri memnuniyeti artmıştır. Bir günde yapılan binlerce hatta milyonlarca işlem göz önüne alındığında, bankaların ne kadar kar ettiği aşikar olarak görülmektedir. İşlemlerin elektronik ortama kayması ile hem bankalar milyonlarca dolar tasarruf etmiş hem de işlem ücretlerinden çok fazla kar elde etmiştir (www.radikal.com.tr, alıntılama tarihi 15.09.14).

İnternet bankacılığının hem müşteriye hem bankalara sağladığı işlem maliyeti tasarrufuna örnek vermek gerekirse; Booz, Allen ve Hamilton Danışmanlık Firması tarafından yapılan araştırmaya göre şube tarafından gerçekleştirilen işlemlerin maliyeti 1 Amerikan Doları iken, ATM'lerde bu tutar 25 Cent, internet üzerinden yapılan bankacılık işlemlerinde ise 1 Cent'e düşmektedir. Ebank (www.ebank.com) internet sitesine göre ise bir ödeme işleminin ortalama maliyeti şubede 144 Cent, telefon bankacılığında 54 Cent iken internet bankacılığında ise 4 Cent'tir (Çelik, 2002: 1). İnternet maliyetlerinin giderek düşmesinden kaynaklı olarak bu maliyetlerin daha da aşağı ineceği öngörülmektedir.

Dağıtım Kanalı: 1960'lı yıllarda sunulan ürün üzerinden yapılan pazarlamanın yetersizliği üzerine, müşteri odaklı pazarlama sistemine geçilmiştir. Sonraları bununda yetersizliği görülmüş ve bunun üzerine birebir pazarlama sistemine geçiş yapılmıştır. İnternet bankacılığının sağladığı en büyük kolaylıklardan biri de, bire bir pazarlamadır. Bire bir pazarlama da rakipler, hükümet düzenlemeleri oldukça iyi takip edilmelidir, yapılan bu değişimler dağıtım kanallarına da yansımıştır ve dağıtım sistemi yeni düzenlemeler ve internet bankacılığı üzerinden yürütülmeye başlanmıştır. Özellikle 1990 sonrası bire bir pazarlamanın önemi görülerek, tüm reklam, bilgilendirme, müşteri toplama bu sistem üzerinden yürütülerek, dağıtım kanalları internet bankacılığının boyunduruğu altına girmiştir (Büyükdemir, 1997: 35).

2.2.4.2 İnternet bankacılığının müşteriler açısından avantajları

Türkiye Bankalar Birliğine göre, internet bankacılığının müşterilere sağladığı avantajları şu şekilde listelenmiştir:

- a) Hızlı ve kesintisiz bankacılık işlemleri,
- b) Şubeye gitmeden, sıra beklemeden kolay bankacılık işlemleri,
- c) Görerek ve Seçerek bankacılık işlemleri yapabilmek,
- d) Detaylı rapor ve bilgi alabilmek,
- e) Çok çeşitli bankacılık ürünlerini görerek bu ürünlerden faydalanabilmek,
- f) Bankacılık işlemlerini çok daha ucuza yapabilmek,
- g) İşlemlerin banka personelleri tarafından dahi görülememesi nedeniyle gizli ve güvenli bankacılıktır.

Müşteriler bakımından internet bankacılığının en kazançlı yanı maliyet ve zaman olduğu görülmektedir. Şubede sıra beklemek gibi bir zaman kaybı olmadan, 7/24 yapılabilen internet bankacılığı, aynı zamanda şubelerde yapılan işlemlerde alınan komisyondan muaf olarak hiçbir ücret ödenmeden yapılması müşteri açısından oldukça kazançlıdır. Coğrafi bir engel tanımaksızın, her saatte her yerde ister bir bilgisayar, ister bir telefonla yapılan işlemler müşterilerin günlük hayatında zaman tasarrufu sağlamaktadır. Müşteriler internet bankacılığı sayesinde günün istediği saatinde açık banka bulma lüksüne sahip olmakta üstelik bunun için de hiçbir ücret ödememektedir (Ergöner, 1996: 2).

Müşteriler internet bankacılığı sayesinde yatırımlarına yön verirlerken, aynı anda bilgisayarları sayesinde tüm verileri analiz edebilmekte, en uygun yatırımı gözlemlene rahatlığına sahip olmaktadır. Güncel verilerle kar marjının en fazla olduğu alanlara yönelebilmekte şube sıkıntısı çekmeden işlem ücreti ödmeden tüm yatırımlarını birkaç tuş sayesinde kontrol edebilmektedirler (Topbaş, 2001: 53).

Müşteriler sanal ortamda diğer bankaların kredi oranlarını mukayese edebilmekte, kendine en uygun kredi oranıyla internet bankacılığı üzerinden başvurabilmektedir. İnternet bankacılığı diğer bankacılık sistemlerine göre daha hızlı, ulaşılabilir ve maliyeti düşük olduğundan, müşterilere bankacılık işlemlerinde kolaylık ve istenilen bilgiye çok daha kısa sürede ulaşma imkanı sağladığından tercih edilme sebebidir.

2.2.5 İnternet Bankacılığının Dezavantajları

2.2.5.1 Bankalar açısından dezavantajlar

Bankalar açısından internet bankacılığının avantajları olduğu gibi dezavantajları da mevcuttur. Bunlar aşağıda listelenmiştir (Bapur, 2014: 33).

- a) İnternet bankacılığı teknolojik yapısı gereği sisteminin işleyişi ve karşılaşılabilecek sorunlara hemen müdahale edebilecek bir sistem altyapısı ve personel kadrosu gerektirir. Bu da bankaların internet bankacılığının kurulumu aşamasında sabit yatırım gideri yapılmasını gerektirmektedir.
- b) Türkiye’de internet altyapısının yeterli kalmaması nedeniyle internete ve internet bankacılığına ulaşma konusunda yaşanabilecek sıkıntılar ve yavaşlık gibi nedenlerle kullanıcılar internet bankacılığından uzaklaşabilirler.
- c) Güvenlik konusu internet bankacılığında en önemli konulardan biridir. Gerekli program ve şifrelerle müşteri hesap ve bilgilerine ulaşım güvenliği sağlanmalıdır. Güvenlikle ilgili en ufak bir problem binlerce müşterinin banka ile çalışmalarını sonlandırmasına ve internet bankacılığına mesafeli davranmasına sebep olabilir.
- d) İnternet bankacılığı bankaların kolayca müşteri kaybetmeleri ve kazanmalarına sebebiyet vermesi yönünden risk içerir. Müşteri memnun olmadığı bankadan bir diğerine hemen tek tuşla kayabilmektedir. Bu da bankaların kendilerine koydukları performans hedeflerini beklenmedik bir şekilde tutturamamasına neden olabilir.

2.2.5.2 Müşteriler açısından dezavantajları

İnternet ve internetle alakalı hizmet sektörlerinde kullanıcılar temkinli ve mesafeli davranmaktadır. Özellikle internet hırsızlığı ve bunun çok yaygın hale gelmesi, insanların endişelerini haklı çıkarır yöndedir. İnternet bankacılığı yapabilmek için, insanların yeterli seviyede bilgisayar bilgisine sahip olması ve internet kullanımı konusunda aktif olmaları gerekmektedir. Aksi takdirde güvenlikle ilgili duyulan endişeler artacaktır. Bir diğer konuda internet bankacılığı kullanımı için verilen kişisel bilgilerin gizliliği konusunda ki endişedir. İnternet bankacılığı da

bu korkulardan payını almaktadır. Bankalar ise güvenlik ve gizlilik konusundaki endişeleri elimine edebilmek için gizlilik ve güvenlik konusunda teknolojinin de getirdiklerinden yararlanarak tek kullanımlık şifre, anlık sms gibi yöntemleri kullanmaktadırlar.

İnternet bankacılığının müşteriler için dezavantajları aşağıdaki şekilde belirtilmiştir (Bapur, 2014: 33).

- a) İnternet bankacılığı müşterinin banka ile ilişkilerini zayıflatır. Şubelerden uzak kalması ve müşterinin özel ihtiyaçlarına istinaden kredi talebi olması halinde yapılacak değerlendirmede müşterinin tanınmaması nedeniyle de olumsuzluklar yaşanabilir.
- b) İnternet bankacılığında anlatılan çözüm yolları bazı kompleks problemlerin çözümü için yetersiz kalabilir. Bu durumda bu işlemler için şubelerde konuyla ilgili uzman kişilerle yüz yüze görüşmek gerekebilir.
- c) Yüz yüze ve birebir görüşmelerin eksik kaldığı internet bankacılığının aksine şube bankacılığında müşteri sadakatini geliştirmeye yönelik çalışmalar daha fazla olup, müşteriye çeşitli hediyeler veya yatırım tavsiyeleri, danışmanlık hizmetleri gibi şeyler sunulabilir (Koskosas, 2011: 56).

Güvenlik ve gizlilik konusunda bu denli endişeler yaşanabilmekteyken internet bankacılığında, güvenli kimlik doğrulaması için yeni bir dönem olarak görülen, KOBİL in sunduğu, online bankacılık işlemlerinde SMS'e göre çok daha düşük maliyetli ve daha güvenli bir alternatif olup "whatsapp'ın güvenli versiyonu" olarak tanımlanan yeni güvenli kimlik doğrulama sistemi, 2014 mayıs ayından itibaren Türk bankaları tarafından hizmete sunulmuştur. AST (Application Security Technology – Uygulama Güvenlik Teknolojisi) olarak adlandırılan bu sistemin amacı online bankacılıktaki hırsızlıkları, dolandırıcılıkları önlemektir. Bu teknolojinin, ilgili bankanın web sitesine ya da mobil uygulamasına erişirken güvenli ve özgün bir tarayıcı istemcisi açarak, siber suçluların kullanıcıları banka sitesine benzeyen farklı ve zararlı bir siteye yönlendirmesini önlediğini vurgulanmaktadır. İki faktörlü kimlik doğrulama duvarıyla güvenliği artırılan ürün, akıllı kart ve müşteriye ait pin'le birlikte güvenlik riskini en aza indirmektedir. "iphone, ipad, android ve PC'lerde çalışabilen bu çözüm, güvenliği otomatik olarak sağlamakta ve son kullanıcının tüm endişelerini düşürmektedir. AST çözümü bankaların online hizmet sunduğu siteleri

ve mobil uygulamaları yazılım güvenliği teknolojileriyle daha güvenli hale getirmektedir. Böylelikle müşteriler ortak kullandıkları bilgisayarlarda ya da güvenlik duvarının bulunmadığı akıllı telefonlarında dahi işlem yaparken siber hırsızlık riskiyle karşı karşıya kalmamaktadırlar. Denizbank, ardından da Vakıfbank, Yapı Kredi, Ziraat Bankası ve Arap Türk Bankası tarafından kullanılacağı açıklanan AST sisteminin KOBİL ile anlaşmalı diğer 7 bankanın daha kullanabileceği düşünülmektedir (Gedik, 2014: 54).

2.2.6 İnternet Bankacılığını Kullanma Açısından Müşterilerin Tercihlerini Etkileyen Unsurlar

2.2.6.1 7 Gün 24 saat erişilebilirlik ve kolay işlem yapabilme

Müşteriler açısından belki de, internet bankacılığının en çok tercih edilme sebebi, 7/24 ulaşılabilir olmasıdır. Eğer bir müşteri istediği an bir siteye ulaşamıyorsa, o site ne denli kusursuz olursa olsun, müşteri açısından rağbet görmemesi için yeterli bir sebeptir. Web tabanlı hizmetlerin en büyük amacı zamana ve yer sınırlaması olmamasıdır. Alınan hizmet web tabanlı ise dünyanın neresinde olunursa olunsun, müşterinin birkaç tuş ile girmesini sağlamak müşterilerin işletmelerden haklı beklentisidir.

İnternet bilgi havuzunun muazzam büyüklüğü sayesinde, bankalar bu verileri kendi sitelerinde güncel olarak kullanarak, hem mevcut müşterilerini hem de müşteri olma olasılığı olan kullanıcıları kendine çekebilmektedir. Online hizmetler ile bilgiler hem web siteler üzerinden duyurulmakta, hem de dileyen müşterinin isteğiyle bilgi alınabilmektedir (Gülmez, 2002: 20).

Günümüzde para kadar değeri artan zamanın, insan hizmetindeki kuruluşlar tarafından israf edilmemesi için, internet bankacılığının temel esaslarından birisi de süratli olmasıdır. Teknik sorunlar, hareketli web site tasarımları, desenler gibi erişim süratini düşürecek işlevler, bankalar tarafından sürekli kontrol edilmekte müşteriye yansıtılmamaya çalışılmaktadır. Bankaların web sitelerinde diğer dikkat etmesi gereken konulardan biri de ülke insanının eğitim ve kültür seviyesi olmalıdır. Web sitelerinde kullanıcılarına sundukları hizmette yalın ve anlaşılır dil kullanmaları müşteri çekmek ve mevcut müşteriye elinde tutmak için son derece önemlidir. Basit bir işlem yapacak olan bir müşterinin, menüler içinde boğulması müşteriye hoşnut

etmeyeceği için, mümkün olan en sade ve akıcı şekilde web siteleri tasarlanmalıdır. Site içeriğinin yanında görsellik olarak fazla resim ve kullanışsız kullanıcı ara yüzleri de kullanıcı açısından sıkıntı yaratmaktadır. Müşteriye güven ve kullanım rahatlığı veren internet bankacılığı kendisine daha fazla kullanıcı bulmaktadır.

Bankalar kendilerine yeni müşteri kazandıracak kısa reklam ve tanıtım filmlerini de web sitelerinde kullanarak müşteri çekmektedirler. Bu yeni müşteri potansiyeli olan internet kullanıcılarına, test imkânı sunulmalı ve güven kazanılmalıdır. Dil seçenekleri ile yabancı müşteri kazanılmalı, diğer bankalara göre tercih sebebi olmak için çeşitli kampanya, görsellik vb. ilgi çekici ayrıntılar kullanılmalıdır. Tüm bunların yanında, banka web sitesinde mutlaka kısa yol veya arama butonu koyularak, ne arayacağını bilen müşteriye kolaylık sağlanmalıdır.

2.2.6.2 Ürün profili

Ürün profili bakımından bankalar için en önemli husus, nakit para işlemleri (çekme ve yatırma) dışında şubelerinde ve ATM'lerinde ne hizmet veriliyorsa, bunları internet bankacılığı içeriğine koymaktır. Müşterinin evinden çıkmasına gerek bırakmamak amacıyla, bir şube de hangi işlem varsa bunu internet bankacılığına sığdırmak zorunda olan bankalar, bu konuda hem kendilerini sürekli yenilemek, hem de rakiplerini takip etmek zorundadırlar. Günümüz bankacılığı geleceğini internet bankacılığı üzerine kurmak istiyorsa, internet altyapıları ve yatırımlarına son derece önem vermeli ve müşteri portföyünü bu kanala yönlendirmelidirler. Son derece karlı olan bu satış ve işlem kanalı, bankaların ürün portföyüne bağlı olarak gelişecektir.

2.2.6.3 Teknolojik gelişmeler

Teknolojik gelişmeler internet bankacılığının temelini oluşturmaktadır. Klasik bankacılık anlayışında, özellikle küçük ölçekli bankalarda müşteriler oldukça zaman kaybedebilir ve basit işlemler için uzun zaman kaybına maruz kalabilmektedir. Klasik bankacılıkta iş yükü fazlalığından, özel müşteriler açısından gereken ilgi gösterilememekte bu yüzden müşteri kaybı yaşanabilmektedir. Teknolojinin gelişerek bankacılığın mihenk taşı halinin almasıyla beraber az kazançlı müşteriler zamandan tasarruf etmekte, bankalar da iş yükü azalmakta yüksek getirisi olan müşterilere de özel hizmetler sunabilme imkânı doğmuştur (Atılğan, 2006: 2).

İnternet, bilgisayar, telefon ve mobil iletişim araçlarında yaşanan hızlı ve önemli nitelikteki teknolojik değişimler ve gelişmeler, bankacılık sisteminin üzerinde kurulu olduğu bilgi ve iletişim ağırlıklı teknolojik alt yapının, kendini yenileyen dinamik bir süreç içerisinde yönetilmesini zorunlu hale getirmiştir. Bankalarda teknolojik gelişmelerin seyrini bilgi ve iletişim teknolojileri temelinde değerlendirmek isabetli olacaktır (Işkın, 2012: 25).

2.2.6.4 Değişen yaşam koşulları

Ulaşılan bilgi ve uzay çağının getirilerinden biri olan hayat koşulları ve yaşam tarzları, her alanda olduğu gibi internet ve internet bankacılığını da direkt olarak etkilemektedir. Maddi konuda gelişen insan hayatının getirileri ile, müşterilerin bankalardan beklediği hizmet standartları da oldukça yükselmiştir. Yaşam standartlarının yükselmesi, ekonomik pahalılık, düşünce düzeyi gelişkinliğinin bir sonucu olarak, kadınların iş hayatında aktif rol almalarından dolayı, zaman tasarrufu oldukça önemli bir hal almıştır. Çalışan ailelerde zamanın tasarruflu kullanılması büyük önem arz ederken bundan en çok faydalanan sektörlerden birisi de internet bankacılığı olmuştur. Özellikle pratik ve istenilen her işlemi yapma imkânı sunduğundan internet bankacılığı çağımız ailelerinin kurtarıcısı pozisyonuna yükselmiştir (Trethowan, Ji, Scullion, 1997: 8-60).

2.2.6.5 Ekonomik nedenler

İnternet kullanımının artmasıyla birlikte, değişen müşteri yapısı, eğitim seviyesi, müşterilerin araştırmaya kendisi için en uygun ve maliyetsiz kanala yönelmesini sağlamaktadır. Bankalar ise mevcut müşterisine karşı güven tazelemek ve yeni müşteri kazanımları için, müşterilerini en ucuz kanala yönlendirmektedir. Şube masraflarını ödememek ve aynı işlemleri internet bankacılığında yapabilmek imkânı olduğu için günümüz dünyasında internet bankacılığı şube bankacılığının bir adım önüne geçmiş durumdadır. Aynı ekonomik nedenler bankalar içinde geçerlilik arz etmektedir. Bankalar şube masraflarını düşürmek, şubelerdeki iş gücünü azaltmak için, ellerinden geldiğince internet bankacılığını insan hayatında yaygın hale getirme çabası içindedirler. Sadece basit işlemler değil fon alma, yatırımlarını kullanma, döviz işlemleri yapabilmek gibi imkânlar sunan internet bankacılığı klasik

şube bankacılığına göre çok daha karlı bir kullanım şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. İşlem maliyetlerinin düşüklüğü de internet bankacılığının birkaç adım önde olmasını sağlamaktadır (Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1985: 41).

2.2.6.6 Bankanın internet sitesi tasarımı

Yapılan araştırmalarda bankaların internet sitelerinin kullanıcılarının davranışları üzerinde etkisi olduğu ve kullanılan resim, içerik, ara yüz gibi görsel öğelerin müşteri psikolojisinde farklı çağrışımlar yarattığı ortaya çıkmıştır. Müşteri açısından bu denli izlenim yaratan internet sitelerinin dizaynı toplumların alışkanlık ve yaşama stillerine göre dizayn edilerek faaliyet verdiği düşünülmektedir (Vrechopoulous, Atherinos, 2009: 524-546).

Müşteri ile banka arasında hiçbir bağ olmadan iletişim hali olan internet bankacılığında, kullanılan renk, firma logosu, firma imajı gibi birçok etken, müşteri açısından güvenilir ve kullanışlı bulunmakta ya da güvensizlik hissi oluşturmaktadır. Bu bağlamda bankaların internet sitesi tasarımı, tasarımda işlem yapmayı kolaylaştıracak ve fark yaratacak unsurlara yer vermek bankaların ilerleyen zamanlarda müşteri çekme ve elindeki müşteriyi kaybetmemek açısından önem arz etmektedir.

2.2.6.7 Güvenlik

İnternet bankacılığının oldukça hızlı gelişmesine rağmen, güvenlik sorunu hala bankaların ortak problemi olarak görülmektedir. Kişi ve kurumların zihninde kıramadıkları bir korku haline gelen güvenlik zafiyeti, bankaların internet bankacılığı konusunda elini bağlamaktadır. Büyük sermayeli ve uzun süredir hizmet veren bankalar, yılların getirdiği güven duygusuyla bir adım önde olsalar bile, müşterilerin birçoğu hala bu konuda çekinceli davranmaktadır. Bankalar bu güvenlik zafiyetlerinin yaşanmadığını müşterilerine SMS, görsel ve televizyon reklamlarıyla kanıtlamaya çalışmaktadır. İnternet bankacılığı yapan tüm bankalar işlevlerinin tam ve kusursuz yapmak için; müşteri mahremiyetini korumak, gönderilen mesajların bütünlük açısından güvenilirliği, müşterisiyle güvenlik tasdiki, kişisel bilgisayarlarla ulaşılabilir olma gibi koşulları sağlaması gerekmektedir. Özellikle güvenlik konusunda bankaların müşterilerine gönderdiği her işlem ve her adımda ki tek

kullanımlık şifrelerle internet bankacılığına olan güveni arttırmaktadır. Web sitelerinde güven hissi yaratmanın yanı sıra baba adı, anne kızlık soyadı, doğum tarihi, müşteri numarası da müşterinin bankaya olan güvenini arttırmaktadır. Ödeme, havale, EFT gibi bir başka kişinin veya kurumun dahil olduğu işlemlerde de güvenlik soruları ve şifreler müşteri açısından oldukça memnuniyetlik yaratmaktadır (Evans, Thygerson, 1997: 99).

2.2.6.8 İlişkilerin değişmesi

İnternet bankacılığının müşteriler tarafından sıklıkla kullanılmasıyla birlikte, müşteriler bir konuda istedikleri kadar bilgiyi alabilmekte, bunun için de bankalar internet bankacılığı altyapılarını oldukça geliştirmektedirler. Bankalar geçmişin aksine, ürün yelpazelerini geniş tutmakta ve yeni ürünlerin pazar araştırmalarını iyi analiz edip, web sitelerinde konumlandırmaktadırlar. Bankaların sağladığı 7/24 danışma sistemi ve internet bankacılığında iletişim kurma metotları ile müşterilerden gelen öneri, şikâyet gibi kendisini geliştirecek eleştirileri etkin biçimde kullanmaktadır. Fiziksel temas olmaksızın internet ortamında yapılan bu görüşmeler ile, hem bankanın güvenilirliği artıp daha kalifiye hale gelmekte, hem de müşteri açısından takdir toplamaktadır. Gelişen internet bankacılığı sayesinde, artık banka ile müşteri arasındaki ilişkilerinin büyük bölümü sanal ortam üzerinden yürümektedir (Broderick, Vachirapornpuk, 2008: 1).

2.2.6.9 Müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi

Bankalar için velinimet olan müşterilerin memnuniyeti, bankalar açısından en büyük kazanç kapısı olmaktadır. Müşterinin internet bankacılığını benimsemesi, öncelikle memnuniyetten geçmektedir. Müşterinin zaman kaybı olmadan, istediği her bilgiye anında ulaşabilmesi, bankaların rekabeti açısından oldukça önemlidir (Çelik, 2008: 353-370). Klasik banka anlayışına göre oldukça hızlı olan internet bankacılığı günümüzde neredeyse tüm bankalar tarafından müşterilerinin hizmetine sunulmaktadır. Hizmet kalitesinde müşterilerin ilk dikkatini çeken nezaket, hızlı iletişim, güvenlik, inanılrlık gibi insani duygulara hitap eden değerlerdir (Joaquin, Carlos vd., 2009: 672-695).

Kişiye özel hizmetlerin olması, müşterilere katkı sağlaması, taleplerin karşılanması, yeni müşterileri çekmesi bakımından internet bankacılığı, tüm dünyada yaygın hale gelmesinin ana sebepleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.2.7 İnternet Bankacılığında Güvenlik

İnternet bankacılığı kullanımının sağladığı avantajlar, yaygınlaşması ve memnuniyeti sağlamasının paralelinde üzerinde durulması gereken en önemli konulardan birisi de güvenlik unsurudur. Müşterilerin, internet bankacılığında güvenlik konusunda çekinceleri bulunmakla beraber aynı konu bankalar içinde son derece önem teşkil etmektedir. Bankaların mevcut güvenlik uygulamalarının tatmin edici seviyelerde olmasının yanı sıra güvenlik unsuru gelişen teknoloji ile birlikte sürekli gelişme kaydetmeye çalışılarak üzerinde durulan bir konudur. Bankaların aldığı önlemlerin yanı sıra müşterilerin de internet bankacılığında güvenlik konusunda önlemler alması gerekmektedir.

2.2.8 Kişisel Verilerin Ele Geçirilmesi

Teknolojinin gelişmesi aynı zamanda teknolojiyi kötüye kullanımı da beraberinde getirmiştir. Kötü niyetli kişiler, çeşitli yöntemlerle hesap sahibinin bilgisayarına girerek özel bilgilerine ulaşabilir ve hesabına müdahale edebilirler. Hesap sahibinin özensiz davranışları ve özel bilgilerini başkalarıyla paylaşması sonucu güvenlik sorunları olabileceği gibi, çok rastlanan haliyle, bilgisayar korsanlarının (hackerler) hesap sahibinin bilgisayarına casus programlar aracılığı ile sızmaları şeklinde olabilmektedir. Bu sızmalar genellikle, müşterinin bilgisayarına yerleştirilen bir casus virüs (spyware) veya Truva atı (trojen horse) yoluyla yapılmaktadır. Virüsler en çok, e-mail, chat, dosya paylaşımı, internetten dosya indirilmesi gibi yollarla, özellikle anti virüs veya firewall kurulmamış bilgisayarlara girebilmektedir. Bu yüzden kullanıcıların, tanımadığı kimselerden gelen veya cazip önerilerle süslenmiş sahte e-maillere karşı dikkatli olması gerekmektedir. Müşterinin hesabına ulaşan hackerler, buradaki paraları kişilerin hesaplarına eft yaparak çekebilmektedirler. Eft yapılan hesaplar çoğu kez başkasından çalınan veya bir şekilde elde edilen kimlik kartıyla açılan hesaplar, veya başkasına ait olup bir şekilde ele geçirilen bankamatik kartına ilişkin hesaplardır. Kişisel veriler internet ortamında

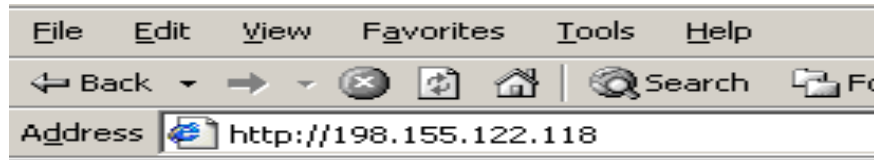
genellikle; phishing (olta yöntemi), key logger (klavye hareketleri), screen logger (ekran kayıtları) ve man in the middle (ortadaki adam) gibi yöntemlerle ele geçirilmektedir (Bilgen, 2009: 78).

2.2.8.1 Oltta (phishing) yöntemi

Çeşitli banka ve finans kurumları tarafından gönderilmiş gibi görünen, acil ve çok önemli konular içeriyormuş gibi duran sahte e-postalar internette yayılmaktadır. Bu e-postalara phishing (olta) saldırıları denilmektedir. Yollanan bu sahte e-postalarda verilen linkler aracılığı ile kart bilgileri, kart şifreleri, internet şubesi parolası ve kişisel bilgiler daha sonra zarara kullanmak için istenmektedir. Bu tür e-postalara karşı dikkatli olunmalı, kesinlikle yanıt verilmemeli ve istenilen bilgilerin girilmemesi gerekmektedir. Bu dolandırıcılık saldırılarından korunmak için aşağıdaki hususlara dikkat edilmesi gerekmektedir (www.garanti.com.tr, Erişim Tarihi: 18.12.14).

1. Gelen e-posta'nın kimden geldiğinden ve doğruluğundan mutlaka emin olunmalı,
2. Bilinmeyen kişi ya da kurumlardan gönderilen e-postaların içerisinde bulunan linklerin açılmamalı (tıklanmamalı), ekler bilgisayara yüklenmemeli,
3. Mail aracılığıyla veya başka bir ortamda sunulan web sayfa linkleri kullanılmamalı,
4. Erişilmek istenilen web sayfasının adresi, adres satırına bizzat klavye kullanılarak yazılmalı,

Şekil 2.4'de görülen sadece sayılardan oluşan web adresi ile karşılaşılır ise daha dikkatli olunması gerekir, çünkü çoğu kuruluş web adresi olarak isim kullanmaktadır.



Şekil 2.4: Dikkat edilmesi gereken web adresi örneği.

Phishing yöntemi kullanarak kredi kartı, ATM kart numaraları şifre ve parolalar, hesap numaraları, internet bankacılığına girişte kullanılan kullanıcı kodu ve şifreleri gibi bilgiler çalınabilmektedir. Phishing (olta) saldırısından şüphelendiğiniz bir e-postaya cevap verdiyseniz internet şubesi şifrelerinin değiştirilmesi gerekmektedir.

2.2.8.2 Klavye hareketleri (Key Logger) yöntemi

Key logger yönteminde müşterinin bilgisayarına yüklenen truva atı ile kullanıcının klavye hareketlerini kontrol ederek ve karşı tarafa göndererek kullanıcının şifre gibi özel ve gizli bilgileri elde edilir (Bilgen, 2009: 79).

2.2.8.3 Ekran kayıtları (Screen Logger) yöntemi

Screen Logger yönteminin işleyişi de key logger yönteminde olduğu gibidir. Fakat burada kullanıcının bilgilerinin elde edilmesi, klavye hareketleri ile sınırlı olmayıp, farenin ekranda bir noktaya tıklatmasıyla sistem devreye girer ve ekranın tamamının ya da küçük bir bölümünün o andaki resmi çekilerek karşı tarafa ulaştırılır, bu yolla sanal klavye ile girilen bilgilerin de ele geçirilmesi mümkündür (Bilgen, 2009: 79).

Key logger ve screen logger gibi yöntemlerin yanı sıra internete bağlı olunan zamanlarda bilgisayarı uzaktan kumanda etmek, işlemlerinizi takip etmek, dosyalarınızı izlemek ve zarar vermek amacıyla kullanılan Trojan Horse (Truva atı) programları güvenliği tehdit etmektedir. Bu programlara karşı koyabilmek için:

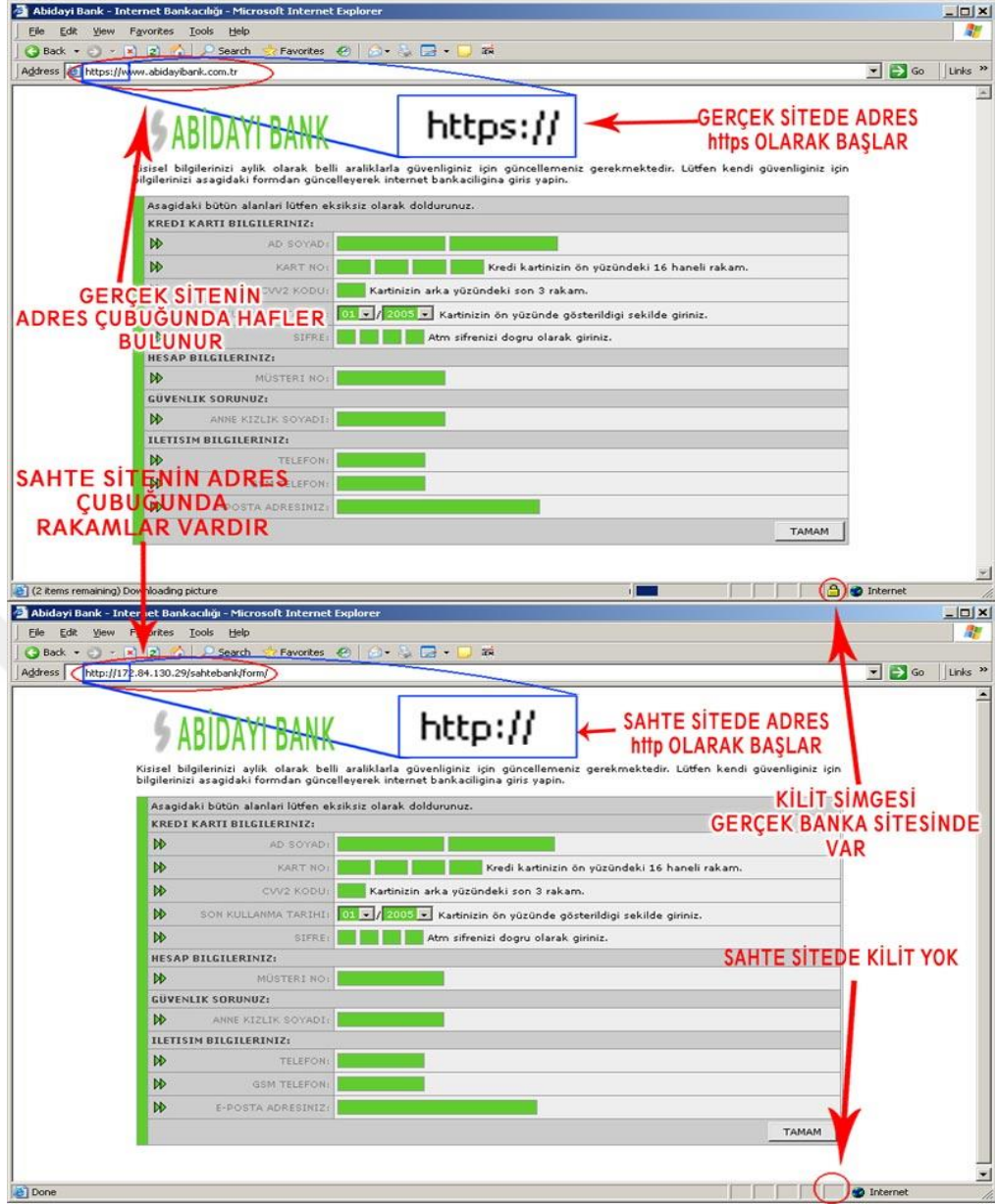
1. Güncel bir anti virüs yazılımı kullanmak ve işletim sisteminin güncelleştirmelerini mutlaka yapmak
 2. Kişisel firewall (ateş duvarı) çözümlerine başvurmak,
 3. Kopya yazılım kullanmamak,
 4. Eklentileri bulunan e postaları virüs taramasından geçirmek, güvenilir görünmeyen e-postaları açmadan silmek gerekmektedir.
- (www.tebyatirim.com.tr/guvenlik.asp, Erişim Tarihi: 18.12.14).

2.2.8.4 Man in the Middle (Ortakdaki Adam) yöntemi

Bu tür bir saldırı da banka ile müşteri iletişim halindeyken dolandırıcı araya girerek gizli bilgileri elde eder. Bu saldırı özellikle SSL (Secure Sockets Layer) protokolü şifrelemesi yapılmayan durumlarda gerçekleşir (Bilgen, 2009: 79).

SSL protokolü bilginin bütünlüğü ve gizliliği için, internet üzerinde iki taraf arasında oluşan trafiği şifreleyerek, gizliliğin ve bütünlüğün korunmasını sağlayan kriptolamadır. Bütün yaygın web sunucuları tarafından desteklenen bir protokol olup, gönderilen bilginin kesinlikle ve sadece doğru adreste deşifre edilebilmesini sağlamaktadır. Bilgi gönderilmeden önce otomatik olarak şifrelenir ve sadece doğru alıcı tarafından deşifre edilebilir. SSL protokolü ile her iki tarafta da doğrulama yapılarak iletişim güvenli bir şekilde sağlanmaktadır (Bapur, 2014: 41).

SSL protokolü ile güvenli iletişim yapıldığında internet adresinin bulunduğu bölümde `http://` ile başlayan ifade, `https://` şekline dönüşecektir. Ayrıca internet tarayıcısının sağ alt kısmında yer alan kapalı kilit işareti, yine güvenli ve şifrelenmiş bir sayfada işlem yapıldığını göstermektedir. Şekil 2.5'de sahte web sitesi ve gerçek web sitesi dizayn farklılıkları görülmektedir.



Şekil 2.5: Sahte web sitesi ve gerçek web sitesi dizayn farklılıkları (Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık, 2007: 33).

2.2.9 İnternet Bankacılığında Bankaların Alabileceği Önlemler

2.2.9.1 Kimlik belirlemede ek önlemler

Bankalar müşteriyle iletişim kurarken, onların kimliklerini tanımak için bazı önlemler almaktadırlar. Müşterinin bilinen bilgileri dışında, parola, şifre, pin numaraları sorgulamaları bunlardan bazılarıdır. Her seferinde aynı şifrenin

kullanılması bu şifrenin daha kolay ulaşılmasını sağlayabileceğinden bankalar ek güvenlik tedbirlerine başvurabilirler (Bilgen, 2009: 83).

Tek Kullanımlık Şifre (TKŞ), bankaların güvenlik konusunda başvurdukları yöntemlerden birisidir. Tek kullanımlık şifre, her kullanımda veya belirli bir süre geçtikten sonra geçerliliğini yitiren ve bir sonraki kullanım için yeniden üretilmesi gereken sayı ve/veya harf dizisidir. Tek kullanımlık şifre üreten cihazlar ve tek kullanımlık şifre üreten yüklenebilir programlar, internet bankacılığında yaygın olarak kullanılan tek kullanımlık sms şifreleri, elektronik imza tabanlı çözümler, henüz internet bankacılığında kullanılmamakla beraber biyometrik imza tek kullanımlık şifrelere örnek olarak verilebilir (Türkiye Bankalar Birliği, www.tbb.org.tr/tr, Erişim Tarihi: 18.12.14).

2.2.9.2 Güvenlik duvarları (Network Firewall) oluşturmak

Bankalar bilgisayar sistemlerini güven altına almak için önemli meblağlarda harcamalar yaparak sistemin güvenliğini sağlamak için güvenlik politikaları geliştirmektedirler. Bu politikalar ile banka bilgi ağının hangi şartlarda dış sistemlere açılıp açılmayacağını detaylı olarak düzenlenmektedir. Bu bağlamda bankaların kullandıkları ‘firewall’lar kendilerini sistem güvenliğine adanmış bilgisayarlardır. İnternet bankacılığı hizmetini kullanan bir kimse bir işlem gerçekleştirmek istediğinde bu işlem bilgisi öncelikle firewall adı verilen bilgisayara gelmektedir. Firewall müşterinin şifrelerini kullanarak kim olduğunu belirledikten sonra ana bilgisayara bağlanarak yalnızca talep edilen bu bilgiyi almakta ve kişiye ulaştırılmasına aracılık etmektedir. Kişinin doğrudan ana bilgisayara bağlanması mümkün olmamaktadır. Teknik olarak bu güvenlik yapısına “proxybased firewall” denilmektedir (Pazarlama ve Perakende Elektronik Bankacılık, 2007: 33).

2.2.10 İnternet Bankacılığı Kullanıcılarının Alabileceği Önlemler

Türkiye Bankalar Birliği, bankalar ve müşteriler açısından oldukça önemli bir işleve sahip olan internet bankacılığı işlemlerinde, olası dolandırıcılık eylemlerine karşı bilgi işlem güvenliğine özel bir önem vermektedir. Bu bağlamda müşteriler internet bankacılığı kullanımı hususunda aşağıdaki önlemlere dikkat etmelidirler.

- a) İnternet bankacılığı kullanımı için kullanılan kişisel ve özel bilgilerin gizliliğine özen gösterilmelidir. Kimlik bilgilerinin gizliliği konusunda özenli ve dikkatli bir tavır takınılmalıdır. Müşteri şifre oluştururken kendisiyle ilintili olarak tahmin edilmesi kolay şifre oluşturmamalı, şifre herhangi bir yere yazılmamalı ve üçüncü kişilerin ulaşabileceği bilgisayar, tarayıcıya vb. yerlere kayıt edilmemelidir. Kullanılan şifreler belli aralıklarla güncellenmelidir. Başkalarının da erişimine açık bilgisayarlarda internet bankacılığı işlemleri yapmamaya özen gösterilmeli, bankacılık işlemleri yapmak için kullanılan bilgisayar güvenilir olmalıdır. Müşteri tarafından bankacılık işlemleri tamamlandığında güvenli bir şekilde bankanın web sayfasından çıkış yapılmalı ve sayfa açık bırakılmamalıdır. Müşterilerin kişisel bilgilerini isteyen sahte e postalara dikkat edilmeli ve bu e postalara itibar edilmemelidir. Bankalar e-posta yoluyla hiç bir şekilde müşterilerin kişisel bilgilerini istememektedir. Bankalar, e-posta yoluyla hiç bir şekilde şifre işlemleri yaptırmamaktadır. Eğer bilgilerin ve şifrelerin gizliliği konusunda endişe ediliyorsa bankayla iletişime geçilmelidir.
- b) Müşteriler zararlı programlardan korunabilmek için lisanslı anti-virüs programlarını bilgisayarına yüklemeli, risklere karşı güvenlik duvarları “firewall” kullanılmalıdır. Firewall kullanımı güvenliği artıracaktır. Bu programların güncelleştirilmesi hususunda da özenli davranılmalıdır. Kullanılan programlara ve yazılımlara dikkat edilmeli lisanslı programlar kullanılmalı, sahte, kopya yazılımlar kullanılmamalıdır.
- c) Müşteriler internet bankacılığı kullanımı konusuna zaman açısından kısıtlamalar getirebilir, işlemlerin haftanın belli gün veya saatleriyle, sınırlı olmasını isteyebilir. Müşteriler ihtiyaçları ve kullanım rutinleri doğrultusunda internet bankacılığı işlemlerine yön verebilirler. Müşteriler IP adreslerini tanımlayarak IP adresleriyle de internet bankacılığı işlemlerine kısıtlar getirebilirler.
- d) SMS onayı kullanan müşteriler internet bankacılığı kullanımı için tanımlanan cep numarasına gelen sms'leri takip etmeliler, sms onayı gelmediğinde bankayla iletişime geçilmelidir.

- e) İnternet Bankacılığında bankacılık işlemleri için güvenlik konusu son derece önemlidir. Güvenlik ile ilgili konularda ve tereddüt edilen hususlarda bankalara başvurulmalıdır. Bankalar tarafından yapılan kullanım ve güvenlik konulu bilgilendirmeler takip edilmeli ve bilgi sahibi olunmalıdır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU ÇALIŞANLARININ İNTERNET BANKACILIĞINDAN YARARLANMA DÜZEYLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1 Araştırmanın Amacı

Değişen koşullar, teknolojinin sürekli gelişimi ve değişimi, artan rekabet bankacılık sektöründe pazarlama anlayışına daha fazla önem kazandırmaktadır. Günümüz bankacılık sektöründe alternatif dağıtım kanallarından internet bankacılığı, önemli bir pazarlama ve rekabet aracıdır. Bankalar müşteri sayısını korumanın yanında, yeni müşterileri de çekmeye çalışmaktadırlar. Yeni müşteri çekebilmek için, internet üzerinden ciddi yatırımlar yapmaktadırlar. Bu nedenle müşterilerin internet bankacılığında yararlanma düzeyleri ve bunları etkileyen faktörler hakkında daha fazla bilgi edinilebilmesi, kaynakların etkin kullanılmasına katkı sağlayacaktır.

Kamu çalışanlarını internet bankacılığında yararlanma düzeylerine göre demografik ve sosyoekonomik nedenler bakımından gruplandırabilir miyiz? Şayet böyle bir gruplandırma yapılabilirse, bu gruplandırmanın başlıca ayırt edici özellikleri nelerdir? Bu gruplandırma sonunda oluşan faktörler (gruplar) arasında demografik ve sosyoekonomik değişkenler yönünden belirgin farklar var mıdır? Sorularına araştırma kapsamında yanıtlar aranmıştır.

Bu araştırmada, kamu çalışanlarının demografik ve sosyoekonomik değişkenleri ile internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır.

Bu temel amaç doğrultusunda araştırmanın diğer alt amaçları da, gelişen teknoloji ve ticari faaliyetler ışığında zaman ve maliyet unsurlarının giderek önem kazanması sebebiyle müşterilerin internet bankacılığı konusunda düşüncelerinin belirlenmesi ve isteklerinin yerine getirilmesine zemin hazırlamaktır. Araştırma,

kamu çalışanlarının internet bankacılığında memnun olup olmadıkları, memnun ya da memnun değil iseler bunları etkileyen faktörlerin neler olduğunu tespit etmeyi de amaçlamıştır.

Çalışma sonucunda bankaların kamu çalışanları pazarında internet bankacılığı yararlanma düzeylerini tespit etmek için yapılması gereken pazarlama kararlarının belirlenmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda bankalara kamu çalışanları müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılama çabalarında, kaynaklarını en rasyonel biçimde yönlendirmelerine yardımcı olacak bulgu ve öneriler geliştirilmesi hedeflenmiştir. Bu araştırma ile internet bankacılığı kullanıcılarını daha yakından tanımak ve internet bankacılığı kullanma düzeylerini etkileyen faktörleri tespit ederek bu hizmeti sunan bankaların pazarlama kararlarına ışık tutabilmek hedeflenmiştir.

3.2 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada kullanılan veriler internet bankacılığı kullanan kamu çalışanları ile yüz yüze (kişisel) görüşmek suretiyle hazırlanan anket formunun işaretlenmesi şeklinde elde edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak kapalı uçlu soruların yer aldığı anket formu kullanılmıştır. Yüz yüze anket yönteminin tercih edilmesinin nedeni cevaplama oranının yüksek olması ve çok soru sorabilmeye imkân vermesidir. Ankete baslarken bir eleme sorusu ile “internet bankacılığı kullanıyor musunuz?” sorusuna olumlu yanıt verenlere anket uygulanmıştır.

İnternet Bankacılığında yararlanma düzeylerine ilişkin araştırmamızda, mevcut durumu belirlemek üzere tanımlayıcı araştırma modeli kullanılmıştır.

Tanımlayıcı araştırmanın temel amacı ana kütlenin özelliklerini tanımlamaktır (Zikmund, 1999: 42). Pazara ilişkin özelliklerin ortaya konmasında yararlanan araştırma türü olan tanımlayıcı araştırma, müşteri profilini ortaya koyar ama neden bu müşterilerin işletmenin müşterisi olduğunu araştırmaz. Daha çok, belirli bir grubun yaş, eğitim düzeyi, mesleği, gelir düzeyi gibi özelliklerini tanımlamaya çalışır (Kaya, 2008: 169).

Tanımlayıcı araştırma türü olarak iki temel araştırma biçimi vardır. Bunlar kesitsel ve zaman içinde yinelenen araştırmadır. Kesitsel araştırmada örnek elemanlar belirli bir zaman diliminde ölçülür. Ölçüm, belirli bir araştırma anına ait bilgileri verir. Bu modelde gözlem, analiz ve anket yöntemleri kullanılmaktadır.

Gözlem yöntemi, ortalamalar ve yüzdelerle ifade edilir. İnsanların gözlenerek araştırılmasıdır. Analiz yönteminde belirli grupların incelenmesi, yorumlanması ve problemin çözülmesi söz konusudur. Anket yöntemi ise derinliğine faktörler arası ilişkilerin belirlenmesine yöneliktir (Kaya, 2008: 169).

Bu çalışmada, kesitsel araştırma yöntemlerinden yararlanarak veriler birincil kaynaklardan elde edilmiştir. Birincil veriler, araştırmacının problemi çözmek için doğrudan ulaşmaya çalıştığı kişi ve kurumlardır. Araştırmada internet bankacılığı kullanan kamu çalışanlarına anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. İnternet bankacılığı kullanan kamu çalışanlarından ana kütleyi temsil edebilecek örnek kütleye, anket yöntemi uygulanması benimsenmiştir.

Anket formunda yer alan çoktan seçmeli sorular, internet bankacılığı kullanan müşterilerin kolayca cevaplayabileceği şekilde hazırlanmıştır. Anket iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde, internet bankacılığı kullanıcılarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı kullanımına ilişkin 17 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise kamu çalışanlarının internet bankacılığından yararlanırken tercih nedenlerini belirlemeye yönelik 36 yargı bulunmaktadır. İnternet bankacılığı kullanım düzeylerini etkileyen faktörleri tespit etmeye yönelik yargılar beşli Likert tipi ölçeğe göre hazırlanmıştır.

| Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
|----------------------------|--------------|------------|-------------|---------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Şekil 3.1: Araştırma yargılarının ölçeği.

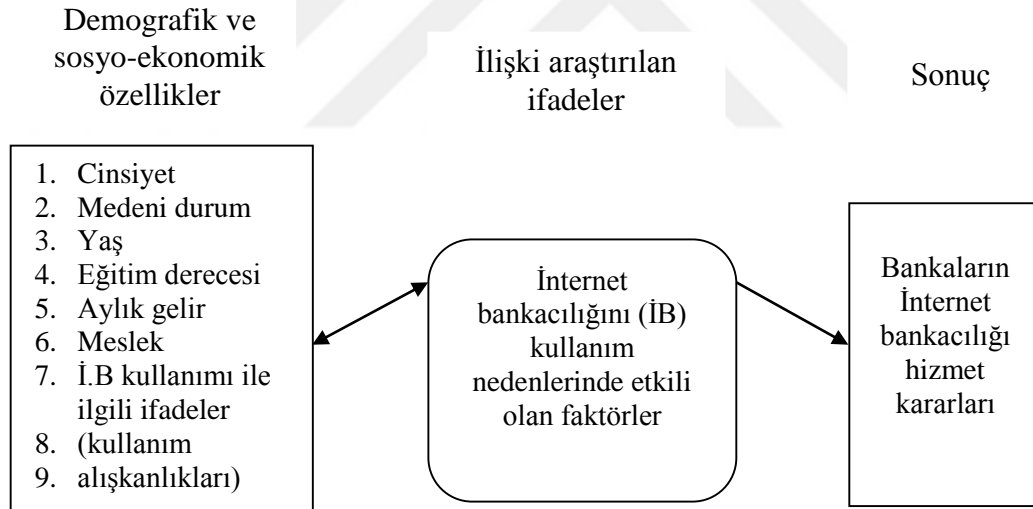
Kamu çalışanlarına anketler uygulandıktan sonra değerlendirilmek üzere edit edilen veriler kodlama sürecine girmiştir. Kodlama katılımcılardan alınan yanıtların analiz edilebilmesi için numerik değerlere dönüştürülebilmesi işlemidir. Kodlama aşamasında verilen her cevaba sayısal bir kimlik verilir (Zikmund, 1999: 116). Araştırmada kullanılan anket formu Ek 1’de verilmiştir.

3.3 Araştırma Modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan modelde, değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkiler doğrultusunda bulgular ile ilgili tanımlamalar yapılmıştır, bu bulgulardan hareketle önerilerde bulunulmuştur.

Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile internet bankacılığının yapısı ve sunulan hizmetlerden oluşan bağımlı değişkenler kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihine ve kullanımına etki etmektedir. Bunun sonucu olarak da bankaların internet bankacılığında verecekleri hizmetler ve müşterilerine sunacakları hizmetleri (pazarlama karması kararlarını) etkiler.

Araştırmada tanımlayıcı model kullanılmıştır. Şekil 3.2'deki modelde görüldüğü gibi demografik özellikler ile H₀₁ internet bankacılığının kullanım nedenleri arasındaki ilişki ve sonuç, kullanım alışkanlıkları ile H₀₂ internet bankacılığı kullanım nedenleri arasındaki ilişki ve sonuç irdelenmektedir.



Şekil 3.2: Araştırma Modeli.

Araştırmada, demografik ve sosyo-ekonomik özellikler internet bankacılığının yapısı ve sunulan hizmetler ile kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihine etki edip etmediği istatistiki yöntemlerle test edilmiştir.

3.4 Araştırmanın Hipotezleri

Sosyal bilim dallarında bilimsel olarak test edilebilir hipotezlerin geliştirilmesi ve bunların araştırma sonuçları ile test edilmesi önem arz etmektedir (Kurtuluş, 1998: 7). Hipotez iki veya daha fazla ölçülebilir değişkenin birbiriyle ilişkisini belirleyen bir yargıdır (Churchill, 1999: 49). Araştırmada, kamu sektöründe çalışan bireysel kullanıcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığında yararlanma düzeyleri arasındaki ilişkiyi geliştirmeye yönelik olarak hipotezler yapılmıştır.

Toplum bilimi alanında üzerinde ayrıntılı olarak durulan konulardan biri olan tutum ve tercihleri etkileyen etmenlerin incelenmesinde önde gelen hipotezler, bireylerin yaşı, cinsiyet gibi demografik özellikleri ile sosyo-ekonomik statülerinin önemli açıklayıcı değişkenler oldukları öne sürmektedir.

Araştırmanın amaçları doğrultusunda kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercih nedenleri üzerine etki eden değişkenler bağımlı ve bağımsız değişken olarak iki grupta incelenmiştir. Birinci grubu demografik ve sosyo-ekonomik değişkenler (cinsiyet, yaş, gelir durumu gibi), ikinci grubu ise davranışsal değişkenler oluşturmuştur. Araştırmada kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımına yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla 36 yargı (bağımlı değişken) belirlenmiştir.

Araştırmanın hipotezleri çalışmanın amacına uygun olarak Tablo 3.1’de gösterildiği gibi geliştirilmiştir.

Tablo 3.1 Araştırmanın hipotezleri.

| No | | HİPOTEZLER |
|----|----------------|---|
| 1 | H ₀ | Kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım nedenlerinde etkili olan faktörler ile kamu sektöründe çalışanların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri arasında ilişki yoktur. |
| | H ₁ | Kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım nedenlerinde etkili olan faktörler ile kamu sektöründe çalışanların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri arasında ilişki vardır. |
| 2 | H ₀ | Kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım nedenlerinde etkili olan faktörler ile kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım alışkanlıkları arasında ilişki yoktur. |
| | H ₁ | Kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım nedenlerinde etkili olan faktörler ile kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım alışkanlıkları arasında ilişki vardır. |

3.5 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmacılar genellikle %5'lik bir belirlilik (certainty) düzeyinde çalışırlar. Bunun anlamı şudur: eğer örnek kütleniz 100 kere seçilmiş olsa, bunlardan en az 95 tanesi evrenin özelliklerini temsil edecek güce sahiptir. Akademisyenlerce yaygın kabul gören aşağıdaki kuralların dikkate alınması, örnekleme konusunda hata riskini azaltacaktır.

- 30'dan büyük 500'den küçük örnek büyüklükleri bir çok araştırma için yeterlidir.
- Örneklerin alt gruplara (eğitim, yaş, cinsiyet, statü, mevki vb.) ayrılması durumunda her kategorinin örnek büyüklüğünün en az 30 olması gerekir.
- Regresyon dahil, bir çok multivariate analiz için örnek büyüklüğünün çalışmada kullanılan değişken sayısının birkaç katı (tercihen en az 10 katı veya daha fazla) olmasına dikkat edilmelidir.
- İnceleme türü araştırmalarda daha küçük örnek boyutları yeterli iken tanımlayıcı araştırmalarda örnek boyutunun yeterince büyük olması gerekmektedir.
- Dağıtılacak anket sayısının hesaplanmasında hem incelenen olgunun evrende karşılaşılma oranını hem de deneklerin cevap verme oranını mutlaka dikkate almak gerekir (Altunışık v.d., 2012: 127-128).

Tablo 3.2: Örneklem büyüklüğünü seçme tablosu (Altunışık v.d., 2012: 127-128).

| N | S | N | S | N | S | N | S |
|-----|-----|------|-----|------|-----|------------|-----|
| 10 | 10 | 190 | 127 | 1100 | 285 | 5,000 | 357 |
| 20 | 19 | 200 | 132 | 1200 | 291 | 6,000 | 361 |
| 30 | 28 | 250 | 152 | 1300 | 297 | 7,000 | 364 |
| 40 | 36 | 300 | 169 | 1400 | 302 | 8,000 | 367 |
| 50 | 44 | 350 | 185 | 1500 | 306 | 9,000 | 368 |
| 60 | 52 | 400 | 196 | 1600 | 310 | 10,000 | 370 |
| 70 | 59 | 450 | 212 | 1700 | 313 | 15,000 | 375 |
| 80 | 66 | 500 | 217 | 1800 | 317 | 20,000 | 377 |
| 90 | 73 | 550 | 226 | 1900 | 320 | 30,000 | 379 |
| 100 | 80 | 600 | 234 | 2000 | 322 | 40,000 | 380 |
| 110 | 86 | 650 | 242 | 2200 | 327 | 50,000 | 381 |
| 120 | 92 | 700 | 248 | 2400 | 331 | 75,000 | 382 |
| 130 | 97 | 750 | 254 | 2600 | 335 | 100,000 | 384 |
| 140 | 103 | 800 | 260 | 2800 | 338 | 1,000,000 | 384 |
| 150 | 108 | 850 | 265 | 3000 | 341 | 10,000,000 | 384 |
| 160 | 113 | 900 | 269 | 3500 | 346 | | |
| 170 | 118 | 950 | 274 | 4000 | 351 | | |
| 180 | 123 | 1000 | 278 | 4500 | 354 | | |

Bu araştırmada 402 kişi ile yapılmıştır. Tablo 3.2'e göre 402 kişi ile yapılan anketten elde edilen sonuçlar 10.000.000'luk bir evrene teşmil edilebilir.

Evren araştırmacı tarafından araştırılan bireyler, işletmeler, pazarlar, ürün ve hizmetler vb. gruplardan oluşur (Gegez, 2005: 32).

Tablo 3.3: Kamu personelinin yıllara göre dağılımı. (www.dpb.gov.tr, Erişim Tarihi: 26.12.14).

| Yıllar | Memur | Hakimlik Savcılık | ğretim Elemanları | Sözleşmeli Personel | Geçici Personel | İşçi | Toplam |
|--------|-----------|-------------------|--------------------|---------------------|-----------------|---------|-----------|
| 2003 | 1.603.358 | 10.377 | 78.156 | 157.157 | | 338.551 | 2.187.599 |
| 2004 | 1.582.324 | 10.069 | 79.655 | 131.914 | | 333.201 | 2.137.163 |
| 2005 | 1.595.687 | 10.164 | 80.568 | 135.405 | | 280.093 | 2.101.917 |
| 2006 | 1.600.314 | 10.294 | 84.403 | 134.485 | | 209.752 | 2.039.248 |
| 2007 | 1.620.235 | 11.629 | 85.131 | 188.875 | | 209.110 | 2.114.980 |
| 2008 | 1.628.888 | 12.043 | 85.264 | 220.461 | 16.336 | 206.556 | 2.169.548 |
| 2009 | 1.671.410 | 12.546 | 91.693 | 271.915 | 16.989 | 214.522 | 2.279.075 |
| 2010 | 1.672.001 | 12.710 | 96.075 | 252.454 | 18.481 | 220.087 | 2.271.808 |
| 2011 | 1.676.442 | 13.180 | 101.235 | 260.231 | 21.872 | 146.453 | 2.219.413 |
| 2012 | 2.061.349 | 13.566 | 107.996 | 135.278 | 20.897 | 149.501 | 2.488.587 |
| 2013 | 2.149.254 | 14.733 | 114.776 | 148.513 | 22.772 | 159.279 | 2.609.327 |
| 2014 | 2.247.525 | 15.656 | 121.443 | 91.489 | 23.666 | 155.514 | 2.655.293 |

Tablo 3.3'de grldğu gibi Türkiye kamu istihdam sayısı 2.655.293 kişidir. Araştırmamızın evreni, Bolu ilinde çalışan kamu personelleridir.

Tablo 3.4: Bolu ili itibariyle kamu personelinin yıllara göre sayısal dağılımı. (www.dpb.gov.tr, Erişim Tarihi: 26.12.14).

| Yıllar | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| BOLU | 11.276 | 11.563 | 13.025 | 13.530 | 13.999 |

Örnekleme, hedef alınan ana kütleyi temsil etmek üzere araştırmanın evreninden seçilen bireyler ve objeler grubundan oluşur. Yani, üzerinde araştırma yapılan subjelerin tamamını incelemek yerine, onları temsil edebilecek bir örnek kütle üzerinde çalışılır. Bu bağlamda örnekleme, bir ana kütleye ait küçük bir kısım (rneklem) incelenerek bütün ana kütle hakkında yargıya varılmasını sağlayan bir

süreçtir (Gegez, 2005: 185). Araştırmada, 402 kişi tüm kamu personelinden rassal şekilde seçilmiştir.

3.6 Veri Toplama İşlemi

Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılacağı zaman, hazırlanan soruların bir pilot çalışmayla öncelikle belirli sayıda cevaplayıcı üzerinde denenmesi, anlaşılmayan veya gereksiz olduğu ortaya çıkan soruların tekrar düzeltilmesi, ankettten çıkartılması veya yeni soruların ilave edilmesi araştırmaya fayda sağlayabilmektedir (Gegez, 2005: 32). Bu nedenle tezin uygulama bölümünde kullanılacak olan ölçeklerin cevaplayıcılar tarafından anlaşılabilir olduğunun görülmesi amacıyla ön çalışma yapılmıştır. Ön çalışmada, internet bankacılığı ile ilgili sorularda ve soruların şıklarında bir anlaşılmazlığa meydan vermemek için tesadüfi örnekleme ile seçilen 12 kamu çalışanına anket uygulanmış ve anket formunun anlaşılabilirliği test edilerek ankete son şekli verilmiştir. İnternet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri tespit etmeye yarayan 36 yargı ile 17 sorudan (demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ve internet bankacılığı kullanımına ait) oluşan anket formu iki sayfadan ibaret olup yaklaşık 10 dakikada yanıtlanabilmektedir.

Anket uygulama esnasında cevaplayıcılar için anlaşılmayan hususlar bizzat açıklanmıştır. Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak için anketler o esnada incelenmiş ve boş bırakılan soruların yanıtlanması istenmiştir. Yanıtların doğruluğundan şüpheye düşülen bazı anketler uygulamaya alınmamıştır.

3.7 Veri Analizi

Elde edilen anket formları daha sonra SPSS (Statistical Packet for Social Science) (2003) paket programında değerlendirilmek üzere kodlanmış ve bilgisayar ortamında bir veri tabanı oluşturulmuştur. Oluşturulan bu veri tabanı ile istatistiksel değerlendirmeler yapıp elde edilen bulgular üzerinden sonuçlar ve önerilerde bulunulmuştur.

Veriler istatistiksel yöntemler ile %95 anlamlılık seviyesinde değerlendirilerek açıklanmıştır. Verilerin analizinde izlenecek asamalar ise Tablo 3.5’de özetlenmiştir.

Tablo 3.5: Verilerin analiz aşamaları.

| Aşama | Yöntemi | Analiz Amacı |
|-------|--|--|
| 1 | Betimsel Analiz | Örneklemin özelliklerinin sayısal gösterimle özetlenmesi ve verilerin düzenlenebilmesi, |
| 2 | Faktör Analizi | Hazırlanan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini ölçmek, Çok sayıda değişkenden toplanan bilgiyi özetleyerek, en az bilgi kaybıyla, karma ve daha az sayıda yeni bir boyutlar seti oluşturmak, |
| 3 | t-testi | Ölçülen değişkenlerin her birinin orta değerden (nötr) ne yönde farklı olup olmadıklarının tespiti, |
| 4 | Korelasyon Analizi | Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü ölçmek, |
| 5 | t-testi, Varyans Analizi ve (Post Hoc) Testi | Bağımsız değişkenin bağımlı değişkenlere etkilerinin istatistiksel karşılaştırılmasının yapılması, Önemli farklılıkların, hangi gruplar arasında ortaya çıktığının belirlenebilmesi, |
| 6 | Kümeleme Analizi | Yargıların temel özellikleri dikkate alınarak onların gruplandırılması ve önem düzeylerini belirlemekten oluşmuştur. |

3.8 Araştırma Verilerinin Analizi ve Bulgular

3.8.1 Betimsel Analiz

3.8.1.1 Kamu çalışanları ile ilgili betimsel analiz

Tablo 3.6: Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri 1.

| Cinsiyet | | | |
|----------------------|-----------|---------|-------|
| | | Frekans | % |
| | Bay | 251 | 62,4 |
| | Bayan | 151 | 37,6 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| Medeni Hal | | | |
| | | Frekans | % |
| | Evli | 244 | 60,7 |
| | Bekâr | 158 | 39,3 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| Eşiniz çalışıyor mu? | | | |
| | | Frekans | % |
| | Evet | 130 | 32,3 |
| | Hayır | 114 | 28,4 |
| | Total | 244 | 60,7 |
| | Boş Yanıt | 158 | 39,3 |

Tablo 3.6 (devam): Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri 1.

| Yaşınız | | | |
|------------------|-------------|---------|-------|
| | | Frekans | % |
| | 18-25 | 65 | 16,2 |
| | 26-35 | 192 | 47,8 |
| | 36-45 | 101 | 25,1 |
| | 46-55 | 39 | 9,7 |
| | 56 ve üzeri | 5 | 1,2 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| Eğitim Durumunuz | | | |
| | | Frekans | % |
| | Lise | 66 | 16,4 |
| | Ön Lisans | 85 | 21,1 |
| | Lisans | 216 | 53,7 |
| | Lisans Üstü | 35 | 8,7 |
| | Total | 402 | 100,0 |

Ankete katılan kamu çalışanlarının % 62,4'ü erkek, % 37,6'sını kadınlar oluşturmaktadır. Her iki cinsiyet açısından evli olanların oranı % 60,7'dir. Her on katılımcıdan üçünün eşi çalışmaktadır. Kamu çalışanlarının en yoğun olduğu yaş grupları 26-35 ve 36-45'dir. 26-35 yaş arası çalışanların oranı % 47,8'dir. Yani yaklaşık olarak her iki çalışandan biri bu yaş aralığında bulunmaktadır. Yaklaşık olarak her iki kamu çalışanından birisi lisans mezunudur. Özellikle lisansüstü eğitimi olan çalışanların azlığı dikkat çekmektedir (% 8.7).

Tablo 3.7: Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri 2.

| Aylık Geliriniz | | | |
|-----------------|-------------------------|---------|-------|
| | | Frekans | % |
| | 1000 TL ve altı | 14 | 3,5 |
| | 1001-2000 TL | 67 | 16,7 |
| | 2001-3000 TL | 256 | 63,7 |
| | 3001-4000 TL | 49 | 12,2 |
| | 4001-5000 TL | 8 | 2,0 |
| | 5000 TL ve üzeri | 8 | 2,0 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| İşiniz | | | |
| | | Frekans | % |
| | Sağlık | 89 | 22,1 |
| | Eğitim | 149 | 37,1 |
| | Adalet Bakanlığı | 33 | 8,2 |
| | İç işleri | 58 | 14,4 |
| | Maliye ve Vergi dairesi | 18 | 4,5 |
| | Diğer | 55 | 13,7 |
| | Total | 402 | 100,0 |

Ankete katılan kamu çalışanlarının aylık gelirlerine bakıldığında, en büyük dilimi 2001-3000 TL arasında gelir elde edenler (%63,7) oluşturmaktadır.

Çalışanların iş yerlerine bakıldığında ise ana yığılma birimlerinin Eğitim (%37,1), Sağlık (%22,1) ve İçişleri Bakanlığının (%14,4) olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8: İnternet bankacılığının genel görüşü ile ilgili bilgiler.

| İnternet bankacılığı kullanmaktan memnun musunuz? | | | |
|---|----------------------|---------|-------|
| | | Frekans | % |
| | Evet | 374 | 93,0 |
| | Hayır | 28 | 7,0 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| İnternet bankasına giriş sıklığınız nedir? | | | |
| | | Frekans | % |
| | Her gün | 33 | 8,2 |
| | Haftada 1 | 83 | 20,6 |
| | Haftada bir kaç kere | 98 | 24,4 |
| | Ayda 1 | 45 | 11,2 |
| | Ayda bir kaç kere | 67 | 16,7 |
| | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 18,9 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| Yaklaşık kaç yıldır internet bankacılığı kullanıyorsunuz? | | | |
| | | Frekans | % |
| | 1 yıldan az | 81 | 20,1 |
| | 1-3 yıl arası | 169 | 42,0 |
| | 3-6 yıl arası | 96 | 23,9 |
| | 6-10 yıl arası | 46 | 11,4 |
| | 10 yıl üstü | 10 | 2,5 |
| Kaç tane bankanın internet bankacılığı hizmetini kullanıyorsunuz? | | | |
| | | Frekans | % |
| | 1 | 175 | 43,5 |
| | 2 | 149 | 37,1 |
| | 3 | 61 | 15,2 |
| | 4 | 10 | 2,5 |
| | 5 ve üzeri | 7 | 1,7 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| İnternet bankacılığı kullanmak riskli midir? | | | |
| | | Frekans | % |
| | Evet | 53 | 13,2 |
| | Hayır | 137 | 34,1 |
| | Kısmen | 212 | 52,7 |

Tablo 3.8 (devam): İnternet bankacılığının genel görüşü ile ilgili bilgiler.

| İnternet bankanıza daha çok nereden erişim sağlarsınız? | | | |
|---|--------------------------------------|---------|-------|
| | | Frekans | % |
| | Evden | 120 | 29,9 |
| | İşten | 71 | 17,7 |
| | Mobil | 77 | 19,2 |
| | Tümü | 134 | 33,3 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| İnternet bankacılığı kullanım tercihinize etki eden faktör nedir? | | | |
| | | Frekans | % |
| | Kendi müracaatım | 226 | 56,2 |
| | Tavsiye sonucu | 79 | 19,7 |
| | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 21,6 |
| | Basın/yayın reklamları | 10 | 2,5 |
| | Total | 402 | 100,0 |
| En fazla kullandığınız internet bankası hangisidir? | | | |
| | | Frekans | % |
| | Garanti | 121 | 30,1 |
| | Ziraat | 83 | 20,6 |
| | Halkbank | 67 | 16,7 |
| | İş bankası | 65 | 16,2 |
| | Vakıfbank | 31 | 7,7 |
| | Akbank | 19 | 4,7 |
| | Yapı kredi | 7 | 1,7 |
| | Finansbank | 6 | 1,5 |
| | Denizbank | 1 | ,2 |
| | HSBC | 1 | ,2 |
| | TEB | 1 | ,2 |
| | İNG | 1 | 2 |
| | Total | 402 | 100,0 |

Katılımcıların neredeyse tamamı internet bankacılığını kullanmaktan memnundurlar (% 93). Memnun olmayanların oranı % 7'dir. İnternet bankasına giriş sıklığı açısından bakıldığında çalışanlar daha çok haftada birkaç kere (% 24,4) ve

haftada bir (% 20,6) internet bankacılığını kullanmaktadır. Katılımcıların % 42'si internet bankacılığını 1-3 yıl arasında kullanmaktadır. Her beş kişiden biri son bir yıl içinde internet bankacılığı ile tanışmaktadır (% 20,1).

Yaklaşık her on kişiden dördü sadece (% 43,5) sadece bir bankanın internet bankacılık hizmetini kullanmaktadır. İki tane bankanın internet bankacılık hizmetini kullananların oranı ise % 37,1'dir. İnternet bankacılığı kullanmak riskli midir? düşüncesine katılım açısından bakıldığında yaklaşık her on kişiden biri (% 13,2) internet bankacılığını riskli görmektedir. İnternet bankacılığına erişim noktaları açısından bakıldığında katılımcıların bütün erişim noktalarına aşinalığı % 33,3'tür. En az erişimin gerçekleştiği mekân ise iş yeridir (% 17,7).

Kendi müracaatı sonucu internet bankacılığı kullanımı katılımcılar arasında en yaygın olan faktördür (% 56,2). Yaklaşık her beş kişiden biri, (% 21,6) bankanın bilgilendirme faaliyetleri sonucu internet bankacılığını kullanmaya başladıklarını ifade etmektedir. İnternet bankacılığı en fazla kullanılan banka Garanti Bankasıdır (%30,1).

Tablo 3.9: İnternet bankacılığının kullanılma sebepleri.

| Soru 16: İnternet bankacılığımı en çok hangi işlemleri yapmak için kullanıyorsunuz? | | | |
|---|-----|--------|------------|
| İfadeler | N | % | Vaka oranı |
| Fatura ve ödemeler | 168 | 41,8% | 41,8% |
| EFT ve havale | 94 | 23,4% | 23,4% |
| Kredi kartı işlemleri | 69 | 17,2% | 17,2% |
| Hesap Kontrolleri ve bilgi edinme | 60 | 14,9% | 14,9% |
| Kredi işlemleri | 9 | 2,2% | 2,2% |
| Yatırım işlemleri (repo, döviz, fon vb.) | 2 | ,5% | ,5% |
| Toplam | 402 | 100,0% | 100,0% |

Katılımcılara birden fazla seçeneği tercih etme noktasında serbestlik tanınmıştır. Multiple Response olarak değerlendirilen birden fazla seçeneklere (Soru 17 ve 18) yönelik SPSS 18 de Multiple Response analizi yapılmıştır. Sonuçlara göre katılımcılar internet bankacılığını en çok fatura ve ödemeler için (% 41,8) ve EFT işlemleri (% 23,4) için kullanmaktadır. En az kullanım alanı ise yatırım işlemleridir. (% 0.5)

Tablo 3.10: İnternet bankacılığının tercih nedenleri.

| Soru 17: İnternet bankacılığı tercih nedeniniz? | | | |
|--|-----|-------|------------|
| İfadeler | N | % | Vaka Oranı |
| İnternet bankacılığını 7 gün 24 saat ulaşılabilirliği için tercih ediyorum | 213 | 53,1% | 53,1% |
| İnternet bankacılığını kolay işlem yapabilme için tercih ediyorum | 73 | 18,2% | 18,2% |
| İnternet bankacılığını zaman kazandırması için tercih ediyorum | 52 | 13,0% | 13,0% |
| İnternet bankacılığını hızlı olduğu için tercih ediyorum | 31 | 7,7% | 7,7% |
| İnternet bankacılığını işlem maliyeti azlığı için tercih ediyorum | 18 | 4,5% | 4,5% |
| İnternet bankacılığını güvenli olduğu için tercih ediyorum | 9 | 2,2% | 2,2% |
| İnternet bankacılığını kullanışlılığı için tercih ediyorum | 5 | 1,2% | 1,2% |
| Toplam | 402 | 100 | 100 |

İnternet bankacılığının tercih nedenleri açısından bakıldığında ise kullanıcılar 7 gün 24 saat ulaşılabilirliği en fazla önemsemiştir (% 53,1). İkinci ve üçüncü sırada ise, kolay işlem yapabilmeyi (%18,2) ve zaman tasarrufu (%13,0) gibi unsurlar oluşturmaktadır. En az tercih nedeni ise kullanışlılıktır (%1,2).

3.8.2 Faktör Analizi

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kleinbaum at all. 1998).

Çok sayıdaki değişkenin verilerine göre şekillenmesinden ibaret olan faktör analizinin amacı, verilerin yapısını tanımlamak, verileri özetlemek, sayılarını yönetilebilir ve üzerinde çalışılabilir, makul bir sayıya düşürmektir. Aşağıda belirtilen durumlarda faktör analizi uygulanabilir (Malhotra, 1996: 645).

- Değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayan faktörleri (boyutları) belirlemek (Örneğin, internet bankacılığı kullanan kamu çalışanlarının yaşam tarzlarını belirlemek için (araştırmada; 36 tane yargı, 17 tane soru) soru ya da ifade geliştirilmiştir.) ve bunlara verilen cevaplar itibarıyla değişkenler arasındaki bağıllığı, benzerlikleri ve yakınlıkları tanımlamak için,

- b) Az ya da çok ilişkinin olduğu çok sayıdaki değişkeni makul sayıya düşürerek, değişkenleri korelasyon, regresyon ve ayırma gibi bir sonraki analizde kullanmayı sağlamak için,
- c) Bu makul sayıya düşen az boyuttaki değişkenlere müşterek isimler yakıştırılarak, yanıtlayıcıların (gözlemlerin) eğilimini ölçmek için uygulanır.

Bu araştırmada açıklayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Kullanılan anket formunun faktör modeline uygun olup olmadığı konusunda karar verebilmek için, önce değişkenler arası korelasyon matrisi elde edilmiş ve Keiser Meyer Olkin'in (KMO) örnekleme yeterliliği ölçüsüne bakılmıştır. KMO'nun örnekleme yeterliliği ölçüsü = 0,855 ve Bartlett'in küresellik testi = 4499,686; serbestlik derecesi $df = 630$ ($p = 0,00001$) bulunmuştur. KMO (Kaiser-Mayer-Olkin) testi örnekleme yeterliliğini ölçmeye yarayan bir test olup, örneklem büyüklüğü ile ilgilenir. KMO testinde, gözlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğü karşılaştırılır. Bu testin değeri küçük çıkarsa, çift olarak değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisinin diğer değişkenler ile açıklanamayacağını gösterir. KMO'nun % 60'ın üzerinde olması arzulanır. Bu değerden daha düşük çıkarsa faktör analizine devam etmek doğru olmaz (Nakip, 2003: 409). Genel kabul görmüş KMO değerlerine göre, KMO değerinin 0,80'in üzerinde çıkması değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun çok iyi seviyede olduğunu gösterir (Sipahi v.d., 2006: 80). Analizler sonucunda elde edilen KMO sonucu veri grubunun faktör analizine uygun olduğunu ve geçerlilik açısından bir sorun teşkil etmediğini göstermektedir.

Çalışmada ayrıca örneklem büyüklüğünün analize uygun olup olmadığı da araştırılmıştır. Bu aşamada örneklem büyüklüğü faktör analizi için önemlidir. Olgu sayısı değişken sayısından fazla olmalıdır. Çalışmada 402 bireye ulaşılması bu şartı da sağlamaktadır.

Çalışmada çıkarımsal istatistik bazında verilere güvenilirlik analizi de uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan Likert tipi bir tutum ölçeğinde, güvenilirlik düzeyini saptamak için iç tutarlılığın bir ölçütü olan, Cronbach tarafından geliştirilen "Cronbach Alpha" katsayısı kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi sonucunda verilerin genel güvenilirlik değeri (Cronbach Alpha Katsayısı) 0.776 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç dikkate alındığında, Cronbach Alpha değeri 0,70'den büyük olduğu için kamu çalışanlarının internet

bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin tespiti için uygulanan ve 36 yargıdan oluşan anket güvenilir kabul edilmiştir. Güvenilirlik analizi bir ölçekte yer alan maddeler arasındaki iç tutarlılığı ölçmekte ve bu maddeler arasındaki ilişkiler hakkında bilgi sunmaktadır (Bayram, 2004: 127).

Değişkenler arasındaki korelasyon analizleri ileri sürülen ilişki hipotezlerin varyans analizleri ile test edilmesinden önce, “Kamu Çalışanlarının İnternet Bankacılığında Yararlanma Düzeylerini Etkileyen Faktörler” ölçeğinin yapı geçerliliği ve maddelerin faktör yapısını tespit etmek amacıyla faktör analizinde, temel bileşenlere ayırma yöntemi ve varimax dönüştürmesi uygulanmıştır. İki aşamadan oluşan faktör analizinin, birinci aşamasında öz değeri (eigenvalue) 1 ve daha fazla olan, toplam varyansın %60,041’ini açıklayan 10 faktör saptanmıştır. Fakat ölçek maddeleri içinde bazı maddelerin yüksek oranda (>0,50) birden fazla faktöre yüklenmesi nedeniyle ve faktör yükü 0,50’nin altında kalan ifadeler (2, 5, 6, 12, 15, 16, 18, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 35 no’lu yargılar) analiz dışında tutulmuştur. Tablo 3.11’de analiz dışında tutulan madde numaraları ve maddeleri yer almaktadır.

Tablo 3.11: Faktör analizi dışında tutulan yargılar.

| No | Yargılar |
|----|--|
| 2 | Bankamın internet hizmetinin içeriği ihtiyacım olan tüm bankacılık işlemlerime cevap veriyor. |
| 5 | İnternet bankacılığında hizmet ücretinin düşük olması tercih nedenimdir. |
| 6 | Bankaların sunduğu internet bankacılığı hizmetiyle yapabileceklerim hakkında yeterli bilgim vardır. |
| 12 | Şube, ATM vb. bankacılık hizmetleri yerine internet bankacılığı tercih etmenin maliyeti daha azdır. |
| 15 | İnternet bankacılığına kayıt olmak için şifre alma işlemleri zordur ve uzun sürmektedir. |
| 16 | Bankanın internet bankacılığı hakkındaki güncel bilgilerini ve haberleri sosyal medya aracılığıyla duyurması önemlidir. |
| 18 | İnternet bankacılığı kullanmak kolaydır. |
| 21 | Bankalar internet bankalarında güvenlik sistemini daha fazla geliştirmeli ve güvenlik unsuruna daha çok önem vermelidir. |
| 22 | İnternet bankacılığında giriş güvenliği için kullanılan anlık SMS şifresi yöntemi güvenilirdir. |
| 25 | Bankalar internet bankacılığı konusunda bilgi verici ve yönlendiricidir. |
| 26 | İnternet bankacılığı ile işlemleri görerek ve seçerek bankacılık işlemlerimden daha çok verim alıyorum. |
| 27 | İnternet bankamın web sitesinin açık anlaşılır ve pratik kullanımlı olması önemlidir. |
| 28 | Bankaların internet bankacılığı hizmetleri arasında büyük farklar olmadığını düşünüyorum. |
| 30 | İnternet bankacılığı kullanmak kendimi ayrıcalıklı hissettirir. |
| 31 | Mobil bankacılık uygulamaları internet bankacılığını tercih etmemde önemli bir etkendir. |
| 35 | İnternet bankacılığında mobil imza ile giriş yapmak memnuniyeti arttıracaktır. |

Kalan yargılara uygulanan ikinci faktör analizi sonrasında Tablo 3.12’de görüldüğü gibi maddelerin yüklenme değerleri 0,50’nin ve özdeğeri 1’den fazla olan toplam varyansın %62,05’ini açıklayan anlamlı 6 boyut (faktör) elde edilmiştir. Faktör analizi bulgularında; KMO örneklem yeterliliği 0.831, Barlett’s testi 2328,426; df 190 ve $p < 0,0001$ sonuçları elde edilmiştir. Varimax dönüşümü sonuçlarına göre gruplanan sorular, alınan cevaplara göre birleştirilerek güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen faktörlerin faktör yükleri, öz değerleri, varyans yüzdeleri ve Cronbach’s Alpha katsayıları Tablo 3.12’de verilmiştir.

Tablo 3.12: Kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin sorular.

| FAKTÖRLER | Faktör yükleri | Öz değer | Varyans% | Alpha Katsayısı |
|--|----------------|----------|----------|-----------------|
| FAKTÖR 1: İnternet bankacılığının faydaları | | 3,347 | 16,736 | 0,844 |
| İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır. | 0,826 | | | |
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır. | 0,797 | | | |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir. | 0,748 | | | |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar. | 0,702 | | | |
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir. | 0,593 | | | |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır. | 0,563 | | | |
| FAKTÖR 2: İnternet bankacılığının yaygınlaşması | | 2,368 | 11,839 | 0,768 |
| İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. | 0,818 | | | |
| İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır. | 0,769 | | | |
| İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim. | 0,715 | | | |
| FAKTÖR 3: İnternet bankacılığında riskler | | 2,165 | 10,823 | 0,672 |
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşıyorum. | 0,696 | | | |
| İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım. | 0,673 | | | |
| Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım. | 0,650 | | | |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder. | 0,567 | | | |
| İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim. | 0,562 | | | |

Tablo 3.12 (devam): Kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler ölçeğine ilişkin sorular.

| | | | | |
|---|-------|--------|-------|-------|
| FAKTÖR 4: İnternet bankacılığında itibar | | 1,598 | 7,991 | 0,530 |
| Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir. | 0,783 | | | |
| İnternet bankacılığı kullanmak bankacılık işlem performansımı artırır. | 0,712 | | | |
| FAKTÖR 5: İnternet bankacılığında güvenlik | | 1,595 | 7,977 | 0,703 |
| İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum. | 0,841 | | | |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum. | 0,839 | | | |
| FAKTÖR 6: İnternet bankacılığında tutundurma | | 1,328 | 6,640 | 0,438 |
| İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu. | 0,791 | | | |
| İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecektir. | 0,762 | | | |
| Açıklanan toplam varyans | | 62,005 | | |
| Verimax rotasyonlu temel bileşenler faktör analizi: Alfa Katsayısı: 0,782 KMO Örnekleme Yeterliliği (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy): 0,831 Bartlett's Test of Sphericity: 2328,426, $p < 0,00001$ | | | | |

3.8.2.1 Faktör analizi bulguları

Faktör analizinin en önemli aşamalarından biri de faktör sayısına karar vermektir. Faktör sayısına karar vermede farklı yöntemler olmakla beraber sıklıkla kullanılan Kaisers' ölçütü ve özdeğer grafiği (Scree plot) yöntemleridir. Kaisers' ölçütüne göre özdeğeri (eigenvalue) 1.00'a eşit veya daha büyük olan faktörler analizde kalır (Howard and Tinsley, 1987: 414-424). Çalışmada ortaya çıkan boyutlar ve bunların içerdiği alt değişkenler incelendiğinde araştırmaya katılan kamu çalışanlarının internet bankacılığını kullanmalarına ilişkin temel özellikler özdeğeri 1.00' den büyük 6 başlık (faktör) altında toplanmıştır.

Tablo 3.12 incelendiğinde ölçeğin 6 faktörlü bir yapısının olduğu, ilk faktörün toplam açıklanan varyansın %16,736'sını tek başına açıkladığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu 6 faktör, toplam değişkenliğin %62,005'ini açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda faktör yükü 0.50'nin altında olan cümleler ile modelin yapısını bozan ve toplam korelasyonu düşük olan 16 madde araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Maddelerin faktör yükleri 0,562 ile 0,841 arasında değişmektedir. Ortaya çıkan

faktör yüklerine ve aynı faktör altındaki anlamlarına göre değişkenler 20 gösterge ve 6 faktör olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu faktörler;

Faktör 1: İnternet bankacılığının faydaları (Ortalama: 4,3578): Kendi içinde 0,844 güvenilirliğe sahip bu faktör (Cronbach's Alpha) yüksek güvenilirliğe sahiptir ve açıklanan varyansın %16,736'sını tek başına açıklayabilmektedir. Faktör 1 altı farklı değişkenle açıklanmaktadır. Faktör 1'de yer alan değişkenler katılımcıların internet bankacılığından yararlanmaları sonucunda elde ettikleri faydaları açıklayan yargılardan oluşmaktadır. Faktör 1'e en büyük katkıyı "İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır." yargısı faktör yükü 0,826 ile sağlamaktadır. Faktöre katkı sağlayan diğer değişkenler sırasıyla "İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır." değişkeni (Faktör yükü 0,797); "Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir." değişkeni (Faktör yükü 0,748); "İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar." değişkeni (Faktör yükü 0,702); "İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir." değişkeni (Faktör yükü 0,593); ve "İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır." değişkenidir (Faktör yükü 0,563). Faktör 1'e ait yargıların faktör yükleri 0,826 ile 0,563 arasında değişmekte ve hepsinin de 0,50'den yüksek olduğu görülmektedir.

Faktör 2: İnternet bankacılığının yaygınlaşması (Ortalama 4,1144): Faktör 2 kendi içinde 0,768 güvenilirliğe sahiptir (Cronbach's Alpha) ve oldukça güvenilir bir yapıdadır. Faktör 2 açıklanan varyansın %11,839'unu tek başına açıklayabilmektedir. Faktör 2 üç farklı yargıdan oluşmuştur. Bu yargılar daha çok internet bankacılığının yaygınlaşması ile ilgili yargılardır. "İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır." yargısı Faktör 2'ye 0,818 faktör yükü ile en yüksek katkı yapan değişken olmaktadır. Faktör 2'ye katkı yapan diğer değişkenler sırasıyla "İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır." değişkeni (Faktör yükü: 0,769) ve "İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim." değişkenidir (Faktör yükü: 0,715). Faktör 2'de yer alan yargıların hepsinin faktör yükü 0,50'ni, n üzerindedir ve 0,818 ile 0,715 arasında değişmektedir.

Faktör 3: İnternet bankacılığında riskler (Ortalama: 2,7413): Faktör 3'ün kendi içindeki güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,672'dir ve oldukça güvenilir düzeydedir.

Faktör 3 açıklanan varyansın %10,823'ünü tek başına açıklayabilecek bir yapıya sahiptir. Faktör 3 beş farklı yargıdan oluşmaktadır ve daha çok internet bankacılığı kullanımında karşılaşılabilecek riskleri içeren yargılardan meydana gelmektedir. Bu faktör içinde yer alan yargılar içinde yer alan “İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşıyorum.” yargısı Faktör 3'e 0,696 faktör yükü ile en yüksek katkıyı yapan yargı olmaktadır. Faktör 3 içinde yer alan diğer yargıların faktör yükleri 0,696 ile 0,562 arasında değişmekte ve hepsinin de 0,50'den daha fazla olduğu görülmektedir. Faktör 3'e katkı yapan diğer değişkenler sırasıyla “İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım.” değişkeni (Faktör yükü: 0,673), “Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım.” değişkeni (Faktör yükü: 0,650), “Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder.” değişkeni (Faktör yükü: 0,567) ve “İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim.” değişkeni (Faktör yükü: 0,562) yer almaktadır.

Faktör 4: İnternet bankacılığında itibar (Ortalama: 3,8246): Faktör 4'ün kendi içindeki güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,530'dur ve güvenilirliği biraz düşük düzeydedir. Faktör 4 açıklanan varyansın %7,991'ini tek başına açıklayabilecek bir yapıdadır. Faktör 4 içerisinde 2 yargı yer almaktadır ve bu yargılar internet bankacılığında bankacılık itibarı ile ilgili yargıları içermektedir. Faktör 4 içerisinde “Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir.” değişkeni (Faktör yükü: 0,783) ile “İnternet bankacılığı kullanmak bankacılık işlem performansımı artırır.” değişkeni (Faktör yükü: 0,712) yer almaktadır. Bu iki değişkenin faktör yükleri 0,783 ve 0,712'dir ve her ikisi de 0,50'nin üzerinde hesaplanmıştır.

Faktör 5: İnternet bankacılığında güvenlik (Ortalama: 2,9441): Bu faktör içerisinde internet bankacılığında müşterilerce büyük önem arz eden güvenlik algısı ön plana çıkmaktadır. Faktör 5'in kendi içinde güvenilirliği (Cronbach's Alpha) 0,703'dür. Bu hali ile Faktör 5 oldukça güvenilir bir yapıdadır. Faktör 5 iki yargı ile açıklanan varyansın %7,977'sini tek başına açıklayabilmektedir. Faktör 5 içerisinde yer alan iki yargı ve faktör yükleri “İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum.” değişkeni (Faktör yükü: 0,841) ve “İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından

güvensizlik duyuyorum.” değişkeni (Faktör yükü: 0,839) şeklindedir. Faktör 5 içerisinde yer alan iki faktörün de faktör yükü 0,50’nin üzerinde belirlenmiştir.

Faktör 6: İnternet bankacılığında tutundurma (Ortalama: 2,9739): Faktör 6’nın kendi içindeki güvenilirliği (Cronbach’s Alpha) 0,438’dir. Literatüre göre ölçek güvenilirliği düşük olsa bile güvenilir bir ölçek yapısındadır. Faktör 6 iki yargıdan oluşmaktadır ve daha çok müşteri ilişkileri ile ilgili tutundurma faaliyetlerini içermektedir. Faktör 6 iki yargı ile açıklanan varyansın %6,640’ını tek başına açıklayabilmektedir. Faktör 6 içerisinde yer alan iki yargı “İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu.” (Faktör yükü: 0,791) ve “İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümleyecektir.” (Faktör yükü: 0,762)’dir. Bu iki değişkenin faktör yükleri 0,791 ve 0,762’dir ve her ikisi de 0,50’nin üzerinde hesaplanmıştır.

3.8.3 Kamu Çalışanlarının İnternet Bankacılığı Tercihine Yönelik Tutumlarının Ortalama ve Standart Sapmaları

Kamu çalışanlarının internet bankacılığını kullanma nedenleri ile demografik ve sosyoekonomik özellikleri arasındaki farklılıkların tespiti amacıyla t-testi uygulanmıştır. Ankete katılan kamu çalışanları internet bankacılığı kullanırken, verilen bağımlı değişkenlere verdikleri önem düzeyini değerlendirmesinde 5’li Likert tipi ölçekten yararlanılmıştır. Elde edilen istatistiksel sonuçlar Tablo 3.13 ve Tablo 3.14’de gösterilmiştir.

Tablo 3.13: İnternet bankacılığı kullanırken kamu çalışanlarının yargılara verilen önem düzeyine ilişkin bulgular.

| YARGILAR | Standart sapma | Ort. | p |
|--|----------------|------|------|
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır | ,915 | 4,31 | ,000 |
| Bankamın internet hizmetinin içeriği ihtiyacım olan tüm bankacılık işlemlerime cevap veriyor | ,934 | 3,77 | ,060 |
| İ.B şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır | ,816 | 4,44 | ,000 |
| İ.B kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum | 1,07 | 2,86 | ,000 |
| İnternet bankacılığında hizmet ücretinin düşük olması tercih nedenimdir | ,995 | 3,90 | ,000 |
| Bankaların sunduğu internet bankacılığı hizmetiyle yapabileceklerim hakkında yeterli bilgim vardır | ,934 | 3,69 | ,818 |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir | ,714 | 4,38 | ,000 |

Tablo 3.13 (devam): İnternet bankacılığı kullanırken kamu çalışanlarının yargılara verilen önem düzeyine ilişkin bulgular.

| YARGILAR | Standart sapma | Ort. | p |
|--|----------------|------|------|
| Bankanın tanınırlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir | 1,12 | 3,82 | ,016 |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır | ,839 | 4,25 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar | ,736 | 4,45 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır | 1,05 | 3,83 | ,004 |
| Şube, Atm vb. bankacılık hizmetleri yerine internet bankacılığı tercih etmenin maliyeti daha azdır | ,843 | 4,18 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum | 1,089 | 3,02 | ,000 |
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir | 0,765 | 4,33 | ,000 |
| İnternet bankacılığına kayıt olmak için şifre alma işlemleri zordur ve uzun sürmektedir | 1,108 | 3,08 | ,000 |
| Bankanın internet bankacılığı hakkındaki güncel bilgilerini ve haberleri sosyal medya aracılığıyla duyurması önemlidir | 0,929 | 3,85 | ,000 |
| Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım | 1,159 | 2,68 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmak kolaydır | 0,866 | 3,97 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşıyorum | 1,152 | 3,18 | ,000 |
| İ.B kullanmakta tecrübeli değilim | 1,173 | 2,54 | ,000 |
| Bankalar İ.B’da güvenlik sistemini daha fazla geliştirmeli ve güvenlik unsuruna daha çok önem vermelidir | 0,84 | 4,25 | ,000 |
| İnternet bankacılığında giriş güvenliği için kullanılan anlık sms şifresi yöntemi güvenilirdir | 0,843 | 4,07 | ,000 |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder | 1,182 | 2,69 | ,000 |
| İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım | 1,103 | 2,61 | ,000 |
| Bankalar İ.B konusunda bilgi verici ve yönlendiricidir | 1,043 | 3,30 | ,000 |
| İ.B ile işlemleri görerek ve seçerek bankacılık işlemlerimden daha çok verim alıyorum | 0,803 | 3,91 | ,000 |
| İnternet bankamın web sitesinin açık anlaşılır ve pratik kullanımlı olması önemlidir | 0,753 | 4,39 | ,000 |
| Bankaların internet bankacılığı hizmetleri arasında büyük farklar olmadığını düşünüyorum | 1,021 | 3,49 | ,000 |
| İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim | 0,794 | 4,03 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmak kendimi ayrıcalıklı hissettirir | 1,191 | 3,26 | ,000 |
| Mobil bankacılık uygulamaları internet bankacılığını tercih etmemde önemli bir etkidir | 1,052 | 3,75 | ,196 |
| İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu | 1,106 | 2,80 | ,000 |
| İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümleyecektir | 1,111 | 3,15 | ,000 |
| İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır | 0,752 | 4,16 | ,000 |
| İnternet bankacılığında mobil imza ile giriş yapmak memnuniyeti arttıracaktır | 0,857 | 3,97 | ,000 |
| İ.B bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır | 0,804 | 4,15 | ,000 |

Tablo 3.14: Ankete katılan müşterilerin internet bankacılığı kullanımına yönelik tutumlarının ortalama ve standart sapmaları.

| YARGILAR | n | Ortalama | Standart Sapma | t | p |
|--|-----|----------|----------------|---------|-------|
| İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır | 402 | 4,44 | 0,816 | 20,925 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır | 402 | 4,31 | 0,915 | 15,874 | 0,000 |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir | 402 | 4,38 | 0,714 | 22,238 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar | 402 | 4,45 | 0,736 | 23,459 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir | 402 | 4,33 | 0,765 | 19,510 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır | 402 | 4,25 | 0,839 | 16,009 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır | 402 | 4,16 | 0,752 | 15,412 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır | 402 | 4,15 | 0,804 | 14,101 | 0,000 |
| İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim | 402 | 4,03 | 0,794 | 11,326 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşıyım | 402 | 3,18 | 1,152 | -6,959 | 0,000 |
| İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım | 402 | 2,61 | 1,103 | -17,718 | 0,000 |
| Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım | 402 | 2,68 | 1,159 | -15,565 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim | 402 | 2,54 | 1,173 | -17,805 | 0,000 |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder | 402 | 2,69 | 1,182 | -15,219 | 0,000 |
| Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir | 402 | 3,82 | 1,122 | 4,146 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır | 402 | 3,83 | 1,050 | 4,763 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum | 402 | 2,86 | 1,070 | -13,501 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum | 402 | 3,02 | 1,089 | -10,292 | 0,000 |
| İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu | 402 | 2,80 | 1,106 | -14,237 | 0,000 |
| İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecektir | 402 | 3,15 | 1,111 | -7,845 | 0,000 |
| Grup ortalaması | | 3,584 | | | |

3.8.3.1 İnternet bankacılığı kullanma nedenlerinin kamu çalışanları tarafından algılanma düzeyleri

Kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımına yönelik yargıların, ortalamalarının grup ortalaması olan 3,584'den istatistiki bakımından farklı olup olmadığını tespit etmek için t-testi uygulanmıştır. Tablo 3.15'de görüldüğü gibi t-testi sonuçlarına göre; 20 yargının hepsi $\alpha = 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Bu anlamlı çıkan yargıların 20'sinin genel ortalamaya göre farkının istatistiki bakımdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3.15: İnternet bankacılığı kullanma nedenlerinin kamu çalışanları tarafından algılanma düzeyleri.

| DEĞİŞKENLER | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|-------|
| İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır | | | | | |
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır | | | | | |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar | | | | | |
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir | | | | | |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır | | | | | |
| İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır | | | | | |
| İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşırım | | | | | |
| İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım | | | | | |
| Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim | | | | | |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder | | | | | |
| Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum | | | | | |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum | | | | | |
| İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu | | | | | |
| İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecektir | | | | | |
| Grup ortalaması | | | | | 3,584 |

Tablo 3.15’den görüldüğü üzere kamu çalışanlarının internet bankacılığını kullanma nedenlerinin algılanma düzeyleri içerisinde yer alan 20 değişkenden 11 tanesinin genel ortalama üzerinde, 9 tanesinin de genel ortalama altında ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar irdelendiğinde kamu çalışanlarının internet bankacılığını kullanma nedenleri arasında etkili olan yargıları Tablo 3.16’da gösterilmiştir.

Tablo 3.16: İnternet bankacılığı kullanımında önemli derecede etkili bulunan yargılar.

| YARGILAR | n | Ortalama | Standart sapma | t |
|---|-----|----------|----------------|--------|
| İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır | 402 | 4,44 | 0,816 | 20,925 |
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır | 402 | 4,31 | 0,915 | 15,874 |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir | 402 | 4,38 | 0,714 | 22,238 |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar | 402 | 4,45 | 0,736 | 23,459 |
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir | 402 | 4,33 | 0,765 | 19,510 |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır | 402 | 4,25 | 0,839 | 16,009 |
| İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır | 402 | 4,16 | 0,752 | 15,412 |
| İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır | 402 | 4,15 | 0,804 | 14,101 |
| İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim | 402 | 4,03 | 0,794 | 11,326 |
| Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir | 402 | 3,82 | 1,122 | 4,146 |
| İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır | 402 | 3,83 | 1,050 | 4,763 |

Yapılan analizler sonucunda internet bankacılığı kullanımında kamu çalışanları tarafından fark etmeyeceği ifade edilen yargı bulunmamaktadır.

Elde edilen bulgulara göre, kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımında önemli derecede etkili bulunmayan yargılar ise Tablo 3.17’de verilmiştir.

Tablo 3.17: İnternet bankacılığı kullanımında önemli derecede etkili bulunmayan yargılar.

| YARGILAR | n | Ortalama | Standart sapma | t |
|--|-----|----------|----------------|---------|
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşıırım | 402 | 3,18 | 1,152 | -6,959 |
| İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım | 402 | 2,61 | 1,103 | -17,718 |
| Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım | 402 | 2,68 | 1,159 | -15,565 |
| İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim | 402 | 2,54 | 1,173 | -17,805 |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder | 402 | 2,69 | 1,182 | -15,219 |
| İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum | 402 | 2,86 | 1,070 | -13,501 |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum | 402 | 3,02 | 1,089 | -10,292 |
| İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu | 402 | 2,80 | 1,106 | -14,237 |
| İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecektir | 402 | 3,15 | 1,111 | -7,845 |

3.8.4 Korelasyon Analizi

Korelasyon, istatistiksel anlamda iki veya daha fazla değişken arasında ilişki bulunup, bulunmadığı ilişki varsa bu ilişkinin derecesinin saptanması ve bu ilişkinin matematiksel olarak gösterilmesidir. Bundan anlaşılın, iki değişken arasında ilişkinin olması ve bu ilişkinin yeterince kuvvetli olmasıdır. Korelasyon katsayısı ± 1 'e yaklaştığı oranda değişkenler arasındaki ilişkiler güçlüdür. Katsayı 0'a yaklaştığı oranda değişkenler arasında zayıf ilişkiden söz edilebilir. Katsayı 0 ise ilişki yoktur. Korelasyon ilişkisi iki değişken arasında karşılıklı bağ olduğunu bu bağın gücünün ne olduğunu ve bunun yönünü, örneğin birinin artarken diğerinin azaldığını veya ikisinin birlikte arttığını anlatır. Ancak, hangisinin hangisini etkilediğini veya bunlara etki eden ortak bir etken olup olmadığı hakkında bize bilgi vermez (Ünsal, 2002: 64).

Bu bölümde, ankete katılan kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımını etkileyen unsurlarının boyutları (faktörleri) arasındaki ilişkiler Tablo 3.18’de verilmiştir.

Tablo 3.18: Kamu çalışanlarının internet bankacılığı ile ilgili düşüncelerinin boyutları arasındaki ilişki.

| Faktör | | faktör 1 | faktör2 | faktör3 | faktör4 | faktör5 | faktör6 |
|--------|-------------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | Correlation | 1 | ,509** | -,229** | ,296** | -,081 | -,065 |
| | p | | ,000 | ,000 | ,000 | ,104 | ,192 |
| 2 | Correlation | ,509** | 1 | -,262** | ,211** | -,146** | ,107* |
| | p | ,000 | | ,000 | ,000 | ,003 | ,032 |
| 3 | Correlation | -,229** | -,262** | 1 | -,059 | ,391** | ,159** |
| | p | ,000 | ,000 | | ,239 | ,000 | ,001 |
| 4 | Correlation | ,296** | ,211** | -,059 | 1 | -,084 | ,146** |
| | p | ,000 | ,000 | ,239 | | ,095 | ,003 |
| 5 | Correlation | -,081 | -,146** | ,391** | -,084 | 1 | ,028 |
| | p | ,104 | ,003 | ,000 | ,095 | | ,577 |
| 6 | Correlation | -,065 | | ,159** | ,146** | ,028 | 1 |
| | p | ,192 | ,032 | ,001 | ,003 | ,577 | |

İstatistiksel olarak anlamlı bulunan Pearson Correlation katsayıları * p< 0,005, **p< 0,001 ile belirtilmiştir. (n=402).

Tablo 3.18’e göre birinci faktör olan internet bankacılığı faydaları ile internet bankacılığının yaygınlaşması faktörleri arasında pozitif ve % 50 oranında kuvvetli ilişki bulunmaktadır. En zayıf ilişki ise internet bankacılığını tutundurma faktörü ile internet bankacılığının yaygınlaşması faktörleri arasında gerçekleşmiştir (pozitif çok zayıf bir ilişki vardır. Correlation 0,107 p değeri 0,032).

3.8.4.1 İnternet bankacılığının kullanımını etkileyen bağımlı değişkenler arasındaki ilişki

Araştırmada oluşturulan hipotezlerdeki değişkenlerin belirlenmesinde değişkenler arası ilişkileri (çapraz korelasyon katsayıları) açıklamak amacıyla Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Ölçeklerden alınan puanlar sürekli değişken olarak alınmıştır. Çapraz korelasyon analizine göre değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Değişkenler

arası korelasyonlara bakıldığında en yüksek korelasyonun; internet bankacılığının “hayatı kolaylaştıran bir girişim olması” ve “zamandan tasarruf sağlaması” yargısı arasında olduğu ($r=0,674$) tespit edilmiştir. İnternet bankacılığının “çalışan bireyler için ihtiyaç olması” ve “zamandan tasarruf sağlaması” yargısı arasında da kuvvetli pozitif bir ilişki ($r=0,624$) vardır. Diğer bir kuvvetli ilişki ise internet bankacılığını “çevredekilere tavsiye etme” ile “yaygınlaştırma” değişkenleri arasındadır (pozitif ve kuvvetli ilişki $r=0,606$). Yukardaki her üç ilişki, $p= 0,01$ anlamlılık düzeyindedir.

3.8.4.2 Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığını kullanımını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler

Bu bölümde ankete katılan kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığını kullanımını etkileyen bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Demografik ve sosyo-ekonomik özellikler ile internet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörler ve değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 3.19 ve Tablo 3.20’de verilmiştir.

Tablo 3.19: Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörler arasındaki ilişkiler.

| Faktör | | Cinsiyetiniz | Medeni haliniz | Eşiniz çalışıyor mu? | Yaşınız | Eğitim durumunuz | Aylık geliriniz | İşiniz |
|--|-------------|--------------|----------------|----------------------|---------|------------------|-----------------|--------|
| 1 | Correlation | ,076 | ,062 | -,182** | ,118* | ,165** | ,060 | -,063 |
| | p | ,131 | ,214 | ,004 | ,018 | ,001 | ,230 | ,210 |
| 2 | Correlation | ,088 | ,052 | -,220** | -,179** | ,039 | ,039 | -,054 |
| | p | ,079 | ,299 | ,001 | ,000 | ,433 | ,438 | ,277 |
| 3 | Correlation | ,013 | ,084 | ,109 | -,026 | -,156** | -,191** | -,059 |
| | p | ,801 | ,093 | ,091 | ,598 | ,002 | ,000 | ,238 |
| 4 | Correlation | ,100* | ,058 | -,039 | -,071 | ,159** | -,025 | -,032 |
| | p | ,044 | ,245 | ,546 | ,157 | ,001 | ,612 | ,517 |
| 5 | Correlation | ,030 | ,013 | -,013 | ,031 | -,048 | -,063 | -,034 |
| | p | ,554 | ,801 | ,839 | ,532 | ,341 | ,208 | ,502 |
| 6 | Correlation | ,000 | ,032 | -,088 | ,001 | -,058 | -,046 | ,018 |
| | | ,995 | ,518 | ,171 | ,982 | ,250 | ,355 | ,718 |
| İstatistiksel olarak anlamlı bulunan Pearson Correlation katsayıları * $p < 0,005$, ** $p < 0,001$ ile belirtilmiştir. (n=402). | | | | | | | | |

İnternet bankacılığının faydaları ile eşin çalışması, yaş grupları ve eğitim durumu ile ilişki bulunmaktadır. Eşin çalışması ve internet bankacılığının faydaları arasında negatif ve zayıf bir ilişki bulunmaktadır ($r = -0,182$). İnternet bankacılığının yaygınlaştırılması ile eşin çalışması ve yaş grupları arasında korelasyon tespit edilmiştir. Eşi çalışmayan kişilerde yaygınlık negatif olarak etkilenmektedir ($r = -0,220$). Eğitim durumu azaldıkça ve aylık gelir miktarı azaldığında ise internet bankacılığının riskleri zayıf bir şekilde artmaktadır. İnternet bankacılığında itibar ile eğitim durumu arasında pozitif zayıf bir ilişki bulunmaktadır ($r = 0,159$).

Tablo 3.20: Demografik ve sosyo-ekonomik özellikler ile internet bankacılığı kullanımını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler.

| Değişkenler | | Cinsiyetiniz | Medeni haliniz | Eşiniz çalışıyor mu? | Yaşınız | Eğitim durumunuz | Aylık geliriniz | İşiniz |
|--|---|--------------|----------------|----------------------|---------|------------------|-----------------|--------|
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır | r | ,042 | ,113* | -,203** | -,117* | ,158** | ,023 | -,093 |
| | P | ,404 | ,024 | ,001 | ,019 | ,002 | ,653 | ,062 |
| Bankamın internet hizmetinin içeriği ihtiyacım olan tüm bankacılık işlemlerime cevap veriyor | r | -,039 | ,003 | -,033 | ,032 | ,046 | ,076 | -,028 |
| | P | ,436 | ,952 | ,605 | ,520 | ,359 | ,128 | ,571 |
| İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır | r | -,017 | ,026 | -,177** | -,041 | ,131** | ,098* | ,003 |
| | P | ,730 | ,598 | ,005 | ,410 | ,008 | ,049 | ,953 |
| İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum | r | ,027 | ,003 | -,009 | ,004 | -,059 | -,101* | -,006 |
| | P | ,587 | ,953 | ,893 | ,932 | ,239 | ,044 | ,904 |
| İnternet bankacılığında hizmet ücretinin düşük olması tercih nedenimdir | r | -,003 | ,006 | -,035 | ,012 | ,045 | ,065 | -,061 |
| | P | ,951 | ,909 | ,591 | ,817 | ,372 | ,196 | ,219 |
| Bankaların sunduğu internet bankacılığı hizmetiyle yapabileceklerim hakkında yeterli bilgim vardır | r | -,041 | ,059 | -,107 | -,054 | ,101* | ,062 | ,022 |
| | P | ,414 | ,241 | ,096 | ,280 | ,043 | ,217 | ,654 |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir | r | ,031 | -,017 | -,082 | -,033 | ,126* | ,077 | -,030 |
| | P | ,537 | ,737 | ,199 | ,512 | ,011 | ,124 | ,545 |
| Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir | r | ,050 | ,028 | ,020 | -,038 | ,137** | -,054 | ,025 |
| | P | ,322 | ,580 | ,752 | ,452 | ,006 | ,281 | ,623 |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır | r | ,139** | ,054 | -,138* | -,131** | ,100* | ,005 | -,019 |
| | P | ,005 | ,279 | ,031 | ,008 | ,045 | ,913 | ,702 |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar | r | ,054 | ,025 | -,132* | -,114* | ,133** | ,035 | -,079 |
| | P | ,278 | ,614 | ,040 | ,022 | ,008 | ,479 | ,116 |
| İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır | r | ,118* | ,070 | -,087 | -,080 | ,125* | ,014 | -,082 |
| | P | ,018 | ,163 | ,173 | ,107 | ,012 | ,775 | ,103 |
| Şube, Atm vb. bankacılık hizmetleri yerine internet bankacılığı tercih etmenin maliyeti daha azdır | r | ,073 | -,020 | -,150* | ,003 | ,084 | ,050 | -,069 |
| | P | ,144 | ,690 | ,019 | ,953 | ,093 | ,316 | ,169 |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum | r | ,025 | ,019 | -,015 | ,050 | -,025 | -,011 | -,053 |
| | P | ,621 | ,703 | ,820 | ,315 | ,617 | ,832 | ,294 |

Tablo 3.20 (devam): Demografik ve sosyo-ekonomik özellikler ile internet bankacılığı kullanımını etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiler.

| | | | | | | | | |
|---|---|--------|--------|---------|---------|---------|---------|--------|
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir | r | ,090 | ,061 | -,104 | -,088 | ,093 | ,039 | -,062 |
| | P | ,071 | ,224 | ,104 | ,078 | ,062 | ,433 | ,216 |
| İnternet bankacılığına kayıt olmak için şifre alma işlemleri zordur ve uzun sürmektedir | r | ,003 | ,129** | ,072 | -,101* | -,078 | -,075 | ,008 |
| | P | ,955 | ,010 | ,260 | ,042 | ,118 | ,135 | ,880 |
| Bankanın internet bankacılığı hakkındaki güncel bilgilerini ve haberleri sosyal medya aracılığıyla duyurması önemlidir | r | ,066 | ,093 | -,075 | -,159** | ,038 | ,007 | -,013 |
| | P | ,187 | ,062 | ,242 | ,001 | ,443 | ,892 | ,789 |
| Bankacılık işlemlerini yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım | r | ,039 | ,092 | ,089 | -,053 | -,143** | -,122* | -,087 |
| | P | ,440 | ,065 | ,167 | ,288 | ,004 | ,015 | ,082 |
| İnternet bankacılığı kullanmak kolaydır | r | ,019 | ,008 | -,175** | -,081 | ,103* | ,114* | -,027 |
| | P | ,710 | ,876 | ,006 | ,103 | ,039 | ,022 | ,585 |
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşırım | r | ,046 | ,097 | ,084 | -,057 | -,046 | -,083 | -,059 |
| | P | ,362 | ,052 | ,189 | ,254 | ,356 | ,096 | ,238 |
| İ.B kullanmakta tecrübeli değilim | r | -,021 | -,046 | ,019 | ,019 | -,084 | -,189** | ,025 |
| | P | ,669 | ,353 | ,769 | ,704 | ,092 | ,000 | ,613 |
| Bankalar internet bankalarında güvenlik sistemini daha fazla geliştirmeli ve güvenlik unsuruna daha çok önem vermelidir | r | ,029 | -,001 | -,024 | -,074 | -,037 | -,133** | -,035 |
| | P | ,568 | ,991 | ,707 | ,136 | ,461 | ,007 | ,485 |
| İnternet bankacılığında giriş güvenliği için kullanılan anlık sms şifresi yöntemi güvenilirdir | r | ,037 | ,058 | -,097 | -,060 | -,010 | ,034 | ,003 |
| | P | ,456 | ,245 | ,131 | ,229 | ,845 | ,501 | ,946 |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder | r | ,036 | ,119* | ,124 | -,029 | -,093 | -,142** | -,086 |
| | P | ,469 | ,017 | ,054 | ,556 | ,064 | ,004 | ,084 |
| İ.B teknolojik yönüyle karmaşıktır | r | -,061 | ,013 | ,046 | ,036 | -,149** | -,088 | ,015 |
| | P | ,224 | ,802 | ,472 | ,471 | ,003 | ,077 | ,757 |
| Bankalar İ.B konusunda bilgi verici ve yönlendiricidir | r | ,087 | ,022 | -,071 | -,008 | ,035 | ,037 | -,018 |
| | P | ,083 | ,664 | ,271 | ,881 | ,481 | ,461 | ,720 |
| İ.B ile işlemleri görerek ve seçerek bankacılık işlemlerimden daha çok verim alıyorum | r | ,079 | ,019 | -,171** | -,086 | ,035 | ,110* | ,016 |
| | P | ,115 | ,709 | ,007 | ,087 | ,483 | ,027 | ,750 |
| İnternet bankamın web sitesinin açık anlaşılır ve pratik kullanımlı olması önemlidir | r | ,092 | -,002 | -,217** | -,085 | ,128** | ,113* | -,106* |
| | P | ,067 | ,966 | ,001 | ,090 | ,010 | ,023 | ,033 |
| Bankaların İ.B hizmetleri arasında büyük farklar olmadığını düşünüyorum | r | -,021 | -,063 | -,084 | ,012 | ,054 | ,094 | -,039 |
| | P | ,669 | ,207 | ,190 | ,811 | ,278 | ,060 | ,430 |
| İnternet bankacılığımı çevremdekilere tavsiye ederim | r | ,137** | -,007 | -,210** | -,126* | -,058 | ,027 | -,062 |
| | P | ,006 | ,887 | ,001 | ,011 | ,243 | ,586 | ,217 |
| İnternet bankacılığı kullanmak kendimi ayrıcalıklı hissettirir | r | ,092 | -,015 | -,168** | -,070 | -,066 | ,006 | -,071 |
| | P | ,065 | ,766 | ,009 | ,162 | ,186 | ,898 | ,156 |
| Mobil bankacılık uygulamaları internet bankacılığımı tercih etmemde önemli bir etkidir | r | ,053 | ,120* | -,133* | -,154** | ,001 | -,016 | -,030 |
| | P | ,285 | ,016 | ,038 | ,002 | ,988 | ,753 | ,550 |
| İ.B ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu | r | ,021 | ,027 | ,028 | -,030 | -,129** | -,066 | -,021 |
| | P | ,681 | ,591 | ,664 | ,548 | ,010 | ,188 | ,672 |
| İ.B ile ilgili bir sorun olursa müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecektir | r | -,021 | ,025 | -,163* | ,032 | ,037 | -,008 | ,050 |
| | P | ,675 | ,619 | ,011 | ,526 | ,464 | ,867 | ,318 |
| İ.B kullanımı yaygınlaştırılmalıdır | r | ,072 | ,105* | -,143* | -,209** | ,021 | ,028 | -,066 |
| | P | ,147 | ,036 | ,025 | ,000 | ,678 | ,577 | ,189 |
| İ.B'nda mobil imza ile giriş yapmak memnuniyeti arttıracaktır | r | -,043 | ,072 | -,123 | -,135** | ,024 | -,050 | ,080 |
| | P | ,393 | ,149 | ,055 | ,007 | ,633 | ,319 | ,110 |
| İ.B bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır | r | ,009 | ,034 | -,210** | -,111* | ,133** | ,041 | -,009 |
| | P | ,852 | ,492 | ,001 | ,026 | ,008 | ,415 | ,857 |

İstatistiksel olarak anlamlı bulunan Pearson Correlation katsayıları * p<0,005, **p<0,001 ile belirtilmiştir. (n=402).

Tablo 3.21: Demografik ve sosyo-ekonomik özellikler ile internet bankacılığını etkileyen faktörler arasındaki ilişkilerin özeti.

| NO | Faktörler | Boyutların Özellikleri |
|----|---------------------------------------|--|
| 1 | İnternet Bankacılığının Faydaları | İnternet Bankacılığının faydaları ile eşin çalışması, yaş grupları ve eğitim durumu arasında bir ilişki bulunmaktadır. Eşin çalışması ve İB faydaları arasında negatif ve zayıf bir ilişki bulunmaktadır ($r = -0,182$). Diğer iki unsur arasında ise pozitif ve zayıf bir ilişki bulunmaktadır. İnternet Bankacılığının faydaları ile Cinsiyet, Medeni hal, Aylık gelir ve İş unsurları arasında herhangi bir korelasyon düzeyi tespit edilememiştir. |
| 2 | İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | İB'nin yaygınlaştırılması ile eşin çalışması ve yaş grupları arasında korelasyon tespit edilmiştir. Eşi çalışmayan kişilerde yaygınlık negatif olarak etkilenmektedir ($r = -0,220$). İnternet Bankacılığının yaygınlaşması ile Cinsiyet, Medeni hal, Eğitim durumu, Aylık gelir ve İş unsurları arasında herhangi bir korelasyon düzeyi tespit edilememiştir. |
| 3 | İnternet Bankacılığının Riskleri | Eğitim durumu azaldıkça ve aylık gelir miktarı azaldığında ise İB'nin riskleri zayıf bir şekilde artmaktadır ($r = -0,156$ ve $-0,191$). İnternet Bankacılığında Riskler ile Cinsiyet, Medeni hal, Eşin çalışması, Yaş ve İş unsurları arasında herhangi bir korelasyon düzeyi tespit edilememiştir. |
| 4 | İnternet Bankacılığında İtibar | İnternet Bankacılığında itibar ile Cinsiyet ve eğitim durumu arasında pozitif ve zayıf bir ilişki ($r = 0,100$ $p = 0,044$ ve $r = 0,159$ ve $p = 0,001$) bulunmaktadır. Cinsiyet açısından erkekler ağırlığı oluşturmakta ve eğitim durumunda ise lisans mezunları daha büyük bir çoğunluktadır. İnternet Bankacılığında itibar ile Medeni hal, Eşin çalışması, Yaş, Eğitim durumu, Aylık gelir ve İş unsurları arasında herhangi bir korelasyon düzeyi tespit edilememiştir. |
| 5 | İnternet Bankacılığında Güvenlik | İnternet Bankacılığında Güvenlik ile Cinsiyet, Medeni hal, Eşin çalışması, Yaş, Eğitim durumu, Aylık gelir ve İş unsurları arasında herhangi bir korelasyon düzeyi tespit edilememiştir. |
| 6 | İnternet Bankacılığında Tutundurma | İnternet Bankacılığında Tutundurma ile Cinsiyet, Medeni hal, Eşin çalışması, Yaş, Eğitim durumu, Aylık gelir ve İş unsurları arasında herhangi bir korelasyon düzeyi tespit edilememiştir. |

3.8.5 T-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Tukey, Tamhane's T2 (Post Hoc) Testi

Varyans analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılır. İki ortalama arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için t-testi de kullanılabilir. Fakat t-testi ikiden fazla ortalamanın karşılaştırılması gerektiği durumlarda sorun yaşamaktadır. Her ne kadar, ikiden fazla ortalamanın karşılaştırılması gerektiği durumda da, ikişer ikişer ortalamaları t-testi ile karşılaştırmak mümkün olsa bile, bu yöntem 1. tip hata oranının çok fazla yükselmesine sebep olabilecektir. Ne kadar fazla test yapılırsa, 1.

tip hatası o kadar yükselecektir. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) 1. tip hata oranını yükseltmeden ikiden fazla ortalamanın karşılaştırılmasında kullanılan bir testtir (Kalaycı, 2009).

Varyans analizinde gruplar topluca ele alınarak, aralarında bir fark bulunup bulunmadığı konusunda genel bir sonuca varılır (Baş, 2001: 142). Analiz, bağımlı değişkenin faktör düzeylerindeki aritmetik ortalamalarına göre hesaplanmaktadır. Faktör düzeyleri etki yönünden birbirinden farklı ise, faktör düzeyleri ortalamalarının birbirinden farklı olması beklenir. Bu yöntemle test edilen H_0 hipotezi grup ortalamalarının bir birine eşit olduğu, yani faktör düzeylerinin etkileri arasında önemli bir fark bulunmadığı hipotezi, H_1 hipotezi ise eşit olmadığı yani faktör düzeylerinin etkileri arasında önemli bir fark bulunduğu hipotezi kabul olacaktır (Nakip, 2003: 352).

$p < 0,05$ ise H_0 Hipotezi Red, H_1 Hipotezi Kabul edilir.

$p \geq 0,05$ ise H_0 Hipotezi Kabul, H_1 Hipotezi Red edilir.

Başka bir ifade ile ANOVA test sonuçlarının yorumlanmasında F değerinin standart sapmalardan büyük olması halinde H_1 kabul edilmekte, şayet F değeri standart sapmalara eşit ya da daha küçük olması halinde ise H_0 hipotezi kabul edilmektedir (Kaya, 2008: 209).

Yani, varyans analizinde hipotezi test etmek için F değeri kullanılır;

$F = \text{MSB (Mean Square Between)} / \text{MSE (Mean Square Error)}$

F değeri, istenilen anlamlılık düzeyinde tablo değerinden küçük ise H_0 hipotezi reddedilemez. Yani ortalamalar arasında anlamlı bir farkın olmadığı sonucuna ulaşılır. Varyans analizinde bağımlı ve bağımsız değişkenlerden bahsedilir. Bağımsız değişkenlere faktör adı verilir. Faktörlerin, bağımlı değişkenler üzerinde etkisi araştırılır. Bağımsız değişkenin kategorik, bağımlı değişkenin ise metrik olması gerekmektedir. Eğer bağımsız değişken iki gruptan oluşursa iki grubun ortalamaları arasında bir farkın olup olmadığını araştırmak için kullanılan bağımsız t-testi ile varyans analizi testi (ANOVA testi) sonuçları aynı sonuçları verecektir. Bağımsız değişken 3 ve daha fazla gruptan oluştuğunda o zaman Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yapılması gerekmektedir (Kalaycı, 2009).

3.8.5.1 Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı tercih etmeleri arasındaki ilişki

Bu bölümde, literatür taraması sonucunda kavramlar arasındaki ilişkilere bağlı olarak ve kurulan araştırma modeli doğrultusunda geliştirilen ilişki hipotezleri test edilmiştir. Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre önemli bir farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla araştırma verilerine bağımsız gruplar t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanarak istatistiksel olarak karşılaştırma yapılmıştır.

Tek yönlü varyans analizinde (ANOVA) farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc (Tukey) testi yapılmıştır. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri bağımsız değişken, kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihine etki eden faktörler ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir.

Tablo 3.22’de faktör boyutlarının kamu çalışanlarının cinsiyetleri ile internet bankacılığı kullanımındaki tercihlerinin değişimine ilişkin ANOVA testiyle yapılan analizin sonuçlarına yer verilmiştir. Kamu çalışanlarının cinsiyetleri erkek ve bayan şeklinde sınıflandırılmıştır.

Tablo 3.22: Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde cinsiyetleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | FAKTÖRLER | Cinsiyet | N | Aritmetik Ortalama | Standart Sapma | f-değeri | p- değeri | Karar |
|----|---------------------------------------|----------|-----|--------------------|----------------|----------|-----------|----------------------|
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | Erkek | 251 | 4,32270 | 0,64230 | 2,293 | 0,131 | H ₀ Kabul |
| | | Bayan | 151 | 4,41611 | 0,51850 | | | |
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Erkek | 251 | 4,07038 | 0,68176 | 3,109 | 0,079 | H ₀ Kabul |
| | | Bayan | 151 | 4,18763 | 0,58064 | | | |
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | Erkek | 251 | 2,73386 | 0,77351 | 0,064 | 0,801 | H ₀ Kabul |
| | | Bayan | 151 | 2,75364 | 0,73700 | | | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | Erkek | 251 | 3,75498 | 0,91253 | 4,069 | 0,044 | H ₀ Red |
| | | Bayan | 151 | 3,94039 | 0,85815 | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | Erkek | 251 | 2,92231 | 0,99746 | 0,350 | 0,554 | H ₀ Kabul |
| | | Bayan | 151 | 2,98013 | 0,86193 | | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | Erkek | 251 | 2,97410 | 0,88900 | 0,000 | 0,995 | H ₀ Kabul |
| | | Bayan | 151 | 2,97351 | 0,88654 | | | |

Tablo 3.22'e göre kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımındaki tercihlerinden "İnternet bankacılığının faydaları", "İnternet bankacılığının yaygınlaşması", "İnternet bankacılığında riskler", "İnternet bankacılığında güvenlik" ve "İnternet bankacılığında tutundurma" faktörleri ortalamaları ile katılımcıların cinsiyetlerine göre yapılan istatistiksel analizde p değerlerinin önem düzeyi 0,05'den yüksek çıktığından H_0 Kabul edilmiştir. "İnternet bankacılığında itibar" ($F = 4,069$; $p=0,044$) faktörü ile bireysel müşterilerin cinsiyetleri arasında yapılan istatistiksel analizde "p" değerlerinin önem düzeyi 0,05'den küçük çıktığından H_0 Red edilmiştir yani "İnternet bankacılığında itibar" faktörü ortalamaları ile kamu çalışanlarının cinsiyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Faktör analizi sonucu elde edilen internet bankacılığı kullanımındaki tercihlere ait faktör boyutları ile kamu çalışanlarının medeni durumlarına ilişkin ANOVA testi sonuçları Tablo 3.23'de verilmiştir. Kamu çalışanlarının medeni durumları evli ve bekâr şeklinde sınıflandırılmıştır.

Tablo 3.23: Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde medeni durumları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Medeni durum | N | Aritmetik Ortalama | Standart Sapma | f değeri | p değeri | Karar |
|----|---------------------------------------|--------------|-----|--------------------|----------------|----------|----------|----------------|
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | Evli | 244 | 4,32786 | 0,64485 | 1,547 | 0,214 | H_0 Kabul |
| | | Bekâr | 158 | 4,40400 | 0,52140 | | | |
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Evli | 244 | 4,08743 | 0,64335 | 1,080 | 0,299 | H_0 Kabul |
| | | Bekâr | 158 | 4,15611 | 0,65344 | | | |
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | Evli | 244 | 2,69016 | 0,75647 | 2,829 | 0,093 | H_0 Kabul |
| | | Bekâr | 158 | 2,82025 | 0,75887 | | | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | Evli | 244 | 3,78278 | 0,93731 | 1,355 | 0,245 | H_0 Kabul |
| | | Bekâr | 158 | 3,88924 | 0,82674 | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | Evli | 244 | 2,93442 | 0,95785 | 0,064 | 0,801 | H_0 Kabul |
| | | Bekâr | 158 | 2,95886 | 0,93578 | | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | Evli | 244 | 2,95082 | 0,85324 | 0,419 | 0,518 | H_0 Kabul |
| | | Bekâr | 158 | 3,00949 | 0,93834 | | | |

Tablo 3.23 incelendiğinde kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde elde edilen faktör boyutları katılımcıların medeni durumlarına göre yapılan istatistiksel analizde p değerlerinin hepsinde önem düzeyi 0,05'den yüksek

çıkıldığından H_0 Kabul edilmiştir yani faktör boyutlarının ortalamaları ile kamu çalışanlarının medeni durumları arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Faktör analizi sonucu elde edilen internet bankacılığı kullanımındaki tercihlere ait faktör boyutları ile bireysel müşterilerin eşlerinin çalışıp çalışmamasına ilişkin ANOVA testi sonuçları Tablo 3.24’de verilmiştir. Kamu çalışanlarının eşleri çalışıyor ve çalışmıyor şeklinde sınıflandırılmıştır.

Tablo 3.24: Kamu çalışanlarının eşlerinin çalışıp çalışmaması ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Eşler çalışıyor / çalışmıyor | N | Aritmetik Ortalama | Standart Sapma | f- değeri | p- değeri | Karar |
|----|---------------------------------------|------------------------------|-----|--------------------|----------------|-----------|-----------|----------------|
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | Çalışıyor | 130 | 4,43974 | 0,55491 | 8,278 | 0,004 | H_0 Red |
| | | Çalışmıyor | 114 | 4,20467 | 0,71884 | | | |
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Çalışıyor | 130 | 4,22307 | 0,55589 | 12,335 | 0,001 | H_0 Red |
| | | Çalışmıyor | 114 | 3,93859 | 0,70754 | | | |
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | Çalışıyor | 130 | 2,61076 | 0,71411 | 2,886 | 0,091 | H_0 Kabul |
| | | Çalışmıyor | 114 | 2,77543 | 0,80006 | | | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | Çalışıyor | 130 | 3,82307 | 0,90404 | 0,366 | 0,546 | H_0 Kabul |
| | | Çalışmıyor | 114 | 3,75000 | 0,98270 | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | Çalışıyor | 130 | 2,94615 | 0,95691 | 0,042 | 0,839 | H_0 Kabul |
| | | Çalışmıyor | 114 | 2,92105 | 0,96298 | | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | Çalışıyor | 130 | 3,02692 | 0,84750 | 1,884 | 0,171 | H_0 Kabul |
| | | Çalışmıyor | 114 | 2,87719 | 0,85331 | | | |

Tablo 3.24 incelendiğinde kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımındaki tercihlerinden “İnternet bankacılığının faydaları” ($F = 8,278$; $p = 0,004$) ve “İnternet bankacılığının yaygınlaşması” ($F = 12,335$; $p = 0,001$) faktörleri ile kamu çalışanlarının eşlerinin çalışıp çalışmaması arasında yapılan istatistiksel analizde “p” değerlerinin önem düzeyi 0,05’den küçük çıktığından H_0 Red edilmiştir. Yani “İnternet bankacılığının faydaları” ve “İnternet bankacılığının yaygınlaşması”

faktörlerinin ortalamaları ile kamu çalışanlarının eşlerinin çalışıp çalışmaması arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

“İnternet bankacılığında riskler”, “İnternet bankacılığında itibar”, “İnternet bankacılığında güvenlik” ve “İnternet bankacılığında tutundurma” faktörlerinin ortalamaları ile katılımcıların eşlerinin çalışıp çalışmamasına göre yapılan istatistiksel analizde p değerlerinin önem düzeyi 0,05’den yüksek çıktığından bu faktörler için H_0 Kabul edilmiştir. Bu durumda bu dört faktör için faktör boyutlarının ortalamaları ile kamu çalışanlarının eşlerinin çalışıp çalışmaması arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık olmadığı söylenilebilir.

Kamu çalışanlarının yaşları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. Farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc (Tukey, Tamhane’s T2) testi yapılmıştır. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden biri olan katılımcının yaşı bağımsız değişken, kamu çalışanlarının internet bankacılığını tercih etme nedenlerine ait faktörler ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Katılımcıların yaşları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.25’de, ANOVA sonuçlarına ait bulguları Tablo 3.26’de verilmiştir.

Tablo 3.25: Yaşa göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. değeri | Karar |
|---------------------------------------|------------------|-------------|---------------|
| İnternet bankacılığının faydaları | 1,059 | 0,377 | Homojen |
| İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 2,697 | 0,031 | Homojen değil |
| İnternet bankacılığında riskler | 0,947 | 0,437 | Homojen |
| İnternet bankacılığında itibar | 2,780 | 0,027 | Homojen değil |
| İnternet bankacılığında güvenlik | 0,817 | 0,515 | Homojen |
| İnternet bankacılığında tutundurma | 1,937 | 0,104 | Homojen |

Tablo 3.26: Kamu çalışanlarının yaşları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Yaş | N | Arit. Ortalama | Standart sapma | f-değeri | p-değeri | Tukey testi/ Tamhane's T2 Testi | | | | |
|----|---------------------------------------|-------------|-----|----------------|----------------|----------|----------|---------------------------------|-------|-------|-------|-------------|
| | | | | | | | | 18-25 | 26-35 | 36-45 | 46-55 | 56 ve üzeri |
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | 18-25 | 65 | 4,40256 | 0,46667 | 3,557 | 0,007 | | | | | |
| | | 26-35 | 192 | 4,42795 | 0,57522 | | | | | | | |
| | | 36-45 | 101 | 4,22607 | 0,68336 | | | | * | | | |
| | | 46-55 | 39 | 4,36324 | 0,55260 | | | | * | | | |
| | | 56 ve üzeri | 5 | 3,70000 | 0,98177 | | | | | | | |
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 18-25 | 65 | 4,15897 | 0,63494 | 7,096 | 0,024 | | | | | * |
| | | 26-35 | 192 | 4,20833 | 0,58336 | | | | | | | * |
| | | 36-45 | 101 | 4,02310 | 0,68028 | | | | | | | * |
| | | 46-55 | 39 | 3,97435 | 0,60882 | | | | | | | * |
| | | 56 ve üzeri | 5 | 2,86666 | 1,19256 | | | * | * | * | * | |
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | 18-25 | 65 | 2,94153 | 0,79271 | 2,087 | 0,082 | | | | | |
| | | 26-35 | 192 | 2,64375 | 0,72108 | | | | | | | |
| | | 36-45 | 101 | 2,79802 | 0,76863 | | | | | | | |
| | | 46-55 | 39 | 2,73846 | 0,81065 | | | | | | | |
| | | 56 ve üzeri | 5 | 2,76000 | 0,82945 | | | | | | | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | 18-25 | 65 | 3,79230 | 0,95562 | 2,865 | 0,091 | | | | | |
| | | 26-35 | 192 | 3,94531 | 0,78325 | | | | | | | |
| | | 36-45 | 101 | 3,62376 | 0,97572 | | | | | | | |
| | | 46-55 | 39 | 3,88461 | 0,94215 | | | | | | | |
| | | 56 ve üzeri | 5 | 3,20000 | 1,44048 | | | | | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | 18-25 | 65 | 2,94615 | 0,92332 | 0,255 | 0,906 | | | | | |
| | | 26-35 | 192 | 2,91406 | 0,90180 | | | | | | | |
| | | 36-45 | 101 | 2,96534 | 1,04225 | | | | | | | |
| | | 46-55 | 39 | 2,98717 | 1,01623 | | | | | | | |
| | | 56 ve üzeri | 5 | 3,30000 | 0,67082 | | | | | | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | 18-25 | 65 | 2,90000 | 1,01242 | 0,449 | 0,773 | | | | | |
| | | 26-35 | 192 | 3,02343 | 0,86115 | | | | | | | |
| | | 36-45 | 101 | 2,91584 | 0,91942 | | | | | | | |
| | | 46-55 | 39 | 3,02564 | 0,72501 | | | | | | | |
| | | 56 ve üzeri | 5 | 2,80000 | 0,75828 | | | | | | | |

Tablo 3.26’da kamu çalışanlarının yaşları 18–25, 26–35, 36–45, 46–55, 56 ve üzeri biçiminde gruplanmıştır. İnternet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerden “İnternet bankacılığının faydaları” (F = 3,557; p = 0,007) ve “İnternet bankacılığının yaygınlaşması” (F = 7,096; p = 0,024) faktörlerinde yaşa göre istatistiksel olarak farklılık tespit edilmiştir.

“İnternet bankacılığının faydaları” ($F = 3,557$; $p = 0,007$) faktöründe 26-35 ve 36-45 yaş grubu 18-25, 46-55 ve 55 ve üzeri yaş grubuna göre internet bankacılığı kullanımını tercihine ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark olduğu Tukey testi verilerinde gözlenmektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre 26-35 ve 36-45 yaş grubu 18-25, 46-55 ve 55 ve üzeri yaş grubuna göre internet bankacılığı kullanımını tercihinde bu faktör değişkenleri için daha olumlu görüşe sahiptir. Bu bulgulara göre 26-45 arası yaşta olan katılımcılar internet bankacılığını kullanmanın zamandan tasarruf sağladığına ve internet bankacılığında şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için daha kullanışlı olduğuna yüksek oranda katılmaktadırlar. Çalışmaya katılan ve kamu sektöründe çalışanların daha çok (%72,9) 26-45 yaş grubunda oldukları göz önüne alındığında bu yaş grubunda yer alan katılımcıların iş yoğunluğundan dolayı iş dışı zamanlarının değerli olduğu ve bu nedenle de internet bankacılığının bankacılık işlemlerinde zaman kazandırdığı söylenilebilir.

“İnternet bankacılığının yaygınlaşması” ($F = 7,096$; $p = 0,024$) faktöründe 56 ve daha yukarı yaş grubunda olanlar ile 18–25, 26–35, 36–45, 46–55 yaş gruplarına göre internet bankacılığı kullanımında internet bankacılığının yaygınlaştırılması ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir farklılık olduğu Tukey testi sonuçlarına göre belirlenmiştir. Tukey testi sonuçlarına göre 56 ve daha yüksek yaşta olan katılımcılar yargı içerisinde yer alan değişkenlere daha düşük oranda katılım göstermektedirler. 56 ve daha yüksek yaşta olan katılımcılar internet bankacılığını çevresinde olan diğer insanlara daha düşük oranda tavsiye edeceklerini ve internet bankacılığının yaygınlaştırılmasının çok önemli olmadığını belirtmişlerdir.

Kamu çalışanlarının eğitim durumları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. Farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc (Tukey, Tamhane’s T2) testi yapılmıştır. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden biri olan katılımcının eğitim düzeyi bağımsız değişken, kamu çalışanlarının internet bankacılığını tercih etme nedenlerine ait faktörler ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyleri ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz

sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.27’de, ANOVA sonuçlarına ait bulguları Tablo 3.28’de verilmiştir.

Tablo 3.27: Eğitim düzeylerine göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. değeri | Karar |
|---------------------------------------|------------------|-------------|---------------|
| İnternet bankacılığının faydaları | 2,469 | 0,062 | Homojen |
| İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 1,582 | 0,193 | Homojen |
| İnternet bankacılığında riskler | 1,299 | 0,274 | Homojen |
| İnternet bankacılığında itibar | 8,881 | 0,000 | Homojen değil |
| İnternet bankacılığında güvenlik | 1,965 | 0,119 | Homojen |
| İnternet bankacılığında tutundurma | 4,202 | 0,006 | Homojen değil |

Tablo 3.28: Kamu çalışanlarının eğitim düzeyleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| Faktörler | eğitim düzeyi | N | Arit. ortalama | Standart sapma | f değeri | p değeri | Tukey / Tamhane's T2 Testi | | | |
|--|---------------|-----|----------------|----------------|----------|----------|----------------------------|---|---|---|
| | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 İnternet bankacılığının faydaları | Lise | 66 | 4,18939 | 0,77342 | 3,841 | 0,010 | | | | * |
| | Ön lisans | 85 | 4,30196 | 0,58162 | | | | | | |
| | Lisans | 216 | 4,39660 | 0,56087 | | | | | | |
| | Lisansüstü | 35 | 4,57142 | 0,39458 | | | * | | | |
| 2 İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Lise | 66 | 4,15656 | 0,56755 | 1,680 | 0,171 | | | | |
| | Ön lisans | 85 | 4,02352 | 0,74852 | | | | | | |
| | Lisans | 216 | 4,10648 | 0,64897 | | | | | | |
| | Lisansüstü | 35 | 4,30476 | 0,46702 | | | | | | |
| 3 İnternet bankacılığında riskler | Lise | 66 | 2,89697 | 0,81918 | 4,650 | 0,003 | | | | * |
| | Ön lisans | 85 | 2,81647 | 0,71860 | | | | | | * |
| | Lisans | 216 | 2,72963 | 0,74699 | | | | | | * |
| | Lisansüstü | 35 | 2,33714 | 0,69243 | | | * | * | * | |
| 4 İnternet bankacılığında itibar | Lise | 66 | 3,68181 | 0,97126 | 4,739 | 0,002 | | | | * |
| | Ön lisans | 85 | 3,58235 | 1,14134 | | | | | | * |
| | Lisans | 216 | 3,91666 | 0,77759 | | | | | | |
| | Lisansüstü | 35 | 4,11428 | 0,54348 | | | * | * | | |
| 5 İnternet bankacılığında güvenlik | Lise | 66 | 3,04545 | 0,94350 | 1,168 | 0,322 | | | | |
| | Ön lisans | 85 | 2,87647 | 1,08261 | | | | | | |
| | Lisans | 216 | 2,97685 | 0,91342 | | | | | | |
| | Lisansüstü | 35 | 2,71428 | 0,79784 | | | | | | |
| 6 İnternet bankacılığında tutundurma | Lise | 66 | 3,07575 | 1,05335 | ,960 | 0,442 | | | | |
| | Ön lisans | 85 | 3,04705 | 0,98990 | | | | | | |
| | Lisans | 216 | 2,90509 | 0,80349 | | | | | | |
| | Lisansüstü | 35 | 3,02857 | 0,76641 | | | | | | |

Çalışmada katılımcıların eğitim düzeyleri ilkökul, ortaokul, lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü olarak gruplanmış ancak çalışmaya Tablo 3.28’de de görüldüğü

gibi katılımcıların eğitim düzeyleri lise, ön lisans, lisans ve lisansüstü olarak gruplanmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan analizler sonucunda internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerden “İnternet bankacılığının faydaları” ($F = 3,841$; $p = 0,010$), “İnternet bankacılığında riskler” ($F = 4,650$; $p = 0,003$) ve “İnternet bankacılığında itibar” ($F = 4,739$; $p = 0,002$) faktörlerinde katılımcıların eğitim düzeylerine göre istatistiksel olarak farklılık tespit edilmiştir.

“İnternet bankacılığının faydaları” ($F = 3,841$; $p = 0,010$) faktöründe lise ve lisansüstü eğitim dercesine sahip olanlar ön lisans ve lisans eğitim derecesine sahip olanlara göre internet bankacılığı kullanımı tercihine ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark olduğu Tukey testi verilerinde gözlenmektedir. Lise eğitim derecesine sahip katılımcıların internet bankacılığının faydalı olduğuna genel ortalamadan daha düşük oranda, lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcıların ise genel ortalamadan daha yüksek oranda katıldıkları görülmektedir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcılar internet bankacılığının şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlı olduğuna, özellikle bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığının hayatı kolaylaştıran bir gelişme olduğuna, internet bankacılığının kullanılması ile zamandan tasarruf sağlandığına ve internet bankacılığının özellikle çalışan bireyler için bir ihtiyaç olduğuna yüksek derecede olumlu yönde katılırlarken, lise eğitim düzeyine sahip katılımcılar ise bu yargılara daha düşük düzeyde olumlu yönde katılım göstermektedirler.

“İnternet bankacılığında riskler” ($F = 4,650$; $p = 0,003$) faktöründe lisansüstü eğitim dercesine sahip olanların lise, ön lisans ve lisans eğitim derecesine sahip olanlara göre internet bankacılığı kullanımında karşılaşılabilecek risklere ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark olduğu Tukey testi verilerinde gözlenmektedir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcılar “İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesini” diğer eğitim seviyesinde olanlara göre daha düşük oranda yaşadıklarını belirtmişlerdir. Lise, ön lisans ve lisans mezunları internet bankacılığını teknolojik yönüyle daha karmaşık bulduklarını belirtirken, lisansüstü mezunları ise daha az karmaşık bulduklarını belirtmişlerdir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcılar diğer eğitim derecesine sahip katılımcılara göre bankacılık işlemleri yaparken işlemlerde yönlendirecek bir yetkiliye daha az oranda ihtiyaç duyduklarını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca lisansüstü mezunları internet

bankacılığı kullanma noktasında kendilerini diğer eğitim seviyesinde yer alan katılımcılara göre daha yüksek oranda tecrübeli görmektedirler.

“İnternet bankacılığında itibar” ($F = 4,739$; $p = 0,002$) faktöründe lisansüstü eğitim derecesine sahip olanlar lise ve ön lisans eğitim derecesine sahip olanlara göre internet bankacılığı kullanımında itibar ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir farklılık olduğu Tamhane’s T2 testi verilerinde gözlenmektedir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip olan katılımcıların bu yargı içinde verilen değişkenlere özellikle lise ve ön lisans derecesine sahip olan katılımcılara göre daha yüksek oranda (ortalamada) katıldıkları belirlenmiştir. Lisansüstü derecesine sahip katılımcılara göre internet bankacılığının tercih edilmesinde bankanın tanınmışlığının ve maaşlarının alınmasının büyük önemi vardır. Lise ve ön lisans derecesinde ise bu yargıya olumlu katılım oranı lisansüstü derecesine göre daha düşük seviyede belirlenmiştir. Lise ve ön lisans mezunu çalışanlara göre internet bankacılığının kullanılmasında iş ve işlem performanslarının artma oranlarının lisansüstü mezunlara göre daha düşük oranda olduğu söylenilebilir.

Kamu çalışanlarının ortalama aylık gelirleri ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. Farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc (Tukey, Tamhane’s T2) testi yapılmıştır. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden olan katılımcının ortalama aylık gelirleri bağımsız değişken, kamu çalışanlarının internet bankacılığını tercih etme nedenlerine ait faktörler ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Katılımcıların ortalama aylık gelirleri ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.29’da ANOVA sonuçlarına ait bulguları Tablo 3.30’da verilmiştir. Katılımcıların ortalama aylık gelir düzeyleri 1000 TL ve daha az, 1001-2000 TL, 2001-3000 TL, 3001-4000 TL, 4001-5000 TL ve 5001 TL’den daha fazla şeklinde gruplanmıştır.

Tablo 3.29: Katılımcıların ortalama aylık gelirlerine göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. değeri | Karar |
|---------------------------------------|------------------|-------------|---------|
| İnternet bankacılığının faydaları | 0,949 | 0,449 | Homojen |
| İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 1,311 | 0,258 | Homojen |
| İnternet bankacılığında riskler | 0,490 | 0,784 | Homojen |
| İnternet bankacılığında itibar | 1,756 | 0,121 | Homojen |
| İnternet bankacılığında güvenlik | 2,075 | 0,068 | Homojen |
| İnternet bankacılığında tutundurma | 0,988 | 0,425 | Homojen |

Tablo 3.30: Kamu çalışanlarının ortalama aylık gelir düzeyleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| Faktörler | Ortalama gelir düzeyleri | N | Arit. ortalama | Standart sapma | f - değeri | p - değeri | Tukey testi | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|-----|----------------|----------------|------------|------------|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| | | | | | | | 1000 TL ve altı | 1001-2000 TL arası | 2001-3000 TL arası | 3001-4000 TL arası | 4001-5000 TL arası | 5001 TL ve üzeri |
| İnternet bankacılığının faydaları | 1000 TL ve altı | 14 | 4,32142 | 0,38930 | 0,580 | 0,715 | | | | | | |
| | 1001-2000 TL | 67 | 4,25124 | 0,74613 | | | | | | | | |
| | 2001-3000 TL | 256 | 4,37565 | 0,56577 | | | | | | | | |
| | 3001-4000 TL | 49 | 4,40476 | 0,62731 | | | | | | | | |
| | 4001-5000 TL | 8 | 4,45833 | 0,50982 | | | | | | | | |
| | 5001 TL ve üzeri | 8 | 4,35416 | 0,55946 | | | | | | | | |
| İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 1000 TL ve altı | 14 | 4,04761 | 0,65185 | 0,639 | 0,670 | | | | | | |
| | 1001-2000 TL | 67 | 4,10945 | 0,78149 | | | | | | | | |
| | 2001-3000 TL | 256 | 4,09765 | 0,60823 | | | | | | | | |
| | 3001-4000 TL | 49 | 4,23809 | 0,64190 | | | | | | | | |
| | 4001-5000 TL | 8 | 3,91666 | 0,79182 | | | | | | | | |
| | 5001 TL ve üzeri | 8 | 4,25000 | 0,58418 | | | | | | | | |

Tablo 3.30 (devam): Kamu çalışanlarının ortalama aylık gelir düzeyleri ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|------------------|-----|---------|---------|-------|-------|---|---|---|---|--|--|
| İnternet bankacılığında riskler | 1000 TL ve altı | 14 | 3,24285 | 0,69803 | 4,031 | 0,001 | | | | * | | |
| | 1001-2000 TL | 67 | 2,92238 | 0,77846 | | | | | | * | | |
| | 2001-3000 TL | 256 | 2,72890 | 0,73272 | | | | | | | | |
| | 3001-4000 TL | 49 | 2,46530 | 0,77716 | | | * | * | | | | |
| | 4001-5000 TL | 8 | 2,87500 | 0,79955 | | | | | | | | |
| | 5001 TL ve üzeri | 8 | 2,30000 | 0,67612 | | | | | | | | |
| İnternet bankacılığında itibar | 1000 TL ve altı | 14 | 4,07142 | 0,54972 | 0,359 | 0,876 | | | | | | |
| | 1001-2000 TL | 67 | 3,86567 | 0,72080 | | | | | | | | |
| | 2001-3000 TL | 256 | 3,80078 | 0,92320 | | | | | | | | |
| | 3001-4000 TL | 49 | 3,78571 | 1,07529 | | | | | | | | |
| | 4001-5000 TL | 8 | 4,00000 | 0,75592 | | | | | | | | |
| | 5001 TL ve üzeri | 8 | 3,87500 | 0,87627 | | | | | | | | |
| İnternet bankacılığında güvenlik | 1000 TL ve altı | 14 | 2,67857 | 0,77477 | 2,165 | 0,057 | | | | | | |
| | 1001-2000 TL | 67 | 3,27611 | 0,91818 | | | | | | | | |
| | 2001-3000 TL | 256 | 2,88867 | 0,95809 | | | | | | | | |
| | 3001-4000 TL | 49 | 2,85714 | 0,83541 | | | | | | | | |
| | 4001-5000 TL | 8 | 3,00000 | 1,53529 | | | | | | | | |
| | 5001 TL ve üzeri | 8 | 2,87500 | 0,69436 | | | | | | | | |
| İnternet bankacılığında tutundurma | 1000 TL ve altı | 14 | 2,82142 | 0,95287 | 2,681 | 0,021 | | | | | | |
| | 1001-2000 TL | 67 | 3,31343 | 0,94482 | | | | | * | | | |
| | 2001-3000 TL | 256 | 2,88476 | 0,86285 | | | | | * | | | |
| | 3001-4000 TL | 49 | 2,97959 | 0,88951 | | | | | | | | |
| | 4001-5000 TL | 8 | 3,12500 | 0,58248 | | | | | | | | |
| | 5001 TL ve üzeri | 8 | 3,06250 | 0,77632 | | | | | | | | |

Çalışma kapsamında yapılan analizler sonucunda internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerden “İnternet bankacılığında riskler” ($F = 4,031$; $p = 0,001$) ve “İnternet bankacılığında tutundurma” ($F = 2,681$; $p = 0,021$) faktörlerinde

katılımcıların ortalama aylık gelir düzeylerine göre istatistiksel olarak farklılık tespit edilmiştir.

“İnternet bankacılığında riskler” ($F = 4,031$; $p = 0,001$) faktöründe ortalama aylık gelir seviyesi 1000 TL ve altında olanlar ile 1001-2000 TL arasında olanlar ortalama aylık gelirleri 2001 TL ve daha fazla olanlara göre internet bankacılığı kullanımında karşılaşılabilecek risklere ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık Tukey testi verilerinden belirlenmiştir. 1000 TL ve daha az gelir düzeyine sahip katılımcılar internet bankacılığını teknolojik yönüyle daha karmaşık bulduklarını belirtmişlerdir. Ortalama aylık gelir düzeyleri 2000 TL ve daha az olan katılımcılar bankacılık işlemleri yaparken işlemlerde yönlendirecek bir yetkiliye daha fazla oranda ihtiyaç duyduklarını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca 2000 TL ve daha az ortalama aylık gelire sahip katılımcıların internet bankacılığını kullanma noktasında daha az tecrübeli oldukları belirlenmiştir. Ortalama aylık gelir düzeyleri 2000 TL ve daha az olan katılımcılar şube bankacılığını internet bankacılığına göre daha yüksek oranda tercih etmektedirler.

“İnternet bankacılığında tutundurma” ($F = 2,681$; $p = 0,021$) faktöründe ortalama aylık gelir seviyesi 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL arasında olanlar diğer gelir gruplarına göre internet bankacılığı tutundurma faaliyetlerinde kullanılan ve araştırmada önemli bulunan görüşlerde anlamlı bir farklılık olduğu Tukey testi verilerinden belirlenmiştir. Ortalama aylık gelirleri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar internet bankacılığı ile ilgili dikkatlerini çeken/hatırladıkları reklamların olduğuna genel ortalamadan daha düşük oranda katılım gösterirken, ortalama aylık gelirleri 2001-3000 TL arasında olanlar ise bu yargıya genel ortalamadan daha yüksek oranda katılım gösterdiklerini belirtmişlerdir. Ortalama aylık gelir seviyesi 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar internet bankacılığının kullanıldığı bankanın internet bankacılığı ile ilgili bir sorun yaşanması durumunda müşteri hizmetleri tarafından bu sorunun kolay ve hızlı bir şekilde çözüleceğine yüksek derecede inandığı, ancak ortalama aylık gelir düzeyi 2001-3000 TL arasında olanların ise tersi yönde düşük derecede inandığı belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan kamu çalışanların çalışma alanları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. Farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc

(Tukey, Tamhane's T2) testi yapılmıştır. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden olan katılımcının çalışma alanları bağımsız değişken, kamu çalışanlarının internet bankacılığını tercih etme nedenlerine ait faktörler ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Kamu sektöründe çalışan katılımcıların çalışma alanları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.31'de, ANOVA sonuçlarına ait bulguları Tablo 3.32'de verilmiştir.

Tablo 3.31: Katılımcıların çalışma alanlarına göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. değeri | Karar |
|---------------------------------------|------------------|-------------|---------------|
| İnternet bankacılığının faydaları | 0,198 | 0,963 | Homojen |
| İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 0,543 | 0,743 | Homojen |
| İnternet bankacılığında riskler | 1,227 | 0,295 | Homojen |
| İnternet bankacılığında itibar | 6,005 | 0,000 | Homojen değil |
| İnternet bankacılığında güvenlik | 0,619 | 0,685 | Homojen |
| İnternet bankacılığında tutundurma | 1,319 | 0,255 | Homojen |

Tablo 3.32: Katılımcıların çalışma alanları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Çalışma birimleri | N | Arit. ortalama | Standart sapma | f - değeri | p - değeri | Tukey testi/ Tamhane's T2 | | | | | |
|----|-----------------------------------|-----------------------|-----|----------------|----------------|------------|------------|------------------------------|--------|------------------|---------------------|------------------------|-------|
| | | | | | | | | Sağlık | Eğitim | Adalet Bakanlığı | İç İşleri Bakanlığı | Maliye / Vergi dairesi | Diğer |
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | Sağlık | 89 | 4,38576 | 0,58957 | 0,430 | 0,828 | | | | | | |
| | | Eğitim | 149 | 4,39149 | 0,58024 | | | | | | | | |
| | | Adalet Bakanlığı | 33 | 4,37878 | 0,74217 | | | | | | | | |
| | | İç İşleri Bakanlığı | 58 | 4,28735 | 0,58389 | | | | | | | | |
| | | Maliye/ Vergi Dairesi | 18 | 4,28703 | 0,61783 | | | | | | | | |
| | | Diğer | 55 | 4,30606 | 0,60157 | | | | | | | | |

Tablo 3.32 (devam): Katılımcıların çalışma alanları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|----------------------|-----|---------|---------|-------|-------|--|---|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Sağlık | 89 | 4,15730 | 0,63780 | 1,031 | 0,399 | | | | | | | | | | | |
| | | Eğitim | 149 | 4,10738 | 0,66018 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Adalet Bakanlığı | 33 | 4,31313 | 0,44048 | | | | | | | | | | | | | |
| | | İç İşleri Bakanlığı | 58 | 4,02873 | 0,65867 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Maliye/Vergi Dairesi | 18 | 4,05555 | 0,75190 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Diğer | 55 | 4,05454 | 0,68121 | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | Sağlık | 89 | 2,86516 | 0,71654 | 1,562 | 0,170 | | | | | | | | | | | |
| | | Eğitim | 149 | 2,75570 | 0,79927 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Adalet Bakanlığı | 33 | 2,44848 | 0,69287 | | | | | | | | | | | | | |
| | | İç İşleri Bakanlığı | 58 | 2,71724 | 0,80090 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Maliye/Vergi Dairesi | 18 | 2,63333 | 0,73002 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Diğer | 55 | 2,73818 | 0,69268 | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | Sağlık | 89 | 3,59550 | 1,16012 | 4,205 | 0,001 | | | * | | | | | | | | |
| | | Eğitim | 149 | 4,00000 | 0,72596 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Adalet Bakanlığı | 33 | 4,15151 | 0,64329 | | | | * | | | | | | | | | |
| | | İç İşleri Bakanlığı | 58 | 3,75000 | 0,94242 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Maliye/Vergi Dairesi | 18 | 3,44444 | 0,88929 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Diğer | 55 | 3,72727 | 0,76870 | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | Sağlık | 89 | 3,03370 | 1,01633 | 0,227 | 0,950 | | | | | | | | | | | |
| | | Eğitim | 149 | 2,93288 | 0,92022 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Adalet Bakanlığı | 33 | 2,87878 | 0,92728 | | | | | | | | | | | | | |
| | | İç İşleri Bakanlığı | 58 | 2,90517 | 0,89568 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Maliye/Vergi Dairesi | 18 | 2,88888 | 0,84983 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Diğer | 55 | 2,92727 | 1,03377 | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | Sağlık | 89 | 3,00561 | 0,96676 | 1,154 | 0,331 | | | | | | | | | | | |
| | | Eğitim | 149 | 2,92953 | 0,82203 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Adalet Bakanlığı | 33 | 3,16666 | 0,89849 | | | | | | | | | | | | | |
| | | İç İşleri Bakanlığı | 58 | 2,79310 | 0,89850 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Maliye/Vergi Dairesi | 18 | 3,16666 | 0,68599 | | | | | | | | | | | | | |
| | | Diğer | 55 | 3,05454 | 0,95098 | | | | | | | | | | | | | |

Çalışmaya katılan kamu sektörü çalışanlarının çalışma alanları (birimleri) sağlık alt birimi, eğitim alt birimi, adalet bakanlığı alt birimi, iç işleri bakanlığı alt birimi, maliye/vergi dairesi alt birimi ve bu alanlar dışında kalan diğer alt birimler şeklinde gruplanmıştır. Çalışma kapsamında yapılan analizler sonucunda internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerden “İnternet bankacılığında itibar” ($F = 4,205$; $p = 0,001$) faktöründe katılımcıların çalışma alanlarına göre istatistiksel olarak bir farklılık tespit edilmiştir.

“İnternet bankacılığında itibar” ($F = 4,205$; $p = 0,001$) faktöründe sağlık alanında çalışanlar ile adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışanlar diğer alt birimlerde çalışanlara göre internet bankacılığı kullanımında itibar ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir farklılık olduğu Tamhane’s T2 testi verilerinde gözlenmektedir. Sağlık alt birimlerinde çalışan katılımcılar internet bankacılığı kullanımında itibar ile ilgili sunulan görüşlere adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışanlara göre daha düşük ortalama ile katılmaktadırlar. Özellikle adalet bakanlığı alt biriminde çalışanlar diğer birimlerde çalışanlara göre daha yüksek oranda (ortalamada) verilen yargılara katıldıkları belirlenmiştir. Adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışan katılımcılara göre internet bankacılığının tercih edilmesinde bankanın tanınmışlığının ve maaşlarının o bankadan alınmasının büyük önemi vardır. Sağlık alt birimlerinde ve iç işleri bakanlığı alt birimlerinde çalışanlar internet bankacılığının tercih edilmesinde bankanın tanınmışlığının ve maaşlarının o bankadan alınmasının çok önemli olmadığını belirttiği belirlenmiştir. Adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışanlar ile iç işleri alt birimlerinde çalışanlar internet bankacılığının kullanılmasında iş ve işlem performanslarının artma oranlarının diğer alt birimlerde çalışanlara göre daha yüksek oranda olduğu belirlenmiştir. Sağlık alt birimlerinde çalışanlar internet bankacılığının kullanılması ile iş ve işlem performanslarının artacağına çok fazla inanmadıklarını ileri sürmektedirler.

Sonuç olarak; faktör analizi ile tespit edilen 6 boyutta kamu çalışanlarının internet bankacılığından yararlanma düzeyleri ile demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu analiz sonuçlarının yorumlanması aşağıdaki biçime uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

H_0 hipotezinin RED edilmesi, örneklemdaki kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı tercihlerine etki eden faktör

ortalamaları arasında istatistik olarak anlamlı bir fark olduğu kabul edilir. Bu durumda kurulan alternatif hipotez H_1 hipotezi “KABUL” edilir. H_0 hipotezinin “KABUL” edilmesi, örneklemdaki kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı kullanım tercihlerine etki eden faktör ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı kabul edilir. Bu durumda kurulan alternatif hipotez H_1 hipotezi “RED” edilir.

Araştırma bulgularından kamu çalışanlarının demografik ve sosyo ekonomik özelliklerinin internet bankacılığı yararlanma düzeylerinde etkili olduğu (güvenlik faktörü hariç) sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın boyutları arasında yer alan “internet bankacılığının faydaları” ve “internet bankacılığında itibar” faktörlerinin internet bankacılığı kullanım tercihlerinde daha önemli olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucunda ortaya çıkmıştır.

“İnternet bankacılığının faydaları”, “İnternet bankacılığının yaygınlaşması”, “İnternet bankacılığında riskler”, “İnternet bankacılığında İtibar” ve “İnternet bankacılığında tutundurma” faktörleri ile kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. İnternet bankacılığından yararlanma düzeyleri kamu çalışanlarının demografik ve sosyo ekonomik özelliklerine göre şekillenmekte ve internet bankacılığı kullanma yönündeki tercihleri de artma eğilimi göstermektedir. Dolayısıyla “ H_1 : Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile internet bankacılığı kullanım tercihinde etkili olan faktörler (bağımlı değişkenler) arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

3.8.5.2 Kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanım alışkanlıkları ile internet bankacılığı tercih etmeleri arasındaki ilişki

Araştırmanın bir diğer hipotezi olan, “ H_2 : Kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım nedenlerinde etkili olan faktörler ile kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım alışkanlıkları arasında ilişki vardır” yargısını test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Bu hipotezde kamu çalışanlarının internet bankacılığında memnuniyet durumları, internet bankasına giriş sıklıkları, internet bankacılığı kullanım yılı, internet bankacılığı kullanılan banka sayısı, internet bankacılığı kullanma riski, internet bankacılığına

erişim noktaları, internet bankacılığı kullanmayı tercih etme nedenleri ile kamu çalışanlarının kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişki test edilmiştir.

Faktör analizi sonucu elde edilen internet bankacılığı kullanımındaki tercihlere ait faktör boyutları ile kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanmaktan memnun olup olmamalarına ilişkin ANOVA testi sonuçları Tablo 3.33’de verilmiştir. Bireysel müşterilerin internet bankacılı kullanımında memnuniyetleri “Memnun” ve “Memnun değil” şeklinde sınıflandırılmıştır.

Tablo 3.33: Kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanmaktan memnuniyet durumları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | İnternet bankacılığı kullanma memnuniyeti | N | Aritmetik ortalama | Standart sapma | f - değeri | p - değeri | Karar |
|----|---------------------------------------|---|-----|--------------------|----------------|------------|------------|----------------------|
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | Memnun | 374 | 4,40730 | 0,55835 | 40,158 | 0,000 | H ₀ Red |
| | | Memnun değil | 28 | 3,69642 | 0,74127 | | | |
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Memnun | 374 | 4,17023 | 0,58209 | 44,193 | 0,000 | H ₀ Red |
| | | Memnun değil | 28 | 3,36904 | 0,96156 | | | |
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | Memnun | 374 | 2,68716 | 0,73312 | 29,219 | 0,000 | H ₀ Red |
| | | Memnun değil | 28 | 3,46428 | 0,74247 | | | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | Memnun | 374 | 3,85695 | 0,88341 | 7,096 | 0,008 | H ₀ Red |
| | | Memnun değil | 28 | 3,39285 | 0,96568 | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | Memnun | 374 | 2,89839 | 0,92062 | 12,805 | 0,000 | H ₀ Red |
| | | Memnun değil | 28 | 3,55357 | 1,10837 | | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | Memnun | 374 | 2,98395 | 0,87396 | 0,692 | 0,406 | H ₀ Kabul |
| | | Memnun değil | 28 | 2,83928 | 1,05456 | | | |

Tablo 3.33 incelendiğinde katılımcı kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımındaki memnuniyet durumları ile araştırma sonucunda elde edilen faktör yapısında “İnternet bankacılığının faydaları” (F = 40,158; p = 0,000), “internet bankacılığının yaygınlaşması” (F = 44,193; p = 0,000), “İnternet bankacılığında riskler” (F = 29,219; p = 0,000), “İnternet bankacılığında itibar” (F = 7,096; p = 0,008) ve “İnternet bankacılığında güvenlik” (F = 12,805; p = 0,000) faktörleri ile kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımından kaynaklanan memnuniyetleri

arasında yapılan istatistiksel analizde “p” değerlerinin önem düzeyi 0,05’den küçük çıktığından H_0 Red edilmiştir.

Yani “İnternet bankacılığının faydaları”, “internet bankacılığının yaygınlaşması”, “İnternet bankacılığında riskler”, “İnternet bankacılığında itibar” ve “İnternet bankacılığında güvenlik” faktörlerinin ortalamaları ile bireysel müşterilerin internet bankacılığı kullanımından dolayı memnun olup olmaması arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Analiz sonucunda kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımından dolayı memnun olanlar internet bankacılığının faydalı olduğuna memnun olmayanlardan daha fazla katılım göstermektedirler. İnternet bankasının yaygınlaşması faktörüne internet bankacılığı kullanımından dolayı memnun olanlar memnun olmayanlara göre daha yüksek oranda olumlu yönde cevap vermişlerdir.

İnternet bankacılığı kullanımından memnun olan kamu sektörü çalışanları memnun olmayan kamu sektörü çalışanlarına göre internet bankacılığı kullanımının daha az riskli olduğuna inanırken, memnun olmayanlar internet bankacılığının bazı riskler içerdiğine/içerebileceğine daha fazla katılmaktadırlar.

İnternet bankacılığında itibar faktörü altında verilen değişkenlere internet bankacılığı kullanımından memnun olan kamu sektörü çalışanları memnun olmayan kamu sektörü çalışanlarına göre daha yüksek oranda olumlu yönde katılım göstermektedirler.

İnternet bankacılığı kullanımında güvenlik yargısına internet bankacılığı kullanımından memnun olan kamu sektörü çalışanları memnun olmayan kamu sektörü çalışanlarına göre daha düşük oranda olumsuz yönde katılım göstermektedirler. Yani internet bankacılığı kullanımından memnun olan kamu sektörü çalışanları internet bankacılığı kullanımının güvenliğine internet bankacılığı kullanımından memnun olmayan kamu sektörü çalışanlarına göre daha fazla güvenmektedirler.

Çalışmaya katılan kamu çalışanların internet bankasına giriş sıklıkları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. Farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc (Tukey, Tamhane’s T2) testi yapılmıştır. Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden olan katılımcının

internet bankacılığına giriş sıklıkları bağımsız değişken, kamu çalışanlarının internet bankacılığını tercih etme nedenlerine ait faktörler ise bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Kamu sektöründe çalışan katılımcıların internet bankacılığına giriş sıklıkları ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.34’de, ANOVA sonuçlarına ait bulguları da Tablo 3.35’de verilmiştir.

Tablo 3.34: Katılımcıların internet bankacılığına giriş sıklıklarına göre araştırma boyutlarının varyanslarının homojenlik sonuçları.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. değeri | Karar |
|---------------------------------------|------------------|-------------|---------------|
| İnternet bankacılığının faydaları | 1,061 | 0,382 | Homojen |
| İnternet bankacılığının yaygınlaşması | 4,193 | 0,001 | Homojen değil |
| İnternet bankacılığında riskler | 2,965 | 0,012 | Homojen değil |
| İnternet bankacılığında itibar | 0,845 | 0,518 | Homojen |
| İnternet bankacılığında güvenlik | 0,295 | 0,915 | Homojen |
| İnternet bankacılığında tutundurma | 0,821 | 0,535 | Homojen |

Tablo 3.35: Katılımcıların internet bankacılığına giriş sıklıkları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | İ.B giriş sıklığı | N | Arit. ortalama | Standart sapma | f - değeri | p - değeri | Tukey testi / Tamhane’s T2 | | | | | |
|----|---------------------------------------|----------------------|----|----------------|----------------|------------|------------|----------------------------|-------------|----------------------|----------|-------------------|--------------------|
| | | | | | | | | Her gün | Haftada bir | Haftada bir kaç kere | Ayda bir | Ayda bir kaç kere | İhtiyaç duyduğumda |
| 1 | İnternet bankacılığının faydaları | Her gün | 33 | 4,54545 | 0,51416 | 5,435 | 0,000 | | | | | | * |
| | | Haftada bir | 83 | 4,44176 | 0,55609 | | | | | | | | * |
| | | Haftada bir kaç kere | 98 | 4,46428 | 0,50555 | | | | | | | | * |
| | | Ayda bir | 45 | 4,25925 | 0,61602 | | | | | | | | |
| | | Ayda bir kaç kere | 67 | 4,38806 | 0,61366 | | | | | | | | * |
| | | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 4,07894 | 0,68175 | | | * | * | * | | * | |
| 2 | İnternet bankacılığının yaygınlaşması | Her gün | 33 | 4,38383 | 0,43398 | 9,411 | 0,000 | | | | | | * |
| | | Haftada bir | 83 | 4,19678 | 0,63977 | | | | | | | | * |
| | | Haftada bir kaç kere | 98 | 4,25850 | 0,47026 | | | | | | | | * |
| | | Ayda bir | 45 | 4,04444 | 0,69485 | | | | | | | | |
| | | Ayda bir kaç kere | 67 | 4,17412 | 0,51691 | | | | | | | | * |
| | | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 3,71052 | 0,81892 | | | * | * | * | | * | |

Tablo 3.35 (devam): Katılımcıların internet bankacılığına giriş sıklıkları ile araştırmanın boyutları arasındaki ilişki.

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------------------|----------------------|----|---------|---------|-------|-------|--|---|---|---|---|---|---|
| 3 | İnternet bankacılığında riskler | Her gün | 33 | 2,58181 | 0,82517 | 5,844 | 0,000 | | | | | | * | |
| | | Haftada bir | 83 | 2,67228 | 0,79546 | | | | | | | | | * |
| | | Haftada bir kaç kere | 98 | 2,60612 | 0,69724 | | | | | | | | | * |
| | | Ayda bir | 45 | 2,83111 | 0,72482 | | | | | | | | | |
| | | Ayda bir kaç kere | 67 | 2,60597 | 0,57204 | | | | | | | | | * |
| | | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 3,12631 | 0,81377 | | | | * | * | * | | * | |
| 4 | İnternet bankacılığında itibar | Her gün | 33 | 4,10606 | 0,83626 | 2,088 | 0,066 | | | | | | | |
| | | Haftada bir | 83 | 3,76506 | 0,95743 | | | | | | | | | |
| | | Haftada bir kaç kere | 98 | 3,97449 | 0,83225 | | | | | | | | | |
| | | Ayda bir | 45 | 3,61111 | 0,93473 | | | | | | | | | |
| | | Ayda bir kaç kere | 67 | 3,82089 | 0,99506 | | | | | | | | | |
| | | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 3,70394 | 0,77536 | | | | | | | | | |
| 5 | İnternet bankacılığında güvenlik | Her gün | 33 | 2,81818 | 0,87337 | 3,750 | 0,002 | | | | | | | |
| | | Haftada bir | 83 | 2,89156 | 0,93719 | | | | | | | | | * |
| | | Haftada bir kaç kere | 98 | 2,77551 | 0,93644 | | | | | | | | | * |
| | | Ayda bir | 45 | 2,91111 | 0,87444 | | | | | | | | | |
| | | Ayda bir kaç kere | 67 | 2,88059 | 0,94182 | | | | | | | | | * |
| | | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 3,34868 | 0,96960 | | | | * | * | | * | | |
| 6 | İnternet bankacılığında tutundurma | Her gün | 33 | 3,16666 | 0,92421 | 0,875 | 0,498 | | | | | | | |
| | | Haftada bir | 83 | 2,93373 | 0,90987 | | | | | | | | | |
| | | Haftada bir kaç kere | 98 | 3,07142 | 0,79301 | | | | | | | | | |
| | | Ayda bir | 45 | 2,91111 | 0,92496 | | | | | | | | | |
| | | Ayda bir kaç kere | 67 | 2,95522 | 0,92822 | | | | | | | | | |
| | | İhtiyaç duyduğumda | 76 | 2,86184 | 0,90406 | | | | | | | | | |

Tablo 3.35 incelendiğinde çalışmaya katılan kamu sektörü çalışanlarının internet bankacılığına giriş sıklıkları her gün, haftada bir kere, haftada birkaç kere, ayda bir, ayda birkaç kere ve ihtiyaç duyduğumda olacak şekilde altı gruba ayrılmıştır. Çalışma kapsamında yapılan analizler sonucunda internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerden “İnternet bankacılığının faydaları” ($F = 5,435$; $p = 0,000$), “İnternet bankacılığının yaygınlaşması” ($F = 9,411$; $p = 0,000$), “İnternet bankacılığında riskler” ($F = 5,844$; $p = 0,000$) ve “İnternet bankacılığında güvenlik” ($F = 3,750$; $p = 0,002$) faktörleri ile kamu çalışanlarının internet bankacılığına giriş

sıklıkları arasında yapılan istatistiksel analizde “p” değerlerinin önem düzeyi 0,05’den küçük çıktığından H_0 Red edilmiştir.

İstatistiksel olarak fark tespit edilen bu yargılardan “İnternet bankacılığının faydaları” ($F = 5,435$; $p = 0,000$), yargısında internet bankacılığına giriş sıklığı ayda bir olan katılımcılar diğer sıklıkta internet bankacılığına giriş yapanlardan farklılaşmaktadırlar. İnternet bankacılığına her gün girdiğini belirten katılımcılar internet bankacılığının faydalarına en fazla olumlu yönde katılım gösterirlerken, ihtiyaç duyduklarında internet bankacılığını kullananlar ise en az oranda olumlu yönde katılım göstermektedirler.

Analiz sonucunda farklılık tespit edilen “İnternet bankacılığının yaygınlaşması” ($F = 9,411$; $p = 0,000$) yargısında internet bankacılığını ihtiyaç duyduklarında kullandıklarını belirtenler diğer sıklıkta internet bankacılığına girenlere göre internet bankacılığının yaygınlaşmasına en az oranda olumlu yönde katılım göstermektedirler. İnternet bankacılığının yaygınlaşmasını özellikle her gün internet bankacılığına girenler tavsiye etmektedirler.

“İnternet bankacılığında riskler” ($F = 5,844$; $p = 0,000$) faktöründe ortaya çıkan istatistiksel sonuca göre internet bankacılığına ihtiyacı olduğunda giren katılımcıların diğer giriş sıklıklarındaki katılımcılara göre internet bankacılığının daha fazla risk içerebileceğini belirttiği görülmüştür. İnternet bankacılığının risk analizinde her gün internet bankacılığını kullananlar diğer sıklıkta internet bankacılığını kullananlara göre daha az riskli bulmaktadırlar.

Analiz sonuçlarında “İnternet bankacılığında güvenlik” ($F = 3,750$; $p = 0,002$) faktöründe ihtiyaç duyduklarında internet bankacılığına girenler diğer giriş sıklığındakilere göre güvenlik noktasında daha hassas olmak istediklerini ileri sürmüşlerdir. Her gün internet bankacılığına girdiklerini belirten katılımcılar internet bankacılığının güvenliğine diğer giriş sıklıklarına göre daha fazla güvenmektedirler.

Kamu sektöründe çalışan katılımcıların internet bankacılığı kullanma yılı ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.36’da, ANOVA sonuçlarına ait bulguları da Tablo 3.37’de verilmiştir.

Tablo 3.36: İnternet bankacılığı kullanma yılı araştırma boyutları arasındaki ilişkinin homojenlik sonuçları.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. | Karar | Seçilen Post Hoc Testi |
|---------------------------------------|------------------|------|---------------|------------------------|
| İnternet Bankacılığının Faydaları | ,946 | ,437 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | 8,003 | ,000 | Homojen değil | Tamhane |
| İnternet Bankacılığının Riskleri | 1,752 | ,138 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında İtibar | 2,050 | ,087 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Güvenlik | 1,163 | ,327 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Tutundurma | 2,099 | ,080 | Homojen | Tukey |

Tablo 3.37: İnternet bankacılığını kullanma yılı ile araştırma boyutlarının arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Kullanma Yılı | N | Arit. Ort. | Standart Sapma | F Değeri | P Değeri | Tukey testi / Tamhane's T2 | | | | |
|----|---------------------------------------|---------------|-----|------------|----------------|----------|----------|----------------------------|---------------|---------------|----------------|-------------|
| | | | | | | | | 1 yıldan az | 1-3 yıl arası | 3-6 yıl arası | 6-10 yıl arası | 10 yıl üstü |
| 1 | İnternet Bankacılığının Faydaları | 1 yıldan az | 81 | 4,1770 | ,6114 | 4,725 | ,001 | | * | | * | |
| | | 1-3 yıl | 169 | 4,4093 | ,5059 | | | * | | | | |
| | | 3-6 yıl | 96 | 4,3368 | ,7263 | | | | | | | |
| | | 6-10 yıl | 46 | 4,5942 | ,5313 | | | * | | | | |
| | | 10 yıl üstü | 10 | 4,0667 | ,4727 | | | | | | | |
| 2 | İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | 1 yıldan az | 81 | 3,7778 | ,8819 | 9,638 | ,000 | | * | * | * | |
| | | 1-3 yıl | 169 | 4,1874 | ,4971 | | | * | | | | |
| | | 3-6 yıl | 96 | 4,1250 | ,5928 | | | * | | * | | |
| | | 6-10 yıl | 46 | 4,4348 | ,5346 | | | * | | * | | |
| | | 10 yıl üstü | 10 | 4,0333 | ,5973 | | | | | | | |
| 3 | İnternet Bankacılığının Riskleri | 1 yıldan az | 81 | 3,0469 | ,7876 | 10,524 | ,000 | | | * | * | * |
| | | 1-3 yıl | 169 | 2,8166 | ,6843 | | | | | | * | |
| | | 3-6 yıl | 96 | 2,6229 | ,7184 | | | * | | | | |
| | | 6-10 yıl | 46 | 2,2957 | ,7817 | | | * | * | | | |
| | | 10 yıl üstü | 10 | 2,1800 | ,6763 | | | * | | | | |
| 4 | İnternet Bankacılığında İtibar | 1 yıldan az | 81 | 3,6358 | ,8330 | 1,977 | ,097 | | | | | |
| | | 1-3 yıl | 169 | 3,7899 | ,9552 | | | | | | | |
| | | 3-6 yıl | 96 | 3,9948 | ,7695 | | | | | | | |
| | | 6-10 yıl | 46 | 3,9130 | 1,0127 | | | | | | | |
| | | 10 yıl üstü | 10 | 3,9000 | ,6992 | | | | | | | |
| 5 | İnternet Bankacılığında Güvenlik | 1 yıldan az | 81 | 3,1914 | 1,0203 | 3,486 | ,008 | | | | * | |
| | | 1-3 yıl | 169 | 2,9941 | ,9417 | | | | | | | |
| | | 3-6 yıl | 96 | 2,8125 | ,8561 | | | | | | | |
| | | 6-10 yıl | 46 | 2,6087 | ,9123 | | | * | | | | |
| | | 10 yıl üstü | 10 | 2,9000 | ,9944 | | | | | | | |
| 6 | İnternet Bankacılığında Tutundurma | 1 yıldan az | 81 | 2,8580 | ,9329 | ,691 | ,0599 | | | | | |
| | | 1-3 yıl | 169 | 3,0148 | ,9313 | | | | | | | |
| | | 3-6 yıl | 96 | 2,9844 | ,7659 | | | | | | | |
| | | 6-10 yıl | 46 | 2,9457 | ,8513 | | | | | | | |
| | | 10 yıl üstü | 10 | 3,2500 | 1,0341 | | | | | | | |

Tablo 3.37'e göre kamu çalışanlarının internet bankacılığı hizmetini kullanma tercihinde “internet bankacılığının faydaları” (F=4,725; p< 0,001), “internet bankacılığının yaygınlaşması” (F= 9,638; p< 0,000), “internet bankacılığının riskleri” (F= 10,524; p< ,000) ve “internet bankacılığında güvenlik” (F= 3,486; p< 0,008) faktörlerinde kullanım yılına göre farklılıklar tespit edilmiştir.

İnternet bankacılığının faydalarını algılama açısından 1 yıldan az kullananlar ile 1-3 ve 6-10 yıl arasında bankacılık hizmetini kullananlar arasında farklılık bulunmaktadır. Özellikle 6-10 yıldır bu hizmeti kullanan kamu çalışanlarının internet bankacılığının faydasını diğer gruplara göre daha içselleştirdikleri söylenebilir.

İnternet bankacılığının yaygınlaşmasını algılama açısından 1 yıldan az tecrübesi olanlar ile 1-3, 3-6 ve 6-10 yıllık tecrübesi olan kişiler arasında bankacılık hizmetini kullananlar arasında farklılık bulunmaktadır. İnternet bankacılığının en çok yaygınlaştığını düşünen grup 6-10 yıldır hizmeti kullanan kişilerdir.

İnternet bankacılığının risklerini algılama açısından gruplar arasında farklılıklar bulunmaktadır. 1 yıldan az kullananlar ile 3-6,-6-10 ve 10 yıl üzeri kullanan grup arsında fark vardır. En riskli gören grup 1 yıldan az bir süre bu hizmeti kullananlar en az riskli gören grup ise 10 yıl ve üstünde internet bankacılığını kullanan gruptur.

İnternet bankacılığının güvenli olduğu düşüncesine katılım açısından 1 yıldan az kullananlar ile 6-10 yıldır kullananlar arasında farklılıklar bulunmaktadır.

Kamu sektöründe çalışan katılımcıların kullandığı banka sayısı ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.38'de, ANOVA sonuçlarına ait bulguları Tablo 3.39'da verilmiştir.

Tablo 3.38: İnternet bankacılığında kullanılan banka sayısı ile araştırma boyutları arasındaki ilişkinin varyans homojenliği.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. | Karar | Seçilen Test |
|---------------------------------------|------------------|------|---------|--------------|
| İnternet Bankacılığının Faydaları | 1,428 | ,224 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | 2,036 | ,089 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığının Riskleri | ,794 | ,529 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında İtibar | ,824 | ,510 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Güvenlik | ,653 | ,625 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Tutundurma | 2,369 | ,052 | Homojen | Tukey |

Tablo 3.39: İnternet bankacılığında kullanılan banka sayısı ile araştırma boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Kaç Banka | N | Arit. Ort. | Standart Sapma | F Değeri | P Değeri | Tukey testi | | | | |
|----|---------------------------------------|------------|-----|------------|----------------|----------|----------|-------------|---|---|---|------------|
| | | | | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 ve üzeri |
| 1 | İnternet Bankacılığının Faydaları | 1 | 175 | 4,2829 | ,6199 | 1,549 | ,187 | | | | | |
| | | 2 | 149 | 4,4452 | ,5468 | | | | | | | |
| | | 3 | 61 | 4,3470 | ,6901 | | | | | | | |
| | | 4 | 10 | 4,4500 | ,4307 | | | | | | | |
| | | 5 ve üzeri | 7 | 4,3333 | ,3469 | | | | | | | |
| 2 | İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | 1 | 175 | 4,0229 | ,7645 | 2,585 | ,037 | | | | | |
| | | 2 | 149 | 4,1499 | ,5291 | | | | | | | |
| | | 3 | 61 | 4,1913 | ,5493 | | | | | | | |
| | | 4 | 10 | 4,5333 | ,4500 | | | | | | | |
| | | 5 ve üzeri | 7 | 4,3810 | ,3563 | | | | | | | |
| 3 | İnternet Bankacılığının Riskleri | 1 | 175 | 2,9349 | ,7579 | 6,294 | ,000 | | * | * | | |
| | | 2 | 149 | 2,6523 | ,7003 | | | * | | | | |
| | | 3 | 61 | 2,5213 | ,7885 | | | * | | | | |
| | | 4 | 10 | 2,3600 | ,7106 | | | | | | | |
| | | 5 ve üzeri | 7 | 2,2571 | ,6997 | | | | | | | |
| 4 | İnternet Bankacılığında İtibar | 1 | 175 | 3,6971 | ,9376 | 3,017 | ,018 | | | | | |
| | | 2 | 149 | 3,9497 | ,8636 | | | | | | | |
| | | 3 | 61 | 3,7541 | ,8545 | | | | | | | |
| | | 4 | 10 | 4,4000 | ,5676 | | | | | | | |
| | | 5 ve üzeri | 7 | 4,1429 | ,6268 | | | | | | | |
| 5 | İnternet Bankacılığında Güvenlik | 1 | 175 | 3,1571 | ,9765 | 4,395 | ,002 | | * | * | | |
| | | 2 | 149 | 2,8322 | ,8807 | | | * | | | | |
| | | 3 | 61 | 2,6803 | ,9400 | | | * | | | | |
| | | 4 | 10 | 2,6500 | ,9733 | | | | | | | |
| | | 5 ve üzeri | 7 | 2,7143 | ,6986 | | | | | | | |
| 6 | İnternet Bankacılığında Tutundurma | 1 | 175 | 2,9029 | ,9645 | 1,307 | ,267 | | | | | |
| | | 2 | 149 | 2,9732 | ,8091 | | | | | | | |
| | | 3 | 61 | 3,0984 | ,8407 | | | | | | | |
| | | 4 | 10 | 3,4500 | ,9265 | | | | | | | |
| | | 5 ve üzeri | 7 | 3,0000 | ,6455 | | | | | | | |

Tablo 3.38'e göre araştırmanın 6 boyutu ile internet bankacılığında kullanılan banka sayısı arasındaki ilişkiyi betimlemek için yapılan homojenlik testinde bütün boyutların (p değeri 0.05 ten büyük olduğu için) varyansları homojen dağılım göstermiştir. İnternet bankacılığının faydaları ile internet bankacılığında tutundurma

faktörleri ile kullanılan banka sayısı arasında herhangi bir anlamlı ilişki tespit edilememiştir. İnternet bankacılığının yaygınlaşması ile kullanılan banka sayısı arasında p değeri 0.05 ten küçük olduğu için bir ilişki var gözükmemektedir. Fakat yapılan post hoc testlerinde banka sayısını oluşturan gözlem noktaları arasında bir gözlem noktasını diğerinden ayıracak ve ya benzer hale getirecek herhangi bir anlamlı ilişkiden bahsedilememektedir.

İnternet bankacılığında risk ve İnternet bankacılığında güvenlik boyutları ile banka sayısının farklılığı arasında istatistiki açıdan anlamlı fark vardır. (F=6,294; $p<0.00$ ve F=4,395; $p<0.02$). İnternet bankacılığını kullanan kamu çalışanlarının risk ve güvenlik anlayışlarında bir banka ile 2 ve 3 banka ile çalışma arasında farklılıklar bulunmaktadır. Her iki boyut için de bir banka ile çalışan kişiler bir banka ile çalışmanın daha riskli ve daha fazla güvenlik gerektirdiğini düşünmektedir.

Kamu sektöründe çalışan katılımcıların internet bankacılığının riski ile internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin değişimleri arasında yapılan analiz sonuçlarından varyansların homojenliğine ait bulguları Tablo 3.40’da, ANOVA sonuçlarına ait bulguları Tablo 3.41’de verilmiştir.

Tablo 3.40: İnternet bankacılığını kullanma riski ile araştırma boyutları arasındaki ilişkinin varyans homojenliği.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. | Karar | Seçilen Test |
|---------------------------------------|------------------|------|---------------|--------------|
| İnternet Bankacılığının Faydaları | 1,523 | ,219 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | 9,281 | ,000 | Homojen değil | Tamhane |
| İnternet Bankacılığının Riskleri | 9,990 | ,000 | Homojen değil | Tamhane |
| İnternet Bankacılığında İtibar | 1,996 | ,137 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Güvenlik | 2,009 | ,135 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Tutundurma | ,408 | ,666 | Homojen | Tukey |

Tablo 3.41: İnternet bankacılığını kullanma riski ile araştırma boyutları arasındaki ilişki.

| Faktörler | İB riski | N | Arit. Ort. | Standart Sapma | F Değeri | P Değeri | Tukey testi / Tamhane's T2 | | |
|---------------------------------------|----------|-----|------------|----------------|----------|----------|----------------------------|-------|--------|
| | | | | | | | Evet | Hayır | Kısmen |
| İnternet Bankacılığının Faydaları | Evet | 53 | 4,0849 | ,7038 | 7,022 | ,001 | | * | * |
| | Hayır | 137 | 4,4392 | ,5516 | | | * | | |
| | Kısmen | 212 | 4,3734 | ,5851 | | | * | | |
| İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | Evet | 53 | 3,7358 | ,8900 | 15,710 | ,000 | | * | * |
| | Hayır | 137 | 4,2968 | ,5092 | | | * | | * |
| | Kısmen | 212 | 4,0912 | ,6132 | | | * | * | |
| İnternet Bankacılığının Riskleri | Evet | 53 | 3,2151 | ,8263 | 26,782 | ,000 | | * | * |
| | Hayır | 137 | 2,4234 | ,6078 | | | * | | * |
| | Kısmen | 212 | 2,8283 | ,7478 | | | * | * | |
| İnternet Bankacılığında İtibar | Evet | 53 | 3,5189 | 1,0329 | 3,643 | ,027 | | | * |
| | Hayır | 137 | 3,8540 | ,9078 | | | | | |
| | Kısmen | 212 | 3,8821 | ,8391 | | | * | | |
| İnternet Bankacılığında Güvenlik | Evet | 53 | 3,7453 | ,9982 | 47,080 | ,000 | | * | * |
| | Hayır | 137 | 2,4599 | ,8533 | | | * | | * |
| | Kısmen | 212 | 3,0566 | ,8169 | | | * | * | |
| İnternet Bankacılığında Tutundurma | Evet | 53 | 2,9057 | ,9357 | ,183 | ,833 | | | |
| | Hayır | 137 | 2,9891 | ,8734 | | | | | |
| | Kısmen | 212 | 2,9811 | ,8868 | | | | | |

İnternet bankacılığını kullanma riski ile İnternet Bankacılığında tutundurma faktörü arasında p değeri 0.05'ten büyük olduğu için anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Diğer beş boyut ile kullanım riski arasında farklılık lehine algı bulunmaktadır. İnternet bankacılığının faydaları ile kullanım riskini algılama derecesi arasında farklılık bulunmaktadır (F=7,022; p<0.001).

Kullanım riski yoktur ve kısmen vardır diyenler ile kullanım riski vardır diyenler arasında belirgin fark vardır. Bu sonuçtan şu anlaşılmalıdır; internet bankacılığını kullanan bireylerin büyük bir kısmının risk endişesi giderilmelidir. İnternet bankacılığının yaygınlaşması sürecinde kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir ($F=15,710$; $p<0.000$). İnternet bankacılığının riski ile kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir ($F=26.782$; $p<0.000$). İnternet bankacılığında itibar ile kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir ($F=3,643$; $p<0.027$). Bu boyutta kısmen risklidir diyenler ile evet diyenler kullanıcılar arasında benzerlik yoktur. İnternet bankacılığında güvenlik ile kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir ($F=47,080$; $p<0.000$).

Tablo 3.42: Erişim noktaları ile araştırma boyutları arasındaki ilişki.

| NO | Faktörler | Erişim Noktaları | N | Arit. Ort. | Standart Sapma | F | Sig. | Ev | İş | Mobil | Tümü |
|----|-----------------------|------------------|-----|------------|----------------|-------|------|----|----|-------|------|
| 1 | İ.B'nın Faydaları | Evden | 120 | 4,3847 | ,6599 | 1,899 | ,129 | | | | |
| | | İşten | 71 | 4,2488 | ,6534 | | | | | | |
| | | Mobil | 77 | 4,2879 | ,5890 | | | | | | |
| | | Tümü | 134 | 4,4316 | ,5069 | | | | | | |
| 2 | İ.B'nın Yaygınlaşması | Evden | 120 | 4,0861 | ,7565 | 1,596 | ,190 | | | | |
| | | İşten | 71 | 4,0610 | ,6357 | | | | | | |
| | | Mobil | 77 | 4,0390 | ,6420 | | | | | | |
| | | Tümü | 134 | 4,2114 | ,5369 | | | | | | |
| 3 | İ.B'nın Riskleri | Evden | 120 | 2,7433 | ,8549 | ,234 | ,873 | | | | |
| | | İşten | 71 | 2,7493 | ,7496 | | | | | | |
| | | Mobil | 77 | 2,7948 | ,7448 | | | | | | |
| | | Tümü | 134 | 2,7045 | ,6840 | | | | | | |
| 4 | İ.B'da İtibar | Evden | 120 | 3,8083 | ,9705 | ,939 | ,422 | | | | |
| | | İşten | 71 | 3,9296 | ,7430 | | | | | | |
| | | Mobil | 77 | 3,6948 | ,9254 | | | | | | |
| | | Tümü | 134 | 3,8582 | ,8835 | | | | | | |
| 5 | İ.B'da Güvenlik | Evden | 120 | 3,0500 | 1,0175 | 1,213 | ,305 | | | | |
| | | İşten | 71 | 2,9859 | ,9782 | | | | | | |
| | | Mobil | 77 | 2,9416 | ,9388 | | | | | | |
| | | Tümü | 134 | 2,8284 | ,8673 | | | | | | |
| 6 | İ.B'da Tutundurma | Evden | 120 | 2,8542 | ,8609 | 2,291 | ,078 | | | | |
| | | İşten | 71 | 3,1761 | ,8371 | | | | | | |
| | | Mobil | 77 | 2,8961 | ,9044 | | | | | | |
| | | Tümü | 134 | 3,0187 | ,9123 | | | | | | |

Araştırmanın altı faktörü ile internet bankacılığı erişim noktaları arasındaki ilişkide farklılık var hipotezi reddedilmiştir. (p değeri 0,05 ten büyük olduğu için) Kullanıcılar açısından erişim noktaları açısından istatistiki açıdan anlamlı bir fark bulunamamıştır. Anova analizinin sonuçlarında farklılık yönünde herhangi bir tespit bulunmadığından dolayı ayrıca Tablo 3.42 için varyansların homojenliği tablosu hazırlanmamıştır.

Tablo 3.43: İnternet bankacılığını tercih sebepleri ile araştırma boyutlarının varyans homojenliği.

| Faktörler | Levene Statistic | Sig. | Karar | Seçilen Test |
|---------------------------------------|------------------|------|---------|--------------|
| İnternet Bankacılığının Faydaları | ,999 | ,393 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | 1,529 | ,206 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığının Riskleri | 2,244 | ,083 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında İtibar | 1,504 | ,213 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Güvenlik | ,647 | ,585 | Homojen | Tukey |
| İnternet Bankacılığında Tutundurma | 2,419 | ,066 | Homojen | Tukey |

Tablo 3.43 incelendiğinde P değeri 0.05'ten büyük olduğu için bütün faktörler için Tukey testi uygulanmıştır. Yapılan Anova analizi sonuçlarına göre internet bankacılığının faydası, internet bankacılığının yaygınlaşması, internet bankacılığının itibarı ve internet bankacılığında tutundurma faktörleri ile kullanım tercihleri arasında % 95 anlamlılık düzeyine göre herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. İnternet bankacılığının riskleri ile internet bankacılığında güvenlik faktörleri ile kullanıcıların tercih sebepleri arasında p değeri =.005 ten küçük olduğu için anlamlı farklılık bulunmaktadır.

İnternet bankacılığının riskleri ile kullanıcıların tercih sebebi olan dört unsur arasında ilişki tespit edilmiştir. (F= 8,023; p< 0.00) Kendi müracaatı sonucu internet bankacılığını kullananlar ile tavsiye ve banka bilgilendirmesi sayesinde internet bankacılığını kullananlar arasında istatistiki açıdan farklılık bulunmaktadır. Müşterilerin büyük bir çoğunluğu kendi müracaat ederek internet bankacılığını kullanmaya başlamaktadır. Yapılacak kampanyalarda bu gruba öncelik verilmesinde fayda vardır.

İnternet bankacılığında güvenlik faktörü ile kullanıcıların tercih sebebi olan dört unsur arasında ilişki tespit edilmiştir. (F= 3,587; p< 0.14) Kendi müracaatı

sonucu internet bankacılığını kullananlar ile tavsiye sonucu internet bankacılığını kullananlar arasında istatistiki açıdan farklılık bulunmaktadır. İnternet bankacılığı sürecini kendi başlatanların güvenlik endişesi tavsiye sonucu kullananlara göre daha fazladır.

Tablo 3.44: Tercih faktörleri ile araştırma boyutları arasındaki ilişki.

| No | Faktörler | Tercih Faktörleri | N | Arit. Ort. | Standart Sapma | F | Sig. | Kendi müracaatım | Tavsiye sonucu | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | Basın/yayın reklamları |
|----|-----------------------|--------------------------------------|-----|------------|----------------|-------|------|------------------|----------------|--------------------------------------|------------------------|
| 1 | İ.B'nin Faydaları | Kendi müracaatım | 226 | 4,4049 | ,5436 | 1,379 | ,249 | | | | |
| | | Tavsiye sonucu | 79 | 4,3460 | ,6503 | | | | | | |
| | | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 4,2567 | ,6568 | | | | | | |
| | | Basın/yayın reklamları | 10 | 4,2667 | ,8322 | | | | | | |
| 2 | İ.B'nin Yaygınlaşması | Kendi müracaatım | 226 | 4,1681 | ,5915 | 1,838 | ,140 | | | | |
| | | Tavsiye sonucu | 79 | 4,1139 | ,7603 | | | | | | |
| | | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 3,9770 | ,6663 | | | | | | |
| | | Basın/yayın reklamları | 10 | 4,1000 | ,6488 | | | | | | |
| 3 | İ.B'nin Riskleri | Kendi müracaatım | 226 | 2,5832 | ,7283 | 8,023 | ,000 | | * | * | |
| | | Tavsiye sonucu | 79 | 2,9241 | ,8204 | | | * | | | |
| | | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 2,9448 | ,7026 | | | * | | | |
| | | Basın/yayın reklamları | 10 | 3,1000 | ,6342 | | | | | | |
| 4 | İ.B'da İtibar | Kendi müracaatım | 226 | 3,8761 | ,8538 | 1,171 | ,321 | | | | |
| | | Tavsiye sonucu | 79 | 3,8038 | ,9178 | | | | | | |
| | | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 3,7586 | ,9146 | | | | | | |
| | | Basın/yayın reklamları | 10 | 3,4000 | 1,3904 | | | | | | |
| 5 | İ.B'da Güvenlik | Kendi müracaatım | 226 | 2,8186 | ,9106 | 3,587 | ,014 | | * | | |
| | | Tavsiye sonucu | 79 | 3,1835 | ,9614 | | | * | | | |
| | | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 3,0172 | ,9598 | | | | | | |
| | | Basın/yayın reklamları | 10 | 3,2500 | 1,2076 | | | | | | |
| 6 | İ.B'da Tutundurma | Kendi müracaatım | 226 | 2,9757 | ,8501 | ,085 | ,968 | | | | |
| | | Tavsiye sonucu | 79 | 2,9620 | ,9295 | | | | | | |
| | | Bankamın bilgilendirmesi vasıtasıyla | 87 | 2,9943 | ,9038 | | | | | | |
| | | Basın/yayın reklamları | 10 | 2,8500 | 1,2921 | | | | | | |

Tablo 3.45: Genel değerlendirme tablosuna göre ikinci hipotezin kabul durumu.

| Faktörler | Memnuniyet | Giriş Sıklığı | İ.B'nı Kullanım Yılı | Banka Sayısı | Kullanım Riski | Erişim Noktaları | Tercih Faktörleri |
|---------------------------------------|------------|---------------|----------------------|--------------|----------------|------------------|-------------------|
| İnternet Bankacılığının Faydaları | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | RED | RED |
| İnternet Bankacılığının Yaygınlaşması | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | RED | RED |
| İnternet Bankacılığının Riskleri | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | RED | KABUL |
| İnternet Bankacılığında İtibar | KABUL | RED | RED | KABUL | KABUL | RED | RED |
| İnternet Bankacılığında Güvenlik | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | KABUL | RED | KABUL |
| İnternet Bankacılığında Tutundurma | RED | RED | RED | RED | RED | RED | RED |

En çok kabul gören hipotezimiz araştırma boyutları ile kullanım riski algılayışı arasında, araştırma boyutları ile kullanılan banka sayısına bağlı tecrübe arasında, araştırma boyutları ile internet bankacılığında memnuniyet durumu arasında ve araştırma boyutları ile giriş sıklığına bağlı fark olduğuna dair H1 hipotezidir. Hiç kabul görmeyen ve farklılığın bulunmadığı hipotezimiz ise erişim noktalarını tecrübe eden çalışanların araştırma boyutlarına verdiği cevaplar arasında istatistiki açıdan bir farklılık olmadığı hipotezidir.

3.8.6 Kümeleme Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen katılımcıların internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin önem düzeylerine göre değerlendirme sonuçları Tablo 3.46'de verilmiştir. İnternet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin önem düzeyine göre değerlendirilmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Kümeleme analizi kullanıldığında temel amaç araştırma sonucunda elde edilen yargıların temel özellikleri dikkate alınarak onların gruplandırılmasını ve önem düzeylerini belirlemektir. Analiz sırasında yargıların 1: En önemli, 2: Önemli ve 3: En az önemli olacak şekilde gruplandırılması yapılmıştır.

Tablo 3.46: İnternet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerin önem düzeylerine göre değerlendirilmesi.

| YARGILAR | ÖNEM DÜZEYİ | | |
|--|-------------|---|---|
| | 1 | 2 | 3 |
| İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar | + | - | - |
| İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır | + | - | - |
| Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir | + | - | - |
| İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir | + | - | - |
| İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır | + | - | - |
| İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır | + | - | - |
| İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır | + | - | - |
| İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır | + | - | - |
| İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim | - | + | - |
| İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır | - | + | - |
| Bankanın tanınmışlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir | - | + | - |
| İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşırım | - | - | + |
| İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecektir | - | - | + |
| İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum | - | - | + |
| İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum | - | - | + |
| İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu | - | - | + |
| Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder | - | - | + |
| Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım | - | - | + |
| İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım | - | - | + |
| İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim | - | - | + |

Kamu sektöründe çalışan katılımcılara göre internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörler içinde katılımcılar internet bankacılığı kullanmanın zamandan tasarruf sağladığına en yüksek oranda önem vermektedirler. Katılımcılar internet bankacılığının şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için

kullanışlı olduğuna, bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişim olduğuna, internet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmenin önemli olduğuna, internet bankacılığının bankacılık işlemlerini daha hızlı yapabileceği önemli bir araç olduğuna birinci dereceden önemli olarak inanmaktadırlar.

Katılımcılar ikinci dereceden önemli olarak internet bankacılığını çevresindekilere tavsiye ettiklerini, internet bankacılığı kullanmanın işlem performanslarını arttırdığını ve bankanın tanınmışlığı ile o bankadan maaş alınması internet bankacılığını tercih etme nedeni olarak ileri sürülmüştür.

Katılımcılara göre internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörler içinde üçüncü dereceden önemli olarak internet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşınması, internet bankası ile ilgili bir sorun olması durumunda bankanın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümlenecek olması, internet bankacılığı kullanıldığında bankacılık işlemlerinin güvenliğinden endişe duyulması ve internet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerin yer almasından güvensizlik duyulması, internet bankacılığının teknolojik yönüyle karmaşık olması ve katılımcıların internet bankacılığı kullanmakta tecrübeli olmamaları yargıları sayılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

4.1 Sonuç

Bu araştırmada, kamu çalışanlarının demografik ve sosyoekonomik değişkenleri ile internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır.

Kamu kesimi çalışanlarını internet bankacılığında yararlanma düzeylerine göre demografik ve sosyoekonomik nedenler bakımından gruplandırabilir miyiz? Şayet böyle bir gruplandırma yapılabilirse, bu gruplandırmanın başlıca ayırt edici özellikleri nelerdir? Bu gruplandırma sonunda oluşan faktörler (gruplar) arasında demografik ve sosyoekonomik değişkenler yönünden belirgin farklar var mıdır? Sorularına araştırma kapsamında yanıtlar aranmıştır. Araştırma kapsamında yapılan istatistiksel testler sonucu ulaşılan bulgular doğrultusunda araştırma soruları cevaplandırılmaktadır. Ayrıca araştırmada elde edilen bilgiler ışığında bankalara pazarlama kararları için internet bankacılığı hususunda önerilerde bulunulmakta ve bu alanda yapılabilecek çalışmalar için öneriler sunulmaktadır.

Değişen koşullar, teknolojinin sürekli gelişimi ve değişimi, artan rekabet bankacılık sektöründe pazarlama anlayışına daha fazla önem kazandırmaktadır. Günümüz bankacılık sektöründe alternatif dağıtım kanallarından internet bankacılığı, önemli bir pazarlama ve rekabet aracıdır. Bankalar müşteri sayısını korumanın yanında, yeni müşterileri de çekmeye çalışmaktadırlar. Yeni müşteri çekebilmek için, internet üzerinden ciddi yatırımlar yapmaktadırlar. Bu nedenle müşterilerin internet bankacılığında yararlanma düzeyleri ve bunları etkileyen faktörler hakkında daha fazla bilgi edinilebilmesi, kaynakların etkin kullanılmasına katkı sağlayacaktır.

En uygun ve en doğru müşteriye işletmeye kazandırmak ve onu kaybetmemek başarıyı ve rekabet avantajını sağlayacaktır. Bunun için ise müşterileri iyi tanımak müşterileri nelerin etkilediğini ve müşterilerin ihtiyaçlarının nasıl şekillendiğini sürekli izleyerek öğrenen sistemler oluşturmak gerekmektedir.

İşlevlerini yoğun rekabet ortamında gerçekleştiren bankacılık sektörü, müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yarış içine girmişlerdir. Rekabetin artması gelişime ve değişime hız kazandırmıştır. Yaşanan gelişmeler bankaların yapılarında ve hizmet biçimlerinde revizyonu zorunlu kılmıştır. Bankalar gelişen teknoloji sonucunda hem müşterilerine hem de diğer kullanıcılarına geniş bir hizmet yelpazesi sunmuşlardır. Klasik bankacılık faaliyetlerinin birçoğunun öneminin azalması geleneksel bankacılık modellerinin yerine modern bankacılık modellerinin önem kazanması, modern bankacılığın kanallarının müşteriye sağladığı; maliyet, hız ve mobil bankacılık gibi bileşenler müşteriye internet bankacılığına teşvik etmiştir.

Rekabetin son derece yoğun olduğu günümüzde, müşteriler bir tuşla tercihlerini değiştirebilmektedirler. Bu durum karşısında bankalar müşterilerine farklılıklar sunarak, rakiplerine göre farklı bir konuma (imaja) sahip olmak zorundadırlar. Bankalar hizmetlerini artırarak sürdürebilmeleri için rakiplerine göre farklılık yaratmasının yanı sıra müşterilerini (hizmet alıcılarını) sadık müşteri yapabilmenin yöntemlerini araştırmalıdırlar. Müşteri sadakatini güçlendirmenin yolu; müşterinin rakiplere gitmesini engelleyecek tedbirler almaktır. Şayet sadık müşterilere avantajlı ürünler sunulması halinde, rakiplerin müşterilerini çekmek için sunacağı bazı teklifleri sadık müşteriler kabul etmeyeceklerdir.

Bankaların ilgili departmanlarının en önemli görevlerinden biriside seçmiş oldukları pazar diliminde müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre gruplandırarak pazar payını artırıcı stratejiler geliştirmektir. Bu stratejileri geliştirebilmek için öncelikle demografik ve sosyoekonomik özelliklerine göre müşterilerinin tercihlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi gerekmektedir. Yapılan bu araştırma ile, kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyebilecek değişkenlerin neler olduğu sorusuna cevap bulmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda internet bankacılığı kullanan kamu kesimi çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik

değişkenleri ile internet bankacılığında yararlanma düzeylerine etki eden faktörler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı test edilmiştir.

Bu araştırmada veriler, 5'li Likert tipindeki kapalı uçlu sorular ile Bolu ilinde çalışan kamu personellerinden anket yöntemi ile elde edilmiştir. Anket kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ve internet bankacılığı kullanımına yönelik 17 soru ile 36 yargıdan oluşmaktadır. Birinci bölümde internet bankacılığı kullanan kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine, ikinci bölümde ise kamu çalışanlarının herhangi bir bankanın internet bankacılığını tercih etmedeki nedenlerine yer verilmiştir.

Verilerin analizinde, SPSS paket programından faydalanılmıştır. İstatistiksel bulguların sayısal yöntemle özetlenmesi için betimleyici analiz, hazırlanan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini ölçmek için faktör analizi, ölçülen değişkenlerin orta değerden farkını ölçebilmek için t-testi, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkilerin derecesini ölçebilmek için Pearson Korelasyon analizi, internet bankacılığı kullanım tercihlerini etkileyen faktörlerin demografik ve sosyo-ekonomik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin tespiti için varyans analizleri yapılmıştır. Bu yapılan varyans analizleri sonucunda farklılık bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc testi uygulanmıştır ve internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörlerin önem düzeyine göre değerlendirilmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır.

Araştırmada temel demografik değişkenler olarak kamu çalışanlarının cinsiyeti, medeni hali, eşinin çalışma durumu, yaşı, eğitim düzeyi, aylık geliri, ve işi kullanılmış ve aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

- 1) Araştırmaya katılan 402 internet bankacılığı kullanıcısı kamu çalışanının % 62'sini (f=251) bayların % 38'ini (f=151) bayanların oluşturduğu gözlenmektedir.
- 2) Katılımcıların % 61'i (f=244) evlidir. Evlilerin % 32'sinin (f=130) eşi herhangi bir işte çalışmaktadır.
- 3) Katılımcıların % 48'i (f=192) 26-35 yaş grubundadır. Bunu % 25 ile (f=101) 36-45 yaş grubu kullanıcılar izlemektedir.
- 4) Anket katılımcılarının % 54'ü (f=216) lisans mezunudur.
- 5) Ankete katılan kamu çalışanlarının aylık gelirlerine bakıldığında % 64 (f=256) ile en büyük dilimi 2001-3000 TL arasında gelir elde edenler

oluşturmaktadır. Bunu % 17 (f=67) ile 1001-2000 TL arası gelir dilimi izlemiştir.

- 6) Ankete katılan kamu çalışanlarının iş yerlerine bakıldığında ise ana yığılma birimlerinin Eğitim (%37) (f=149), Sağlık (%22) (f=89) ve İçişleri Bakanlığının (%14) (f=58) olduğu görülmektedir.
- 7) Ankete katılan kamu çalışanlarının % 93'ü (f=374) neredeyse tamamı internet bankacılığını kullanmaktan memnundurlar. Memnun olmayanların oranı ise % 7'dir. (f=28)
- 8) Katılımcılar daha çok haftada birkaç kere (%24) (f=98) ve haftada bir (%20,6) (f=83) internet bankacılığını kullanmaktadır.
- 9) Katılımcıların % 42'si (f=169) internet bankacılığını 1-3 yıl arasında kullanmaktadır. Bunu % 24 (f=96) ile 3-6 yıl arası kullanıcılar izlemektedir. Her beş kişiden biri son bir yıl içinde internet bankacılığı ile tanışmaktadır. (% 20,1) (f=81)
- 10) Katılımcıların % 43'ü (f=175) sadece 1 bankanın internet bankacılığı hizmetini kullanmaktadır. 2 tane bankanın internet bankacılığı hizmetini kullananların oranı ise % 37'dir. (f=149)
- 11) Katılımcılardan % 13'ü (f=53) internet bankacılığını riskli görmektedir.
- 12) Katılımcıların internet bankacılığına erişim noktalarına bakıldığında bütün erişim noktalarına aşinalık % 33'tür (f=134). Evden erişim % 30'dur (f=120). En az erişimin gerçekleştiği mekân ise (%18) (f=71) iş yeridir.
- 13) Katılımcıların % 56'sı (f=226) kendi müracaatıyla internet bankacılığı kullanmaya başlamıştır. Kullanıcıların % 21'i (f=87) bankanın bilgilendirmesi vasıtasıyla internet bankacılığı kullanmaya başlamıştır.
- 14) Katılımcıların %30,1'inin en fazla kullandığı internet bankası (f=121) Garanti Bankasıdır.
- 15) Katılımcıların % 42'si (n=168) internet bankacılığını en çok fatura ve ödemeler için kullanmaktadır. Bunu % 23 (n=94) ile EFT ve havale, % 17 (n=69) ile kredi kartı işlemleri izlemektedir.
- 16) Katılımcıların % 53'ü (n=213) internet bankacılığı kullanımında 7 gün 24 saat ulaşılabilirliği en fazla önemsemiştir. Bunu % 18 (n=73) ile kolay işlem yapabilmek, %13 (n=52) ile zaman tasarrufu sağlaması unsurları izlemektedir.

Kamu çalışanlarının internet bankacılığını kullanımına yönelik yargıların ortalamalarının grup ortalaması olan 3.584'ten istatistiki bakımdan farklı olup olmadığının tespiti amacıyla t-testi uygulanmıştır. Çalışma bulgularına göre, kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanma nedenlerini etkileyen ilk beş özellik;

- 1) İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar.
- 2) İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır.
- 3) Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir.
- 4) İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir.
- 5) İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerinin daha hızlı yapılacağı önemli bir araçtır.

Araştırmada kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri ölçmek amacıyla 36 bağımlı değişken belirlenmiştir. Bu değişkenlerden alınan yanıtlar doğrultusunda kamu çalışanları tarafından benzer algılanan değişkenleri gruplandırmak amacıyla faktör analizi uygulanmıştır.

Faktör analizi sonucu ortaya çıkan boyutlar ve bunların içerdiği alt değişkenler incelendiğinde, kamu çalışanları internet bankacılığında yararlanırken az ya da çok 6 faktörün etkisinde kaldığı gözlemlenmektedir. Bu faktörler; “internet bankacılığının faydaları”, “internet bankacılığının yaygınlaşması”, “internet bankacılığında riskler”, “internet bankacılığında itibar”, “internet bankacılığında güvenlik” ve “internet bankacılığında tutundurma”dır.

Ankete katılan kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanımını etkileyen unsurlarının boyutları (faktörleri) arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon katsayılarına bakılarak tespit edilmiştir.

Değişkenler arası korelasyonlara bakıldığında en yüksek ilişkinin internet bankacılığının “hayatı kolaylaştıran bir girişim olması” ve “zamandan tasarruf sağlaması” yargısı arasında olduğu tespit edilmiştir. İnternet bankacılığının “çalışan bireyler için ihtiyaç olması” ve “zamandan tasarruf sağlaması” yargısı arasında da kuvvetli pozitif bir ilişki vardır. Diğer bir kuvvetli ilişki ise internet bankacılığını “çevredekilere tavsiye etme” ile “yaygınlaştırma” değişkenleri arasındadır.

Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihinde demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre önemli bir farklılık gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla araştırma verilerine bağımsız gruplar t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanarak istatistiksel olarak karşılaştırma yapılmıştır. Tek yönlü varyans analizinde (ANOVA) farklılığın bulunması halinde, bu farklılığın hangi iki grup değişkenden kaynaklandığının belirlenebilmesi amacıyla Post Hoc testi yapılmıştır.

Araştırma bulgularından kamu çalışanlarının demografik ve sosyo ekonomik özelliklerinin internet bankacılığı kullanım tercihlerinde etkili olduğu (güvenlik faktörü hariç) sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla “H1: Kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri (bağımsız değişkenler) ile internet bankacılığı kullanım tercihinde etkili olan faktörler (bağımlı değişkenler) arasında anlamlı bir ilişki vardır”, hipotezi kabul edilmiştir. Araştırmanın boyutları arasında yer alan “internet bankacılığının faydaları” ve “internet bankacılığında itibar” faktörlerinin internet bankacılığı kullanım tercihlerinde daha önemli olduğu yapılan istatistiksel analizler sonucunda ortaya çıkmıştır.

“İnternet bankacılığının faydaları”, “İnternet bankacılığının yaygınlaşması”, “İnternet bankacılığında riskler”, “İnternet bankacılığında itibar” ve “İnternet bankacılığında tutundurma” faktörleri ile kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. İnternet bankacılığından yararlanma düzeyleri kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine göre şekillenmekte ve internet bankacılığı kullanma yönündeki tercihleri de artma eğilimi göstermektedir.

“İnternet bankacılığının faydaları” faktöründe 26-35 ve 36-45 yaş grubu 18-25, 46-55 ve 55 ve üzeri yaş grubuna göre internet bankacılığı kullanımı tercihine ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark olduğu gözlenmektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre 26-35 ve 36-45 yaş grubu 18-25, 46-55 ve 55 ve üzeri yaş grubuna göre internet bankacılığı kullanımı tercihinde bu faktör değişkenleri için daha olumlu görüşe sahiptir. Bu bulgulara göre 26-45 arası yaşta olan katılımcılar internet bankacılığını kullanmanın zamandan tasarruf sağladığına ve internet bankacılığında şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için daha kullanışlı olduğuna yüksek oranda katılmaktadırlar. Çalışmaya katılan ve kamu sektöründe çalışanların daha çok (%73) 26-45 yaş grubunda oldukları göz önüne alındığında bu yaş grubunda yer alan

katılımcıların iş yoğunluğundan dolayı iş dışı zamanlarının değerli olduğu ve bu nedenle de internet bankacılığının bankacılık işlemlerinde zaman kazandırdığı söylenilebilir.

“İnternet bankacılığının yaygınlaşması” faktöründe 56 ve daha yukarı yaş grubunda olanlar ile 18–25, 26–35, 36–45, 46–55 yaş gruplarına göre internet bankacılığı kullanımında internet bankacılığının yaygınlaştırılması ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. 56 ve daha yüksek yaşta olan katılımcılar yargı içerisinde yer alan değişkenlere daha düşük oranda katılım göstermektedirler. 56 ve daha yüksek yaşta olan katılımcılar internet bankacılığını çevresinde olan diğer insanlara daha düşük oranda tavsiye edeceklerini ve internet bankacılığının yaygınlaştırılmasının çok önemli olmadığını belirtmişlerdir.

“İnternet bankacılığının faydaları” faktöründe lise ve lisansüstü eğitim derecesine sahip olanlar ön lisans ve lisans eğitim derecesine sahip olanlara göre internet bankacılığı kullanımı tercihine ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark olduğu gözlenmektedir. Lise eğitim derecesine sahip katılımcıların internet bankacılığının faydalı olduğuna genel ortalamadan daha düşük oranda, lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcıların ise genel ortalamadan daha yüksek oranda katıldıkları görülmektedir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcılar internet bankacılığının şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlı olduğuna, özellikle bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığının hayatı kolaylaştıran bir gelişme olduğuna, internet bankacılığının kullanılması ile zamandan tasarruf sağlandığına ve internet bankacılığının özellikle çalışan bireyler için bir ihtiyaç olduğuna yüksek derecede olumlu yönde katılırlarken, lise eğitim düzeyine sahip katılımcılar ise bu yargılara daha düşük düzeyde olumlu yönde katılım göstermektedirler.

“İnternet bankacılığında riskler” faktöründe lisansüstü eğitim derecesine sahip olanların lise, ön lisans ve lisans eğitim derecesine sahip olanlara göre internet bankacılığı kullanımında karşılaşılabilecek risklere ilişkin görüşlerinde anlamlı bir fark olduğu gözlenmektedir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcılar “İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesini” diğer eğitim seviyesinde olanlara göre daha düşük oranda yaşadıklarını belirtilmişlerdir. Lise, ön lisans ve lisans mezunları internet bankacılığını teknolojik yönüyle daha karmaşık bulduklarını belirtirken, lisansüstü mezunları ise daha az karmaşık bulduklarını

belirtmişlerdir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip katılımcılar diğer eğitim derecesine sahip katılımcılara göre bankacılık işlemleri yaparken işlemlerde yönlendirecek bir yetkiliye daha az oranda ihtiyaç duyduklarını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca lisansüstü mezunları internet bankacılığı kullanma noktasında kendilerini diğer eğitim seviyesinde yer alan katılımcılara göre daha yüksek oranda tecrübeli görmekte-dirler.

“İnternet bankacılığında itibar” faktöründe lisansüstü eğitim derecesine sahip olanlar lise ve ön lisans eğitim derecesine sahip olanlara göre internet bankacılığı kullanımında itibar ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir. Lisansüstü eğitim derecesine sahip olan katılımcıların bu yargı içinde verilen değişkenlere özellikle lise ve ön lisans derecesine sahip olan katılımcılara göre daha yüksek oranda (ortalamada) katıldıkları belirlenmiştir. Lisansüstü derecesine sahip katılımcılara göre internet bankacılığının tercih edilmesinde bankanın tanınmışlığının ve maaşlarının alınmasının büyük önemi vardır. Lise ve ön lisans derecesinde ise bu yargıya olumlu katılım oranı lisansüstü derecesine göre daha düşük seviyede belirlenmiştir. Lise ve ön lisans mezunu çalışanlara göre internet bankacılığının kullanılmasında bankacılık iş ve işlem performanslarının artma oranlarının lisansüstü mezunlara göre daha düşük oranda olduğu söylenilebilir.

“İnternet bankacılığında riskler” faktöründe ortalama aylık gelir seviyesi 1000 TL ve altında olanlar ile 1001-2000 TL arasında olanlar ortalama aylık gelirleri 2001 TL ve daha fazla olanlara göre internet bankacılığı kullanımında karşılaşılabilecek risklere ilişkin görüşlerinde anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. 1000 TL ve daha az gelir düzeyine sahip katılımcılar internet bankacılığını teknolojik yönüyle daha karmaşık bulduklarını belirtmişlerdir. Ortalama aylık gelir düzeyleri 2000 TL ve daha az olan katılımcılar bankacılık işlemleri yaparken işlemlerde yönlendirecek bir yetkiliye daha fazla oranda ihtiyaç duyduklarını ileri sürmüşlerdir. Ayrıca 2000 TL ve daha az ortalama aylık gelire sahip katılımcıların internet bankacılığını kullanma noktasında daha az tecrübeli oldukları belirlenmiştir. Ortalama aylık gelir düzeyleri 2000 TL ve daha az olan katılımcılar şube bankacılığını internet bankacılığına göre daha yüksek oranda tercih etmektedirler.

“İnternet bankacılığında tutundurma” faktöründe ortalama aylık gelir seviyesi 1001-2000 TL ve 2001-3000 TL arasında olanlar diğer gelir gruplarına göre internet bankacılığı tutundurma faaliyetlerinde kullanılan ve araştırmada önemli bulunan

görüşlerde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Ortalama aylık gelirleri 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar internet bankacılığı ile ilgili dikkatlerini çeken/hatırladıkları reklamların olduğuna genel ortalamadan daha düşük oranda katılım gösterirken, ortalama aylık gelirleri 2001-3000 TL arasında olanlar ise bu yargıya genel ortalamadan daha yüksek oranda katılım gösterdiklerini belirtmişlerdir. Ortalama aylık gelir seviyesi 1001-2000 TL arasında olan katılımcılar internet bankacılığının kullanıldığı bankanın internet bankacılığı ile ilgili bir sorun yaşanması durumunda müşteri hizmetleri tarafından bu sorunun kolay ve hızlı bir şekilde çözüleceğine yüksek derecede inandığı, ancak ortalama aylık gelir düzeyi 2001-3000 TL arasında olanların ise tersi yönde düşük derecede inandığı belirlenmiştir.

“İnternet bankacılığında itibar” faktöründe sağlık alanında çalışanlar ile adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışanlar diğer alt birimlerde çalışanlara göre internet bankacılığı kullanımında itibar ile ilgili görüşlerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Sağlık alt birimlerinde çalışan katılımcılar internet bankacılığı kullanımında itibar ile ilgili sunulan görüşlere adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışanlara göre daha düşük ortalama ile katılmaktadırlar. Özellikle adalet bakanlığı alt biriminde çalışanlar diğer birimlerde çalışanlara göre daha yüksek oranda (ortalamada) verilen yargılara katıldıkları belirlenmiştir. Adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışan katılımcılara göre internet bankacılığının tercih edilmesinde bankanın tanınmışlığının ve maaşlarının o bankadan alınmasının büyük önemi vardır. Sağlık alt birimlerinde ve iç işleri bakanlığı alt birimlerinde çalışanlar internet bankacılığının tercih edilmesinde bankanın tanınmışlığının ve maaşlarının o bankadan alınmasının çok önemli olmadığını belirttiği belirlenmiştir. Adalet bakanlığı alt birimlerinde çalışanlar ile iç işleri alt birimlerinde çalışanlar internet bankacılığının kullanılmasında iş ve işlem performanslarının artma oranlarının diğer alt birimlerde çalışanlara göre daha yüksek oranda olduğu belirlenmiştir. Sağlık alt birimlerinde çalışanlar internet bankacılığının kullanılması ile bankacılık iş ve işlem performanslarının artacağına çok fazla inanmadıklarını ileri sürmektedirler.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek amacıyla varyans analizi yapılmıştır. Araştırmanın bir diğer hipotezi olan “H2: Kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım nedenlerinde etkili olan faktörler ile kamu sektöründe çalışanların internet bankacılığı kullanım alışkanlıkları arasında ilişki vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Bu hipotezde internet bankacılığı kullanma süresi,

kullanılan banka sayısı, internet bankacılığı kullanım memnuniyeti, internet bankacılığı kullanım riski, internet bankacılığına giriş sıklığı, internet bankacılığı tercih sebebi ve internet bankacılığına erişim noktalarına ilişkin sorular test edilmiştir.

“İnternet bankacılığının faydaları”, yargısında internet bankacılığına giriş sıklığı ayda bir olan katılımcılar diğer sıklıkta internet bankacılığına giriş yapanlardan farklılaşmaktadırlar. İnternet bankacılığına her gün girdiğini belirten katılımcılar internet bankacılığının faydalarına en fazla olumlu yönde katılım gösterirken, ihtiyaç duyduklarında internet bankacılığını kullananlar ise en az oranda olumlu yönde katılım göstermektedirler.

“İnternet bankacılığının yaygınlaşması” yargısında internet bankacılığını ihtiyaç duyduklarında kullandıklarını belirtenler diğer sıklıkta internet bankacılığına girenlere göre internet bankacılığının yaygınlaşmasına en az oranda olumlu yönde katılım göstermektedirler. İnternet bankacılığının yaygınlaşmasını özellikle her gün internet bankacılığına girenler tavsiye etmektedirler.

“İnternet bankacılığında riskler” faktöründe ortaya çıkan istatistiksel sonuca göre internet bankacılığına ihtiyacı olduğunda giren katılımcıların diğer giriş sıklıklarındaki katılımcılara göre internet bankacılığının daha fazla risk içerebileceğini belirttiği görülmüştür. İnternet bankacılığının risk analizinde her gün internet bankacılığını kullananlar diğer sıklıkta internet bankacılığını kullananlara göre daha az riskli bulmaktadırlar.

“İnternet bankacılığında güvenlik” faktöründe ihtiyaç duyduklarında internet bankacılığına girenler diğer giriş sıklığındakilere göre güvenlik noktasında daha hassas olmak istediklerini ileri sürmüşlerdir. Her gün internet bankacılığına girdiklerini belirten katılımcılar internet bankacılığının güvenliğine diğer giriş sıklıklarına göre daha fazla güvenmektedirler.

“İnternet bankacılığının faydaları”nı algılama açısından 1 yıldan az kullananlar ile 1-3 ve 6-10 yıl arasında bankacılık hizmetini kullananlar arasında farklılık bulunmaktadır. Özellikle 6-10 yıldır bu hizmeti kullanan kamu çalışanlarının internet bankacılığının faydasını diğer gruplara göre daha içselleştirdikleri söylenebilir. İnternet Bankacılığının yaygınlaşması tecrübesini algılama açısından 1 yıldan az tecrübesi olanlar ile 1-3, 3-6 ve 6-10 yıllık tecrübesi olan kişiler arasında bankacılık hizmetini kullananlar arasında farklılık bulunmaktadır.

“İnternet bankacılığının yaygınlaşması” faktörü için en çok yaygınlaştığını düşünen grup 6-10 yıldır hizmeti kullanan kişilerdir.

“İnternet bankacılığının riskleri” ni algılama açısından gruplar arasında farklılıklar bulunmaktadır. 1 yıldan az kullananlar ile 3-6, 6-10 ve 10 yıl üzeri kullanan grup arsında fark vardır. En riskli gören grup 1 yıldan az bir süre bu hizmeti kullananlar en az riskli gören grup ise 10 yıl ve üstünde internet bankacılığını kullanan gruptur.

“İnternet bankacılığında güvenlik” konusunda güvenli olduğu düşüncesine katılım açısından 1 yıldan az kullananlar ile 6-10 yıldır kullananlar arasında farklılıklar bulunmaktadır.

“İnternet bankacılığında risk” ve “İnternet bankacılığında güvenlik” boyutları ile banka sayısının farklılığı arasında istatistiki açıdan anlamlı fark vardır. İnternet bankacılığını kullanan bireysel müşterilerin risk ve güvenlik anlayışlarında bir banka ile 2 ve 3 banka ile çalışma arasında farklılıklar bulunmaktadır. Her iki boyut için de bir banka ile çalışan kişiler bir banka ile çalışmanın daha riskli ve daha fazla güvenlik gerektirdiğini düşünmektedir.

“İnternet bankacılığının faydaları” ile kullanım riskini algılama derecesi arasında farklılık bulunmaktadır. İnternet bankacılığı kullanmakta risk yoktur ve kısmen vardır diyenler ile kullanım riski vardır diyenler arasında belirgin fark vardır. Bu sonuçtan şu anlaşılmalıdır: İnternet bankacılığını kullanan bireylerin büyük bir kısmının risk endişesi giderilmelidir.

“İnternet bankacılığının yaygınlaşması” sürecinde kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir. “İnternet bankacılığında itibar” ile kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir. Bu boyutta kısmen risklidir diyenler ile evet risklidir diyen kullanıcılar arasında benzerlik yoktur. “İnternet bankacılığında güvenlik” ile kullanım riskini algılama derecesi bütün alt gruplar açısından farklılık arz etmektedir.

“İnternet bankacılığının riskleri”nde kendi müracaatı sonucu internet bankacılığını kullananlar ile tavsiye ve banka bilgilendirmesi sayesinde internet bankacılığını kullananlar arasında istatistiki açıdan farklılık bulunmaktadır. Müşterilerin büyük bir çoğunluğu kendi müracaat ederek internet bankacılığını kullanmaya başlamaktadır. Yapılacak kampanyalarda bu gruba öncelik verilmesinde fayda vardır.

“İnternet bankacılığında güvenlik” faktöründe ile kendi müracaatı sonucu internet bankacılığını kullananlar ile tavsiye sonucu internet bankacılığını kullananlar arasında istatistiki açıdan farklılık bulunmaktadır. İnternet bankacılığı kullanma sürecini kendi başlatanların güvenlik endişesi tavsiye sonucu kullananlara göre daha fazladır.

Araştırma sonucunda elde edilen katılımcıların internet bankacılığını kullanmalarına etki eden faktörlerin önem düzeylerine göre değerlendirilmesinde kümeleme analizinden yararlanılmıştır.

Kamu sektöründe çalışan katılımcılara göre internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörler içinde katılımcılar internet bankacılığı kullanmanın zamandan tasarruf sağladığına en yüksek oranda önem vermektedirler.

Katılımcılar internet bankacılığının şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlı olduğuna, bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişim olduğuna, internet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmenin önemli olduğuna, internet bankacılığının bankacılık işlemlerini daha hızlı yapabileceği önemli bir araç olduğuna birinci dereceden önemli olarak inanmaktadırlar.

Kamu çalışanları ikinci dereceden önemli olarak internet bankacılığını çevresindekilere tavsiye ettiklerini, internet bankacılığı kullanmanın işlem performanslarını arttırdığını ve bankanın tanınmışlığı ile o bankadan maaş alınması internet bankacılığını tercih etme nedeni olarak ileri sürülmüştür.

Kamu sektöründe çalışan katılımcılara göre internet bankacılığı kullanımına etki eden faktörler içinde üçüncü dereceden önemli olarak internet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşınması, internet bankası ile ilgili bir sorun olması durumunda bankanın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümleyecek olması, internet bankacılığı kullanıldığında bankacılık işlemlerinin güvenliğinden endişe duyulması ve internet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerin yer almasından güvensizlik duyulması, internet bankacılığının teknolojik yönüyle karmaşık olması ve katılımcıların internet bankacılığı kullanmakta tecrübeli olmamaları yargıları sayılmıştır.

Araştırma bulgularına göre, kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinin ve kullanım alışkanlıklarının faktörler itibari ile farklılık göstermesi internet bankacılığı konusunda bankalar tarafından üzerinde önemle

durulması gereken konulardan birisidir. Demografik özellikleri ve kullanım alışkanlıkları farklı müşteriler, kendilerine sunulan aynı tür hizmetleri farklı değerlendirebilir. Bu algı çeşitliliği müşteriler arasında hizmetlerden memnun olanların yanında, memnun olmayan bir grubun oluşmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle de bankalar pazarlama karması kararlarını tespit ederken müşterilerinin, demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden kaynaklanan farklılıklarını dikkate almalıdır.

Teknolojide yaşanan gelişmeler, sektörde yoğun rekabet ortamı yaratmıştır. Ürün, fiyat, tutundurmaya dayalı rekabet yarışında bankalar için, müşterilerinin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri, istek ve ihtiyaçları, sunduğu ürün ve hizmetlerden müşterilerinin yararlanma düzeylerinin tespiti son derece önemlidir.

Kamu çalışanlarının internet bankacılığı tercihlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi için yapılan anket çalışması sonucunda; kamu çalışanlarının demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile internet bankacılığı kullanım tercihleri arasında ilişki ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bankalar, hedef kitlenin demografik özelliklerini iyi analiz etmeli ve bu kitlenin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda pazarlama stratejileri oluşturmalıdır.

4.2 Öneriler

Araştırma bulguları ışığında, bankalara şu öneriler sunulmaktadır:

- a) Müşterilerin demografik özellikleri doğrultusunda istek ve ihtiyaçları gruplandırılmalıdır. Bu oluşturulan grupların istek ve ihtiyaçlarına göre hizmetler geliştirilerek müşterilere tanıtımı yapılmalıdır. Müşteri memnuniyeti doğrultusunda sadakat yaratmak için internet bankacılığı kullanıcılarının demografik ve sosyo-ekonomik bilgilerine ve kullanım alışkanlıklarına dayalı müşteri odaklı pazarlama anlayışı ile beklentinin üzerinde hizmet sunulmalıdır.
- b) Kamu çalışanlarının demografik özelliklerine göre internet bankacılığının işlevleri artırılarak şekillendirildikçe kamu çalışanlarının internet bankacılığı kullanma yönündeki tercihleri de artmaktadır. Bankaların internet bankacılığı kullanıcısı müşterisine şahsına özel hizmet sunması, müşteri bağımlılığı konusunda daha etkili olacaktır. Müşteri ile banka arasında güçlü bağların kurulması, bankanın internet bankacılığı hizmeti

tercihinde etkili olacaktır. Banka ile sorunsuz olarak, uzun yıllardır çalışan müşterilerin ödüllendirilmesi tatmin düzeyini olumlu yönde etkileyecektir bu tatmin internet bankacılığı kullanımının tercihine etken olacaktır.

- c) Bankalara İnternet Bankacılığı kullanımı hususunda üniversite öğrencilerini ve yeni işe başlayanları hedef kitle olarak seçmeleri önerilebilir.
- d) Bankalar müşterilerine internet şubesi web sayfasından gerektiği yer ve zamanda arzu etmiş oldukları yardımları isteyebilecekleri bir imkân sunmalı, müşterinin bir sorunu oluştuğunda ise hızla sorunun giderilmesine yönelik bir yöntem geliştirilmelidir. İnternet bankacılığının kullanıldığı bankanın internet bankacılığı ile ilgili bir sorun yaşanması durumunda müşteri hizmetleri tarafından bu sorunun kolay ve hızlı bir şekilde çözüleceğine son derece inanmaları sağlanmalıdır.
- e) Dünya çapında faaliyet gösteren bankalar incelenerek, internet bankacılığı hususunda en iyi teknikler, çağdaş işletme yönetimi kavramlarından Benchmarking benimsenmelidir.
- f) Ürün ya da hizmet bölümlerine göre organize olmak yerine pazar bölümlerine göre organize olmak gerekmektedir.
- e) Pazarda, bir müşteri kazanmaya odaklanma yerine aynı zamanda mevcut müşterilerin sadakatini kazanmak için de odaklanmak gerekmektedir. Tüm pazara satış yapmak yerine, iyi belirlenmiş hedef pazarlarda, en iyi hizmeti sunan kuruluş haline gelmeye çalışılmalı, hedef seçilen pazarda, aynı ürün ya da hizmeti aynı şekilde herkese sunmak yerine, müşterinin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda sunulmalıdır.
- g) Yapılacak kampanyalarda kendi müracaatı sonucunda internet bankacılığı kullanmaya başlayan kullanıcılara öncelik verilmesinde fayda vardır. İnternet bankacılığı kullanımı için gerekli bilgi müşterilere bankalar tarafından verilmelidir.
- h) İnternet bankacılığını kullanan bireylerin risk endişesi giderilmelidir. Güvenlik ile ilgili kullanılan sistemler ve uygulamalar açısından gerekli bilgilendirmeler müşteriye mutlaka sunulmalıdır.
- i) Kamu çalışanları için zamanın önemini vurgulayan yargılara yüksek katılım sonucuna göre bankalar internet bankacılığında yapılan işlemlerin

süresini kısaltacak özelliklere, müşterileri için kullanım kolaylıklarına gitmelidir.

- i) Pazarlama karmasının öğeleri içinde yer alan “tutundurma” faaliyeti ve bu faaliyetin dört önemli aşaması; reklam, kişisel satış, satış geliştirme ve halkla ilişkiler ile internet bankacılığı bağlantıları güçlendirilmelidir.
- j) İnternet bankacılığı hizmeti veren bankaların “internet bankacılığı” denildiğinde müşterinin zihninde bankacılık işlemleri için doğru yeterince ve olumlu konumlandırmalar yapması gerekmektedir.

Sonuç olarak sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri değişim gösteren müşteri profillerinin yakından izlenmesi son derece önemlidir. Pazarlama kararlarını hızlı bir şekilde pazar koşullarına uydurabilen bankalar vizyonuna başarıyla ulaşacaktır.

Araştırmada, Bolu ilindeki internet bankacılığı kullanan kamu çalışanları ana kütle olarak kabul edilmiştir. Türkiye genelini temsil etmemesine rağmen bundan sonra yapılabilecek çalışmalara ikincil kaynak oluşturabilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, kamu çalışanlarının demografik ve sosyo ekonomik özelliklerinin internet bankacılığında yararlanma düzeylerinde etkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yapılması düşünülen araştırmalarda farklı müşteriler bir pazar dilimi olarak algılanarak çalışmalar şekillendirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, A. (2007). *Bilişim Ekonomisi ve E-Ticaret*, Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayınları, İstanbul.
- Akgüç, Ö. (1989). *Yüz Soruda Türkiye’de Bankacılık*, Gerçek Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul.
- Akpınar, H. (1993). *Daha Hızlı, Daha Güçlü, Daha Yüksek*, Ankara: Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No:172, Ankara.
- Aksoy, T. E. (2007). İşadamlarının Elektronik Bankacılık Kullanma Durumları ve Karşılaşılan Problemler, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Bankacılık Eğitim Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E., (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya Kitapevi.
- Artun, T. (1983). *İşlevi Gelişimi Ve Sorunlarıyla Türkiye’de Bankacılık*. İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Atılğan, K.Ö. (2006). Internet Banking Adoption İn Turkey An Empirical Analysis On Attitudes Of Customers, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Avşar, Z. ve Öngören, G. (2010). *Bilişim Hukuku*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, Yayın No: 270, İstanbul.
- Aydın, N. (2006). Bankacılık Uygulamaları, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1711, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 893, Eskişehir.
- Bankalar Arası Kart Merkezi, Erişim Tarihi: 4.11.14 http://www.bkm.com.tr/istatistik/pos_atm_kart_sayisi

- Bapur, Ö. (2014). İnternet Bankacılığında Müşteri Memnuniyeti. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- Baş, T., (2001). Anket, Ankara: Seçkin Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A.Ş. Yayınları.
- Bayram, N. (2004). Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi, Bursa: Ezgi Kitapevi.
- Bekar, B. (2014). ATM Değil İnteraktif Banka, *Payment Systems Magazine*, 37, 28-30.
- Bener, A. B. (2002). Bankaların Çoklu Kanal Stratejileri, *Finans Dünyası* (145).
- Bıçer, M. (2006). İnternet Bankacılığı ve İnternet Bankacılığında Müşteri Eğitimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Bilgen, M. (2009). İnternet Bankacılığında Kaynaklanan Zararlarda Bankaların Sorumlulukları, Türkiye Bankacılar Birliği Yayınları, *Bankacılar Dergisi*, sayı:71, İstanbul.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, Erişim Tarihi: 7.11.14 , <http://www.tk.gov.tr>
- Broderick, A.J. ve Vachirapornpuk, S. (2008). İnternet Bankacılığında Hizmet Kalitesi: Müşteri Rolünün Önemi. *C.U. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 9.
- Buğdaycı, E. (2007). Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Bankacılığın Gelişimi ve Basel Komitesi’nin Elektronik Bankacılık Konusuna Yaklaşımı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyükdemir B. (1997). İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler İçin, *Bankacılar Dergisi*, 22.
- Churchill, Gilbert A. (1999) Marketing Research: Methodological Founations, Seventh Edition, The Dryden Press.
- Çavuşoğlu, M. (2001). Türkiye’de Elektronik Ticaret, İnternet Bankacılığı Ve Uygulamalar, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze.

- Çelik, A. (2002). İnternet Bankacılığı: Uygulamalar ve Bankacılığın Geleceğindeki Muhtemel Etkileri, *Active Bankacılık ve Finans Dergisi*, Kasım-Aralık, Sayı:27
- Çelik, H. (2008) ,What Determines Turkish Customers'Acceptance Of Internet Banking?, *International Journal Of Bank Marketing*, 26 (5).
- Dial, T. (1995). Differentiate Strategies for Future Success, *Bank Management*, s.20, West Sussex.
- Doğan, E. (2014). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Ferudun Kaya (Ed.), Banka ve Bankacılık Kavramları (s.3-22). İstanbul: Beta Yayınları
- Doğan, Ö. (2014). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Ferudun Kaya (Ed.), Banka Türleri (s.71-88). İstanbul: Beta Yayınları
- Dolanbay, C. (2000). *E-Ticaret: Strateji Ve Yöntemler*. Ankara: Meteksan Sistem Yayınları.
- Elektronik İmza Kanunu, Kanun No: 5070, Kabul Tarihi: 15.01.2004. , Resmi Gazete, 23.01. 2004/25355.
- Erdinç F. (2002). Elektronik Ticaretin Bankacılık Sektörüne Etkileri. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Erdoğan, N. (2002). *Dünya ve Türkiye'de Finansal Krizler (Türk Bankacılık Sektöründe Yeniden Yapılandırma Uygulamaları-Kamu Bankaları Deneyimi)*, Yaklaşım Yayınları, İstanbul.
- Ergöner, S. (1996). İnternet Bankacılık Sektöründe, *T. C. İş Bankası Dergisi*, 349.
- Ersoy, A.Y. (2014). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Ferudun Kaya (Ed.), Elektronik Bankacılık (s.530-540). İstanbul: Beta Yayınları
- Evans G. L., Thygerson K. J., (1997). *Financial Institutions Internet Sourcebook*. New York: R.R. Donnelly & Sons Company
- Garanti Bankası, Erişim Tarihi: 18.12.14 www.garanti.com.tr/subesiz/internet_bankaciligi/guvenlik/phishing.html
- Gedik, E. (2014). Bankaları Sms Yükünden Kurtaran Teknoloji Türkiye'de, *Payment Systems Magazine*, 36, 54-55.

- Gegez, E. (2005). Pazarlama Araştırmaları, İstanbul: Beta Basım Yayım A.Ş, İstanbul.
- Güçlüay, S. (2001). Ortaçağda Ticari Müesseseler (Bankalar, Birlikler, Şirketler), Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 11 sayı:2, (s.295-304). Elazığ.
- Güdücü, B. (2006). Bir Kamusal Alan Olarak Türkiye’de İnternet Kullanımı, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Gülmez M. (2002). İnternet’te Mükemmel Müşteri Hizmeti Nasıl Sağlanır?, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 4.
- 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.
- Howard, E.A., Tinsley, T.D., (1987). Uses of Factor Analysis in Counseling Psychology Research, *Journal of Counseling Psychology*, 34.
- Internet World Stats, Erişim Tarihi: 29.11.14 , www.internetworldstats.com
- Işkın, S. A. (2012). *Elektronik Bankacılık Hizmetleri ve Denetimi*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2011-8, İstanbul.
- İnce, M. (1999). *Elektronik Ticaret: Gelisme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar Ve Politikalar*. Ankara: Dpt.
- Joaquin, A. M., Carlos, L. N., Carla, R. M., Silvia, S. B. (2009). Key Drivers Of İnternet Banking Services Use, *Online Information Review*, 33(4).
- Kalaycı, Ş. (2009). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Karluk, S. R. (2005). *Cumhuriyetin İlanından Günümüze Türkiye Ekonomisinde Yapısal Dönüşüm*, 10. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları
- Kaya, F. (2008). Kredi Kartları ve Bireysel Müşterilerin Kredi Kartı Tercihine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans ve Bankacılık Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.

- Kaya, F. (2014). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Ferudun Kaya (Ed.), Kredi Kartları (s.325-366). İstanbul: Beta Yayınları
- Kazaz, M. M. (2002). Türkiye’de Elektronik Bankacılık Ve Elektronik Bankacılığın Gelişmesinde Eğitimin Önemi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Keskin, E., İnan A., Mumcu M., Erdönmez P., (2008). *50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”*. Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262
- Kleimbaum, D.G. Kupper, L.L. and Muller, K.E., (1998). *Applied Regression Analysis and Other Multivariable Methods*, Duxbury Press.
- Korkmaz, S. ve Gövdeli, Y.E. (2004). Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlamasında Eğitimin Önemi. Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:15
- Koskosas, I. (2011), The Pros And Cons Of Internet Banking: A Short Review, *Business Excellence and Management*, 1(1) 49-58.
- Kurtulus, K. (1998). *Pazarlama Araştırmaları*, 6. Baskı, Avcıol Basım-Yayım.
- Levent, B. (2002). Şubenin Yolunu Unutanlar Var, Erişim Tarihi: 15.09.2014 <http://www.capital.com.tr/bankacilik/subenin-yolunu-unutanlar-var-haberdetay-2040>
- Malhotra, N.K. (1996). *Marketing Research, An Aplied Orientation*, 2. Edition, New Jersey: Prentice Hall, Upper Saddle River
- Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nelson, M. (2000). *Bank Marketing and Information Technology: A Historical Analysis of the Post-1970 Period*, McMillan Publishing Company, New York.
- Okay, G. (2014). *Bankacılık Giriş ve İlkeleri*. Ferudun Kaya (Ed.), Temel Bankacılık Hizmet ve Ürünleri (s.23-42). İstanbul: Beta Yayınları

- Ortu, Y. (2003). Türk Bankacılık Sektöründe Elektronik Bankacılık ve Sayısal Analizi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- al, T. ve olak, . Faruk (1988). *Para-Banka*, İmge Kitabevi Yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Öztürk, N. (2001). İnternet Aracılığıyla Yapılan Bireysel Bankacılık İşlemleri Ve Türkiye'deki Uygulamalar. Mustafa Kemal Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Hatay.
- Parasız, İ. (1997). *Para Banka ve Finansal Piyasalar: Teori ve Politika*, Ezgi Kitabevi Yayınları, 6. Baskı, Bursa.
- Parasız, İ. (2000). *Modern Bankacılık: Teori ve Uygulama*, Banksis Yayınları, No:82, İstanbul.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., And Berry, L.L. (1985), A Conceptual Model Of Service Quality And Its İmplications For Future Research. *Journal Of Marketing* 49, 4.
- Pınar, A. ve Erdal, B. (2008). *Para-Banka Mali Kuruluşlar ve Uluslararası Mali Sistem Teori ve Uygulama*. Ankara: Naturel Yayınları
- Radikal-Online, *Müşteriler Sanal Bankayı Sevdi*, Erişim Tarihi: 15.09.14 www.radikal.com.tr/1999/10/31/ekonomi/muster.html
- RBI - Reserve Bank of India, (2002). Report of the Working Group on Electronic Money, Mumbai, 11 July.
- Sırabaşı, V. (2003) *İnternet ve Radyo Televizyon Aracılığıyla Kişilik Haklarına Tecavüz (İnternet Rejimi)*, Adalet Yayınları, Ankara.
- Sipahi, B., Yurtkoru E. Serra., inko, M. (2006). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi, İstanbul: Beta Basım A.ř.
- T.C Devlet Personel Başkanlığı, Erişim Tarihi: 05.01.15 , <http://www.dpb.gov.tr/tr-tr/istatistikler/kamu-personeli-istatistikleri>
- T.C Milli Eğitim Bakanlığı (Megep), (2007). *Pazarlama Ve Perakende Elektronik Bankacılık*. Ankara.

Takan, M. (2001). *Bankacılık: Teori, Uygulama ve Yönetim*, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Baskı, Ankara.

Taşkın, U.S. (2004). Elektronik Para, Erişim Tarihi: 08.09.14
<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/253318.asp?cp1=1>

Taykurt, Ö. (2006). Türk Bankacılık Sektöründe Güven Krizi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

TEB Yatırım, Erişim Tarihi: 18.12.14 <http://www.tebyatirim.com.tr/guvenlik.asp>

Topaloğlu, M. (2005). *Bilişim Hukuku*. Adana: Karahan.

Topbas, O. Günsel (2001). İnternet Üzerinden Ticaretin Finansal Piyasalara Etkisi Ve Türkiye Uygulamasına İlişkin Bir İnceleme. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Trethowan, J. ve Scullion, G. (1997). Strategic Responses To Change İn Retail Banking İn The Uk And The Irish Republic, *International Journal Of Bank Marketing*, Vol 15, No. 2.

Tunay, B. ve Uzuner M. (2001). *Türk Bankacılık Sektörünün Geleceği*, İstanbul: Beta Yayınları

Türkiye Bankalar Birliği (2014). *Türkiye’de Bankacılık Sektörü 1960-2013*

Türkiye Bankalar Birliği, *Bankalarımız Kitabı 2008*, Yayın No:264, Mayıs 2009

Türkiye Bankalar Birliği, *Bankalarımız Kitabı 2009*, Yayın No:267, Mayıs 2010

Türkiye Bankalar Birliği, *Bankalarımız Kitabı 2013*, Yayın No:304, Mayıs 2014

Türkiye Bankalar Birliği, Erişim Tarihi: 18.12.14 <http://www.tbb.org.tr/Dosyalar/userfiles/file/tuketeciler/sss.pdf>

Türkiye Bankalar Birliği, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri, Erişim Tarihi: 07.11.14 http://www.tbb.org.tr/tr/banka-ve-sektor-bilgileri/istatistiki-raporlar/Internet_ve_Mobil_Bankacilik_Istatistikleri/1375

Türkiye Bankalar Birliği, *Türkiye’de Bankacılık Sektörü 2009-2014 Eylül*, Erişim Tarihi: 26.10.14 http://www.tbb.org.tr/Content/Upload/Dokuman/2182/Turkiye'de_Bankacilik_Sektoru_2009-2014_Haziran.pdf

Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Elektronik Ticaret, Erişim Tarihi: 22.09.14
<http://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/hizmetTicareti/eTicaret>

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Erişim Tarihi: 30.11.14 , www.tcmb.gov.tr

Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK), *2014 Yılı Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*, Erişim Tarihi: 21.11.14 , www.tuik.gov.tr

Uçarkaya, S. (2006). Kamu Bankalarının Bankacılık Sistemindeki Rolü. Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Bankacılık ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Ankara.

Umur, K. (2006). Bankaların İnternet Bankacılığı Kullanan Müşterilerinin Tutumlarına İlişkin Değerlendirmeleri ve Bir Uygulama, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ural, M. (2003). Finansal Krizler ve Türkiye, *D.E.Ü İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt:18 Sayı:1

Uzkesici, N. (1994). *Modern Banka Yönetimi Ve Organizasyonu*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No:784.

Ünsal, İ. (2002). Araştırma Teknikleri- Denetçi Yardımcılarına Verilen Ders Notları, TC Sayıştay, Hizmet İçi Eğitim Yayınları, Ankara.

Vrechopoulous, A. ve Atherinos, (2009), Web Banking Layout Effects On Consumer Behavioural İntentions. *International Journal Of Bank Marketing*, Vol. 27, No: 7

Wonglimpiyarat, J. (2004). *Strategies of Competition in the Bank Card Business*, Sussex Acedemic Press, Portland, Sussex.

Yardımcıoğlu, M. ve Büyükşalvarcı, A. (2007). Bankacılık Sektörü Pratiğinde Faaliyet Tabanlı Maliyet Sistemi, *Maliye Dergisi*, sayı 153, (temmuz-aralık).

Yıldırım, O. (2005). *Türkiye’de Bankacılık Sektörü. Tarihsel Gelişim, Temel Sorunlar, Mali Riskler Ve Yeniden Yapılandırma.*

Zikmund, William G. (1999). *Essentials of Marketing Research*, The Dreyden Press.



EKLER

| | |
|----------------------------|-----|
| 1. Ek-A: Anket Formu | 150 |
|----------------------------|-----|



Ek-A: Anket Formu

Tablo A.1: Kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik araştırma anketi.

| A) Aşağıdaki sorulardan size en uygun olan seçeneğin ön tarafındaki kutucuğu <input type="checkbox"/> şeklinde işaretleyiniz. | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| SORULAR | YANITLAR | | | | | | | | | | | | |
| | A | (1) | B | (2) | C | (3) | D | (4) | E | (5) | F | (6) | |
| 1) Cinsiyetiniz | A | Bay | B | Bayan | | | | | | | | | |
| 2) Medeni haliniz | A | Evli | B | Bekâr | | | | | | | | | |
| 3) Eşiniz çalışıyor mu? | A | Evet | B | Hayır | | | | | | | | | |
| 4) Yaşınız | A | 18 – 25 | B | 26 – 35 | C | 36 – 45 | D | 46 – 55 | E | 56 ve üzeri | | | |
| 5) Eğitim durumunuz | A | İlkokul | B | Ortaokul | C | Lise | D | Ön Lisans | E | Lisans | F | Lisans Üstü | |
| 6) Aylık geliriniz | A | 1000 TL ve altı | B | 1.001-2000 TL | C | 2.001–3000 TL | D | 3.001-4000 TL | E | 4.001-5.000 TL | F | 5.001 ve üzeri | |
| 7) İşiniz | A | Sağlık | B | Eğitim | C | Adalet Bakanlığı | D | İç işleri | E | Maliye ve Vergi dairesi | F | Diğer | |
| 8) İnternet bankacılığı kullanmaktan memnun musunuz? | A | Evet | B | Hayır | | | | | | | | | |
| 9) İnternet bankanıza giriş sıklığınız nedir? | A | Her gün | B | Haftada 1 | C | Haftada bir kaç kere | D | Ayda 1 | E | Ayda bir kaç kere | F | İhtiyaç duyduğumda | |
| 10) Yaklaşık kaç yıldır internet bankacılığı kullanıyorsunuz? | A | 1 yıldan az | B | 1-3 yıl | C | 3-6 yıl | D | 6-10 yıl | E | 10 yıl üstü | | | |
| 11) Kaç tane bankanın internet bankacılığı hizmetini kullanıyorsunuz? | A | 1 | B | 2 | C | 3 | D | 4 | E | 5 ve üzeri | | | |
| 12) İnternet bankacılığı kullanmak riskli midir? | A | Evet | B | Hayır | C | Kısmen | | | | | | | |
| 13) İnternet bankanıza daha çok nereden erişim sağlıyorsunuz? | A | Eviden | B | İşten | C | Mobil | D | Tümü | | | | | |
| 14) İnternet bankacılığı kullanım tercihinize etki eden faktör nedir? | A | Kendi müracaatım | B | Tavsiye sonucu | C | Bankanın bilgilendirmesi vasıtasıyla | D | Basın/ yaygın reklamları | | | | | |
| 15) <u>En fazla</u> kullandığımız internet bankası hangisidir? | | <input type="checkbox"/> Akbank | <input type="checkbox"/> Denizbank | <input type="checkbox"/> Finansbank | <input type="checkbox"/> Garanti | <input type="checkbox"/> HSBC | <input type="checkbox"/> Halkbank | <input type="checkbox"/> İş bankası | <input type="checkbox"/> TEB | <input type="checkbox"/> Vakıfbank | <input type="checkbox"/> Yapı kredi | <input type="checkbox"/> Ziraat | <input type="checkbox"/> ING |
| 16) İnternet bankacılığımı en çok hangi işlemleri yapmak için kullanıyorsunuz? (birden fazla işaret koymak isterseniz, en önemlisine 1 rakamı vererek 2,3,4,5 gibi sıralayınız.) | | EFT ve Havale | | | | | | | | | | | |
| | | Fatura ve ödemeler | | | | | | | | | | | |
| | | Yatırım işlemleri (repo,döviz,fon vb.) | | | | | | | | | | | |
| | | Kredi kartı işlemleri | | | | | | | | | | | |
| | | Kredi işlemleri | | | | | | | | | | | |
| | Hesap kontrolleri ve bilgi edinme | | | | | | | | | | | | |
| 17) İnternet bankacılığı tercih nedeniniz? (birden fazla işaret koymak isterseniz, en önemlisine 1 rakamı vererek 2,3,4,5 gibi sıralayınız.) | | 7 gün 24 saat ulaşılabilirlik | | | | | | | | | | | |
| | | İşlem maliyeti azlığı | | | | | | | | | | | |
| | | Güvenli | | | | | | | | | | | |
| | | Kolay işlem yapabilme | | | | | | | | | | | |
| | | Hız | | | | | | | | | | | |
| | | Zaman kazandırması | | | | | | | | | | | |
| | | Hizmet kalitesi | | | | | | | | | | | |
| | | Kullanışlılığı | | | | | | | | | | | |
| | | Tavsiye/Merak | | | | | | | | | | | |
| | | İtibar göstergesi | | | | | | | | | | | |

Tablo A.1 (Devam): Kamu çalışanlarının internet bankacılığında yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik araştırma anketi.

| B) İnternet bankacılığında yararlanırken aşağıda verilen yargılara verdiğiniz katılma düzeyini <input checked="" type="checkbox"/> şeklinde işaretleyiniz. | | | | | | |
|--|--|-------------------------|--------------|------------|-------------|------------------------|
| | YARGILAR | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kararsızım | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
| 1 | İnternet bankacılığı bankacılık işlemlerimi daha hızlı yapabileceğim önemli bir araçtır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | Bankamın internet hizmetinin içeriği ihtiyacım olan tüm bankacılık işlemlerime cevap veriyor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | İnternet bankacılığı şubeye gitme ve bekleme zorunluluğunu ortadan kaldırdığı için kullanışlıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | İnternet bankacılığı kullandığımda bankacılık işlemlerimin güvenliğinden endişe duyuyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | İnternet bankacılığında hizmet ücretinin düşük olması tercih nedenimdir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | Bankaların sunduğu internet bankacılığı hizmetiyle yapabileceğim hakkında yeterli bilgim vardır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | Bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığı hayatı kolaylaştıran bir gelişimdir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8 | Bankanın tanınırlığı ve maaşımı aldığım banka internet bankacılığını tercih etme nedenimdir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | İnternet bankacılığı çalışan bireyler için ihtiyaçtır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | İnternet bankacılığı kullanmak zamandan tasarruf sağlar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | İnternet bankacılığı kullanmak işlem performansımı artırır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | Şube, Atm vb. bankacılık hizmetleri yerine internet bankacılığı tercih etmenin maliyeti daha azdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13 | İnternet bankacılığı kullanımı için önemli kişisel bilgilerimin yer almasından güvensizlik duyuyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | İnternet bankacılığı ile çalışma saatleri dışında banka işlemlerini gerçekleştirebilmek önemlidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | İnternet bankacılığına kayıt olmak için şifre alma işlemleri zordur ve uzun sürmektedir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16 | Bankanın internet bankacılığı hakkındaki güncel bilgilerini ve haberleri sosyal medya aracılığıyla duyurması önemlidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17 | Bankacılık işlemlerimi yaparken yönlendirecek bir yetkiliye ihtiyaç duyarım. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | İnternet bankacılığı kullanmak kolaydır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | İnternet bankacılığı kullanırken hatalı işlem yapma endişesi taşırım. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | İnternet bankacılığı kullanmakta tecrübeli değilim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | Bankalar internet bankalarında güvenlik sistemini daha fazla geliştirmeli ve güvenlik unsuruna daha çok önem vermelidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | İnternet bankacılığında giriş güvenliği için kullanılan anlık sms şifresi yöntemi güvenilirdir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23 | Şube bankacılığı internet bankacılığına göre beni daha çok tatmin eder. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | İnternet bankacılığını teknolojik yönüyle karmaşık bulmaktayım. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | Bankalar internet bankacılığı konusunda bilgi verici ve yönlendiricidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26 | İnternet bankacılığı ile işlemleri görerek ve seçerek bankacılık işlemlerimden daha çok verim alıyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | İnternet bankamın web sitesinin açık anlaşılır ve pratik kullanımlı olması önemlidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | Bankaların internet bankacılığı hizmetleri arasında büyük farklar olmadığını düşünüyorum. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29 | İnternet bankacılığını çevremdekilere tavsiye ederim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30 | İnternet bankacılığı kullanmak kendimi ayrıcalıklı hissettirir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31 | Mobil bankacılık uygulamaları internet bankacılığını tercih etmede önemli bir etkidir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32 | İnternet bankacılığı ile ilgili hatırladığım/dikkatimi çeken reklamlar oldu. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33 | İnternet bankam ile ilgili bir sorun olursa bankamın müşteri hizmetleri kolay ve hızlı şekilde çözümleyecektir. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34 | İnternet bankacılığı kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35 | İnternet bankacılığında mobil/e imza ile giriş yapmak memnuniyeti arttıracaktır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36 | İnternet bankacılığı bankacılık sektörünü büyüten farklılık yaratan önemli bir uygulamadır. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anketteki soruları yanıtladığınız için teşekkür ederiz. Anketteki bilgiler gizli kalacaktır.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Tuğba Reyhan ARSLAN
Uyruğu : T.C.
Doğum Yeri ve Tarihi : Gerede, 1989
Adres : BOLU
E-Posta Adresi : t.reyhan.arslan@hotmail.com
İletişim : 0554 256 1211

EĞİTİM

Lisans : Abant İzzet Baysal Üniversitesi 2008
Yüksek Lisans : Türk Hava Kurumu Üniversitesi 2012

MESLEKİ DENEYİM

-

YABANCI DİL

İngilizce