

**T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ**

**TÜRKİYE’DE İNTERNET BANKACILIĞI
KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
BELİRLENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

UTKU ÜNSAL

İSTANBUL, 2013

**T.C.
BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ**

**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BİLGİ TEKNOLOJİLERİ**

**TÜRKİYE’DE İNTERNET BANKACILIĞI
KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN
BELİRLENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

UTKU ÜNSAL

Tez Danışmanı: YRD. DOÇ. DR. YÜCEL BATU SALMAN

İSTANBUL, 2013

ÖZET

TÜRKİYE’DE İNTERNET BANKACILIĞI KULLANIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

Utku Ünsal

Bilgi Teknolojileri

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Doktor, Yücel Batu Salman

Ocak 2013, 97 sayfa

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler paralelinde, bankacılık alanında da önemli değişiklikler gerçekleşmiş, ülkemizde 1990’lı yıllar internet bankacılığının ve elektronik bankacılık ürünlerinin hızla yayıldığı bir dönem olmuştur.

Bu çalışmanın amacı, ülkemizde internet bankacılığının kullanımını etkileyen faktörleri belirleyerek bu faktörlerin birbirleri ile olan ilişkilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla Türkiye’de internet bankacılığının kullanılmasını etkileyen unsurlar literatürde geniş bir kabul gören TAM çerçevesinde ele alınmış, bir araştırma modeli ihdas edilerek bu çerçevede 10 hipotez geliştirilmiştir. TAM modelinin açıklama gücünün artırılabilmesini teminen modele güvenlik ve öz yeterlilik değişkenleri eklenmiştir.

Çalışmada faktörlerin belirlenmesi için anket formu hazırlanmış ve İstanbul ilinde uygulanmıştır. 469 adet anketten kullanılabilir veri elde edilmiş, elde edilen veriler Windows ortamında bir istatistik paket programına aktarılarak veriler değerlendirilmiştir. Bu amaçla tanımlayıcı istatistiklerden, Cronbach’s Alfa güvenlik katsayılarından ve spearman’s ρ korelasyon katsayılarından faydalanılmıştır.

Analiz sonuçlarına göre algılanan kullanılabilirlik olmak üzere, algılanan kullanım kolaylığı ve öz yeterlilik gibi faktörlerin internet bankacılığını kullanma niyeti üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada, algılanan kullanım kolaylığının bireyin algılanan kullanılabilirliğini, öz yeterliliğinin algılanan kullanım kolaylığını ve öz yeterliliğinin algılanan kullanılabilirliği istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türk Bankacılık Sistemi, İnternet Bankacılığı, TAM, Güven, Öz Yeterlilik

ABSTRACT

AN EXPLORATORY RESEARCH ON FACTORS AFFECTING INDIVIDUALS' USAGE OF INTERNET BANKING IN TURKEY

Utku Ünsal

Information Technologies

Thesis Supervisor: Asst. Prof. Dr. Yücel Batu Salman

January 2013, Ninety seven pages

In parallel with rapid advances in information technology, major changes took place in the banking field. Internet banking and electronic banking products in our country, the 1990s was a period of rapid spread.

The purpose of this study is, in our country, to identify the factors affecting the use of internet banking and to determine the inner relationship of these factors. To this end, the factors that influence the use of Internet banking in Turkey are discussed within the framework of a widely accepted model, TAM, and a model was established with this hypothesis in this context 10. To improve the explanatory power of the model trust and self-efficacy variables are added to TAM.

To collect data survey form has been prepared and has been applied in İstanbul. 469 useable data has been attained from surveys and acquired data have been analysed with a statistical packet develop to use for computers. The data obtained were analyzed in steps by descriptive statistics, cronbach's alpha reliability and spearman's ρ correlation.

In accordance with the statistical analyse results; it is determined that especially the perceived usefulness, perceived ease of use and self-efficacy upon intention to use have an positive and meaningful effect. Furthermore; it is determined that perceived ease of use upon perceived usefulness, self-efficacy upon perceived ease of use and self-efficacy upon perceived usefulness have a positive and meaningful effect.

Keywords: Banking Sector in Turkey, Internet Banking, TAM, Trust, Self-efficacy

İÇİNDEKİLER

TABLolar.....	IX
ŞEKİLLER.....	XII
KISALTMALAR.....	XIV
SEMBOLLER.....	XV
1.GİRİŞ.....	1
2.LİTERATÜR TARAMASI.....	4
2.1. BANKACILIĞIN TANIMI VE KAPSAMI.....	4
2.1.1. Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Tarihsel Gelişimi.....	6
2.2. İNTERNET BANKACILIĞININ TANIMI KAPSAMI VE GELİŞİMİ..	8
2.2.1. Dünya’da İnternet Bankacılığının Gelişimi.....	12
2.2.2. Türkiye’de İnternet Bankacılığının Gelişimi.....	13
2.2.3. Türkiye’de Bilişim Teknolojilerinin Gelişimi.....	15
2.2.4. Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımının Gelişimi.....	20
2.3. TÜRKİYE’DE İNTERNET BANKACILIĞININ SAHİP OLDUĞU POTANSİYEL.....	26
2.3.1. Ulusal Bankacılık Sektörünün Gelişim Yönü.....	26
2.3.2. İnternet Bankacılığının Gelişim Yönü.....	28
2.4. BENİMSEME.....	31
2.5. TEORİK ÇERÇEVE.....	34
2.5.1. TRA (Gerekçeli Davranış Teorisi).....	35
2.5.2. TPB (Planlı Davranış Teorisi).....	38

2.5.3. DTPB (Ayrıştırılmış Planlı Davranış Teorisi).....	41
2.5.4. TAM (Teknoloji Kabul Modeli).....	42
2.6. TRA TAM VE TPB MODELLERİNİN KIYASLANMASI.....	46
2.7. KULLANICININ BENİMSEMESİNİ ETKİLEYEN ÖNEMLİ BİR FAKTÖR OLARAK GÜVEN.....	48
2.7.1. İnternet Bankacılığında Güvenin Önemi.....	49
2.7.2. Güven Değişkeninin Eklendiği TAM Modeli ile Yapılan Çalışmalar.....	51
2.8. KULLANMAYI AÇIKLAYAN BİR DEĞİŞKEN OLARAK ÖZ YETERLİLİK.....	53
2.8.1. Öz Yeterlilik ve TAM Modeli.....	55
2.9. İNTERNET BANKACILIĞININ KULLANILMASINA İLİŞKİN TAM KULLANILARAK YAPILAN DİĞER ÇALIŞMALAR.....	56
3. VERİ VE YÖNTEM.....	58
3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE KISITLARI.....	58
3.2.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	58
3.3.EVREN VE ÖRNEKLEM	58
3.4.VERİLERİN TOPLANMASI.....	59
3.5.VERİLERİN ANALİZİ.....	61
4.BULGULAR.....	62
4.1.ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER.....	62
4.2. ANKETİN GÜVENİLİRLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	63

4.2.1. Algılanan Kullanışlılık Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi.....	64
4.2.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi.....	65
4.2.3. Davranışsal Niyet Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi.....	66
4.2.4. Güven Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi.....	67
4.2.5. Öz Yeterlilik Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi.....	67
4.3. DEMOGRAFİK VERİLERİN ANALİZİ.....	69
4.3.1. Örneklemin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	69
4.3.2. Örneklemin Yaşa Göre Dağılımı.....	70
4.3.3. Ankete Katılanların Bilgisayar ve İnternet Kullanımı Tecrübesi.....	71
4.4. FAKTÖRLERİN ANALİZİ.....	72
4.4.1. Faktörlerin Normal Dağılıma Uygunluğunun ve Homojenliğinin İncelenmesi.....	72
4.4.2. Faktörlere İlişkin Bulgular.....	73
4.4.2.1. Algılanan Kullanışlılık.....	73
4.4.2.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı.....	74
4.4.2.3. Davranışsal Niyet.....	75
4.4.2.4. Güven.....	76
4.4.2.5. Öz Yeterlilik.....	77
4.4.3. Faktörler Arasındaki İlişkiler ve Hipotezlerin Sınanması.....	78

5.TARTIŞMA VE SONUÇ.....	85
KAYNAKÇA.....	89
EKLER.....	95
EK 1: ANKET.....	96

TABLULAR

Tablo 2.1: Bankaların İnternet Adresleri.....	15
Tablo 2.2: Bilişim Teknolojilerini Bulundurma Oranları.....	16
Tablo 2.3: Bilgisayar Kullanımı.....	16
Tablo 2.4: İnternet Kullanımı.....	17
Tablo 2.5: İnternet Kullanıcısı Sayıları.....	18
Tablo 2.6: İnternet Kullanıcılarının Toplam Nüfusa Oranı.....	19
Tablo 2.7: Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanıcıları.....	20
Tablo 2.8: İnternet Bankacılığı İşlem Hacimleri.....	22
Tablo 2.9: İnternet Bankacılığı İşlemlerinde Yatırım İşlemlerinin Adet ve Tutar Bazında Payı.....	22
Tablo 2.10: İnternet Bankacılığı ile Gerçekleştirilen Finansal Olmayan İşlemler.....	24
Tablo 2.11: Türk Bankacılık Sektörüne İlişkin Rakamsal Veriler.....	26
Tablo 2.12: Türk Bankacılık Sektöründe Alternatif Dağıtım Kanallarına İlişkin Rakamsal Veriler.....	27
Tablo 2.13: Avrupa Ülkelerinde İnternet Bankacılığı Kullanma Oranları	28
Tablo 2.14: ABD’de İnternet Bankacılığı Kullanımına İlişkin Veriler.....	29
Tablo 2.15: İnternet Bankacılığı Kullanımına İlişkin Ülke Kıyaslamaları	30
Tablo 2.16: TAM Kullanılan Uluslararası Çalışmalar	56
Tablo 3.1: Anket Sorularına İlişkin Bilgiler.....	60
Tablo 4.1: Anketin Genel Güvenilirlik Katsayısı.....	64
Tablo 4.2: Algılanan Kullanışlılığın Güvenilirlik Katsayısı	64
Tablo 4.3: Algılanan Kullanışlılığı Oluşturan Soruların Güvenilirlik Katsayıları.....	65
Tablo 4.4: Algılanan Kullanım Kolaylığının Güvenilirlik Katsayısı.....	65
Tablo 4.5: Algılanan Kullanım Kolaylığını Oluşturan Soruların Güvenilirlik Katsayıları.....	65
Tablo 4.6: Davranışsal Niyetin Güvenilirlik Katsayısı.....	66
Tablo 4.7: Davranışsal Niyeti Oluşturan Soruların Güvenilirlik Katsayıları.....	66
Tablo 4.8: Güvenin Güvenilirlik Katsayısı.....	67
Tablo 4.9: Güveni Oluşturan Soruların Güvenilirlik Katsayıları.....	67
Tablo 4.10: Öz Yeterliliğin Güvenilirlik Katsayısı.....	67

Tablo 4.11: Öz Yeterliliği Oluşturan Soruların Güvenilirlik Katsayıları.....	68
Tablo 4.12: Öz Yeterliliğin Yeni Güvenilirlik Katsayısı.....	68
Tablo 4.13: Faktörlerin Nihai Güvenilirlik Katsayıları.....	68
Tablo 4.14: Anketin Nihai Güvenilirlik Katsayısı.....	69
Tablo 4.15: Cinsiyete Göre Dağılım.....	69
Tablo 4.16: Yaşa Göre Dağılım.....	70
Tablo 4.17: Bilgisayar ve İnternet Kullanımı Tecrübesi.....	71
Tablo 4.18: Faktörlerin Kolmogorov Smirnov (Samples K-S) Testi.....	72
Tablo 4.19: Algılanan Kullanışlılığa İlişkin Anket Sonuçları.....	73
Tablo 4.20: Algılanan Kullanım Kolaylığına İlişkin Anket Sonuçları.....	74
Tablo 4.21: Davranışsal Niyete İlişkin Anket Sonuçları.....	75
Tablo 4.22: Güvene İlişkin Anket Sonuçları.....	76
Tablo 4.23: Öz Yeterliliğe İlişkin Anket Sonuçları.....	77
Tablo 4.24: Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan Kullanışlılık Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	79
Tablo 4.25: Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	80
Tablo 4.26: Algılanan Kullanışlılık ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	80
Tablo 4.27: Öz Yeterlilik ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	81
Tablo 4.28: Öz Yeterlilik ve Algılanan Kullanım Kolaylığı Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	81
Tablo 4.29: Öz Yeterlilik ve Algılanan Kullanışlılık Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	82
Tablo 4.30: Güven ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı	82
Tablo 4.31: Güven ve Davranışsal Niyet Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı	83
Tablo 4.32: Güven ve Algılanan Kullanım Kolaylığı Arasındaki İlişkiye İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	83

Tablo 4.33: Güven ve Algılanan Kullanışlılık Arasındaki İlişkiye	
İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	84
Tablo 4.34: Güven ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkiye	
İlişkin Spearman's Rho Katsayısı.....	84
Tablo 5.1: Faktörlerin Sıklık Dağılımları.....	86
Tablo 5.2: Hipotezlerin topluca değerlendirilmesi.....	86

ŞEKİLLER

Şekil 2.1: Bilgisayar Kullanımı.....	16
Şekil 2.2: İnternet Kullanımı.....	17
Şekil 2.3: İnternet Kullanıcısı Artış Oranları.....	19
Şekil 2.4: İnternet Kullanıcılarının Toplam Nüfusa Oranı.....	19
Şekil 2.5: Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanıcılarının Gelişimi.....	21
Şekil 2.6: İnternet Bankacılığı İşlemlerinde Yatırım İşlemlerinin Adet Bazında Payı.....	23
Şekil 2.7: İnternet Bankacılığı İşlemlerinde Yatırım İşlemlerinin Tutar Bazında Payı.....	23
Şekil 2.8: İnternet Bankacılığı ile Gerçekleştirilen Finansal Olmayan İşlemlerin Seyri.....	24
Şekil 2.9: Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanım Oranları.....	25
Şekil 2.10: Yeniliğe Karar Verme Süreci.....	32
Şekil 2.11: TRA Modeli.....	37
Şekil 2.12: TPB Modeli.....	40
Şekil 2.13: DTPB Modeli.....	42
Şekil 2.14: Sistemi Kullanmaya Yönelik Motivasyon Süreci.....	43
Şekil 2.15: TAM.....	43
Şekil 2.16: TAM’ın Yenilenmiş Versiyonu.....	44
Şekil 2.17: Nihai TAM Modeli.....	45
Şekil 4.1: Araştırılan TAM Modeli.....	62
Şekil 4.2: Cinsiyete Göre Dağılım.....	70
Şekil 4.3: Yaşa Göre Dağılım.....	70
Şekil 4.4: Bilgisayar Kullanımı Tecrübesi.....	71
Şekil 4.5: İnternet Kullanımı Tecrübesi.....	72
Şekil 4.6: Algılanan Kullanışlılığa İlişkin Histogram Grafiği.....	74
Şekil 4.7: Algılanan Kullanım Kolaylığına İlişkin Histogram Grafiği.....	75
Şekil 4.8: Davranışsal Niyete İlişkin Histogram Grafiği.....	76
Şekil 4.9: Güvene İlişkin Histogram Grafiği.....	77

Şekil 4.10: Öz Yeterliliğe İlişkin Histogram Grafiği.....	78
Şekil 5.1: Spearman's Rho Katsayılarını İçeren Model.....	87

KISALTMALAR

TRA : The Theory of Reasoned Action

TPB : The Theory of Planned Behavior

DTPB: The Decomposed of Theory of Planned Behaviour

TAM: The Technology Acceptance Model

SPSS : The Statistical Packet for the Social Sciences

AKK : Algılanan Kullanım Kolaylığı

AK : Algılanan Kullanışlılık

DN : Davranışsal Niyet

ÖY : Öz Yeterlilik

G : Güven

SEMBOLLER

ρ : Rho

α : Güvenilirlik Katsayısı

1. GİRİŞ

Bilginin birikme sürati, niceliği, bilgi akışı ve paylaşımındaki kolaylık ve hız, günümüzün bilgi toplumu olarak kabul görmesindeki başat unsurlar olarak temayüz etmektedir.

Bilgi toplumuna şekil veren bilişim teknolojileri, birçok sektörün ayrılmaz bir parçası haline bürünmüş olmakla birlikte, özellikle bankacılık alanında büyük değişikliklere yol açmıştır. Bu minvalde, bilgi teknolojileri bankacılıkta, gerek ana bankacılık faaliyetlerinin ifasında gerekse alternatif dağıtım kanallarının tesisinde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

1990'lı yıllar internet bankacılığının ve elektronik bankacılık ürünlerinin hızla yayıldığı dönem olmuştur. 2000'li yıllar ile birlikte bankacılık sektöründeki rekabet iyice yoğunlaşmış, sunulan hizmetlerdeki çeşitlilik ve kalitenin artmasının yanı sıra elektronik para ve elektronik bankacılık hizmetleri önem kazanmıştır.

Yapılan araştırmalar dünyada finans sektörünün bilgi teknolojileri ürünlerinin en büyük müşterisi olduğunu ortaya koymuştur.

Türkiye'de gerçekleşen gelişmeler de bu aktarılanlardan farklı değildir. Hatta alternatif dağıtım kanalları tesis edilirken bilgi teknolojilerinden yararlanarak oluşturulan çözümlerin bir bölümünün dünyada daha önce örneği olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, sunulan ürün çeşitliliği de dikkate alındığında, Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların bilgi teknolojilerinin kullanılmasına oldukça açık oldukları rahatlıkla söylenebilir.

Bu durumu tevsik etmek üzere Türk bankacılık sektöründe internet bankacılığının kullanımı sayısal olarak irdelendiğinde; bu hizmetten faydalanan banka müşteri sayısında yüksek oranlı artışlar yaşandığı, internet bankacılığı vasıtasıyla

gerçekleştirilen finansal işlemlerin gerek adet gerekse işlem hacmi bazında yüksek tutarlara eriştiği, buna mukabil finansal olmayan diğer bankacılık işlemlerinde de internet bankacılığının kullanılması tercihlerinde artış olduğu görülmektedir. Tüm bu veriler ışığında, Türk bankacılık sektöründe internet bankacılığının öneminin giderek arttığı, internet bankacılığının, bir alternatif dağıtım kanalı olarak bankalarımızca yaygın olarak sunulan bir hizmet olarak karşımıza çıktığı söylenebilir.

Bilgi teknolojilerinin ve internet bankacılığının sektörde temayüz eden bu gelişimine karşın, madalyonun bir diğer yüzü olarak ise, ülkemizde internet bankacılığı kullanan birey sayısının toplam nüfus içerisindeki payının, Avrupa Ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri'ne kıyasla oldukça düşük tezahür ettiği hesaplanmaktadır. Bu anlamda, son yıllarda sergilenen gelişmelere ve atfedilen öneme karşın, internet bankacılığının Türkiye'de halihazırda gelişime açık bir hizmet kanalı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu noktada, banka müşterilerinin internet bankacılığını kullanma kararlarının irdelenmesinin, mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirilebilmesini teminen önem arzettiği düşünülmektedir.

Bilgi teknolojilerine ilişkin literatür incelendiğinde, teknoloji kullanıcıların yeni bir teknolojiyi kullanmayı kabul etmelerinin açıklanmaya çalışılmasıyla sık sık karşılaşıldığı görülmektedir.

Bu kapsamda, The Theory of Reasoned Action (TRA-Akla Dayalı Davranış Teorisi) ve The Theory of Planned Behavior (TPB-Planlı Davranış Teorisi), bireyin davranışını bir çok alanda başarılı bir şekilde açıklayan ve öngörebilen niyet modelleri olarak temayüz etmiştir. Sosyal psikoloji araştırmalarının bu akımından, teknolojinin kullanımını başarılı bir şekilde ortaya koyan The Technology Acceptance Model (TAM-Teknoloji Kabul Modeli) ortaya çıkmış, bu modelleri baz alarak kullanıcıların bilgi teknolojilerini kullanmaya çalışan çok sayıda çalışma yapılmıştır.

Beş bölümden oluşan bu çalışmada, Türkiye'deki banka müşterilerinin internet bankacılığını kullanma kararlarına etki eden faktörlerin irdelenmesi amaçlanmıştır. Öncelikle bankacılığın ve internet bankacılığının tanımları yapılmış, dünya ve

Türkiye’de bankacılık sektörünün gelişiminin ne şekilde tezahür ettiği aktarılmıştır. Bununla birlikte, bilişim sektöründeki gelişmeler de ele alınmış olup, bir bütün olarak internet bankacılığının gelişimi incelenerek arz ettiği potansiyelin ortaya konması amaçlanmıştır. Müteakiben, bilgi teknolojilerine ilişkin literatürde yer alan teorik çerçeve ele alınarak araştırmaların referans aldığı başlıca modeller detaylı olarak tartışılmıştır.

Üçüncü ve dördüncü bölümde; İstanbul’da mukim internet bankacılığı kullanıcılarını konu alan anket çalışması ile toplanan bulgular irdelenerek, internet bankacılığının kullanılmasını açıklamak amacıyla oluşturduğumuz modelin geçerliliği sorgulanmıştır. Son bölümde ise genel değerlendirmemize yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. BANKACILIĞIN TANIMI VE KAPSAMI

Literatürde bankacılık kavramına çok sayıda tanım getirildiği görülmektedir. Bankacılık Kanununa göre ise bankalar, kendi nam ve hesabına mevduat kabul etmek ve kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet gösteren kuruluşlardır. Bununla birlikte, bankalar esas olarak mevduat bankaları ve katılım bankaları ile kalkınma ve yatırım bankaları olarak faaliyet göstermekte olup, katılım bankalarının mevduat yerine özel cari ve katılma hesapları yoluyla fon toplamak yönünde yetkisi bulunmakta, kalkınma ve yatırım bankaları ise mevduat veya katılım fonu kabul etme dışında; kredi kullandırmak esas olmak üzere faaliyet göstermektedir.

Bu minvalde, en temel olarak bankalar, gerçek ve tüzel kişilerin tasarruflarını yani birikimlerini plasman yolu ile tekrar ekonomik sisteme aktaran finansal aktörler olarak tanımlanabilir.

Banka sistemi ise, yasada tanımlanan farklı tanımlar çerçevesinde çalışan bütün bankaların dahil olduğu düzeni ifade eder. Bu düzen bankalarca resen ve isteğe bağlı bir şekilde kurulabileceği gibi devlet yasalar aracılığı ile bu sistemi kurup regüle edebilir (Delikanlı 2005, s.3).

Yürürlükte olan 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nda bankaların, diğer kanunlarda öngörülen hükümler saklı kalmak kaydıyla aşağıda belirtilen faaliyetleri icra edebileceği düzenlenmiştir (bankalarının tüm faaliyetleri listelenmiş olup, mevduat bankaları (b) ve (t), katılım bankaları (a), kalkınma ve yatırım bankaları (a) ve (b) bentlerinde belirtilen faaliyetleri gerçekleştiremezler.):¹

¹ Bankacılık Kanunu (5411 s. k.). **Resmi Gazete**, 25983; 1 Kasım 2005

- a) Mevduat kabulü
- b) Katılım fonu kabulü
- c) Nakdî, gayrinakdî her cins ve surette kredi verme işlemleri
- d) Nakdî ve kaydî ödeme ve fon transferi işlemleri, muhabir bankacılık veya çek hesaplarının kullanılması dahil her türlü ödeme ve tahsilat işlemleri
- e) Çek ve diğer kambiyo senetlerinin iştirası işlemleri
- f) Saklama hizmetleri.
- g) Kredi kartları, banka kartları ve seyahat çekleri gibi ödeme vasıtalarının ihracı ve bunlarla ilgili faaliyetlerin yürütülmesi işlemleri
- h) Efektif dahil kambiyo işlemleri; para piyasası araçlarının alım ve satımı; kıymetli maden ve tasların alımı, satımı veya bunların emanete alınması işlemleri
- i) Ekonomik ve finansal göstergelere, sermaye piyasası araçlarına, mala, kıymetli madenlere ve dövizde dayalı; vadeli işlem sözleşmelerinin, opsiyon sözleşmelerinin, birden fazla türev aracı içeren basit veya karmaşık yapıdaki finansal araçların alımı, satımı ve aracılık işlemleri
- j) Sermaye piyasası araçlarının alım ve satımı ile geri alım veya tekrar satım taahhüdü işlemleri
- k) Sermaye piyasası araçlarının ihraç veya halka arz yoluyla satışına aracılık işlemleri
- l) Daha önce ihraç edilmiş olan sermaye piyasası araçlarının aracılık maksadıyla alım satımının yürütülmesi işlemleri

- m) Başkaları lehine teminat, garanti ve sair yükümlülüklerin üstlenilmesi işlemleri gibi garanti isleri
- n) Yatırım danışmanlığı işlemleri
- o) Portföy işletmeciliği ve yönetimi
- p) Hazine Müsteşarlığı ve/veya Merkez Bankası ve kuruluş birlikleri nezdinde oluşturulan bir sözleşme kapsamında üstlenilen yükümlülükler çerçevesinde alım satım işlemlerine ilişkin piyasa yapıcılığı
- r) Faktöring ve forfaiting işlemleri
- s) Bankalararası piyasada para alım satımı işlemlerine aracılık
- t) Finansal kiralama işlemleri
- u) Sigorta acenteliği ve bireysel emeklilik aracılık hizmetleri
- v) Kurulca belirlenecek diğer faaliyetler

2.1.1. Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de bankacılık sisteminin evveliyatı 19. yüzyılın ortasına dek uzanmakta olup, Batı Avrupa’da yaşanan gelişme sanayileşme ve dışa açılma süreci yaşanmadığı için Avrupa’daki emsaline benzer bir bankacılık sistemi gelişmemiştir. İlk banka Osmanlı İmparatorluğu döneminde ve 1847 yılında Galata Bankerleri tarafından İstanbul Bankası (Banque de Constantinople) adıyla kurulmuş, kaime adı verilen ilk kağıt para ise 1840 yılında bütçe açıklarını kapatmak amacıyla çıkarılmıştır (Coşkun ve diğ. 2012, s.3, Keskin ve diğ. 2008, s.1).

1856 yılında İngiltere’de kurulan ve daha sonra Fransız ortakların da katıldığı Osmanlı Bankası ise 1863 yılında padişah fermanı ile kurulmuş ve bankaya kağıt para çıkarma hakkı tanınmıştır. Osmanlı İmparatorluğu’nda bankacılığın Osmanlı Bankası ile başladığı yaygın olarak kabul edilen bir görüştür. Ayrıca banka Devletin hazine işlemlerini yürüterek, Devletin mali acentesi olarak çalışmıştır (Keskin ve diğ. 2008, s.1).

Mithat Paşa’nın Tuna valiliğini icra ettiği sırada tarımla uğraşanlara az faizle kredi verilmesi amacıyla 1863 yılında Pirot kasabasında kurduğu tarım kredi kooperatiflerinin 1888 yılında Ziraat Bankası’na dönüştürülmesi ulusal bankacılığa dayalı ve kalıcı ilk bankacılık girişimi olarak nitelendirilmektedir (Coşkun ve diğ. 2012, s.4, Keskin ve diğ. 2008, s.2).

Bununla birlikte, Cumhuriyet dönemi öncesinde ulusal sermaye ile kurulan bankaların büyük bir bölümü uzun ömürlü olamamış, güçlü yabancı bankalarla rekabet edemeyerek etkinliklerine son vermek zorunda kalmışlardır. İstiklal Savaşı ve Cumhuriyet’in ilanının ardından biten bu dönemin sonunda ise ulusal bankacılığın ve devlet teşvikinin önemi anlaşılmıştır (Coşkun ve diğ. 2012, s.4).

Cumhuriyet döneminde ekonominin alacağı yön ve biçimin belirlenmiş olması hasebiyle oldukça önemli olan ve 1923 yılında toplanan İzmir İktisat Kongresi, bankacılık ile ilgili önemli gelişmelere yol açmış, Cumhuriyet döneminin ilk milli bankası olan Türkiye İş Bankası, Atatürk’ün direktifleriyle 26 Ağustos 1924 tarihinde kurulmuştur. Türkiye İş Bankası’nın kuruluşunu takiben ilk kalkınma bankası mahiyetinde Türkiye Sınai ve Maadin Bankası ile konut kredisi vermek amacıyla Emlak ve Eytam Bankası faaliyetlerine başlamıştır (Coşkun ve diğ. 2012, s.5, Keskin ve diğ. 2008, s.3).

Cumhuriyet döneminde bankacılık ve banka hukuku ile ilgili atılan önemli adımlardan birisi de T.C. Merkez Bankası’nın kuruluşu ve bu bankanın kuruluşuna ilişkin 30 Haziran 1930 tarih ve 1715 sayılı T.C. Merkez Bankası Kanunudur. Mezkur kanun uyarınca Merkez Bankası, para basmak, paranın değerini korumak, ekonominin genel

likiditesini ayarlamak ve bankalara ödünç para vermekle görevli bir emisyon bankası olarak tayin edilmiştir (Keskin ve diğ. 2008, ss.3,4).

Takip eden dönemlerde sektörün gelişimi ele alındığında ise;

- i. Devletçilik dönemi olarak tabir edilen ve özel kesimin özendirilmeye çalışıldığı 1933-1944 döneminin, özel amaçlı devlet bankalarının kurulduğu,
- ii. Yeni Devletçi ve liberal dönem olarak nitelenen 1945-1960 döneminin özel bankaların gelişme kaydettiği,
- iii. Planlı-programlı sermaye kullanımına yönelen 1960-1980 planlı döneminin ihtisas bankalarına öncelik verildiği,
- iv. Dışa açılma ve piyasa ekonomisi olarak nitelenen 1980-2000 döneminin finansla serbestleşmenin sağlanmaya çalışıldığı,
- v. 2000 sonrası dönemin ise sektörde yaşanan krizlerin ardından yapısal, kurumsal ve yönetsel anlamda yeniden yapılanmanın yaşandığı

dönemler olduğu görülmekte olup, belirtilen başlıklar Türkiye’de bankacılık sektörünün gidişatına kısa bir özet teşkil etmektedir (Coşkun ve diğ. 2012, ss.6-27, Keskin ve diğ. 2008, ss.4-20).

2.2. İNTERNET BANKACILIĞININ TANIMI KAPSAMI VE GELİŞİMİ

İnternet, dünya kapsamında birçok bilgisayar sistemini TCP/IP protokolü ile birbirine bağlayan ve gittikçe büyüyen bir iletişim ağıdır.¹

¹ http://www.cc.boun.edu.tr/training/internet_tur.pdf [Erişim tarihi: 16.04.2012]

Ortaya çıkışından bu yana yaşamımızdaki pek çok alana sirayet eden ve gündelik yaşamın vazgeçilmez unsurlarından biri haline evirilen internet teknolojisi, en büyük sektörlerden biri olan bankacılık sektörüne de önemli ölçüde entegre olmuştur.

Mevzubahis iletişim ağına dahil olmalarıyla bankalar, mekan ve zaman kısıtından arı olarak hizmetlerini internet ortamında sunmaya başlamışlardır. Başlangıçta bilgi verme gibi belirli bazı işlemlerle sınırlanan bu hizmetle yapılabilen işlemler peyder pey artmış ve internet bankacılığı sistemi ortaya çıkmıştır.

Kar marjlarındaki giderek daralan seyir nedeniyle maliyetlerini düşürme üzerine yoğunlaşan bankacılık sektöründe bankacılık işlemlerinin şube hizmet binaları dışında gerçekleştirilebilmesi fikri; bankacılık ürünlerinin düşük maliyetlerle müşterilere ulaştırılmasına ve buna bağlı olarak karlılığın artırılmasına, çapraz satış olanakları sayesinde müşteri tabanının genişletilmesine ve etkin pazarlama faaliyetleri yürütülmesine imkan tanınması nedeniyle oldukça benimsenmiştir.

Bu bağlamda, bankacılık ürün ve hizmetlerinin geleneksel (şube) kanallar dışında telefon, Bankamatik cihazları (ATM) ve sair elektronik kanallar vasıtasıyla müşterilere ulaştırılması şeklinde kabaca ifade edilebilecek “alternatif dağıtım kanalı hizmet”lerinin toplam hizmetler içerisindeki payı giderek artmış olup, bu gelişime paralel olarak internet bankacılığı önemli bir alternatif dağıtım kanalı hizmeti görünümüne bürünmüştür.

Bankacılık hizmetlerinin zaman ve mekan sınırı olmaksızın internet vasıtasıyla gerçekleştirilmesi olanağı sunan bu kanalla, internet erişimine sahip herhangi bir bilgisayara sahip olunması koşuluyla günün herhangi bir zamanında ve dünyanın herhangi bir bölgesinden bankacılık hizmeti alınması olası hale gelmiştir.

İnternet bankacılığının kullanıcılara sağladığı faydalar şöyle özetlenebilir:¹

¹ http://www.yapikredi.com.tr/tr-TR/BDDK/tbb_uyarilari.pdf [Erişim tarihi: 25.11.2012]

- a) Hızlı ve kesintisiz bankacılık işlemleri
- b) Şubeye gitmeden, sıra beklemeden kolay bankacılık işlemleri
- c) Görerek ve seçerek bankacılık işlemi 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 personeli tarafından dahi görülememesi nedeniyle, gizli ve güvenli bankacılık.

İnternet bankacılığı uygulamasının bankalara sağladığı faydalara aşağıda yer verilmiştir (Salih ve diğ. 2009, ss.136-137, Gülmez ve Kitapçı 2006, s.86);

- a) Yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi,
- b) Yeni müşteriler kazanılması,
- c) Müşterilerle kurulan iletişimin kolaylaştırılması,
- d) Mevcut müşteri sadakatinin artırılması,
- e) İtibarın ve bilinirliğin güçlendirilmesi,
- f) Pazarlama faaliyetlerine ve müşteri ilişkilerine ilişkin yeni fırsatlar sunması,
- g) Faaliyet etkinliğinin artırılması,

- h) Daha etkin ve hızlı hizmet sunulması,
- i) Hizmet kalitesinin yükseltilmesi,
- j) Rakiplerin uygulama değişikliklerine daha hızlı cevap verilmesi,
- k) Şubelerdeki gişe işlemlerinin yoğunluğunun azaltılması,
- l) Gişe kadrolarında görev yapan çalışan sayısının azaltılması,
- m) Maliyetlerin düşürülmesi

İnternet bankacılığı vasıtasıyla gerçekleştirilebilecek bankacılık işlemlerinin bir listesine ise aşağıda yer verilmiştir:¹

- a) Döviz işlemleri (alış- satış),
- b) Yatırım işlemleri (döviz, fon, repo, bono/tahvil, hisse senedi ve VOB işlemleri),
- c) Vadesiz altın hesap işlemleri (alış – satış ve havale),
- d) Farklı hesap ve döviz türlerinden hesap açma/hesap kapatma,
- e) Vadeli, vadesiz, yatırım hesabı bilgilerini görüntüleme,
- f) Kredi/kredi kartı başvurusu,
- g) Kredi kullanımı/kredi kartından çekiliş,

¹ <http://www.halkbank.com.tr/channels/1.asp?id=111> [Erişim tarihi: 25.11.2012]

<http://www.finansbank.com.tr/Bankacilik/alternatif-dagitim-kanallari/internet-bankaciligi/bireysel-yapabileceginiz-islemler.aspx> [Erişim tarihi: 25.11.2012]

<http://www.sekerbank.com.tr/kurumsal/sss.jsp> [Erişim tarihi: 25.11.2012]

- h) Kredi kartı ekstre ve bakiye bilgilerini görüntüleme,
- i) Kredi/kredi kartı borcu/ödeme planını görüntüleme/ödeme,
- j) Çeşitli kurum, vergi ya da fatura ödemeleri,
- k) Trafik cezası ve motorlu taşıtlar vergisi ödemeleri,
- l) Bağışlar,
- m) Hesaplar arasında para transferleri,
- n) Sigorta ve emeklilik işlemleri,
- o) Güvenlik ayarları,
- p) Şifre ve parola işlemleri
- q) Şans oyunları

2.2.1. Dünya’da İnternet Bankacılığının Gelişimi

İnternet bankacılığı fikrinin ortaya çıkışı, 1980’li yılların başlarına isabet etmektedir. Ancak esasen 1990’lı yıllar internet bankacılığının ve elektronik bankacılık ürünlerinin hızla yayıldığı dönem olmuştur. Keza, ilk olarak 6 Ekim 1995 tarihinde, Amerika Birleşik Devletleri’nde mukim Presidential Savings Bank, müşterilerin kullanımına yönelik interaktif bankacılık sistemini duyurmuştur. Yeni sistem, kısa sürede Wells Fargo, Chase Manhattan ve Security First Network Bank gibi diğer bankalar arasında da oldukça çabuk kabul görmüştür.¹

¹ <http://ezinearticles.com/History-of-Online-Banking> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

Öte yandan, internet bankacılığı Amerika Birleşik Devletleri'nde doğmuş olmasına karşın, bazı Avrupa ülkelerinde internet bankacılığı hizmetinin daha yaygın sunulduğu görülmektedir. Farzı mahal, Finlandiya'da faaliyet gösteren Merita Nord Bankası'nın 1998 yılında 550.000 internet bankacılığı müşterisi olduğu saptanmıştır (Nelson 1999, ss.265-267).

Bir başka örnek olarak, İsveç'te 1998 yıl sonu itibarıyla toplam 549.000 müşterinin internet bankacılığını kullandığı belirlenmiştir. İngiltere'de 1998 yılında müşterilerine sadece internet üzerinden hizmet veren Egg adlı banka kurulmuştur. Egg bankası kuruluşundan sonraki 18 ay içinde 1 milyon müşteriye hizmet vermeye başlamıştır. Bu konuda 1999 yılında yapılan detaylı bir araştırmada son bir yıl içerisinde İngiltere'de açılan hesapların yüzde 22'sinin Egg bankasında olduğu görülmüştür.¹

Almanya'da internet bankacılığı üzerine en fazla eğilen Deutsche Bank; 2001 yılında bu kanala 1 milyar USD yatırırken, Fransa'da BNP Paribas'ın aynı iş için yaklaşık 690 milyon USD ayırdığı açıklanmıştır.²

2.2.2. Türkiye'de İnternet Bankacılığının Gelişimi

Dünyadaki gelişim paralelinde, ülkemizde de hemen hemen tüm bankacılık işlemleri günümüzde şube hizmet binası haricinde sürdürülebilmektedir.

Bu duruma gelinmesinde, teknolojideki gelişmelere uyum sağlama ve teknolojik altyapıyı geliştirme konusunda ulusal bankaların icra ettiği atılımlar büyük rol oynamış olup, özellikle son on yıllık dönemde ATM sayısı, on-line bağlantıya sahip şube sayısı, interaktif bankacılık hizmetleri ve internet bankacılığı alanlarında hızlı bir gelişme olduğu gözlemlenmiştir.³

^{1,2} <http://ezinearticles.com/History-of-Online-Banking> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

³ Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. 2001. *Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı*. İstanbul

İnternet üzerine taşınan işlemlerle operasyonel nitelikli işlere harcanan iş gücünün azaltılması, bu sayede satış ve pazarlama faaliyetlerine daha fazla kaynak ayrılabilmesi ayrıca işlem maliyetlerinin düşürülmesi gibi fırsatlar sunması nedeniyle, bankalar on-line işlem çeşitliliğini artırarak yaygınlaştırma faaliyetlerine bu dönemde önem vermişlerdir.

Kronolojik gelişime bakıldığında, “otomatik vezne makineleri”nin kullanıma sunulması ve yaygınlaştırılmalarının internet bankacılığının gelişimine önyak olduğu görülmektedir. Müşterilerin gün boyunca saat mefhumu olmaksızın kesintisiz bankacılık hizmetlerini alabildikleri bir alternatif dağıtım kanalı ürünü olan otomatik vezne makineleri (ATM) kabaca; bankanın ana bilgisayarını ile iletişim kurarak müşterilerin bankacılık işlemlerini bireysel olarak gerçekleştirmelerine olanak tanıyan elektronik cihazlar olarak tanımlanabilir. Ülkemizde ATM makineleri ilk olarak 1987 yılının Aralık ayında İş Bankası A.Ş. tarafından kullanıma sokulmuştur. Bu hizmeti ilk defa sunmasının yanı sıra, cihazları en yaygın olarak kullanmasına bağlı olarak, İş Bankası A.Ş.’nin mezkur cihazlara verdiği “Bankamatik” ismi tüm bankaların ATM’leri için de kullanılabilir hale gelmiştir (Korkmaz ve Gövdeli 2004, s.4).

Bankamatik cihazlarında olduğu üzere, ülkemizde internet bankacılığı hizmetini de ilk sunan banka Türkiye İş Bankası A.Ş. olmuştur. İş Bankası tarafından 1997 yılında sunulmaya başlanan bu hizmet kısa bir zaman zarfında o dönemlerde çok da tahayyül edilmeyen bir gelişme göstermiştir.

Günümüzde, kıymetlerin fiziken tevdiatı ve teslim alınması haricinde kalan tüm işlemler internet bankacılığı üzerinden gerçekleştirilebilmektedir. Aşağıda yer verilen tablo 2.1’de Türkiye’de faaliyet gösteren ve internet bankacılığı hizmeti veren 25 bankanın internet adresleri yer almakta olup, banka müşterileri söz konusu adresler üzerinden işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler.

Tablo 2.1: Bankaların internet adresleri

Banka Adı	İnternet Adresi
Akbank T.A.Ş.	http://www.akbank.com
Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	http://www.aktifbank.com.tr
Alternatif Bank A.Ş.	http://www.abank.com.tr
Anadolubank A.Ş.	http://www.anadolubank.com.tr
BankPozitif Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş.	http://www.bankpozitif.com.tr
Citibank A.Ş.	http://www.citibank.com.tr
Denizbank A.Ş.	http://www.denizbank.com
Eurobank Tekfen A.Ş.	http://www.eurobanktefen.com
Fibabanka A.Ş.	http://www.fibabanka.com.tr
Finans Bank A.Ş.	http://www.finansbank.com.tr
HSBC Bank A.Ş.	http://www.hsbc.com.tr
ING Bank A.Ş.	http://www.ingbank.com.tr
Şekerbank T.A.Ş.	http://www.sekerbank.com.tr
Tekstil Bankası A.Ş.	http://www.tekstilbank.com.tr
The Royal Bank of Scotland N.V.	http://www.rbsbank.com.tr
Turkish Bank A.Ş.	http://www.turkishbank.com
Turkland Bank A.Ş.	http://www.tbank.com.tr
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	http://www.teb.com.tr
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	http://www.ziraatbank.com.tr
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	http://www.garanti.com.tr
Türkiye Halk Bankası A.Ş.	http://www.halkbank.com.tr
Türkiye İş Bankası A.Ş.	http://www.isbank.com.tr
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	http://www.tskb.com.tr
Türkiye Vakıflar Bankası A.Ş.	http://www.vakifbank.com.tr
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	http://www.yapikredi.com.tr

Kaynak: <http://www.tbb.org.tr/english/asp/web.asp> [Erişim tarihi: 18.04.2012]

2.2.3. Türkiye’de Bilişim Teknolojilerinin Gelişimi

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ülke genelinde bilişim teknolojilerinin kullanımına ilişkin istatistiki veriler hazırlanmakta olup, araştırmalar ülkemizde bilgisayar ve internet kullanımının giderek arttığını ortaya koymaktadır.

Keza, tablo 2.2’de yer verilen hanelerde bilişim teknolojilerini bulundurma oranları irdelendiğinde masaüstü bilgisayar, taşınabilir bilgisayar, cep telefonu ve el bilgisayarına sahip hane halkı oranının yüksek düzeyde arttığı görülmektedir.

Tablo 2.2: Bilişim teknolojilerini bulundurma oranları

Yıl	Masaüstü Bilgisayar (PC)	Taşınabilir Bilgisayar (Laptop, Tablet PC)	Cep Telefonu	El Bilgisayarı (Palm)
2004	10,0	0,9	53,6	0,1
2005	11,6	1,1	72,6	0,1
2007	24,0	5,6	87,4	0,4
2008	28,1	9,1	88,1	0,5
2009	30,7	11,2	87,6	0,6
2010	33,8	16,8	90,5	0,7
2011	34,3	22,6	91,9	1,2

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

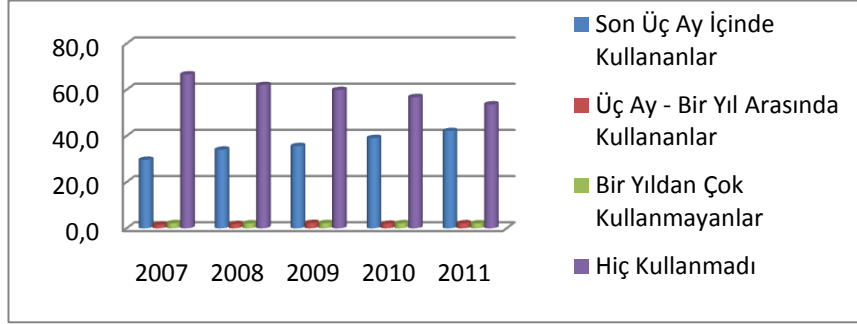
Bireylerin (16-74 yaş grubu) bilgisayar ve internet kullanım oranlarına ilişkin verilere ise tablo 2.3 ve tablo 2.4 ile şekil 2.1 ve şekil 2.2’de yer verilmiştir.

Tablo 2.3: Bilgisayar kullanımı

	Son 3 Ay İçinde Kullananlar	3 Ay - 1 Yıl Arasında Kullananlar	1 Yıldan Çok Kullanmayanlar	Hiç Kullanmayanlar
2007	29,6	1,5	2,2	66,6
2008	34,0	1,8	2,1	62,0
2009	35,6	2,3	2,2	59,9
2010	39,1	1,9	2,2	56,8
2011	42,1	2,1	2,1	53,6

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

Şekil 2.1: Bilgisayar kullanımı



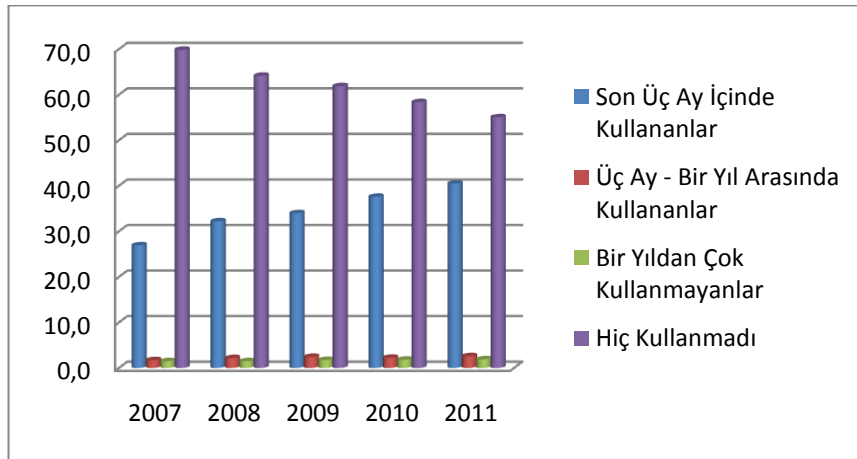
Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

Tablo 2.4: İnternet kullanımı

	Son 3 Ay İçinde Kullananlar	3 Ay - 1 Yıl Arasında Kullananlar	1 Yıldan Çok Kullananlar	Hiç Kullanmadı
2007	26,9	1,7	1,5	69,9
2008	32,2	2,2	1,5	64,1
2009	34,0	2,4	1,7	61,9
2010	37,6	2,2	1,8	58,4
2011	40,5	2,6	1,9	55,0

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

Şekil 2.2: İnternet kullanımı



Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 16.04.2012]

Tablo 2.3 ve tablo 2.4 ile şekil 2.1 ve şekil 2.2’den, gerek bilgisayar kullanımının gerekse internet kullanımının ülkemizde yıllara sari olarak geliştiği görülmektedir. Bunlara ilaveten, 2011 yılı verilerinde tüm bireylerin yüzde 36,2’sinin interneti düzenli olarak hemen hemen her gün veya haftada en az bir defa kullandığı, internet kullanan bireyler için interneti düzenli kullanıp kullanmadıkları sorgulandığında ise söz konusu oranın yüzde 89,5’e yükseldiği kayıt altına alınmıştır.

İnternet kullanımının mahiyeti irdelendiğinde, 2011 yılının ilk üç ayında (Ocak-Mart 2011);

- a) internetin en çok yüzde 72,7 ile çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma, haber indirme için kullanıldığı,
- b) bunu yüzde 54,1 ile sağlık ile ilgili bilgi aramanın takip ettiği,
- c) Web siteleri aracılığıyla (Blog siteleri, facebook, twitter) toplumsal ve siyasi konular ile ilgili görüşleri okuma veya paylaşma (yüzde 50,8) ile mal ve hizmetler hakkında bilgi aramanın da (yüzde 46,6) kullanım amaçları arasında yer aldığı görülmektedir.

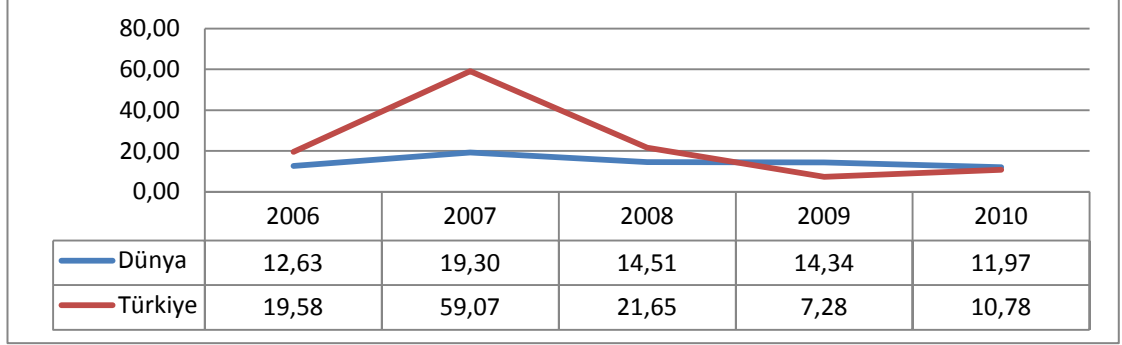
Bu noktada, internet kullanımının Türkiye’deki mevzu bahis gelişimi ile bu alanda dünya genelindeki gelişimin kıyası cihetine gidilmiştir.

Tablo 2.5: İnternet kullanıcısı sayıları

	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	1.151.451.830	1.373.704.169	1.573.088.838	1.798.698.761	2.014.028.388
Türkiye	12.597.189	20.038.925	24.376.486	26.152.021	28.971.168

Kaynak: <http://search.worldbank.org/> [Erişim tarihi: 17.04.2012]

Şekil 2.3: İnternet kullanıcısı artış oranları



Kaynak: <http://search.worldbank.org/> [Erişim tarihi: 17.04.2012]

Yukarıda yer verilen tablo 2.5’de internet kullanıcılarının adet bilgileri aktarılmakta olup, şekil 2.3’de ise bir önceki yıla kıyasla artış oranlarına yer verilmektedir.

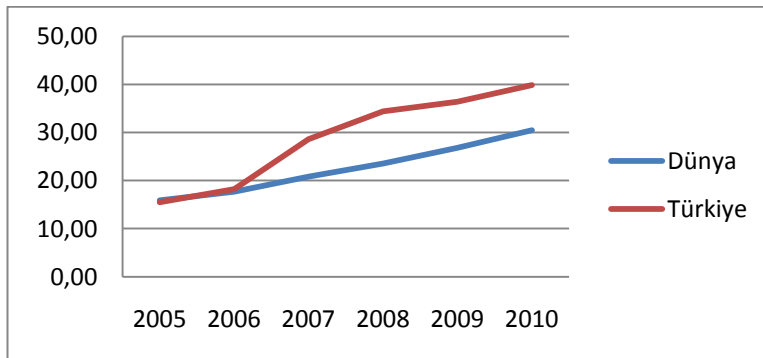
Aşağıda yer verilen tablo 2.6 ve şekil 2.4’de ise tüm nüfus içerisinde internet kullanıcılarının oranlarına ilişkin istatistikler belirtilmektedir.

Tablo 2.6: İnternet kullanıcılarının toplam nüfusa oranı

(%)	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	15,87	17,67	20,79	23,55	26,81	30,48
Türkiye	15,46	18,24	28,63	34,37	36,4	39,82

Kaynak: <http://search.worldbank.org/> [Erişim tarihi: 17.04.2012]

Şekil 2.4: İnternet kullanıcılarının toplam nüfusa oranı



Kaynak: <http://search.worldbank.org/> [Erişim tarihi: 17.04.2012]

Yukarıda aktarılan veriler bir arada değerlendirildiğinde; ilgili zaman aralığında nihai olarak, ülkemizde internet kullanıcılarının dünya ortalamasının üzerinde bir artış gösterdiği, bununla birlikte internet kullanan birey oranlarının da dünya ortalamasının üzerinde gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu veriler, ülkemizde internet kullanımının giderek arttığını tevsik eder niteliktedir.

2.2.4. Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımının Gelişimi

Türkiye’de internet bankacılığının kullanımına ilişkin en güvenli ve yeterli bilgiler, Türkiye Bankalar Birliği’nin yayınladığı istatistiklerden edinilebilmektedir. Üyesi olan bankalardan edindiği bilgileri yayınlayan Kurum, 2006 yılı Haziran dönemiyle uygulamaya başladığı ve bundan sonra üçer aylık dönemler halinde yayınladığı raporlar ile internet bankacılığı kullanımına ilişkin gelişmelerin izlenmesini sağlamaktadır.

Kurumun yayınladığı istatistikler kullanılarak hazırlanan tablo 2.7’ye aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 2.7: Türkiye’de internet bankacılığı kullanıcıları

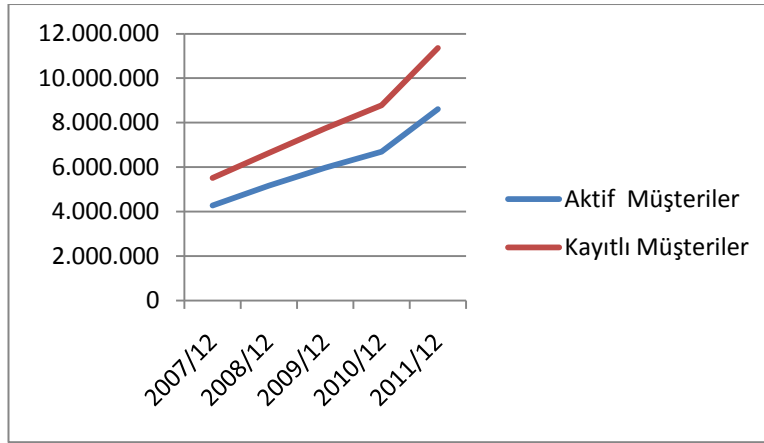
	<u>2006/06</u>	<u>2007/12</u>	<u>2008/12</u>	<u>2009/12</u>	<u>2010/12</u>	<u>2011/12</u>
Bireysel müşteri sayısı						
Aktif *	2.478.523	3.795.627	4.613.670	5.368.510	6.038.342	7.802.990
Kayıtlı	15.368.206	4.920.907	5.946.652	7.064.266	7.974.788	10.389.383
Kurumsal müşteri sayısı						
Aktif *	355.700	478.737	555.459	605.623	655.490	803.155
Kayıtlı	752.797	588.211	687.737	684.906	813.721	968.458
Toplam müşteri sayısı						
Aktif *	2.834.223	4.274.364	5.169.129	5.974.133	6.693.832	8.606.145
Kayıtlı	16.121.003	5.509.118	6.634.389	7.749.172	8.788.509	11.357.841

*Son 3 ayda en az 1 kez işlem yapmış

Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

İnternet bankacılığını kullanan kişi sayısı verileri irdelendiğinde, 2006 yılı Haziran ayı verilerinde kayıtlı müşteri sayısının sair yıllara kıyasla oldukça yüksek tezahür ettiği görülmektedir. Söz konusu farklılık; kayıtlı müşteri sayısı hesaplanırken 2006 yılı verilerinde internet bankacılığı yapmak üzere şifre almış ve kullanmaya hazır toplam müşteri sayısı baz alınmakla birlikte, ilerleyen yıllarda internet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve son 1 yıl içerisinde en az bir kez “login” olmuş müşteri sayısının veri olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır.

Şekil 2.5: Türkiye’de internet bankacılığı kullanıcılarının gelişimi



Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Bu minvalde, 2007 yılından itibaren internet bankacılığını kullanan banka müşterilerinin şekil 2.5’de grafik olarak aktarılan gelişimi irdelendiğinde, yıllara sair olarak gerek aktif gerekse kayıtlı kullanıcı sayısında artış gerçekleştiği görülmektedir. Bu çerçevede, 2007 yılı Aralık ayına kıyasla;

- i. aktif kullanıcı sayısında 4.007.363 kişi (yüzde 106 oranlı),
- ii. kayıtlı kullanıcı sayısında 5.468.476 kişi (yüzde 111 oranlı)

mertebesinde gelişim gerçekleştiği görülmektedir.

Mamafih, internet bankacılığının yaygınlaşmasını salt kullanıcı adedi üzerinden irdelemenin yanıltıcı olabileceği düşüncesinden hareketle, internet bankacılığı ile gerçekleştirilen işlem adetleri ve işlem hacimleri de inceleme konusu yapılmıştır.

Yatırım işlemleri hariç, internet bankacılığı üzerinden gerçekleştirilen işlem adetleri ile işlem hacimlerinin seyrine aşağıdaki tablo 2.8’de yer verilmiştir.

Tablo 2.8: İnternet bankacılığı işlem hacimleri

	<u>2006/06</u>	<u>2007/12</u>	<u>2008/12</u>	<u>2009/12</u>	<u>2010/12</u>	<u>2011/12</u>
İşlem Adedi (Bin)	37.713	51.211	57.942	70.946	76.002	90.448
İşlem Hacmi (Milyon TL)	103.726	127.431	136.680	171.053	215.244	321.949

Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

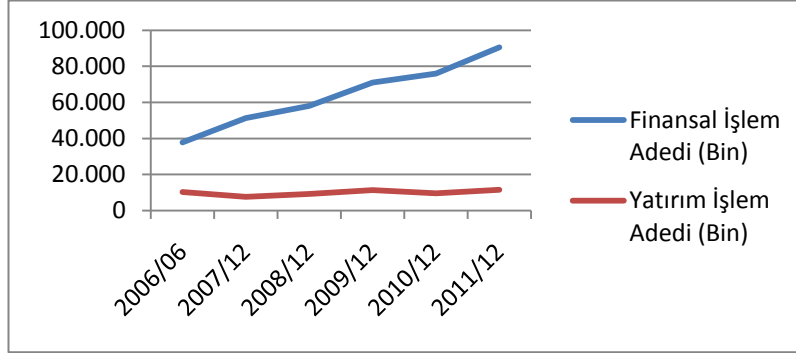
Salt yatırım işlemleri göz önüne alındığında, internet bankacılığı müşterilerinin işlem büyükleri ise aşağıda yer verilen tablo 2.9, şekil 2.6 ve şekil 2.7’de belirtildiği üzere tezahür etmiştir.

Tablo 2.9: İnternet bankacılığı işlemlerinde yatırım işlemlerinin adet ve tutar bazında payı

	<u>2006/06</u>	<u>2007/12</u>	<u>2008/12</u>	<u>2009/12</u>	<u>2010/12</u>	<u>2011/12</u>
İşlem Adedi (Bin)	10.320	7.615	9.248	11.287	9.551	11.432
İşlem Hacmi (Milyon TL)	45.104	40.344	64.660	67.441	73.504	89.922

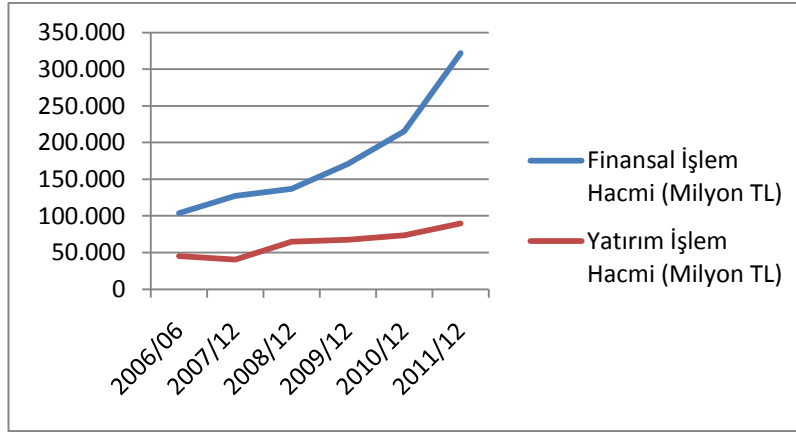
Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Şekil 2.6: İnternet bankacılığı işlemlerinde yatırım işlemlerinin adet bazında payı



Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Şekil 2.7: İnternet bankacılığı işlemlerinde yatırım işlemlerinin tutar bazında payı



Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Yukarıdaki tablolar ve grafikler irdelendiğinde, özellikle finansal işlemlerdeki gerek işlem adedi gerekse işlem hacmi bazında tezahür eden artışın oldukça yüksek seviyede gerçekleştiği görülmektedir. Keza, 2006 yılı Haziran ayı ile 2012 yılı Aralık ayı arasında;

- i. işlem adedi bazında finansal işlemlerdeki ve yatırım işlemlerindeki artış oranının sırasıyla yüzde 140 ve yüzde 11,
- ii. işlem hacmi bazında finansal işlemlerdeki ve yatırım işlemlerindeki artış oranının sırasıyla yüzde 210 ve yüzde 99

seviyesinde oluştuğu hesaplanmıştır.

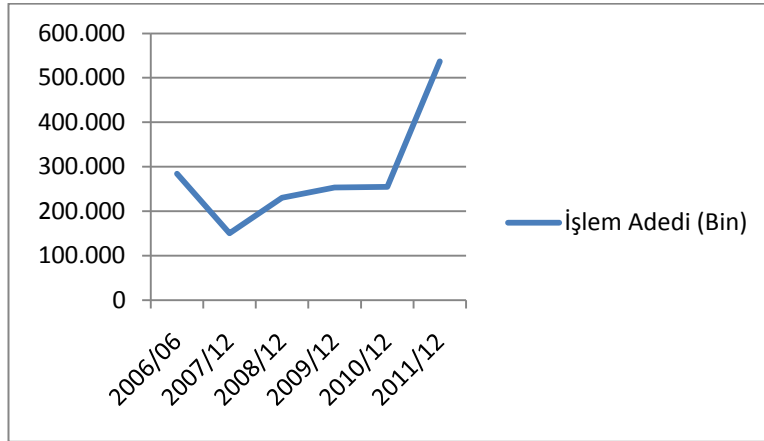
Öte yandan, parasal işlemler haricinde kalan ve finansal olmayan diğer işlemler olarak tabir edilen kredi kartı ve ek kart başvurusu, kredi başvurusu, dzenli ödeme talimatı, fatura ödeme talimatı gibi bankacılık işlemlerinin internet bankacılığı vasıtasıyla gerçekleştirilmesine ilişkin verilere ise aşağıda yer alan tablo 2.10 ile Şekil 2.8’de yer verilmiştir.

Tablo 2.10: İnternet bankacılığı ile gerçekleştirilen finansal olmayan işlemler

	<u>2006/06</u>	<u>2007/12</u>	<u>2008/12</u>	<u>2009/12</u>	<u>2010/12</u>	<u>2011/12</u>
İşlem Adedi (Bin)	284.044	150.371	230.428	253.238	254.864	537.224

Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Şekil 2.8: İnternet bankacılığı ile gerçekleştirilen finansal olmayan işlemlerin seyri

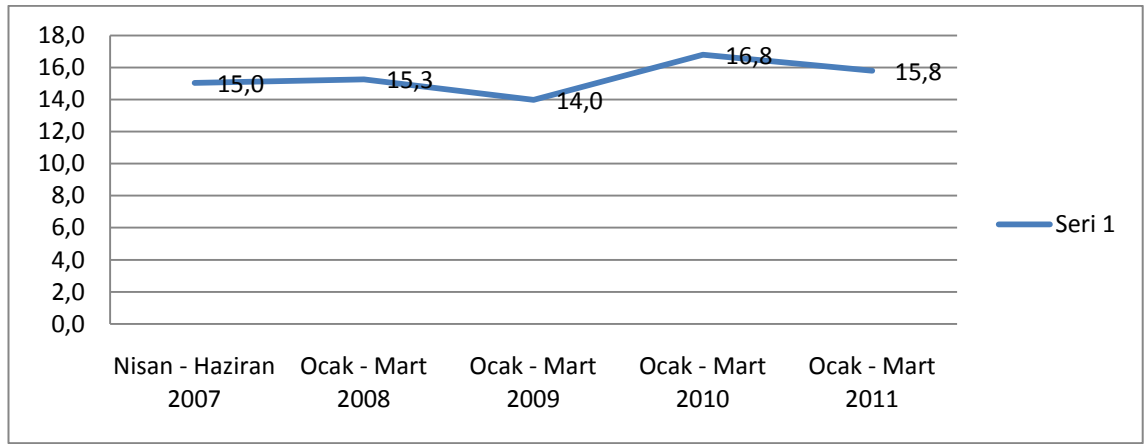


Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Son 6 yılda işlem adedi bazında gerçekleşen yüzde 89 oranlı artış dikkate alındığında, banka müşterilerinin finansal olmayan diğer işlemleri de internet bankacılığını kullanarak gerçekleştirme tercihlerinde artış olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Bu noktada, ülkemizdeki internet kullanımını içerisinde internet bankacılığının aldığı pay da irdelenmiştir. 2011 yılının ilk üç ayı baz alındığında internet bankacılığı amacıyla kullanımın yüzde 15,8 düzeyinde gerçekleştiği saptanmış olup, mezkur oranın yıllara sari gelişimine aşağıdaki grafikte yer verilmiştir. Şekil 2.9'da yer alan grafikte de belirtildiği üzere internet bankacılığı kullanım oranları yüzde 15-yüzde 16 bandı aralığında tezahür eden bir seyir izlemektedir.

Şekil 2.9: Türkiye’de internet bankacılığı kullanım oranları



Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Netice olarak, Türk bankacılık sektöründe internet bankacılığının kullanımı irdelendiğinde;

- bu hizmetten faydalanan banka müşteri sayısında yüksek oranlı artışlar yaşandığı,
- internet bankacılığı vasıtasıyla gerçekleştirilen finansal işlemlerin gerek adet gerekse işlem hacmi bazında yüksek tutarlara eriştiği,
- buna mukabil, başvuruda bulunma ve talimat verme şeklinde kabaca sınıflandırabileceğimiz finansal olmayan diğer bankacılık işlemlerinde de internet bankacılığının kullanılması tercihlerinde artış olduğu

anlaşılmıştır. Tüm bu veriler ışığında, Türk bankacılık sektöründe internet bankacılığının öneminin giderek arttığı söylenebilir.

2.3. TÜRKİYE'DE İNTERNET BANKACILIĞININ SAHİP OLDUĞU POTANSİYEL

2.3.1. Ulusal Bankacılık Sektörünün Gelişim Yönü

Bankacılık sektöründe Şubat 2012 itibariyle 31 adet mevduat, 13 adet kalkınma ve yatırım, 4 adet katılım bankası olmak üzere toplam 48 banka bulunmaktadır.¹

Son 5 yıllık periyotta (2007-2011 yılları) ulusal bankacılık sektöründe niceliklerin gelişimine aşağıdaki tablo 2.11'de özet olarak yer verilmiştir:

Tablo 2.11: Türk Bankacılık sektörüne ilişkin rakamsal veriler

	2007	2008	2009	2010	2011
Mudi Sayısı (Bin Adet)	71.444	68.072	68.890	49.365	51.874
Aktif Büyüklük (Milyar TL)	582	733	834	1.006	1.218
Yatırım Araçları (Milyar TL)	700	771	948	1.184	1.408
Krediler (Milyar TL)	286	367	393	526	683
Mevduat (Milyar TL)	357	455	515	617	696
Özkaynaklar (Milyar TL)	76	86	111	135	145
Diğer Pasifler (Milyar TL)	50	58	61	74	107

Kaynak: [http://www.tbb.org.tr/tr/Banka ve Sektor Bilgileri/Tum Raporlar.aspx](http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx) [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Söz konusu tablodan da açıkça görülebildiği üzere, tüm ulusal finans kuruluşları bazında bankacılık sektörünün giderek büyüdüğü anlaşılmaktadır. Söz konusu gelişime paralel olarak, alternatif dağıtım kanallarının da gerek adet gerekse işlem hacmi bazında geliştiği görülmekte olup, ilgili verilerin dercedildiği tablo 2.12'ye aşağıda yer verilmiştir.

¹ *Kaynak:* [http://www.tbb.org.tr/tr/Banka ve Sektor Bilgileri/Tum Raporlar.aspx](http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx) [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Tablo 2.12: Türk bankacılık sektöründe alternatif dağıtım kanallarına ilişkin rakamsal veriler

	İşlem Adedi (Milyon)					İşlem Hacmi (Milyar)				
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011
Banka ATM (Bin)	18	21	23	28	32	v.y.	v.y.	v.y.	v.y.	v.y.
Çağrı Merkezi	1,8	1,1	5,5	9,7	7,4	9,7	9	26,3	32,2	33,1
İnternet	211,3	310,5	398,1	433,5	474,8	838,1	1.119,30	1.546,50	2.259,00	2.295,10
Bankalar	172,6	257,4	310,7	322,1	376,8	669,1	783,4	883,9	1.030,10	1.274,50
EFT	57,6	61,9	70,6	78,9	91,9	184,8	204	216,4	278,3	494,2
Havale	26,2	58	67,2	70,4	78	258,5	269,2	310,5	354,9	224,5
Döviz Transferleri	0,1	0,1	0,2	0,3	0,3	1,2	2,1	2,8	3,2	14,9
Ödemeler	53,3	73,1	97,1	93,4	118,7	10,2	17,4	21	29,5	51,1
Yatırım	35,4	34,3	41,7	41,9	46,2	163,4	213,5	263,3	281,5	368,1
Kredi Kartı	20,9	23,7	26,3	30,3	34,1	13	16,3	18,3	22,3	28,6
Diğer Finansal İşl.	5,6	6,3	7,6	6,9	7,4	38,1	60,8	51,6	60,3	93,1
Hisse Senedi	37,2	45,8	72,6	99,8	86,1	128,1	157,1	297,8	629,5	582,7
Kesin Alım-Satım	0	0	0	0	0	0,1	0,1	0	0,1	0
Vadeli İşlem	1,5	7,3	14,8	11,6	10,3	40,8	178,7	364,7	599,3	434,9
Varant	i.y.	i.y.	i.y.	0	1,6	i.y.	i.y.	i.y.	0,1	2,9
Mobil Bankacılık	v.y.	v.y.	v.y.	v.y.	6,9	v.y.	v.y.	v.y.	v.y.	11,2

Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012]

Her kanalda işlem adedi ve işlem hacminin geliştiği görülen mezkur tablodan, internet haricindeki alternatif dağıtım kanalları aracılığıyla gerçekleştirilmekte olan önemli bir işlem hacmi bulunduğu görülmektedir.

2.3.2. İnternet Bankacılığının Gelişim Yönü

Sektörün büyümesine bağlı olarak internet bankacılığı kullanımının da yaygınlaşmasının beklenebileceği düşünülmele birlikte, bu noktada diğer ülkelerdeki internet bankacılığı kullanımına ilişkin verilerin de göz önünde bulundurulmasının bu alandaki gelişimin yönünü daha sağlıklı olarak tayin etmekte önemli bir girdi olacağı kanaati edinilmiştir.

Bu amaçla ilk olarak Avrupa ülkelerinde, 16 -74 yaş aralığına dahil bireylerin internet bankacılığını kullanma durumları irdelenmiş olup, söz konusu hizmetten faydalanan bireylerin oranlarının aktarıldığı tablo 2.13'e aşağıda yer verilmiştir.

Tablo 2.13: Avrupa ülkelerinde internet bankacılığı kullanma oranları

Ülke	2007 (%)	2008 (%)	2009 (%)	2010 (%)	2011 (%)
EU (27 ülke)	25	29	32	36	37
Euro Bölgesi	27	31	34	38	39
Belçika	35	39	46	51	54
Bulgaristan	2	2	2	2	3
Çek Cumhuriyeti	12	14	18	23	30
Danimarka	57	61	66	71	75
Almanya	35	38	41	43	45
Estonya	53	55	62	65	68
İrlanda	25	28	30	34	33
Yunanistan	4	5	5	6	9
İspanya	16	20	24	27	28
Fransa	32	40	42	53	51
İtalya	12	13	16	18	20
Kıbrıs	12	11	15	17	20
Letonya	28	39	42	47	53
Litvanya	21	27	32	37	41
Lüksemburg	46	48	54	56	59
Macaristan	12	13	16	19	21
Malta	22	25	32	38	42
Hollanda	65	69	73	77	79

Ülke	2007	2008	2009	2010	2011
Avusturya	30	34	35	38	44
Polonya	13	17	21	25	27
Portekiz	12	14	17	19	22
Romanya	2	2	2	3	4
Slovenya	19	21	24	29	31
Slovakya	15	24	26	33	34
Finlandiya	66	72	72	76	79
İsveç	57	65	71	75	78
Birleşik Krallık	32	38	45	45	:
İzlanda	72	68	72	77	80
Norveç	71	75	77	83	85
Kıbrıs	9	13	16	20	:
Makedonya	:	3	4	4	:

Kaynak: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/> [Erişim tarihi: 23.04.2012]

2007 yılından bu yana internet bankacılığı kullanım oranlarını aktaran söz konusu tablodan; 2011 yılı için Avrupa ülkelerinde ortalama internet bankacılığı kullanımının yüzde 39 seviyesinde tezahür ettiği anlaşılmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri için 2011 yılında internet bankacılığının kullanımı ise tablo 2.14’de olduğu üzere gerçekleşmiştir.

Tablo 2.14: ABD’de internet bankacılığı kullanımına ilişkin veriler

Tutulan İstatistik	Veri
Son 12 ay içerisinde internet bankacılığını kullananların oranı	%81
Online bankacılık kullananların sayısı	63 Milyon kişi
Online bankacılıktan memnuniyet oranı	%78

Kaynak: <http://www.statisticbrain.com/online-banking-statistic/> [Erişim tarihi: 20.04.2012]

2011 yılı için Amerika Birleşik Devletleri’nin nüfusunun 313.412.000 kişi, 15-64 yaş aralığındaki bireylerin oranının yüzde 66,8 seviyesinde 209.219.416 kişi olarak

kayıtlara geçtiği dikkate alındığında; internet bankacılığının 15-64 yaş grubu içerisinde kullanım oranı (63/209,22) yüzde 30 seviyesinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.¹

Ezcümle, Türkiye, Avrupa ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri için internet bankacılığının kullanım oranları tablo 2.15'deki gibi gerçekleşmiştir.

Tablo 2.15: İnternet bankacılığı kullanımına ilişkin ülke kıyaslamaları

Ülke	%
Türkiye*	15,8
Avrupa Ülkeleri-Euro Bölgesi	39
Amerika Birleşik Devletleri	30

*2011 yılının ilk üç ayı

Kaynak: http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx [Erişim tarihi: 14.04.2012], : <http://www.statisticbrain.com/online-banking-statistic/> [Erişim tarihi: 20.04.2012], <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/> [Erişim tarihi: 23.04.2012]

Bunun yanı sıra, tezimizin önceki bölümlerinde yer verilen veriler bir arada yorumlandığında;

- a) 2011 yılı sonu itibarıyla finansal sektördeki mudi sayısı toplamı 51,8 Milyon kişi iken, aktif (son 3 ayda en az 1 kez işlem yapmış) internet bankacılığı kullanıcı sayısının 8,6 Milyon kişi (yüzde 12 oranında) olduğu,
- b) ülke genelinde bilgisayar sahipliğinin, bilgisayar ve internet kullanımının giderek arttığı,
- c) aktif internet bankacılığı kullanıcı sayısının yüksek oranda arttığı,
- d) internet bankacılığı üzerinden gerçekleştirilen işlem adetleri ile işlem hacimlerinin bankacılık sektörünün finansal büyükleri içerisinde henüz düşük oranlarda tezahür ettiği,

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_population[Erişim tarihi: 23.04.2012]

- e) bankacılık sektörünün giderek büyüyen bir sektör olduğu,
- f) internet haricindeki alternatif dağıtım kanalları aracılığıyla gerçekleştirilmekte olan önemli bir işlem hacmi bulunduğu,
- g) Türkiye’de internet bankacılığı kullanan birey sayısının toplam nüfus içerisindeki payının, Avrupa Ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri’ne kıyasla düşük tezahür ettiği

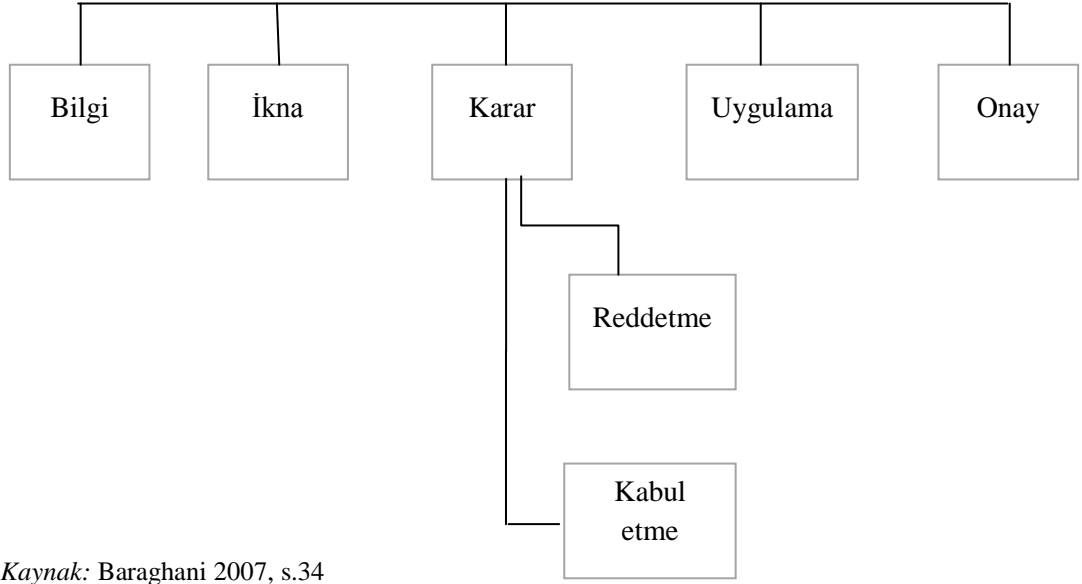
dikkate alınır, internet bankacılığının Türkiye’de gelişime açık bir hizmet kanalı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

2.4. BENİMSEME

Benimseme, bir ürünün/hizmetin/fikrin kabul görmesi ve kullanımında süreklilik oluşması olarak açıklanabilir. Rogers ve Shoemaker’a (1971) göre, tüketiciler, bir ürünü veya hizmeti benimsemeden önce bilgi, ikna, karar ve onay aşamalarını içeren bir süreci yaşarlar (Baraghani 2007, ss.33-34).

Rogers, kabul etme sürecine odaklanan araştırmacılardandır ve bu sürecin (yeniliğe karar verme) adımlarını şekil 2.10’da olduğu gibi tanımlar:

Şekil 2.10: Yeniliğe karar verme süreci



Kaynak: Baraghani 2007, s.34

Mezkur adımlardan;

- i. **Bilgi:** yeniliğe karar verme, bilgi evresiyle başlar. Bu aşamada birey yeniliğin mevcudiyetini öğrenir ve bu yeniliğe ilişkin bilgiyi arar. “Ne?”, “Neden?”, “Niçin?” soruları bu evrede kritik önemi haizdir. Bu aşamada birey yeniliğin ne olduğunu, neden ve nasıl çalıştığını belirlemeye çalışır (Şahin 2006, s.16).
- ii. **İkna:** İkna evresi, birey yeniliğe karşı olumlu yahut olumsuz bir tutuma sahip olduğunda ortaya çıkar, fakat Rogers (2003), bir yeniliğe yönelik olumlu ya da olumsuz tutumun doğrudan yahut dolaylı olarak kabule/redde her zaman yol açmadığını söyler. Birey, yenilik hakkında bilgi sahibi olduktan sonra tutumunu şekillendirir, bu nedenle ikna evresi, bilgi evresini takip eder. Rogers, bilgi evresi daha düşünsel iken, ikna evresinin daha duygusal odaklı olduğunu açıklamıştır (Şahin 2006, s.16).
- iii. **Karar:** Karar aşaması, birey yeniliğe karşı olumlu ya da olumsuz bir tutuma sahip olduğunda ortaya çıkar. Kullanıcıların çoğu öncelikle kullanımını denemek ve buna göre karar almayı istediklerinden, bir yenilik, kullanıcıya

deneme yapma olanağı sunarsa, genellikle daha çabuk kabul görür. Öte yandan, ret ihtimali, karar sürecinin her adımında mümkündür.

Rogers, 2 tip reddi tanımlar; aktif ret ve pasif ret. Aktif redde, birey bir yeniliği dener ve onu kabul etmeyi düşünür, ancak bilahare kabul etmemeye karar verir. Vazgeçme, aktif redde bir örnek teşkil eder. Pasif redde, birey tamamıyla yeniliği kabul etmemektedir (Şahin 2006, s.16).

- iv. Uygulama: Uygulama evresinde yenilik tatbik edilir. Öte yandan, yeniliğin sonuçlarına ilişkin duyulan şüphe, halen bu evrede problem yaratabilir. Bu nedenle, yeniliği tatbik eden kimse sonuçlar üzerindeki kuşkularını azaltmak için ürünün/hizmetin danışmanlarından ve diğer bireylerden yardım ihtiyacı duyabilir.

Yeniliğin yeniden keşfi genellikle uygulama aşamasında tezahür eder ve bu evrenin önemli bir parçasıdır. Rogers (2003), yeniden keşfi, bireyin, kabul etme ve uygulama evresinde bir yeniliği değiştirme ya da uyarlama derecesi olarak tanımlamıştır. Bu meyanda Rogers (2003) icat ile yenilik arasındaki farkı da tanımlamıştır. Buna göre, icat yeni bir fikrin bulunması ya da yaratılması iken, yenilik mevcut bir fikrin uygulamaya konulmasının kabulüdür. Daha sonra Rogers, yeniliğin yeniden keşfi oldukça yeniliğin daha çabuk kabul göreceğini ve kurumsallaşacağını da söyler. Bu açıdan bilgisayar teknolojilerine bakıldığında, yeniliğin yeniden keşfine daha açık oldukları söylenebilir (Şahin 2006, s.17).

- v. Onay: Bu aşamaya gelindiğinde kullanıcı kararını çoktan vermiştir, ancak kararını destekleme ihtiyacı içerisinde. Rogers (2003), bireyin yeniliğe karşı kafa karıştırıcı mesajlara maruz kalması halinde kararın tersine dönebileceğini açıklamıştır. Ancak, birey bu tür mesajlardan uzak durmaya çalışır ve yeniliği kabul etme kararını destekleyen mesajların peşinden gider. Bu nedenle, tutum karar aşamasında kritik bir önemi haizdir. Yeniliğin kabulüne ve bireyin

tutumuna bağlı olarak, daha sonra kabul etme ya da vazgeçme bu evrede ortaya çıkar.

Vazgeçme 2 türlü cereyan eder. İlkinde, birey daha iyi bir yeniliği yerine koyma amacıyla mevcudu reddeder. Diğer reddetme türü hayal kırıklığıdır. Birey yeniliğin sağladığı performanstan mutlu olmadığı için reddeder. Bir diğer neden olarak, yenilik bireyin ihtiyaçlarına cevap veremez. Bu nedenle, yenilikten beklenen ve kabul etmede etkili olan göreceli avantajı sağlayamaz (Şahin 2006, s.17).

Yukarıda aktardığımız hususları da göz önünde bulundurarak benimsemeyi kısaca; bir ürünün ve hizmetin kabul edilmesi ve kullanılmaya devam edilmesi olarak tanımlayabiliriz.

2.5. TEORİK ÇERÇEVE

1970'lerin büyüyen teknolojik ihtiyaçları ve organizasyonlarda sistemlerin benimsenmesine ilişkin olarak giderek artan bir şekilde tezahür eden başarısızlıklar nedeniyle, sistemlerin kullanılmasını tahmin etmeye yönelik çalışmalar birçok araştırmacının odağı haline gelmiştir (Chuttur 2009, s.1).

Benzer şekilde, bilgi teknolojilerine ilişkin literatürde, teknoloji kullanıcıların yeni bir teknolojiyi kullanmayı kabul etmelerinin açıklanmaya çalışılmasıyla sık sık karşılaşmaktadır. Bu kapsamda araştırmacılar, teknolojinin kabul görmesi olgusunu yıllara sair olarak birçok açıdan ele almışlardır. Bazı araştırmalarda maliyet ve performans arasındaki ilişki irdelenirken, bir ikinci yaklaşımda ayrı ayrı kullanıcıların teknolojiyi benimsemeleri ve kullanmalarına ilişkin açıklayıcılar araştırılmıştır (Shumaila ve diğ. 2010, s.1172).

Yakın zamanda, teknolojinin benimsenmesi ve kullanılmasına ilişkin belirleyici etmenlerin anlaşılabilmesi amacıyla sosyal psikolojide yer alan niyet modellemelerinden faydalanılmaya başlamıştır. Bu mahiyette yapılan çalışmalar,

davranışsal niyeti, teknolojinin kullanımına ilişkin öngörülerde kullanmış, niyetin açıklayıcı etmenlerinin tanımlanması üzerinde yoğunlaşmıştır (Shumaila ve diğ. 2010, s.1172).

The Theory of Reasoned Action (TRA-Akla Dayalı Davranış Teorisi) ve The Theory of Planned Behavior (TPB-Planlı Davranış Teorisi), bireyin davranışını bir çok alanda başarılı bir şekilde açıklayan ve öngörebilen niyet modelleri olarak temayüz etmiştir. Sosyal psikoloji araştırmalarının bu akımından, teknolojinin kullanımını başarılı bir şekilde ortaya koyan The Technology Acceptance Model (TAM-Teknoloji Kabul Modeli), TRA modelinin bir uyarlaması olarak ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak, internet bankacılığına yönelik araştırmalarda teknolojik gelişmelere odaklanan geleneksel anlayış, müşteri davranışlarının esas alınmasına doğru değişmeye başlamıştır (Shumaila ve diğ. 2010, ss.1172-1173).

2.5.1. TRA (Gerekçeli Davranış Teorisi)

Fishbein ve Ajzen tarafından 1975 yılında ortaya konulan TRA, bilinçli olarak sergilenen davranışların unsurları ile ilgilenen bir sosyal psikoloji modelidir (Davis ve diğ. 1989, s.983).

TRA, kullanıcıların rasyonel olduklarını ve kendilerine biçilen bir davranışı gerçekleştirmeden önce bunun etkilerini dikkate alacaklarını kabul etmektedir (Shumaila ve diğ. 2010, ss.1172-1173).

Davranışın psikolojik belirleyicilerini tanımlamak üzere geliştirilen bu modele göre bir kişinin davranışları, onun bu davranışı sergilemeye yönelik niyeti tarafından, tutumu ise bireyin bu davranışla ilintili eğilimi ve öznel değerleri tarafından belirlenmektedir (Podder 2005, s.29).

TRA'da kabul edildiği üzere, bireyin davranışının hemen öncesinde niyet (davranışsal niyeti) ortaya çıkmaktadır. TRA, sosyal davranışların çoğunlukla iradi kontrol altında olduğunu, bu nedenle kişinin niyetinden tahmin edilebileceğini varsaymaktadır. Teori,

niyete birçok dışsal faktörün etki etmesi nedeniyle, niyet ve davranış arasındaki ilişkinin 2 faktöre dayalı olduğunu söylemektedir (Shumaila ve diğ. 2010, s.1174):

- a) niyetin derecesi eylemsel davranış kriteri, hedef, içerik ve zamana uyumlu olmalı,
- b) davranış görülmeden önce niyet değişmemektedir

Teori davranışsal niyetinin 2 açıklayıcısını tanımlar (Fishbein ve Ajzen 1975, s.301);

- a) tutum olarak adlandırılan ve davranışa yönelik olan kişisel bir faktör,
- b) sübjektif (öznel) norm olarak adlandırılan ve sosyal baskıların oluşturduğu bir algı

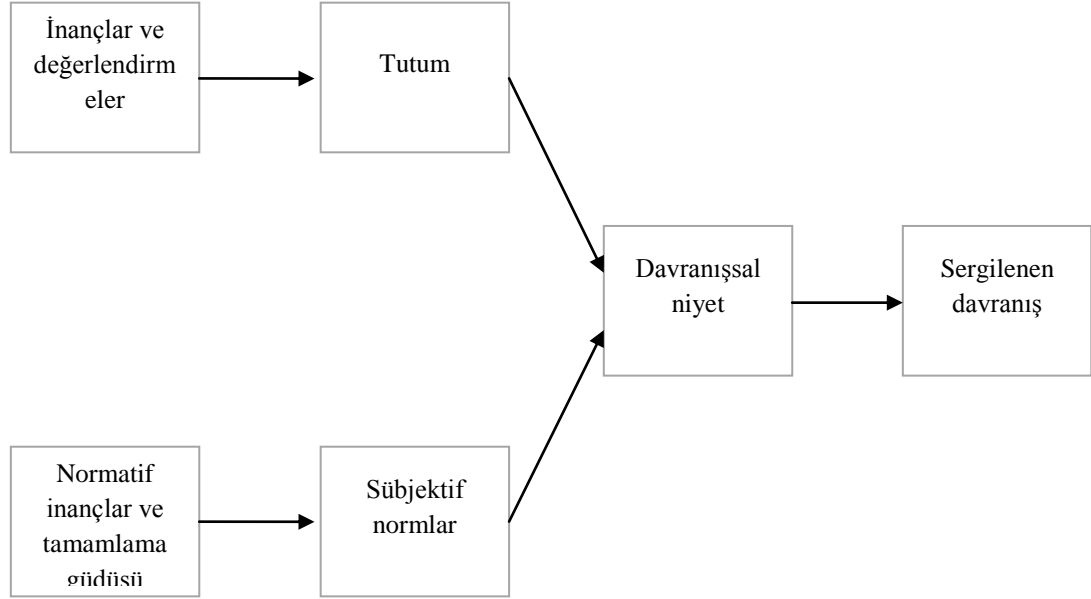
Tutum, kişinin genel hareketinden ziyade, o davranışa yönelik hareketini baz alır. Bireyin belirli bir davranışı sergilerken sahip olduğu olumlu yada olumsuz davranışlar olarak tanımlanır (Davis ve diğ. 1989, s.984).

Sübjektif (öznel) norm, normatif inançların bir fonksiyonudur. Bireyin önem verdiği kişi/kişilerin bu davranışı sergileyip sergilememesini düşündüklerine dair yargıya dayanır (Fishbein ve Ajzen 1975, s.302).

Sübjektif (öznel) normun tutum üzerindeki etkisi bir diğer deyişle şöyle ifade edilebilir; birey, eğer kendisi için önemli olan kişi/kişiler o davranışı sergilemesi gerektiği görüşündelerse, kendisi için uygun/olumlu olmasa dahi bu davranışı sergileyebilir (Podder 2005, s.29).

Şekil 2.11 davranışsal niyetin bireyin belirli bir davranışı sergileme niyetinin bir ölçüsü olduğu ve sergilenen davranışın öncülü olduğu TRA modelini göstermektedir.

Şekil 2.11: TRA modeli



Kaynak: Davis ve diğ. 1989, s.984

Tutum ve sübjektif (öznel) normun davranışsal niyeti öngörebilme yeteneği çalışmanın kapsamına göre değişiklik göstermektedir. Kişiyeye bağlı unsurların güçlü olduğu davranış alanında davranış eğilimi, davranışsal niyeti açıklamada öne çıkmaktadır. Diğer taraftan, normatif etkilerin güçlü olduğu davranışlarda sübjektif (öznel) norm davranışsal niyeti açıklamada baskındır (Podder 2005, s.29).

Bu anlatılanlara örnek vermek gerekirse; birey kendi ihtiyacına binaen bir şey aldığında tutumu davranışsal niyeti açıklamada öne çıkarken, çevresindekiler için bir şey alan bir birey için ise sübjektif (öznel) norm baskın olacaktır (Podder 2005, s.29).

TRA genel bir modeldir ve arızı davranışlara yönelik açıklamalar getiremez. Bu nedenle, bu modeli kullanan bir araştırmacının öncelikle gözlemlediği davranışlara ilişkin olarak, özellikli olan inançları tanımlaması gerekmektedir (Davis ve diğ. 1989, s.984).

TRA, niyet ve davranışı tahmin etmeye çalışan çeşitli araştırmalarda başarılı bir şekilde tatbik edilebilirken, sübjektif (öznel) normların davranışsal niyet üzerindeki etkileri

konusunda araştırmacıların farklı sonuçlara ulaşması problemlere yol açmıştır. Örneğın, Davies ve Mathieson çalışmalarında sübjektif (öznel) normların davranışsal niyet üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşırken, Taylor ve Todd tam tersi sonuçlara ulaşmıştır. Sonuçlardaki bu farklılığı açıklayabilmek amacıyla Hartwick ve Barki, üzerinde çalıştıkları örnekleme zorunluluk ve gönüllülük temaları altında bölmüş, zorunluluğun esas olduğu örnekleme sübjektif (öznel) normların davranışsal niyet üzerinde belirgin bir etkisini saptarken, gönüllülüğün geçerli olduğu örnekleme ise bu yönde bir bulguya ulaşmamışlardır (Podder 2005, s.30).

Ajzen (1991), ortaya çıkan bu eksikliğini giderebilmek için TRA modeline algılanan davranışsal kontrol adında bir değişken ekleyerek The Theory Of Planned Behaviour'u (Planlı Davranış Teorisi) geliştirmiştir (Podder 2005, s.30).

2.5.2. TPB (Planlı Davranış Teorisi)

TRA, güçlü tahmin etme özelliğine karşın, eğer araştırılan davranış tamamıyla iradi kontrol altında değilse problemler doğurmaya başlar (Baraghani 2007, s.37).

TPB, TRA'nın genişletilmiş bir modelidir. Bireylerin iradi kontrollerinin tam olmadığı davranışları karşısında TRA'nın getirdiğı sınırlamaları aşmaya çalışır (Ajzen 1981, s.181).

TPB'ye göre; bireylerin davranışları 3 çeşit etmenle şekillenir (Ajzen 1981, s.189):

- a) davranışın muhtemel sonuçları ve bu sonuçların ölçümleri hakkında davranışsal inançlar
- b) diğer bireyleri normatif beklentileri ve bu beklentilere uyma güdüsüne ilişkin normatif inançları
- c) bireyin sahip olduğu (veya olmadığı) fırsatlar ve olanaklar ve hedef davranış sergilerken beklenen engellere ilişkin kontrollü inançlar

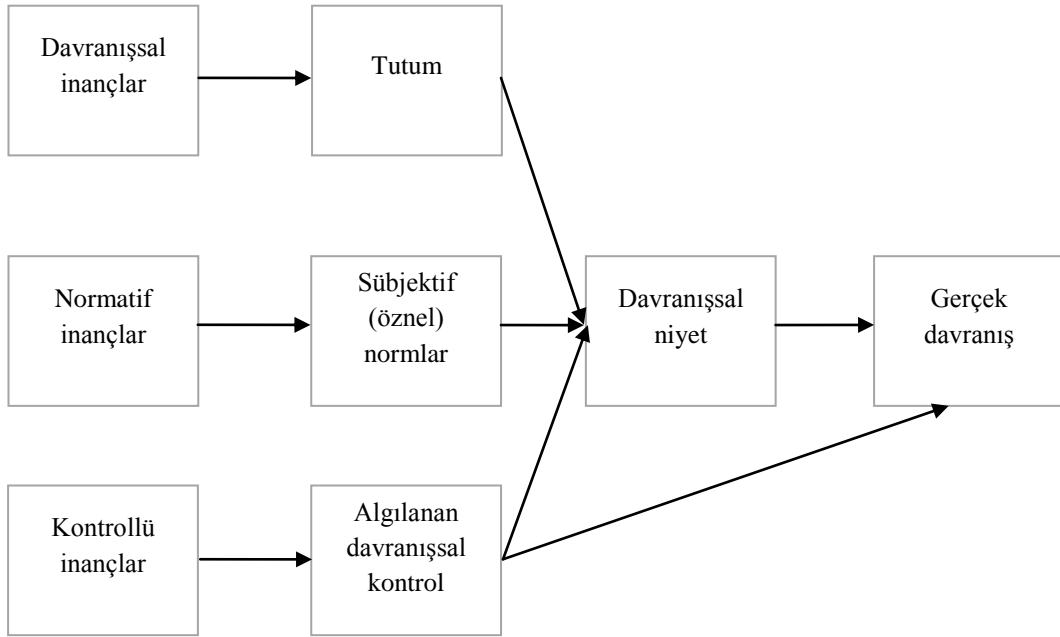
Davranışsal inançlar davranışa yönelik olumlu yahut olumsuz bir tutum üretirken, normatif inançlar algılanan sosyal baskı ya da sübjektif (öznel) normlarla sonuçlanabilir ve kontrol inançları beklenen davranışsal kontrole yol açar (Shumaila ve diğ. 2010, s.1176).

TPB’de, algılanan davranışsal kontrol önemli bir etken olarak tanımlanmıştır. Aslında, TRA ve TPB arasındaki temel farklılık; TPB’nin algılanan davranışsal kontrolü de modele eklemesidir. TPB’ye göre algılanan davranışsal kontrol, davranışsal niyet ile beraber gerçek davranışı doğrudan açıklamakta kullanılabilir. Örneğin, kayak yapmayı aynı şiddette öğrenme niyeti olan iki bireyden, kayak yapmayı öğreneceğine güveni/inancı olan birey, kayak yapabileceği konusunda şüphesi olan bireye nazaran bu işe daha fazla sebat edecektir (Ajzen 1981, ss.183-184).

TPB’de davranışsal niyet, sergilenen davranışı etkileyen 3 ayrıık yapıyı ortalayacak şekilde harekete geçer. Bu üç ayrıık yapı aynı zamanda 3 ayrı kavramsal inanç kümesini de ortalayarak. Algılanan davranışsal kontrol, kontrollü inancı ve algılanan rahatlığı ortalayarak. Öz yeterliliğe benzer şekilde kontrollü inanç, bireyin davranışı sergileyebilmeye yönelik öz güveni olarak tanımlanır. Algılanan rahatlık ise bireyin, sonuçlara ulaşılmasında bu kaynakların önemini değerlendirmesidir (Podder 2005, ss.30-31).

TRA’ya benzer şekilde, davranışsal niyetin ve gerçek davranışın başat açıklayıcıları, çalışmaya göre değişiklik gösterebilmektedir. Şekil 2.12’de yer verilen TPB modeli, gerçek davranışı ve davranışsal niyeti ölçmede başarılı olmuştur.

Şekil 2.12: TPB modeli



Kaynak: Shumaila ve diğ. 2010, s.1175

TPB, sosyal ve davranışsal bilimlerdeki temel yapıları birleştirerek belli davranışları açıklamaktadır. Davranışa ilişkin niyet, davranışla ilintili sübjektif (öznel) normlar ve algılanan kontrol, davranışsal niyeti yüksek bir doğruluk payıyla açıklayabilmektedir. Bununla birlikte, bu değişkenler, algılanan davranışsal kontrolle beraber davranışı kabul edilebilir bir düzeyde açıklayabilmektedir. Tutum, algılanan davranışsal kontrol, davranışsal niyet ve sübjektif (öznel) normlar davranışın farklı farklı yönlerini ortaya çıkarır ve davranışı değiştirmeye yönelik girişimler için birer girişim bölgesi oluştururlar (Ajzen 1981, s.206).

Öte yandan, hala bazı hususlar çözümsüz görülmektedir. Nitekim, davranışsal inançlar ile tutum, normatif inançlarla sübjektif (öznel) normlar, kontrol inançlarıyla davranışsal kontrol arasında ilişkiler bulunduğu dair bir takım kanıtlar mevcutsa da, mevzubahis ilişkilerin kesin olarak yapılarının ortaya konulmasındaki belirsizlik süregelmektedir (Ajzen 1981, s.206).

TPB, birkaç nedenle sorunludur. İlk olarak, TRA'da olduğu üzere niyet ve davranışlar arasında bir yakınlık olduğunu varsayar; bunun bir sonucu olarak, doğru bir tahmin için,

bunun mutabakatı hayati önem taşımaktadır. İkinci olarak, algılanan davranışsal kontrolün direkt olarak ölçülmesinde sorunlar vardır. Üçüncü olarak, diğer değişkenlerin de açıklamaya muktedir oldukları yönünde bulgular olmasına karşın, teori modeline sadece tek yeni bir değişken eklemektedir, keza modeli geliştiren Ajzen de modelin geliştirmelere açık olduğunu ifa etmiştir (Shumaila ve diğ. 2010, s.1176).

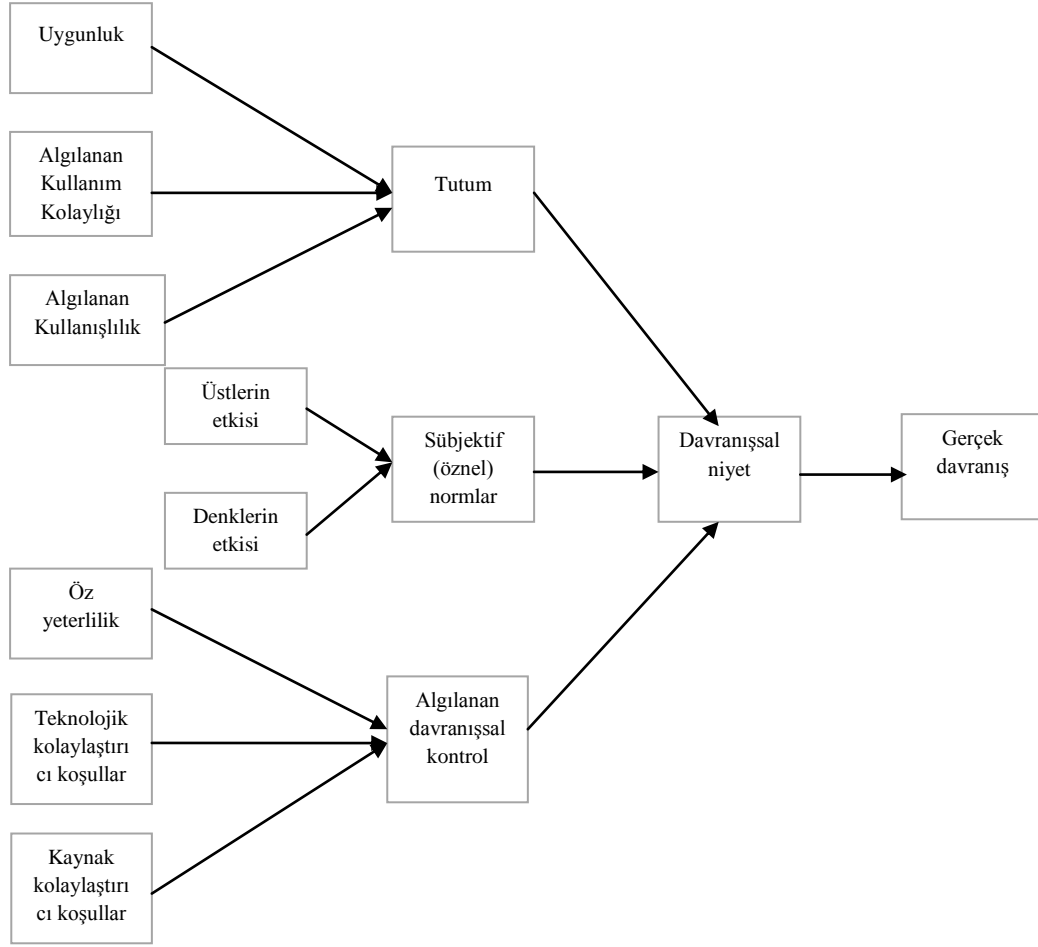
2.5.3. DTPB (Ayrıştırılmış Planlı Davranış Teorisi)

Taylor ve Todd, Ajzen'in ihdas ettiği TPB teorisindeki tutum, algılanan davranışsal kontrol ve sübjektif (öznel) normları daha çok sayıda değişkene ayrıştırarak yeni bir teori geliştirmişlerdir. Model şekil 2.13'de yer almaktadır (Taylor ve Todd 1995, s.150).

Modeldeki değişkenlerin ayrıştırılması, DTPB teorisine bazı avantajlar sağlamıştır. Öncelikle, ilişkilerin daha açık bir şekilde ortaya konulması ve daha iyi bir şekilde anlaşılması mümkün olmuştur. Ayrıca, değişik uygulamalarda kullanılacak stabil inanışlar sağlayabilmiştir. Son olarak, belirli inanışların üzerine odaklanmasıyla, kabul etmeyi ve kullanmayı etkileyen özellikli faktörlere dönük olarak modelin yönetilmesi daha mümkün olmuştur (Taylor ve Todd 1995, s.151).

Buna ilaveten, DTPB modelinin, inovasyona ilişkin olarak literatürde yer alan yapıları kullanarak (örneğin görelî avantaj, uygunluk gibi), tutum değişkeninin anlaşılmasında daha kapsamlı bir yol sağladığı da belirtilmiştir (Duodu ve Yamoah 2011, s.19).

Şekil 2.13: DTPB modeli



Kaynak: Taylor ve Todd 1995, s.146

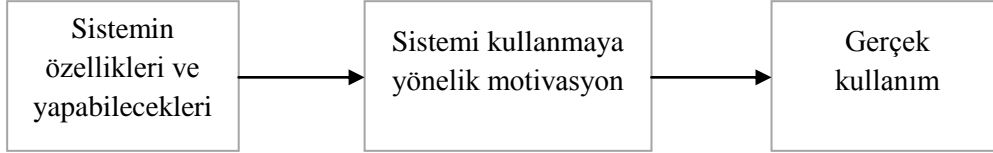
2.5.4. TAM (Teknoloji Kabul Modeli)

TRA modelinin genel bir model olduğunu, genel olması hasebiyle belirli bir davranışa ilişkin inançları açıklayamayacağını, TRA'yı kullanan araştırmacıların öncelikle araştırdıkları davranışa ilişkin kesin inançları ortaya koymaları gerektiğini ortaya koyan Fred Davis, 1985 yılında TAM modelini doktora tezi olarak sunmuştur (Davis ve diğ. 1989, s.982).

Bu modelin amacı, bilgisayar tabanlı bilgi sistemlerinde kullanıcının kabulünü ortaya koymaktır (Davis 1985, s.7).

Davis, sistemin özellikleri ile kullanıcının davranışı arasındaki motive edici süreci şekil 2.14’de olduğu gibi ortaya koyar

Şekil 2.14: Sistemi kullanmaya yönelik motivasyon süreci

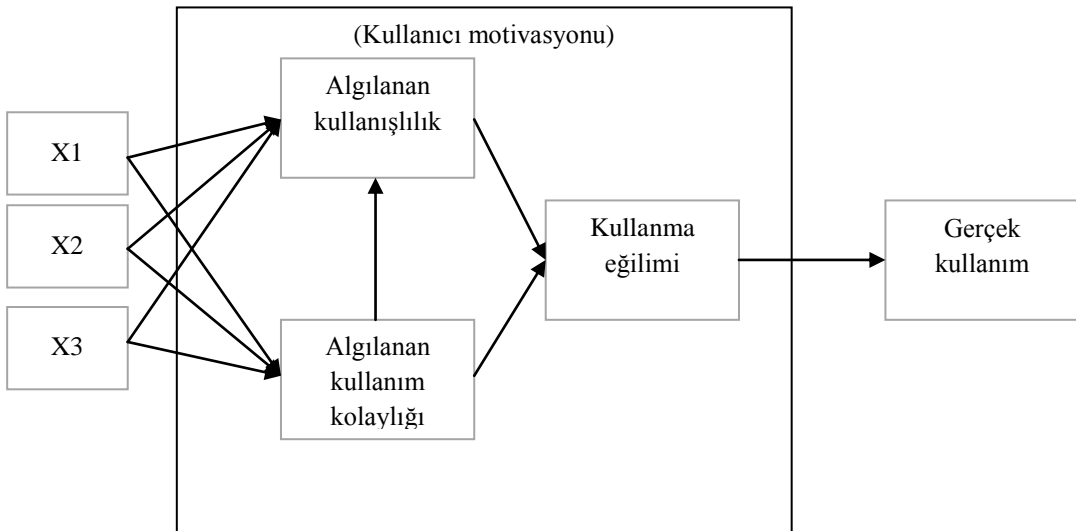


Kaynak: Davis1985, s.10

Söz konusu şemadan, kullanıcının motivasyonunun, sistemin kullanılmasının açıklanmasında yahut öngörülmesinde kullanılabileceği, motivasyonun da sistemin özellikleri ve yapabileceklerinden oluşan dışsal bir uyarıcıdan etkilendiği anlaşılmaktadır (Chuttur 2009, s.1).

Modelinin teorik çerçevesini oluştururken Fishbein ve Ajzen’in TRA modelini tartışan Davis TAM modelini şekil 2.15’deki gibi geliştirmiştir.

Şekil 2.15: TAM



Kaynak: Davis1985, s.24

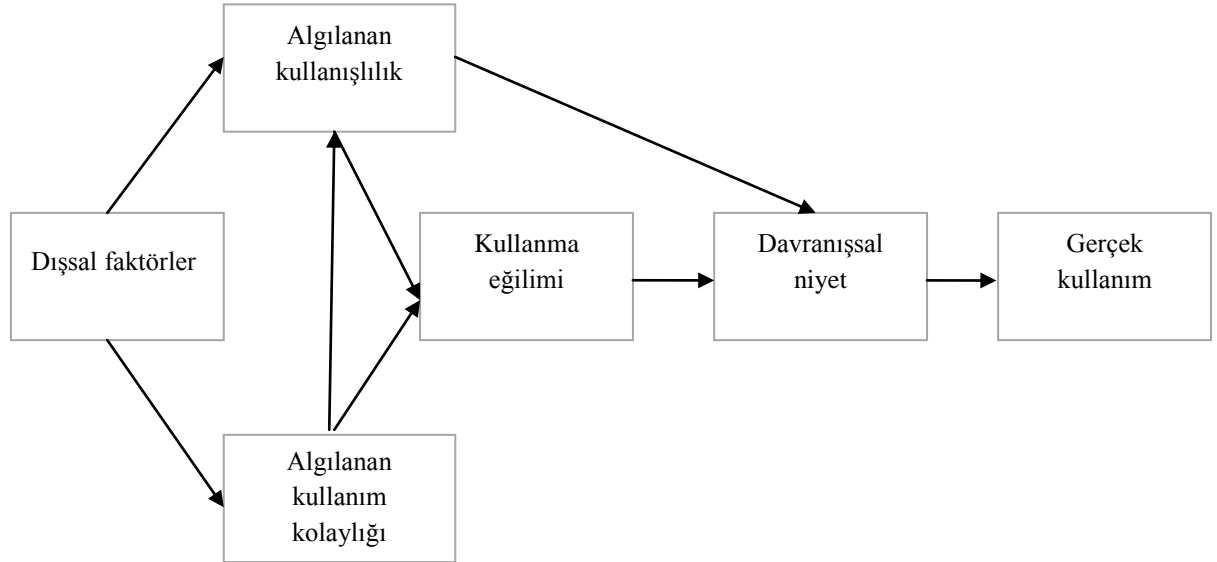
Bu modelde kullanma eğilimi, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirliğin bir fonksiyonu olarak ele alınmıştır. Algılanan kullanım kolaylığının, algılanan

kullanışlılık üzerinde etkisi olduğu ortaya konarken, tasarımın özelliklerini gösteren x1, x2, x3 algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanışlılığı doğrudan etkilemektedir. Tasarım özellikleri dışsal faktörler olarak tanımlanmış olup, kullanma eğilimi ve gerçek kullanma üzerinde doğrudan etkileri yoktur, mamafih algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanışlılığı etkilemektedirler (Davis 1985, ss.24-25).

Sonraki araştırmalarında, Davis modeline yeni değişkenler eklemiş, benzer şekilde diğer araştırmacılar da TAM'e geliştirmeler ve eklemeler yapmışlardır. Zamanla TAM, sistemlerin kullanılmasını açıklamakta ve tahmin etmekte öncü bir model haline dönüşmüştür (Chuttur 2009, s.2).

Nitekim, gerek TRA gerekse TAM, davranışsal niyetin kullanmada temel bir açıklayıcı olduğunu ortaya koymuş, davranışsal niyetin algılanan kullanışlılıktan doğrudan etkilendiği de dikkate alınarak TAM'a yeni bir değişken olarak davranışsal niyet eklenerek oluşturulan TAM modeline şekil 2.16'da yer verilmiştir (Davis ve diğ. 1985, ss.987, 988, 997).

Şekil 2.16: TAM'ın yenilenmiş versiyonu

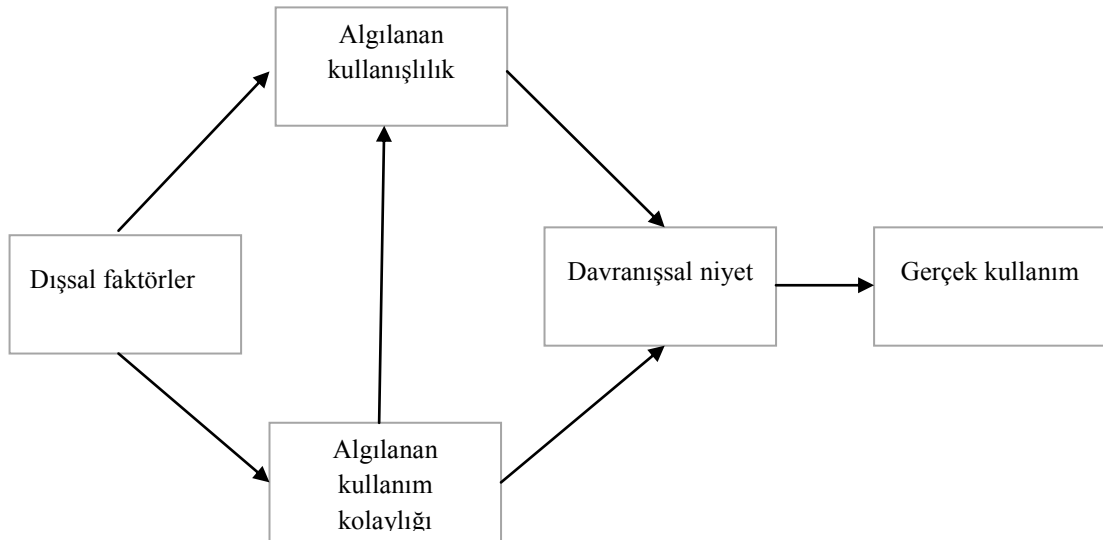


Kaynak: Davis ve diğ. 1985, s.985

Modelde yer alan algılanan kullanılşlılık, bireyin belirli bir sistemi kullanması ile performansının artacağı yönündeki düşüncesidir. Algılanan kullanım kolaylığı, bir kişinin belirli bir sistemi çaba sarf etmeden kullanabileceğine inanma derecesidir (Davis 1989, s.985).

Binaenaleyh, kullanma eğiliminin algılanan kullanılşlılık ve algılanan kullanım kolaylığı olarak iki belirli faktöre bağlı olmasına karşın, müteakip çalışmalar algılanan kullanılşlılığın davranışsal niyet üzerindeki etkisinin, kullanma eğilimi tarafından ancak kısmen yansıtılabildiğini ortaya koydu. Davis bu duruma örnek olarak; bireylerin olumlu bir kullanma eğilimleri olmamakla birlikte, verimi artıracakđı (kullanışlı olduğu) için teknolojiyi kullanabileceklerini belirtilerek açıklanmıştır. Bu doğrultuda, deneysel sonuçlara dayanarak, kullanma eğiliminin, algılanan kullanılşlılığının etkisini kullanma niyeti üzerine tam olarak yansıtamadığı dikkate alınarak, kullanma eğilimini model dışında bırakılmış ve şekil 2.17.deki nihai TAM modeli oluşturulmuştur (Davis ve Venkatesh 1996, ss.20-21).

şekil 2.17: Nihai TAM modeli



Kaynak: Davis ve Venkatesh 1996, s.20

2.6. TRA, TAM VE TPB MODELLERİNİN KIYASLANMASI

Önceki bölümlerde detaylı olarak açıklanan 3 model kıyaslandığında, göreceli değerlendirmelerinin aşağıda belirtilen başlıklar altında ele alınabileceği düşünülmektedir:

Modelin Genel Olarak Kullanımı

TAM bilgi sistemleri/teknoloji kullanımı özelinde açılmalar getirebilmek üzere geliştirilmiş iken, TRA ve TPB ise bireylerin davranışlarını öngörmeye çalışan genel modellerdir (Podder 2005, s.38).

Sosyal Değişkenler

Sosyal değişkenlerin eklenmesi, modeller arasındaki bir başka farklılığı ortaya çıkarır. Keza, TAM’de sosyal değişkenler ilave edilmemişken, TRA ve TPB’de sosyal normların değişken olarak tanımlanması önem arz edebilir. İş ile ilgili yahut fayda ile ilgili sonuçlarla doğrudan ilişkilendirilmeyen sosyal etkiler olabilir ve bu durum TRA ve TPB tarafından TAM’e göre daha başarılı bir şekilde ele alınabilir (Shumaila ve diğ. 2010, s.1179).

Davranışsal Kontrol

TAM, algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığını, bireyin bilgi sistemlerine yönelik davranış niyetlerini tahmin eden değişkenler olarak kabul ederken, TPB söz konusu kullanıcı inanışlarının duruma dayalı olduğunu ve genellenemeyeceğini söylemektedir. Bu durum TPB’ye duruma özel değişkenlerin eklenmesi avantajını sunarken, TAM’de algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı bireyin davranışını açıklamaya yönelik temel açıklayıcılar olduğundan böyle bir durum söz konusu değildir (Podder 2005, s.39).

TAM algılanan kullanım kolaylığını içsel kontrol etmenlerini açıklamak için kullanır, ancak dışsal faktörleri değerlendirmeye almaz. Buna mukabil,TPB’de, her bir durum için önem arz eden kontrol değişkenleri tanımlandığından, duruma özel faktörler daha iyi bir şekilde ele alınır (Shumaila ve diğ. 2010, s.1180).

Tahmin Etme ve Açıklama

TAM, TRA ve TBP davranışı tahmin etmek ve tanımlamak için geliştirilmişlerdir. Mezkur modellerin her biri, niyet ve davranışın açıklayıcılarını belirler ve değişkenler arasındaki nedensel etkilerin modelini ve yönünü detaylandırır. Öte yandan, tahmin etmek ve açıklamak farklı kavramlardır ve tahmin açıklamadan bağımsız olarak ortaya çıkabilirken, bu durum açıklamanın kendisi için geçerli değildir (Shumaila ve diğ. 2010, s.1180).

TPB söz konusu olduğunda bağlı dışsal değişkenlerin ve kontrol değişkenlerinin tanımlanabilmesi için önceden bir pilot araştırmaya ihtiyaç duyulurken, TAM’in yapısı her bir çalışmada benzer şekilde ölçülebilir. TAM tahmin etmeye yönelik bilgi sağlar, ancak yeni bir model oluşturulması için gereken bilgiyi sağlayamaz (Mathieson, 1991). Bununla birlikte, TAM sosyal herhangi bir değişken içermez (Podder 2005, s.38).

Davies (1989), TRA ve TAM’i kıyasladığında, TAM’in bir kelime işlemcisi kullanımını TRA’dan daha iyi tahmin edebildiğini ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Mathieson (1991) TAM’in niyeti TPB’den daha iyi tahmin edebildiği sonucuna varmıştır. Bununla birlikte Taylor ve Todd (1995), TAM, TPB ve TPB ve DTPB’ye dair yaptıkları kıyaslamada, TPB’nin niyeti daha iyi tahmin edebildiğini ortaya koymuştur (Shumaila ve diğ. 2010, s.1180).

Sadelik

Her üç modelin de sade olduğu söylenebilmekle birlikte, 5 değişkenden teşekkül eden TAM, 6 model içeren TRA ve 8 değişkenli TPB’ye nazaran daha sadedir (Shumaila ve diğ. 2010, s.1181).

2.7. KULLANICININ BENİMSEMESİNİ ETKİLEYEN ÖNEMLİ BİR FAKTÖR OLARAK GÜVEN

Güven, her tür kurulan ilişkinin kalbinde mevcut olan bir kavramdır. Farklı disiplinlerde farklı tanımları yapılmakta, keza psikologlar güveni kişisel bir özellik olarak, sosyologlar toplumsal bir yapı olarak, ekonomistler ekonomik bir seçim mekanizması olarak kavramsallaştırmaktadır. Sosyal psikoloji alanında ise Rousseau (1998) güveni, başkalarının nitelikleri hakkında sahip olunan algılar ve diğerlerine karşı savunmasız kalmaya yönelik isteklilik olarak tanımlamıştır (Alsajjan ve Dennis 2010, s.958).

Literatürde güvenin çok sayıda tanımının yapılmış olması doğasındaki karmaşık işleyişi yansıtmakta olup, farklı çalışmalarda yer alan farklı tanımlarına aşağıda kısaca yer verilmiştir:

- i. Curral ve Judge (1995), güveni; itimat ve risk unsurları altında bir bireyin bir diğer bireye güvenmesi olarak,
- ii. Mayer, Davis ve Schoorman (1995), güveni; diğer bir bireyin eylemlerine karşı savunmasız olan bir bireyin, herhangi bir kontrol ve denetim imkanı olmadan diğer bireyin kendisi için belirli bir eylemi gerçekleştireceği inancına dayalı olarak, sahip olduğu isteklilik olarak,
- iii. Michalos (1990), güveni; fayda sağlayabilmek amacıyla, diğer bireyi/bireyleri kendisine zarar verebilmesine olanak sağlayacak şekilde davranma tutumu ya da eğilimi olarak,
- iv. Hosmer (1995), finansal işlemler çerçevesinde, bir şirketin paydaşlarının şirketin sağlamlığı ve zafiyetleri altındaki davranışı olarak

tanımlamışlardır (Baraghani 2007, ss.49-50).

Güvenin literatürde en fazla atıf yapılan tanımı yukarıda da aktarılan ve Mayer'ın getirdiği tanımdır. Mayer, çeşitli kavramların güven ile aynı anlama gelecek şekilde kullanıldığını ve bu durum nedeniyle güvenin özünün muğlaklaştığını belirtmektedir. İşbirliği, emin olma ve öngörme, bu kavramlar arasında yer almaktadır (Mayer ve diğ. 1995, s.712).

Güven, farklı ilişkilerde farklı şekillerde temayüz edebilir. Rousseau (1998) 3 farklı güven tanımı yapar; hesaba dayalı güven, ilişkiye dayalı güven ve kurumsal güven. Hesaba dayalı güven bireyin yaptığı rasyonel seçimlere bağlıdır. İlişkiye dayalı güven güvenen ve güven duyulan bireyler arasında zamanla tekrar eden ilişkilerden oluşur. Kurumsal güven, daha fazla risk almayı ve daha fazla güvenmeyi destekleyen kurumsal faktörlerden oluşur (Baraghani 2007, s.50).

Nootebomm (1997) bir başka yaklaşımında, güveni iki farklı şekilde sınıflandırır; yetkinlik beklenen güven ve bilinçli güven. Yetkinlik beklenen güvende, bireyin ortaklaşa hareket ettiği kişinin amaçlar ve beklentiler doğrultusunda hareket edip edemeyeceği hususunda kaygılar mevcutken, bilinçli güvende ortaklaşa hareket edilen kişinin niyetleri nedeniyle kuşku duyulur (Baraghani 2007, s.51).

2.7.1. İnternet Bankacılığında Güvenin Önemi

İnternet ortamında uzaktan erişim sağlayan kullanıcılar, dosyalara erişim ve bilgiyi transfer etme imkanına sahiptirler. Bunun doğal bir sonucu olarak, güvenlik açısından ele alındığında internet bankacılığı risklidir. Bununla birlikte, Clark'e (1997) göre, taraflar aynı ortamda bulunmadıklarından internet bankacılığı oldukça belirsizdir de. Kullanıcılar, fiziksel yakınlık, el sıkma ve vücut dili gibi unsurları dayanak olarak alamadıklarından, karşı tarafın davranışını direkt olarak gözlemleyemezler. Bu nedenle internet bankacılığında güven çok önemli olup, müşterinin güveni internet bankacılığının gelişimine etki eden en önemli faktördür (Baraghani 2007, s.52).

İnternet bankacılığı, bankacılık hizmetlerinin sunumunda yeni bir platform kullanmakta, işlemler online olarak gerçekleştirilmekte olup, müşterilerin kişisel bilgileri, bu bilgileri

kötü niyetle ele geçirmek isteyebilecek kişilerin varlığında, online olarak alınıp verilmektedir. Bu şüphe nedeniyle bankalar, müşterilerinin internet bankacılığını kullanma konusundaki güvenlerini artıracak stratejiler geliştirmek zorundadır (Nor 2007, ss.2-3).

McKnight (2002), sitenin algılanan kalitesini, internet sitesinin tasarımının ve çalışmasının ne derece iyi olduğuna dair intiba olarak açıklar ve sitenin kalitesinin iyi olduğuna dair algının, bu siteye güvenilmesinde ve sitede işlem yapma istekliliğinde anahtar önemde olduğunu gösterir. Shankar, Urban ve Sultan (2002), Barnes ve Vidgen(2001), Serino (2005), Kim ve Tadisina (2005), site menüsünün çıktısı, görüntüsü, sorun yaşanmadan sitenin gezilebilmesi, profesyonel tasarım, hata yaşanmaması ve kişiselleştirilebilmesi unsurlarının güveni etkileyen temel faktörler olduğu sonucuna ulaşmışlardır. (2005), Kim ve Tadisina (2005) bu durumun internet bankacılığında, müşterilerin tercihlerine göre hizmetin sunulabilmesi olduğunu söyler. İnternet bankacılığının kullanımına ilişkin detaylı gösterimler ve kılavuzlar da sitenin kalitesine bir örnektir. İnternet bankası kullanıcıları sitenin kalitesinin yüksek olduğuna yönelik bir algıya sahip olurlarsa, internet bankacılığının olumlu özellikleri olduğunu kabul edecekler ve güvene dayalı inançlar tesis edeceklerdir (Chuttur, 2009).

Mayer'in (1995), güven için getirdiği; diğer bir bireyin eylemlerine karşı savunmasız olan bir bireyin, herhangi bir kontrol ve denetim imkanı olmadan diğer bireyin kendisi için belirli bir eylemi gerçekleştireceği inancına dayalı olarak, sahip olduğu isteklilik yönündeki tanımı tekrar ele alındığında, bu tanımın diğer bireye güvenen kişinin savunmasız olmasını mesnet aldığı görülecektir ki bu durum, güven mekanizmasına dayanılmasının bir sonucu olarak önem atfedilen bir varlığın/şeyin kaybedilmesi ihtimalinin bulunduğu işaret eder. Bu durum internet bankacılığı için de geçerlidir (Baraghani 2007, s.49).

Yukarıda belirtilen kapsamdan da anlaşıldığı üzere, güven ve güvenlik, internet bankacılığının kullanımını etkileyen faktörler arasında yer almakta olup, bankalar tarafından da bu hususa önem atfedilmektedir.

Bu kapsamda, bankaların internet sitelerinde olası dolandırıcılık yöntemleri ve uygulanabilecek güvenlik uygulamaları hakkında detaylı bilgilere yer verilerek kullanıcıların bilinçlendirilmeye çalışıldığı, bunun haricinde internet bankacılığı kullanıcılarının güvenliğini sağlamaya yönelik çeşitli uygulamalar geliştirildiği görülmektedir. Bu uygulamalara;

- a) “Keylogger” olarak bilinen kötü yazılımlara karşı geliştirilen sanal klavye,
- b) Kullanıcının daha önce seçtiği bir resim veya metni şifre girişinden sonra gösteren giriş işareti sistemi,
- c) Cep telefonu ve SIM kart kullanmak suretiyle güvenli elektronik imza işlemi yapılmasına imkân sağlayan uygulamalar,
- d) Tek kullanımlık şifre uygulamaları (bu amaçla şifre üretilen cihazlar, kullanıcının cep telefonuna SMS ile şifre iletilmesi),
- e) İnternet bankacılığı işlemleri yapılacak bilgisayar/cihazlarda, işlemlerin günün hangi saatlerinde yapılacağını, yapılabilecek işlemleri ve işlem tutarlarını belirlemek üzere getirilen kısıtlamalar

örnek gösterilebilir.¹

2.7.2. Güven Değişkeninin Eklendiği TAM Modeli ile Yapılan Çalışmalar

Güven ve TAM arasındaki ilişki literatürde geniş bir şekilde araştırılmıştır.

Gefen’in ele aldığı ve internet üzerinden alışverişin konu edildiği bir güven-TAM modelinde; algılanan kullanışlılığın ve algılanan kullanım kolaylığının birbirinin içine

¹ <http://www.isbank.com.tr/content/TR/Guvenlik-292-292.aspx>, <http://www.akbank.com/bireysel/ozgur-bankacilik/internet-subesi-guvenlik.aspx>, http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/internet_bankaciligi/guvenlik.page [Erişim tarihi: 02.01.2013]

geçtiği, güvenin algılanan kullanılabilirliğin, algılanan kullanım kolaylığının güvenin öncüsü olduğu, güvenin davranışsal niyet üzerinde doğrudan etkili olduğu ortaya konulmuştur. Belirtilen hususlara ek olarak, güvenin web sitesinin algılanan kullanılabilirliğini artırdığı ve aşina olmanın web sitesinin kullanımını kolay olduğu yönündeki müşteri intibasını olumlu etkilediği gösterilmiştir (Gefen 2003, ss.72,74,75).

Suh ve Han'a göre internet bankacılığı, internet kullanıcılarına dünyanın herhangi bir köşesinden kritik önemi haiz dosyalara erişim olanağı tanınması nedeniyle güvenlik riskleri içermekte, bununla birlikte, tarafların aynı ortamda bulunmaması, fiziksel yakınlık, el sıkma ve vücut dilini gözleme gibi unsurlardan yoksun olmaları internet bankacılığını oldukça belirsizleştirmektedir (Suh ve Han 2002, s.250).

Bu kapsamda, Suh ve Han, internet bankacılığının benimsenmesine yönelik yaptıkları araştırmada TAM'a güven değişkenini eklemiştir. Neticede, güvenin, müşterilerin internet bankacılığını kullanmayı benimsemelerini açıklayan en önemli değişken olduğunu, buna ilaveten bireyin davranışsal niyeti ile tutum, algılanan kullanılabilirlik ve güven unsurları arasında yüksek bir ilişki olduğunu belirlemiştir (Suh ve Han 2002, ss.250-262).

Benzer şekilde, Bander internet bankacılığı kullanımının artırılmasında güven unsurunun önemli bir rol oynadığını, verilerin hassas bir şekilde ele alındığı durumlarda algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı unsurlarına güvenin de eklenmesi gerektiğini, öte yandan güvenin TAM'a dercedilmesi halinde modelin internet bankacılığının kullanımına yönelik daha başarılı tahminlerde bulunabileceğini belirtmiştir (Bander 2006, s.14).

Okonkwo, güven değişkeninin niyet üzerinde kayda değer bir etkisi olduğunu, bu durumun diğer araştırmacıların sonuçlarıyla örtüştüğünü, büyük bir örneklemin araştırma konusu yapılması halinde güvenin davranışsal niyet üzerindeki etkisinin daha fazla olacağını açıklamıştır (Okonkwo 2012, ss.62,63).

Quayyum ve Haider, yaptıkları anket sonuçlarının internet bankacılığının kullanımının benimsenmesinde bir çok kullanıcı açısından güvenin önemli bir faktör olduğunu ortaya koyduğunu, bireylerin bankaya güvenmeleri halinde internet bankacılığından faydalandıklarını açıklamıştır. Öte yandan, ankete katılanların yüzde 46'sının offline işlemlerde bankaya duydukları güvenin daha fazla olduğunu belirtmelerinin internetin taşıdığı risklerden kaynaklanmış olabileceğini belirtmektedir (Quayyum ve Haider 2012, s.46).

Alsajjan ve Dennis, toplumsal bağın gelişkin olduğu kültürlerde bireylerin dış unsurlara güvenme eğiliminde olmadıklarını, bireysel yaşamın daha ön planda olduğu ülkelerde çevreye güvenmeye daha meyilli olduğunu, bu anlamda kullanıcıların teknolojiyi kabulünde kültürün anlamlı bir etkisinin olabileceğini aktarmıştır (Alsajjan ve Dennis 2010, ss.961,962).

Ülkemizde, güven unsurunun TAM modeline ilave edildiği tek bir çalışmaya rastlanılmış olup, bu çalışmada internet bankacılığının benimsenmesini daha iyi açıklayabilmek üzere algılanan web güvenliği ve güven değişkenleri TAM modeline ilave edilmiştir. Güvenin kullanım niyeti üzerinde anlamlı etkisinin olmadığı, keza algılanan Web güvenliğinin de kullanım niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlendiği bu çalışmada, belirtilen durumun internet kullanımına güvenin tam olarak oluşmamasından ve internet bankacılığının bireysel kullanıcılar arasında fazla yaygınlaşmamasından kaynaklanmış olabileceği aktarılmıştır. Mamafih, aynı çalışmada algılanan kullanışlılığın güven üzerinde ve algılanan Web güvenliğinin kullanım niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ortaya konmuştur (Ustasüleyman ve Eyüboğlu 2010, ss 30,31).

2.8. KULLANMAYI AÇIKLAYAN BİR DEĞİŞKEN OLARAK ÖZ YETERLİLİK (SELF-EFFICACY)

Öz yeterlilik, Bandura'nın literatüre soktuğu ve popüler kıldığı bir kavramdır. Tanımı, kapsamı ve teorisi daha sonra birçok araştırmaya konu olmuştur.

Öz yeterlilik, algılanan bir beceri olmayıp bireyin belirli bazı şartlar altında becerileri doğrultusunda bir işi yapabileceğine dair inancıdır (Sneyder, Lopez 2002, s.278).

Öz yeterlilik, davranışlar hakkında basit bir öngörü sunmaz, ne yapılacağına değil ne yapılabileceğine dair inançla ilgilendirir. Nedensel özellikler konusu değildir, keza bireyin kendi davranışını ve sonuçlarını da içeren nedensel özellikler, olaylarla açıklanır. Buna mukabil öz yeterlilik, bireyin yapabilme/başarabilme kapasitesine dair inancına yöneliktir (Sneyder, Lopez 2002, s.278).

Öz yeterliliğin nasıl oluştuğu irdelendiğinde, inançlarının dört temel kaynaktan ortaya çıktığı anlaşılmaktadır (Bandura 1977, ss.195-198).

- a) Performans başarıları; Bireyin daha önceki başarı ve/veya başarısızlık deneyimlerini içerir ve bireyin geçmiş deneyimlerine dayalı olduğu için oldukça etkilidir.
- b) Başkalarının deneyimleri; bireyler öz yeterlilik seviyelerinin düzeyi için sadece geçmiş tecrübelerine dayanmazlar, bazı beklentiler diğerlerinin tecrübelerinden doğar. Kendileri için tehdit oluşturan aktivitelerin diğer bireyler tarafından olumsuz sonuçlar doğurmadan icra edildiğini görmek, bireylerde bu yöndeki çabalarında ısrarcı olmaları halinde kendilerinin de gelececeklerine dair beklentiler yaratabilir.
- c) Sözel ikna; kolay ve hazır durumda olması nedeniyle, bireylerin davranışlarının etkilenmesine çalışılmasına dönük faaliyetlerde sözlü ikna sık sık kullanılır. Önerilerde bulunularak bireyin, daha önce kendisini korkutan/endişlendiren hususların üzerinden başarıyla gelebileceğine inanması sağlanır.
- d) Duygusal durum; endişe/stres yaratıcı ve zorlayıcı koşullar genellikle duygusal durumları doğururlar ve böylelikle duygusal durum, bireyleri korkutan/endişlendiren koşullarda öz yeterliliğe etki edebilir.

2.8.1. Öz Yeterlilik ve TAM Modeli

Öz yeterlilik birçok alanda olduğu gibi bilgi teknolojilerinde ve bilgisayar kullanımında da araştırma konusu yapılmış, kullanıcıların davranışlarına ilişkin geliştirilen modellerde açıklayıcı bir değişken olarak kullanılmıştır.

Nitekim, bazı araştırmacılar bilgisayarlara yönelik öz yeterliliği güçlü olan bireylerin bilgisayar kullanırken kendilerini daha rahat hissettiklerini, bu nedenle bu bireylerin bilgisayar sistemlerini daha düzenli kullanabilmelerinin beklendiğini belirtmişlerdir (Podder 2005, s.58).

Literatür incelendiğinde, öz yeterlilik değişkeni ilave edilerek kullanılan TAM modellerini baz alan çalışmalara rastlanmaktadır.

Chan ve Lu, çalışmalarında bilgisayar öz yeterliliği yüksek olanların internet bankacılığı kullanımını daha kolay buldukları, aynı zamanda bilgisayar öz yeterliliğinin gerek internet bankacılığının kabulünde gerekse kullanımına devam edilmesinde dolaylı ancak belirgin bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Chan ve Lu 2004, ss.36, 37).

Ariff ve diğerleri, bilgisayar öz yeterliliğinin algılanan kullanılabilirlik ile algılanan kullanım kolaylığı üzerinde olumlu etkisinin olduğunu ve bilgi sistemi kullanma niyetine nüfuz ettiğini açıklamışlardır (Ariff ve diğ. 2012, s.450).

Reid, öz yeterliliğin algılanan kullanım kolaylığı ve güven üzerinde pozitif etkisi olduğunu gözlemlemekten, algılanan kullanılabilirliği belirgin bir şekilde olumlu olarak etkilediğini saptamıştır (Reid 2008, s.12).

İgbaria ve Iivari, öz yeterliliğin bireylerin inançlarını ve davranışlarını şekillendirmede önemli bir rol oynadığı, bilgisayara karşı duyulan endişe duygusu ve algılanan kullanım kolaylığı üzerinde direkt etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır (İgbaria ve Iivari 1995, s.600).

Nasri ve Charfeddine, öz yeterliliğin algılanan davranış kontrolünü olumlu yönde etkilediğini belirlemişlerdir (Nasri ve Charfeddine 2012, s.10).

2.9. İNTERNET BANKACILIĞININ KULLANILMASINA İLİŞKİN OLARAK TAM KULLANILARAK YAPILAN DİĞER ÇALIŞMALAR

2.7.2 ve 2.8.1 bölümlerinde konuyla ilgili olarak TAM kullanılarak yapılan çalışmaların bir bölümü aktarılmıştır. Bu bölümde, TAM modeli kullanılarak gerçekleştirilen uluslararası çalışmalardan bir kısmına daha tablo 2.16'da yer verilmesi uygun görülmektedir.

Tablo 2.16: TAM kullanılan uluslararası çalışmalar

Çalışma	Konu	Sonuç
Zahid ve diğ. 2010, ss.44-51	Consumer Acceptance of Online Banking	Algılanan kullanılabilirlik, güven ve gizlilik, internet kalitesi internet bankacılığının kullanımını etkilemektedir.
Safeena ve diğ. 2011, ss.56-61	Internet Banking Adoption in an Emerging Economy: Indian Consumer's Perspective	Algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanılabilirlik ve algılanan riskler internet bankacılığının kullanımının kabulüne ilişkin önemli açıklayıcılardır.
Lee 2009, ss.130-141	Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit	İnternet bankacılığının kullanılmasının kabulünün algılanan riskler ve algılanan faydalardan etkilendiği, kültürel farklılıkların ise internet bankacılığının kullanılmasının kabulüne dolaylı olarak etkilerinin olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.
Cheng ve diğ. 2006, ss.1558-1572	Adoption of internet banking: An empirical study in Hong Kong	Algılanan kullanılabilirlik ve algılanan web güvenliğinin tutum üzerinden doğrudan etkili olduğu, buna mukabil algılanan kullanım kolaylığının tutum üzerinde dolaylı etkisinin bulunduğu saptanmıştır.

Çalışma	Konu	Sonuç
Lai ve Li 2004, ss.373-386	Technology acceptance model for internet banking: an invariance analysis	Araştırma sonuçlarının önceki TAM sonuçları ile uyumlu olduğu, buna karşın beklenilmedik bir bulgu olarak algılanan kullanışlılığın kullanım niyeti üzerinde etkisi olduğunun çalışmada doğrulanamadığı aktarılmıştır.

3. VERİ VE YÖNTEM

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KISITLARI

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de internet bankacılığının kullanılmasını etkileyen unsurların literatürde geniş bir kabul gören Teknoloji Kabul Modeli (TAM) çerçevesinde belirlenmesidir.

Literatürde internet bankacılığının benimsenmesine dair TAM kullanılarak yapılan çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır, bununla birlikte çalışmalarda kullanılan açıklayıcı değişkenlerin de oldukça çeşitlilik arz ettiği görülmüştür. Söz konusu değişkenlerin tamamının esas alındığı bir modelin kurgulanması ise, değişken sayısının artması paralelinde ampirik verilerin toplanmasını güçleştirdiği için kısıtlamalar gerektirmektedir. Bu nedenle TAM modelinin açıklama gücünün artırılabilmesini teminen, bölüm 2.7. ve bölüm 2.8.de gerekçeleri detaylandırıldığı üzere, modele sadece güvenlik ve öz yeterlilik değişkenleri eklenmiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada anket tekniğine başvurulmuş, bu amaçla online bir anket sitesinden (<http://www.surveey.com>) edinilen <http://www.surveey.com/SurveyStart.aspx?lang=1&surv=43b940d419df466aaa6d533e24d29588> internet adresi üzerinde bir anket formu yaratılarak katılımcılardan cevaplamaları istenmiştir (Bkz. EK 1). Bu vesileyle online olarak elde edilen ve depolanan anket sonuçları Windows ortamında bir istatistik paket programına aktarılarak verilerin değerlendirilmesine çalışılmıştır.

3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma örneklemini, İstanbul ilinde mukim ve internet bankacılığını kullanan bireyler oluşturmaktadır. Örneklemin oluşturulmasında belirli demografik özelliklere sahip bireylere ulaşılması yönünde bir amaç güdülmemiştir, bu anlamda eğitim durumu,

gelir düzeyi, ikamet edilen/çalışılan semt, yaş, cinsiyet, doğum yeri gibi sayılabilecek demografik özelliklerden biri olarak bireylere erişilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda bilimsel açıdan kullanılabilir 469 adet anket formu elde edilmiştir.

3.4. VERİLERİN TOPLANMASI

İnternet bankacılığı olgusunun araştırılmasının, muhatabında bir takım endişe ve çekinceler yarattığı müşahade edilmiştir. Bankacılık işlemlerinin gündeme getirilmiş olması nedeniyle bireylerde, özellikle müşteri sırrı niteliğindeki banka bilgilerinin açığa çıkarılabileceği kaygısının hasıl olduğu görülmüş, bu anlamda mümkün mertebe kişisel bilgilerin ve müşteri bilgisi niteliğindeki verilerin ifşa edilmediği, amaca odaklı soruların yöneltmesine çalışılmıştır. Öte yandan, bahsedilen endişeyi taşıyan banka müşterileri ile yüz yüze temas edilerek bilgi alınmaya çalışılmasının da benzer hassasiyetlere yol açmasının izahına lüzum görülmemektedir.

Bununla birlikte, anket çalışmasının yürütülmesinde, anket formlarının noksansız olarak yanıtlanarak tesliminin sağlanmasının zorluklar ihtiva ettiği de değerlendirildiğinde, anket sorularının üçüncü bir kişiyle etkileşime girilmeden doldurulmasına, katılımcının beher soruya tekil yanıt vermesine ve ancak tüm soruların eksiksiz olarak yanıtlanması halinde ankete tamamlanmış bir nitelik atfetmesine olanak sağladığı için, internet üzerinden online bir anket hazırlanmasının uygun olacağı değerlendirilmiştir.

<http://www.surveey.com/SurveyStart.aspx?lang=1&surv=43b940d419df466aaa6d533e24d29588> internet adresi üzerinde bu amaçla hazırlanan anket, 18.12.2012 ve 19.12.2012 tarihlerinde tatbik edilmiştir.

Kabaca iki kısımdan oluştuğu söylenebilecek olan ankette ilk etapta internet bankacılığının kullanılmasının kabulüne etki eden değişkenlerin belirlenmesine yönelik sorular yöneltmiş, akabinde cinsiyet, yaş, bilgisayar/internet kullanımı bilgilerinden mütevellit suallerle bazı demografik bilgilerin iktisabına çalışılmıştır.

Mezkur soruların değerlendirilmesinde beşli likert ölçek tercih edilmiş, katılımcılardan her bir maddeyi “(1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum” seçeneklerinden birini kullanarak değerlendirmeleri istenmiştir. Demografik özelliklerin temini amacıyla hazırlanan sorular ise bu standardın dışında tutulmuştur.

Netice olarak, internet bankacılığın kullanılmasına ilişkin olarak literatürde yer alan önceki çalışmalarda konu edinilen anket çalışmalarından feyz alınması yoluyla hazırlanan ve toplam 23 adet sorudan oluşan anketin sualleri ile bu anketin hazırlanmasında faydalanılan kaynaklara tablo 3.1’de yer verilmiştir.

Tablo 3.1: Anket sorularına ilişkin bilgiler

Sorgulanan Değişkenler	Sorular	Kaynaklar
Algılanan kullanılabilirlik	1-İnternet bankacılığımı kullanarak bankacılık işlemlerimi daha hızlı bir şekilde gerçekleştiririm	Suh ve Han 2002, Cheng 2006, Wang 2003, Podder 2005
	2-İnternet bankacılığımı kullanarak bankacılık işlemlerimi daha kolay yaparım	
	3-İnternet bankacılığımı kullanmak benim için faydalıdır	
	4-İnternet bankacılığımı kullanmak benim için avantajlıdır	
Algılanan kullanım kolaylığı	5-İnternet bankacılığımı kullanmada ustalaşmak kolaydır	Suh ve Han 2002, Cheng 2006, Wang 2003, Podder 2005
	6-İnternet bankacılığımı kullanmak benim için kolaydır	
	7-İnternet bankacılığımın kullanımı açık ve anlaşılırdır	
	8-İnternet bankacılığımı kullanırken herhangi bir işleme/menüye ulaşmak kolaydır	
Davranışsal niyet	9-İnternet bankacılığımı yakın gelecekte de kullanmak niyetindeyim	Wang 2003, Cheng 2006, Podder 2005, Reid 2008
	10-Çevremdekilere internet bankacılığımı kullanmaları için tavsiyede bulunurum	
	11-Bankacılık işlemlerim için internet bankacılığımı kullanmayı tercih ederim	
	12-Kendimi bankacılık işlemleri için internet bankacılığımı kullanabilecek biri olarak görürüm	
Güven	13-İnternet bankacılığı üzerinden gizli bilgilerimi iletirken güvenlik endişesi yaşamam	Suh ve Han 2002, Cheng 2006, Reid 2008
	14-İnternet bankacılığımı kullandığımda bir dolandırıcılık olayına maruz kalmayacağımı bilirim	
	15-İnternet bankacılığı üzerinden gizli bilgilerime erişirken kendimi tamamen güvende hissederim	
	16-İnternet bankacılığı sitelerine güvenirim	

Sorgulanan Değişkenler	Sorular	Kaynaklar
Öz yeterlilik	17-İnternet bankacılığını kimseden yardım almadan kullanabilirim	Wang 2003, Podder 2005, Reid 2008
	18-İnternet bankacılığını sadece yardım menüsünden faydalanarak yahut işlemle ilgili yönlendirmeleri takip ederek kullanabilirim	
	19-Bankamı değiştirse de internet bankacılığını kullanmaya devam ederim	
Demografik özellikler	20-Cinsiyetiniz	
	21-Yaşınız	
	22-Ne kadar süredir bilgisayar kullanıyorsunuz?	
	23-Ne kadar süredir internet kullanıyorsunuz?	

3.5. VERİLERİN ANALİZİ

Değerlendirme anketi ile toplanan veriler istatistiksel hesaplamalarda kullanılan Windows ortamında bir istatistik paket programı aracılığıyla çözümlenmiştir.

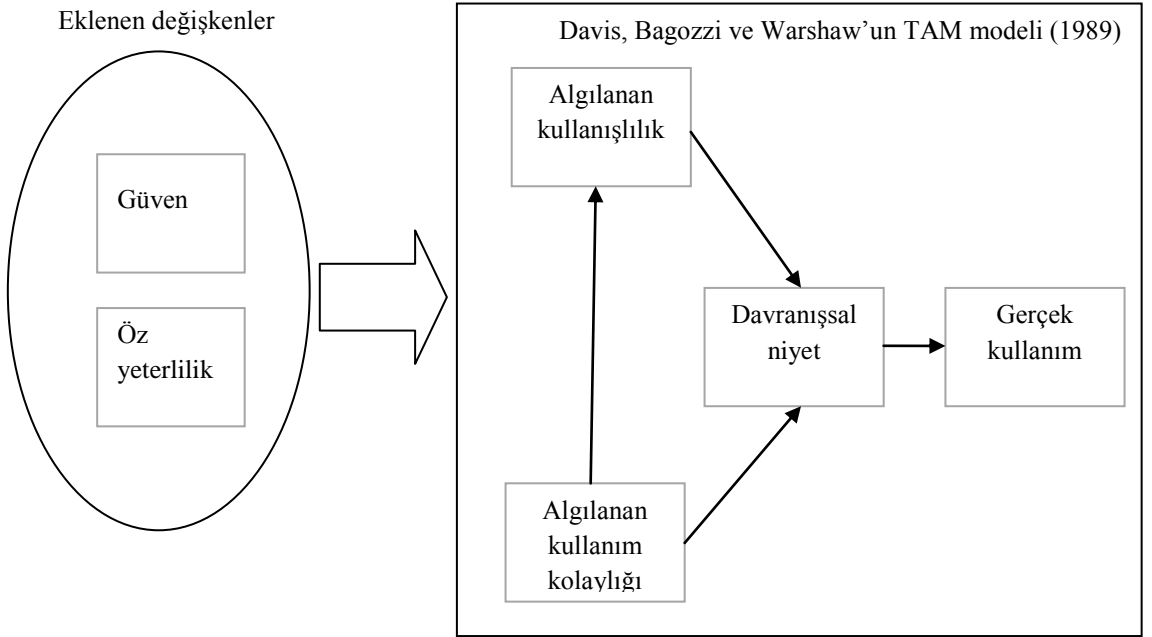
Mezkur anketlerin sonuçlarının değerlendirilebilmesini teminen tanımlayıcı istatistiklerden, Cronbach's Alfa güvenlik katsayılarından ve spearman's ρ korelasyon katsayılarından faydalanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Literatür taraması bölümünde de bahsedildiği üzere araştırmamızda Davis, Bagozzi ve Warshaw'un 1989 yılında yayınladıkları ve literatürde nihai TAM olarak bilinen şekil 4.1'deki model kullanılmış, kullanıcıların internet bankacılığını benimsemesini açıklamasını arttırmak için modele algılanan güven ve öz yeterlilik değişkenleri eklenmiştir. Güven ve öz yeterlik modelinin eklenmesi suretiyle oluşturulan TAM modelini esas alan önceki çalışmalarda ulaşılan sonuçlar 2.7.2 ve 2.8.1 bölümlerinde detaylandırılmıştır.

Şekil 4.1: Araştırılan TAM modeli



Mevzubahis model esas alınarak oluşturulan araştırma hipotezlerine aşağıda yer verilmiştir:

H1: Bireyin algılanan kullanım kolaylığının (AKK), bireyin algılanan kullanılabilirliği (AK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H2: Bireyin algılanan kullanım kolaylığının (AKK), bireyin davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H3: Bireyin algılanan kullanılabilirliğinin (AK), bireyin davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H4: Bireyin öz yeterliliğinin (ÖY) davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H5: Bireyin öz yeterliliğinin (ÖY) algılanan kullanım kolaylığı (AKK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H6: Bireyin öz yeterliliğinin (ÖY) algılanan kullanılabilirliği (AK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H7: Güvenin (G) bireyin öz yeterliliği (ÖY) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H8: Güvenin (G) bireyin davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H9: Güvenin (G) algılanan kullanım kolaylığı (AKK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H10: Güvenin (G) algılanan kullanılabilirlik (AK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.

4.2. ANKETİN GÜVENİLİRLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmamıza bulgu temin eden ve bölüm 3.4’de detayları aktarılan anket formunda likert tipli beşli derecelendirme ölçeği kullanılmıştır. Bu amaçla beher maddenin gerçekleşme düzeylerinin anlaşılabilmesini teminen katılımcılardan; “Kesinlikle Katılmıyorum” (1), “Katılmıyorum” (2), “Kararsızım” (3), “Katılıyorum” (4), “Kesinlikle Katılıyorum” (5) seçeneklerinden duruma uyanı seçmeleri istenmiştir.

Anketin genel olarak güvenilirliğine bakıldığında, “Cronbach’s Alfa” sayısının tablo 4.1’de olduğu üzere 0,936 olduğu hesaplanmıştır.

Tablo 4.1: Anketin genel güvenilirlik katsayısı

Cronbach’s Alfa	Değişken Sayısı
0,936	19

Cronbach’s Alpha katsayısı, bir istatistik paket programının güvenilirlik testleri kullanılarak hesaplanan bir katsayıdır ve “0” ile “1” arasında değişim gösterir. Değerlerin “1”e yaklaşması ile güvenilirlik yükselmektedir.¹

Bu açıklamalar çerçevesinde, anketin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, Cronbach’s Alpha katsayısı ile sağlıklı bir değerlendirme yapılabilmesi için faktördeki her bir sorunun bu katsayıya katkısı irdelenmelidir. Bu amaçla faktörlerin her birinin kapsam dışı bırakılması halinde katsayının nasıl değişeceği hesaplanır, keza faktör çıkartıldığında katsayının yükselmesi söz konusu ise bu faktörün yeniden incelenmesi uygun olacaktır.¹

Bu maksatla, Cronbach’s Alfa katsayısını oluşturan her bir anket sorusunun bu katsayıya katkısı ayrı ayrı irdelenmiştir.

4.2.1. Algılanan Kullanışlılık Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi

Tablo 4.2: Algılanan kullanılabilirliğin güvenilirlik katsayısı

Cronbach’s Alfa	Değişken Sayısı
0,938	4

¹ <http://www.spsstools.net/Syntax/ItemAnalysis/UsingSPSSforItemAnalysis.pdf> [Erişim tarihi: 02.01.2013]

Tablo 4.3: Algılanan kullanılışlılığı oluşturan soruların güvenilirlik katsayıları

Faktör	Soru	Madde silindiğinde ölçek ort.	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde tam korelasyonu	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
Algılanan kullanılışlılık	1-İnternet bankacılığını kullanarak bankacılık işlemlerimi daha hızlı bir şekilde gerçekleştiririm	13,80	3,872	0,824	0,929
	2-İnternet bankacılığını kullanarak bankacılık işlemlerimi daha kolay yaparım	13,84	3,862	0,888	0,909
	3-İnternet bankacılığını kullanmak benim için faydalıdır	13,87	3,850	0,880	0,911
	4-İnternet bankacılığını kullanmak benim için avantajlıdır	13,92	3,729	0,829	0,929

Algılanan kullanılışlılık faktörünü oluşturan değişkenler incelendiğinde, hariç tutulması halinde ölçeğin iç tutarlılığını artırarak tablo 4.2 ve tablo 4.3’de belirtilen güvenilirlikleri yükseltecek bir değişken bulunmadığı anlaşılmaktadır.

4.2.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi

Tablo 4.4: Algılanan kullanım kolaylığının güvenilirlik katsayısı

Cronbach’s Alfa	Değişken Sayısı
0,898	4

Tablo 4.5: Algılanan kullanım kolaylığını oluşturan soruların güvenilirlik katsayıları

Faktör	Soru	Madde silindiğinde ölçek ort.	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde tam korelasyonu	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
Algılanan kullanım kolaylığı	5-İnternet bankacılığını kullanmada ustalaşmak kolaydır	12,61	3,962	0,770	0,870
	6-İnternet bankacılığını kullanmak benim için kolaydır	12,32	4,482	0,714	0,889
	7-İnternet bankacılığının kullanımı açık ve anlaşılirdir	12,67	3,910	0,819	0,851
	8-İnternet bankacılığını kullanırken herhangi bir işleme/menüye ulaşmak kolaydır	12,71	4,090	0,793	0,861

Algılanan kullanım kolaylığı faktörünü oluşturan dört değişken incelendiğinde, silinmesi halinde tablo 4.4 ve tablo 4.5’de belirtilen Cronbach’s Alfa güvenilirliklerini yükseltecek bir değişken bulunmadığı anlaşılmaktadır.

4.2.3. Davranışsal Niyet Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi

Tablo 4.6: Davranışsal niyetin güvenilirlik katsayısı

Cronbach’s Alfa	Değişken Sayısı
0,921	4

Tablo 4.7: Davranışsal niyeti oluşturan soruların güvenilirlik katsayıları

Faktör	Soru	Madde silindiğinde ölçek ort.	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde tam korelasyonu	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
Davranışsal niyet	9-İnternet bankacılığını yakın gelecekte de kullanmak niyetindeyim	13,62	3,718	0,831	0,894
	10-Çevremdekilere internet bankacılığını kullanmaları için tavsiyede bulunurum	13,83	3,656	0,751	0,922
	11-Bankacılık işlemlerim için internet bankacılığını kullanmayı tercih ederim	13,71	3,623	0,860	0,884
	12-Kendimi bankacılık işlemleri için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görürüm	13,67	3,585	0,838	0,891

Davranışsal niyet faktörünü oluşturan tablo 4.7’deki değişkenler incelendiğinde, 10 numaralı soruyu oluşturan “Çevremdekilere internet bankacılığını kullanmaları için tavsiyede bulunurum” hariç tutulduğu takdirde tablo 4.6’da hesaplanan ölçeğin güvenilirliğinin bir miktar yükseleceği belirlenmiş, bununla birlikte bu vesileyle Cronbach’s Alfa katsayısının 0,921’den 0,922’ye olmak üzere cüzi miktarda geliştirilebildiği dikkate alınarak sorunun çıkarılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.4. Güven Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi

Tablo 4.8: Güvenin güvenilirlik katsayısı

Cronbach's Alfa	Değişken Sayısı
0,918	4

Tablo 4.9: Güveni oluşturan soruların güvenilirlik katsayıları

Faktör	Soru	Madde silindiğinde ölçek ort.	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde tam korelasyonu	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
Güven	13-İnternet bankacılığı üzerinden gizli bilgilerimi iletirken güvenlik endişesi yaşamam	10,69	6,446	0,801	0,898
	14-İnternet bankacılığımı kullandığımda bir dolandırıcılık olayına maruz kalmayacağımı bilirim	10,84	6,452	0,813	0,894
	15-İnternet bankacılığı üzerinden gizli bilgilerime erişirken kendimi tamamen güvende hissederim	10,77	6,326	0,885	0,869
	16-İnternet bankacılığı sitelerine güvenirim	10,71	7,071	0,756	0,913

Güven faktörünü oluşturan değişkenlerden, silinmesi halinde tablo 4.8 ve tablo 4.9'da yer verilen güvenilirlik katsayılarını yükseltecek bir değişken bulunmadığı anlaşılmaktadır.

4.2.5. Öz Yeterlilik Faktörünün Güvenilirliğinin Analizi

Tablo 4.10: Öz yeterliliğin güvenilirlik katsayısı

Cronbach's Alfa	Değişken Sayısı
0,503	3

Tablo 4.11: Öz yeterliliği oluşturan soruların güvenilirlik katsayıları

Faktör	Soru	Madde silindiğinde ölçek ort.	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde tam korelasyonu	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
Öz yeterlilik	17-İnternet bankacılığını kimseden yardım almadan kullanabilirim	8,13	2,636	0,422	0,316
	18-İnternet bankacılığını sadece yardım menüsünden faydalanarak yahut işlemle ilgili yönlendirmeleri takip ederek kullanabilirim	8,79	1,823	0,237	0,646
	19-Bankamı değiştirsem de internet bankacılığını kullanmaya devam ederim	8,38	2,295	0,381	0,311

Öz yeterlilik faktörünü oluşturan tablo 4.11'deki değişkenlerden “18-İnternet bankacılığını sadece yardım menüsünden faydalanarak yahut işlemle ilgili yönlendirmeleri takip ederek kullanabilirim” silindiğinde tablo 4.10'da hesaplanan Cronbach's Alfa katsayısının 0,503'den 0,646'ya yükseleceği görülmektedir. Bu doğrultuda ilgili soru çıkartılarak yeni güvenilirlik katsayısı tablo 4.12'de belirtildiği üzere 0,646 olarak belirlenmiştir.

Tablo 4.12: Öz yeterliliğin yeni güvenilirlik katsayısı

Cronbach's Alfa	Değişken Sayısı
0,646	2*

*Soru adedi 2'ye düştüğünden tekrar çıkartma işlemi yapılması cihetine gidilmemiştir.

Güvenilirlik analizi kapsamında yapılan tüm hesaplamalar bir arada değerlendirildiğinde sonuçlar tablo 4.13'deki gibi tezahür etmiştir:

Tablo 4.13: Faktörlerin nihai güvenilirlik katsayıları

Değişkenin Adı	Soru Sayısı	Güvenilirlik Katsayısı (α)
Algılanan kullanışlılık	4	0,938
Algılanan kullanım kolaylığı	4	0,898
Davranışsal niyet	4	0,921
Güven	4	0,918
Öz yeterlilik	2	0,646

Neticede, anketin 18. sorusunu teşkil eden “İnternet bankacılığını sadece yardım menüsünden faydalanarak yahut işlemle ilgili yönlendirmeleri takip ederek kullanabilirim.” sorusunun kapsam dışı tutulması halinde anketin genel güvenilirlik katsayısının tablo 4.14’de belirtildiği üzere $\alpha = 0,936$ ’dan $\alpha=0,945$ ’e yükseldiği görülmektedir.

Tablo 4.14: Anketin nihai güvenilirlik katsayısı

Cronbach’s Alfa	Değişken Sayısı
0,945	18

Söz konusu madde haricinde herhangi bir diğer maddenin kapsam dışı bırakılmasının faktörün güvenilirliğini arttırmayacağı yönündeki önceki tespitlerimiz de göz önünde bulundurularak anketin kalan 18 maddesinin istenilen ölçüde amaca hizmet ettiği sonucuna varılmıştır..

4.3. DEMOGRAFİK VERİLERİN ANALİZİ

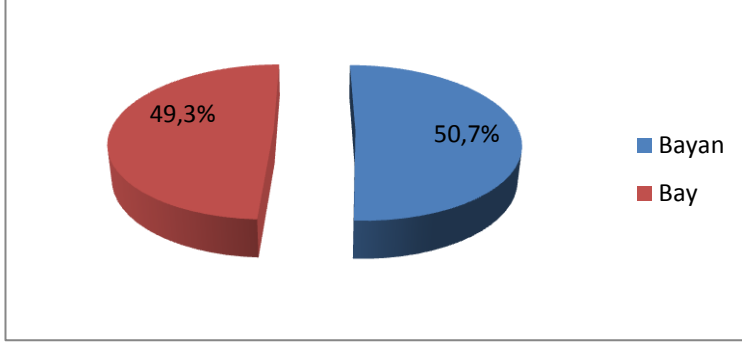
4.3.1. Örneklemin Cinsiyete Göre Dağılımı

Ankete katılan bireyler cinsiyet değişkeni baz alınarak incelenmiş ve analiz sonuçları tablo 4.15 ile şekil 4.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.15: Cinsiyete göre dağılım

Cinsiyet	Birey Sayısı	Oran (%)
Bayan	238	50,7
Bay	231	49,3
Toplam	469	100,0

Şekil 4.2: Cinsiyete göre dağılım



Tablo 4.15. ile şekil 4.2.nin yüzde sütununda yer alan değerlerden araştırmaya konu bireylerin yüzde 49'unun bayan, yüzde 51'inin bay olduğu anlaşılmaktadır.

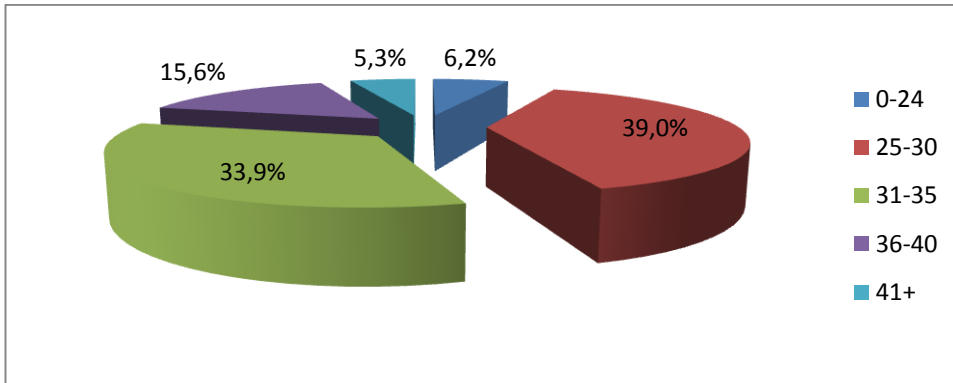
4.3.2. Örneklem Yaşa Göre Dağılımı

Ankete katılan bireylerin yaş değişkeni bazında dağılımları tablo 4.16 ile şekil 4.3'de sunulmuştur.

Tablo 4.16: Yaşa göre dağılım

Yaş Grubu	Frekans	Oran (%)
0-24	29	6,2
25-30	183	39,0
31-35	159	33,9
36-40	73	15,6
41+	25	5,3
Toplam	469	100,0

Şekil 4.3: Yaşa göre dağılım



Tablo 4.16 ile şekil 4.3'ün yüzde sütununda yer alan değerlerden, araştırmaya katılan bireylerin yüzde 6'sının 24 yaşın altında, yüzde 39'unun 25-30 yaşları arasında, yüzde 34'ünün 31-35 yaşları arasında, yüzde 17'sinin 36-40 yaşları arasında, yüzde 5'inin 41 yaşın üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.

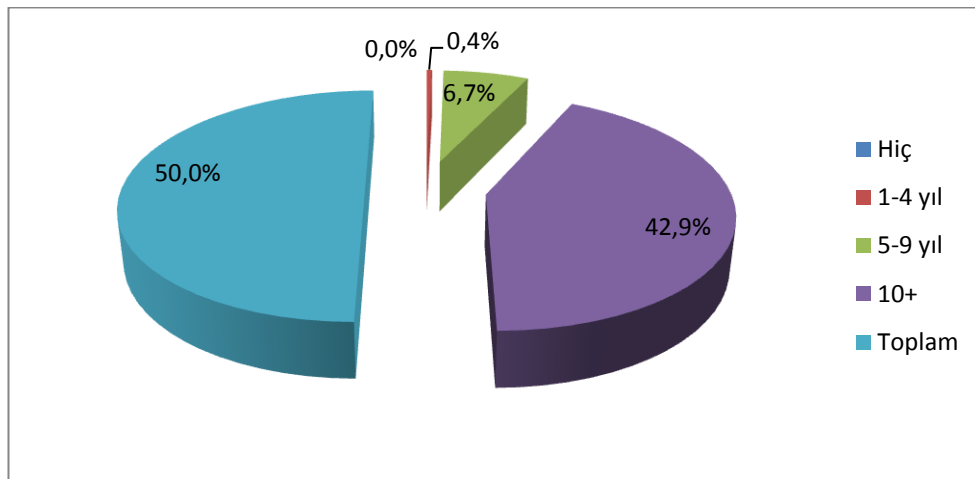
4.3.3. Ankete Katılanların Bilgisayar ve İnternet Kullanımı Tecrübesi

Ankete katılan bireylerin ne kadar süredir bilgisayar ve internet kullandıklarına ilişkin verilere tablo4.17, şekil 4.4 ve şekil 4.5'de yer verilmiştir.

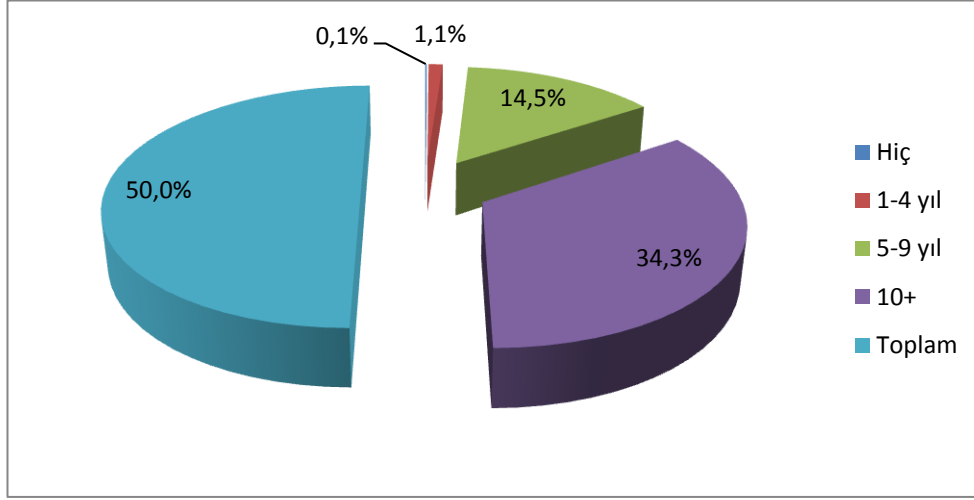
Tablo 4.17: Bilgisayar ve internet kullanımı tecrübesi

Süre	Bilgisayar Kullanımı Tecrübesi		İnternet Kullanımı Tecrübesi	
	Birey Sayısı	Oran (%)	Birey Sayısı	Oran (%)
Hiç kullanmadı	0	0	1	0,2
1-4 yıl	4	0,9	10	2,1
5-9 yıl	63	13,4	136	29,0
10 yıl+	402	85,7	322	68,7
Toplam	469	100,0	469	100,0

Şekil 4.4: Bilgisayar kullanımı tecrübesi



Şekil 4.5: İnternet kullanımı tecrübesi



4.4. FAKTÖRLERİN ANALİZİ

4.4.1. Faktörlerin Normal Dağılıma Uygunluğunun ve Homojenliğinin İncelenmesi

Ankette irdelenen algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet, güven ve öz yeterlilik faktörlerinin normal dağılıma uygunluğu “Tek Örneklem Kolmogorov Smirnov (Samples K-S) Testi” kullanılarak değerlendirilmiştir.

Tablo 4.18: Faktörlerin kolmogorov smirnov (samples k-s) testi

		AK	AKK	DN	G	ÖY
N		469	469	469	469	469
Normal Parameters(a,b)	Mean	4,6199	4,1919	4,5688	3,5837	4,3966
	Std. Sapma	0,64561	0,66463	0,62825	0,84325	0,67500
Most Extreme Differences	Absolute	0,315	0,165	0,246	0,137	0,230
	Positive	0,278	0,112	0,246	0,119	0,186
	Negative	-0,315	-0,165	-0,231	-0,137	-0,230
Kolmogorov-Smirnov Z		6,816	3,566	5,332	2,967	4,983
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tablo 4.18'in “Asymp.Sig (2-tailed)”. (anlamlılık) satırındaki değerler irdelendiğinde, değerlerin istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında sınır değeri kabul edilen 0,05'den küçük olduğu, bu anlamda faktörlerin dağılımlarının normal olmadığı sonucuna varılmıştır.

Ayrıca, algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet, güven ve öz yeterlilik faktörlerinin dağılımlarının normal dağılıma uymadığını tevsik eden histogram grafiklere de bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

Netice olarak, incelenen faktörlerin dağılımlarının homojen olmamasından bahisle bu araştırma için parametrik test yöntemlerinin kullanılması uygun olmayıp, bu nedenle parametrik olmayan analiz yöntemlerinin kullanılması cihetine gidilmiştir¹.

4.4.2. Faktörlere İlişkin Bulgular

Bu bölümde anketi cevaplayan bireylerin algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet, güven ve öz yeterlilik faktörlerine ilişkin değerlendirmeleri incelenmiştir.

4.4.2.1. Algılanan Kullanılabilirlik

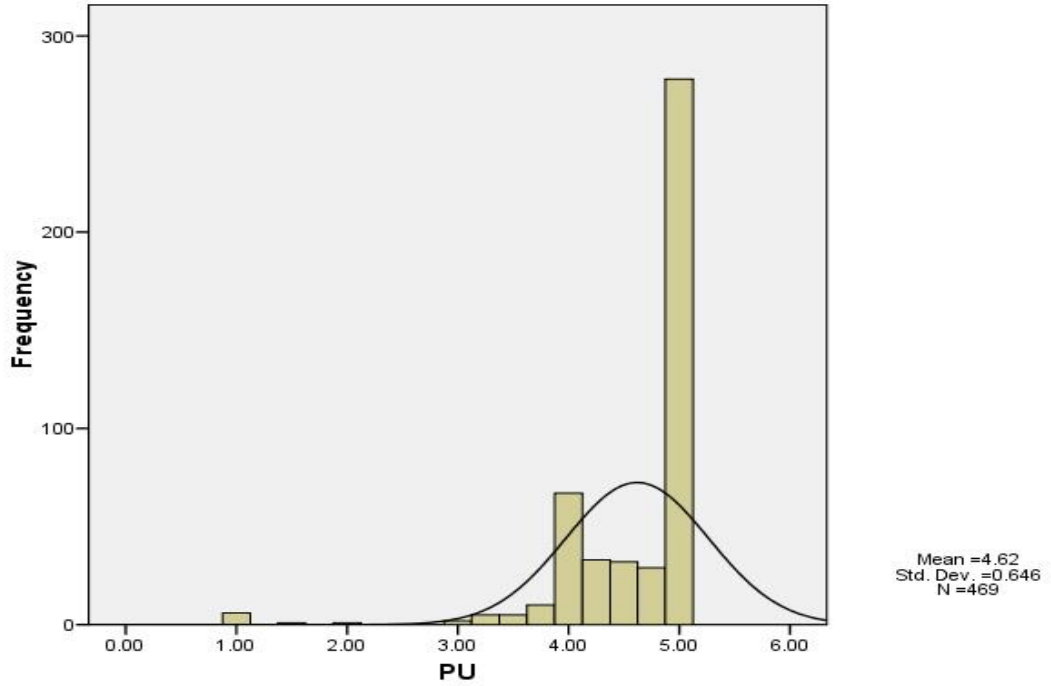
Algılanan kullanılabilirliğe ilişkin tablo 4.19’da aktarılan sonuçlar ile şekil 4.6’da yer verilen histogram dağılımı incelendiğinde, bu faktöre ilişkin ortalamanın (mean) = 4,62, modun=5, medyanın=5 olduğu, bununla birlikte standart sapma değerinin (Std. Sapma) = 0,65 olduğu ve bireylerin görüşlerinin kayda değer farklılıklar arz etmediğini görülmektedir. Bu bağlamda, internet bankacılığını kullanan bireyler için algılanan kullanılabilirlik faktörünün güçlü bir şekilde tezahür ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4.19: Algılanan kullanılabilirliğe ilişkin anket sonuçları

	N	Minimum	Maximum	Mod	Medyan	Mean	Std. Sapma
AK	469	1,00	5,00	5,00	5,00	4,6199	0,64561
Valid N (listwise)	469	-	-	-	-	-	-

¹ Eymen, U. U., 2007, SPSS Kullanım Kılavuzu [online], İstatistik Merkezi, http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2009/bby606/SPSS_15.0_ile_Veri_Analizi.pdf [Erişim tarihi: 25.11.2012]

Şekil 4.6: Algılanan kullanılışlığa ilişkin histogram grafiği



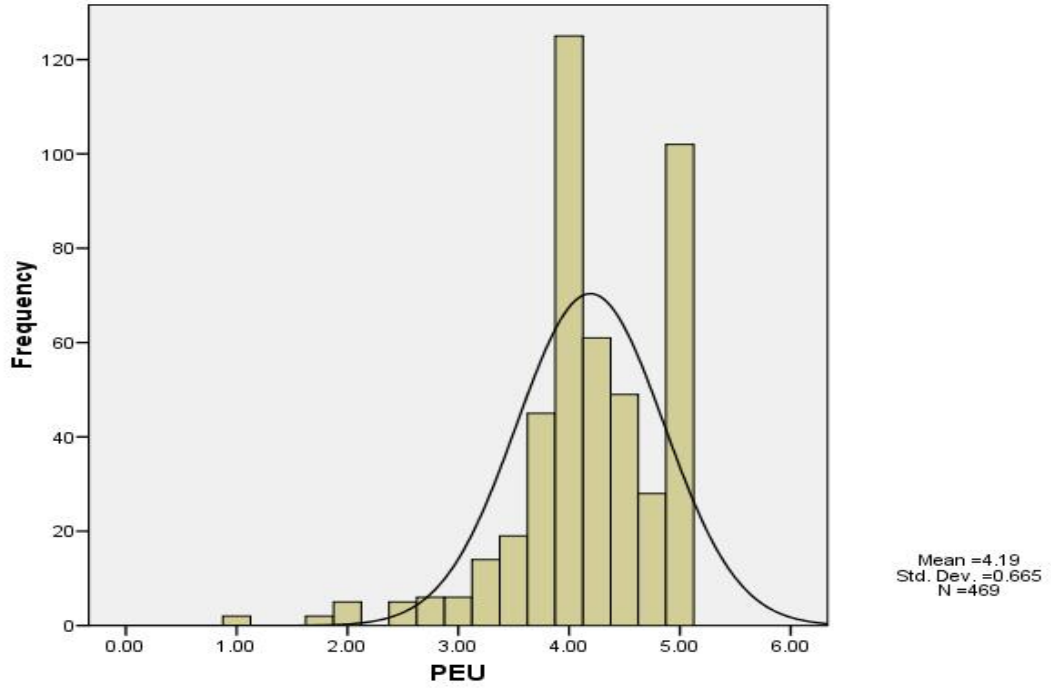
4.4.2.2. Algılanan Kullanım Kolaylığı

Algılanan kullanım kolaylığına ilişkin olarak anketten elde edilen ve tablo 4.20 ile şekil 4.7’de aktarılan sonuçlar değerlendirildiğinde, bu faktöre ilişkin ortalamanın (mean) = 4,19, modun=4, , medyanın=4,25 olduğu, bununla birlikte standart sapma değerinin (Std. Sapma) = 0,66 olduğu ve bireylerin görüşlerinin tutarlılık arz ettiği anlaşılmaktadır. Neticede, internet bankacılığını kullanan bireylerin genel olarak internet bankacılığının kullanımının kolaylığına ilişkin algılarının olumlu olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.20: Algılanan kullanım kolaylığına ilişkin anket sonuçları

	N	Minimum	Maximum	Mod	Medyan	Mean	Std. Sapma
AKK	469	1,00	5,00	4,00	4,25	4,1919	0,66463
Valid N (listwise)	469	-	-	-	-	-	-

Şekil 4.7: Algılanan kullanım kolaylığına ilişkin histogram grafiği



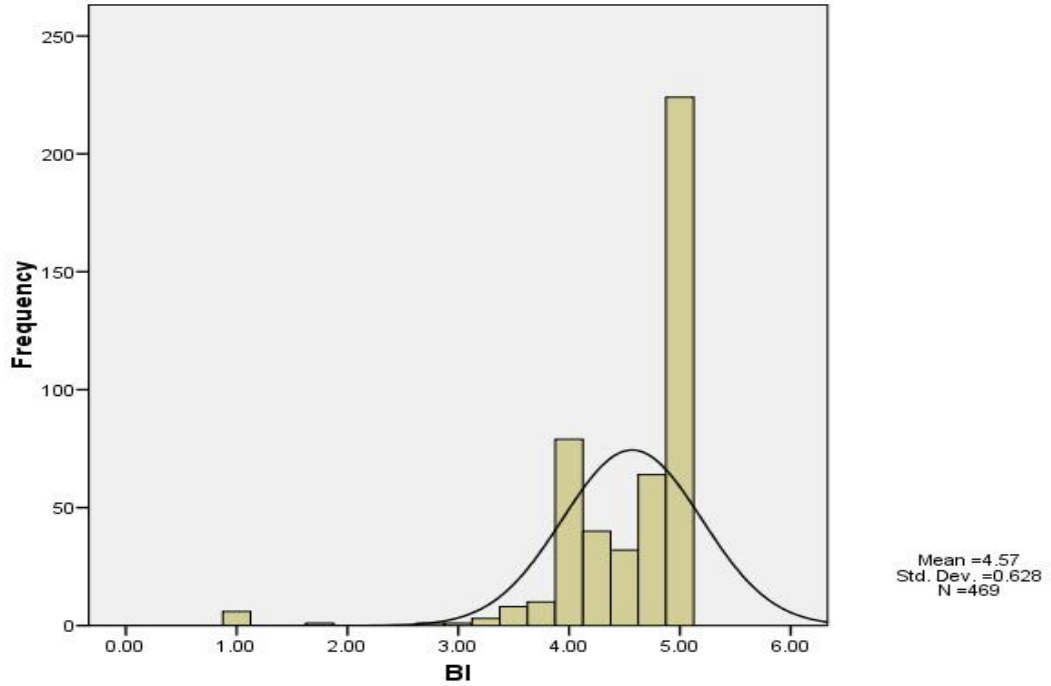
4.4.2.3. Davranışsal Niyet

Davranışsal niyete ilişkin tablo 4.21 ile şekil 4.8’de aktarılan sonuçlar incelendiğinde, bu faktöre ilişkin ortalamanın (mean) = 4,57, modun=5, medyanın=4,75 olduğu, öte yandan standart sapma değerinin (Std. Sapma) = 0,63 olması babında bireylerin görüşlerinde önemli farklılıklar bulunmadığı belirlenmiştir. Netice olarak, internet bankacılığını kullanan bireylerde bu faktörün güçlü bir şekilde bulunduğu söylenebilir.

Tablo 4.21: Davranışsal niyete ilişkin anket sonuçları

	N	Minimum	Maximum	Mod	Medyan	Mean	Std. Sapma
DN	469	1,00	5,00	5,00	4,75	4,5688	0,62825
Valid N (listwise)	469	-	-	-	-	-	-

Şekil 4.8: Davranışsal niyete ilişkin histogram grafiği



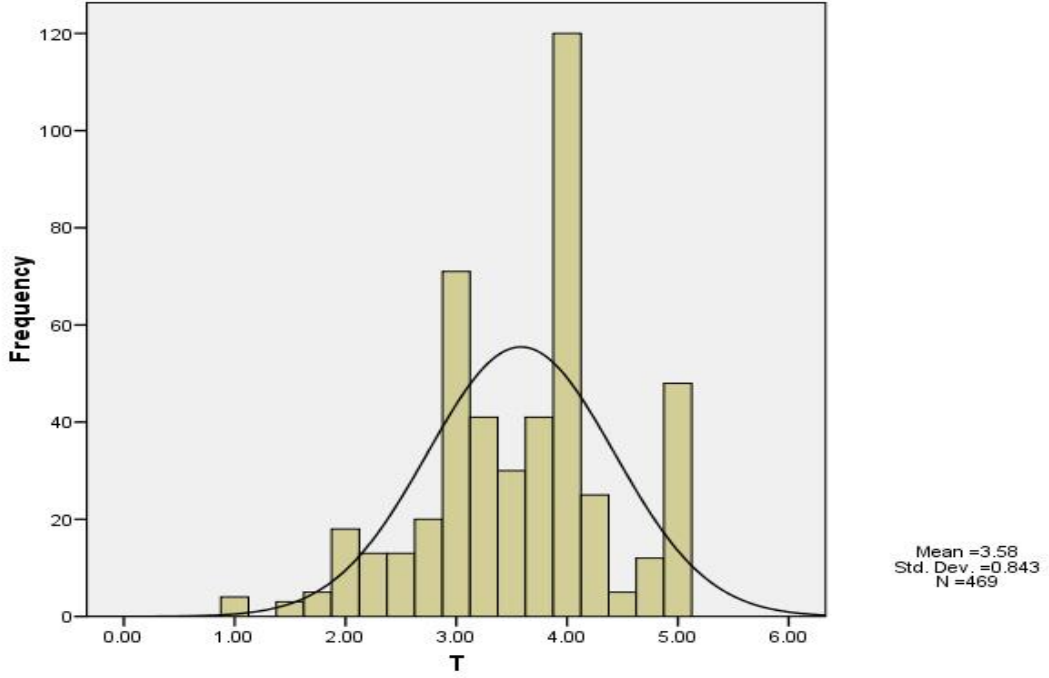
4.4.2.4. Güven

Güvene ilişkin tablo 4.22 ile şekil 2.9’da yer verilen anket sonuçları değerlendirildiğinde, bu faktöre ilişkin ortalamanın (mean) = 3,58, modun=4, medyanın=3,75 olduğu, bununla birlikte standart sapma değerinin (Std. Sapma) = 0,84 olduğu saptanmıştır. Mezkur verilerden, internet bankacılığı kullanıcılarının güven unsuru için daha müteredit oldukları söylenebilir. Bununla birlikte standart sapma değerinin (Std. Sapma) = 0,84 olması bireylerin görüşlerinin diğer faktörlere göreceli olarak daha değişkenlik arz edebildiğini göstermektedir.

Tablo 4.22: Güvene ilişkin anket sonuçları

	N	Minimum	Maximum	Mod	Medyan	Mean	Std. Sapma
G	469	1,00	5,00	4,00	3,75	3,5837	0,84325
Valid N (listwise)	469	-	-	-	-	-	-

Şekil 4.9: Güvene ilişkin histogram grafiği



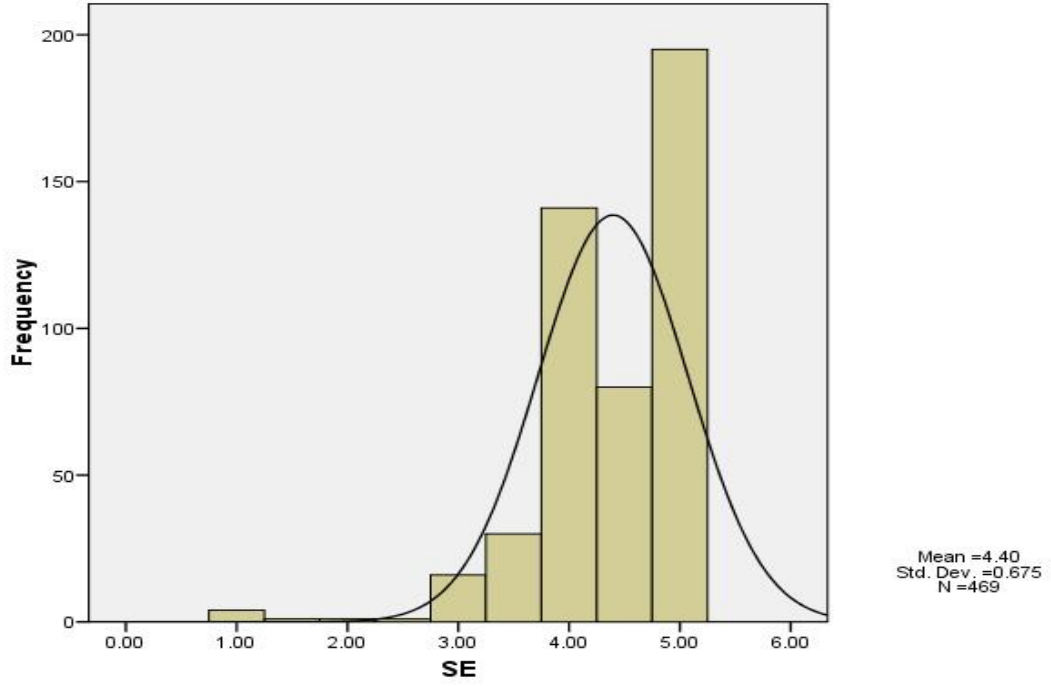
4.4.2.5. Öz Yeterlilik

Öz yeterliliğe ilişkin olarak tablo 4.23 ile şekil 4.10'da aktarılan sonuçlar değerlendirildiğinde, bu faktöre ilişkin ortalamanın (mean) = 4,39, modun=5, , medyanın=4,5 olduğu, bununla birlikte standart sapma değerinin (Std. Sapma) = 0,67 olmasının bireylerin görüşlerinde önemli farklılıklar bulunmadığını gösterdiği belirlenmiştir. Ezcümle, internet bankacılığını kullanan bireylerin öz yeterliliği haiz oldukları anlaşılmaktadır

Tablo 4.23: Öz yeterliliğe ilişkin anket sonuçları

	N	Minimum	Maximum	Mod	Medyan	Mean	Std. Sapma
ÖY	469	1,00	5,00	5,00	4,50	4,3966	0,67500
Valid N (listwise)	469	-	-	-	-	-	-

Şekil 4.10: Öz yeterliliğe ilişkin histogram grafiği



4.4.3. Faktörler Arasındaki İlişkiler ve Hipotezlerin Sınanması

Bu bölümde algılanan kullanışlılık, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet, güven ve öz yeterlilik faktörleri arasındaki ilişkiler irdelenerek bölüm 4.1’de yer verilen araştırma modelimize esas teşkil eden araştırma hipotezlerinin geçerliliği sınanmıştır.

Bu amaçla istatistiksel olarak korelasyon analizine başvurulması mümkündür. İki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi ortaya koyma imkânını sunan korelasyon analizi, bununla birlikte bu ilişkinin derecesinin de ölçülmesine olanak sağlamaktadır. Bu derece pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanmaktadır.

Mamafih, pearson korelasyon katsayısının tatbik edilebilmesi için bazı koşulların sağlanması gerekmekte olup, bu koşullardan biri de değişkenlerin normal dağılım

göstermeleri gerekliliğidir. Öte yandan, önceki bölümlerde ortaya konduğu üzere çalışmamıza esas veriler normal bir dağılım arz etmemektedir.¹

Verilerin normal dağılıma uymaması, bir başka deyişle parametrik olmamaları halinde, veriler arasındaki ilişkinin derecesini ölçmek üzere pearson korelasyon katsayısı yerine spearman's korelasyon katsayısı (spearman's ρ) kullanılmaktadır. Bu bahisle, hipotezlerimizin sınanabilmesi amacıyla spearman's korelasyon katsayısı kullanılarak analizimize devam edilmiştir.¹

Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan Kullanışlılık

“H1: Bireyin algılanan kullanım kolaylığının, bireyin algılanan kullanılabilirliği üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin spearman's ρ korelasyon katsayılarına tablo 4.24'de yer verilmiş olup, 0,612 olarak tezahür eden bu değer pozitif ve yüksek bir korelasyona işaret etmektedir. Bununla birlikte “Sig.(2-tailed)” satırlarında 0,000 olarak hesaplanan değerler ise, mezkur korelasyon katsayısının 0,01 anlamlılık düzeyinde kabul gördüğünü belirtmektedir. Netice olarak, H1 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.24: Algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirlik arasındaki ilişkiye ilişkin spearman's rho katsayısı

			AKK	AK
Spearman's ρ	AKK	Correlation Coefficient	1,000	.612
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	AK	Correlation Coefficient	.612	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Davranışsal Niyet

“H2: Bireyin algılanan kullanım kolaylığının, bireyin davranışsal niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin spearman's ρ korelasyon katsayılarına tablo 4.25'de yer verilmiş olup, 0,596 olarak tezahür eden bu değer pozitif ve nispeten

¹ Eymen, U. U., 2007, SPSS Kullanım Kılavuzu [online], İstatistik Merkezi, http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2009/bby606/SPSS_15.0_ile_Veri_Analizi.pdf [Erişim tarihi: 25.11.2012]

kuvvetli bir korelasyona işaret etmektedir. Ayrıca 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinden de, 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir. Netice olarak, H2 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.25: algılanan kullanım kolaylığı ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiye ilişkin spearman’s rho katsayısı

			AKK	DN
Spearman's rho	AKK	Correlation Coefficient	1,000	.596
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	DN	Correlation Coefficient	.596	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Algılanan Kullanışlılık ve Davranışsal Niyet

“H3: Bireyin algılanan kullanılabilirliğinin, bireyin davranışsal niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin spearman’s ρ korelasyon katsayılarına aşağıdaki tablo 4.26’da yer verilmiş olup, 0,732 olarak tezahür eden bu değer pozitif ve güçlü bir korelasyona işaret etmektedir. Ayrıca 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değeri de, 0,01 düzeyinde anlamlıdır. Netice olarak, H3 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.26: Algılanan kullanılabilirlik ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiye ilişkin spearman’s rho katsayısı

			AK	DN
Spearman's rho	AK	Correlation Coefficient	1,000	.732
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	DN	Correlation Coefficient	.732	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Öz Yeterlilik ve Davranışsal Niyet

“H4: Bireyin öz yeterliliğinin (SE) davranışsal niyeti (BI) üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin tablo 4.27’de yer verilen ve 0,656 olarak gerçekleşen spearman’s ρ korelasyon katsayısı pozitif ve güçlü bir korelasyona işaret etmekte olup,

0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değeri de, 0,01 düzeyinde anlamlıdır. Netice olarak, H4 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.27: Öz yeterlilik ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiye ilişkin spearman’s rho katsayısı

			ÖY	DN
Spearman's rho	ÖY	Correlation Coefficient	1,000	.656
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	DN	Correlation Coefficient	.656	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Öz Yeterlilik ve Algılanan Kullanım Kolaylığı

“H5: Bireyin öz yeterliliğinin algılanan kullanım kolaylığı üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin spearman’s ρ korelasyon katsayılarına tablo 4.28’de yer verilmiş olup, 0,577 olarak tezahür eden bu değer pozitif ve nispeten yüksek bir korelasyona işaret etmektedir. Bununla birlikte “Sig.(2-tailed)” satırlarında 0,000 olarak hesaplanan değerler ise, mezkur korelasyon katsayısının 0,01 anlamlılık düzeyinde kabul gördüğünü belirtmektedir. Netice olarak, H5 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.28: Öz yeterlilik ve algılanan kullanım kolaylığı arasındaki ilişkiye ilişkin spearman’s rho katsayısı

			ÖY	AKK
Spearman's rho	ÖY	Correlation Coefficient	1,000	.577
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	AKK	Correlation Coefficient	.577	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Öz Yeterlilik ve Algılanan Kullanışlılık

“H6: Bireyin öz yeterliliğinin (SE) algılanan kullanılabilirliği (PU) üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin tablo 4.29’da yer verilen ve 0,606 olarak gerçekleşen spearman’s ρ korelasyon katsayısı pozitif ve güçlü bir korelasyona işaret ederken, 0,000

olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin ise 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu saptanmıştır. Netice olarak, H6 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.29: Öz yeterlilik ve algılanan kullanışlılık arasındaki ilişkiye ilişkin spearman’s rho katsayısı

			ÖY	AK
Spearman's rho	ÖY	Correlation Coefficient	1,000	.606
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	AK	Correlation Coefficient	.606	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Güven ve Öz Yeterlilik

“H7: Güvenin (T) bireyin öz yeterliliği (SE) üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin olarak tablo 4.34’de yer verilen spearman’s ρ korelasyon katsayısı 0,353 olarak hesaplanmış olup, 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olması nedeniyle bu faktörler arasında bir ilişki mevcuttur, ancak zayıf bir korelasyondan söz etmek gerekir. Netice olarak H7 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.30: Güven ve öz yeterlilik arasındaki ilişkiye ilişkin spearman’s rho katsayısı

			G	ÖY
Spearman's rho	G	Correlation Coefficient	1,000	.353
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	ÖY	Correlation Coefficient	.353	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Güven ve Davranışsal Niyet

“H8: Güvenin bireyin davranışsal niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin tablo 4.31’de yer verilen ve 0,364 olarak gerçekleşen spearman’s ρ korelasyon katsayısı faktörler arasında zayıf bir ilişki bulunduğuna işaret etmekte, bununla birlikte 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin ise 0,01 düzeyinde anlamlı olması nedeniyle H8 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.31: Güven ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiye ilişkin spearman's rho katsayısı

			G	DN
Spearman's rho	G	Correlation Coefficient	1,000	.364
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	DN	Correlation Coefficient	.364	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Güven ve Algılanan Kullanım Kolaylığı

“H9: Güvenin algılanan kullanım kolaylığı üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin spearman's ρ korelasyon katsayılarına tablo 4.32'de yer verilmiş olup, 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olması nedeniyle 0,460 olarak tezahür eden bu değer faktörler arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer hipotezler arasında zayıf bir korelasyona işaret etmekle birlikte, netice olarak H9 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.32: Güven ve algılanan kullanım kolaylığı arasındaki ilişkiye ilişkin spearman's rho katsayısı

			G	AKK
Spearman's rho	G	Correlation Coefficient	1,000	.460
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	AKK	Correlation Coefficient	.460	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Güven ve Algılanan Kullanışlılık

“H10: Güvenin algılanan kullanılabilirlik üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin spearman's ρ korelasyon katsayısı tablo 4.33'de yer aldığı üzere 0,333 olarak hesaplanmış olup, mezkur değer zayıf bir korelasyona işaret etmektedir. Öte yandan, 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olması nedeniyle H10 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.33: Güven ve algılanan kullanışlılık arasındaki ilişkiye ilişkin spearman's rho katsayısı

			G	AK
Spearman's rho	G	Correlation Coefficient	1,000	.333
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	AK	Correlation Coefficient	.333	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

Güven ve Öz Yeterlilik

“H11: Güvenin (T) bireyin öz yeterliliği (SE) üzerinde anlamlı etkisi vardır.” hipotezine ilişkin olarak tablo 4.34’de yer verilen spearman’s ρ korelasyon katsayısı 0,353 olarak hesaplanmış olup, 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olması nedeniyle bu faktörler arasında bir ilişki mevcuttur, ancak zayıf bir korelasyondan söz etmek gerekir. Netice olarak H11 hipotezi kabul edilmektedir.

Tablo 4.34: Güven ve öz yeterlilik arasındaki ilişkiye ilişkin spearman's rho katsayısı

			G	ÖY
Spearman's rho	G	Correlation Coefficient	1,000	.353
		Sig. (2-tailed)	.	0,000
		N	469	469
	ÖY	Correlation Coefficient	.353	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,000	.
		N	469	469

5 TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye’de internet bankacılığının kullanılmasını etkileyen unsurlar literatürde geniş bir kabul gören TAM çerçevesinde ele alınmıştır.

Literatürde internet bankacılığının benimsenmesine dair TAM kullanılarak yapılan çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır, bununla birlikte çalışmalarda kullanılan açıklayıcı değişkenlerin de oldukça çeşitlilik arz ettiği görülmüştür. Söz konusu değişkenlerin tamamının esas alındığı bir modelin kurgulanması ise, değişken sayısının artması paralelinde ampirik verilerin toplanmasını güçleştirdiği için kısıtlamalar gerektirmektedir. Bu nedenle TAM modelinin açıklama gücünün artırılabilmesini teminen modele sadece güvenlik ve öz yeterlilik değişkenleri eklenmiştir.

Modelin geçerliğinin araştırılmasını teminen anket tekniğine başvurulmuş, bu amaçla online bir anket İstanbul ilinde mukim ve eğitim durumu, gelir düzeyi, ikamet edilen/çalışılan semt, yaş, cinsiyet, doğum yeri gibi demografik özelliklerden arı olarak internet bankacılığını kullanan bireylere tatbik edilmiştir. Çalışma sonucunda bilimsel açıdan kullanılabilir 469 adet anket formu elde edilmiştir.

Kabaca iki kısımdan oluştuğu söylenebilecek olan ankette ilk etapta internet bankacılığının kullanılmasının kabulüne etki eden değişkenlerin belirlenmesine yönelik sorular yöneltilmiş, akabinde cinsiyet, yaş, bilgisayar/internet kullanımı bilgilerinden mütevellit suallerle bazı demografik bilgilerin iktisabına çalışılmıştır. Online olarak elde edilen ve depolanan anket sonuçları Windows ortamında bir istatistik paket programına aktarılarak veriler değerlendirilmiştir.

İlk etapta, internet bankacılığı kullanıcılarının algılanan kullanılabilirlik, algılanan kullanım kolaylığı, davranışsal niyet, güven ve öz yeterlilik faktörlerine ilişkin değerlendirmeleri araştırılmıştır. Söz konusu sonuçlara tablo 5.1’de topluca yer verilmiştir.

Tablo 5.1: Faktörlerin sıklık dağılımları

Faktör	Mod	Medyan	Mean	Std. Sapma
AK	5	5	4,6199	0,64561
AKK	4	4,25	4,1919	0,66463
DN	5	4,75	4,5688	0,62825
G	4	3,75	3,5837	0,84325
ÖY	5	4,5	4,3966	0,675

Söz konusu bilgilerden; internet bankacılığı kullanıcılarında en benimsenen faktörün algılanan kullanılabilirlik olduğu, buna mukabil internet bankacılığı kullanıcılarının güven unsuru konusunda daha mütereddit oldukları ve bu konuda görüş farklılıklarının daha belirginleştiği anlaşılmıştır.

Bu anlamda, internet bankacılığı kullanıcıları nezdinde güvenin oluşması yönünde iyileştirmeler yapılabileceği düşünülmektedir.

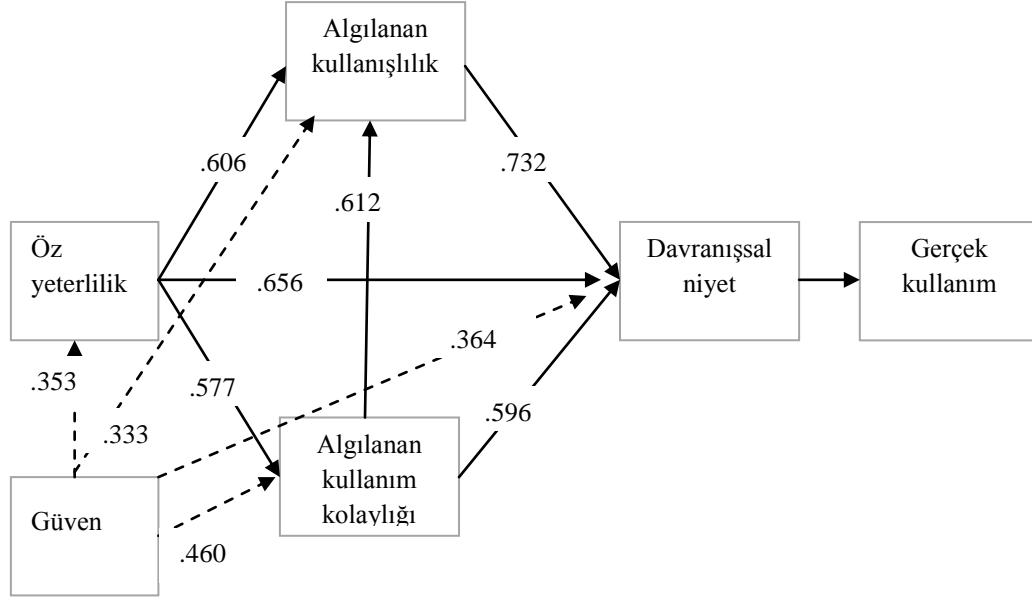
Tasarlanan hipotezlerin sınanması sonucunda ulaşılan bulgulara tablo 5.2’de topluca yer verilmiştir.

Tablo 5.2: Hipotezlerin topluca değerlendirilmesi

Hipotez	Spearman's rho	Durumu
H1: Bireyin algılanan kullanım kolaylığının (AKK), bireyin algılanan kullanılabilirliği (AK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.612	Kabul edilmiştir
H2: Bireyin algılanan kullanım kolaylığının (AKK), bireyin davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.596	Kabul edilmiştir
H3: Bireyin algılanan kullanılabilirliğinin (AK), bireyin davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.732	Kabul edilmiştir
H4: Bireyin öz yeterliliğinin (ÖY) davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.656	Kabul edilmiştir
H5: Bireyin öz yeterliliğinin (ÖY) algılanan kullanım kolaylığı (AKK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.577	Kabul edilmiştir
H6: Bireyin öz yeterliliğinin (ÖY) algılanan kullanılabilirliği (AK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.606	Kabul edilmiştir
H7: Güvenin (G) bireyin öz yeterliliği (ÖY) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.353	Kabul edilmiştir
H8: Güvenin (G) bireyin davranışsal niyeti (DN) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.364	Kabul edilmiştir
H9: Güvenin (G) algılanan kullanım kolaylığı (AKK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.460	Kabul edilmiştir
H10: Güvenin (G) algılanan kullanılabilirlik (AK) üzerinde anlamlı etkisi vardır.	.333	Kabul edilmiştir

Söz konusu spearman's rho katsayılarının araştırma modeline dercedilmesi suretiyle elde edilen ilişkilere şekil 5.1’de yer verilmiştir.

Şekil 5.1: Spearman’s rho katsayılarını içeren model



Şekil 5.1’den de açıkça görülebildiği üzere, modelde korelasyon katsayıları en düşük tezahür eden faktör güvendir. Bunun belirtilmesini teminen, ilgili faktörün diğer faktörlerle ilişkileri kesikli olarak belirtilmiştir. Bununla birlikte, söz konusu ilişkileri temsil eden spearman’s rho katsayıları görece düşük olmakla birlikte 0,000 olarak hesaplanan “Sig.(2-tailed)” değerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olması nedeniyle bir ilişkinin mevcudiyetine işaret etmektedir.

İnternet bankacılığını kullanma niyetinin şekillenmesinde en ağırlıklı faktörün algılanan kullanılabilirlik olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu literatürdeki diğer çalışmalarla paraleldir (Zahid ve diğ. 2010, Safeena ve diğerleri 2011, Cheng ve diğerleri 2006). Bu anlamda, internet bankacılığı işlemlerinin kullanıcılar için daha efektif olmasının sağlanması halinde bireylerin internet bankacılığı kullanımına daha istekli olacakları sonucuna ulaşılmakta olup, internet bankacılığı kullanımının geliştirilmesinde bu hususun göz önünde bulundurulabileceği düşünülmektedir.

Modelden, öz yeterliliğin internet bankacılığını kullanma niyetinin şekillenmesinde ikinci önemli unsur olduğu görülmekte olup, bu husus ilgi çekici bulunmuştur. Bununla birlikte, literatürdeki araştırmaların bir bölümü de öz yeterliliğin internet bankacılığı kullanımını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Chan ve Lu 2004, Ariff ve diğ. 2012). Bazı diğer çalışmalarda ise öz yeterliliğin algılanan kullanılabilirlik (Reid 2008) ve algılanan kullanım kolaylığı (İgbaria ve Iivari 1995) üzerinde etki ederek internet bankacılığı kullanımını şekillendirdiği ortaya konmuştur.

Modelde açığa çıkan diğer ilişkiler incelendiğinde;

- a) algılanan kullanım kolaylığının, bireyin algılanan kullanılabilirliği,
- b) öz yeterliliğinin, algılanan kullanım kolaylığını,
- c) öz yeterliliğinin, algılanan kullanılabilirliği

istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği görülmektedir. Netice olarak, söz konusu ilişkilerin modelin ihdas amacına uygun bir görünüm arz ettikleri, internet bankacılığının kullanımına ilişkin yapılan çalışmalarda bu faktörlerin gözlemlenmesinin fayda sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Fishbein, M., Ajzen, I., 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. (s. 300-302).
- Delikanlı, İ.U., 2005. *Türk Bankacılık Sektöründe Kapasite Analizi (1981-2000) ve Avrupa Birliği İle Mukayesesi*. Ankara:Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu Yayınları.
- Keskin, E., İnan, A. İ., Mumcu, M. & Erdönmez, P. 2008. *50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958-2007”*. İstanbul:Türkiye Bankalar Birliği Yayınları
- Coşkun, M. N., Ardor, H. N., Çermikli, A. H., Eruygur, H. O., Öztürk, F., Tokatlıoğlu, İ., Aykaç, G. & Dağlaroğlu, T., 2012. *Türkiye’de Bankacılık Sektörü Piyasa Yapısı, Firma Davranışları ve Rekabet Analizi*. İstanbul:Türkiye Bankalar Birliği Yayınları
- Sneyder, C. R. ve Lopez, S. J., 2002. *Handbook Of Positive Psychology*. Oxford University Press

Sürelî Yayınlar

- Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behaviour, University of Massachusetts at Amherst, Organizational Behaviour and Human Decision Processes, **50**, ss. 179-211
- Davis, F. D., Bagozzi, R. B., & Warshaw, P. R. 1989. User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models, *Management Science*, **35**, (8), ss.982–1003
- Davis, F. D. ve Viswanath V. 1996. A Critical Assesment Of Potential Measurement Biases In The Technology Acceptance Model: Three Experiments, *International Journal of Human-Computer Studies*, **45**, ss.19-45
- Salih, D., Çalışkan, A. Ö., Akbaş, H. E. & Gündoğdu, C. E., 2009. İnternet Bankacılığını Kullanma Kararını Etkileyen Faktörler: Türk Banka Müşterileri Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. **26**, (1), ss.133-155
- Chuttur, M. Y., 2009. Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. *Sprouts: Working Papers on Information Systems*. **9**, (37), ss.1-?
- Shumaila, Y. Y., Gordon, R. F., & Pallister, J. G., 2010. Explaining Internet Banking Behavior: Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior or Technology Acceptance Model. *Journal of Applied Social Psychology*, **40**, (5), ss.1172-1202
- Mayer R. C., Davis J. H. & Schoorman F.D., 1995. An İntegrative Model of Organizational Trust, *Academy of Management Review*, **20**, (3), ss.709-734.
- Gülmez, M. ve Kitapçı, O., 2006. İnternet Bankacılığı ve Müşteri Davranışları: Cumhuriyet Üniversitesi Akademik ve İdari Personeline Yönelik Bir Uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. **7**, (2), ss.83-100
- Nelson, M. R., 1999. Bank Marketing and İnformation Technology: A Historical Analysis of The Post-1970 Period. *International Journal of Bank Marketing*, **17**, (6), ss.265-274
- Korkmaz, S. ve Gövdeli, Y. E., 2004. Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*. **15**, s.4
- Şahin, İ., 2006. Detailed Review Of Rogers' Diffusion Of Innovations Theory and Educational Technology-Related Studies Based On Rogers' Theory *The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET*. **5** (2), ss. 16-17

- Nor, K. M., 2007. The Influence of Trust on Internet Banking Acceptance. *Journal of Internet Banking and Commerce*, **12** (2), ss.2-10.
- Gefen, D., 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, **27** (1), ss.51-90
- Suh, B. ve Han, I., 2002. Effect Of Trust On Customer Acceptance Of Internet Banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, **1**, ss.247-263
- Bander, A. A. ve Dennis, C. 2006. The Impact of Trust on Acceptance of Online Banking. *European Association of Education and Research in Commercial Distribution*
- Alsajjan, B. ve Dennis, C. 2010. Internet Banking Acceptance Model: Cross-Market Examination. *Journal of Business Research*. **63**, ss.957-963
- Ustasüleyman, T. ve Eyüboğlu K., 2010. Bireylerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Belirlenmesi. *Bankacılık ve Finansal Piyasalar, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu Yayınları*. **4** (2), ss.11-38
- Bandura, A., 1977. Self-Efficacy:Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*. **84** (2), ss.191-215
- Chan, S. C. ve Lu, M. T., 2004. Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective. *Journal of Global Information Management*. **12** (3), ss.21-43
- Ariff, M. S., Yeow, S. M., Zakuan, N., Jusoh, A. & Bahari A. Z., 2012. The Effects of Computer Self-Efficacy and Technology Acceptance Model on Behavioral Intention in Internet Banking Systems. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. **57**, ss.448-452
- Reid, M., 2008. Integrating Trust and Computer Self-Efficacy with TAM: An Empirical Assessment of Customers' Acceptance of Banking Information Systems (BIS) in Jamaica. *Journal of Internet Banking and Commerce*. **12** (3), ss.1-18
- Igbaria, M. ve Iivari, J., 1995. The Effects of Self-efficacy on Computer Usage. *Omega, The International Journal of Mangement Science*. **23** (6), ss.587-605
- Nasri, W. ve Charfeddine, L., 2012. Factors Affecting The Adoption Of Internet Banking In Tunisia: An İntegration Theory Of Acceptance Model and Theory Of Planned Behavior. *Journal of High Technology Management Research*. **23**, ss.1-14
- Zahid, N., Mujtaba, A. & Riaz, A., 2010. Consumer Acceptance of Online Banking. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*. **27**, ss.44-51

- Safeena, R., Date, H. & Kammani, A., 2011. Internet Banking Adoption in an Emerging Economy: Indian Consumer's Perspective. *International Arab Journal of e-Technology*. **2** (1), ss.56-61
- Lee, M. C., 2009. Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking: An Integration Of TAM and TPB With Perceived Risk and Perceived Benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*. **8**, ss.130–141
- Cheng, E. T. C., Lam, D. Y. C. & Yeung, A. C. L., 2006. Adoption Of Internet Banking: An Empirical Study In Hong Kong. *Decision Support Systems*. **42**, ss.1558–1572
- Lai, V. S. ve Li, H., 2004. Technology Acceptance Model For Internet Banking: An Invariance Analysis. *Information & Management*. **42**, ss.373-386.

Diğer Yayınlar

- Davis, F. D., (1985) A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems:Theory and Results, *Thesis Ph.D.* Amerika:Massachusetts Institute of Technology
- Baraghani, S. N., (2007) Factors Influencing The Adoption of İnternet Banking. *Master's Thesis.* İsveç:Lulea University of Technology
- Podder, B., (2005) Factors Influencing the Adoption and Usage Of İnternet Banking: A New Zealand Perspective. *Master's Thesis.* Yeni Zellanda:Auckland University
- Duodu K. K. ve Yamoah D. D., (2011) Adoption of İnternet Banking Among Ghanaian Consumers: A Study Using Decomposed Theory of Planned Behaviour. *Master's Thesis.* İsveç:Lulea University of Technology
- Okonkwo, I., (2012) Behavioral Intention to Adopt İnternet Banking. *Master's Thesis.* İsveç:Lulea University of Technology
- Quayyum, F. ve Haider A., (2012) Factors Determining Customers' Adoption Of İnternet Banking. *Master's Thesis.* İsveç:Mälardalen University
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. 2001. *Bankacılık Sektörü Yeniden Yapılandırma Programı.* İstanbul
- Bankacılık Kanunu (5411 s. k). **Resmi Gazete**, 25983; 1 Kasım 2005
- Eymen, U. U., 2007, SPSS Kullanım Kılavuzu [online], İstatistik Merkezi, http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/courses/spring2009/bby606/SPSS_15.0_ile_Veri_Analizi.pdf [Erişim tarihi: 25.11.2012]
- http://www.cc.boun.edu.tr/training/internet_tur.pdf [Erişim tarihi: 16.04.2012]
- http://www.yapikredi.com.tr/tr-TR/BDDK/tbb_uyarilari.pdf [Erişim tarihi: 25.11.2012]
- <http://www.halkbank.com.tr/channels/1.asp?id=111> [Erişim tarihi: 25.11.2012]
- <http://www.finansbank.com.tr/Bankacilik/alternatif-dagitim-kanallari/internet-bankaciligi/bireysel-yapabileceginiz-islemler.aspx> [Erişim tarihi: 25.11.2012]
- <http://www.sekerbank.com.tr/kurumsal/sss.jsp> [Erişim tarihi: 25.11.2012]
- <http://ezinearticles.com/History-of-Online-Banking> [Erişim tarihi: 16.04.2012]
- <http://www.tuik.gov.tr/> [Erişim tarihi: 16.04.2012]
- <http://www.tbb.org.tr/english/asp/web.asp> [Erişim tarihi: 18.04.2012]
- <http://search.worldbank.org/> [Erişim tarihi: 17.04.2012]

[http://www.tbb.org.tr/tr/Banka ve Sektor Bilgileri/Tum Raporlar.aspx](http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Tum_Raporlar.aspx) [Erişim tarihi: 14.04.2012]

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/> [Erişim tarihi: 23.04.2012]

<http://www.statisticbrain.com/online-banking-statistic/> [Erişim tarihi: 20.04.2012]

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_population [Erişim tarihi: 23.04.2012]

<http://www.isbank.com.tr/content/TR/Guvenlik-292-292.aspx> [Erişim tarihi: 02.01.2013]

<http://www.akbank.com/bireysel/ozgur-bankacilik/internet-subesi-guvenlik.aspx> [Erişim tarihi: 02.01.2013]

http://www.garanti.com.tr/tr/bireysel/subesiz/internet_bankaciligi/guvenlik.page [Erişim tarihi: 02.01.2013]

<http://www.spsstools.net/Syntax/ItemAnalysis/UsingSPSSforItemAnalysis.pdf> [Erişim tarihi: 02.01.2013]

EKLER

EK 1 ANKET

Soru	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
İnternet bankacılığını kullanarak bankacılık işlemlerimi daha hızlı bir şekilde gerçekleştiririm					
İnternet bankacılığını kullanarak bankacılık işlemlerimi daha kolay yaparım					
İnternet bankacılığını kullanmak benim için faydalıdır					
İnternet bankacılığını kullanmak benim için avantajlıdır					
İnternet bankacılığını kullanmada ustalaşmak kolaydır					
İnternet bankacılığını kullanmak benim için kolaydır					
İnternet bankacılığının kullanımı açık ve anlaşılabilir					
İnternet bankacılığını kullanırken herhangi bir işleme/menüye ulaşmak kolaydır					
İnternet bankacılığını yakın gelecekte de kullanmak niyetindeyim					
Çevremdekilere internet bankacılığını kullanmaları için tavsiyede bulunurum					
Bankacılık işlemlerim için internet bankacılığını kullanmayı tercih ederim					
Kendimi bankacılık işlemleri için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görürüm					
İnternet bankacılığı üzerinden gizli bilgilerimi iletirken güvenlik endişesi yaşamam					
İnternet bankacılığını kullandığımda bir dolandırıcılık olayına maruz kalmayacağımı bilirim					
İnternet bankacılığı üzerinden gizli bilgilerime erişirken kendimi tamamen güvende hissedirim					
İnternet bankacılığı sitelerine güvenirim					

Lütfen aşağıdaki sorularda en uygun cevabı işaretleyiniz	bay				bayan
	Cinsiyetiniz				
	0-24	25-30	31-35	36-40	41+
Yaşınız					
	Hiç	0-1 yıl	1-4 yıl	5-9 yıl	10+
Ne kadar süredir bilgisayar kullanıyorsunuz?					
	Hiç	0-1 yıl	1-4 yıl	5-9 yıl	10+
Ne kadar süredir internet kullanıyorsunuz?					