

Araştırma Makalesi

Doi:

İstanbul'da Ticaret Sektöründeki Bireylerin İnternet Bankacılığına İlişkin Yaklaşımların İncelenmesi

İrem Nida İnceç , Prof.Dr. Yusuf Tuna²

Başvuru Tarihi:03.08.2021

Kabul Tarihi: 14.08.2021

Yayın Tarihi:25.09.2021

Öz

Bu araştırmada İnternet Bankacılığı Servis Memnuniyeti ve Bankacılık İşlemleri Hizmet Memnuniyeti anketleri uygulanmıştır. Yapılan çalışmada internet bankacılığı kullanan ticaret sektöründeki bireylerin tüketim oranlarının belirlenmesi, bireylerin beklentilerinin tespit edilmesi, internet bankacılığını kullanma nedenlerinin saptanması ve internet bankacılığı hizmetinden memnun olup olmadıklarını bireylerin demografik bilgileri dikkate alınarak bireylerin internet bankacılığına ilişkin yaklaşımları incelenmiştir. Anket 340 kişiye ulaştırılmış bunlardan 4 tanesi eksik bilgi içerdiğinden elenmiş, 55 kişi geri dönüş sağlamamıştır. Anket uygulanan kişilerin 281 tanesi geri dönüş gerçekleştirmiştir. Bireylerin internet bankacılığını kullanımında zaman tasarrufu sağladıkları, istenilen bilgileri güven problemi yaşamadan paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmada ticaret sektöründeki bireylerin internet bankacılığı hizmetinden memnun oldukları kanaatine varılmıştır. İlerleyen zamanlarda internet bankacılığının kullanım sayısının artacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelime : İnternet; İnternet Bankacılığı; Ticaret Sektörü

Abstract:

In this research, Internet Banking Service Satisfaction and Banking Transactions Service Satisfaction surveys were applied. In the study, individuals approaches to internet banking were examined by determining the consumption rates of individuals in the commerce sector using internet banking, determining the expectations of individuals, determining the reasons for using internet banking, and taking into account the demographic information of individuals, whether they are satisfied with internet banking service or not. The questionnaire was delivered to 340 people, 4 of them were eliminated because they contain incomplete information, 55 people did not respond. 281 of the people who were surveyed responded. It has been concluded that individuals save time in the use of internet banking and share the desired information without having any trust problems. In the research, it was concluded that individuals in the commercial sector are satisfied with the internet banking service. It is thought that the number of uses of internet banking will increase and it will be adopted more in the future.

Keyword: Internet; Internet Banking; Trade Sector

1. Giriş

İnternetin tüketilmesi sonucunda meydana gelen ve hızlı bir şekilde tüm dünyada gelişim gösteren internet bankacılığı, bankalara ve müşterilere büyük avantajlar sunduğu bilinmektedir. Bununla beraber internet bankacılığı elektronik kanallar arasından sıyrıldığı görülmektedir. İnternet yardımıyla bankacılık sektöründe zaman ve mekan kısıtlamaları ortadan kalktığını söylemek mümkündür. Yeryüzünde herhangi bir noktada yaşamını sürdüren bir banka müşterisi, haftanın yedi günü, günün yirmi dört saati basit bir yolla hesaplarına ulaşabilme ve istedikleri işlemleri gerçekleştirebilme imkanına sahiptir. Bu açıdan bireylerin internet bankacılığı tüketimini yaygınlaşması, bankaların kendi müşterilerine sundukları faydayı azaltmadan maliyetlerinde tasarruf etme imkanı vermektedir.(Özkan, 2017).

2. Literatür

2.1. Ticaret

Ticaretteki bireylerin getiri sağlamak amacıyla kalkıştıkları ve taşınması mümkün olan her türlü hizmet, mal, yiyecek gibi unsurların alışverişini kapsayan iktisadi bir etkinliktir (Bozkurt, 2010).

Ticaret kavramı insanoğlunun uzun yıllar önce yapmaya başladığı bir faaliyet olduğunu söylemek mümkündür. Yıllar önce insanların yaşamını sürdürdüğü ufak yerleşim alanlarında yerel boyutta ve takas usulü ile yapılmıştır. Ticaret ilerleyen zamanlarda nüfusun artmasıyla bütün dünyaya ele geçirmiştir. Devletlerin var olmasıyla ve hükümetleri ayakta tutan önemli faktör haline gelmiştir (Yüksel, 2016). Dünya ticaretindeki gerçekleşen gelişmeler, dünya ekonomisindeki genişlemeyi desteklemiş ve teknolojik yönündeki büyük değişimlerle her zaman paralel gitmiştir. (Bozkurt, 2010).

2.2.Bankacılık

Yeryüzün de var olan dillerin bazı değişikliklerle anlatım biçimi “banka” kelimesinin İtalyanlardan “banco” sözcüğünden gelmiş, fakat ilerleyen yıllarda banco sözcüğü “banka” adını alarak kullanılmıştır (Parasız, 1992).

Banka terimini en geniş anlamda ele aldığımızda; Var olan öz kaynakları ile belirlenmiş bir zaman dilimiyle ücretsiz, ya da belli miktar ücret karşılığında verdikleri mevduat gibi yabancı kaynaklarında tüketerek, banka müşterilerinin kredi ihtiyaçlarını yerine getiren kuruluşların tümünü kapsamaktadır (Yıldırım, 2006).

Bankacılık yöntemi ilk çağlarda bazı din adamları aracılığıyla ibadethanelerde görülmüştür. Ayrıca ibadethanelerin ilk bankalar vasıtasını taşıdığını, din ile uğraşan insanların ise ilk bankacılar olduğu tahmin edilmektedir (Tarlan, 1986).

Bankacılık müessesesi geçmiş yıllara dayanmaktadır. Eski dönemlerden beri toplumda var olan insanların sahip olduğu değerli eşyalarını güvenli bir biçimde emanet edebilmek, gereken kredileri karşılayabilmek küçük kentler de ve bazı kasabalarda para transferini yerine getirmek için bankacılık sektörü doğmuştur (Tarlan, 1986).

Günümüzdeki bankalar daha çok komplike yapıya sahiplerdir. Şuan ki bankaların komplike olma nedenlerinden en temel özelliği teknoloji ile dünyanın ekonomik düzeyi hızlı oranda değişmesi ve artmasıdır (Uzkesici, 1994).

Bankacılık düşüncesi modern ve çağdaş anlamda ilk kez Avrupa da görülmüştür. Haçlı seferlerin tesiri ile Avrupa'nın ilk güneyinde, ilerleyen zamanlar da ise Avrupa'nın tümüne yayılmıştır (Tarlan, 1986).

Bankacılık sektörün de yapılan araştırmaların sonucuna göre 1157 tarihinde İtalya Venedik Şhrinde banka faaliyetlerine başlanmış, ilerleyen zamanlar da ise yine İtalya'da bulunan Cenova kentinde 1170 senesinde, İspanya'nın Barcelona kentinde ise 1401 yılında iki tane banka hizmete açılmıştır.

1924'te ilk defa özel sektör adı altında Türkiye İş Bankası kurulmuş ve faaliyete geçmiştir.Bankacılık sektörünün gelişmesi adına ve haksız rekabetin önüne geçilebilmesi için Türkiye Bankalar Birliği kurulmuştur (Keskin ve İnan, 2008).

2.3. İnternet ve İnternet Bankacılığı

İnternet kavramı kullanıldığı zaman akla birden fazla tanım gelmektedir. Bazılarına göre sohbet, kütüphane veya E-posta olmaktadır. Bazılarına göre var olduğumuz yüzyılın en büyük gelişmesi olduğu düşünülmektedir. Şüphesiz internet teknolojisinin radyo, telefon ve televizyon ile ilgili benzer yönleri vardır. Bazı yapılan benzetmeler, internet teknolojisinin basit anlatılması üzerine yapılmış, fakat internet teknolojisi çok başka ve güçlü teknolojiye sahiptir (Büyükdemir, 1997).

İlk zamanlarında yığınsal ve alışa gelmiş işlemler olarak isimlendirilen bankacılık faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla benimsenen bilgisayar teknolojisi aynı zamanda iktisadi hayatın en sağlam sektörü olarak bilinen bankacılık sektörünü aktifleştiren ve bugünden yarıya güvenli bir şekilde taşıyan bir unsur durumuna gelmiştir.(Büyükdemir, 1997).

1987 senesinde ilk kez Türkiye'ye internet teknolojisi gelmiştir. Öncülük eden Ege Üniversitesi sayesinde faaliyete geçen Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile beraber internet buluşu meydana gelmiştir. 12 Nisan

1993 tarihinde Ankara ile Washington birliğinde kiralık hat kurulmuş beraberin de Türkiye, internet teknolojisiyle ilk defa tanışmıştır (Öçer, 2000).

İnternet bankacılığın ilk kez doğduyu yer olarak kabul görülen ülke ABD olduğunu söylemek mümkündür. Bununla beraber diğer ülkelere göre Avrupa ülkeleri internet bankacılığı konusunda oldukça ileri seviyededir. Finlandiya bankası olan Merita Nord Bankası 1998 yılında 550.000 internet bankacılığı kullanıcılarına sahiptir. Aynı tarihte İsveç'te var olan internet bankacılığı kullanıcısı 549.000 seviyesine ulaştığı bilinmektedir (Korkmaz ve Gövdeli, 2004).

Türkiye'de internet bankacılığa ilk adımı atan 1997 senesinde İş bankası olmuştur. Bununla birlikte 1997 senesinde Garanti Bankası devam etmiştir. İlerleyen zamanlarda Osmanlı Bankası, Pamukbank, Esbank olarak kullanıcılarına hizmet vermişlerdir (Kartal ve Pala, 2010).

Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ile birlikte internet bankacılığı hizmeti veren bankaların sayısı büyük oranda artış göstermektedir. Aşağı yukarı var olan bütün bankalar internet şubesine sahiptir. Gelişmiş ülkelere bakıldığında (İngiltere ve Fransa) Türkiye'de bulunan finans kuruluşlarında gelişmiş ülkelere göre aşağı kalır yanı olmadığını gözlemlenmektedir. İngiltere ve Fransa gibi gelişmiş ülkelerde kullanılan banka teknolojilerinin aynı Türkiye'de bulunan finans kuruluşlarında da kullanılmaktadır (Özkan ve İpekten, 2017).

Ülkemizde ilerleyen dönemlerde internet ve farklı teknolojilerin kullanımı artmış, buna yönelik olarak bankacılık sektörünün verdiği hizmetlerde internet bankacılığı tarafına yönelecektir. Bireyler yatırımlarına en fazla getiriye temin edecek olan bankayı ve birçok maliyet ve süre kaybından muhafaza eden internet bankacılığına yöneleceğini öngörülmektedir. (Tuncer, 2009).

Bankacılık sektöründe internet bankacılığının ilerlemesine sebep olan en önemli husus güvenlik kaygılarının tam anlamıyla giderilmemiş olmasından ortaya çıkmaktadır. İşlemler sırasında bir saldırı meydana gelme ihtimalinden dolayı kullanıcılar, güvenliklerini riske atacak her işlem öncesi tedbirlerini almaları gerekebilmektedir (Tuncer, 2009).

Ayrıca internet ortamında oluşan risklere karşı telefon bankacılığının internet bankacılığından çok daha fazla riski olduğunu söylemek mümkündür. Ancak müşteriler, internet bankacılığı hakkında hissettiği şüpheleri, şahsi bilgilerin daha basit bir yolla çalınabileceği telefon bankacılığı hakkında hissetmemektedir (Kocaoğlu, 2008).

2.4. İnternet Bankacılığı Ve Ticaret Sektöründeki Bireylere İlişkisi

İnternet bankacılığının sahiplenmesinde büyük rol oynayan unsurların farkında olmanın, elektronik dağıtım kanalının tüketilmesinde fayda elde edeceği ön görülmektedir. Bankanın popüler oluşu, sunmuş olduğu faaliyetlerin çeşitliliği internet bankacılığı için büyük rol oynamaktadır. (Pala ve Kartal, 2010)

Türkiye'de faaliyet gösteren herhangi bir bankadan alınan deneysel verilere bakılarak banka tüketicilerinin demografik bilgileri, internet bankacılığı tüketimine yönelik tutumlarına yoğunlaşmıştır. Analiz de kullanılması için seçilen faktörleri sıralamak gerekirse ; güvenlik, kalite, kullanım kolaylığı, gizlilik gibi unsurların seçildiğini söylemek mümkündür. Yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçların Türk banka tüketicilerinin algılanan yararlılık , gizlilik, algılanan kullanım kolaylığı gibi unsurların internet bankacılığının tüketilmesinde büyük rol göstermektedir. (Atılğan, 2006).

Teknoloji alanında oluşan büyük ölçüde gelişmeler sonucunda, bireysel bankacılığın yapısı da büyük ölçüde farklılık gösterebilmektedir. Bununla beraber telefon bankacılığı, atm ve internet bankacılığının herkes tarafından kullanılması, şubelere ihtiyaç duyulmayacağı, yeni bankacılık kanalının doğmasına neden olduğunu söylemek mümkündür. (Atılğan, 2006).

Bireylerin banka tercihinde en dikkat ettikleri hususlar işlem gerçekleştirmenin basit yolu ve rahatlığı olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte banka müşterilerin "hizmeti nasıl aldıkları" da çok büyük öneme

sahiptir. Bunun sonucunda finansal hizmetlerin dağıtımın büyük ölçüde rekabet değişkeni olduğu görülmektedir.(Mckechnie, 1992).

İlerleyen zamanlarda değişen hayat tarzları ve beraberinde gelen zenginlik,banka tüketicilerin beklentilerini üst seviyeye çıkarmıştır. Bununla birlikte 1990'lı senelerde internet bankacılığı dağıtım kanalı pazarlamanın ana değişkeni olduğunu söylemek mümkündür. Eskiye nazaran kadınların daha fazla çalışma sektörüne adım atmaları,aile için zaman tasarrufunu daha önemli kılmış ,sonucunda ise internet bankacılığı tüketen insanların sayısı artmıştır.(Trethowan ve Scullion, 1997).

İlerleyen zamanlarda internet tüketilmesinin gelişimi beraberinde, tüketicilerin davranışlarında farklılıklar oluşmuştur. Bunun sebebi müşterinin internet üzerinden istediği işlemi gerçekleştirilmesi, şube bankasına karşın daha ucuza gerçekleştiğini söylemek mümkündür. (Leverin ve Liljander, 2006).

İnternet bankacılığını göstermiş olduğu hizmet ve performans kalitesi geleneksek bankalara nazaran daha yüksektir. Müşteri memnuniyeti ile ilgili kaynaklara bakıldığında hizmet ve performans kalitesi yetkinlik,iletişim,güvenilirlik gibi bir çok faktöre bağlı olduğunu söylemek mümkündür. (Joaquin, Carlos, Carla, ve Silvia 2009).

Banka tüketicilerin internet bankacılığında faydalanmaları için,hizmetin kesinlikle kendilerine güven vermelerini istemektedirler. Zhu 2009'da yapmış olduğunda çalışmada internet bankacılığının güven konusu ile iki farklı unsur olduğunu savunmuştur. Faktörleri sıralamak gerekirse; müşteri iletilen mesajların yasal olduğuna inanması gereklidir.(gerçeklik) ve müşterinin paylaşmış olduğu bilgilerini banka tarafından kimse ile paylaşılması gerekliliğidir.(gizlilik) olarak savunmuştur.(Zhu, 2009).

3. Sonuç

Araştırma İstanbul'da ticaret sektöründeki bireylerin tesadüfi olarak seçilen 340 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. İstanbul'da ticaret sektöründeki bireylerin internet bankacılığına ilişkin yaklaşımların incelenmesi için yapılan bu çalışmada anket verileri Google Forms uygulaması kullanılarak elde edilmiştir. Elde edilen bilgilerin yorumunda aritmetik ortamlar ve % hesaplar kullanılmıştır. Ankete katılanların İstanbul da ikamet etmeleri ve ticaret sektörü içinde faaliyet göstermeleri şart koşulmuştur. Katılımcılara toplam 40 tane soru sorulmuş ve eksiksiz cevaplamaları istenmiştir.

Araştırmada bulguların toplanmasında anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket yöntemi amacına ulaşması için sizden beklenen, bütün soruları eksiksiz, kimsenin baskısı veya telkini altında olmadan Gönüllü Onam Formu hazırlanmıştır. Anketler 340 kişiye ulaştırılmış bunlardan 4 tanesi eksik bilgi içerdiğinden elenmiş,55 tanesi geri dönmemiştir. Yapılan anketlerin 281 tanesi geri dönüş gerçekleştirilmiştir. Anket formu 2 kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda demografik bulgulara yönelik sorular yer almıştır. İkinci bölümde ise İnternet Bankacılığı Servisi (İBS) memnuniyet derecesi ile ilgili sorular bulunmaktadır.

Araştırmaya katılan ticaret sektöründeki bireylerin %55,5 i kadın,%44,5'i erkek oluşturmaktadır. Katılım gösteren bireylerin %22,8'i lise ve altı,%64,1'i üniversite ve %13,2'si yüksek lisans mezunudur. Aylık gelir bakımından bireylerin %24,9'u 3.000 TL ve altı,%49,8'i 3.001-6.000 TL, ve %21,7'si 6.001-10.000 TL arası gelirleri mevcuttur. Ticaret sektöründeki bireylerine "internet bankacılığımı ne sıklıkla kullanıyorsunuz?" sorusu sorulduğunda %26,3'ü her gün,%39,9'u haftada birkaç kez,%13,5'i haftada bir,%14,9'u ayda birkaç kez cevaplar yer almıştır.

Anketin ikinci bölümünde İnternet Bankacılığı Servisi Memnuniyeti ve Bankacılık İşlemleri Hizmeti Memnuniyet anketlerinde yer alan"İnternet bankacılığı görsel olarak çekicidir" maddesine verilen yanıtların %39,9'u tamamen katılıyorum,29,5'i katılıyorum, %20,6' sı tarafsız kalmıştır. Katılımcılara "İnternet bankacılığındaki bilgiler güncel midir" sorusu sorulduğunda ise %65,5'i katılıyorum, %23,8'i tamamen katılıyorum, %6,4'ü tarafsız kalıyorum ve 3,6'sı katılmıyorum cevabı vermiştir. Yapılan ankette "İnternet bankacılığında aradığım bilgiyi kolayca bulamam" sorusu yöneltildiğinde %33,8'i hiç katılmıyorum, %24,9'u katılmıyorum %21'i katılıyorum ve %13,9'u tarafsız kalmıştır. Ankete katılım sağlayan ticaret sektöründe ki bireylere "İnternet bankacılığında sayfalar doğru olarak yüklenir ve çalışır" maddesi sorulduğunda %61,9'u

katılıyorum, %25,6'sı tamamen katılıyorum ve %9,6'sı ne katılıyorum ne katılmıyorum seçeneğini tercih etmişlerdir. Katılımcılara "İnternet bankacılığının sayfaları hızlı yüklenir" maddesi yönetildiğinde %55,2'si katılıyorum,%24,9'u tamamen katılıyorum,%11,7'si tarafsız kalmıştır. İşlem sırasında "internet bankacılığının sayfası kilitlenmez" maddesine verilen cevaplar %42'si katılıyorum,%16'sı tamamen katılıyorum,%19,9'u ne katılıyorum ne katılmıyorum,%13,9'u katılmıyorum ve %8,2'si hiç katılmıyorum olarak gerçekleşmiştir."İnternet bankacılığını başkalarına tavsiye ederim maddesine verilen cevaplar 22,1'tamamen katılıyorum, %59,4'ü katılıyorum, %14,2'si ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak gerçekleşmiştir. Katılımcılara"İnternet bankacılığını gelecekte de internetteki bankacılık işlemlerim için kullanmaya devam edeceğim"maddesi yönetildiğinde %61,6'sı katılıyorum,%28,5'i tamamen katılıyorum,%7,5'i ne katılıyorum ne katılmıyorum,%1,1'i katılmıyorum olarak tercih etmişlerdir. Katılımcılara "İnternet bankacılığında işlem yapmak, şubeden işlem yapmaya göre zaman tasarrufu sağlamaz" maddesinde yönetildiğinde %33,8'i hiç katılmıyorum, %22,4'ü katılmıyorum, %24,6'sı katılıyorum, %10,7'si tamamen katılıyorum, %8,5'i tarafsız kalmıştır. Araştırmaya katılanların"gelecekte internete ki bankacılık işlemlerini kullanmaya devam edeceğim"maddesine verdikleri cevaplar %61,6'sı katılıyorum, %28,5'i tamamen katılıyorum,%7,5 ise tarafsız kalmıştır. Katılımcıların "İnternet bankacılığı kişisel bilgilerimi ve hesap bilgilerimi güvenli olarak saklayacağına inanıyorum"maddesine vermiş oldukları cevaplar, %60,5'i katılıyorum %26,7'si tamamen katılıyorum ve %9,6' sı ne katılıyorum ne katılmıyorum olarak gerçekleşmiştir. Araştırmaya katılanlara "İnternet bankacılığının sunmuş olduğu bankacılık işlemleri hizmetinden memnunum"maddesi sorulduğunda %63,7'si katılıyorum, %22,4'ü tamamen katılıyorum,%12,5'i ise tarafsız kalmıştır.

Araştırma sonucunda genel olarak İstanbul da ticaret sektöründe faaliyet gösteren bireylerin internet bankacılığını kullanımında zaman tasarrufu sağladıkları,istenilen bilgileri güven problemi yaşamadan paylaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmada ticaret sektöründeki bireylerin internet bankacılığı hizmetinden memnun oldukları kanaatine varılmıştır. İlerleyen zamanlarda internet bankacılığının kullanım sayısının artacağı ve daha fazla benimseneceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

1. Atılgan, K. Ö. (2006). Internet Banking Adoption in Turkey An Empirical Analysis on Attitudes of Customers. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Anabilim Dalı İngilizce İşletme Yönetimi, Yüksek Lisans Tezi, 2.
2. Büyükdemir, B. (1997). İnternet Bankacılığını Düş Olarak Görenler. İstanbul: Bankacılar Dergisi, 12-22.

3. Bozkurt, N. (2010). Ticaretin Felsefesi, Tarihçesi ve Etikle Olan Sıkı Bağına İlişkin Bazı Sapmalar. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 153-179
4. Joaquin, A. M., Carlos, L. N., Carla, R. M., & Silvia, S. B. (2009). Key Drivers of İnternet Banking Services Use, *Online Information Review*, 33(4), 672-695.
5. Keskin, E. ve İnan A. (2008), 50.Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi “1958 – 2007”, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, No: 262.
6. Kocaoğlu , S. (2008). Türkiye’de İnternet Bankacılığı .
7. Korkmaz, S. ve Gövdeli, Y. E. (2004). Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi, Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, 15, 1- 12.
8. Leverin, A. ve Liljander, V. (2006). Does Relationship Marketing Improve Customer Relationship Satisfaction and Loyalty, *Introduction Journal of Bank Marketing*, Vol.24 No.4, 232-251.
9. McKechnie, S. (1992), Consumer Buyer Behavior in Financial Services: An Overview. *International Journal of Bank Marketing*, 10(5).
10. Öçer, A. (2000) . Türkiye İnternet ,Alfa Yayınları,İstanbul
11. Özkan, T. ve İpekten, O. (2017). İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörler: Atatürk Üniversitesi Personeli Üzerine Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s : 647-664
12. Pala, E. ve Kartal, B. (2010). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma, *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 17(2), 43-61.
13. Parasız, İ. P. (1992). Banka ve Finansal Piyasalar, Ezgi Kitapevi, s.91.
14. Tarlan, S. (1986). Tarihte Bankacılık, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi,
15. Tuncer, T. (2009). Türkiye’de İnternet Bankacılığı Kullanımı Araştırması
16. Trethowan, Ji ve Scullion, G. (1997). Strategic Responses to Change in Retail Banking in the UK and the Irish Republic, *International Journal of Bank Marketing*..60-8.
17. Uzkesici, N. (1994). Modern Banka Yönetimi ve Organizasyonu. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları Yayın No:784
18. Yıldırım, K. (2006). Elektronik Bankacılık-Avrupa Birliği ve Türkiye Uygulamaları. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.7
19. Yüksel, Y. (2016). Divan Şiirinde Ticari ve İktisadi Unsuların Eğitim Amaçlı İşlenişi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 313 -324
20. Zhu, F. (2009). Smart Card Based Solutions for Secure İnternet Banking with a Primitive Reader or Mobile Phone. Bachelor Thesis