



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 39 Volume: 8 Issue: 39

Ağustos 2015 August 2015

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

İNTERNET BANKACILIĞINA YÖNELİK ÖĞRENCİ TUTUMLARININ İNCELENMESİ ANALYZING STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS INTERNET BANKING

İpek CEBECİ*

Öz

Bu araştırmanın amacı, Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (UBYO) Bankacılık ve Finans öğrencilerinin internet bankacılığına yönelik tutumlarını incelemektir. Araştırmanın ana kütlesi 2013-2014 yılında Bankacılık ve Finans bölümünde eğitim-öğretim gören tüm öğrencilerdir. Örneklem, bölümün birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıflarında eşit miktarda öğrenci olmak olarak, toplam 431 kişi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada kullanılan anket soruları Teknoloji Kabulü Modeli (TAM) çerçevesinde oluşturulmuştur ve anket soruları yüz yüze öğrencilere iletilerek cevaplamaları istenmiştir. Araştırma verilerine normal dağılım gerektirmeyen ki kare analiz tekniği uygulanmış ve elde edilen bulgular tablolarla gösterilmiştir. Sonuçlar, internet bankacılığı kullanımında öğrencilerin bireysel davranışlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini açığa çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: İnternet Bankacılığı, Anket, Ki Kare Analizi.

Abstract

The aim of this study is to investigate the Banking and Finance Students' attitudes towards internet banking at Görele School of Applied Sciences Department of Giresun University. The universe of the study is designed as entire students educated at Banking and Finance department during 2013-2014 education period. Sample population of the research is restricted with 431 students from the department. And all of these students selected equally from the classes in different levels. The survey is created by using Technology Acceptance Model (TAM) and asked to answer questionnaire forms face to face. Chi Square Analyses is applied to the data and the results is revealed by using tables. The findings of the research showed whether there is a difference between the students' demographic variables and their attitudes towards internet banking.

Keywords: Internet Banking, Survey, Chi Square Analyses.

1.GİRİŞ

Çağımızın teknolojik gelişmeleri ışığında ve küreselleşme sürecinin de etkisiyle birlikte ulusal ve uluslararası arenada rekabette ön sıralarda yer almak isteyen sektörler, interneti çok sık ve etkin bir araç olarak kullanma yoluna gitmektedirler. Özellikle bankacılık ve finans sektörü teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Banka müşterileri finansal işlemlerini şubelerden, otomatik para çekme makinelerinden, çağrı merkezlerinden ve internet bankacılığı sitelerinden gelişmiş teknoloji altyapısı sayesinde gerçekleştirebilmektedirler. Son yıllarda internet bankacılığı alternatif kanalı bilhassa bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesi esnasında mekan ve zaman sınırını ortadan kaldırması, kullanım kolaylığı sağlaması ve işlemlerde hız kazandırması, diğer çeşitli ek hizmetler sunması, ücret ve işlem maliyetinin düşük olması gibi avantajları nedeniyle müşterilerce tercih edilmekte ve kabul görmektedir. Ancak bütün bu avantajların yanı sıra, internet aracılığıyla bankacılık işlemlerinin gerçekleştirilmesi esnasında yaşanacak problemler müşterileri internet bankacılığına yönelik güvensizlik duygusuna itebilir. Bu güvensizlik duygusu, bireylerin internet bankacılığını kullanma yönündeki kararını etkileyecektir. Bireylerin internete yönelik risk algılama düzeyleri onların internet bankacılığına yönelik davranışlarında belirleyici rol oynar. Eğer birey bankacılık işlemleri için internet kanalını kullanmaya yönelik yüksek risk algısına sahip ise internet bankacılığına karşı güvensizlik hissi duyarak internet bankacılık sitelerini kullanmama yönünde bir tutum geliştirir. Bireylerin internet bankacılığını kullanma eğilimleri "yaş", "cinsiyet", "eğitim" ve "gelir seviyesi" gibi değişkenlere bağlı olarak değişmektedir; Sun & Han (2002), Chau & Lai (2009), Pala & Kartal (2010), Okumuş, Bozbay & Dağlı (2010), Ustasüleyman & Eyüboğlu (2010), Safeena, Date & Kammani (2011), Bayrakdaroğlu (2012), Ceylan, Genç & Erem (2013), Oktay & Orçanlı (2014). Bir başka ifade ile yeni teknolojilerin kabulü bazen zor olmakta ve uzun zaman gerektirmektedir. Teknoloji Kabul Modeli (TAM) bu noktada bilgi teknolojilerinin bireyler tarafından benimsenmesini belirlemede en çok kullanılan modellerden biri olmuştur (Pikkarainen, Pikkarainen vd., 2004). Çalışmamızda bu model dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

Bilindiği gibi yeni teknolojilerin en iyi kullanıcıları genç yaş grubundaki bireylerdir. Bu nedenle bu gruba yönelik yapılan çalışmalarla gençlerin internet bankacılığına yönelik düşüncelerinin öğrenilmesi tüm sektörler için büyük önem taşır. Bu araştırma, Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler

* Yrd. Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü.

Yüksekokulu Bankacılık ve Finans öğrencilerinin internet bankacılığına yönelik tutumlarını inceleyerek, bankacılık alanıyla ilgili eğitim gören genç bireylerin araştırılan konu ile ilgili düşüncelerini gözler önüne sermesi açısından önemlidir. Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünün ardından ikinci bölümde konuyla ilgili yapılmış olan çalışmalara ait literatür özeti, üçüncü bölümde çalışmanın yöntemi, dördüncü bölümde bulgular ve son bölümde de sonuç ve yorumlara yer verilerek çalışma tamamlanmıştır.

2.LİTERATÜR ÖZETİ

Davis tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli (TAM) teknolojilerinin bireyler tarafından benimsenmesini belirlemede en çok kullanılan modellerden biri olmuştur (Pikkarainen, Pikkarainen vd., 2004). TAM'a göre algılanan kullanışlılık ve algılanan kullanım kolaylığı şeklindeki iki önemli inanç bilgi teknolojilerinin kabul ve kullanımı konusundaki niyeti etkileyerek şekillendirir (Turan, 2008). Algılanan kullanışlılık, bireylerin belli bir sistemi kullanılmasının iş performansını arttıracığına inanma derecesi olarak tanımlanmıştır. Algılanan kullanım kolaylığı ise, bir kişinin belli bir sistemi kullanırken çaba sarf etmeden kullanmasına inanma derecesi şeklinde tanımlanabilir (Davis, 1989). Modeldeki kullanım niyeti müşterilerin teknolojiyi kullanma istekleriyle alakalıdır (Cheng, Lam, vd., 2006). Daha sonraları TAM'a yönelik yapılan çalışmalarla kişilerin internetten bilgilerini iletmede güvende olduklarına inanmalarını ifade eden bir değişken "algılanan web güvenliği değişkeni" eklenmiştir (Salisbury, Pearson, vd., 2001).

Literatürde internet bankacılığı ile ilgili çok sayıda çalışma mevcuttur: Sathye (1999), Avustralya'da bireyler açısından internet bankacılığının kullanımını etkileyen faktörleri; güvenlik, kullanım kolaylığı, haberdar olma, maliyet, dinamik olma ve bankacılık altyapısının buna uygunluğu şeklinde sıralamıştır. Mirza, Beheshti & Wallström (2009), kullanıcıların internet bankacılık tutumlarını inceledikleri çalışmalarında, bireylerin demografik özellikleri ile internet bankacılığına yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir ve sonuç olarak, bireylerin özellikleri ile internet bankacılığı kullanımları arasında önemli farklar görülmüştür. Reid (2008), demografik özelliklerin internet bankacılığı kullanımına etki ettiğini, cinsiyeti erkek olan banka müşterilerinin sisteme daha yüksek oranda güven duyduğu tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca internet bankacılığı kullanımını etkileyen en önemli faktörün sisteme güven duyma ve bankacılık işlemlerini yapma konusunda bireylerin yeterli olmaları olduğu vurgulanmıştır. Karjaluooto vd. (2002), Finlandiya'da yapılan çalışmada bireyin yaş grubunun internet bankacılığının kullanımına etki edip etmediği araştırılmış, çalışmadan elde edilen sonuçlara göre 65 yaş üstü olan bireylerin internet bankacılığı kullanımının çok zor olduğu tespit edilmiştir. Polasik & Wisniewski (2008) çalışmada demografik değişkenlerin, güvenlik düzeyinin ve internet kullanım tecrübesinin internet bankacılığının kullanımını etkileyen faktörler olduğunu ortaya koymuşlardır. Sanmugam (2007), internet bankacılığının benimsenmesinde en önemli faktörün sosyal normlar olduğu bulunmuştur. Flavian vd. (2006) çalışmalarında; güven, gelir, yaş ve cinsiyet gibi demografik değişkenlerin bireylerin internet bankacılığı hizmetini kullanmasını etkileyen faktörler olduğunu ifade etmişlerdir. Hashim & Salman (2009) genç bireylerin sosyal çevresinin ve internete yönelik algılanan faydanın internet kullanımının sürdürülebilirliği üzerinde olumlu etkisinin olduğunu, ancak güvenlik kaygısının internet kullanımının sürdürülebilirliği üzerinde negatif etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Arunkumar (2008), Malezya'daki müşterilerin internet bankacılığına yönelik tutum ve niyetlerini Davis'in geliştirdiği Teknoloji Kabul Modelini kullanarak gerçekleştirmiştir. Çalışma ile model doğrulanmıştır. Ayrıca genç yaş grubunun yaşlı gruba göre internet bankacılığına yönelik daha fazla olumlu tutum içerisinde oldukları bulunmuştur. Erkeklerin %71,6 oran ile kadınlara göre internet bankacılığına yönelik daha fazla olumlu tutum geliştirdikleri yönünde bir diğer ek sonuç da elde edilmiştir. Maduku (2013), Güney Afrika'daki bireysel bankacılık müşterilerinin internet bankacılığına yönelik tutumlarını TAM ve literatür taramasından elde ettiği bilgiler ışığında önemli diğer bazı unsurları (güven, subjektif norm ve demografik değişkenler) ekleyerek incelemiştir. Çalışmanın sonuçları göstermiştir ki; algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve güvenin davranışla güçlü pozitif ilişki varken, subjektif normla tutum arasında ılımlı bir düzeyde ilişki bulunmuştur. Müşterilerin internet bankacılığına yönelik güvenlerinin internet bankacılığı tutumuna yönelik en güçlü değişken iken demografik unsurların bu konuda zayıf değişkenler olduğu bulunmuştur.

Ülkemizde internet bankacılığı ile ilgili farklı alanlarda birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazılarını şu şekilde özetleyebiliriz; Polatoglu & Ekin (2001), garanti bankası müşterilerinin internet bankacılığına karşı tutumlarını yaptıkları çalışmayla incelemişlerdir. Çelik (2008), Türk müşterilerin internet bankacılığını benimsenmesini etkileyen değişkenleri en küçük kareler yöntemi kullanarak gerçekleştirmiştir. Çalışmada kullanılan TAM'a algılanan risk (perceived risk), algılanan davranışsal kontrol (perceived behavioral control) ve algılanan eğlenebilirlik (perceived playfulness) değişkenlerini eklemiştir. Algılanan kullanışlılık, algılanan risk ve tavrın, algılanan kullanım kolaylığının müşterinin internet bankacılığını kullanımı üzerindeki direk belirleyicileri oldukları çalışmanın sonucunda ortaya çıkmıştır. Ayrıca algılanan eğlenebilirliğin sadece algılanan kullanım kolaylığını pozitif yönde etkilediği; algılanan davranışsal kontrolün ise algılanan kullanım kolaylığı, algılanan kullanışlılık üzerinde pozitif doğrudan etkiye sahip

olduğu ve algılanan kullanılabilirlik ve tavrı üzerinde de dolaylı etkiye sahip olduğu sonucunu belirlemiştir. Ustasüleyman & Eyüboğlu (2010)'un çalışmasında Çelik (2008)'deki çalışmadan farklı olarak, TAM modeline güven ve algılanan web güvenliği olmak üzere farklı değişkenler eklenmiş ve kısmi en küçük kareler yöntemi yerine yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Altan & Karasioğlu (2004), internet bankacılığı hizmetlerinin hangilerinden ne oranda yararlandığı anket ile belirlenmeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda toplumun %32.9'unun internet bankacılığından yararlandığı, erkeklerin kadınlardan, gençlerin orta yaş ve üzerindekiilerden, geliri ve eğitim düzeyi yüksek olanların düşük olanlardan internet bankacılığını daha fazla kullandığı tespit edilmiştir. Akıncı, Aksoy, vd. (2004), internet bankacılığı ile ilgili öğretim elemanlarına yönelik bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada, internet bankacılığını kullanmayan öğretim elemanlarının, internet bankacılığı işlemi yaparken doğabilecek problemde yeterli derecede yardım alabileceğine inanmadıkları ve internet ortamını güvenli bulmadıkları sonucuna varmışlardır. Usta (2005), ülkemizdeki kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanların internet bankacılığına yönelik niyetlerini incelemiş, internet bankacılığını kullanmamanın en önemli nedeni olarak, tüketicilerin paralarını sanal aleme teslim etme konusunda duydukları "güvenlik kaygıları" olduğunu ortaya koymuştur. İlişki testleri, tüketicilerin güvenlik kaygılarının önem derecesinin, demografik değişkenlerden (cinsiyet hariç) ve internet kullanma alışkanlıklarından (internet'e giriş yeri hariç) etkilenmediğini göstermiştir. Gülmez & Kitapçı (2006), internet bankacılığının üniversite personeli arasında kullanım oranını belirlemek, akademik ve idari personelin internet bankacılığından beklentilerini tespit etmek, internet bankacılığında sık kullanılan işlem ve hizmetlerin neler olduğunu saptamak üzere bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucuna göre; araştırmaya katılan akademik ve idari personelin %75'i internet bankacılığını kullanmakta ve internet üzerinden en fazla yapılan bankacılık hizmetlerinin başında para transfer işlemi EFT (%87.3), hesap hareketlerini izleme (%79.1) ve düzenli ödemeler (elektrik, telefon gibi otomatik ödemeler) (%75.4) gelmektedir. Barışık & Temel (2007), çalışmaları ile internet bankacılığının ve güvenilirliğinin öğrenciler ve öğretim üyeleri açısından farklı algılandığı ve bu farklılığın kullanımı etkilediği tespit edilmiştir. Okumuş vd. (2010), banka müşterilerinin internet bankacılığına yönelik tutumlarına göre alt pazar bölümlerinin belirlenmesi ve bu pazar bölümlerinin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerinin incelemiş, araştırmanın sonucunda banka müşterilerinin internet bankacılığına ilişkin tutumlarına göre internet bankacılığını kullanan, internet bankacılığına yakın ve internet bankacılığına uzak olan müşteriler olmak üzere üç farklı alt pazar bölümü oluşturdukları ve bu pazar bölümlerinin sosyo-ekonomik ve demografik özelliklerine; banka ve internet kullanım alışkanlıklarına göre farklılaştıkları saptanmıştır. Bayrakdaroğlu (2012) çalışmasında internet bankacılığı kullanımını üzerinde etkili olan değişkenleri incelemiş, bireylerin demografik özelliklerine bağlı olarak internet bankacılığı kullanımını etkileyen faktörleri değerlendirmelerinde farklılıklar olduğunu tespit etmiştir.

3. METODOLOJİ

3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı bankacılık ve finans alanında eğitim öğretim gören üniversite öğrencilerinin internet bankacılığına yönelik tutumlarıyla cinsiyet ve gelir değişkenleri arasında "anamlı" bir takım ilişkileri ortaya koymaktır. Gençlerin internet bankacılığına yönelik eğilimlerinin tespiti tüm sektörler için önemli ve değerlidir. Bu araştırma, hem gençlerin internet bankacılığına yönelik tutumlarını incelemesi adına hem de bankacılık alanında eğitim gören bir kitlenin görüşlerini içermesi adına önem arz eder.

3.2 Yöntem

Bu çalışmada yöntem olarak alan araştırması esas alınmış; çalışmada elde edilen veriler yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Anket formu literatür taraması ve ardından teorik kısım incelemeleri sonrasında hazırlanmıştır. Anket formu için Davis'in (1989) çalışmasından yararlanılmıştır. Ölçekte yer alan maddeler 5'li dereceleme ile, 5=Kesinlikle Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 3=Kararsızım, 2= Katılmıyorum, 1=Hiç Katılmıyorum olmak üzere cevaplandırılmıştır. Ölçeğe ilişkin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı $r=0.94$ olarak bulunmuştur. Bu değer oldukça yüksek olduğu ve ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir.

3.3 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni 2013-2014 eğitim öğretim yılında Giresun Üniversitesi Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans bölümünde okuyan 675 öğrencidir. Örneklem yöntemi olarak basit tesadüfi örnekleme tercih edilmiştir. Bölümde okuyan bütün öğrencilere eşit bir şekilde ulaşabilmek için birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilere toplamda 500 adet anket rastgele dağıtılmıştır. Geçersiz anketlerin iptali sonucu 431 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmıştır.

3.4 Varsayımlar

Ankete cevap veren öğrencilerin verdikleri yanıtların yansız olduğu, başkalarının fikirlerinden etkilenmedikleri veya kişilerin bilinçli olarak eksik/yanlış bilgi vermedikleri varsayılmaktadır.

3.5 Verilerin Toplanması ve Analizi

Bu araştırmada anket uygulaması katılımcılara yüz yüze yapılmıştır. Soru formunun objektif bir biçimde cevaplandırılması için katılımcıların kimlik bilgileri alınmamış ve formun doldurulması esnasında katılımcılara müdahale edilmemiştir. Veri toplama süreci 2013-2014 eğitim öğretim yılında 01.09.2013 ile 01.01.2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 13.0 istatistik programı kullanılmış olup, araştırma kapsamındaki öğrencilerin özellikleri ortalama, standart sapma, frekans ve yüzde dağılımı gibi betimleyici istatistiklerle incelenmiştir. Araştırmada verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine yönelik testler yapılmış, verilerin dağılımının normal dağılım göstermediği tespit edilmiş ve akabinde çalışma verilerinin analizinde normal dağılım gerektirmeyen Ki kare testinin kullanılmasına karar verilmiştir. Önem düzeyi 0.05 olarak alınmıştır.

3.6 Araştırmanın Hipotezleri

H1: Cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kolay olduğu algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığı kullanımının bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırdığı görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığına yönelik olumlu tavır arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Cinsiyet değişkeni ile öğrencilerin internet bankacılığı sitelerine duydukları güven arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Cinsiyet değişkeni ile bankacılık ihtiyaçları için kendini internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görme düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Gelir değişkeni ile internet bankacılığını öğrenmenin kendisi için basit olduğu görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Gelir düzeyi ile kendini bankacılık işlemleri için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını kullanmak bankacılık işlemlerini daha kısa sürede gerçekleştirmemi sağlamaktadır görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını kullanmak istenebilecek bir tutumdur görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını bankacılık işlemleri için çevrelerindeki kişilere tavsiye edeceğim görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H11: Gelir düzeyi ile internet bankacılığı üzerinden kişisel bilgilerinin gönderimi esnasında kendini güvende hissetmeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H12: Gelir düzeyi ile dilediğim zaman ve dilediğim yerde internet bankacılığını kullanabildiğimden internet bankacılığını çok faydalı buluyorum" görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H13: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını kullanmanın iyi bir fikir olduğu görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

4.1 Araştırma Kapsamındaki Öğrencilerle İlgili Tanımlayıcı Bilgilere Ait Temel Bulgular

Görelle UBYO, Bankacılık ve Finans öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerinin dağılımlarının nasıl şekillendiğine ilişkin bilgiler Tablo1’de özet olarak yer almaktadır.

Tablo 1: Öğrencilerin Kişisel Bilgilerine İlişkin Temel Bulgular

Değişkenler			Değişkenler			Değişkenler		
Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Yaş	Frekans	Yüzde	Gelir Seviyesi	Frekans	Yüzde
Kız	202	46.9	18-25 yaş	423	98.1	500 TL'den az	319	74
Erkek	229	53.1	26-32 yaş	8	1.9	500-1000 TL arası	112	26
Toplam	431	100	Toplam	431	100.0	Toplam	431	100

Tablo 1 incelendiğinde, Görelle Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (UBYO) Bankacılık ve Finans öğrencilerinin %53,1'inin erkek, %46,9'unun kız olduğu; öğrencilerin %74'ünün "500 TL'den az", %26'sının ise "500-1000 TL" aylık gelire sahip olduğu görülmektedir. Araştırma çalışmasının hedef kitlesinin üniversite öğrencileri olması nedeniyle öğrenci gelir düzeyleri düşük bir seviyededir. Öğrenci gelirini oluşturan; ailelerden alınan harçlıklar, burslar ve kısmi/ yarı zamanlı çalışma sonucu elde edilen miktarlardır. Örneklemin yaş dağılımına bakıldığında %98'lik bir kesimin 18-25 yaş grubunda, %1,9'luk kesimin ise 26-32 yaş aralığında olduğu görülür.

4.2 Cinsiyet Değişkeni ile İnternet Bankacılığına Yönelik Öğrenci Tutumlarının Karşılaştırılması

H1: Cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kolay olduğu algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 2: Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre “İnternet Bankacılığını Kullanmayı Öğrenmek Benim İçin Kolaydır” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		AKK1						Toplam
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Cinsiyet	KIZ	N	23	22	67	50	40	202
		%	%11.4	%10.9	%33.2	%24.8	%19.8	%100
	ERKEK	N	33	19	59	38	80	229
		%	%14.4	%8.3	%25.8	%16.6	%34.9	%100
TOPLAM		N	56	41	126	88	120	431
		%	%13	%9.5	%29.2	%20.4	%27.8	%100

$X^2=15.85$ $\alpha=0.05$ $sd=4$ $p=0.003$

Tablo 2 incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyet değişkeniyle internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kolay olduğu algısı arasında (AKK1)¹ anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=0.003$, $p<0.05$). Bir diğer ifadeyle, bankacılık finans öğrencilerinin internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kolaylığı hususundaki düşünceleri cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir. Kız öğrencilerin %19.8'i, erkeklerin ise %34.9'u internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kendileri için kolay olduğu görüşüne kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir. "Katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" şıklarını işaretleyen öğrencilerin toplamını alarak bulguları incelediğimizde de; kız öğrencilerin %44.6, erkek öğrencilerin ise %51.5 oranında internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kendileri için kolay olduğu görüşünü belirttiklerini görürüz. Kararsız olan öğrencilerin %33.2'si kız, %25.8'i erkektir. Sonuç olarak "Erkek öğrenciler için internet bankacılığını kullanmayı öğrenmek kız öğrencilere göre daha kolay olarak algılanmaktadır" denilebilir.

H2: Cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığı kullanımının bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırdığı görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3: Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre “İnternet Bankacılığını Kullanmanın Bankacılık İşlemlerinin Verimliliğini Arttırmaktadır” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		AF1						Toplam
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Cinsiyet	KIZ	N	14	24	44	59	61	202
		%	%6.9	%11.9	%21.8	%29.2	%30.2	%100
	ERKEK	N	30	21	40	64	74	229
		%	%13.1	%9.2	%17.5	%27.9	%32.3	%100
TOPLAM		N	44	45	84	123	135	431
		%	%10.2	%10.4	%19.5	%28.5	%31.3	%100

$X^2=5.996$ $\alpha=0.05$ $sd=4$ $p=0.199$

Tablo 3 incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyet değişkeni ile “İnternet bankacılığını kullanmak bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırmaktadır” (AF1²) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p=0.199$, $p>0.05$). Bankacılık ve Finans öğrencilerinin internet bankacılığını kullanmanın bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırmaktadır, görüşüne yönelik tutumu cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermemektedir. İlişki anlamsızdır.

H3: Cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığına yönelik olumlu tavır arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4: Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre “Genel Olarak Benim İnternet Bankacılığına Yönelik Tavrım Olumludur” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		KT3						Toplam
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Cinsiyet	KIZ	N	13	12	46	68	63	202
		%	%6.4	%5.9	%22.8	%33.7	%31.2	%100
	ERKEK	N	20	23	52	70	64	229
		%	%8.7	%10.0	%22.7	%30.6	%27.9	%100
TOPLAM		N	33	35	98	138	127	431
		%	%7.7	%8.1	%22.7	%32.0	%29.5	%100

$X^2=3.669$ $\alpha=0.05$ $sd=4$ $p=0.45$

Tablo 4 incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyet değişkeni ile “Genel olarak benim internet bankacılığına yönelik tavrım olumludur” (KT3³) arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p=0.45$; $p>0.05$). Bankacılık ve Finans öğrencilerinin internet bankacılığını kullanmaya yönelik genel olarak olumlu tavrı cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermemektedir.

¹ AKK1: (Algılanan Kullanım Kolaylığı 1) “İnternet bankacılığını kullanmayı öğrenmek benim için basittir.” anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

² AF1: (Algılanan Fayda 1) “İnternet bankacılığını kullanmak bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırmaktadır” anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

³ KT3 (Kişisel Tutum 3) “Genel Olarak Benim İnternet Bankacılığına Yönelik Tavrım Olumludur” anket sorusuna verilen cevapları temsil eder.

H4: Cinsiyet değişkeni ile öğrencilerin internet bankacılığı sitelerine duydukları güven arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 5: Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre "İnternet Bankacılığı Sitelerine Güvenirim" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		G3					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Cinsiyet	KIZ	N	23	46	81	33	19	202
		%	%11.4	%22.8	%40.1	%16.3	%9.4	%100
ERKEK	N		48	38	73	50	20	229
		%	%21	%16.6	%31.9	%21.8	%8.7	%100
TOPLAM		N	71	84	154	83	39	431
		%	%16.5	%19.5	%35.7	%19.3	%9	%100

$\chi^2=11.843$ $\alpha=0.05$ $sd=4$ $p=0.019$

Tablo 5 incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyet değişkeni ile internet bankacılığı sitelerine duydukları güven (G3⁴) duygusu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=0.019$; $p<0.05$). İnternet bankacılığı sitelerine kesinlikle hiç güvenmediklerini belirten erkek öğrenci oranı %21 iken, bu oran kız öğrencilerde %11.4'tür. Erkek öğrencilerin internet bankacılığı sitelerine duydukları güven kız öğrencilerden daha az olduğu görülmektedir.

H5: Cinsiyet değişkeni ile bankacılık ihtiyaçları için kendini internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görme düşüncesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 6: Öğrencilerin Cinsiyet Değişkenine Göre "Bankacılık İhtiyaçlarım İçin İnternet Bankacılığını Kullanabilirim" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		KN2					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Cinsiyet	KIZ	N	16	28	58	49	51	202
		%	%7.9	%13.9	%28.7	%24.3	%25.2	%100
ERKEK	N		37	28	54	69	41	229
		%	%16.2	%12.2	%23.6	%30.1	%17.9	%100
TOPLAM		N	53	56	112	118	92	431
		%	%12.3	%13	%26	%27.4	%21.3	%100

$\chi^2=11.293$ $\alpha=0.05$ $sd=4$ $p=0.023$

Tablo 6 incelendiğinde, öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre "Bankacılık İhtiyaçlarım İçin İnternet Bankacılığını Kullanabilirim" (KN2⁵) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p=0.023$; $p<0.05$). Kız öğrencilerden kendini internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görenlerin (kesinlikle katılıyorum cevabını işaretleyenler) %25.2 iken, erkek öğrencilerin oranı %17.9'dur. Kız öğrencilerin %7.9'u ve erkek öğrencilerin %16.2'si kendisini kesinlikle internet bankacılığını kullanabilecek bir kişi olarak görmemektedir. Sonuç olarak, kız öğrenciler erkek öğrencilerden daha çok kendini internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görmekte eğiliminde olduğu söylenebilir.

4.3 Gelir Değişkeni ile İnternet Bankacılığın Yönelik Öğrenci Tutumlarının Karşılaştırılması

H6: Gelir değişkeni ile internet bankacılığını öğrenmenin kendisi için basit olduğu görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 7: Öğrencilerin gelirine göre "İnternet Bankacılığını Öğrenmek Basittir" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		AKK1					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL'den az	N	48	34	92	67	78	319
		%	%15	%10.7	%28.8	%21.0	%24.5	%100
500-1000 TL	N		8	7	34	21	42	112
		%	%7.1	%6.3	%30.4	%18.8	%37.5	%100
TOPLAM		N	56	41	126	88	120	431
		%	%13	%9,5	%29.2	%20.4	%27.8	%100

$\chi^2=11.020$ $\alpha=0.05$ $sd=4$ $p=0.026$

Tablo 7'den izleneceği gibi, öğrencilerin gelirleri ile "İnternet Bankacılığını Öğrenmek Benim için Basittir" arasında anlamlı bir ilişki ($p=0.026$; $p<0.05$) bulunmuştur. Geliri 500TL'den az olan öğrencilerin %15'i internet bankacılığını kullanmayı kendisi için hiç kolay bir şey olarak görmezken, geliri 500-1000 TL olan öğrencilerde ise bu oran %7.1'dir. Kesinlikle internet bankacılığını öğrenmenin kolay olduğunu belirten 500 TL'den az gelir sahibi öğrenciler %24.5 iken, 500-1000 TL arası gelire sahip olanlar ve bu yönde görüş

⁴G3 (Duyulan Güven 3) "İnternet Bankacılığı Sitelerine Güvenirim" anket sorusuna verilen cevapları temsil eder.

⁵KN2 (Kullanım Niyeti 2) "İnternet Bankacılığın Üzerinden İşlem Yaparken Kendimi Güvende Hissederim" anket sorusuna verilen cevapları temsil eder.

belirtenlerin oranı %37.5'tur. Öğrencilerin geliri arttıkça internet bankacılığını öğrenmenin kolay olduğu algısı da artmaktadır.

H7: Gelir düzeyi ile kendini bankacılık işlemleri için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 8: Öğrencilerin Gelirleriyle "Kendimi Bankacılık İşlemleri için İnternet Bankacılığını Kullanabilecek Biri Olarak Görürüm" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		KN4					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL' den az	N	42	41	87	70	79	319
		%	%13.2	%12.9	%27.3	%21.9	%24.8	%100
Gelir	500-1000 TL	N	14	14	23	37	24	112
		%	%12.5	%12.5	%20.5	%33.0	%21.4	%100
TOPLAM		N	56	55	110	107	103	431
		%	%13	%12.8	%25.5	%24.8	%23.9	%100
X ² = 6.005 α=0.05 sd=4 p= 0.199								

Tablo 8'den izleneceği gibi, öğrencilerin gelirleri ile "Kendimi bankacılık işlemleri için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görürüm"(KN4)⁶ sorusuna verilen cevapların dağılımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (p=0,199; p>0.05).

H8: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını kullanmak bankacılık işlemlerimi daha kısa sürede gerçekleştirmemi sağlamaktadır görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 9: Öğrencilerin Gelirleriyle "İnternet Bankacılığını Kullanmak Bankacılık İşlemlerimi daha sürede gerçekleştirmemi sağlamaktadır" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		AF3 ⁷					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL' den az	N	21	16	47	82	153	319
		%	%6.6	%5.0	%14.7	%25.7	%48	%100
Gelir	500-1000 TL	N	6	10	15	17	64	112
		%	%5.4	%8.9	%13.4	%15.2	%57.1	%100
TOPLAM		N	27	26	62	99	217	431
		%	%6.3	%6.0	%14.4	%23	%50.3	%100
X ² = 7.793 α=0.05 sd=4 p= 0.099								

Tablo 9'dan izleneceği gibi, öğrencilerin gelirleri ile "İnternet bankacılığını kullanmak bankacılık işlemlerimi daha kısa sürede gerçekleştirmemi sağlamaktadır" (AF3) sorusuna verilen cevapların dağılımı arasında anlamlı bir ilişki (p=0.099 ; p>0.05) bulunmamaktadır.

H9: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını kullanmak istenebilecek bir tutumdur, görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 10: Öğrencilerin Gelirleriyle "Bana Göre İnternet Bankacılığını Kullanmak İstenebilecek Bir Tutumdur" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		KT1 ⁸					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL' den az	N	19	32	82	110	76	319
		%	%6	%10	%25.7	%34.5	%23.8	%100
Gelir	500-1000 TL	N	7	9	23	33	40	112
		%	%6,3	%8	%20.5	%29.5	%35.7	%100
TOPLAM		N	26	41	105	143	116	431
		%	%6	%9.5	%24.4	%33.2	%26.9	%100
X ² =6.252 α=0.05 sd=4 p= 0.181								

Tablo 10'dan izleneceği gibi,, öğrencilerin gelirleri ile "Bana Göre İnternet Bankacılığını Kullanmak İstenebilecek Bir Tutumdur" sorusuna verilen cevapların dağılımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p=0.181; p>0.05).

⁶KN4: (Kişisel Niyeti 4) "Kendimi Bankacılık İşlemleri için İnternet Bankacılığını Kullanabilecek Biri Olarak Görürüm" anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

⁷AF3: (Algılanan Fayda 3) "İnternet Bankacılığını Kullanmak Bankacılık İşlemlerimi daha sürede gerçekleştirmemi sağlamaktadır" anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

⁸KT1 (Kişisel Tutum 1) "Bana Göre İnternet Bankacılığını Kullanmak İstenebilecek Bir Tutumdur" anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

H10: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını bankacılık işlemleri için çevrelerindeki kişilere tavsiye edeceğim görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 11: Öğrencilerin Gelirleriyle “Çevremdekilere İnternet Bankacılığını Kullanmaları İçin Tavsiyede Bulunacağım” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		KN1 ⁹					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL' den az	N	48	51	89	84	47	319
		%	%15	%16	%27	%26.3	%14.7	%100
	500-1000 TL	N	17	17	30	34	14	112
		%	%15.2	%15.2	%26.8	%30.4	%12.5	%100
TOPLAM		N	65	68	119	118	61	431
		%	%15.1	%15.8	%27.6	%27.4	%14.2	%100
X ² =0.855 α=0.05 sd=4 p=0.931								

Tablo 11'den izleneceği gibi, öğrencilerin gelirleri ile internet bankacılığını bankacılık işlemleri için çevrelerindeki kişilere tavsiye etmeleri arasında anlamlı bir ilişki (p=0.931; p>0.05) bulunmamaktadır.

H11: Gelirler düzeyi ile internet bankacılığı üzerinden kişisel bilgilerin gönderimi esnasında kendini güvende hissetme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 12: Öğrencilerin Gelirleriyle “İnternet Bankacılığı Üzerinden Kişisel Bilgilerimi Gönderirken Kendimi Güvende Hissederim” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		G4 ¹⁰					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL' den az	N	63	74	99	56	27	319
		%	%19.7	%23.2	%31.0	%17.6	%8.5	%100
	500-1000 TL	N	17	19	45	21	10	112
		%	%15.2	%17	%40.2	%18.8	%8.9	%100
TOPLAM		N	80	93	144	77	37	431
		%	%18.6	%21.6	%33.4	%17.9	%8.6	%100
X ² = 4.587 α=0.05 sd=4 p=0.332								

Tablo 12'den izleneceği gibi, öğrencilerin gelir düzeyi ile internet bankacılığı üzerinden "kişisel bilgilerimi gönderirken kendimi güvende hissederim" görüşü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır (p=0.332; p>0.05).

H12: Gelir düzeyi ile dilediğim zaman ve dilediğim yerde internet bankacılığını kullanabildiğimden internet bankacılığını çok faydalı buluyorum” görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 13: Öğrencilerin Gelirleriyle “Dilediğim Zaman ve Dilediğim Yerde İnternet Bankacılığını Kullanabildiğimden İnternet Bankacılığını çok Faydalı Buluyorum” Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		AF4					Toplam	
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Gelir	500 TL' den az	N	35	37	57	82	108	319
		%	%11	%11.6	%17.9	%25.7	%33.9	%100
	500-1000 TL	N	11	5	28	21	47	112
		%	%9.8	%4.5	%25	%18.8	%42	%100
TOPLAM		N	46	42	85	103	155	431
		%	%10.7	%9.7	%19.7	%23.9	%36	%100
X ² = 9.764 α=0.05 sd=4 p= 0.045								

Tablo 13'de, öğrencilerin gelirleri ile “Dilediğim zaman ve dilediğim yerde internet bankacılığını kullanabildiğimden internet bankacılığını çok faydalı buluyorum” (AF4) sorusuna verilen cevapların dağılımı arasında anlamlı bir ilişki (p=0.045; p<0.05) bulunmuştur. Geliri 500TL'den az olan öğrencilerin katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum şikkını işaretleyenlerin toplam oranı %59.6 iken, geliri 500TL-1000TL olan öğrenciler için ise bu oran %60.8'dir. Öğrencilerin sahip olduğu gelir miktarı arttıkça interneti faydalı bulma görüşü de artmaktadır.

⁹ KN1 (Kişisel Niyet 1) “Öğrencilerin Gelirleriyle “ Çevremdekilere İnternet Bankacılığını Kullanmaları İçin Tavsiyede Bulunacağım” anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

¹⁰ G4 (Duyulan Güven 4) “İnternet Bankacılığı Üzerinden Kişisel Bilgilerimi Gönderirken Kendimi Güvende Hissederim” anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

H13: Gelir düzeyi ile internet bankacılığını kullanmanın iyi bir fikir olduğu görüşü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 14: Öğrencilerin Gelirleriyle "İnternet Bankacılığını Kullanmak İyi Bir Fikirdir" Sorusuna Verilen Cevapların Dağılımı (Çapraz Tablo)

		KT2 ¹¹					Toplam
		Hiç Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Gelir	500 TL'den az	N	23	25	72	91	108
		%	%7.2	%7.8	%22.6	%28.5	%33.9
500-1000 TL	N	6	5	24	25	52	112
	%	%5.4	%4.5	%21.4	%22,3	%46.4	%100
TOPLAM		N	29	30	96	116	160
		%	%6,7	%7	%22.3	%26.9	%37.1

X²= 6.542 α=0.05 sd=4 p= 0.162

Tablo 14'de, öğrencilerin gelirleri ile "İnternet bankacılığını kullanmak iyi bir fikirdir" görüşü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p=0.162; p>0.05).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Görelle Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Bankacılık ve Finans Bölümünde eğitim öğretim gören öğrencilerin internet bankacılığına karşı tutum ve davranışlarını incelemek üzere gerçekleştirilen anket uygulaması ile elde edilen veriler analiz edilmiş ve şu sonuçlara ulaşılmıştır;

- UBYO Bankacılık ve Finans öğrencilerinin internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin kolaylığı algısı cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir. Erkek öğrenciler için internet bankacılığını kullanmayı öğrenmenin basit olduğu düşüncesi kız öğrencilerden daha fazladır.
- Öğrencilerin "internet bankacılığını kullanmanın bankacılık işlemlerinin verimliliğini arttırmaktadır" sorusuna yönelik tutumları cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediği tespit dılmıştır.
- Öğrencilerin cinsiyet değişkenleri ile internet bankacılığına yönelik olumlu tavır arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.
- Öğrencilerin internet bankacılığını kullanmaya yönelik duydukları güven cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermektedir. İlişki anlamlıdır. Erkek öğrenciler internet bankacılığı sitelerine karşı kız öğrencilerden daha güvensizdirler.
- "Bankacılık İhtiyaçlarım İçin İnternet Bankacılığını Kullanabilirim" ile öğrencilerin cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kız öğrenciler kendini erkek öğrencilere göre daha fazla bankacılık ihtiyaçları için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görmektedir.
- Öğrencilerin gelirleri ile internet bankacılığını öğrenmenin kendisi için basit olduğu görüşü arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin sahip olduğu gelir miktarı arttıkça öğrencilerde internet bankacılığını öğrenmenin kolay olduğu algısı artmaktadır.
- Öğrencileri gelir düzeyleri ile kendilerini bankacılık işlemleri için internet bankacılığını kullanabilecek biri olarak görme tutumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- Öğrencilerin gelirleri seviyeleri ile internet bankacılığını kullanmanın bankacılık işlemlerini daha kısa sürede gerçekleştirmeyi sağlamaktadır görüşü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- Öğrencilerin gelirleri ile "Bana Göre İnternet Bankacılığını Kullanmak İstenebilecek Bir Tutumdur" sorusuna verilen cevapların dağılımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.
- Öğrencilerin gelirleri ile internet bankacılığını bankacılık işlemleri için çevrelerindeki kişilere tavsiye etmeleri arasında anlamlı bir ilişki (p=0,931; p>0.05) bulunmamaktadır.
- Öğrencilerin gelir düzeyi ile internet bankacılığı üzerinden "kişisel bilgilerimi gönderirken kendimi güvende hissederim" görüşü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.
- Öğrencilerin gelirleri ile "Dilediğim Zaman ve Dilediğim Yerde İnternet Bankacılığını Kullanabildiğimden İnternet Bankacılığını çok Faydalı Buluyorum" sorusuna verilen cevapların dağılımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin sahip olduğu gelir miktarı arttıkça interneti faydalı bulma görüşü de artmaktadır.
- Öğrencilerin gelirleri ile "İnternet bankacılığını kullanmak iyi bir fikirdir" görüşü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Öğrencileri gelir değişkeni ile internet bankacılığına yönelik pozitif tutum arasında ilişki anlamlı değildir.

Araştırma bulguları ışığında geliştirilen öneriler aşağıda yer almaktadır:

1. Öğrenciler, internet ve internet bankacılığına kullanmaya özendirilmelidir.

¹¹ KT2 (Kişisel Tutum 2) "İnternet Bankacılığını Kullanmak İyi Bir Fikirdir" anket sorusuna verilen cevapları temsil etmektedir.

2. Öğrenciler, internet bankacılığının faydaları hakkında, çabuk ve kolay ulaşılabilirliği, zaman kazanımı ve güvenlik gibi hususlarda bilgilendirilerek internet bankacılığına yönelik ön yargıları aşılmalıdır.
3. İnternet bankacılığına yönelik kullanımı engelleyen güvenlik problemlerine ilişkin kalıcı çözümler üretilmelidir.
4. Bilhassa internet bankacılığına yönelik negatif tutuma sahip gençlere yönelik eğitimler, konferanslar ve seminerler düzenlenmelidir.
5. Gelişen teknolojik ortamda, küreselleşmenin de bir gereği olarak bankacılık işlemlerinin internet ve çevrimiçi sistemler üzerinden olacağı düşünülürse, eğitim-öğretim programlarına konuyla ilgili derslerin konulması uygun olacaktır.
6. Bu çalışmada benzer çalışmaların farklı örneklem grupları ile farklı üniversite ve bölümlere yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- AKINCI, Serkan, AKSOY, Şafak & ATILGAN, Eda (2004), "Adoption of Internet Banking Among Sophisticated Consumer Segments in an Advanced Developing Country", *International Journal of Bank Marketing*, 22(3), s.212-232.
- ALTAN, Mikail & KARASIOĞLU, Fehmi (2004). "İnternet Bankacılığının Toplum Katmanlarıncı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma", 3.Ulusal Bilgi,Ekonomi & Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, Osmangazi Üniversitesi, s.601-611.
- ARUNKUMAR, S. (2008). "A Study on Attitude and Intention Towards Internet Banking with Reference to Malaysian Consumers in Klang Valley Region", *The International Journal of Applied Management and Technology*, S. 6(1), s.115-146.
- BARIŞIK, Salih & TEMEL, Halime (2007). "İnternet Bankacılığı Kullanımında Güvenlik Unsurlarının Bilinirliği (Anket Uygulamasına Dayalı SPSS Çözümlemesi)", *KMU İİBF Dergisi*, S.12, s.136-160.
- BAYRAKDAROĞLU, Ali (2012). "Bireylerin İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması", *Business and Economics Research Journal*, S. 3(4), s.57-75.
- CEYLAN, Hasan H., GENÇ, Erhan & EREM, Işıl (2013). "Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Araştırılması", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.13(3), s.143-154.
- CHAU, Patrick. Y. K. & LAI, Vincent S. K.; (2009). "An Empirical Investigation of the Determinants of User Acceptance of Internet Banking", *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, S.13(2),s.123-145.
- CHENG, T. C. E., LAM D. Y. C. & YEUNG, A. C. L. (2006). "Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong", *Decision Support Systems*, S.42, s.1558-1572.
- ÇELİK, Hakan (2008). "What Determines Turkish Customers' Acceptance of Internet Banking? International Journal of Bank Marketing, 26(5),s.353-370.
- DAVIS, Fred D., BAGOZZI, Richard P. & WARSHAW, Paul R. (1989). "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Models. *Management Science*, S.35(8), s.982-1003.
- FLAVIAN, Carlos, GUINALIU, Miguel, & TORRES, Eduardo (2006). "How Bricks and Mortar Attributes Affect Online Banking Adoption", *International Journal of Bank Marketing*, S.24(6), s.406-423.
- GÜLMEZ, Mustafa & KİTAPÇI, Olgun (2006). "İnternet Bankacılığı ve Müşteri Davranışları: Cumhuriyet Üniversitesi Akademik ve İdari Personeline Yönelik Bir Uygulama. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, S.7(2), s.83-100.
- HASHİM, Mohd S. & SALMAN, Ali (2009). "Factors Affecting Sustainability of Internet Usage Among Youth", *The Electronic Library*, S.(28)2, s.300-313.
- KARJALUOTO, Heikki, MATTILA, Minna & PENTO, Tapio (2002). "Factors Underlying Attitude Formation Towards Online Banking in Finland", *International Journal of Bank Marketing*, S.(20)6, s.261-272.
- MADUKU, Daniel K. (2013). "Predicting Retail Banking Customers' Attitude Towards Internet Banking Services in South Africa, Southern African Business Review, 17(3), s.76-100.
- MİRZA, Arezou. P., BEHESHTI, Mohammad T. H. & WALLSTRÖM, Asa. (2009). "Comparison of Internet Banking Services in Two Different Banking Sectors: An Empirical Investigation in Iran", *Journal of Applied Sciences*, S.9, s.2567-2575.
- OKTAY, Erkan & ORÇANLI, Kenan (2014). "Atatürk Üniversitesinde İnternet Bankacılığının Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.7(2), s.57-91.
- OKUMUŞ, Abdullah; BOZBAY, Zehra & DAĞLI, Recep M. (2010). "Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına İlişkin Tutumlarının İncelenmesi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.36, s.89-111.
- PALA, Emre & KARTAL, Burak (2010). "Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma", *Yönetim ve Ekonomi*, S.17(2), s.43-61.
- PİKKARAINEN, Tero, PİKKARAINEN, Kari, KARJALUOTO, Heikki & PAHNILA, Seppo (2004). "Consumer Acceptance of Online Banking: An Extension of The Technology Acceptance Model", *Internet Research*, S.14(3), s.224-235.
- POLASIK, Michal & WISNIEWSKI, Tomasz P. (2008). "Empirical Analysis of Internet Banking Adoption in Poland", *International Journal of Bank Marketing*, S.27(1),s.32-52.
- POLATOĞLU, Vichuda N. & EKİN, Serap (2001). "An Empirical Investigation of The Turkish Consumers' Acceptance of Internet Banking Services", *International Journal of Bank Marketing*, S.19(4), s.156-165.
- REID, Michael (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*, S.12(3), s.1-18.
- SAFEENA, Rahmath, DATE, Hema & KAMMANI, Abdullah (2011). "Internet Banking Adoption in An Emerging Economy: Indian Consumer's Perspective", *International Arap Journal of e-Technology*, S.2(1), s.56-64.
- SATHYE, Milind (1999). "Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Empirical Investigation", *International Journal of Bank Marketing*, S.17(7), s.324-334.
- SALISBURY, William D., PEARSON, Rodney A., PEARSON, Allison W. & MILLER, David W. (2001). "Perceived Security and World Wide Web Purchase Intention", *Industrial Management and Data Systems*, S.101, s.165-176.
- SANMUGAM, Annamalah (2007). Factors Determining Consumer Adoption of Internet Banking. Erişim Tarihi: 13.01.2015, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=
- SUN, Bomil & HAN, Ingoo (2002). "Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking", *Electronic Commerce Research and Applications*, S.1, s.247-263.
- TURAN, Aykut H. (2008, Ocak). *İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli (E-TAM) ile Bir Model Önerisi*. Akademik Bilişim Konferansı, Çanakkale.

USTA, Resul (2005), "Tüketicilerin İnternet Bankacılığını Kullanmama Nedenleri Üzerine Bir Araştırma", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, S.6(2), s.279-290.

USTASÜLEYMAN, Talha & EYÜBOĞLU, Kemal (2010), "Bireylerin İnternet Bankacılığını Benimsemesini Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeli ile Belirlenmesi", *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, S.4(2), s.11-38.