



MAKALE / ARTICLE:

İNSANLARIN DOLANDIRICILARA KANMA NEDENLERİNİN ANALİZİ: ÇİFTLİK BANK ÖRNEĞİ

THE ANALYSIS OF WHY PEOPLE BELIEVE IN CHEATERS: ÇİFTLİK BANK CASE

Serhan KESKİN*

ÖZET

Dolandırıcılar, insanları anlattıklarına inandırmak ve dolandırmak için sürekli yeni yöntemler geliştirmektedir. Yaşanan dolandırıcılık eylemleri, toplumda para kaybından intihara kadar birçok olumsuz sonuca neden olmaktadır. İnsanların dolandırıcılara inanma nedenlerinin tespit edilmesi ve tespitler doğrultusunda öneriler geliştirilmesi, dolandırıcılık olaylarının ve bu olaylarda yaşanan mağduriyetlerin azaltılmasına katkı verebilecektir. Bu amaç ile yapılan çalışmada, Türkiye’de yaşanan en büyük dolandırıcılık vakalarından bir tanesi olan Çiftlik Bank vakasında dolandırılan 456 kişiden toplanan bilgilerin analizi ile insanların Çiftlik Bank ve benzeri dolandırıcılık organizasyonlarına kanma nedenleri duygusal karar verme, acil finansman ihtiyacı, kişisel eksiklikler ve dış faktörler olarak tespit edilmiştir. Bu konularda gerekli tedbirlerin alınması ve insanların bilinçlendirilmesi dolandırılma ihtimallerini azaltabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dolandırıcılık, Dolandırılma Nedenleri, Dolandırılanların Davranışı

ABSTRACT

Cheaters are constantly developing new methods to convince people what they tell. As a result of fraud cases many negative consequences, such as loss of money or suicide, happen. Identifying the reasons why people are believing in cheaters and developing recommendations depending on these findings will help to reduce the number of fraud

* E-posta: drserhankeskin@yahoo.com, ORCID ID: 0000-0001-8282-3358.

cases and the reduction of victimization. In this study, one of the largest fraud cases occurred in Turkey named iftlik Bank is analysed. Information is collected from 456 people who are suffered from iftlik Bank. At the end of the study, the reasons why people believe in cheaters are find as emotional decision making, urgent financing needs, personal shortcomings and external factors. Taking necessary precautions and raising people's awareness on these issues may reduce the negative results of fraud cases.

Key words: Fraud, Reasons Of Deception, Behavior of Victoms

1. GİRİŞ

İnsanların, sık sık dolandırıcıların ağına düştüğü, kandırıldıkları, ellerinde avuçlarında, hatta bankadaki hesaplarında ne varsa dolandırıcılara kaptırdıkları duyulur. Bazen bir telefon, bazen bir elektronik posta, bazen televizyonda izlenen bir reklam, bazen yolda karşılaşılan bir kişi dolandırıcılık olayının ilk adımı olur. Dolandırıcılar, insanları ikna etmek için birçok yöntem kullanır. En sık kullanılan yöntemlerden birisi, Ponzi oyunu, piramit şeması veya saadet zinciri ismi ile anılır. Bu dolandırıcılık yöntemi, 2016 yaz aylarında ortaya çıkan ve 2018 yılının ilk aylarında ismi ülke genelinde tanınır hale gelen iftlik Bank isimli dolandırıcılık vakası ile tekrar gündeme geldi.

Dolandırıcılık, çok genel bir tanımla hileli davranışlarla karşısındakini kandırarak menfaat temin etme anlamına gelmektedir. Dolandırıcılık suçunun en temel özelliği, failin sahip olduğu kurnazlık, plan yapma, uyum sağlama ve ikna kabiliyeti ile mağdurların tecrübesizliğini, dikkatsizliğini ve kolay yoldan para kazanma hırsını kullanarak gelir elde etmesidir (Bilen, 2012: s.6).

Dolandırıcılık, sosyal yaşamda vuku bulan ve ekonomi, tüzel kişiler ve bireyler için birçok sonucu olan bir faaliyettir. Açgözlülüğün bir hile fırsatıyla karşılaştığında yayılma fırsatı bulması olarak tanımlanabilir (Silverstone ve Sheetz; 2004, s.5). Dolandırıcılığın meydana gelebilmesi için bir dolandırıcılık üçgeninden bahsedilmekte ve bir dolandırıcılığın üç bacağıının bulunduğu ileri sürülmektedir. Bunlar; dürtü (güdü), fırsat ve rasyonalizasyondur. Rasyonalizasyon, kılıf uydurma ve yöntem geliştirme olarak tanımlanabilir (Darling ve Wood; 2003, s.5).

Dolandırıcılık eyleminde bir hile olacaktır. Hile, ikna etmeye yönelik sözlerle gerçeği gizlemekten, doğru sanılmasına elverişli akıl yürütmeleri içeren bir yalandan ibaret

iken; desise olmayanı varmış, olanı yokmuş gibi gösterip gerçeğin gizlenmesidir (Erem ve Toroslu, 2000: s. 528).

Dolandırıcılık organizasyonlarında hedef alınan kişilere bazen bir ürünün satın alınması, bazen bir sisteme ortak olunması teklifi sunulmaktadır. Teklifi kabul etmenin şartı bir miktar ödeme yapmaktır. Her teklifin içerisinde yüksek tutarda bir getiri vaadi vardır. Dolandırıcılar, müşteri olarak gördükleri kişileri ikna etmek üzere çeşitli yöntemler kullanırken, hedef aldıkları kişileri müşteri veya tüketici olarak görürler ve kişileri, istedikleri şekilde davranmaya zorlarlar.

Tüketici, iktisadi mal ve hizmetleri belirli bir bedel karşılığında satın alarak kullanan kişidir. Tüketici davranışı, tüketicinin ihtiyaç hissetmesi anından başlayarak ihtiyacını karşılamak için satın aldığı mal ya da hizmeti kullanması, kullandıktan sonra ondan sağladığı faydayı değerlendirmesine kadar geçen süreç olarak pazarlamanın konusu olmuştur (Altunışık, Özdemir, Torlak, 2002: s.65). En geniş anlamı ile tüketici davranışı, pazar yerinde tüketicinin davranışını inceleyen, bu davranışın nedenlerini araştıran uygulamalı bir bilim dalıdır (Odabaşı ve Barış, 2014: s.16).

Tüketici istek ve arzuları karşılanması gereken kişidir. Karşılanması gereken istek ve arzular açlık ve susuzluktan aşka, statüye ve hatta ruhsal ihtiyaçlara kadar çeşitlidir. Tüketici davranışı üzerinde sadece pazarlama alanında değil genelde sosyal bilimlerde artan bir ilgi vardır (Solomon, Bamossy ve Askegaard, 2002: s.7).

Dolandırıcıların hedef aldığı kişileri istedikleri şekilde davranmaya yönlendirmeleri yani motive etmeleri gerekmektedir. Bu noktada motivasyon kavramını tanımlamak gerekir. Motivasyon kelimesi Latince movere (hareket) kelimesinden gelir. Motivasyon veya güdüler insanları yerinden kaldırarak onları harekete geçiren, onların bir şeyler yapmalarını sağlayan sebeplerdir. Tüm davranışların temelinde bir yada birden fazla güdü (motivasyon) faktörü vardır. Güdülerin temelinde de ihtiyaçlar bulunmaktadır. İhtiyaçlar herhangi bir anda hissedilen bir fizyolojik/fizyojenik veya psikolojik/psikojenik eksiklik veya mahrumiyet hissinden kaynaklanır (Koç, 2015: s.243).

Motive teriminin Türkçe karşılığı güdü, saik veya harekete geçirici olarak belirlenebilir. Güdüleme, bir insanı belirli bir amaç için harekete geçiren güç demektir. Motive, harekete geçirici, hareketi devam ettirici, olumlu yöne yöneltici üç temel özelliğe sahip

güçtür. Bir veya birden çok insanı doğru, devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır (Eren, 2008: s.554).

Motivasyon, kişilerin belirli bir amacı gerçekleştirmek maksadıyla kendi arzu ve istekleri ile davranmalarınıdır. Bireyleri, beklenen ve istenen yönde hareket etmelerine ve davranmalarına teşvik eden, kendilerinden veya çevrelerinden kaynaklanan çeşitli güdü ve güdüler topluluğudur. Bunun yanı sıra, örgütün ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılayacak bir iş ortamı oluşturmak maksadıyla bireyin harekete geçmesi ve teşvik edilmesi sürecidir. Bir hareketin yönü, şiddeti ve devamlılığı üzerine çabuk ve derhal yapılan etkidir (Küçükahmet, 2000: s.11).

2. Yöntem

Bu araştırmada, dolandırıcılık vakalarının mağduru olan kişilerin dolandırıcıların tekliflerine evet deme nedenlerinin tespit edilmesi, bu tespitlerden yola çıkarak yeni dolandırıcılık girişimlerinde mağduriyetlerin azaltılmasını sağlayacak öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır. İnsanların neden bir şekilde davrandıklarını anlaşılması, o şekilde davranmalarının önlenmesine veya o şekilde davranmaya devam etmelerine neden olabilecektir.

Araştırma, teorik ve uygulama bölümleri olmak için olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Teorik bölüm için literatür taraması yapılmış, ülkemizde yaşanmış dolandırıcılık eylemleri incelenmiştir. Uygulama bölümünde, dolandırıcıların mağduru olmuş kişilerden bilgi toplamak amacıyla 20 ifade içeren anket formu geliştirilmiştir. Anket formu, kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevapları olan, beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Anket formu literatürde insan ve tüketici davranışı ile dolandırıcılık eylemleri üzerine yapılmış çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket formu ile Çiftlik Bank vakasının mağduru kişilerden bilgi istenmiştir.

Çiftlik Bank vakasının boyutu çeşitli kaynaklarda farklı ifade edilmektedir. Diken.com haber internet sitesinde, Çiftlik Bank vakasında 132 bin kişinin, 1.2 milyar TL dolandırıldığı anlatılmaktadır (www.diken.com). Çiftlik Bank'ın, ilk başlarda bankalarla yaptığı anlaşmalarla para toplarken, bankaların anlaşmayı feshetmeleri üzerine ödeme sistemi Papara üzerinden para toplamaya devam ettiği görülmektedir (tr.sputniknews.com). SPK raporuna göre, Çiftlik Bank'ın sadece ödeme sistemi Papara

kanalıyla 2016-2017 yılları arasında 77 bin 843 kişiden toplam 511.7 milyon TL topladığı anlaşılmaktadır (www.sabah.com.tr). Bu rakamlar Çiftlik Bank vakasının Türkiye’de yaşanmış en geniş çaplı dolandırıcılık vakası olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada Çiftlik Bank vakasının incelenmesinin nedeni etkilediği kişi sayısının ve verdiği zararın büyüklüğüdür.

Saha çalışması öncesinde gerekli düzenlemeleri yapmak ve anket formuna son halini vermek üzere 30 kişilik bir grup ile bir ön çalışma yapılmıştır. Bu ön çalışmada alınan geri dönüşler dikkate alınarak anket formu güncellenmiştir. Analize başlamadan uygulanan anketin güvenilir ve geçerli olup olmadığının sorgulanması gerekmektedir. Bu amaçla Cronbach’s Alfa testi uygulanmıştır. Cronbach’s Alfa, 0 ile 1 arasında değer alan bir testtir. Değer, bire yaklaştıkça geçerlilik ve güvenilirlik artmaktadır. Anket geneli için uygulanan Cronbach’s Alfa test sonucu .854 olarak bulunmuş ve anket formunun güvenilir ve geçerli olduğu görülmüştür.

Araştırmanın evreni, Çiftlik Bank’ın vaadine güvenerek ödeme yapan ve mağdur olan kişilerdir. Çiftlik Bank sisteminde 130 bini aktif, 380 bine yakın pasif olmak üzere 500 bine yakın kişi vardır (www.posta.com.tr). Mağdurlara, Çiftlik Bank sosyal medya hesaplarından ve mağdurların bir araya gelerek kurdukları sosyal medya grupları üzerinden ulaşılmaya çalışılmıştır. Çiftlik Bank adına açılmış @ciftlikbank adresli twitter hesabının 93.000 kadar takipçisi vardır. Bu takipçilerden mağdur oldukları yönünde yorum yapan 1.000 kişiye twitter üzerinden ulaşılarak çalışma hakkında bilgiler verilmiş ve cevaplamaları talebi ile anket formu gönderilmiştir. Ulaşılan kişilerin 725’inden geri dönüş olmuş, bu formlardan 456’sı değerlendirmeye alınmıştır. Hedef grubun dolandırılan ve bu konuda konuşmak istemeyen kişiler olduğu düşünüldüğünde, geri dönüş sağlanan 456 kişinin önemli bir rakam olduğu kabul edilebilir.

3. Bulgular

Dolandırıcılık vakalarının mağdurlarının, dolandırıcılara kanma nedenlerinin tespit edilmesi amacıyla saha çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler, faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi (FA), birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı, keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2002, s.473).

Saha çalışması ile elde edilen veri değerlerinin tutarlı olup olmadığı, örneklemin analiz için uygun olup olmadığı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ile belirlenmektedir. KMO, sıfır ve bir arasında değer bulmaktadır. Değerinin yüksek olması, ölçekteki her bir değişkenin, diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edilebileceği anlamına gelir. Değerlerin sıfır ya da sıfıra yakın çıkması durumunda, korelasyon dağılımında, bir dağınıklık olduğu için bu değerlere dayalı olarak yorum yapılamaz. Kaiser-Meyer-Olkin testi sonucunda, değer 0.50'den düşük olması halinde faktör analizine devam edilemeyeceği yorumu yapılır (Çokluk vd., 2012, s.207). KMO ölçütü, 0,9 ile 1 arasında olduğunda veri setinin mükemmel, 0,8 ile 0,89 arasında olduğunda çok iyi, 0,7 ile 0,79 arasında olduğunda iyi, 0,6 ile 0,69 arasında olduğunda orta, 0,5 ile 0,59 arasında olduğunda zayıf olduğuna işaret eder. KMO ölçütü, 0,5'in altında olduğunda veri setinin, faktör analizi için uygun olmadığını göstermektedir (Aydın, 2007, s.4). Barlett testi ile ise saha çalışması ile elde edilen verilerin analize uygunluğu test edilir. Test sonuçları anketin güvenilir ve geçerli olduğunu, elde edilen verilerin tutarlı olduğunu, verilerin analize uygun olduğunu göstermektedir (Cronbach's Alfa: .854, KMO: .709, Barlett: 5992.578, $p < .05$). Veriler, analiz sonucunda dört faktöre ayrılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 1'de gösterilmiştir. Bileşenler göz önüne alınarak faktör isimleri tespit edilmiştir.

Analiz sonucunda, insanların dolandırıcılara kanma nedenlerinin dört faktöre ayrıldığı tespit edilmiştir. Bu faktörler önem sırasına göre, duygusal karar verme, acil finansman ihtiyacı, kişisel eksiklikler ve dış faktörlerdir. Faktörlerin tamamının ortalamaları 3.50'den büyüktür. Bu veri, katılımcıların genel olarak bu ifadelere katıldıklarına işaret etmektedir.

Tablo 1: İnsanların Dolandırıcılara Kanma Nedenleri

Faktör İsmi	Bileşen	faktör yükü	özdeğer	F%	Ortalama
	Duygusal karar vermek	.855			
Duygusal Karar Verme	Güvenilir görünen dolandırıcı Arkadaş/ünlü kişi önerisi	.831	8.711	29.654	4.105
	Aşırı özgüven	.776			
Acil	Acil para ihtiyacı	.822	6.802	50.332	3.702

Finansman	Yüksek getiri beklentisi	.788			
İhtiyacı	Dolandırılma korkusu	.710			
Kişisel Eksiklikler	Balık hafızası	.755			
	Eğitim eksikliği	.699	5.883	64.408	3.898
	Bilinçsiz yatırımcı davranışı	.657			
Dış faktörler	Hukuki boşluklar	.683			
	Devletin geç önlem alması	.659			
	Medyanın yanlış bilgilendirmesi	.644	4.854	74.589	3.780
	Dolandırıcıların yeni yöntemler geliştirmesi	.601			
	KMO	.709	Cronbach'a Alfa	.854	
Barlett	5.992.578	Sig	.000		

Faktör analizi ile elde edilen sonuçlar insanların dolandırıcılara kanmalarında ilk faktörün duygusal karar verme olduğunu, bunu etki sırası ile acil finansman ihtiyacı, kişisel eksiklikler ve dış faktörler faktörlerinin takip ettiğini göstermektedir. Duygusal karar verme faktörü dört, acil finansman ihtiyacı üç, kişisel eksiklikler üç ve dış faktörler dört bileşenden oluşmaktadır. Tüm bileşenlerin ortalamalarının 3.50'den büyük olması katılımcıların ifadelerine katıldıklarını göstermektedir.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Ülkemizde sık sık dolandırıcılık olayları yaşanmaktadır. Bu olaylarda insanlar mağdur olmakta, maddi ve manevi kayıplar yaşamaktadırlar. Kaynaklarda Çiftlik Bank vakasında 130 bin kişi, 1 milyar TL'nin üzerinde dolandırıldığı ifade edilmektedir Bu maddi kaybın yanı sıra intihara kadar giden manevi kayıplar da söz konusudur. İnsanların dolandırıcılara kanma nedenlerinin tespit edilmesi, inandırıcılıktan uzak ama gerçek olan bu geniş çaplı zararları önlemeye yönelik öneriler geliştirilmesine katkı verebilecektir.

Bu kapsamda yapılan literatür araştırması, saha çalışması ve elde edilen verilerin analizi sonucunda insanların dolandırıcılara kanma nedenlerinin, duygusal karar verme, acil

finansman ihtiyacı, kişisel eksiklikler ve dış faktörler olmak üzere dört başlık altında toplanabileceğini göstermiştir. Bu sonuçların analizi, aşağıdaki bulguları gündeme getirmektedir.

İnsanlar, karar verirken rasyonel davranmamakta duygularının etkisinde kalarak karar vermektedirler. Yine duygularının etkisi altında kalarak fazla sorgulama yapmadan dolandırıcılara güvenmektedirler. Arkadaşların/ünlü kişilerin önerileri gerekli sorgulamayı yapmadan dolandırıcıların peşinden gitmeye neden olmaktadır. İnsanların karar verme sürecinde kendilerini aşırı güvenmeleri ve yaşadıkları anı yeterince sorgulamamaları yaşanan olumsuzlukları artırmaktadır.

Acil paraya ihtiyacı olan insanların dolandırıcılara kanma ihtimalleri yükselmektedir. Dolandırıcılara inanarak kısa vadede yüksek getiri elde edebileceklerine inanan insanlar da çoğu zaman dolandırıcıların hedefi olmaktadır.

Sık sık dolandırıcılık olayları yaşansa bile insanlar yaşananları çok çabuk unutmakta ve yeni dolandırıcılık girişimi ile karşılaştıklarında balık hafızalı davranarak yaşanan olayları unutmaktadırlar. Eğitim eksikliği insanların dolandırıcılar karşısında doğru tavrı sergilemelerine engel olmaktadır. Yatırım konusunda yeterli bilgiye sahip olmama nedeniyle de dolandırıcıların teklifleri sağlıklı şekilde değerlendirilmeden kabul edilmektedir.

Mağdurlar, dolandırılmalarının nedenini kendilerinin dışında mercilerde de aramaktadırlar. Dolandırıcılara karşı yeterli yasal düzenlemelerin yapılmamış olmasının dolandırıcılığı teşvik ettiği iddia edilmektedir. Dolandırıcılık olayı başladıktan sonra yetkili devlet kurumlarının doğru zamanda müdahale etmediği, müdahale edildiği zamanın ise çok geç olduğu ifade bulmaktadır. Mağdurlar, medyanın, olaylar hakkında insanları bilinçlenmekten çok dolandırıcıları güvenilir ve hoş göstermeye yönelik yayımlar yaptıklarını söylemektedirler. Dolandırıcıların güncel konuları takip ederek yeni yöntemler geliştirmeleri mağdur sayısındaki artışta etkili olmaktadır. Bu tespitler ışığında dolandırıcılık vakalarının ve mağdurların azaltılabilmesine yönelik olarak bazı öneriler geliştirilmiştir.

Öncelikle tespitler eğitim eksikliği olduğunu göstermektedir. İnsanların karar verirken ve karşılarındaki insanlara güvenirken nelere dikkat etmeleri gerektiği konusunda eğitilmeleri önceliklidir. İnsanlara, akıllarını bir tarafa bırakarak, karar süreçlerinde

sadece duyguları ile hareket etmelerinin kandırılma ve hata yapma ihtimallerini artıracığı anlatılmalıdır. Herkesin acil finansman ihtiyacı olabilir ancak bu ihtiyacı rasyonel yollarla karşılamak gerekir. Kabul edilebilecek yatırım teklifi, alternatif getiriler ile uyumlu olmalıdır. Gerçeklikten uzak yatırım tekliflerinden ve aşırı getiri önerilerinden uzak durmak gerekir. Kendilerine çekici bir yatırım teklifi sunulan kişilerin, geçmişte yaşanmış dolandırıcılık vakalarını hatırlayarak bir karşılaştırma yapmaları, kandırılma ihtimallerini azaltacaktır. İnsanların finansal okuryazarlık eksikliklerini gidermek de dolandırıcılık vakalarının fazla zarar vermeden önlenmesini sağlayabilecektir.

Dolandırıcılıklar ile ilgili yasal düzenlemelerin gözden geçirilmesi ve cezaların artırılması, yaşanacak olay sayısını ve mağduriyetlerin boyutunu azaltabilecektir. Olayların özellikle sosyal medyada ilk duyulduğu anda, devletin ilgili kurumlarının müdahale etmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Medyanın olaylar karşısındaki tavrı da önemlidir. Benzer olaylara tedbirli yaklaşan medya, insanların olayların gerçek yüzünü görmelerine yardımcı olacaktır. Dolandırıcıların kendilerini geliştirerek piyasaya yeni yöntemlerle çıkmaları kaçınılmazdır. İnsanların yeni ve güncel yöntemlere hazırlıklı olmaları, anlatılanların arkasındaki gerçekleri görmek için gayret sarf etmeleri mağduriyetlerin azaltılması için önemlidir.

Sonuç olarak yapılan çalışma, insanların dolandırıcılara kanma nedenlerini tespit etmektedir. Bu tespitler ışığında öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler, dolandırıcılık olaylarında yaşanan mağduriyetleri azaltabilecek niteliktedir. Çalışmanın sonuçları, bireysel olarak yapılması gerekenler olduğu gibi eğitim sistemine, devlet kurumlarına ve medyaya da görevler düştüğünü göstermektedir. Ancak her ne yapılsa yapılsın dolandırıcılık vakalarının sıfırlanamayacağı, en iyi ihtimalle mağdur sayısının, maddi ve manevi mağduriyetlerin azaltılabileceği unutulmamalıdır.

KAYNAKLAR

- Altunışık, R., Özdemir, Ş., Torlak, Ö. (2002). *Modern Pazarlama*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Aydın, B. Z. (2007) *Faktör Analizi Yardımıyla Performans Ölçütlerinin Boyutlarının Ortaya Konulması*. 8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi. İnönü Üniversitesi, Malatya, 24-25 Mayıs: 25 – 38

- Bilen, M. (2012). *Türk Ceza Hukuku'nda Dolandırıcılık Suçu*. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Büyüköztürk, Ş. (2002) Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı. *Kurum ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, Sayı 32: 470 – 480.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., Büyüköztürk, Ş. (2012) *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Darling, R. J., Lewis, E. W. (2003). *Marine Corps Unit-Level Internal Management Controls for the Government-Wide Commercial Purchase Card*.
- Erem, F., Toroslu, N. (2000). *Türk Ceza Hukuku (Özel Hükümler)*. Ankara.
- Eren, E. (2008). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Beta Yayınları.
- <http://www.diken.com.tr/ciftlik-bank-vurgununda-akil-almaz-rakamlar-132-bin-kisiden-1-milyar-139-milyon-toplanmis/> erişim tarihi : 02.12.2018
- <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201803261032779758-ciftlik-bank-magdurlari-devlet-destegi/> erişim tarihi : 20.11.2018
- <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/dilek-gungor/2018/01/02/parayi-kibrisa-kacirmislar> erişim tarihi : 05.11.2018
- <https://www.posta.com.tr/bakan-dan-ciftlikbank-aciklamasi-raporlar-masak-a-gonderildi-1390270> erişim tarihi : 02.12.2018
- Koç, E. (2015). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Küçükahmet, L. (2000). *Program Geliştirme ve Öğretim*. İstanbul: Nobel Yayınları.
- Odabaşı, Y., Barış, G. (2014). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat.
- Silverstone, H., Sheetz, M. (2004). *Forensic Accounting And Fraud Investigation for Non-Experts*.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. (2002). *Consumer Behavior: A European Perspective*. New York: Prentice Hall Europe.