

ARAŞTIRMA MAKALESİ



Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

The Journal of International Social Sciences

Cilt: 28, Sayı: 1, Sayfa: 187-202, OCAK – 2018

Makale Gönderme Tarihi:13.12.2017 **Kabul Tarihi:**16.01.2018

KARTLI ÖDEME SİSTEMLERİNİN FİNANSAL DAVRANIŞ VE TUTUM ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ELAZIĞ-MALATYA İLİ AVM MÜŞTERİLERİ ÖRNEĞİ

The Effect Of Card Payment Systems On Financial Behaviour And Attitude: The Example Of Shopping Centre Customers in Elazığ-Malatya Province

Zeynep DENK¹

Özcan DEMİR²

Eray Ekin SEZGİN³

ÖZ

Günümüzde insanların ihtiyaçları geçmişe nazaran oldukça farklılaşmış ve çeşitlilik kazanmıştır. Çeşitlenen bu ihtiyaçların giderilmesi amacıyla da birçok yenilik hayatımıza dahil olmuştur. Bu yeniliklerden biri ve belki de en yaygın olanı kartlı ödeme sistemleridir. Toplumun her kesimini ilgilendiren, dolayısıyla AVM müşterilerini de yakından ilgilendiren kartlı ödeme sistemlerinin finansal davranış ve tutum üzerinde ki etkisi önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu kapsamda, çalışmanın temel amacı AVM müşterilerinin kullandıkları kredi kartlarının bireylerin finansal davranış ve tutum üzerindeki etkisini belirlemektir. Finansal davranış ve tutum düzeyleri, frekans yüzde dağılımlarıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Ki-kare testiyle demografik özellikler ile finansal davranış ve tutum ve kartlı ödeme sistemleri arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Yapılan analizlerin sonucunda finansal tutum ile finansal davranış arasında ilişki olduğu ve AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartı kullanım durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kartlı Ödeme Sistemleri, Finansal Davranış, Finansal Tutum

ABSTRACT

Today, people's needs are highly differentiated and diversified compared to the past. Many innovations have been incorporated into our lives in order to overcome these varied needs. One of these innovations and perhaps the most common is card payment systems. The effect of the card payment systems on financial attitudes and attitudes that interested in every segment of the society and that closely related to the shopping center customers is an important issue.

In this context, the main purpose of the study is to determine the effect of the credit cards used by the shopping center customers on the financial behavior and attitude of the individuals. Financial behavior and attitude levels were tried to be determined by frequency percent distributions. The relationship between demographic characteristics and financial behavior and attitude and card payment systems was investigated by chi-square test. As a result of the analysis, it is determined that there is a relationship between financial attitude and financial behavior and that there is a meaningful relationship between the attitudes and behaviors

Keywords: Card Payment Systems, Financial Behavior, Financial Attitude

GİRİŞ

Kartlı Ödeme Sistemleri tüketicilere mal veya hizmet bedelinin nakit para harici bir ödeme aracı ile karşılanmasını, taksitlendirilmesini, nakit para edinmek için banka şubesi veya ATM'lerden hesaba erişimini sağlamaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle gelişen piyasalarda

¹ Fırat Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü Yüksek Lisans Mezunu ELAZIĞ, zeynep_denkyg@hotmail.com

² Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi, İİBF Fakültesi, İşletme Ana Bilim Dalı, ELAZIĞ, odemir@firat.edu.tr

³ Fırat Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Doktora Öğrencisi, ELAZIĞ, eray_ekin_1907@hotmail.com

bireylerin karşılaştıkları ödeme sistemleri ve finansal davranış ve tutumların değerlendirilmesi büyük bir önem arz etmektedir. Bu kapsamda bireylerin finansal davranış ve tutumlarında kartlı ödeme sistemlerinin yeri ve önemi öne çıkmaktadır ve finansal davranış ve tutumun değerlendirilmesi ve git gide karmaşıklaşması alınan finansal kararların etkinliğini sorgulamamıza neden olmaktadır.

Günlük yaşamda karmaşık finansal araçlar kullanarak finansal kararlar almak gereği bulunmaktadır. Kredi kartı kullanım alternatiflerini karşılaştırmaktan, ödeme yöntemleri arasında tercih geliştirmeye, ne miktarda tasarruf yapılacağından bunun nereye yatırılacağına ve en iyi koşullarda kredinin nereden temin edileceğine kadar pek çok finansal kararı etkin biçimde alabilmek için finansal davranış ve tutumları doğru yönetme ihtiyacı artan biçimde görülmektedir.

Finansal konulardaki bilgi düzeyi, finansal tutum ve davranışlar kartlı ödeme sistemlerini etkilemektedir. Finansal tutum ve davranışlar geleceğe yönelik harcama, birikim yapma gibi parasal konularda alınacak kararları etkilemektedir. Örneğin, geleceği için kaygılanan bireylerin, geleceği için endişe duymayan bireylere kıyasla harcama ve birikim yapma eğilimleri farklı olacaktır. Finansal ürün ve hizmetlerin artan çeşitliliği, ürün ve hizmet sözleşmelerinin karmaşıklığı gibi faktörler finansal sektörde yer alan kavramların önemini arttırmakta ve tüketiciler açısından belli düzeyde bir finansal bilgi, birikim, yeterli risk analizi yapabilme kapasitesi ve farkındalık gerektirmektedir. Burada finansal tüketicinin eğitimi hususu ön plana çıkmaktadır. Finansal eğitimle hedeflenen; finansal tüketicinin, finansal davranış ve tutumunu doğru tespit etmesini, karşı karşıya kaldığı riskleri değerlendirmesini ve yaşanacak problemlerde hak ve sorumluluklarının bilincine varmasını sağlamaktır.

Bireylerin finansal davranış ve tutumun değerlendirilmesi sadece kişinin kendisi için değil tüm toplumun ekonomik refahı açısından da önemlidir. Ailede kazanılan para yönetimi becerisi eğitim ve tecrübeyle pekişerek tüm toplumun tüketim alışkanlığını etkilemektedir. Bu sebeple toplumsal refahın artırılması bireylerin verdiği finansal kararların etkinliğine bağlıdır.

1. LİTERATÜR ÇALIŞMASI

Kartlı ödeme sistemlerinin finansal davranış ve tutum üzerindeki yeri ve etkisini doğrudan irdeleyen çalışmalara rastlanmamıştır. Ancak, finansal davranış ve tutum ile kartlı ödeme sistemlerinin ilişkili olduğu araştırmalar incelendiğinde uygulanan örneklem kütlelerine göre pek çok şekilde sınıflandırma yapıldığı görülmektedir. Üniversite öğrencilerinden personeline, işletme yöneticilerine ve hane halkı olarak toplumun belirli kesimine kadar olan pek çok örneklem grupları arasında yapılmış araştırmalar mevcuttur. Bu araştırmalara şu şekilde sıralanabilir:

Alkaya ve Yağlı (2015)'nin finansal okuryazarlığı oluşturan finansal bilgi-tutum ve davranışların incelenme esasları ile yaptıkları çalışmada finansal davranış, temel anlamda bireylerin kişisel finansal durumlarını takip edebilmeleri, harcama-borçlanma ve tasarruf-yatırım segmentlerine yönelik kararlar alarak kişisel borç ve kredilerini yönetebilmeleri, kısa ve uzun vadede yatırımlarını değerlendirebilmeleri olarak incelenmiştir. Yapılan analizlerin sonuçlarından elde edilen temel bulgular olarak finansal tutum ile finansal davranış arasında ilişki olduğu ve bireylerin olumlu finansal davranış ve tutumlar sergiledikleri ancak finansal bilgi açısından yeterli düzeyde olmadıkları belirlenmiştir.

Sarıgül (2015), 407 üniversite öğrencisine uyguladığı 14 maddeden oluşan bir anket formu ile dört faktör elde ederek finansal okuryazarlık ve tutum ölçeği geliştirmiştir. Bu sayede toplumun farklı kesimlerinde bulunan grupların finansal davranış ve tutumlarının ölçülmesini sağlayan geliştirilmeye müsait bir ölçek ile alan yazınına katkıda bulunmuştur.

Ünal ve Düger (2015)'in akademik personelin finansal davranış eğilimlerini ortaya koyarak finansal davranış eğilimlerinin finansal gönenç haline etkilerini inceleme amacıyla yaptıkları çalışmada amaca yönelik oluşturulan hipotezlerin test edilmesi gerekçesiyle Dumlupınar Üniversitesi'nin bütün birimlerinde görev yapan akademik personele yönelik anket uygulanmış ve

246 akademik personelden oluşan bir örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır. Analizlerin sonucunda çalışmaya katılan akademik personelin finansal gönenç durumlarından sınırlı düzeyde memnun oldukları ve finansal davranış eğiliminin finansal gönenç hali üzerinde pozitif yönlü bir etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Gönen ve Özmete (2007)'nin aile ve toplum ile eğitim-kültür ve araştırma dergisinde yayınladıkları finansal refah konulu çalışmada bireylerin finansal yönetim ve finansal durumlarından duydukları tatmin, finansal davranışlar, kredi ve risk yönetimi süreçleri ile öz-saygı düzeylerini belirleyerek finansal yönetim sürecinden duyulan tatmin, finansal davranışlar ile öz-saygı arasındaki ilişkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda bireylerin yaşam düzeyi, tasarruf edebilme, borçları ödeyebilme, varlık düzeyi gibi finansal yönetim sürecine ilişkin bir çok konudan duydukları tatminin çok yüksek olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca öz-saygı düzeyi ile finansal yönetim süreci ve finansal durumdan duyulan tatmin, finansal davranışlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Finansal davranış ve tutumun bireye ve topluma etkisi birçok yabancı kaynaklı araştırmaya da konu olmuştur:

Xiao ve diğerleri (2006) finansal davranış modeline sonuç odaklı bakarak, var olan paranın nasıl harcanacağını yönetebilmek, gelecekteki paranın nasıl harcanacağına yönelik plan yapmak, yapılan harcamaların hesabını kayıt altına almak, sabit giderleri takip ederek kontrol etmek ve yazılı bir bütçe oluşturmak şeklinde ele almışlardır.

Dew ve Xiao (2011) finansal davranış boyutunu üç önemli faktöre ayırarak tasarruf-yatırım, nakit ve kredi yönetimi şeklinde inceleyerek açıklamaya çalışmışlardır.

Kahneman ve Tversky'nin 1979 yılında *Econometrica*'da yayımlanan makaleleri davranışsal finansın başlangıcı olarak literatürde kabul görmüş, yargılama ve karar verme alanındaki çalışmaları finans alanında bir dönemi başlatmıştır. 10 Aralık 2002 yılında Daniel Kahneman'ın, davranışsal finans çalışmaları yüzünden Nobel Ekonomi ödülüne layık olması sonrası, bilim dünyası daha fazla bu alanla ilgili çalışmaya başlamıştır. Bu ödül, davranışsal finansın bilim dünyası tarafından tanındığını göstermektedir.

Finansal davranış alanındaki yapılan çalışmalar, bireylerin finansal faaliyetlerinin sadece ekonomik değişkenlerle açıklanmadığı aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik unsurların da dikkate alınması gerektiğini vurgulamakta ve güven unsurunun etkisinin de incelenmesi gerektiğini göstermektedir. Bir milletin farklılık gösteren toplum yapısında güven düzeyi azaldıkça o ulusun fiziksel sermayesinin yanı sıra sosyal sermayesi de azalacak hatta tükenecektir.

Kartlı ödeme sistemlerinin tüketiciler üzerine olan etkisini araştırmaya konu olan bilimsel yayınlar şu şekildedir:

Yılmaz (2006)'ın yaptığı çalışmanın amacı, kartlı ödeme sistemlerinde orta ve küçük ölçekli bankaların dış kaynak kullanarak daha karlı ve verimli operasyonlara sahip olacağını göstermektir. Çalışmada bankaların, kartlı ödeme operasyonlarını kendi içinde veya dış kaynak kullanarak yapmasının avantajları ve dezavantajları incelenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, özellikle orta ve küçük ölçekli bankaların bu işi kartlı ödeme operasyonlarında uzmanlaşmış dış kaynak hizmeti veren firmalara yaptırmasının birçok yönden daha karlı ve verimli olacağı sunulmuştur. Çalışmada, kartlı ödeme operasyonlarında hizmet veren firmalara Türkiye'den ve dünyadan örnekler verilmiştir. Verilen bu örneklerle bankaların dünyada kartlı ödeme operasyonlarını çoğunlukla dış kaynak hizmeti veren firmalara yaptırdığı vurgulanmıştır.

Tuğay ve Başgül (2007) yaptıkları çalışmanın amaçları; kredi kartlarının; sahipleri açısından finansal bir kaynak oluşturup oluşturmadığını, kullanım amaçlarını, harcamalar üzerindeki etkisini ve bunlarla kart sahiplerinin; yaş, cinsiyet, eğitim düzeyleri gibi bağımsız değişkenler arasında bir ilişkinin olup olmadığını ölçmektir. Çalışmanın sonucunda uygulanan ankete göre katılan vatandaşların % 82,7'si alışverişlerinde ödemelerini kredi kartı ile yapmakta, ankete katılan

vatandaşların %59,2'sinin kredi kartı ile yaptıkları aylık harcama tutarı 500 YTL'den az, kredi kartı ile yaptıkları harcamanın aylık tutarı 2.000 YTL'den fazla olanların oranı sadece %1,5, ankete katılanların %44,2'si kredi kartlarının ihtiyaç fazlası gereksiz harcamalar yapmasına neden olduğunu düşünmekte, ailelerin geliri arttıkça kredi kartı ile yaptıkları harcamalarında arttığı gözlenmiştir. Kredi Kartları bilinçli kullanılmadığı takdirde toplumsal sorun haline gelebilecektir. Bu nedenle Kredi kartı kullanımı konusunda toplumun bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Altan ve Göktürk (2007) yaptıkları çalışmada Türkiye'de kredi kartları ile yapılan tüketim harcamalarının, diğer faktörler de dikkate alınarak, ekonomideki toplam özel nihai tüketim harcamalarını ne ölçüde etkilediği araştırılmıştır. Bu amaçla tüketim harcamalarını etkileyen faktörlerden; harcanabilir gelir, piyasa faiz oranları ve enflasyon oranlarına ilaveten kredi kartı ile yapılan tüketim harcamaları bağımsız değişken, toplam özel nihai tüketim harcamaları bağımlı değişken alınarak çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre toplam özel nihai tüketim harcamalarını artıran faktörler sıralamasında ilk sırayı kredi kartlarının, ikinci sırayı harcanabilir gelirin aldığı, enflasyon ve faiz oranlarının önemli faktörler olmadığı tespit edilmiştir.

Kaya (2008) çalışmasıyla hızla büyüyen kredi kartı pazarında bireysel müşterilerin kredi kartı tercihlerine etki eden faktörlerin araştırılması amaçlanmıştır. Bulgular ışığında bireysel müşteriler kredi kartı tercihi yaparken 11 faktörün etkisinde kaldığı gözlenmiştir. Bireysel müşterilerin demografik ve sosyoekonomik özelliklerine göre bankaların sunduğu hizmetler arasında yer alan kredi kartlarının işlevleri artırılarak şekillendirildikçe bireysel müşterilerin kredi kartı kullanma yönündeki tercihleri de artmaktadır. Bankaların müşterilerin etektip hizmet yerine bireyin sahsına özel hizmet sunması, müşteri bağımlılığı konusunda daha etkili olacaktır. Müşteri ile banka arasında güçlü bağların kurulması, bankanın kredi kartının tercihine etken olmaktadır. Banka ile sorunsuz olarak, uzun yıllardır çalışan bireysel müşterilerin ödüllendirilmesi tatmin düzeyini olumlu yönde etkileyecektir ve bu tatmin de kredi kartı kullanımının tercihine etken olacaktır.

Yılmaz ve diğerleri (2009) kredi kartı müşterilerinin kullandıkları kredi kartlarına ilişkin negatif ve pozitif tutumlarının araştırılması amacıyla yaptıkları çalışmada kredi kartının kişiye güven verdiği algısının memnuniyet değişkeni üzerinde en büyük artırıcı etkiye sahip faktör olduğu, bunun yanı sıra kredi kartı kullanımına karşı olumlu algının çıkış değişkeni üzerinde en çok azaltıcı etkiye sahip faktör olduğu saptanmıştır.

Ayden ve Demir (2011)'in çalışmalarında kartlı sistemlerin gelişimi ve sistemin işleyiş modelleri tanımlanarak Elazığ ilinde kartlı ödeme sistemlerini kullanan tüketicilerin kullanım tercihleri, bilinçleri ve temel beklentilerini yansıtan bir alan çalışması sunulmaktadır. Çalışmanın sonucunda kart kullanımının bir veya iki kartla sınırlı olduğu, temelde taksit avantajından yararlanmak için kullanıldığı ve kart borçlarının yine büyük çoğunlukla aylık miktarının tümünün ödendiği ve kullanıcıların uygulanan faiz oranları konusunda bilgili olduğu gözlenmiştir. Tüketici, üye işyeri, uygulayıcı sektörler ve devlete pek çok avantajlar sağlayan kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı konusunda bilinçlendirme faaliyetlerinin ve kullanım avantajlarının daha da yaygınlaştırılmasıyla tüketim harcamalarının büyük çoğunluğunun kartlı sistemler aracılığıyla sağlanabileceği, ekonominin daha fazla oranda kayıt altına alınacağı ve vergi gelirlerinin artacağı gibi hususlar dikkat çekmektedir. Bütün bu avantajların sağlanmasında devlete, kuruluşlara ve kartlı sistem sağlayıcılarına büyük görev ve sorumlulukların düşeceği hususunda çıkarımlara yer verilmiştir.

Budak (2011)'in bir tüketici finansman aracı olan kredi kartlarını temel aldığı çalışmada kredi kartlarının bilinçsizce kullanıldığında, tüketicileri gelirinin üzerinde borçlandırarak yaşam standardını olumsuz yönde etkileyecek problemlere yol açabileceği ve bu nedenle tüketicileri kredi kartı kullanımının maliyetleri hakkında bilgilendirmeye yönelik çalışmaların önemi vurgulanmıştır. Çalışmada öncelikle Türkiye'de kartlı ödeme sisteminin durumu ve konunun önemine dikkat çekebilecek sorunlara kısaca yer verilmiştir. Daha sonra kredi kartının rasyonel kullanımı konusu, kişilerin kredi kartı kullanımında aşırı borca girilmemesi için dikkat edilmesi gereken

sorumlulukları yerine getirme sıklığı bakımından ele alınmış ve bu davranışa etki edebilecek faktörler araştırılmıştır.

Kızılot ve diğerleri (2011) tarafından hazırlanan “Kartlı Ödeme Sistemleri’nin Ekonomik Katkıları ve Tasarruf Üzerindeki Etkileri” isimli rapor ödeme sistemlerinin son derece önemli katkılarını ortaya koymaktadır. Bu çalışmada ağırlıklı olarak “Kredi kartı kullanımı ve tasarruf arasındaki etkileşim” ele alınmıştır. Hemen ardından da “Kredi kartı harcamalarının kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkileri” ele alınmış ve vergi gelirleri üzerindeki olumlu etkilerine yer verilmiştir. Hazırlanan raporun en önemli yanlarından birisi ise bugüne kadar ki yaklaşımların biraz daha dışına çıkıp, kredi kartı-tasarruf ilişkisinin irdelenmiş olmasıdır. Bulgular, pozitif bir etkileşimi işaret etmekte, kredi kartlarının tasarruf üzerinde de olumlu bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Bu açıdan çalışma, bir ilk niteliği de taşımaktadır. Aynı zamanda bu rapor, “2023 Nakitsiz Ödemeler” hedefinin önemli adımlarından birisi olma niteliğini taşımaktadır.

Başaran ve Diğerleri (2012) çalışmalarında kredi kartına olan tutumu etkileyen faktörler açıklayıcı faktör analizi yardımıyla belirlenmiştir. Bu faktörler içerisinde kişilerin bazı demografik özellikleri açısından tutum farklılıklarının oluşup oluşmadığı araştırılmıştır. Tüketicilerin demografik özellikleri kredi kartı kullanım sıklığını ve şeklini doğrudan etkileyebilmektedir. Bazı kategorik farklılıklar tüketicileri kredi kartı kullanma konusunda daha bilinçli kılarak en bazıları da bilinçsiz kullanımı desteklemektedir. En önemli farklılıklar tüketiciler borç alma alışkanlıklarına göre kategorize edildiğinde çıkmıştır. Yaş ve eğitim düzeyine göre anlamlı farklılıkların olmaması çalışmanın ilginç bulguları arasındadır.

Özkan (2014) Türkiye’de kredi kartı kullanıcı profili ve davranışlarının incelenmesi sonucu elde edilen önemli bilgiler arasında fiyat-seviyesi özelliklerin, tüketicilerin kart ve banka seçimlerinde etkili olmadığı gözlenmiş, banka-seviyesi ve kart-seviyesi fiyat-dışı özellikler en önemli faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Bankalar tarafından büyük ölçüde bankacılık hizmetleri ile kart hizmetlerinin birbirine bağlanması ile oluşturulan kart değiştirme maliyetlerinin, kart kullanıcılarını kart değiştirmekten alıkoyduğu, bu durumun bankaların fiyatlamaya dönük piyasa gücünü daha da artırdığı ortaya konmuştur. Kredi kartı temerrüdlerine bakıldığında ise, temerrüdlere sadece arz tarafındaki sebepler (yüksek faiz, yüksek limit vs. gibi) etkili olmamakta, bir çeşit tüketici irrasyonelliği göstergesi olan gelirin gideri karşılamaya yetmemesi durumu da önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Kredi kartı müşterilerinin homojen olmadıkları, farklı grupların piyasadaki seçim ve davranışlarında farklılık olduğu, bankaların işletme politikalarını belirlerken bu farklılıkları göz önünde bulundurarak hedef müşteri kitlesi bazında stratejiler geliştirdikleri düşünülmektedir. Kredi kartı piyasasındaki etkinliği artırmak isteyen düzenleyici otoritelerin kart kullanıcılarının seçim ve davranışları konusunda bilgi sahibi olmasının da önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Demirci ve Selçuk (2016) yaptıkları çalışma ile Türkiye’de finansal tüketicilerin kredi kartı tercihlerine etki eden faktörleri, yapılan literatür araştırmasından elde edilen veriler ışığında açıklamayı amaçlamışlardır. Çalışmanın sonucunda kullanıcıların kredi kartı tercihlerini etkileyen fiyatlandırma dışı faktörlerin Türkiye’deki kredi kartı kullanıcıları üzerinde fiyatlandırmaya bağlı faktörlerden daha güçlü olduğu gözlemlenmiştir. Günümüzde tüm finansal hizmet ürünlerinde kullanıcıya yönelik ve kullanıcının isteklerini ön planda tutan bir tutum sergilendiğinden, yapılan literatür taramasında kredi kartı kullanıcılarının tercihlerini daha iyi anlamaya yönelik çalışmaların artırılması gerektiği gözlemlenmiştir.

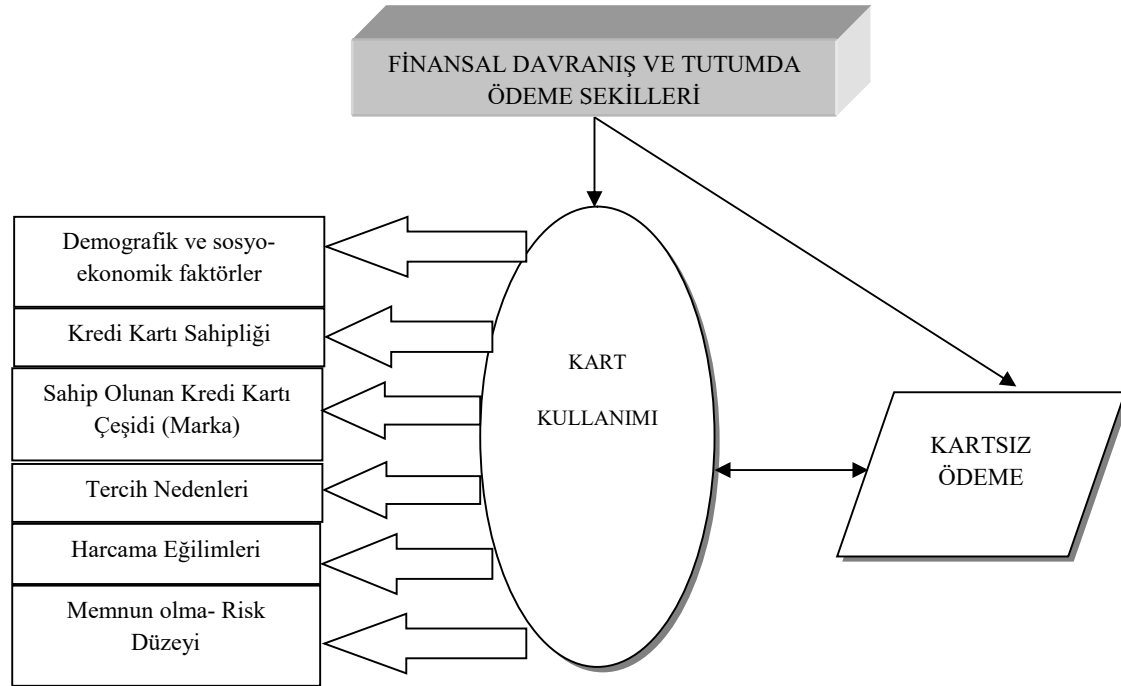
2. METODOLOJİ

Çalışmanın bu kısmında araştırmaya ilişkin amaç, önem, katkı, ana kütle, örneklem, veri toplama yöntemleri, veri analiz yöntemleri ve bulgular yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Önemi

Bu çalışmanın temel amacı, literatürde yer alan kartlı ödeme sistemleri ve finansal davranış ve tutum ile ilgili araştırmaların sonuçlarından bahsedip, bunun yanı sıra alan çalışması olarak Elazığ ve Malatya illerinde AVM müşterisi olup kartlı ödeme sistemlerini kullanan tüketicilerin kullanım tercihlerini, beklentilerini, bilinçlerini, görüş ve algılarını tespit ederek kartlı ödeme sistemleriyle olan ilişkisini incelemektir. Çalışma ile bilinçli kart kullanımı özendirilerek tüketicilerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasında yaşam standartlarını ne yönde şekillendirdiğinin tespit edilmesi, toplumda bilinçli ödeme kültürünün yerleştirilmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada “Günümüz toplumunda kartlı ödeme sistemleri nasıl işlemektedir?”, “Finansal tüketicilerin davranışlarındaki her türlü pozisyon kart kullanımını nasıl etkilemektedir?”, “Bireysel kart kullanıcılarında kartlı ödeme sistemleri hakkında olması gereken bilgi ne düzeydedir?” gibi sorulara yanıt oluşturacak şekilde kart kullanıcılarının algı ve görüşleri ele alınmıştır.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Araştırma ile ilgili hipotezler aşağıdaki gibidir:

H₁:AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile gelir düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenleri ile kredi kartı kullanım türü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: AVM müşterilerinin gelir düzeyleri ile kredi kartıyla yaptıkları harcamalar arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: AVM müşterilerinin kredi kartına olan tutum ve davranışları ile kredi kartı kullanım durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆:Kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme şekli ile eğitim düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çalışmanın özgünlüğünü; seçtiği evren itibarıyla ilk çalışmalar arasında olduğu iddiası oluşturmaktadır. Araştırma sonunda, benzer evren üzerinde çalışılacak başka araştırmalara alt yapı

oluşturulabilecek ve örnek olunabilecektir. Tanımlayıcı ve tümevarımsal istatistik tekniklerinin kullanılacak olması araştırmanın bir diğer özgün tarafıdır.

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Elazığ ve Malatya illerindeki alışveriş merkezi kuruluşlarındaki insanlar oluşturmaktadır. AVM'leri gezen insanların sayısı ve gelen insanların kredi kartı kullanıp kullanmadıklarına ilişkin birey sayısı her gün farklılık göstereceğinden araştırma evreni tam olarak saptanamayacak düzeydedir. Araştırma alanının genişliği nedeniyle ve anlamlı sonuçlar elde edebilmek için araştırma evrenini Elazığ ilinde 2, Malatya ilinde faaliyet gösteren 2 alışveriş merkezi oluşturup diğer alanlar maliyetli olabileceği düşünüldüğünden araştırma kapsamının dışında tutulmuştur. Bu nedenle tesadüfi örnekleme yolu ile seçilen 420 kişiye anket uygulanmıştır. Bu sayının istatistiksel açıdan yeterli ve anlamlı olduğu kanaatine varılmıştır.

Sosyal Bilimlerle ilgili yapılan araştırmalarda evren sayısının net olarak tespit edilemediği durumlarda örnekleme seçimi literatürümüzdeki diğer araştırmalar emsal alınarak tahmini rakama ulaşmaya çalışılmaktadır.

2.3. Araştırmanın Veri Toplama Tekniği ve Aracı

Araştırmada iki bölümden oluşan bir anket dağıtılarak, veriler toplanmaya çalışılmıştır. Anketin uygulanması sırasında müşterilere soruları cevaplandırırken sadece mevcut durumu değerlendirmeleri, arzuladıkları ya da istenen durumları dikkatten uzak tutmaları yönünde uyarılmışlardır.

Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik ve sosyoekonomik özellikleri, kart sayıları, kart edinim şekilleri, harcama eğilimleri, borç ödeme kabiliyetleri ve kullanım alanlarına ilişkin sorular yer almaktadır.

Anketin ikinci bölümünde ise kart kullanımıyla ilgili birtakım öngörüler yer almakta ve bireylerin davranışsal önyargı ifadelerine katılma derecelerine ilişkin 15 yargı bulunmaktadır. İkinci bölümde kart kullanımıyla ilgili alınan görüşler Likert 5 Ölçeği modeline göre hazırlanmıştır. Likert ölçeği, katılımcıların belirli ifadelerle ne ölçüde katılıp katılmadıklarını göstermektedir. Likert ölçeğinde hazırlanan kredi kartı tutum ölçeğinin güvenilirliği test edilmiş ve test sonuçlarına göre Cronbach's Alpha değeri 0,68 çıkmış ve ölçeklerin güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

2.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada ilk olarak çalışmanın geçerliliğini sağlamak amacıyla literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bilgi ve bulgulara dayanarak çalışmanın kurumsal çerçevesi belirlenmiştir. Daha sonra demografik değişkenlere ilişkin frekans dağılımı yapılmıştır. En sonda da anketlerin değerlendirilmesinde genel istatistik işlemleri olan aritmetik ortalama, standart sapma ve frekans dağılımlarını içeren Betimleyici analizden, hipotezlerin test edilmesinde PearsonChi-Square testinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarının veri girişinde ve elde edilen sonuçların değerlendirilmesinde SPSS 20.0 İstatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

2.5. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde araştırmaya katılan Elazığ ve Malatya illerindeki AVM'lerde alışveriş yapan bireysel tüketicilerin anket sorularına vermiş olukları yanıtların istatistiksel analizleri tablolar yardımıyla açıklanacaktır.

2.5.1. Katılımcıların Demografik ve Sosyo-ekonomik Özellikleri İle Kart Sahipliğine İlişkin Frekans Dağılımları

Katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile kart sahipliğine ilişkin dağılımları aşağıdaki Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik ve Sosyo-ekonomik Özellikleri İle Kart Sahipliğine İlişkin Frekans Dağılımları

Değişken	Özellik	N= 420	
		F	%
Cinsiyet	Kadın	130	31,0
	Erkek	290	69,0
Medeni Durum	Evli	179	42,6
	Bekar	227	54,0
	Dul/Boşanmış	14	3,4
Yaş	18-24	130	31,0
	25-35	157	37,4
	36-45	76	18,1
	46-55	44	10,5
	56 ve üzeri	13	3,0
Eğitim	İlkokul/Ortaokul	12	2,9
	Lise	77	18,3
	Önlisans	79	18,8
	Lisans	198	47,1
	Yüksek Lisans	49	11,7
	Doktora	5	1,2
Aylık Gelir	0-1000	131	31,2
	1001-2000	90	21,4
	2001-3000	84	20,0
	3001-4000	47	11,2
	4001-5000	38	9,0
	5001 ve üzeri	30	7,2
Meslek	Kamu Sektörü	133	31,7
	Özel Sektör	89	21,2
	Esnaf/Serbest	34	8,1
	Öğrenci	131	31,2
	Emekli	14	3,3
	Çalışmıyor	19	4,5
Banka Hesabı	1	158	37,6
	2-4	237	56,4
	5-7	21	5,00
	8 ve üzeri	4	1,00
Kredi Kartı Kullanımı	Evet	358	85,2
	Hayır	62	14,8
Sahip Olunan Kredi Kart Sayısı	1	204	48,6
	2	151	36,0
	3	48	11,4
	4 ve üzeri	17	4,0
Aile Fert Sayısı	1-3	127	30,2
	4-6	259	61,7
	7-9	27	6,4
	10 ve üzeri	7	1,7
Ailede Kullanılan Toplam Kredi Kartı Sayısı	1-3	297	70,7
	4-6	96	22,9
	7-9	22	5,2
	10 ve üzeri	5	1,2
Kredi Kartı Kullanım Süresi	0-1	69	16,4
	2-3	115	27,4
	4 yıl ve üzeri	236	56,2
Kredi Kartı Kullanım Amacı	Alışveriş	224	53,3
	Para Çekme	19	4,5
	İkisi Birden	177	42,2
Kullanılan Kredi Kartı Çeşidi	Visa	95	22,6
	Mastercard	115	27,4
	Visa-Mastercard	143	34,0
	Diğer	67	16,0
Kart Edinim Yöntemi	Şahsen müracaat üzerine	234	55,7
	Banka dışı form doldurma üzerine	41	9,8
	Tavsiye üzerine	35	8,3
	Bankanın müşteri adına düzenlemesi	96	22,9
	İnternet aracılığı üzerine	14	3,3
Kart Borcu Ödeme Şekli	Otomatik ödeme talimatıyla	93	22,1
	Banka şubesinden	63	15,0
	İnternet aracılığıyla	96	22,9
	Telefon aracılığıyla	17	4,0
	ATM aracılığıyla	151	36,0

Kart Borcu Ödeme Tutarı	Ekstre tutarın tamamı	196	46,7
	Asgari ödeme tutarı	128	30,5
	Ekstre ile asgari tutar arasında bir tutar	77	18,3
	Hiç ödemede bulunmuyorum	19	4,5
Kart Limitleri	0-1000	161	38,3
	1001-2000	80	19,0
	2001-5000	74	17,6
	5001-10000	50	11,9
	10000 ve üzeri	55	13,1
Aylık Harcama Tutarı	0-1000	263	62,6
	1001-2000	100	23,8
	2001-5000	38	9,0
	5001-10000	16	3,8
	10000 ve üzeri	3	0,7
Ek Kart Kullanımı	Evet	89	21,2
	Hayır	331	78,8
Uygulanan Faiz Oran Farkındalığı	Evet	253	60,2
	Hayır	167	39,8
Risk Algıları	Evet	175	41,7
	Hayır	56	13,3
	Kısmen	189	45,0
Memnuniyet Düzeyi	Evet	258	61,4
	Hayır	162	38,6

Tablodaki bilgilerden katılımcıların özellikleri şöyle görülmektedir:

- ❖ Katılımcıların % 31'i kadın ve % 69'u erkektir.
- ❖ Katılımcıların % 42,6'sı evli, % 54'ü bekar ve % 3,4'ü dul/boşanmıştır.
- ❖ Katılımcıların % 31'i 18-24 yaş, % 37,4'ü 25-35 yaş, % 18,1'i 36-45 yaş, % 10,5'i 46-55 yaş ve % 3'ü 56 ve üzeri yaş aralığındadır.
- ❖ Katılımcılar arasında eğitim düzeyi açısından ağırlık % 47,1 ile lisans mezunlarıdır. Lisans mezunlarını % 18,8 ile ön lisans mezunları, %18,3 ile lise mezunları, % 11,7 ile yüksek lisans mezunları, % 2,9 ile ilkokul/ortaokul mezunları ve % 1,2 ile doktora eğitimi yapmış olanlar takip etmektedir.
- ❖ Katılımcıların aylık gelirlerine bakacak olursak % 31,2 ile 0-1000 TL arası geliri olanlar ağırlıktadır.
- ❖ Katılımcıların meslek gruplarına ilişkin bilgilerde ise %31,7 ile kamu sektörü çalışanları ağırlıkta olup bunu % 31,2 ile öğrenciler takip etmektedir.
- ❖ Katılımcıların % 56,4'ünün 2-4 arası banka hesapları olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra % 85,2'sinin kredi kartı kullandığı ve % 48,6'sının 1 tane kredi kartı olduğu tespit edilmiştir.
- ❖ Katılımcıların % 61,7'si 4-6 arası aile ferdinden oluştuğunu ancak katılımcıların ailede kullanılan toplam kredi kartı sayısında ağırlığın % 70,7 ile 1-3 aile ferdinden oluştuğu görülmektedir.
- ❖ Katılımcıların kredi kartı kullanım süresi %56,2 ile 4 yıl ve üzeri olduğu, kullanım amacının % 42,2'sinin alışveriş ve para çekme amacının birlikte olduğu ve kullanılan kredi kartı çeşidinin % 34 ile Visa-Mastercardile ağırlıkta olduğu görülmektedir.
- ❖ Katılımcıların kart edinim yönteminde ağırlığın % 55,7 ile şahsen müracaat üzerine olduğu görülmektedir.
- ❖ Katılımcıların % 36' sıatm aracılığıyla kart borçlarını ödedikleri ve % 46,7'sinin ekstre tutarın tamamını ödedikleri görülmektedir.
- ❖ Katılımcıların kart limitlerinin % 38,3 ile 0-1000 TL aralığında olduğu ve % 78,8'inin ek kart kullanmadıkları görülmüştür.
- ❖ Katılımcıların % 60,2'si kredi karlarına uygulanan faiz oranlarının farkındadırlar.
- ❖ Katılımcıların risk algılarına bakacak olursak % 41,7'sinin evet, % 13,3'ünün hayır ve % 45'inin kısmen farkında oldukları görülmüştür.
- ❖ Son olarak Katılımcıların % 61,4'ü kredi kartı kullanımından memnun oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Kredi Kartını Kullanma Nedenleri

KREDİ KARTI KULLANIM NEDENLERİ		Önem Derecesi						TOPLAM
		1.sıra	2.sıra	3.sıra	4.sıra	5.sıra	6.sıra	
Para taşıma riskini azalttığı için	f	98	-	-	-	-	-	98
	%	23,3	-	-	-	-	-	23,3
Ödeme kolaylığı sağladığı için	f	160	37	-	-	-	-	197
	%	38,1	8,8	-	-	-	-	46,9
Taksitle ödeme imkanı sağladığı için	f	130	77	32	-	-	-	239
	%	31,0	18,3	7,6	-	-	-	56,9
Puan biriktirerek bedava alışveriş imkanı sağladığı için	f	3	4	15	12	-	-	34
	%	0,7	1,0	3,6	2,9	-	-	8,2
İnternet üzerinden e-ticareti kullanabilmek için	f	28	22	21	16	11	-	98
	%	6,7	5,2	5,0	3,8	2,6	-	23,3
İtibar göstergesi olduğu için	f	1	2	1	-	2	5	11
	%	0,2	0,5	0,2	-	0,5	1,2	2,6
TOPLAM	f	420	142	69	28	13	5	677
	%	100	33,8	16,4	6,7	3,1	1,2	

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların kredi kartı kullanma nedenlerinde birden fazla tercih söz konusu olup 420 adet katılımcıdan toplam 677 yanıt alınmış ve seçenekler arasında en önemli kullanma sebepleri önem derecesine göre sıralanmıştır. Yapılan sıralamada katılımcıların 160’ı (%38,1) birinci sırada ödeme kolaylığı sağladığı için yanıtını verdikleri gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan bireysel müşterilerin kredi kartı tercih nedenlerine bakıldığında birinci sırada en önemli tercih etme sebebi olarak ödeme kolaylığı taşıyor olmasıdır. Değerlerin toplamına bakıldığında en yoğun olarak “taksitle ödeme imkânı sağlaması” tercih nedenleri olmuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Kredi Kartı İçin Tercih Ettikleri Harcama Türleri

HARCAMA TÜRLERİ		Önem Derecesi				TOPLAM
		1.sıra	2.sıra	3.sıra	4.sıra	
Market alış-verişleri	F	253	2	-	-	255
	%	60,2	0,5	-	-	60,7
Giyim alış-verişleri	F	107	160	-	-	267
	%	25,5	38,1	-	-	63,6
Dayanıklı tüketim ve ev eşyaları alışverişi	F	20	6	75	-	101
	%	4,8	1,4	17,9	-	24,1
Diğer mal ve hizmet alış-verişleri	F	40	4	10	41	95
	%	9,5	1,0	2,4	9,8	22,7
TOPLAM	F	420	172	85	41	718
	%	100	41,0	20,2	9,8	

Tablo 3’te görüldüğü üzere katılımcıların kredi kartıyla yaptıkları harcama türlerinde birden fazla tercih söz konusu olup 420 adet katılımcıdan toplam 718 yanıt alınmış ve seçenekler arasında en önemli harcama türü önem derecesine göre sıralanmıştır. Yapılan sıralamada katılımcıların 253’ü (%60,2) birinci sırada market alışverişleri için yanıtını verdikleri gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan bireysel müşterilerin kredi kartıyla yaptıkları harcama türlerinin önem derecelerinin toplamına bakıldığında (%63,7) oranıyla giyim alışverişleri en önemli harcama alanı olduğu gözlemlenmiş ve bunu az bir farkla market alışverişleri takip etmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Kredi Kartıyla İlgili Yenilikleri Öğrenme Yerleri

KREDİ KARTIYLA İLGİLİ YENİLİKLERİN ÖĞRENİLME MEKANLARI	Önem Derecesi						TOPLAM
	1.sıra	2.sıra	3.sıra	4.sıra	5.sıra	6.sıra	
Hesap ekstresinden	f	120	-	-	-	-	120
	%	28,6	-	-	-	-	28,6
Basın reklamları ile	f	27	7			-	34
	%	64	1,7			-	8,1
İnternet veya sosyal medya aracılığı ile	f	129	21	6		-	156
	%	30,7	5,0	1,4	-	-	37,1
Telefona gelen mesaj ile	f	100	43	10	6	-	159
	%	23,8	10,2	2,4	1,4	-	37,8
Müşteri temsilcisinden	f	26	14	15	2	4	61
	%	6,2	3,3	3,6	0,5	1,0	14,6
Çevreden	f	18	7	4	2	-	35
	%	4,3	1,7	1,0	0,5	-	8,5
TOPLAM	f	420	92	35	10	4	565
	%	100	21,9	8,3	2,4	1,0	1,0

Tablo 4'te görüldüğü üzere katılımcıların kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme alanları incelendiğinde birden fazla tercih söz konusu olup 420 adet katılımcıdan toplam 565 yanıt alınmış ve seçenekler arasında en önemli alan önem derecesine göre sıralanmıştır. Yapılan sıralamada katılımcıların 129'u (%30,7) birinci sırada internet ve sosyal medya aracılığı yanıtını verdikleri gözlemlenmiştir. Araştırmaya katılan bireysel müşterilerin kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme alanlarının önem derecelerinin toplamına bakıldığında 159'unun (%37,8) yenilikleri en fazla telefona gelen mesajla öğrendikleri gözlemlenmiştir.

2.5.2. Kredi Kartı Tutum Ölçeğine İlişkin Frekans Dağılımları ve Aritmetik Ortalamalar

Katılımcıların kredi kartı kullanımına ilişkin görüş, düşünce ve tutumlarının yer aldığı bu bölümde ilgili önermelere katılım derecelerinin gösterildiği istatistiksel ölçekte frekans dağılımları, aritmetik ortalamalar ve standart sapmalar sunulmuştur. Kredi Kartı Tutum Ölçeğine ilişkin frekans dağılımları ve aritmetik ortalamalar, aşağıdaki Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Kredi Kartı Kullanımıyla İlgili Önermelere Katılım Dereceleri ve İstatistiksel Bulguları

Görüşler	Frekans Dağılımları (N:420)										İstatistikler	
	Değişkenlere Göre Katılım Dereceleri Dağılımı										Ortalama	S. Sapma
	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Kathıyorum		Kesinlikle Kathıyorum			
F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	X	Ss	
Kredi kartı kullanmak, avantajlı harcama yapma olanağı sağlamaktadır.	75	17,9	79	18,8	31	7,4	170	40,5	65	15,5	3,16	1,37
Kredi kartı kullanmak, satın alma kararlarımı etkilememektedir.	88	21,0	133	31,7	57	13,6	95	22,6	47	11,2	2,71	1,32
Kredi kartı kullanmak, aşırı borçlanmama neden olmamaktadır.	92	21,9	120	28,6	40	9,5	111	26,4	57	13,6	2,81	1,39
Kredi kartı kullanmak, harcamalarımı bütçeme göre ayarlamamı engellemektedir.	78	18,6	114	27,1	38	9,0	134	31,9	56	13,3	2,94	1,36
Kredi kartı kullanmak, alışveriş sırasında fiyat karşılaştırması yapmamamı engellemektedir.	72	17,1	123	29,3	47	11,2	138	32,9	40	9,5	2,88	1,29
Kredi kartı kullanmak, ihtiyaçtan fazla yada gereksiz harcama yapmaya yol açmamaktadır.	99	23,6	159	37,9	30	7,1	84	20,0	48	11,4	2,57	1,34

Genel olarak kredi kartı hakkında verilen bankacılık hizmetleri yeterince bilgilendirici olmaktadır.	72	7,1	112	26,7	77	18,3	116	27,6	43	10,2	2,87	1,27
E-bankacılık hizmetleri güvensizlik düşüncesiyle pek fazla kullanılmamaktadır.	84	20,0	97	23,1	85	20,2	111	26,4	43	10,2	2,83	1,29
Kredi kartıyla alışveriş yaparken kredi kartı limitimi göz önünde bulundurmaktayım.	27	6,4	32	7,6	29	6,9	184	43,8	148	35,2	3,93	1,14
Kredi kartıyla alışveriş yaptığımda önceki taksitlerimi göz önünde bulundurmaktayım.	28	6,7	44	10,5	24	5,7	172	41,0	152	36,2	3,89	1,19
Kredi kartı borcuma işletilecek faiz oranını kontrol etmekteyim.	50	11,9	76	18,1	73	17,4	140	33,3	81	19,3	3,30	1,29
Kredi kartı borçları genellikle aylık gelirin üstünde bir tutar olarak yer almaktadır.	112	26,7	145	34,5	46	11,0	76	18,1	41	9,8	2,49	1,31
Kredi kartı borcu ödenmediği zaman oluşan faiz tutarı oldukça fazla olmaktadır.	41	9,8	49	11,7	74	17,6	126	30,0	130	31,0	3,60	1,29
Aylık kredi kartı borçlarının ödemeleri genellikle aksatılmaktadır.	93	22,1	112	26,7	49	11,7	127	30,2	39	9,3	2,77	1,33
Kredi kartı kullanmak; prestij göstergesi olarak daha çok saygı duyulduğumu, diğer insanları etkilediğimi ve daha güzel şeylere sahip olduğumu bana hissettirmektedir.	57	7,4	87	20,7	5	17,9	68	16,2	33	7,9	2,36	1,33

Tablo 5'te kredi kartı kullanımıyla ilgili önermelerimize avm müşterilerinin katılım dereceleri ölçülmeye çalışılmıştır. En yüksek katılım oranı kredi kartıyla alışveriş yapıldığında kredi kartı limitini göz önünde bulundurulduğuna 3,93'lük bir dereceyle gerçekleşmiştir. Bu oran avm müşterilerinin bütçelerine göre hareket etmelerini ortaya koymaktadır. Bu önermeyi 3,89 katılım seviyesi ile kredi kartıyla alışveriş yapıldığında önceki taksitlerin göz önünde bulundurulduğunu belirten önerme desteklemektedir. Bu önermelerin yanında katılı oranı yüksek olan diğer ifadelerle bakacak olursak, 3,60 ortalama ile kredi kartı borcunun ödenmediği zaman oluşan faiz tutarının oldukça fazla olduğu, 3,30 ortalama ile kredi kartı borcuna işletilecek faiz oranının kontrol edildiği ve 3,16 ortalama ile kredi kartı kullanmanın avantajlı harcama yapma olanağı sağladığı önermelerdir.

Katılımcıların en az katıldıkları önerme ise 2,36 ortalama ile kredi kartı kullanmanın prestij göstergesi olarak daha saygı duyulduğu diğer insanları etkilediği ve daha güzel şeylere sahip olduğunu kullanıcıya hissettirdiği ifadesidir. Bu oran AVM müşterilerinin kredi kartlarını bir amaç için değil de bir araç için kullandıklarının göstergesidir. Diğer düşük katılımlı önermeler ise, 2,49 ortalama ile kredi kartı borçlarının genellikle aylık gelirin üzerinde bir tutar olarak yer aldığı, 2,57 ortalama ile kredi kartı kullanmanın ihtiyaçtan fazla yada gereksiz harcama yapmaya yol açtığı ve 2,71 ortalama ile kredi kartı kullanmanın kullanıcıların satın alma kararlarını etkilemediğidir.

2.5.3. Chi-Square Testi Analiz Bulguları

Araştırmaya konu olan değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla Pearson Chi-Square testi uygulanmıştır. Yapılan testin analiz bulguları irdelenerek açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 6: Chi-Square Testi Sonuçları

<i>Puan(Değişken)</i>	<i>Gruplar</i>	<i>N</i>	<i>x²</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>
Kredi kartını tercih etme nedenleri	Gelir				
	0-1000	131	93,323	70	0,033
	1001-2000	90			
	2001-3000	84			
	3001-4000	47			
	4001-5000	38			
5001 ve üzeri	30				
Kredi kartını tercih etme nedenleri	Kullanım Amacı				
	Alışveriş	224	46,011	28	0,017
	Para Çekme	19			
	İkisi Birden	177			
Kredi kartıyla yapılan harcamalar	Gelir				
	0-1000	131	236,560	20	0,000
	1001-2000	90			
	2001-3000	84			
	3001-4000	47			
	4001-5000	38			
5001 ve üzeri	30				
Kredi Kartına Olan Tutum	Eğitim Düzeyi				
	İlkokul/Ortaokul	12	271,6	1	0,018
	Lise	77			
	Önlisans	79			
	Lisans	198			
	Yüksek Lisans	49			
Doktora	5				
Kredi Kartına Olan Tutum	Kredi Kartı Kullanım Durumu				
	Kullanıyor	358	79,3	1	0,001
	Kullanmıyor	62			
Kredi kartıyla ilgili yeniliklerin öğrenilme şekli	Eğitim Düzeyi				
	İlkokul/ortaokul	12	121,670	70	0,000
	Lise	77			
	Önlisans	79			
	Lisans	198			
	Yüksek Lisans	49			
Doktora	5				

Tablo 6'da görüldüğü üzere AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin gelir düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($x^2_{hes}=93,323$; $P_{volute}=0,033$; $p<0,05$). Bu bulgu, gelir düzeyi yüksek olan kişilerin para taşıma riskini azaltması, internet üzerinden e-ticareti kullanabilme vs., gelir seviyesi düşük olanlar için ise taksitli ödeme sağlaması, puan biriktirerek bedava alışveriş imkanı sağlaması gibi nedenlerle açıklanabilir. Yani müşterilerin gelirlerine göre kredi kartı tercih nedenleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartı tercih nedenlerinin kredi kartı kullanım amacı arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($x^2_{hes}=46,011$; $P_{volute}=0,033$; $p<0,05$). Bu bulgu, kredi kartı kullanmayı tercih eden kişilerin alışverişlerini kart ile yapmayı düşünmesi hem de nakit sıkıntısı olan kişilerin nakit para çekme avantajı olması olgusu ile açıklanabilir. Yani müşterilerin kredi kartı kullanım amaçlarına göre kredi kartı tercih nedenleri anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmanın H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartıyla yapılan harcamalar ile gelir düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2_{hes}=236,560$; $Pvalue=0,000$: $p<0,05$). Bu bulgu, kişinin aylık gelir seviyesinin hem harcama tutarını hem de harcama türlerini (market, giyim, dayanıklı tüketim ve ev alışverişleri vs.) etki etmesi ile açıklanabilir. Yani müşterilerin gelir düzeylerine göre kredi kartıyla yaptıkları harcamalar anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmamızın H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Kredi kartına olan tutum ve davranışlar ile eğitim düzeyi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2_{hes}=271,6$; $Pvalue=0,018$: $p<0,05$). Yani eğitim seviyelerine göre kredi kartına olan görüş, düşünce ve tutumlar farklılaşabilmektedir. Bu durumda araştırmamızın H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Kredi kartına olan tutum ve davranış ile kredi kartını kullanıp kullanmama arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2_{hes}=79,3$; $Pvalue=0,001$: $p<0,05$). Bu bulgu, kişinin çevresinden, internette, sosyal medya araçlarından vs. duyduğu söylemlerin kendi tutum ve davranışını etkileyeceği ve bunun sonucunda ise kredi kartını kullanıp kullanmamasına karşı düşüncelerine yön vermesi ile açıklanabilir. Yani kredi kartına olan görüş ve tutumlar, sahip olunan kredi kartını kullanan ile kullanmayan açısından değişebilmektedir. Bu durumda araştırmamızın H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

AVM müşterilerinin kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme şekli ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($\chi^2_{hes}=121,670$; $Pvalue=0,000$: $p<0,05$). Bu bulgu, eğitim düzeyi özellikle lisans ve üstü olan kişilerin akıllı telefon kullandığını varsayarak internet veya sosyal medya aracılığı ile daha kısa zamanda öğrenebilmesi ile açıklanabilir. Yani müşterilerin kredi kartıyla ilgili yenilikleri öğrenme yolları eğitim seviyelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu durumda araştırmamızın H_6 hipotezi doğrulanmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknolojinin gelişimi, ekonominin büyümesi, globalleşme gibi faktörler doğrultusunda nakitsiz ödeme araçlarına gerek duyulmuş ve modern ödeme aracı olan kartlı ödeme sistemlerinin kullanımı ortaya çıkmıştır. Kartlı ödeme sistemlerinin ortaya çıkmasıyla birlikte kullanımı her geçen gün yaygınlık kazanmıştır. Kullanımı giderek artan kartlı ödeme sistemlerinin gerek bireylere gerek sektörlere gerekse de ülke ekonomisi ve kalkınması konusunda avantajlar sağlamanın yanında bilinçli kullanılmadığı ve kullanılmadığı takdirde birtakım ekonomik ve sosyal sorunlara yol açabileceği kaçınılmaz bir durumdur.

Araştırmamızda, AVM müşterilerinin kartlı ödeme sistemlerinde finansal davranış ve tutum seviyelerini cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi, kredi kartı kullanımı, sayısı, amacını vs. gibi değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşmış farklılaşmadığını belirlemek ve aralarındaki ilişki ve ilişkinin gücünü ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu nedenle Elazığ ve Malatya illerinde bulunan AVM müşterilerine anket uygulanmıştır. Bu illerde AVM'lerdeki müşterilere uygulanan anket formunun hazırlanmasında literatür taranmış ve uygun ölçekler daha önce yapılan çalışmalarda dikkate alınarak belirlenmiştir. Kartlı ödeme sistemlerinin finansal davranış ve tutum düzeyini tespit etmek amacıyla finansal davranış ve tutum ölçeği (Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Fikrim Yok, Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum) Likert ölçeği eşliğinde seçilerek kullanılmıştır. Ankete 420 AVM müşterileri katılmıştır. Katılımcıların ankete verdikleri yanıtlara göre veriler oluşturulmuş, bu verilerin analiz sonuçları ile bulgular elde edilmeye çalışılmıştır.

Kısacası bu çalışma ile finansal davranışın bir unsuru olan kartlı ödeme sistemlerinin gelişimi ve işleyişi konusunda yazın taraması yapılarak AVM müşterisi olan bireylerin kartlı ödeme sistemlerinin finansal davranış ve tutumları üzerindeki etkisini, parayı kartlı sistemlerle yönetebilme eğilimlerinin ne yönde olduğunu, bireylerin bu konudaki bilinçlilik seviyelerini ve bunun tüketim davranışlarına etkisini belirleyebilme amacına yönelik uygulama bölümü ile bir alan çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda yapılan; frekans dağılımı ve Chi-Square Testi aracılığıyla sonucunda, kartlı ödeme sistemi ile finansal davranış ve tutumun istatistiksel açıdan

manidar düzeyde aracılık etkisi olduğu iddiasını (hipotezini) destekleyen bulgulara erişilmiştir. Nihai olarak bir değerlendirme yapılacak olursa; araştırmanın amacına ulaştığı söylenebilir.

Araştırmada kullanılan kartlı ödeme sistemleri ile finansal davranış ve tutum soruları genel olarak güvenilir bulunmuştur. Daha önce yapılmış güvenilirlik analizi sonuçlarına benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına ilişkin özet ifadelerin sonrasında uygulamaya yönelik önerilerden söz etmek gerekirse şunlar söylenebilir:

❖ Yapılan harcamalar bireylerin finansal davranışlarını etkilemekte ve daha çok kredi kartıyla yapılan tüketimi ivmelendirmektedir. Bu sebepten dolayı kartlı tüketimin bilinçli yapılması konusunda bir tüketim kültürünün oluşmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

❖ Kartlı ödeme sistemleri bilinçli kullanılmadığı ve kullandırılmadığı takdirde ekonomik ve sosyal sorunlara da yol açtığı bir gerçektir. Kartlı ödeme sistemlerinde sosyal ve ekonomik sorunlar karşısında bilinçli tüketim kültürünü oluşturacak biz kart kullanıcılarına, kartın kullanımını sağlayan üye işyerlerine, bankalara, düzenleyici kuruluşlara ve devlete önemli görevler düşmektedir.

❖ Günümüzde yaygın kullanım alanına sahip banka kartlarının da daha yoğun kullanımının sağlanması, bu istikrarlılığını koruması ve sürdürmesi insanlarda daha fazla tüketme alışkanlığına imkan tanyacaktır. Günümüz yoğun yaşam koşullarının teknolojiyi kullanmada zorundalık yaratması insanları e-bankacılık hizmetlerini kullanmaya yönlendirmekte ve bu konuya ilişkin güvenlik sisteminin ilgili hakemler tarafından daha önemsenip esnek hale getirilebilmesi önem teşkil etmektedir.

❖ Finansal davranışı yakından ilgilendiren finansal okuryazarlık, ilköğretimden başlanarak ders olarak okullarda verilmelidir. Verilecek eğitimle toplumda bilinçli tüketim kültürünün iyileşmesi ve geliştirilmesi sağlanmalıdır.

❖ Rahat ve kolay alışveriş yapmanın bireyleri daha fazla harcamaya sevk etmesi limiti aşma, borç ve faiz yükü altına girme gibi faktörlere yol açtığından devletin aynı zamanda BDDK gibi kuruluşların, kart limitlerini gelirlere göre sınırlandırması, kart borcunu ödemeyenlere asgari limitler tanımlaması ve gerekirse belirli dönemler dahilinde kullanımına sınır koyulması gibi birtakım tedbirler alması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ALKAYA, A. ve YAĞLI İ., (2015). “Finansal Okuryazarlık - Finansal Bilgi, Davranış Ve Tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(40), 585-589.
- ALTAN, M., ve GÖKTÜRK, İ. E., (2007). “Türkiye’de Kredi Kartlarının Toplam Özel Nihai Tüketim Harcamalarına Etkisi: Bir Çoklu Regresyon Analizi”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(18), 25-47.
- AYDEN, C. Ve DEMİR, Ö., (2010). “Kartlı Ödeme Sistemleri Ve Türkiye’de Uygulama Yöntemleri: Tüketicilerin Ödeme Sistemlerini Kullanma Ve Tercihlerine Yönelik Bir Çalışma”, Nwsa, E-Journal Of New World Sciences Academy, SocialSciences, ArticleNumber: 3c0058, 6(1), 34-47.
- BAŞARAN, B., BUDAK, G. S. ve YILMAZ, H., (2012). “Kredi Kartlarının Rasyonel Kullanımını Etkileyen Bireysel Faktörler”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İibf Dergisi, 7(2), 67-93.
- BUDAK, G.S., (2011). “Tüketici Finansmanında Kredi Kartlarının Rasyonel Kullanımı: Bilecik İli Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Bilecik.
- DEMİRCİ, A., ve SELÇUK, E.A., (2016). “Türk Finansal Tüketicilerin Kredi Kartı Seçimini Etkileyen Faktörler: Bir Literatür Taraması”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(43), 1786-1794.
- DEW, J. ve XIAO, J.J. (2011). “The Financial Management BehaviorScale: Development And Validation”, Journal Of Financial Counseling And Planning, 22(1),43-59.

- GÖNEN E., ve ÖZMETE, E., (2007). “Finansal Refah: Finansal Yönetim Sürecinden Duyulan Tatmin, Finansal Davranışlar İle Öz-Saygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Aile ve Toplum Eğitim-Kültür Ve Araştırma Dergisi, 3(11), 57-69.
- KAYA, F., (2008). “Kredi Kartları Ve Bireysel Müşterilerin Kredi Kartı Tercihine Etki Eden Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi ,Sosyal Bilimler Enstitüsü, Finans Ve Bankacılık Bilim Dalı, İstanbul.
- KIZILOT, Ş., KILIÇ, C., ve TOKATLIOĞLU, İ., (2011). “Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tasarruf Üzerindeki Etkileri Ve Ekonomik Katkıları Raporu 2011 Özeti”, Bankalararası Kart Merkezi Yayınları.
- ÖZKAN, C., (2014). “Türkiye’de Kredi Kartı Kullanıcı Profili Ve Davranışı Analizi”, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Bankacılık Ve Finansal Kuruluşlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- SARIGÜL, H., (2015). Finansal Okuryazarlık Tutum ve Davranış Ölçeği: Geliştirme, Geçerlik ve Güvenirlik. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 13(1), 200-218.
- TUĞAY, O., Ve BAŞGÜL, N., (2007). “Önemli Bir Finansman Kaynağı Olarak Kredi Kartları: Kredi Kartlarının Kart Sahiplerinin Harcamaları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Burdur İlinde Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3), 215-226.
- ÜNAL, S. Ve DÜGER, Y. S., (2015).“Akademik Personelin Finansal Gönenç Hâli İle Finansal Davranış Eğilimi Arasındaki İlişkiye Yönelik Ampirik Bir Araştırma”, Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(1), 213-226.
- YILMAZ, V., (2006). “Kartlı Ödeme Sistemlerinde Dış Kaynak Kullanımı”, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- YILMAZ, V., AKTAŞ, C., ve ARSLAN M.S.T., (2009). "Müşterilerin Kredi Kartlarına Olan Tutumlarının Çoklu Regresyon ve Faktör Analizi İle İncelenmesi", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(22), 127-139.
- XIAO, J.J., SORHAINDO, B.& GARMAN, E.T. (2006). “Financial Behaviours Of Consumers In CreditCounselling”, International Journal Of Consumer Studies, 30(2),108–121.